

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

Facultad de Gestión y Alta Dirección



Análisis de los factores de la calidad de servicio de publicidad registral presencial y su relación con la satisfacción del usuario durante el periodo de agosto 2023 a julio 2024. Caso de estudio: Oficina Registral de Lima Norte de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP)

Tesis para obtener el título profesional de Licenciada en Gestión con
mención en Gestión Empresarial que presenta:

Rubi Mirella Mendoza Perez

Asesora:

Cinthy Giselle Arguedas Gourzong

Lima, 2025

La tesis:

Análisis de los factores de la calidad de servicio de publicidad registral presencial y su relación con la satisfacción del usuario durante el periodo de agosto 2023 a julio 2024. Caso de estudio: Oficina Registral de Lima Norte de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP)

ha sido aprobada por:

Mgtr. Juan Carlos, Rivero Isla
[Presidente del Jurado]

Mgtr. Cinthya Giselle Arguedas Gourzong
[Asesor Jurado]

Mgtr. Edgardo Marcelo, Cruzado Silverii
[Tercer Jurado]




INFORME DE SIMILITUD

Yo, Cinthya Giselle Arguedas Gourzong, docente de la Facultad de Gestión y Alta Dirección de la Pontificia Universidad Católica del Perú, asesor(a) de la tesis titulada **Análisis de los factores de la calidad de servicio de publicidad registral presencial y su relación con la satisfacción del usuario durante el periodo de agosto 2023 a julio 2024. Caso de estudio: Oficina Registral de Lima Norte de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP)**, de la autora **Rubi Mirella Mendoza Pérez**, dejo constancia de lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de 16%. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software *Turnitin* el 3/11/2025.
- He revisado con detalle dicho reporte y confirmo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio alguno.
- Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las pautas académicas.

Lugar y fecha: Lima, 3 de noviembre de 2025

Apellidos y nombres: Arguedas Gourzong Cinthya Giselle	
DNI: 49007779	Firma: 
ORCID: 0000-0003-2814-5052	

Con profunda gratitud, dedico la culminación de este trabajo a Dios por estar siempre presente en cada uno de mis retos profesionales. A mis padres, Carmen y Francisco, por su invaluable sacrificio al brindarme la oportunidad de formarme en la más prestigiosa universidad del Perú. A mis hermanos, Wendy y Renzo, pilares de apoyo incondicional y fuente de motivación. A mi tía Isabel, cuya sabiduría ha sido guía para mi crecimiento personal y profesional. Y, finalmente, a mi propio empeño y perseverancia, que hoy se ven reflejados en el éxito de esta investigación. Este logro es el fruto de un esfuerzo colectivo y una muestra de lo que se puede alcanzar con dedicación, apoyo familiar y fe.

Rubi Mendoza



Extiendo mi más sincero agradecimiento a mi asesora, Cinthya Arguedas, por su invaluable guía y apoyo constante durante todo este proceso. Mi gratitud se extiende también a todas las personas que generosamente dedicaron su tiempo para responder el cuestionario, tanto al público en general como a los funcionarios de la Oficina Registral de Lima Norte. Asimismo, expreso mi reconocimiento a la SUNARP por su transparencia y rápido acceso a la información, lo cual fue fundamental para el desarrollo de esta investigación.



RESUMEN

La presente investigación examina la influencia de los factores de calidad del servicio en la satisfacción de los usuarios que realizan trámites de publicidad registral en la ORLN, utilizando como marco de referencia el estudio de Pérez (2022), que combina el modelo SERVQUAL (con sus dimensiones de Elementos Tangibles, Capacidad de Respuesta, Fiabilidad, Seguridad y Empatía) y las dimensiones de satisfacción del usuario según Kotler (Rendimiento percibido, Expectativas, Nivel de satisfacción). Mediante un enfoque mixto que incluye un análisis cuantitativo a través de cuestionarios a usuarios y un análisis cualitativo por medio de encuestas a funcionarios en contacto directo con el público y el representante de la Oficina, se logró una evaluación integral de la experiencia del usuario, abarcando tanto la calidad del servicio como la satisfacción resultante. Los resultados del análisis cuantitativo revelaron que la Capacidad de Respuesta y la Empatía son factores fundamentales para los usuarios, mientras que el análisis cualitativo destacó la importancia de todas las dimensiones de calidad. Sin embargo, según la PNMGP al 2030, que prioriza la satisfacción ciudadana como indicador clave del desempeño estatal, es importante resaltar que, si la institución desea enfocar sus recursos en factores específicos, debe priorizar la Capacidad de Respuesta y la Empatía, tal como indica el análisis cuantitativo basado en la experiencia directa de los usuarios. No obstante, no debe descuidar las demás dimensiones de calidad identificadas en el análisis cualitativo. Este enfoque integral proporciona una herramienta valiosa para evaluar y mejorar los servicios públicos, considerando tanto los aspectos técnicos de la calidad del servicio como la percepción y satisfacción de los usuarios.

Palabras clave: Calidad del servicio, Satisfacción del usuario, Modelo SERVQUAL, Estudio de Pérez, Publicidad registral, ORLN.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	4
1. Problema de Investigación	4
2. Objetivos de investigación	7
2.1. Objetivo General	7
2.2. Objetivos específicos.....	8
3. Preguntas de investigación.....	8
3.1. Pregunta general.....	8
3.2. Preguntas específicas	8
4. Justificación de la investigación.....	8
5. Limitaciones de la investigación	9
CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO	11
1. Evolución de los modelos de gestión en el sector público	11
2. Calidad	14
2.1. Definición de calidad	14
2.2. Calidad de servicio	15
2.3. Calidad de servicio en instituciones públicas.....	17
3. Satisfacción	18
3.1. Definición de satisfacción	18
3.2. Satisfacción del usuario.....	20
4. Relación de la calidad de servicios y satisfacción del usuario.....	21
5. Modelos de evaluación de calidad de servicio	22
5.1. Modelo de calidad percibida – PSQM por sus siglas en inglés	22
5.2. Modelo de evaluación de la calidad del servicio Service Quality – SERVQUAL.....	24
5.3. Modelo SERVPERF	26
6. Casos de implementación y tropicalización para el caso peruano	29
CAPÍTULO 3: MARCO CONTEXTUAL	36
1. Sunarp.....	36
2. Oficinas de la Zona Registral IX – Sede Lima.....	38
2.1. Oficinas Registrales.....	38
2.2. Oficinas Receptoras	39
3. Servicios registrales.....	40
3.1. Inscripción de títulos.....	40
3.2. Publicidad Registral.....	43
4. Modalidades de la publicidad registral	44
4.1. Publicidad registral presencial	44

4.2.	Publicidad registral virtual – SPRL.....	44
5.	Oficina Registral de Lima Norte	47
CAPÍTULO 4: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN		51
1.	Alcance de la investigación.....	51
2.	Enfoque de la investigación	52
3.	Horizonte Temporal de la Investigación	52
4.	Técnicas de recolección de información y estrategias para el análisis de información	53
4.1.	Técnicas de recolección de información	53
4.2.	Estrategias para el análisis de información.....	54
5.	Selección Muestral	57
6.	Etapas metodológicas de la investigación	58
CAPÍTULO 5: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS		60
1.	Análisis cuantitativo	60
1.1.	Género de los encuestados.....	60
1.2.	Edades del sujeto de estudio.....	61
1.3.	Frecuencia de asistencia anual de los usuarios a la Sunarp.....	62
1.4.	Público al que pertenece los usuarios encuestados	64
1.5.	Servicio solicitado por los usuarios encuestados.....	65
1.6.	Resultados del análisis de confiabilidad y validez del constructo.....	67
1.7.	Modelo de ecuaciones estructurales (SEM)	70
2.	Análisis cuantitativo	73
3.	Relación entre los análisis cuantitativos y cualitativo	75
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		77
1.	Conclusiones	77
2.	Recomendaciones.....	78
REFERENCIAS		80
ANEXOS.....		85
ANEXO A: Organigrama institucional.....		85
ANEXO B: Formato de solicitud de publicidad		86
ANEXO C: Tasas Registrales de Publicidad		87
ANEXO D: Pasos a seguir para acceder a los servicios de publicidad registral en línea90		
ANEXO E: Publicidad registral atendida virtualmente durante agosto – diciembre 2023 y enero – julio 2024		92
ANEXO F: Total de usuarios, inscripción de títulos y publicidad registral de las oficinas de la Zona Registral IX – Sede Lima durante el periodo agosto – diciembre 2023 y enero – julio 2024.....		94
ANEXO G: Instrumento de recolección de datos.....		96

ANEXO H: Guía de encuesta al personal de la Oficina Registral de Lima Norte	97
ANEXO I: índice de Modificación	99
ANEXO J: Listado del personal encuestado de la Oficina Registral de Lima Norte ...	100
ANEXO K: Matriz de consistencia de la investigación	101

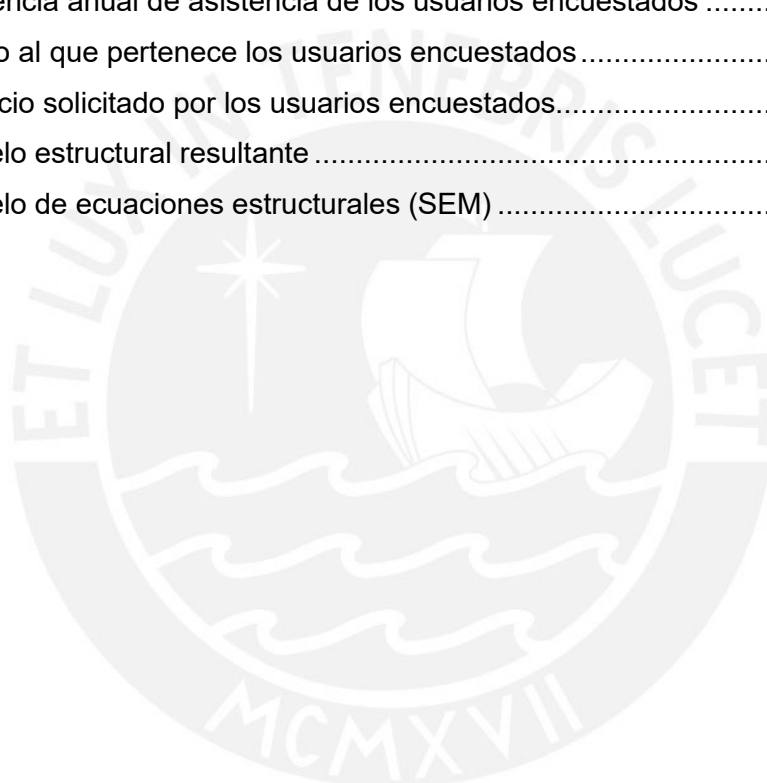


LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Diferencia entre los Modelos de Medición de Calidad	28
Tabla 2: Modelo adaptado a instituciones públicas según García (2019)	30
Tabla 3: Modelo adaptado a instituciones públicas según Saavedra (2021)	32
Tabla 4: Modelo adaptado a instituciones públicas según Pérez (2022)	34
Tabla 5: Oficinas Registrales de la Zona Registral IX – Sede Lima.....	39
Tabla 6: Oficinas Receptoras de la Zona Registral IX – Sede Lima	40
Tabla 7: Servicios registrales de inscripción de títulos	42
Tabla 8: SPRL y el APP SUNARP	46
Tabla 9: Variables de la investigación resumidas y codificadas	55
Tabla 10: Tabla de frecuencias de género	60
Tabla 11: Tabla de frecuencias de edad	62
Tabla 12: Tabla de frecuencias de asistencia a la Oficina.....	63
Tabla 13: Tabla de frecuencias del Público al que pertenece.....	64
Tabla 14: Tabla de frecuencias del servicio solicitado.....	66
Tabla 15: Estadísticas de Fiabilidad.....	68
Tabla 16: Estadísticas de Fiabilidad final	68
Tabla 17: Medidas de Ajuste.....	69
Tabla 18: Parámetros estimados del SEM	72

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Modelo de la Calidad percibida del servicio.....	23
Figura 2: Modelo SERVQUAL.....	26
Figura 3: Modelo SERVPERF.....	28
Figura 4: Publicidad registral atendida presencialmente durante agosto – diciembre 2023 y enero – julio 2024 en la ORLN.....	49
Figura 5: Fórmula de tamaño muestral.....	58
Figura 6: Usuarios de la ORLN según género.....	61
Figura 7: Usuarios de la ORLN según edad.....	62
Figura 8: Frecuencia anual de asistencia de los usuarios encuestados.....	63
Figura 9: Público al que pertenece los usuarios encuestados.....	65
Figura 10: Servicio solicitado por los usuarios encuestados.....	67
Figura 11: Modelo estructural resultante.....	70
Figura 12: Modelo de ecuaciones estructurales (SEM).....	72



ACRÓNIMOS

AFC	Análisis Factorial Confirmatorio
ORLN	Oficina Registral de Lima Norte
PCM	Presidencia de Consejo de Ministros
PEI	Plan Estratégico Institucional
PNMGP	Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública
SEM	Modelo de ecuaciones estructurales (<i>Structural Equation Modeling</i>)
SGP	Secretaría de la Gestión Pública
SPRL	Servicio de Publicidad Registral en Línea
SUNARP	Superintendencia Nacional de los Registros Públicos



INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la calidad en la prestación de los servicios públicos constituye un aspecto medular para satisfacer las necesidades de la población y responder a las expectativas ciudadanas. En un entorno en constante transformación, las organizaciones, en particular las pertenecientes al sector público, se ven obligadas a adaptarse y modernizarse con el propósito de optimizar su oferta de servicios. La pandemia de COVID-19 evidenció numerosas deficiencias en los sistemas de atención al público, subrayando la necesidad de mejorar estos servicios para hacer frente a situaciones imprevistas.

La Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (Sunarp), como entidad responsable de la inscripción, publicidad y conservación de actos y contratos relacionados con la propiedad y otros derechos reales, juega un papel fundamental en la seguridad jurídica del país. Un análisis exhaustivo de la calidad de los servicios registrales y su impacto en la satisfacción del usuario permitirá identificar oportunidades de mejora y diseñar estrategias para optimizar la atención brindada. Los hallazgos y recomendaciones derivados de este análisis contribuirán a mejorar la eficiencia y eficacia de los servicios registrales presenciales, fortaleciendo así la confianza del usuario en una institución pública y garantizando la seguridad jurídica de los ciudadanos.

En este sentido, el objetivo central será analizar la calidad del servicio de publicidad registral en la modalidad presencial y su relación con la satisfacción del usuario en la Oficina Registral de Lima Norte (ORLN) de la Sunarp durante agosto 2023 a julio 2024. La elección de esta oficina en particular es debido a que, según las estadísticas solicitada a la institución, Sunarp, durante este periodo de estudio, es la que recibe la mayor cantidad de solicitudes de este proceso registral, así como la mayor afluencia de usuarios de la Zona Registral IX – Sede Lima. El rango de tiempo seleccionado se fundamenta en la disponibilidad de información actualizada y pertinente proporcionada por la Sunarp tras la solicitud realizada. Contar con datos recientes permite un análisis preciso y representativo de la realidad estudiada. Además, el análisis anual ofrecerá una visión completa de la dinámica del servicio, evitando sesgos por factores externos.

La elección del servicio de publicidad registral presencial como objeto de estudio en la investigación se fundamenta en su significativa demanda en la ORLN de la Sunarp. Las estadísticas solicitadas a la institución revelan un volumen considerable de trámites presenciales: 44,442 entre agosto y diciembre de 2023, y 63,817 de enero a julio de 2024 (ver Figura 4). Esta alta afluencia de usuarios que optan por el servicio presencial, a pesar de la existencia de alternativas virtuales, subraya la importancia de evaluar y mejorar la calidad de atención en este formato específico.

Conforme a lo señalado y a fin de abordar el objetivo del estudio, en el primer capítulo, se presenta el problema que motivó esta investigación, destacando la situación actual del servicio de publicidad en la ORLN de la Sunarp. Se examina la percepción de los usuarios e identifican áreas de mejora para incrementar la eficiencia y eficacia de los servicios registrales. El estudio se alinea con las PNMGP y busca contribuir a la optimización de la calidad de los servicios públicos y la confianza en las instituciones estatales. A continuación, se plantean los objetivos generales y específicos, así como las preguntas de investigación que guiarán el estudio. Se justifica la relevancia de esta investigación, subrayando la necesidad de evaluaciones actuales y exhaustivas para mejorar la calidad del servicio registral y seguir los principios de la PNMGP al 2030. Finalmente, se presentan las limitaciones del estudio.

El segundo capítulo establece el marco teórico que sustenta la investigación. Comienza con una revisión histórica de la evolución de los modelos de gestión en el sector público. A continuación, se examinan los conceptos de calidad y calidad de servicio, analizando su aplicación en el contexto de las instituciones públicas peruanas. Se hace especial énfasis en el estudio propuesto por Pérez (2022), que integra una adaptación del modelo SERVQUAL con indicadores de satisfacción del usuario derivados de Kotler. Este modelo híbrido servirá como base para el análisis en el presente estudio. Finalmente, se aborda el concepto de satisfacción desde la perspectiva del ciudadano en el sector público, explorando los diversos factores que la determinan.

A continuación, el capítulo tres se centra en el contexto en el que se gestiona el establecimiento a evaluar, la ORLN de la Sunarp. Para entender mejor la institución, se describe brevemente la Sunarp y sus oficinas pertenecientes a la Zona Registral IX – Sede Lima. Se destacan los dos servicios registrales que se ofrecen: inscripción de títulos y publicidad registral. Además, se detallan los procedimientos para realizar la publicidad registral de manera presencial en las ventanillas de la oficina y virtual a través de la plataforma SPRL. Finalmente, se analiza internamente la ORLN, el establecimiento a evaluar, para comprender mejor su funcionamiento y necesidades.

El capítulo cuatro presenta la metodología de la investigación, estableciendo los parámetros clave para la aplicación de los cuestionarios para usuarios y encuesta a los funcionarios y los métodos que se utilizarán para evaluar los resultados después de seleccionar la muestra.

Después de presentar la metodología utilizada, el capítulo cinco se centra en el análisis de los resultados obtenidos a partir de cuestionarios aplicados a los usuarios que acuden a la Oficina de Lima Norte a realizar trámites de publicidad registral. Estos

resultados se determinan utilizando los métodos establecidos en el capítulo anterior y se presentan a través de un análisis estadístico y descriptivo.

Finalmente, el capítulo seis presenta las conclusiones del estudio, resumiendo los hallazgos más relevantes y significativos. A continuación, se establecen recomendaciones prácticas y específicas para la ORLN de la Sunarp, basadas en la relación entre calidad del servicio y satisfacción de los usuarios. Estas recomendaciones se centran en determinar el perfil predominante de la calidad de servicio en este establecimiento, identificando áreas de mejora y oportunidades para mejorar la atención al usuario y la eficiencia de los servicios registrales.



CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El presente capítulo se estructura en cinco apartados. Comienza con la identificación del problema de investigación, que proporciona claridad sobre las circunstancias que enfrentan los usuarios de la Sunarp. Posteriormente, se establecen los objetivos y las interrogantes que orientan la investigación. Asimismo, se exponen tanto la justificación como las delimitaciones del estudio.

1. Problema de Investigación

La administración pública se centra en satisfacer las necesidades y demandas de los ciudadanos a través de la prestación eficiente y efectiva de servicios y productos. Sin embargo, la insatisfacción pública hacia la calidad de los servicios institucionales, especialmente en el ámbito público, refleja una carencia significativa de compromiso por parte de los empleados. Es vital que los servidores públicos ofrezcan una atención de excelencia, ya que los ciudadanos están directa o indirectamente afectados por los procedimientos requeridos (García, 2019).

En la actualidad, las organizaciones enfatizan la relevancia del usuario en la prestación de servicios, aunque no se tiene una comprensión completa de si se cumplen adecuadamente las normativas y estándares establecidos. Existe una falta de claridad respecto a la verdadera satisfacción de los usuarios y el cumplimiento de sus expectativas durante el servicio. Las instituciones públicas se esfuerzan por ofrecer servicios centrados en el usuario, lo que implica la coordinación de diversos factores, procesos y personas. Particularmente, aquellas entidades que atienden a un gran número de usuarios, como la Sunarp, la cual desempeña un papel crucial en la sociedad a través de sus servicios registrales. Estos organismos enfrentan el desafío continuo de equilibrar la eficiencia operativa con la satisfacción del usuario, manteniendo la integridad de sus funciones fundamentales (Vargas y Limache, 2020).

La ORLN de Sunarp enfrenta un desafío crítico: desconoce con precisión cuáles elementos de su servicio de publicidad registral presencial influyen significativamente en la satisfacción de sus usuarios. Esta ausencia de información estratégica limita su capacidad para implementar mejoras dirigidas y eficaces.

La presente investigación aborda esta problemática mediante la identificación y análisis de la correlación entre los componentes específicos de calidad del servicio y los niveles de satisfacción ciudadana. El objetivo es generar conocimiento fundamentado que permita diseñar e implementar intervenciones precisas para optimizar la experiencia del

usuario, incrementar la satisfacción ciudadana y fortalecer los procesos de modernización de la gestión pública registral.

En este contexto, la presente investigación adquiere relevancia al proponer un análisis integral de la situación actual y las posibles áreas de mejora en los servicios registrales brindados por la ORLN de la Sunarp. Si bien en años anteriores se han realizado esfuerzos por evaluar la percepción de los usuarios, como la encuesta de Ipsos Perú en 2016 que resaltó la importancia de calidad de atención e información proporcionada, es necesario contar con un diagnóstico actualizado y detallado que permita identificar de manera precisa las fortalezas y debilidades en la prestación de los servicios (Sunarp, 2016).

El marco institucional peruano cuenta con instrumentos normativos fundamentales orientados al mejoramiento de la calidad en los servicios públicos, destacando la PNMGP al 2030 (Presidencia de Consejo de Ministros [PCM], 2022), la Norma Técnica para la Gestión de la Calidad de Servicios en el Sector Público (Presidencia de Consejo de Ministros y Secretaría de Gestión Pública [PCM – SGP], 2022) y el Plan Estratégico Institucional (PEI) 2019-2027 ampliado de Sunarp (Sunarp, 2024).

Sin embargo, la literatura académica evidencia una desarticulación significativa: estos marcos normativos raramente se emplean como fundamento teórico principal en las investigaciones, ni se vinculan de manera sistemática con el análisis de la percepción ciudadana sobre la calidad de los servicios registrales, especialmente en el ámbito de la publicidad registral presencial.

Ante esta brecha, el presente estudio se enfoca en analizar exhaustivamente las percepciones de calidad de los usuarios de la ORLN. La finalidad es desarrollar recomendaciones basadas en evidencia que fortalezcan la eficiencia y eficacia de los servicios registrales, alineándose coherentemente con los lineamientos y políticas nacionales establecidas.

Según un último estudio titulado “Encuesta Nacional de satisfacción ciudadana” realizado por la Secretaría de Gestión Pública en octubre 2023, en adelante, “Encuesta de Satisfacción”, es interesante destacar que la mayoría de las personas (71%) prefieren realizar gestiones en instituciones públicas de forma presencial. Esta preferencia se observa principalmente en personas mayores y de niveles socioeconómicos bajos. Aunque existen alternativas digitales para realizar trámites, estas personas encuentran mayor comodidad y confianza al llevar a cabo sus gestiones cara a cara. Esto resalta la importancia de mantener la accesibilidad y la atención personalizada en estos

establecimientos para satisfacer las necesidades de esta parte significativa de la población.

Este estudio se alinea con los principios rectores de la PNMGP al 2030, que aborda el problema público de la discrepancia entre la calidad de los bienes, servicios y regulaciones proporcionados por el Estado y las necesidades y expectativas de los ciudadanos. La PNMGP busca resolver esta brecha a través de objetivos clave como la mejora de la gestión interna en entidades públicas, el fortalecimiento de la mejora continua y la promoción del gobierno abierto. Dicha política prioriza e impulsa iniciativas orientadas a responder a las necesidades y expectativas de las personas, mediante una gestión pública eficiente y transparente. Al enfocarse en satisfacer las demandas ciudadanas en materia registral, esta investigación contribuye a los objetivos de optimizar la calidad de los servicios públicos y fortalecer la confianza en las instituciones estatales. Además, al propiciar una mayor apertura y divulgación de información por parte de la Sunarp, el estudio promueve los valores de transparencia y rendición de cuentas, fundamentales en un Estado democrático y moderno. En síntesis, la presente investigación se alinea con los principios de eficiencia, transparencia y cercanía a la ciudadanía, pilares esenciales de la PNMGP al 2030.

La elección del servicio de publicidad registral como objeto de estudio se sustenta en la Norma Técnica (PCM – SGP, 2022), vigente desde noviembre de 2022 en el marco de la Ley de Modernización de la Gestión del Estado. Esta normativa establece criterios específicos para optimizar la eficiencia y eficacia de los servicios públicos.

La priorización de este servicio responde a dos factores estratégicos: su elevada demanda mensual en la ORLN y su alineación directa con los objetivos estratégicos del PEI 2019-2027 ampliado de Sunarp¹. Esta convergencia permite asegurar que el análisis contribuya efectivamente al cumplimiento de estándares de calidad que satisfagan las necesidades y expectativas ciudadanas.

El PEI 2019-2027 establece como meta estratégica el incremento del acceso y confiabilidad de los servicios registrales, promoviendo servicios más accesibles, oportunos y predecibles para un mayor número de usuarios. Paralelamente, contempla el fortalecimiento de la infraestructura física y tecnológica institucional

¹ La priorización de bienes y servicios obedece a criterios específicos:

4. Vinculación con objetivos estratégicos: Alineamiento del bien o servicio con la estrategia institucional conforme a los planes estratégicos o de desarrollo territorial.

7. Demanda del bien o servicio: Cantidad de bienes o servicios requeridos por las personas, y que cuente con características que respondan a las necesidades y expectativas de los beneficiarios.

Esta visión estratégica busca consolidar la confianza ciudadana en la seguridad jurídica que respaldan las inscripciones registrales, facilitando el acceso masivo a servicios confiables y oportunos que viabilicen transacciones legales relacionadas con la propiedad y otros derechos reales.

Asimismo, los resultados de esta investigación podrían contribuir al cumplimiento del segundo objetivo estratégico de la Sunarp, centrado en modernizar la gestión institucional para satisfacer al ciudadano. Al identificar brechas o problemas en la calidad del servicio, se obtendrían insumos valiosos para orientar acciones de mejora en los procesos o reforzar las capacitaciones al personal. Estos aportes contribuirían directamente a la consecución del mencionado objetivo, optimizando la gestión institucional y aumentando la satisfacción de los usuarios. En consecuencia, los resultados de este estudio representan un valioso aporte para la modernización y mejora continua de la Sunarp.

En consecuencia, los criterios que sustentan el estudio del servicio de publicidad registral son el primer objetivo estratégico del PEI ampliado de la Sunarp y la información de demanda de servicio establecida como criterio en la Norma Técnica del PCM – SGP (2022). En contraste con investigaciones previas, el presente estudio se distingue al enfocarse específicamente en la ORLN, la cual no ha sido abordada anteriormente. Además, las investigaciones previas datan del periodo 2017 al 2021, mientras que este estudio validará aspectos específicos como la calidad del servicio después del contexto de la pandemia, lo cual añade una nueva perspectiva y contribuye a un entendimiento más completo de la calidad de servicio en diferentes contextos y condiciones dentro de la Sunarp. Esta especificidad permite identificar problemas únicos y desarrollar soluciones más precisas para mejorar la gestión pública y la satisfacción del usuario en áreas aún no exploradas. Asimismo, se genera una vinculación con los instrumentos de calidad con los que cuenta el Estado Peruano actual, como la Norma Técnica mencionada, en conjunto con el PEI ampliado de la institución estudiada.

2. Objetivos de investigación

2.1. Objetivo General

Identificar los factores de calidad que impactan en la satisfacción de los usuarios que realizan trámites de publicidad registral presencial en la ORLN de la Sunarp durante agosto 2023 a julio 2024.

2.2. Objetivos específicos

Los objetivos específicos de la investigación son los siguientes:

- Desarrollar un marco conceptual para identificar factores de calidad que influyen en la satisfacción de los usuarios de la ORLN de la Sunarp.
- Describir el contexto operativo de la ORLN de la Sunarp, incluyendo su ubicación, servicios, y demanda de usuarios.
- Determinar los factores de calidad de servicio mediante una doble perspectiva, que recoge la percepción tanto de los funcionarios como de los usuarios.
- Proponer recomendaciones con el fin de optimizar el desempeño institucional y la satisfacción del usuario.

3. Preguntas de investigación

3.1. Pregunta general

¿Cuáles son los factores de calidad que impactan en la satisfacción de los usuarios que realizan trámites de publicidad registral presencial en la ORLN de la Sunarp durante agosto 2023 a julio 2024?

3.2. Preguntas específicas

Las preguntas específicas de la investigación son las siguientes:

- ¿Cuál es el marco conceptual adecuado para identificar los factores de calidad que influyen en la satisfacción de los usuarios de la ORLN de la Sunarp?
- ¿Cómo se caracteriza el contexto operativo de la ORLN de la Sunarp en términos de ubicación, servicios ofrecidos y demanda de usuarios?
- ¿Cuáles son los factores de calidad de servicio identificados desde la perspectiva de los funcionarios y desde la experiencia de los usuarios de la ORLN de la Sunarp?
- ¿Qué recomendaciones se pueden proponer para optimizar el desempeño institucional y mejorar la satisfacción del usuario en la ORLN de la Sunarp?

4. Justificación de la investigación

La justificación de esta investigación radica en la necesidad de evaluar la calidad del servicio registral en la ORLN, específicamente en el servicio de publicidad registral, en un contexto post pandemia. Aunque existen investigaciones previas que han estudiado la satisfacción de los usuarios en la Sunarp entre 2017 y 2021, estas no abordan la situación

actual. La pandemia ha provocado cambios significativos en la forma en que los ciudadanos interactúan con las instituciones públicas, lo que hace crucial evaluar cómo se han adaptado las oficinas registrales a estas nuevas condiciones.

Diversas investigaciones previas han analizado la calidad del servicio brindado por las oficinas de la Sunarp en distintas localidades del Perú, abordando temas como la percepción del usuario, la relación con la satisfacción del cliente y los factores que afectan dicha calidad. Estos estudios tienen objetivos comunes, como determinar cómo la calidad del servicio influye en la satisfacción de los usuarios e identificar áreas de mejora mediante instrumentos de medición como el modelo SERVPERF, encuestas, cuestionarios Likert y análisis de la teoría de colas. Estas investigaciones subrayan la importancia de modernizar y optimizar los servicios públicos, alineándose con las políticas de modernización del Estado y mejorando la atención al usuario para aumentar la eficiencia y eficacia de las instituciones.

En este caso, la investigación se centra en la percepción de calidad de los usuarios que visitan la ORLN, lo que es un aspecto que no ha sido abordado de manera integral en estudios previos. La institución cuenta con dos canales de atención al ciudadano: el virtual, a través del Servicio de Publicidad Registral en Línea (SPRL), y el presencial, en las oficinas de la Sunarp. Sin embargo, no se ha realizado una evaluación exhaustiva de cómo estos canales interactúan y cómo afectan la satisfacción de los usuarios.

La presente investigación se alinea con los principios de la PNMGP al 2030, enfocada en la mejora de la gestión interna, la transparencia y el gobierno abierto. Al examinar la percepción de calidad de los usuarios en relación con los procedimientos registrales, esta investigación contribuye a optimizar la calidad de los servicios públicos y fortalecer la confianza en las instituciones estatales.

5. Limitaciones de la investigación

El presente trabajo ha contado con ciertas limitaciones, particularmente en relación con el criterio 2 de la "Norma Técnica para la Gestión de la Calidad de Servicios en el Sector Público", que se refiere a los reclamos y quejas presentados en la Sunarp. Se solicitó la cantidad mensual de quejas o reclamos recibidos durante agosto 2023 a julio 2024 para cada una de las oficinas de la Zona Registral IX – Sede Lima. Sin embargo, la institución informó que los sistemas informáticos de esta zona no generan reportes con los parámetros requeridos. La Subunidad de Defensoría del Usuario, encargada de la gestión de reclamos, proporcionó la cantidad mensual de reclamos registrados en la plataforma digital (Libro de Reclamaciones), sin diferenciarlos por oficinas

desconcentradas. Según esta información, los meses con mayor cantidad de reclamaciones fue enero 2024, seguido de marzo 2024 y septiembre 2023, con 194, 171 y 164 reclamaciones, respectivamente. Dado que estos datos no están desglosados por oficina ni por tipo de servicio registral (inscripción de títulos o publicidad), no se ha podido determinar si los reclamos se concentran en gran medida en la ORLN ni su relación específica con el servicio registral evaluado.

Asimismo, otra limitante de estudio fue la naturaleza generalizada de los datos proporcionados sobre trámites virtuales de publicidad registral. La entidad suministró información agregada, sin desglose por oficina específica, lo que imposibilitó una comparación directa entre el volumen de trámites presenciales y virtuales en la ORLN. Esta carencia de datos desagregados restringió la capacidad de realizar un análisis comparativo exhaustivo entre ambas modalidades de servicio, limitando así una perspectiva más completa de las preferencias y comportamientos de los usuarios en el contexto específico de estudio.



CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO

El presente capítulo tiene como propósito exponer el fundamento teórico que respalda la investigación, comenzando con la evolución histórica de los enfoques de administración en las organizaciones estatales. Posteriormente, se conceptualiza y desarrolla la noción de calidad, calidad en la prestación de servicios y calidad de servicios en entidades del sector público. Asimismo, se abordan las definiciones relacionadas con la satisfacción y la satisfacción del ciudadano usuario. Por último, se examina el vínculo existente entre la calidad y la satisfacción del usuario, exponiendo diversos modelos de evaluación y eligiendo uno específico para su implementación en el presente estudio.

1. Evolución de los modelos de gestión en el sector público

Durante mucho tiempo, los conceptos de eficiencia y eficacia han sido fundamentales en los procesos de reforma del Estado. Se han impulsado diversas estrategias destinadas a mejorar el rendimiento de la función pública y elevar el estándar del servicio brindado a los ciudadanos. Sin embargo, la disminución de la confianza en el sector público como administrador del bienestar ciudadano ha generado un aumento en las demandas de transparencia y eficacia en su funcionamiento. Inicialmente, estas demandas, influenciadas por el déficit público global, impactaron en la formulación de políticas públicas, pero ahora se extienden a todas las áreas administrativas. Este fenómeno ha desencadenado procesos de reforma y renovación en todas las esferas de gobierno, dando lugar a un enfoque de gestión pública más eficiente y orientado a resultados (García, 2007).

La evolución de la gestión pública ha sido notable, desde el cambio de perspectiva teórica, la incorporación de diversas formas, herramientas y actores, para definir y consolidar distintos modelos de gobierno en varios países, puesto que el estado más que reformarse tiende a reinventarse. Esta transición es resaltada al analizar el Estado burocrático propuesto por Max Weber, que enfrentó problemas de gobernabilidad y capacidad para satisfacer las demandas ciudadanas, hacia la emergencia de la Nueva Gestión Pública (León, 2016).

La evolución de los modelos de gestión en el sector público ha experimentado un cambio significativo desde la concepción clásica de la burocracia hasta la actualidad. Impulsada por la necesidad de adaptarse a un entorno cambiante y buscar mejores resultados para el bienestar de la sociedad, esta transformación ha llevado a importantes cambios que han modificado la forma de gestionar y administrar el sector público. Hoy en

día, el sector público se adapta constantemente a un entorno cada vez más dinámico y complejo, reflejando una evolución continua en sus modelos de gestión.

A continuación, se define los 4 modelos, según el Instituto para la Democracia y la Asistencia Electoral - IDEA Internacional:

El modelo burocrático, basado en la teoría de Max Weber y formulado en la segunda mitad del siglo XX, fue un hito significativo en la evolución de la administración. Este modelo se destacó por su enfoque en la racionalidad legal, donde las normas y los procedimientos se seguían de manera estricta y sin discusión, basándose en la obligación más que en la misión. Además, se buscaba despersonalizar la gestión, priorizando el cumplimiento de lo que la institución definía formalmente. En términos generales, este paradigma de organización burocrática llevó a las administraciones públicas a desarrollar una forma de gestión centrada en servir a la propia administración, colocando los intereses y expectativas de los funcionarios y directivos en primer lugar (IDEA Internacional, 2008). Las acciones de estas administraciones dependían del grado en que se adhirieran a los procedimientos establecidos por la ley, sin necesariamente considerar su eficacia material o su efectividad. Sin embargo, el paradigma burocrático weberiano ha sido objeto de críticas debido a problemas en la gestión de recursos, justificación de costos, la estabilidad funcional y la falta de enfoque en la calidad y generación de valor (Chica, 2011).

Por otro lado, el ideal pos burocrático, también conocido como el Estado contractual o gestión por resultados, surgió en los primeros años de los 90 con el objetivo de visualizar los resultados tanto internos como externos de las organizaciones públicas en lugar de los insumos y procedimientos. A diferencia del modelo burocrático tradicional, este enfoque se centra más en la ejecución que en el cumplimiento estricto de las normas. Otro aspecto importante es el desarrollo normativo, que implica que se busca fomentar la ejecución y no solo el cumplimiento de las normas establecidas. Asimismo, se implementan políticas de incentivo para fomentar el talento y la ejecución dentro de la gestión pública. Además, se realiza una evaluación y análisis de los resultados obtenidos para mejorar la gestión. Esto implica un enfoque de mejora continua y aprendizaje a partir de los resultados obtenidos (IDEA Internacional, 2008). En síntesis, el enfoque pos burocrático tenía como objetivo atender las demandas ciudadanas mediante una administración pública efectiva y productiva. Se caracterizaba por la separación del servicio del control y la ampliación de las opciones del cliente. Este enfoque se basaba en la obtención de resultados concretos y en la mejora continua de la gestión para lograr un mejor servicio a la comunidad.

El fenómeno de la Nueva Gestión Pública (NGP), o también entendido como New Public Management (NPM), surge como un nuevo paradigma de administración pública que busca superar el tradicional modelo jerárquico. Se fundamenta en incorporar lógicas y principios propios del sector privado al ámbito público, con el fin de lograr mayor eficiencia, eficacia y satisfacción de las necesidades ciudadanas. Se basa en la formulación estratégica de políticas de desarrollo, la gestión orientada a resultados, la creación de valor público, el desarrollo institucional y la mejora de la equidad social (IDEA Internacional, 2008). Plantea dejar atrás las rigideces burocráticas y apostar por una gestión más flexible, mediante mecanismos como la competencia, los incentivos, la separación del diseño de políticas y su ejecución, y el enfoque hacia el ciudadano-cliente. En palabras de Chica (2011), el mencionado enfoque promueve valores como el individualismo, la autodeterminación, el mérito individual, la eficiencia técnica y la neutralidad estatal. Se critica la ineficiencia burocrática y se defiende al mercado como el mejor mecanismo de distribución de beneficios. En este sentido, la NGP tiene implicaciones no solo técnico-administrativas, sino también ético-morales, al redefinir los valores y fines que deben guiar la acción de las organizaciones públicas en su relación con la justicia, la equidad y el entorno social.

La Gestión Pública por Resultados (GpR) se enmarca en el principio del "Estado contractual" propio de la Nueva Gestión Pública, donde la sociedad como "principal" y el gobierno como "agente" formalizan acuerdos para crear valor público. Implica un vínculo entre la alta dirección y los mandos operativos para definir responsabilidades y compromisos mutuos. Se concreta en el proceso de la Ley Marco de Modernización de la Gestión Pública del Estado Peruano (2018), el cual consiste en un modelo de capacidad de gestión del Estado, que busca mayor eficiencia estatal para una mejor atención ciudadana, optimizando recursos. Para lograrlo, es trascendental cambiar la cultura organizacional interna, profundizando en los hábitos, costumbres y forma de actuar; y externa, mediante capacitación, reconocimiento y perfeccionamiento de los funcionarios públicos. En palabras de Arias (2019), señala que el funcionario público debe poseer no solo principios y una sólida ética y moral, sino también talento en su dimensión completa de conocimientos (saber), habilidades (saber hacer) y actitudes (querer hacer). Esta trilogía del talento humano es crucial para asegurar un manejo eficiente y honesto de los recursos públicos, para lograr satisfacer las demandas ciudadanas. Asimismo, los objetivos estratégicos apuntan al servicio ciudadano para el desarrollo y bienestar, canales de participación ciudadana efectivos, poder descentralizado y desconcentrado, gestión transparente, servidores competentes y bien remunerados, y gasto público fiscalmente equilibrado (IDEA Internacional, 2008).

En los últimos años, los enfoques de modelos de gestión en el sector público han evolucionado significativamente para centrar sus esfuerzos en el ciudadano. Según la PNMGP al 2030, se ha identificado que los bienes, servicios y regulaciones no siempre satisfacen las expectativas y necesidades de las personas, lo cual ha llevado a una transformación constante en la gestión pública. Este cambio implica la creación de valor público mediante intervenciones que responden efectivamente a las necesidades ciudadanas y optimizan la gestión interna de los recursos públicos. La modernización se ha orientado hacia enfoques más adaptativos y ágiles, especialmente en contextos de crisis, como la pandemia de COVID-19, para mejorar la satisfacción de las personas con los servicios públicos y aumentar la confianza en las instituciones del Estado.

2. Calidad

2.1. Definición de calidad

La definición de calidad ha ido transformándose a lo largo del tiempo para adaptarse a las cambiantes exigencias del contexto. Hay múltiples perspectivas y enfoques propuestos por diferentes autores sobre cómo debe entenderse e interpretarse el concepto de calidad, sin existir un consenso único y estático. A medida que surgen nuevas realidades y necesidades en el entorno, la noción de calidad se ha visto obligada a evolucionar y modificarse para responder adecuadamente a tales demandas emergentes.

Según Juran (1961), un producto de calidad es aquel que puede ser utilizado para los fines previstos por el usuario, cubriendo de manera apropiada los requerimientos y anhelos del consumidor. Por otro lado, Crosby (1994) concibe la calidad como el cumplimiento estricto de los requerimientos establecidos, donde el enfoque consiste en la prevención, el estándar a alcanzar es cero defectos y la medida se basa en el costo que implica cualquier incumplimiento de los requisitos (Hernández et al., 2018).

Según Deming (1988), la definición de calidad está intrínsecamente vinculada a la satisfacción del cliente. Deming sostiene que la calidad es multidimensional, lo que implica que no puede ser definida por una única característica o factor, sino que abarca múltiples aspectos del producto o servicio. Además, reconoce que existen diferentes grados de calidad y puede variar debido a las necesidades que presente el cliente. Para Feigenbaum, además de estar de acuerdo con las dos primeras ideas de Deming, hablando de la idea de la calidad total, sostiene también que, dado que las necesidades de los clientes cambian, la calidad es dinámica, y la alta gerencia debe reconocer esta evolución en distintas fases del crecimiento del producto. Según Ishikawa (1985), la

calidad se equilibra con la satisfacción del cliente y debe ser definida comprensivamente en toda la organización. La calidad es dinámica debido a los cambios en las necesidades de los clientes y debe considerar el precio del producto o servicio, ya que un precio excesivo impide la satisfacción del cliente (Hoyer y Hoyer, 2001).

Según la norma ISO 9000:1994 de la International Organization for Standardization, la calidad se conceptualiza como el conjunto de atributos inherentes a un producto o servicio que le permiten cumplir tanto con las necesidades expresas como con aquellas no declaradas explícitamente por el usuario. No obstante, una revisión en el año 2000 se estableció que la calidad se refiere a la magnitud en que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos (Nava, 2005).

Al presentar todas estas definiciones de calidad se puede afirmar que no hay una respuesta definitiva y satisfactoria. Sin embargo, es importante destacar que cada definición puede ser válida en ciertos contextos.

Asimismo, según Shewhart, planteó que existen dos dimensiones de la calidad, la calidad subjetiva y la calidad objetiva. La primera, que se refiere a lo que el cliente desea o quiere; la segunda relacionada con las propiedades físicas del producto, independientemente de los deseos del cliente (Casarin, 2008).

En ese sentido, se puede desprender que la calidad involucra tanto aspectos inherentes y medibles del producto o servicio (dimensión objetiva), como las percepciones, deseos y expectativas del cliente (dimensión subjetiva). Por lo tanto, para lograr una alta calidad es necesario atender ambas dimensiones de manera equilibrada.

2.2. Calidad de servicio

La calidad de servicio es muy distinta a la calidad del producto, ya que involucra factores intangibles como las actitudes, la comunicación, el trato, las garantías, los comportamientos y las percepciones de las personas que interactúan con el cliente. Una disposición negativa de cualquier personal que atiende al usuario puede ser determinante para que este adquiera o no un servicio. Brindar un buen servicio requiere de la voluntad de hacer las cosas bien y establecer técnicas adaptadas a la estructura organizacional para obtener resultados concretos. Muchas empresas, comprenden que, debido a la alta competencia, deben reestructurarse para retener a los clientes existentes, ya que es más costoso y difícil atraer nuevos clientes. Sin embargo, a pesar de los diversos problemas relacionados con la creación de un servicio, la prestación de calidad es fundamental para lograr un buen servicio (Puig, 2006 como se citó en Vargas, 2018).

La calidad en el servicio no se limita a cumplir con las especificaciones, sino que se refiere a la conformidad con las expectativas de los clientes. La percepción de la calidad del servicio es fundamental, ya que es un deseo más que una percepción analizada previamente. Las discrepancias entre las expectativas del cliente y la calidad del servicio percibida derivan de múltiples fuentes. Estas incluyen la desalineación entre las preferencias reales del cliente y la percepción gerencial sobre dichas preferencias, la divergencia entre lo que la gerencia considera deseable y lo que comunica a la organización para ejecutar, la brecha entre los estándares de servicio establecidos y su materialización efectiva, así como la incongruencia entre el servicio prestado y la información difundida externamente sobre el mismo. (Berry et al., 1989).

En el ámbito de la medición de la calidad de servicio, si bien se ha avanzado considerablemente en las metodologías de medición, aún persisten divergencias en cuanto a qué aspectos específicos deben evaluarse. Los investigadores en este campo han adoptado dos enfoques principales: el nórdico y el estadounidense.

El modelo nórdico, con Grönroos como principal exponente, conceptualiza la calidad del servicio mediante dimensiones amplias: la consistencia funcional y la calidad técnica. En contraste, el enfoque estadounidense, representada por Parasuraman, Berry y Zeithaml, articula la calidad a través de atributos específicos: confiabilidad, capacidad de respuesta, empatía, seguridad y elementos tangibles. Aunque diversos investigadores han propuesto marcos conceptuales alternativos para impulsar nuevas líneas de investigación en este ámbito, el enfoque estadounidense mantiene su predominio en la literatura especializada sobre calidad de servicio (Mejías et al., 2018).

Cronin y Taylor (1994) revolucionaron el campo de la calidad de servicio al cuestionar las limitaciones del modelo SERVQUAL y proponer un enfoque alternativo centrado exclusivamente en el desempeño percibido. Su investigación demostró que medir únicamente las percepciones del rendimiento del servicio resulta más efectivo que los modelos basados en expectativas versus percepciones, dando origen al modelo SERVPERF.

Este marco teórico estructura la evaluación de calidad mediante cinco dimensiones fundamentales: seguridad, empatía, elementos tangibles, fiabilidad y capacidad de respuesta, las cuales constituyen los pilares de las expectativas del consumidor.

Cada dimensión abarca aspectos específicos de la experiencia del usuario. Los elementos tangibles comprenden los componentes físicos y visibles del servicio, mientras que la fiabilidad garantiza el cumplimiento consistente de las promesas establecidas. La capacidad de respuesta se manifiesta en la agilidad y prontitud de la prestación del

servicio.

Por su parte, la seguridad se construye sobre la competencia técnica y actitudinal del personal de servicio. La empatía trasciende la cortesía convencional para desarrollar una comprensión genuina y personalizada de las necesidades específicas de cada cliente (Berry et al., 1989).

A su vez, de acuerdo con el investigador Riveros (2007), para lograr un servicio de calidad es esencial considerar las siguientes dimensiones: evidencias físicas (instalaciones, apariencia del personal, equipos y documentación); fiabilidad (brindar el servicio prometido de manera confiable desde el inicio); capacidad de respuesta (disposición de la empresa para atender ágil y oportunamente a los clientes, superando sus expectativas); y empatía (atención personalizada, comprometida, cortés y respetuosa hacia los clientes, con buena disposición para resolver problemas).

La calidad del servicio ejerce una influencia determinante sobre múltiples dimensiones del comportamiento del cliente, incluyendo su satisfacción, fidelización y disposición a realizar futuras transacciones. En consecuencia, se configura como un elemento esencial para la consolidación de vínculos de largo plazo con la clientela. La satisfacción del cliente representa el resultado de la convergencia entre la calidad de servicio entregada y la congruencia existente entre sus expectativas previas y la experiencia vivida en la prestación del servicio. Cuando las expectativas de los clientes se cumplen o superan, esto conduce a una mayor satisfacción, lo que a su vez fomenta la lealtad y aumenta la probabilidad de compras repetidas (Corina, 2012 como se citó en Sánchez et al., 2016).

2.3. Calidad de servicio en instituciones públicas

La calidad del servicio en instituciones públicas se define como el nivel de correspondencia entre la prestación ofrecida y las expectativas ciudadanas. Su carácter intangible determina que únicamente pueda evaluarse durante el momento de la interacción, lo que exige de los funcionarios públicos el despliegue integral de competencias como atención personalizada, cortesía, amabilidad, oportunidad, conocimiento técnico, eficiencia, eficacia, precisión y agilidad en la respuesta (Fernández, 2015).

Esta realidad demanda que las entidades públicas implementen estrategias sistemáticas para que su personal internalice los estándares de calidad en sus comportamientos y prácticas cotidianas. El desarrollo de una cultura organizacional orientada a la calidad trasciende el cumplimiento formal de protocolos para convertirse en el mecanismo que materializa efectivamente la misión, visión, principios y valores institucionales.

La consolidación de esta cultura requiere liderazgo directivo comprometido y la adopción integral de estos principios por parte de todos los funcionarios. Solo mediante esta

transformación cultural profunda es posible garantizar la satisfacción del usuario final y alcanzar niveles de excelencia en la prestación de servicios públicos (Vargas, 2020).

La “Encuesta de Satisfacción” revela que la calidad del servicio que se recibe en las entidades públicas a nivel nacional es generalmente bien valorada, con un 81% de personas que se sienten satisfechas o muy satisfechas con la atención recibida. Esta alta percepción de satisfacción es consistente en la mayoría de las entidades evaluadas y regiones, excepto en los gobiernos locales y la zona Sur, donde la satisfacción es ligeramente menor, alcanzando un 71%. Los aspectos que sustentan esta valoración positiva son la calidad de atención proporcionada por el personal, caracterizada por la amabilidad y buen trato, y la rapidez en la atención, evitando largas colas.

De acuerdo con la Norma Técnica PCM – SGP, la calidad de las intervenciones estatales se define por la capacidad de los bienes, servicios y regulaciones emitidos por entidades gubernamentales para resolver problemáticas y atender eficazmente las necesidades y expectativas ciudadanas. Bajo esta perspectiva, la calidad en la gestión pública requiere que toda prestación esté fundamentalmente dirigida a la creación de valor público, contribuyendo al cierre de brechas sociales y respondiendo con efectividad a las demandas y aspiraciones de la población. Para lograrlo, se requiere una gestión enfocada en la evaluación y mejora continua de dichos bienes y servicios, asegurando así una prestación óptima que contribuya al bienestar de la población (2022).

En ese contexto, se destaca que la gestión jurídica y los valores institucionales desempeñan un papel fundamental en la mejora de los servicios registrales, reduciendo errores y facilitando los procesos. Sin embargo, a pesar de que todas las entidades aspiran a brindar un servicio de calidad, el cambio es gradual y se ve influenciado por diversos factores internos y externos. Además, se reconoce que el comportamiento del usuario es un factor relevante, ya que este puede presentar diferentes estados y personalidades durante la prestación del servicio (Robalino, 2017 como se citó en Vargas y Limache, 2020).

3. Satisfacción

3.1. Definición de satisfacción

El concepto de satisfacción se define como la diferencia entre las expectativas de los ciudadanos y lo que realmente reciben de los servicios públicos. Implica evaluar sus prioridades y los elementos clave que, según su experiencia y criterios, generarán mayor satisfacción. Debido a la estrecha relación entre satisfacción y calidad, diversos autores han propuesto modelos que conciben la satisfacción como una forma de medir la calidad del servicio percibida. Estos términos han sido estudiados desde diferentes enfoques respecto a

su relación causal, asumiendo que la satisfacción es el objetivo final y que la calidad del servicio es un elemento vital para lograrla (Díaz y Rangel, 2013).

De acuerdo con Philip Kotler, la evaluación de la satisfacción se fundamenta en tres dimensiones fundamentales: el rendimiento percibido, las expectativas y los niveles de satisfacción (Kotler, 2006, citado en Quispe y Maza, 2018). El rendimiento percibido corresponde a la valoración que el cliente asigna posterior a la adquisición de un producto o la recepción de un servicio, y está condicionado por elementos tales como la impresión inicial, la disposición emocional del cliente y sus apreciaciones subjetivas, las cuales no necesariamente representan la realidad objetiva. Cuando el rendimiento resulta inferior a las expectativas, el cliente experimenta insatisfacción; cuando coincide con estas, alcanza un estado de satisfacción; y cuando las supera, logra un nivel de complacencia superior (Quispe y Maza, 2018). Esta dimensión comprende indicadores específicos como la identificación del usuario, el desempeño del personal y la coordinación laboral (Pérez, 2022).

Las expectativas representan las aspiraciones que los clientes anticipan satisfacer mediante la adquisición de un producto o servicio. De acuerdo con Zeithaml y Bitner (2022), estas constituyen los parámetros o puntos de referencia frente a los cuales se evalúa el rendimiento del servicio proporcionado (citado en Quispe y Maza, 2018). Estas expectativas pueden manifestarse bajo dos modalidades: como un servicio adecuado, que satisface los requerimientos mínimos aceptables por el cliente, o como un servicio deseado, que encarna lo que el cliente considera que "debería recibir". Las expectativas se configuran mediante componentes tanto estructurales como emocionales, e incorporan indicadores específicos como la percepción de seguridad del usuario, su experiencia acumulada y el tiempo de espera durante la prestación del servicio (Pérez, 2022).

Tras la adquisición de un producto o servicio, la experiencia del cliente puede clasificarse en tres niveles: insatisfacción, cuando la percepción del desempeño no cumple con las expectativas previas; satisfacción, cuando la experiencia se alinea con lo esperado; o complacencia, cuando el desempeño percibido supera notablemente las expectativas iniciales. La evaluación de estos niveles resulta fundamental para determinar el grado de lealtad, fidelidad y posicionamiento organizacional (Quispe y Maza, 2018). Esta dimensión se cuantifica mediante indicadores específicos: la satisfacción respecto al servicio proporcionado por el personal y la valoración general del servicio institucional (Pérez, 2022). La insatisfacción, satisfacción o complacencia determinan la percepción general del cliente sobre el producto o servicio adquirido.

La satisfacción del usuario representa la valoración que los ciudadanos asignan a los bienes o servicios públicos recibidos, constituyéndose en un indicador fundamental de la

efectividad institucional. Su medición se realiza mediante indicadores específicos que permiten una evaluación objetiva y sistemática del desempeño organizacional.

Los parámetros de evaluación incluyen la calidad de la atención interpersonal, la efectividad en la comunicación de información, el cumplimiento de los plazos establecidos, la precisión en la entrega de servicios y la accesibilidad a los mismos. Estos indicadores funcionan como métricas cuantificables que proporcionan una base sólida para determinar los niveles de satisfacción ciudadana respecto a la prestación de servicios públicos (PCM – SGP, 2022).

3.2. Satisfacción del usuario

La satisfacción del usuario o consumidor constituye una valoración posterior al consumo y/o uso, susceptible de modificación en cada interacción, que representa la base para el desarrollo y transformación de actitudes hacia el objeto de consumo y/o uso. Esta evaluación emerge como resultado de procesos psicosociales que integran elementos tanto cognitivos como afectivos.

Desde la perspectiva cognitiva, implica un procesamiento analítico de la información, donde se evalúan factores específicos como los atributos del producto y la confirmación de expectativas previas. Simultáneamente, comprende la experimentación de respuestas emocionales durante la totalidad del proceso de consumo.

Esta dualidad configura la satisfacción como un constructo bidimensional. La dimensión cognitiva examina si el bien o servicio cumple eficazmente con las funciones asignadas, reflejando una aproximación utilitarista. Por su parte, la dimensión afectiva se concentra en las emociones y experiencias placenteras que genera en el individuo, representando una visión hedonista.

En síntesis, la satisfacción constituye una evaluación holística que contempla tanto los aspectos racionales y funcionales del servicio, como los componentes emocionales y subjetivos inherentes a la experiencia de consumo o utilización de un bien o servicio (Hernández & Morales, 2014).

Según la PNMGP al 2030, la satisfacción de las personas se define como el grado en que los bienes, servicios y regulaciones provistos por las entidades públicas responden a las necesidades y expectativas de los ciudadanos. La satisfacción es un factor clave que incide directamente en la confianza que tiene la sociedad en el Estado y sus instituciones. Cuando los trámites son engorrosos, hay demoras excesivas, mal trato o falta de información adecuada, se genera insatisfacción en las personas que acuden a las entidades públicas. Por el contrario, intervenciones públicas de calidad, con procesos ágiles y orientados al

ciudadano, contribuyen a generar una percepción positiva y aumentar los niveles de satisfacción de la población con el Estado.

La satisfacción en los servicios públicos se define como la congruencia entre las expectativas y percepciones del cliente. La calidad del servicio es un elemento clave en la satisfacción, ya que se traduce en la diferencia entre lo que se espera y lo que se recibe. La satisfacción se relaciona estrechamente con la calidad, y ambos términos están íntimamente ligados en el estudio de la experiencia del cliente. La satisfacción del ciudadano es un componente vital para el desarrollo y la confianza del ciudadano, por lo que es importante valorarla y encontrar soluciones para mejorar las gestiones y el servicio público (Díaz y Rangel, 2013).

Según los hallazgos de la Encuesta de Satisfacción, la conformidad con los servicios públicos está determinada por el valor que el ciudadano otorga al bien o servicio en función de sus expectativas y requerimientos. Los factores fundamentales que inciden en la percepción de satisfacción incluyen la atención recibida, la comunicación proporcionada, los tiempos de respuesta, la facilidad de acceso y la efectividad en la prestación del servicio. Elementos como la calidad del servicio al cliente (cortesía, amabilidad), la agilidad en los procesos, la transparencia de la información y la eficacia de los procedimientos resultan decisivos para que los ciudadanos experimenten satisfacción o insatisfacción.

4. Relación de la calidad de servicios y satisfacción del usuario

El debate en torno a la interrelación entre satisfacción del cliente y calidad del servicio presenta múltiples perspectivas teóricas: algunos investigadores postulan que la calidad constituye un factor precedente a la satisfacción, mientras otros la conceptualizan como una consecuencia derivada, y un tercer grupo enfatiza la existencia de una relación bidireccional entre ambos constructos.

Esta controversia académica se ilustra claramente en la investigación conducida por Spreng y Page en 2009, quienes implementaron un estudio cuantitativo con 296 clientes internos distribuidos en 26 departamentos de un centro de distribución estatal. La metodología empleada incluyó la aplicación de instrumentos específicos para evaluar la satisfacción del cliente, la calidad del servicio y la intención de compra.

En su análisis exhaustivo, los investigadores propusieron un marco conceptual que examina la calidad en función de su vinculación con la satisfacción del cliente, introduciendo así la cuestión fundamental respecto a si la satisfacción del cliente debe considerarse como un resultado consecuente o como un factor antecedente de la calidad del servicio prestado (Lizano y Villegas, 2019).

Autores como Arellano (2017) argumentan que la calidad del servicio y la satisfacción del usuario mantienen una estrecha relación. La calidad se juzga comparando las expectativas previas del cliente sobre el servicio con su percepción de la experiencia real. Las expectativas surgen de factores como comunicaciones previas, ofertas de la empresa y vivencias pasadas. En tanto, la percepción es el resultado obtenido al recibir el servicio. Cuando la percepción iguala o supera las expectativas, el usuario cataloga el servicio como de alta calidad y queda satisfecho. Por el contrario, si la percepción no alcanza las expectativas iniciales, el servicio se considera de baja calidad, generando insatisfacción en el usuario. Por ello, brindar un servicio que cumpla o exceda las expectativas del cliente es fundamental para asegurar su satisfacción y, por ende, una buena percepción de calidad.

Vigo y Gonzales (2020) argumentan que la calidad de servicio constituye un elemento estratégico fundamental en las organizaciones, representando uno de los factores determinantes para fomentar la fidelización de los clientes y garantizar su satisfacción. El personal de entidades tanto del sector público como privado, en contextos nacionales e internacionales, debe internalizar conceptualmente los principios de calidad de servicio y desarrollar competencias para implementar estrategias orientadas a la excelencia. Esta comprensión facilita procesos reflexivos que conducen a optimizar los niveles de satisfacción del usuario.

Existe una correlación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente, puesto que la provisión de servicios que satisfagan o superen las expectativas del usuario genera respuestas positivas de satisfacción y compromiso hacia la institución proveedora. Consecuentemente, las organizaciones deben priorizar la implementación de modelos de servicio basados en estándares de excelencia como mecanismo para asegurar y mantener niveles óptimos de satisfacción en su base de clientes.

5. Modelos de evaluación de calidad de servicio

En esta sección se presentan algunos modelos que proponen diversas formas de evaluar la calidad de servicio.

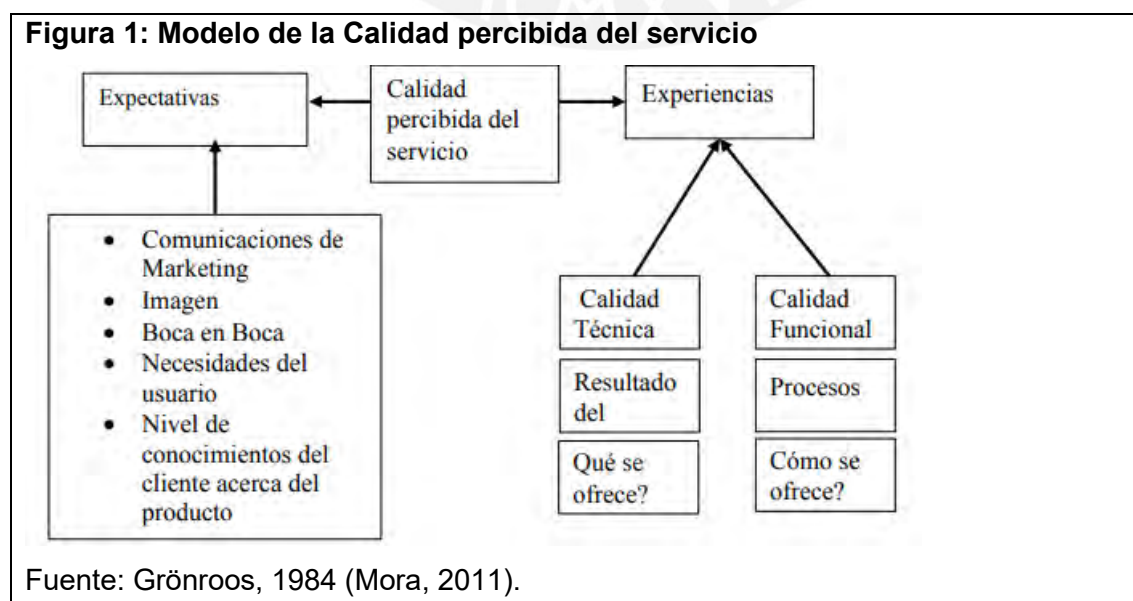
5.1. Modelo de calidad percibida – PSQM por sus siglas en inglés

El Modelo propuesto por Grönroos (1984), proveniente de la escuela nórdica, establece que la calidad en la prestación de servicios se compone de tres dimensiones: la calidad técnica (vinculada al producto final que se obtiene del servicio), la calidad funcional (asociada a la manera en que se proporciona el servicio) y la imagen institucional (la representación mental que posee el usuario respecto a la organización). Grönroos establece una distinción fundamental entre la calidad técnica, que presenta un carácter objetivo, y la

calidad funcional, que se centra en el proceso de entrega del servicio. La imagen corporativa actúa como elemento mediador entre ambas dimensiones. Según su modelo, la calidad se logra cuando la percepción del usuario coincide con sus expectativas previas, las cuales están determinadas por tres factores principales: el resultado del servicio, la metodología de prestación y la reputación organizacional. Este enfoque conceptualiza la calidad como el producto de un proceso evaluativo en el que el usuario contrasta sus expectativas iniciales con su experiencia real del servicio recibido. El modelo enfatiza la centralidad del usuario y sostiene que la calidad no se limita a aspectos técnicos y funcionales, sino que emerge de la convergencia entre las expectativas previas y la experiencia efectiva del servicio (Torres y Vásquez, 2015).

El modelo de Grönroos evidencia la discrepancia existente entre la calidad percibida del servicio y las expectativas formadas por elementos internos del consumidor y factores externos. De acuerdo con Mora (2011), este modelo también se denomina Modelo de la Imagen, debido a que la evaluación del servicio se sustenta en la discrepancia entre la representación mental que construye el consumidor previo a la experiencia del servicio —en términos de expectativas— y la imagen que emerge posterior a su contacto efectivo con el servicio. Aunque el modelo no proporciona estrategias específicas para lograr la máxima satisfacción del cliente, sí constituye un instrumento válido para fundamentar decisiones orientadas a minimizar la brecha identificada. Su pertinencia práctica se centra en el reconocimiento de los elementos que operan en ambos polos de esta discrepancia. Según Mora (2011), la calidad percibida del servicio por el cliente resulta de la interacción entre la imagen proyectada por el proveedor y la realidad objetiva, siendo particularmente relevante que tanto las estrategias de marketing como la calidad operacional y funcional del servicio generan un impacto considerable en la reducción de esta brecha de percepción.

Figura 1: Modelo de la Calidad percibida del servicio



Fuente: Grönroos, 1984 (Mora, 2011).

5.2. Modelo de evaluación de la calidad del servicio Service Quality – SERVQUAL

La limitada investigación sobre calidad del servicio durante la década de 1980 y la ausencia de herramientas de medición especializadas motivaron el desarrollo del influyente modelo SERVQUAL. Esta contribución de la escuela estadounidense de marketing fue elaborada por Parasuraman, Berry y Zeithaml mediante un proceso evolutivo de investigación estructurado en fases diferenciadas.

La fase inicial, desarrollada en 1985, consistió en un estudio cualitativo basado en entrevistas en profundidad con usuarios y directivos de empresas de servicios estadounidenses. Esta investigación exploratoria generó un modelo conceptual fundamentado en la teoría de brechas entre expectativas y percepciones, estructurado inicialmente en diez dimensiones de análisis.

La fase de refinamiento, ejecutada en 1988, incorporó observaciones críticas y análisis estadísticos rigurosos que condujeron a la simplificación del modelo hacia cinco dimensiones centrales: empatía, fiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta y elementos tangibles. Esta consolidación teórica permitió el desarrollo del instrumento SERVQUAL definitivo, compuesto por 22 ítems para medir expectativas y 22 ítems adicionales para evaluar percepciones, utilizando una escala tipo Likert (Torres y Vásquez, 2015).

El modelo SERVQUAL se ha consolidado como un instrumento de referencia para la evaluación de la calidad en diversos contextos de servicios. Su relevancia se fundamenta en su capacidad para cuantificar la satisfacción del usuario mediante el análisis de la diferencia entre expectativas y percepciones, así como en su extensa aplicación en el sector servicios. Si bien este modelo ha realizado contribuciones significativas a la comprensión de la calidad del servicio desde su introducción en 1988, también ha sido objeto de considerables críticas académicas y debates metodológicos que persisten hasta la actualidad. (Torres y Vásquez, 2015).

La implementación del modelo SERVQUAL permite una evaluación sistemática mediante la identificación de brechas existentes entre las expectativas ciudadanas y sus percepciones del servicio efectivamente recibido. Esta metodología facilita un análisis detallado de cada dimensión evaluada, proporcionando un diagnóstico preciso del desempeño institucional.

El mecanismo de evaluación opera bajo el principio de comparación diferencial: cuando la puntuación asignada a las expectativas supera significativamente la otorgada a las percepciones, emergen indicadores claros de déficits en la calidad del servicio. Esta brecha

cuantificable se convierte en el punto de partida para estrategias de mejora dirigidas y fundamentadas en evidencia empírica.

La importancia del modelo va más allá de su capacidad de evaluación. Como señala Saavedra (2021), el modelo SERVQUAL no es únicamente una herramienta de medición, sino un marco para el perfeccionamiento de la calidad del servicio. Este enfoque holístico sitúa al instrumento como impulsor de procesos de transformación organizacional dirigidos hacia la excelencia en la prestación de servicios públicos.

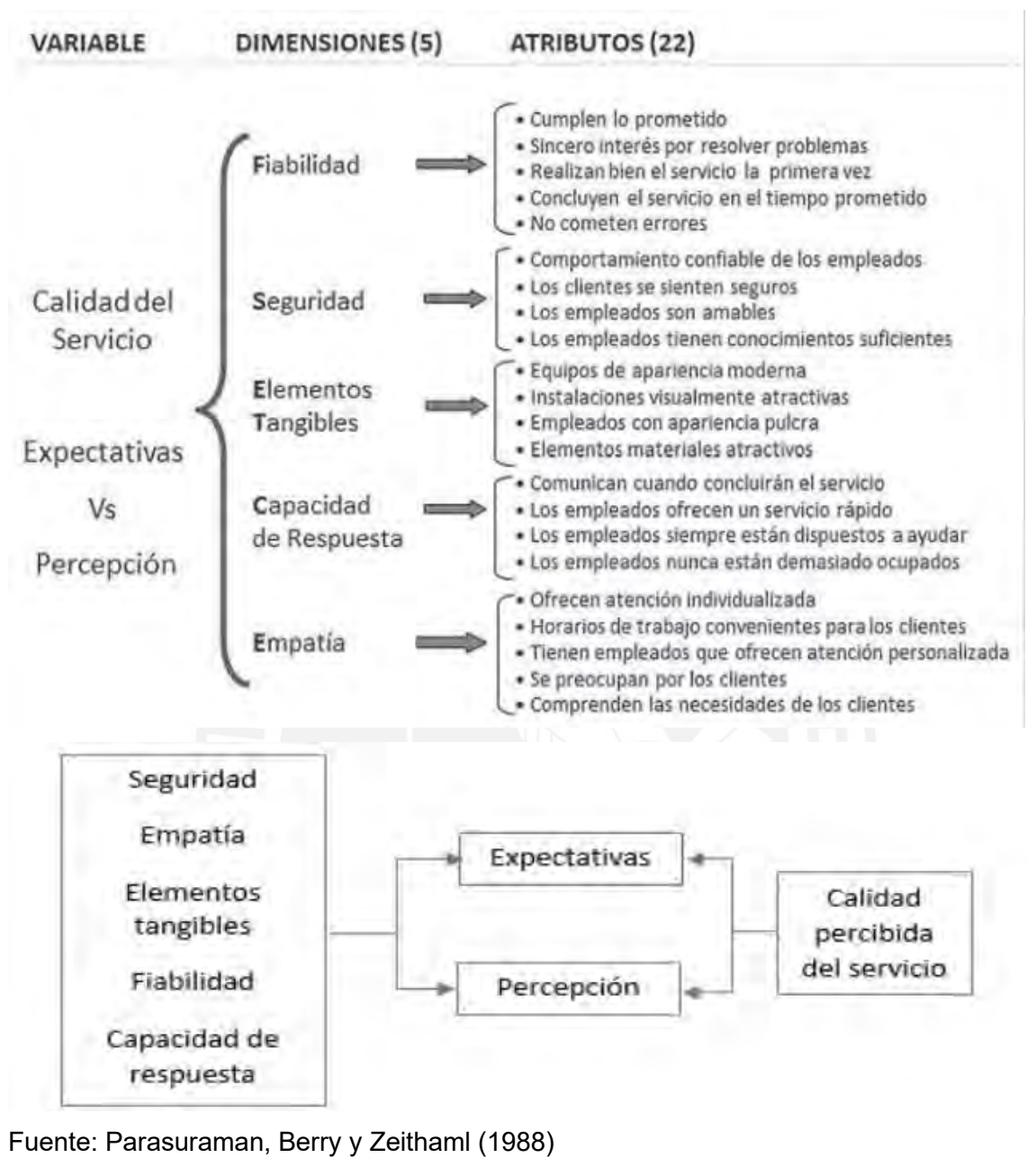
Sin embargo, la viabilidad del modelo está supeditada a su contextualización específica según la realidad organizacional. Saavedra (2021) subraya que, dado su carácter genérico, cada organización debe realizar adaptaciones particulares del instrumento para lograr una comprensión profunda de la satisfacción del cliente en relación con la calidad de servicio que perciben sus usuarios.

Esta necesidad de personalización implica que las instituciones deben realizar ajustes metodológicos que consideren sus particularidades operativas, culturales y del contexto en el que prestan servicios. La adaptación incluye la modificación de dimensiones, la reformulación de ítems y la incorporación de variables específicas del sector o servicio evaluado.

Bajo esta perspectiva adaptativa, el cuestionario SERVQUAL evoluciona hacia una herramienta de diagnóstico personalizada que trasciende la mera medición para convertirse en un sistema de inteligencia organizacional. Su aplicación estratégica permite detectar áreas críticas de mejora, establecer prioridades de intervención y monitorear el impacto de las acciones implementadas.

La versatilidad del modelo facilita su integración con otros sistemas de gestión de calidad, creando sinergias que potencian su efectividad. Asimismo, su capacidad de generar datos longitudinales permite el seguimiento de tendencias y la evaluación del progreso institucional a lo largo del tiempo (Saavedra, 2021).

Figura 2: Modelo SERVQUAL



Fuente: Parasuraman, Berry y Zeithaml (1988)

5.3. Modelo SERVPERF

El modelo SERVPERF constituye un enfoque metodológico centrado exclusivamente en la evaluación de las percepciones del cliente sobre el desempeño del servicio recibido, estableciendo esta medición como el indicador primario para determinar los niveles de satisfacción. Esta aproximación teórica reconoce que la satisfacción del usuario emerge de la disparidad entre las expectativas previas y la experiencia real proporcionada por el servicio o producto.

La dinámica del modelo se fundamenta en un proceso cognitivo continuo donde el cliente establece comparaciones sistemáticas entre sus expectativas iniciales y la vivencia concreta del servicio. Esta evaluación comparativa genera un juicio valorativo que cristaliza en una conclusión específica respecto a su nivel de satisfacción. El proceso implica una evaluación retrospectiva donde la experiencia vivida se convierte en el referente principal para la formulación del juicio de satisfacción.

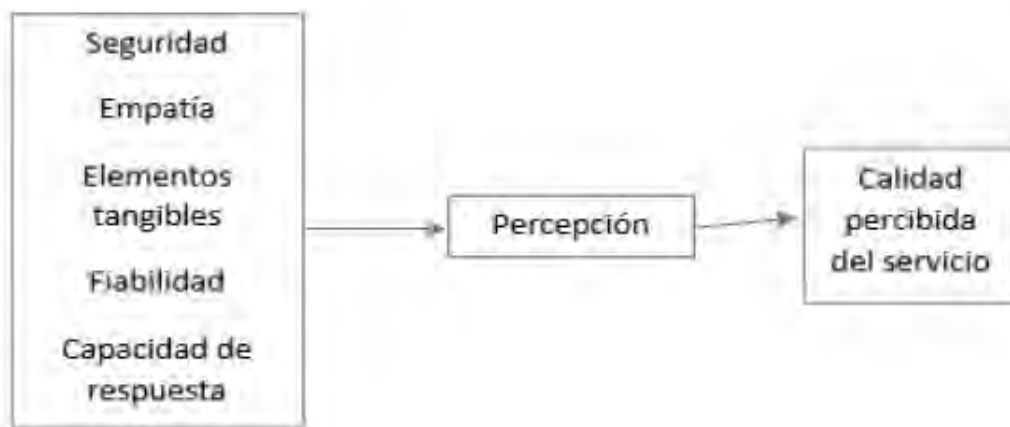
La distinción fundamental del modelo SERVPERF radica en su enfoque unidimensional: mientras otros modelos evalúan tanto expectativas como percepciones, SERVPERF concentra su análisis exclusivamente en las percepciones post-servicio del cliente sobre el desempeño organizacional. Esta decisión metodológica se sustenta en el principio de que la valoración posterior a la experiencia constituye el determinante definitivo del grado de satisfacción del usuario.

Esta simplificación metodológica ofrece ventajas operativas significativas, reduciendo la complejidad del instrumento de medición sin comprometer la validez de los resultados. El modelo asume que las percepciones del desempeño capturan implícitamente la evaluación comparativa que los usuarios realizan respecto a sus expectativas previas (Kotler, 2006).

El instrumento Servperf conserva las cinco dimensiones fundamentales del Servqual: seguridad, empatía, elementos tangibles, fiabilidad y capacidad de respuesta. No obstante, su estructura se limita a 22 afirmaciones enfocadas exclusivamente en evaluar la percepción del servicio recibido y el resultado final del proceso, prescindiendo del análisis de expectativas previas. A diferencia de su predecesor, esta metodología optimiza la implementación del cuestionario al eliminar la duplicidad inherente a las preguntas sobre expectativas. Adicionalmente, proporciona una explicación más robusta de la varianza total en la medición de calidad de servicio y demuestra características más sólidas respecto a la validez del constructo y la eficiencia operativa. Por ello, el modelo Servperf resulta más favorable, al focalizarse exclusivamente en las percepciones y brindar una evaluación más precisa de la calidad percibida (Cronin & Taylor, 1994).

Cronin y Taylor (1994) señalan limitaciones significativas en el modelo Servqual, particularmente en lo que respecta a la complejidad interpretativa para los encuestados y la redundancia en su metodología de medición. Una preocupación fundamental radica en que las expectativas del cliente influyen inevitablemente en sus percepciones, introduciendo un sesgo metodológico considerable. El modelo Servperf surge como una alternativa más robusta al enfocarse exclusivamente en la medición de percepciones, lo que permite una evaluación más precisa y metodológicamente consistente, minimizando los sesgos potenciales en la medición de la calidad del servicio.

Figura 3: Modelo SERVPERF



Fuente: Cronin y Taylor (1994)

Tabla 1: Diferencia entre los Modelos de Medición de Calidad

	Modelo Calidad Percibida (PSQM)	Modelo SERVQUAL	Modelo SERVPERF
Enfoque	Mide calidad técnica, calidad funcional, imagen corporativa	Mide brechas entre expectativas y percepciones.	Mide solo percepciones del servicio recibido.
Dimensiones	Calidad técnica, calidad funcional, imagen corporativa	5 dimensiones: Empatía, Fiabilidad, Seguridad, Capacidad de respuesta, Elementos tangibles	Mismas 5 dimensiones que SERVQUAL.
Instrumento	No especifica instrumentos	22 preguntas sobre expectativas y percepciones	22 afirmaciones sobre percepciones

Tabla 1: Diferencia entre los Modelos de Medición de Calidad (continuación)

Ventajas	Útil para tomar decisiones y reducir brechas de percepción. Enfoque práctico.	Ampliamente utilizado y validado en diversos sectores.	Más ágil y evita redundancia de expectativas.
Desventajas	No sugiere cómo satisfacer al máximo al cliente.	Potencial sesgo por influencia de expectativas.	No considera expectativas del cliente.

Tras revisar los tres modelos presentados, se puede apreciar que el modelo SERVQUAL destaca por su robustez metodológica y amplia aceptación en diversos sectores. Su enfoque en la medición de brechas entre expectativas y percepciones ofrece una visión más completa de la calidad del servicio, proporcionando información valiosa tanto para diagnóstico como para implementación de mejoras. Aunque el modelo SERVPERF presenta ventajas en términos de practicidad y el modelo PSQM aporta una interesante perspectiva sobre la imagen corporativa, el SERVQUAL se ha consolidado como el estándar de referencia internacional debido a su versatilidad, capacidad de adaptación a diferentes contextos y su extensa validación empírica. Su estructura de cinco dimensiones proporciona un marco integral que permite una evaluación sistemática y detallada de los aspectos fundamentales que determinan la calidad del servicio, lo que justifica su amplia adopción y continua relevancia en la investigación.

6. Casos de implementación y tropicalización para el caso peruano

El modelo SERVQUAL, desarrollado por Parasuraman, Zeithaml y Berry en 1988, se ha consolidado como uno de los instrumentos más robustos y extensamente empleados para la medición de la calidad del servicio a nivel internacional. Su fundamentación teórica sólida y su versatilidad metodológica han propiciado su adopción generalizada en investigaciones académicas y aplicaciones profesionales, abarcando tanto el ámbito empresarial privado como el sector público gubernamental.

La transferibilidad del modelo al sector público encuentra ejemplificación destacada en la investigación conducida por García (2019), materializada en su tesis doctoral. Este estudio representa una aplicación metodológicamente rigurosa que incorporó integralmente

las cinco dimensiones estructurales del modelo SERVQUAL: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y aspectos tangibles.

La investigación de García (2019) implementó un proceso de validación metodológica exhaustivo para garantizar la consistencia y confiabilidad de los instrumentos de medición empleados. La robustez técnica del estudio fue certificada mediante evaluación por juicio de expertos, proceso que involucró la valoración crítica de tres especialistas reconocidos en Gestión Pública. Esta triangulación de expertos proporcionó validez de contenido y confirmó la adecuación de los instrumentos al contexto específico de los servicios registrales.

La validación experta obtenida en el estudio de García refuerza empíricamente la vigencia y adaptabilidad del modelo SERVQUAL como herramienta diagnóstica especializada para la evaluación de calidad en entidades gubernamentales. Esta confirmación metodológica demuestra que el modelo mantiene su relevancia conceptual y aplicabilidad práctica en contextos públicos contemporáneos, superando las limitaciones temporales de su desarrollo original y confirmando su capacidad de adaptación a las particularidades operativas del sector público registral.

Tabla 2: Modelo adaptado a instituciones públicas según García (2019)

Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Fiabilidad	Tiempo de espera Atención de acuerdo al orden de llegada Respeto al usuario y su información Calidad de atención Equipos modernos Precisión del trámite	Pésimo Malo Regular Bueno Excelente
Capacidad de respuesta	Amabilidad Conocimiento de los trámites Tiempo de atención	
Seguridad	Calidad de información Resolución de problemas Capacidad de respuesta Capacidad de escuchar y responder las preguntas	
Empatía	Interés por resolver las dudas del usuario Capacidad para informar de forma empática Claridad en las orientaciones sobre los trámites Indicaciones claras precisas Paciencia y comprensión	
Elementos Tangibles	Personal correctamente uniformado Folletería, pantallas de atención y laminas Limpieza y orden de las instalaciones Iluminación del ambiente	

Adaptado de García (2019)

La vigencia del modelo SERVQUAL en la evaluación de instituciones gubernamentales se confirma adicionalmente con la investigación de Saavedra (2021). Esta implementó las cinco dimensiones fundamentales del modelo original de Zeithaml, Parasuraman y Berry, previamente validado por la Zona Registral N° II – Sede Chiclayo en 2015.

El estudio implementó un proceso de adaptación contextualizada específicamente para el sector público. Conforme consta en la investigación, la Unidad de Planeamiento y Presupuesto ejecutó una adecuación del modelo formulado por Zeithaml, Parasuraman y Berry con el propósito de alinearlo a las características particulares de las organizaciones del sector público, toda vez que, según los estudios previos, el modelo SERVPERF había demostrado validez y confiabilidad exclusivamente en entidades de naturaleza privada (Saavedra, 2021).

Con el fin de asegurar la solidez del instrumento modificado, se ejecutó un proceso riguroso de validación a través de pruebas estadísticas específicas, tales como el análisis factorial confirmatorio, el análisis de componentes principales y el coeficiente alfa de Cronbach. Este proceso metodológico permitió reagrupar los ítems originales en nuevas dimensiones contextualizadas y eliminar elementos redundantes.

Los resultados obtenidos fueron estadísticamente contundentes: el nuevo modelo alcanza una confiabilidad del 98%, mientras que los resultados derivados del alfa de Cronbach arrojan un 89.4%, según lo reportado por Saavedra (2021). Estos indicadores demuestran la solidez metodológica del instrumento específicamente adaptado al contexto de instituciones públicas registrales y confirman su validez para medir la calidad en servicios gubernamentales.

Tabla 3: Modelo adaptado a instituciones públicas según Saavedra (2021)

Dimensiones	Ítems	Percepción
Elementos Tangibles	Equipos y materiales Elementos materiales (folletos, similares) Instalaciones físicas Vestimenta	1 – 5
Confianza	Resolución de dudas Información clara de requisitos de trámite Libre de errores Plazo correspondiente	
Seguridad	Confianza Información clara de costos Requisitos adicionales Seguridad al interior de la oficina	
Respuesta	Tiempo de espera en cola Tiempo de solicitud de trámite Información clara sobre los plazos del trámite Mejora en tiempos de espera/entrega de servicio	
Empatía	Personal amable, cortés y respetuoso Personal dispuesto a ayudar Atención del personal durante la solicitud Uso del lenguaje claro y entendible	

Adaptado de Saavedra (2021).

La investigación de Pérez (2022) implementó una metodología que integra el modelo SERVQUAL con un enfoque complementario de satisfacción del usuario. Esta aproximación metodológica representa una evolución en la aplicación del modelo clásico al incorporar dimensiones específicas para la evaluación de la satisfacción ciudadana.

El estudio implementó una estrategia metodológica comprehensiva a través de un cuestionario estructurado que mantiene la fundamentación teórica del modelo SERVQUAL. Conforme documenta la investigación, el instrumento de recopilación de datos se conformó por interrogantes cerradas que abarcaron las cinco dimensiones constitutivas del método SERVQUAL: tangibilidad, capacidad de respuesta, fiabilidad, seguridad y empatía (Pérez, 2022).

Esta estructura instrumental fue enriquecida con tres dimensiones adicionales específicamente diseñadas para evaluar la satisfacción del usuario: rendimiento percibido, expectativas y niveles de satisfacción, creando así un marco evaluativo holístico que trasciende la medición tradicional de calidad.

El instrumento fue aplicado estratégicamente en el Área de orientación y caja de la institución, seleccionando como unidades de análisis a usuarios que solicitaron servicios registrales. Esta focalización permitió un análisis comprehensivo de la experiencia del usuario en puntos críticos de interacción con la entidad registral, facilitando la captura de percepciones tanto sobre la calidad del servicio como sobre los niveles de satisfacción en contextos reales de prestación de servicios públicos.

El componente SERVQUAL del modelo evalúa lo siguiente:

- **Tangibilidad:** Examina aspectos físicos observables como instalaciones, equipamiento, apariencia del personal y materiales informativos, elementos que constituyen la primera impresión del servicio.
- **Capacidad de respuesta:** Analiza la disposición institucional para ofrecer un servicio ágil, considerando aspectos como la comunicación sobre plazos de finalización, velocidad de atención, actitud proactiva del personal y disponibilidad para resolver consultas.
- **Fiabilidad:** Evalúa la consistencia y precisión en la prestación del servicio prometido, incluyendo el cumplimiento de compromisos, la disposición para resolver inconvenientes, la correcta ejecución de procedimientos, el respeto a los tiempos establecidos y la exactitud en los registros.
- **Seguridad:** Valora los elementos que generan confianza en el usuario, como la credibilidad transmitida por el personal, la percepción de seguridad durante los trámites, el trato cortés y el dominio técnico demostrado ante consultas específicas.
- **Empatía:** Mide la capacidad institucional para ofrecer atención individualizada, considerando indicadores como el interés genuino por las necesidades del usuario, la adecuación de los horarios, la personalización del servicio y la comprensión de las expectativas específicas.

El aporte distintivo del estudio de Pérez (2022) radica en la incorporación de tres dimensiones fundamentadas en los principios teóricos de Kotler para evaluar la satisfacción:

La dimensión de rendimiento percibido evalúa la valoración post-servicio mediante tres indicadores estratégicos: la identificación del usuario con el servicio recibido, su apreciación sobre el desempeño del personal que lo atendió y su evaluación sobre la coordinación entre los distintos componentes del servicio.

La dimensión de expectativas examina las proyecciones previas del usuario a través de indicadores como la confianza depositada en el servicio, la influencia de experiencias anteriores y la evaluación del tiempo invertido en la gestión del trámite.

La dimensión de niveles de satisfacción mide el resultado final de la experiencia mediante dos indicadores clave: la satisfacción específica con la atención recibida del personal y la satisfacción general con los servicios institucionales.

Tabla 4: Modelo adaptado a instituciones públicas según Pérez (2022)

Variable: Calidad de servicio	
Dimensiones	Ítems
Tangibilidad	Apariencia de las instalaciones Apariencia de los Equipos Apariencia del personal Apariencia del material asociado al servicio (folletos, formatos, etc.)
Capacidad de respuesta	Información del tiempo en que concluirá el servicio Rapidez y agilidad en el servicio Disposición de ayuda del personal Atención oportuna (suficiente personal)
Fiabilidad	Cumplimiento del servicio Servicio de Calidad Interés de resolver problemas Desempeño adecuado del trabajador El trabajador brinda servicio eficaz
Seguridad	Confianza Credibilidad Amabilidad Competitivo
Empatía	Preocupa por los intereses de los usuarios Horarios adecuados Atención Personalizada Comprende necesidades
Variable: Satisfacción de los usuarios	
Rendimiento percibido	Identificación del personal Desempeño del personal Trabajo Coordinado
Expectativas	Seguridad del usuario Experiencia del personal Tiempo de Espera
Nivel de Satisfacción	Satisfacción con el servicio del personal Satisfacción con el servicio de la institución

Fuente: Pérez (2022)

Para la presente investigación, el cuestionario desarrollado por Pérez (2022) se destaca como el más apropiado por varias razones fundamentales:

- Consistencia teórica: El cuestionario de Pérez mantiene intacta la estructura conceptual del SERVQUAL, respetando sus cinco dimensiones originales (tangibilidad, capacidad de respuesta, fiabilidad, seguridad y empatía) y su enfoque en la evaluación de la calidad del servicio. Esta consistencia teórica garantiza la validez del instrumento desde su fundamentación.
- Adaptación contextualizada: El cuestionario ha sido específicamente adaptado para el contexto de Sunarp en Perú, considerando las particularidades de los servicios registrales públicos. Esta contextualización incluye la adaptación de indicadores y la formulación de preguntas que reflejan las realidades operativas de esta institución.
- Estructura integradora: El cuestionario complementa el enfoque de calidad de servicio con elementos de satisfacción del usuario, pero sin distorsionar la esencia del SERVQUAL. Las dimensiones adicionales (rendimiento percibido, expectativas y niveles de satisfacción) operan como un complemento que enriquece el análisis sin reemplazar la base metodológica original.
- Validación empírica: El instrumento ha sido validado en un contexto similar al de la presente investigación, demostrando propiedades adecuadas y aplicabilidad práctica en oficinas de Sunarp.
- Coherencia metodológica: El cuestionario facilita la recolección de datos que permiten analizar no solo la calidad técnica del servicio, sino también su percepción desde la experiencia integral del usuario, manteniendo la coherencia con el propósito evaluativo del SERVQUAL.

El cuestionario de Pérez no sustituye al SERVQUAL, sino que lo implementa de manera contextualizada, preservando su estructura metodológica mientras incorpora elementos complementarios que enriquecen la evaluación en el ámbito específico de análisis.

Es importante destacar que la elección de este cuestionario no implica que sea mejor que el SERVQUAL original, sino que representa una adaptación apropiada y completa para el contexto específico de los servicios registrales en Perú. El cuestionario de Pérez no sustituye al SERVQUAL, sino que lo implementa de manera contextualizada, preservando su estructura metodológica mientras incorpora elementos complementarios que enriquecen la evaluación en el ámbito específico de estudio.

Esta tropicalización permite capturar las particularidades de los servicios registrales públicos, proporcionando así una base sólida para identificar áreas de mejora y desarrollar estrategias efectivas para optimizar tanto la calidad del servicio como la satisfacción de los usuarios.

CAPÍTULO 3: MARCO CONTEXTUAL

En este capítulo se presenta una visión general de la institución, Sunarp, y se describen las oficinas pertenecientes a la Zona Registral IX – Sede Lima. Además, se detallan los servicios de inscripción de títulos y publicidad registral, así como las modalidades de este último servicio, tanto presencial como virtual. Finalmente, se realiza un análisis interno de la ORLN.

1. Sunarp

La Sunarp constituye una institución fundamental en la estructura registral peruana. Adscrita al Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, su función primordial consiste en la inscripción y publicidad de actos, contratos, derechos y titularidades ciudadanas mediante procedimientos oportunos, inclusivos y eficientes. Esta entidad se distingue particularmente por su decidida apuesta por la transformación digital, orientando sus esfuerzos hacia la provisión de servicios de excelencia caracterizados por su accesibilidad y previsibilidad (Plataforma digital única del Estado Peruano, s/f).

La Sunarp es un organismo público técnico especializado, investido de autonomía funcional, técnica, económica, financiera y administrativa. En esta condición institucional, ejerce la función de ente rector del Sistema Nacional de los Registros Públicos, concentrando las atribuciones de máxima autoridad en materia registral a nivel nacional.

Las competencias institucionales de Sunarp abarcan funciones de carácter normativo, ejecutivo y supervisor. Entre sus atribuciones esenciales se encuentran la formulación, aprobación e implementación de políticas públicas registrales, el desarrollo de marcos normativos técnico-registrales especializados, y la conducción integral de procesos de planificación estratégica institucional.

Asimismo, la entidad ejerce competencias operativas fundamentales que incluyen la organización, dirección, coordinación y supervisión de los procesos de inscripción registral y publicidad de actos jurídicos y contratos. Estas funciones se extienden a todos los registros que conforman el sistema nacional, garantizando la uniformidad, coherencia y calidad de los servicios registrales en el territorio peruano.

El sustento jurídico de Sunarp se establece mediante la Ley N° 26366, norma que define su naturaleza institucional, estructura organizacional y competencias específicas. Este marco legal se complementa con un conjunto de resoluciones administrativas, directivas y lineamientos técnicos que configuran su estatuto orgánico

y delinear sus orientaciones estratégicas institucionales (Plataforma digital única del Estado Peruano).

Sunarp presenta una arquitectura institucional multidimensional que responde a la complejidad de sus competencias registrales. La estructura directiva superior se articula mediante el Consejo Directivo, la Superintendencia Nacional y la Gerencia General, conformando la triada de gobierno institucional responsable de la orientación estratégica y gestión ejecutiva (ver Anexo A).

La organización se complementa con órganos diferenciados según su especialización funcional: unidades de asesoramiento técnico, órganos de apoyo administrativo y órganos de línea operativa. Adicionalmente, incorpora instancias especializadas de alta relevancia: órgano consultivo, órgano de control institucional, órgano de defensa jurídica y el Tribunal Registral como instancia resolutoria de máxima jerarquía.

Esta configuración organizacional sistémica facilita el desarrollo integral y eficiente de las funciones registrales, asegurando la coordinación interorgánica y la optimización de procesos institucionales (Resolución Sunarp, 2022).

Un aspecto destacado de la Sunarp es su presencia a nivel nacional a través de sus órganos desconcentrados. La entidad cuenta con 14 Zonas Registrales distribuidas estratégicamente en todo el país, cada una con una sede principal y varias oficinas registrales. Esta distribución geográfica permite a la Sunarp ofrecer sus servicios de manera descentralizada, acercando la institución a los ciudadanos en diferentes regiones del Perú (Resolución Sunarp, 2022).

La visión institucional de la Sunarp se articula coherentemente con las aspiraciones estratégicas del Sector Justicia y Derechos Humanos, propugnando un modelo de sociedad peruana donde prevalezca el respeto irrestricto a los derechos fundamentales, sustentado en una sólida cultura de legalidad y coexistencia social armoniosa. Esta perspectiva implica la consecución de indicadores reducidos en materia de criminalidad y prácticas discriminatorias, mientras se fortalecen los mecanismos de seguridad jurídica y se garantiza el acceso universal a un sistema de justicia caracterizado por su inclusividad y confiabilidad. La contribución específica de la Sunarp a este paradigma sociojurídico se materializa mediante su función registral especializada, constituyéndose en un elemento estructural determinante para la salvaguarda de los intereses legítimos tanto de la ciudadanía como del Estado peruano en su conjunto (Plataforma digital única del Estado Peruano).

2. Oficinas de la Zona Registral IX – Sede Lima

La Zona Registral N° IX - Sede Lima es una de las 14 zonas registrales que conforman la estructura desconcentrada de la Sunarp. Como órgano desconcentrado, goza de cierta autonomía en sus funciones registrales, administrativas y económicas, siempre dentro de los límites establecidos por la ley y los reglamentos. Su principal objetivo es dirigir, promover y coordinar las actividades de las oficinas registrales bajo su jurisdicción, asegurando que los servicios registrales se brinden de manera eficiente y oportuna (Resolución Sunarp, 2022).

Esta zona registral tiene una amplia cobertura geográfica, abarcando gran parte de Lima Metropolitana y algunas provincias del departamento de Lima. Su sede principal se encuentra en el distrito de Jesús María, y cuenta adicionalmente con distintas oficinas registrales y receptoras distribuidas estratégicamente en diferentes distritos y provincias. Esta distribución permite un acceso más cercano y conveniente a los servicios registrales para los ciudadanos de estas áreas (Resolución Sunarp, 2022).

La Zona Registral N° IX - Sede Lima posee una estructura orgánica compleja, que incluye diversas unidades especializadas como la Jefatura Zonal, el Órgano de Control Institucional, unidades de asesoría jurídica, planeamiento y presupuesto, administración, recursos humanos, tecnologías de la información, comunicaciones e imagen institucional, y una unidad registral. Esta organización le permite gestionar eficientemente sus operaciones y cumplir con los lineamientos establecidos tanto por los órganos rectores de administración interna como por los órganos de línea de la SUNARP en materia registral (Resolución Sunarp, 2022).

2.1. Oficinas Registrales

La Zona Registral IX - Sede Lima de Sunarp cuenta con una extensa red de oficinas que se dividen en dos categorías principales correspondientes a las oficinas registrales de provincias y de Lima. Las oficinas registrales de provincias incluyen Huacho, Huaral, Barranca, Callao y Cañete, atendiendo a las necesidades registrales de las áreas fuera de la capital. Por otro lado, las oficinas registrales de Lima están estratégicamente ubicadas en diversos distritos La Molina, San Isidro, San Miguel, Surco, Lima Norte, San Borja, Santa Anita y Villa El Salvador, proporcionando una cobertura amplia dentro de la ciudad de Lima y sus alrededores.

Tabla 5: Oficinas Registrales de la Zona Registral IX – Sede Lima

Oficina	
Registrales de Provincias	Oficina Registral de Huacho
	Oficina Registral de Huaral
	Oficina Registral de Barranca
	Oficina Registral de Callao
	Oficina Registral de Cañete
Registrales de Lima	Oficina Registral de La Molina
	Oficina Registral de San Isidro
	Oficina Registral de San Miguel
	Oficina Registral de Surco
	Oficina Registral de Lima Norte
	Oficina Registral de San Borja
	Oficina Registral de Santa Anita
	Oficina Registral de Villa El Salvador

2.2. Oficinas Receptoras

Las oficinas Receptoras de Lima ofrecen servicios adicionales en áreas específicas de la capital. Estas incluyen las oficinas de Los Olivos, San Juan de Lurigancho, San Juan de Miraflores, Ventanilla y una oficina receptora del Cercado de Lima. Esta distribución de oficinas registrales y receptoras permite a la Sunarp brindar un servicio más accesible y eficiente a los ciudadanos, facilitando los trámites registrales tanto en las zonas urbanas de Lima como en las áreas provinciales circundantes, y asegurando una cobertura geográfica integral para atender las diversas necesidades de la población en materia de registros públicos.

Tabla 6: Oficinas Receptoras de la Zona Registral IX – Sede Lima

Oficina	
Receptoras de Lima	Oficina Receptora de Los Olivos
	Oficina Receptora de San Juan de Lurigancho
	Oficina Receptora de San Juan de Miraflores
	Oficina Receptora de Ventanilla
	Oficina Receptora de Cercado de Lima

3. Servicios registrales

Según la Plataforma digital única del Estado Peruano – Nuestros registros - Sunarp (s/f), indica lo siguiente respecto a esta sección:

3.1. Inscripción de títulos

La Sunarp desempeña su rol normativo a través de la definición de políticas y lineamientos técnico-registrales, además de administrar integralmente los procedimientos de inscripción y divulgación de actos jurídicos y contratos en los cuatro registros que integran el sistema nacional.

3.1.1. Registro de Personas Naturales

El Registro de Personas Naturales constituye el repositorio oficial para la inscripción de actos y contratos vinculados a los ciudadanos en su condición individual. Su estructura operativa se organiza en cinco categorías especializadas que atienden distintos aspectos de la vida jurídica de las personas naturales:

El Registro Personal documenta actos relacionados con el estado civil, incluyendo divorcios y separaciones patrimoniales. El Registro de Mandatos y Poderes facilita la inscripción, modificación y revocación de poderes legales. El Registro de Testamentos administra la inscripción y modificación de disposiciones testamentarias. El Registro de Sucesiones Intestadas registra las herencias de personas fallecidas sin testamento válido o con testamento declarado nulo. Finalmente, el Registro de Comerciantes atiende la inscripción de empresarios individuales y sus actividades comerciales.

Esta estructura diferenciada proporciona un sistema registral comprehensivo que documenta de manera sistemática los aspectos fundamentales de la vida civil, patrimonial y comercial de los ciudadanos, garantizando la seguridad jurídica y la publicidad de los actos registrales.

3.1.2. Registro de Personas Jurídicas

El Registro de Personas Jurídicas constituye un sistema registral comprehensivo que documenta el ciclo vital completo de entidades societarias y no societarias. Su ámbito de competencia abarca desde los actos constitutivos y estatutarios hasta las modificaciones estructurales y procesos de extinción, incluyendo la formalización del funcionamiento de órganos de gobierno y administración.

La inscripción constitutiva produce el efecto fundamental de otorgar personalidad jurídica, transformando a las entidades en sujetos de derecho con capacidad para adquirir derechos y contraer obligaciones de manera autónoma.

El registro atiende una amplia gama de formas organizativas no societarias: asociaciones, fundaciones, comités, comunidades campesinas y nativas, cooperativas y organizaciones sociales de base. Asimismo, incorpora diversas estructuras societarias como sociedades anónimas, colectivas, en comandita, de responsabilidad limitada y civiles.

Esta diversidad tipológica refleja la complejidad del tejido organizativo empresarial y social, proporcionando un marco registral adaptado a las múltiples formas de organización jurídica del ordenamiento peruano.

3.1.3. Registro de Bienes Muebles

El Registro de Bienes Muebles abarca la inscripción de actos y contratos relacionados con bienes tangibles, transportables y que mantienen su integridad al moverse. Este registro se divide en cinco categorías principales: el Registro de Propiedad Vehicular, que maneja la inscripción y modificaciones de vehículos; el Registro Mobiliario de Contratos, para bienes muebles usados como garantía en préstamos; el Registro de Bienes Muebles general, que publicita la propiedad y gravámenes de diversos bienes muebles; el Registro de Naves y Aeronaves, que incluye la inscripción y transacciones relacionadas con estos vehículos; y el Registro de Embarcaciones Pesqueras y Buques, que cubre la inscripción y cambios de propiedad de estas embarcaciones. Cada subdivisión tiene funciones específicas, proporcionando un sistema completo para registrar y publicitar la propiedad y transacciones de una amplia gama de bienes muebles.

3.1.4. Registro de Propiedad Inmueble

El Registro de Propiedad Inmueble es un sistema integral que documenta actos y contratos relacionados con bienes inmuebles registrables, incluyendo tierras, casas y edificios. Se divide en cuatro categorías principales: el Registro de Predios, que abarca desde habilitaciones urbanas hasta transferencias de propiedad; el Registro de Concesiones para la Explotación de Servicios Públicos, que inscribe concesiones de obras públicas e infraestructura; el Registro de Derechos Mineros, que maneja

concesiones y actos relacionados con la minería; y el Registro de Áreas Naturales Protegidas, que documenta la creación, modificación y gestión de estas áreas. Cada subdivisión tiene funciones específicas, proporcionando un marco completo para registrar y publicitar la propiedad, uso y transacciones de bienes inmuebles, concesiones, derechos mineros y áreas protegidas, reflejando la complejidad y diversidad de los derechos sobre bienes inmuebles en el sistema legal peruano.

A partir de la información proporcionada, se presenta a continuación un cuadro de los 4 registros mencionados anteriormente:

Tabla 7: Servicios registrales de inscripción de títulos

Servicios registrales de inscripción de títulos		
Registro de Personas Naturales	Registro personal	
	Registro de mandatos y poderes	
	Registro de testamentos	
	Registro de sucesiones intestadas	
	Registro de comerciantes	
Registro de Personas Jurídicas	Organizaciones no societarias	Asociaciones
		Fundaciones
		Comités
		Comunidades campesinas y nativas
		Cooperativas
		Organizaciones sociales de base
	Organizaciones societarias	Sociedades Anónimas (abiertas y cerradas)
		Sociedades Colectivas
		Sociedades en Comandita
		Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada
		Sociedades Civiles
	Registro de Bienes Muebles	Registro de propiedad vehicular
		Registro mobiliario de contratos
		Registro de bienes muebles
Registro de naves y aeronaves		
Registro de embarcaciones pesqueras y buques		
Registro de Propiedad Inmueble	Registro de predios	
	Registro de concesiones para la explotación de servicios públicos	
	Registro de derechos mineros	
	Registro de áreas naturales protegidas	

3.2. Publicidad Registral

Según el Reglamento del Servicio de Publicidad Registral (Resolución de la Sunarp N° 281, 2015), indica lo siguiente respecto a esta sección:

3.2.1. Publicidad Formal Simple

La publicidad formal simple ofrece acceso informativo al archivo registral sin firma oficial.

La publicidad formal simple ofrece diversos medios de acceso a la información registral. Estos incluyen la exhibición directa de títulos archivados en las oficinas registrales, la visualización digital de partidas o títulos en terminales específicos, la obtención de copias informativas de documentos registrales, la búsqueda en índices informatizados utilizando datos estructurados, y la emisión de boletas informativas con datos de los asientos registrales. Cada método tiene sus particularidades: la exhibición requiere precauciones para preservar los documentos, la visualización utiliza formatos digitales, las copias pueden ser parciales o totales, las búsquedas se basan en datos específicos, y las boletas informativas proporcionan información resumida. Todos estos medios están diseñados para facilitar el acceso a la información registral sin necesidad de certificación oficial.

3.2.2. Publicidad Formal Certificada

La publicidad formal certificada constituye un documento oficial con firma autorizada que acredita la información contenida en los registros públicos, otorgándole plena validez jurídica para su utilización en procedimientos tanto públicos como privados.

La obtención de publicidad formal certificada se realiza mediante dos modalidades principales. El certificado literal reproduce de manera íntegra o parcial los documentos que obran en el archivo registral, proporcionando una copia fiel de la documentación inscrita.

El certificado compendioso, por su parte, presenta un resumen estructurado de la información registral contenida en la partida correspondiente. Este formato incluye datos relevantes como titularidad de derechos, gravámenes existentes, cargas registrales y otros aspectos jurídicos pertinentes. La variedad de certificados compendiosos disponibles permite adaptar la información certificada a las necesidades específicas del solicitante. Un ejemplo dentro de esta categoría destaca el certificado registral inmobiliario (CRI), un documento oficial que proporciona información detallada sobre diversos aspectos de un bien.

En el ámbito de las afectaciones patrimoniales, encontramos el certificado de cargas y gravámenes, un instrumento que documenta específicamente las limitaciones y obligaciones vigentes que recaen sobre una propiedad.

La certificación registral también se manifiesta a través de dos modalidades complementarias: el certificado positivo, que confirma la presencia de una inscripción específica en los registros jurídicos, y su contraparte, el certificado negativo, que constata la ausencia de dicha inscripción en el sistema registral. Dentro de esta gama de certificaciones, los certificados de vigencia cumplen una función temporal específica, al validar que un determinado acto jurídico o derecho mantiene su eficacia legal al momento preciso de la emisión del documento.

4. Modalidades de la publicidad registral

4.1. Publicidad registral presencial

Es el acto mediante el cual, cualquier persona, natural o jurídica, pueden acceder y examinar la información contenida específicamente en los documentos del archivo registral.

Para solicitar el servicio, el usuario debe dirigirse a la ventanilla de Publicidad o de Orientación. Allí, completará el Formato de Solicitud de Publicidad (ver Anexo B), proporcionando datos esenciales como su identificación, el servicio requerido, el registro correspondiente, y la información específica del bien o persona jurídica en cuestión. Es imprescindible presentar el Documento Nacional de Identidad (DNI) y efectuar el pago de los derechos, cuyas tarifas varían según el tipo de publicidad (certificada o no certificada) y se actualizan anualmente conforme al valor de la UIT (ver Anexo C). Opcionalmente, el solicitante puede incluir su correo electrónico o número telefónico. Los plazos de expedición del servicio dependen de la naturaleza de la solicitud, oscilando entre la entrega inmediata para exhibiciones de títulos archivados o visualización de partidas, hasta un máximo de tres (03) días hábiles, salvo disposiciones institucionales contrarias.

4.2. Publicidad registral virtual – SPRL

Según el Reglamento de la Sunarp (Resolución de la Sunarp N° 281, 2015), indica lo siguiente respecto a esta sección:

El SPRL es una plataforma digital que permite a los usuarios gestionar certificados, copias y otros documentos registrales desde la comodidad de su hogar u oficina. Para acceder a este servicio, los usuarios deben estar suscritos, contar con credenciales de acceso y cumplir con las condiciones de uso establecidas (ver Anexo

D) (Plataforma digital única del Estado Peruano – SPRL, 2021). El SPRL ofrece dos tipos principales de publicidad: la publicidad formal simple, que incluye búsquedas en índices informatizados, visualización e impresión de partidas registrales y títulos archivados, y boletas informativas del Registro de Propiedad Vehicular; y la publicidad formal certificada, que abarca una variedad de certificados específicos.

El procedimiento para obtener publicidad formal simple es inmediato y automático, sin requerir intervención de un funcionario. En cambio, la publicidad formal certificada implica la revisión y elaboración por parte de un registrador o abogado certificador. Los plazos de expedición para la publicidad certificada generalmente se atienden el mismo día de la solicitud, excepto aquellas presentadas después de las 13:00 horas o que requieran un plazo mayor debido a su extensión o complejidad, sin exceder los tres (03) días hábiles. Este servicio en línea aplica los mismos requisitos y plazos que la publicidad registral presencial.

El SPRL ofrece una amplia gama de servicios digitales para acceder a información registral. Estos incluyen certificados positivos y negativos, certificados de vigencia, búsquedas de índices, visualización de partidas registrales y copias informativas de títulos archivados para los diferentes registros: Personas Naturales, Bienes Muebles, Propiedad Inmueble y Personas Jurídicas. Esta plataforma digital permite a los usuarios obtener diversos tipos de certificados y realizar consultas de manera remota, facilitando el acceso a la información registral desde cualquier lugar y en cualquier momento.

A partir de la información proporcionada, se presenta a continuación un cuadro para distinguir los servicios de publicidad registral para los 4 registros de manera desglosada:

Tabla 8: SPRL y el APP SUNARP

Servicios de publicidad registral en línea	
Registro de Personas Naturales	Certificado de vigencia de designación de apoyo
	Certificado de vigencia de nombramiento de curador
	Certificado de vigencia de poder de persona natural
	Certificado positivo de inscripción de testamento
	Certificado negativo de inscripción de testamento
	Certificado positivo del registro de sucesión intestada
	Certificado negativo del registro de sucesión intestada
	Certificado positivo del registro de unión de hecho
	Certificado negativo del registro de unión de hecho
	Certificado negativo del registro personal
Registro de Personas Jurídicas	Certificado de vigencia de órgano directivo
	Certificado de vigencia de persona jurídica
	Certificado de vigencia de poder de persona jurídica
	Certificado positivo de la persona jurídica
	Certificado negativo de persona jurídica
Registro de Bienes Muebles	Boleta informativa
	Certificado de cargas y gravámenes del registro de embarcaciones pesqueras
	Certificado de cargas y gravámenes del registro público de aeronaves
	Certificado positivo del registro de propiedad vehicular
	Certificado negativo del registro de propiedad vehicular
	Certificado registral vehicular
Registro de Propiedad Inmueble	Base gráfica registral
	Certificado de cargas y gravámenes del registro de predios
	Certificado positivo de predios
	Certificado negativo de predios
	Certificado Registral Inmobiliario - CRI
Otros	Búsquedas en general
	Exhibición de títulos archivados y planos
	Visualización de tomos

Adaptado de Cartilla lista SPRL APP Sunarp

Como parte de este estudio, se solicitó a Sunarp información detallada sobre la publicidad registral atendida de forma virtual. Los datos obtenidos abarcan el período de agosto a diciembre de 2023 y de enero a julio de 2024 (ver Anexo E). El análisis de esta información revela un panorama completo de los diversos servicios de publicidad registral ofrecidos en línea, incluyendo certificados de vigencia, certificados literales, certificados positivos o negativos de distintos registros, entre otros. Esta data permite observar las tendencias mensuales en la demanda de cada tipo de servicio, así como comparar el volumen de solicitudes entre los dos años consecutivos, proporcionando una visión clara de la evolución y el uso de los servicios de publicidad registral virtual en Sunarp.

5. Oficina Registral de Lima Norte

La ORLN, inaugurada el 16 de febrero de 2015, representa un hito importante en la modernización y descentralización de los servicios de la Sunarp en Perú. Esta oficina, ubicada estratégicamente en el Centro Comercial Plaza Norte, en el distrito de Independencia, fue concebida como la primera oficina modelo del país con un horario extendido, diseñada para atender a cerca de 3 millones de ciudadanos en la zona norte de Lima (Oficina General de Comunicaciones – Sunarp, 2015).

Con un área construida de 451 m², la oficina ofrece una amplia gama de servicios registrales, incluyendo inscripciones, publicidad registral y asesoramiento para la constitución de empresas. Su horario de atención extendido, que incluye fines de semana, busca facilitar el acceso a los servicios registrales para los emprendedores y ciudadanos de la zona. Durante el horario regular, se atienden trámites como presentación de solicitudes de inscripción, calificación de títulos y diversos servicios de publicidad registral, mientras que en el horario extendido se enfoca en la recepción de solicitudes de publicidad y expedición de documentos (Oficina General de Comunicaciones – Sunarp, 2015).

En enero de 2024, la Sunarp consolidó su estrategia de modernización institucional con la inauguración del Centro Digital de Servicios Gratuitos "Clic Sunarp". Esta innovadora plataforma incorpora un espacio interactivo que facilita a los usuarios el acceso gratuito a prestaciones digitales como "Conoce Aquí", "Alerta Registral" y "Síguelo". Complementariamente, se habilitó la sala Emprende SACS, un área especializada destinada al asesoramiento integral para la constitución empresarial, complementada con servicios de consulta de títulos archivados y en trámite (Agencia Andina, 2024).

La creación de la ORLN va más allá de simplemente mejorar el acceso a los servicios registrales, representando un claro ejemplo de la política del Estado para

acercar los servicios públicos a los ciudadanos. Su posicionamiento estratégico en una relevante área comercial en expansión, que comprende los distritos de Carabaylo, Ancón, Puente Piedra, San Martín de Porres, Santa Rosa, Comas, Independencia y Los Olivos, la posiciona como un centro fundamental para impulsar la formalización empresarial y el crecimiento económico en la zona norte de Lima. Esta iniciativa demuestra el firme compromiso de la Sunarp con la modernización de la gestión pública y la mejora constante en la calidad de los servicios que ofrece a los ciudadanos (Agencia Andina, 2024).

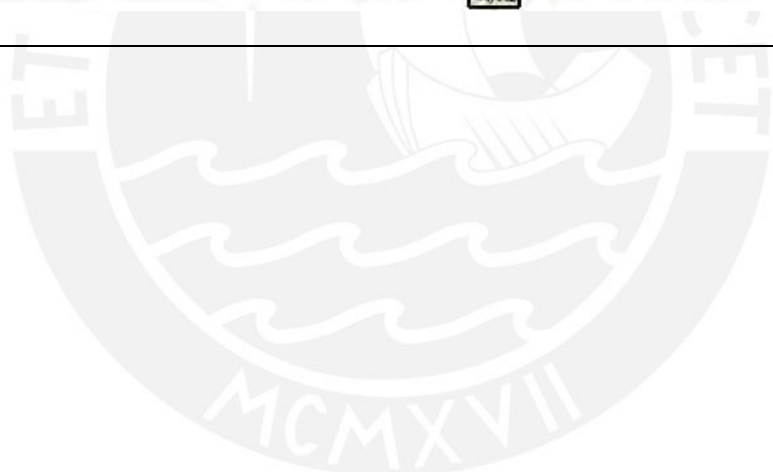
El análisis de los datos de la ORLN revela una considerable afluencia de usuarios. Durante los últimos cinco meses de 2023, se atendieron 82,406 usuarios, mientras que, de enero a julio de 2024, esta cifra ascendió a 160,126 (ver Anexo F). En cuanto a la inscripción de títulos, se procesaron 11,483 en el periodo mencionado de 2023 y 15,166 en el de 2024. Respecto a la publicidad registral, se gestionaron 34,627 solicitudes en los últimos meses de 2023 y 47,642 en los primeros siete meses de 2024. Estos números reflejan un alto nivel de actividad en esta oficina, destacando la importancia de su rol en la gestión registral y la satisfacción de las necesidades de los usuarios en la región.

La ORLN muestra una significativa actividad en la atención presencial de servicios de publicidad registral durante el período de agosto a diciembre de 2023 y enero a julio de 2024 (ver Figura 8). Los datos revelan una demanda constante en diversos tipos de servicios, siendo los más solicitados los certificados literales de predios, con 7,850 solicitudes en 2023 y 11,935 en los siete meses del 2024. También se observa una alta demanda en servicios como certificados literales SARP, búsqueda catastral de predios y certificados de vigencia de poder. Esta información refleja la importancia continua de los servicios presenciales en esta oficina, a pesar de la creciente disponibilidad de opciones virtuales, indicando que muchos usuarios aún prefieren o necesitan realizar trámites de manera presencial para ciertos tipos de publicidad registral.

Figura 4: Publicidad registral atendida presencialmente durante agosto – diciembre 2023 y enero – julio 2024 en la ORLN

CANAL	SERVICIO	LIMA NORTE - OF. REG.														Total general		
		2023							2024									
		jun	jul	ago	set	oct	nov	dic	Total 2023	ene	feb	mar	abr	may	jun		jul	Total 2024
PRESENCIAL	CERTI. LITERAL - PREDIOS	1452	1502	1,725	1,706	1,275	1,699	844	7,893	1,820	1,712	1,545	1,843	1,734	1,582	1,719	12,985	29,785
	CERTI. LITERAL - SARP	1446	1526	1,996	1,772	1,598	1,603	703	7,634	1,596	1,639	1,289	1,690	1,340	1,316	1,527	10,357	17,391
	CERTI. LITERAL - PN	542	610	695	535	597	620	312	2,779	626	653	502	650	603	572	599	4,205	6,384
	CERTI. LITERAL - PJ	540	608	669	622	597	626	318	2,822	580	523	493	638	578	497	545	3,853	6,675
	BUSQUEDA (MASIVOS) - PREDIOS	1038	1056	1,281	1,129	1,340	1,105	312	4,867	234	291	69	121	71	47	87	699	5,866
	BUSQUEDA AUTOMATIZADA - PREDIOS	3	17	11	10	21	40	233	515	822	720	662	792	750	663	772	5,181	5,496
	CERT. POSITIVO - POR TITULAR	274	257	426	375	427	505	359	3,033	686	616	629	431	301	278	451	3,372	5,464
	CERT. DE VIGENCIA (PODER) - PJ	390	411	406	409	437	433	237	1,912	470	420	391	444	406	348	338	2,876	4,788
	BOLETA INFORMATIVA	402	343	447	413	386	404	234	1,864	362	346	259	391	372	257	309	2,296	4,160
	CERT. NEGATIVO DE SUCESION INTESTADA	223	287	302	256	277	274	135	1,258	280	264	288	265	284	282	268	1,934	3,172
	CERTIFICADO NEGATIVO DE TESTAMENTO	221	275	287	253	263	255	124	1,182	269	252	276	255	262	260	265	1,838	3,021
	DUPLICADO DE TARJ. PROPIEDAD - VEHICULAR	306	304	349	262	294	308	134	1,547	240	200	230	267	222	188	239	1,586	2,933
	CERTIF.VIGENCIA - MANDATOS Y PODERES	171	213	199	207	206	197	170	1,328	231	220	227	252	240	172	235	1,597	2,525
	CERT. NEGATIVO - PREDIOS	156	163	234	181	201	247	146	1,009	231	218	271	211	168	165	221	1,485	2,494
	BUSQUEDA AUTOMATIZADA - NATURALES	137	150	208	163	134	180	88	775	182	199	197	225	195	198	227	1,423	2,196
	BUSQUEDA - PREDIOS	0	0	0	0	7	0	14	21	247	216	156	178	213	216	281	1,507	1,528
	BUSQUEDA - VEHICULAR	131	98	119	142	108	136	65	570	179	36	77	138	127	76	113	806	1,376
	CERTIFICADO NEGATIVO DE UNION DE HECHO	85	89	109	88	98	100	48	445	103	82	93	115	109	105	117	724	1,167
	BUSQUEDA (MASIVOS) - PJ	179	162	141	162	178	163	65	709	43	38	43	49	42	27	47	289	399
	VISUALIZACION - PREDIOS	88	81	86	98	92	90	40	406	71	64	66	82	116	73	78	550	356
	CERTI. LITERAL DE TESTAM. INTERDICT. DIVORCIO - PN	90	78	77	82	81	88	51	579	73	87	82	81	65	74	82	544	923
	CERTI. LITERAL - VEHICULAR	79	69	73	84	57	58	32	304	74	66	44	66	60	73	90	483	767
	CERT. REGISTRAL INMOBILIARIO - PREDIOS	36	53	74	68	56	62	21	281	58	54	55	45	62	45	55	374	635
	BUSQUEDA - PN	103	98	71	67	80	68	34	320	62	54	48	36	32	31	28	291	611
	BUSQUEDA CATASTRAL	88	47	49	45	58	41	17	210	29	35	35	38	46	48	37	268	478
	CERTI. LITERAL FOMOS-PREDIOS	38	34	55	40	36	57	20	208	48	38	22	41	55	35	21	260	469
	COPIA INF. - PREDIOS	41	27	100	72	32	35	15	294	45	30	25	26	26	30	30	212	446
	CERT. REGISTRAL INMOBILIARIO - SARP	25	26	62	40	28	27	19	176	20	25	29	29	24	23	28	176	352
	DUPLICADO FORMULARIO SOLICITUD INSCRIPCION	41	26	48	43	23	32	22	168	31	32	25	28	32	19	16	183	351
	CERTI. LITERAL TIT. ARCHIV. x HDIA - PREDIOS	25	20	19	26	14	40	7	106	15	26	36	30	41	28	45	219	325
	VISUALIZACION - SARP	29	43	40	31	46	30	10	157	29	24	14	17	26	29	29	168	325
	VISUALIZACION - PJ	29	27	23	21	29	20	15	108	13	20	17	22	17	14	26	129	237
	CERT. DE GRAVAMEN - VEHICULAR	26	27	26	34	29	19	9	117	24	14	15	24	12	9	21	119	236
	CERT. NEGATIVO DE PROPIEDAD - VEHICULAR	14	13	13	17	12	32	12	86	27	20	14	19	18	20	25	141	227
	BUSQUEDA - PJ	0	0	0	0	1	2	0	3	51	42	31	32	14	13	16	198	202
	CERTI. LITERAL DE PARTIDA ELECT. - RMC	20	27	37	19	24	12	6	88	21	13	9	24	16	17	9	108	197
	CERT. VIGENCIA - APOYO	13	9	15	15	10	19	16	75	15	13	12	23	22	13	16	114	189
	COPIA INF. - SARP	19	16	24	41	6	13	7	91	7	14	14	9	11	16	20	91	182
	CERT. VIGENCIA - CURADOR	13	10	16	11	28	14	12	81	18	9	12	6	16	15	16	92	173
	EXHIBICION O LECTURA DE TITULO ARCHIVADO	0	0	0	0	0	0	0	0	1	6	19	22	24	40	40	152	152
BUSQUEDA AUTOMATIZADA - JURIDICA	0	0	0	0	1	3	5	9	23	15	12	28	13	15	16	122	131	
CERT. NEGATIVO DEL REGISTRO PERSONAL	6	12	9	7	10	6	1	55	9	8	4	7	13	15	10	66	39	
CERT. DE GRAVAMEN - FICHAS - PREDIOS	7	3	3	43	4	8	1	99	6	7	4	1	3	9	6	34	93	
CERT. DE VIGENCIA DEL ORGANISMO DE LA PERSONA JURIDICA	6	5	8	8	9	12	9	42	7	6	7	9	3	3	7	42	84	
CERTI. LITERAL TIT. ARCHIV. x HDIA - PN	2	6	5	0	5	2	3	15	5	6	5	18	8	14	9	66	90	
CERT. DE VIGENCIA (PERS. JURIDICA) - PJ	6	4	5	6	5	4	2	22	7	5	3	9	4	4	10	42	64	
CERTI. LITERAL ARCHIV. SID - PREDIOS	0	0	0	0	1	2	1	4	6	10	7	4	9	13	8	57	61	
VISUALIZACION TIT. ARCHIVADO DIGIT Y SID - PREDIOS	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	12	3	10	23	11	61	61	
CERTI. LITERAL TIT. ARCHIV. x HDIA - PJ	3	4	3	1	3	5	5	17	2	5	3	8	6	8	4	36	53	
CERTI. LITERAL ARCHIV. SID - PN	0	0	0	0	0	3	1	4	0	16	4	6	3	12	7	48	52	
DUPLICADO FORMULARIO SOLICITUD ATENCION PUBLICIDAD	3	5	9	2	3	4	4	22	2	4	9	2	1	4	1	23	45	
RECORD (HISTORIAL) - VEHICULAR	9	0	6	2	6	1	1	16	1	0	6	10	3	1	6	27	43	
LECTURA TITULO PENDIENTE / EN TRAMITE	0	0	0	0	0	0	1	1	1	8	8	1	6	7	10	41	42	
CERTIFICADO LITERAL LOCAL - VEHIC	6	4	4	6	2	2	2	16	1	7	1	7	2	3	5	26	42	
CERT. POSITIVO - VEHICULAR	2	0	2	1	0	4	4	11	9	1	3	4	1	6	3	27	38	
CERT. POSITIVO DE SUCESION INTESTADA	3	3	1	2	0	5	4	12	2	2	4	5	3	3	6	25	37	
CERTI. LITERAL ARCHIV. SID - PJ	0	0	0	0	1	2	0	3	3	4	3	6	7	3	4	30	38	

CERT. DE GRAVAMEN - SARP	3	3	4	1	2	5	0	12	1	5	3	2	4	5	1	21	33
COPIA INFORM. DE TIT. ARCHIVADO	5	2	3	1	2	0	6	12	2	2	4	1	1	3	3	14	26
EXHIB. O LECTURA DE TIT. ARCHIV. - PJ	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2	8	1	9	4	26	26
CERTIF. NEGATIVO - REG. MANDATOS Y PODERES	2	2	5	2	2	0	0	9	0	1	5	4	1	1	3	15	24
CERTI. LITERAL - TOMOS - PJ	1	3	1	3	1	2	1	8	3	3	1	2	3	0	2	14	22
COPIA INF. DE TOMOS - PREDIOS	4	3	6	1	0	1	1	9	6	1	0	2	0	0	3	12	21
CERTI. LITERAL - TOMOS - PN	2	1	3	0	2	3	0	9	0	1	2	1	1	1	1	7	19
VISUALIZACION TIT. ARCHIVADO DIGITAL Y SID - PN	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	1	5	3	2	13	19
VISUALIZACION - PN	3	2	1	1	2	3	0	7	0	0	0	1	2	3	0	6	19
EXHIBICION O LECTURA DE TIT. ARCHIVADO - PN	0	0	0	0	0	0	0	0	4	1	1	1	0	3	4	12	12
VISUALIZACION TIT. ARCHIVADO DIGITAL Y SID - PJ	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	1	2	4	1	12	12
VERIFICADORES - PUBLICIDAD	2	0	1	0	1	1	1	4	3	0	1	0	1	3	1	7	11
CERT. NEGATIVO INSC. PERSONA JURIDICA	2	2	0	1	0	0	1	2	0	1	1	1	0	0	5	8	10
CERTIFICADO POSITIVO DE TESTAMENTO	0	0	0	0	1	0	0	1	3	1	0	1	0	3	2	8	9
COPIA INF. - PJ	3	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1	0	2	2	1	7	7
CERT. LITERAL ARCHIVADO DIGITAL Y SID CERT - PN	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	3	0	0	3	0	7	7
CERTI. LITERAL ARCHIVADO SID - RPV	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1	0	1	1	5	5	5
REGRABACION DE SERIE -MOTOR -VEHICULAR	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	3	0	4	5
CERTIFICADO POSITIVO DE UNION DE HECHO	2	0	0	0	0	0	1	1	0	3	0	0	0	0	0	3	4
CERT. POSITIVO - POR INMUEBLE																	
COPIA INF. TIT. ARCHIV. SID - PREDIOS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	0	1	4	4
CERTIF. VIGENCIA - REG. PERSONAL	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	3	2	3	4
VERIFICADORES - INSCRIPCION	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	3	0	2	3
CERTI. LITERAL ARCHIVADO - RMC	0	0	1	0	1	0	0	2	0	0	0	1	0	0	0	1	3
CERT. NEGATIVO - RMC	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	3	0	2	2
COPIA INF. TIT. ARCHIV. SID - PN																	
CERT. POSITIVO DEL REGISTRO PERSONAL	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	2
COPIA INF. - PN	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	2
DUPLICADO FORMULARIO - SECCION	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	2	2
CERTI. LITERAL - TOMOS - PN (COMPENDIOSO)	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	2
VERIFICADORES - CERTIFICADO DE ACREDITACION	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1
CERT. REGISTRAL DE SUCESIONES - PN	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
COPIA INF. - TOMOS - PJ																	
CERTI. LITERAL FICHAS - PREDIOS	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1
COPIA INF. - RMC	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
								44,442								63,817	108,259



CAPÍTULO 4: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En el presente apartado se detalla la metodología empleada para la investigación. Primero, se describe el alcance, el enfoque y el diseño del estudio. A continuación, se explican las técnicas de recolección de datos y el proceso de selección de la muestra.

1. Alcance de la investigación

Esta investigación adopta un diseño predominantemente correlacional, dirigido a examinar la interacción entre la calidad del servicio de publicidad registral presencial y el nivel de satisfacción de los usuarios en la ORLN de Sunarp. Según Hernández y Baptista (2014), este enfoque correlacional tiene como propósito fundamental determinar el grado de vinculación existente entre dos o más variables en un contexto específico de estudio.

El análisis se centra en la correspondencia entre las dimensiones de calidad del servicio establecidas por el modelo SERVPERF y los indicadores de satisfacción del usuario. Para ello, se emplea como referente el estudio integrador de Pérez (2022), que facilita el examen conjunto de ambas variables, permitiendo tanto su medición individual como la cuantificación de su interrelación.

Para verificar la relación entre la calidad del servicio de publicidad registral presencial y la satisfacción del usuario en la ORLN, se formulan hipótesis específicas basadas en las dimensiones del estudio de Pérez (2022). El análisis de estas hipótesis permitirá determinar la existencia, naturaleza y magnitud de la relación entre estos constructos, proporcionando elementos fundamentales para la mejora continua de los servicios registrales ofrecidos por Sunarp. A continuación, se presentan las hipótesis que guiarán esta investigación:

- **Hipótesis General:** Las dimensiones de la calidad de servicio tienen una relación con la satisfacción del usuario.
- **Hipótesis Específica 1:** La dimensión “Elementos Tangible” de la calidad de servicio tiene una relación significativa con la variable satisfacción del usuario de la ORLN que realizan trámites de publicidad registral.
- **Hipótesis Específica 2:** La dimensión “Capacidad de Respuesta” de la calidad de servicio tiene una relación significativa con la variable satisfacción del usuario de la ORLN que realizan trámites de publicidad registral.
- **Hipótesis Específica 3:** La dimensión “Fiabilidad” de la calidad de servicio tiene una relación significativa con la variable satisfacción del usuario de la ORLN que realizan trámites de publicidad registral.

- **Hipótesis Específica 4:** La dimensión “Seguridad” de la calidad de servicio tiene una relación significativa con la variable satisfacción del usuario de la ORLN que realizan trámites de publicidad registral.
- **Hipótesis Específica 5:** La dimensión “Empatía” de la calidad de servicio tiene una relación significativa con la variable satisfacción del usuario de la ORLN que realizan trámites de publicidad registral.

2. Enfoque de la investigación

De acuerdo con Hernández y Baptista (2014), la presente investigación adopta un enfoque mixto, combinando elementos tanto cuantitativos como cualitativos. Desde la perspectiva cuantitativa, se emplea la recolección de datos numéricos a través de una encuesta adaptada del estudio de Pérez (2022), con el propósito de medir la calidad percibida de los servicios de publicidad registral presencial en la ORLN de la Sunarp y su relación con la satisfacción del usuario. Este enfoque permite probar hipótesis mediante análisis estadísticos, buscando establecer patrones de comportamiento y relaciones entre las variables de estudio. La aplicación de métodos cuantitativos posibilita la obtención de datos precisos y objetivos sobre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, facilitando la generalización de resultados y la identificación de tendencias.

Complementariamente, el componente cualitativo de la investigación se orienta a la recolección y análisis de datos no numéricos, con el fin de profundizar en la comprensión de las percepciones, experiencias y expectativas de los usuarios respecto al servicio de publicidad registral presencial. Este enfoque permite explorar aspectos subjetivos y contextuales que influyen en la calidad del servicio y la satisfacción, proporcionando una visión más holística del fenómeno estudiado. La combinación de ambos enfoques en un diseño mixto posibilita una comprensión más completa y robusta de la realidad investigada, aprovechando las fortalezas de cada metodología y compensando sus limitaciones individuales.

3. Horizonte Temporal de la Investigación

De acuerdo con Ponce y Pasco (2015), el horizonte temporal de la presente investigación es de carácter transversal, ya que se enfoca en recolectar información en un periodo específico, comprendido entre agosto de 2023 y julio de 2024. Esta elección metodológica permite capturar una "fotografía" de la calidad del servicio de publicidad registral presencial y su relación con la satisfacción del usuario en la ORLN de la Sunarp durante ese lapso. La selección de este periodo responde a la disponibilidad de información actualizada y pertinente proporcionada por la institución, lo que posibilita un análisis preciso y representativo de la realidad estudiada. Además, el enfoque en un año completo ofrece una

visión integral de la dinámica del servicio, minimizando posibles sesgos por factores estacionales o coyunturales. Este diseño transversal es apropiado para los objetivos de la investigación, permitiendo obtener una comprensión detallada de la situación actual del servicio y la satisfacción de los usuarios en un momento específico del tiempo.

4. Técnicas de recolección de información y estrategias para el análisis de información

4.1. Técnicas de recolección de información

De acuerdo con Ponce & Pasco (2015), la principal técnica de recolección de información para esta investigación será la encuesta, que tiene una orientación fundamentalmente cuantitativa. Esta técnica se caracteriza por aplicar un conjunto estandarizado de preguntas a una muestra amplia de personas, con el propósito de obtener información precisa y homogénea sobre la calidad del servicio de publicidad registral presencial y la satisfacción del usuario en la ORLN de la Sunarp. El cuestionario utilizado se basará en una adaptación del estudio de Pérez (2022), empleando una escala Likert de 5 puntos para medir las percepciones de los usuarios sobre diferentes aspectos del servicio recibido (ver Anexo H).

Complementariamente, se empleará la técnica cualitativa de encuesta, lo cual es coherente con el enfoque mixto adoptado en la investigación. Específicamente, se realizarán encuesta con preguntas estructuradas a los servidores públicos de la ORLN, por medio de *Google Forms*, lo que permitirá obtener datos más detallados y profundos sobre las experiencias y percepciones tanto de los usuarios como del personal que brinda el servicio (ver Anexo H). La inclusión de esta técnica cualitativa representa una innovación metodológica en el estudio de la calidad del servicio en SUNARP, ya que las investigaciones previas que han aplicado el modelo, en su mayoría Sunarp, en esta institución, se han limitado a un enfoque puramente cuantitativo.

La combinación de técnicas cuantitativas y cualitativas en esta investigación permitirá aprovechar las fortalezas de ambos enfoques obteniendo la percepción por un lado de los usuarios y por otro lado de los funcionarios públicos quienes tienen un espacio de comunicación directa con el usuario. Mientras que el cuestionario proporcionará datos cuantitativos precisos y generalizables sobre la calidad del servicio y la satisfacción, las técnicas cualitativas ofrecerán *insights* más profundos sobre las razones subyacentes a las percepciones de los usuarios y potenciales áreas de mejora. Esta estrategia de recolección de datos mixta permitirá una triangulación de la información, aumentando la validez y confiabilidad de los hallazgos de la investigación sobre el servicio de publicidad registral presencial en la ORLN de la Sunarp.

4.2. Estrategias para el análisis de información

4.2.1. Instrumentos cualitativos

Esta investigación adoptó un diseño metodológico basado en entrevistas estructuradas como instrumento fundamental para la recopilación de datos cualitativos. Esta aproximación sistemática permitió examinar y validar las interrelaciones entre las dimensiones de calidad del servicio y los niveles de satisfacción propuestos en el estudio de aplicación de Pérez (2022), a partir de las experiencias manifestadas por los usuarios que acuden a realizar trámites de publicidad registral en la ORLN. El empleo de esta metodología proporcionó un panorama exhaustivo del fenómeno bajo estudio, generando un marco analítico robusto para evaluar cómo los diversos aspectos de la calidad del servicio inciden en la experiencia y el grado de satisfacción de los usuarios.

4.2.2. Entrevistas Estructuradas

De acuerdo con Hernández y Baptista (2014), las entrevistas estructuradas constituyen un método sistemático de recopilación de información en el cual el investigador conduce la interacción mediante un protocolo de interrogantes previamente definido. En el contexto de una investigación sobre la calidad de servicio y satisfacción de usuarios en la ORLN de la Sunarp, se aplicaron entrevistas estructuradas a diversos funcionarios públicos, incluyendo al jefe de la oficina y personal de áreas como orientación, caja, mesa de partes y digitación (ver Anexo H). Este enfoque permitió acceder a información interna valiosa y privada del establecimiento, contribuyendo directamente a la consecución de los objetivos de la investigación. La estructura rígida de estas entrevistas facilitó la obtención de datos uniformes y comparables, que luego pudieron ser contrastados con la información externa proporcionada por los usuarios. Este proceso de cruce de datos internos y externos fue fundamental para verificar la relación entre las variables de calidad de servicio y satisfacción de los usuarios que realizan trámites de publicidad registral, proporcionando así una base sólida para el análisis y las conclusiones del estudio.

4.2.3. Instrumentos cuantitativos

La encuesta se estructura en tres segmentos principales. El primero se enfoca en aspectos demográficos y el perfil del usuario de la ORLN de la Sunarp, con el objetivo de obtener información y características detalladas de los encuestados. El segundo segmento comprende las 28 preguntas del estudio de Pérez (2022), diseñadas para recopilar datos sobre la calidad del servicio percibida por la muestra seleccionada. El tercer y último segmento consta de 8 preguntas relacionadas con la satisfacción del usuario, destinadas a recabar información específica sobre esta variable. Para facilitar la comprensión y el análisis, la Tabla 5 presenta un resumen de las variables utilizadas y sus códigos correspondientes.

Tabla 9: Variables de la investigación resumidas y codificadas

DIMENSIÓN	VARIABLE	CÓDIGO
Elementos Tangibles	¿Cómo califica las instalaciones físicas (edificio, salas de espera, oficinas) de la Oficina Registral de Lima Norte en términos de limpieza, orden y atractivo visual?	ET1
	¿La Oficina Registral de Lima Norte cuenta con equipos modernos y materiales (folletos, formatos, etc.) visualmente atractivos y útiles para la atención?	ET2
	¿Cómo califica la presentación y uniformidad del personal de la Oficina Registral de Lima Norte?	ET3
	¿Las áreas de atención y espera de la Oficina Registral de Lima Norte son cómodas, bien iluminadas y ventiladas?	ET4
DIMENSIÓN	VARIABLE	CÓDIGO
Capacidad de Respuesta	¿Cómo calificaría la calidad de atención del personal de la Oficina Registral de Lima Norte?	CR1
	¿Cómo calificaría la competencia profesional del personal de la Oficina Registral de Lima Norte en términos de su conocimiento de los trámites?	CR2
	¿Cómo consideraría usted el tiempo que le brindó el servidor público para contestar sus dudas o preguntas sobre trámite?	CR3
	¿Cómo califica la rapidez y puntualidad en la prestación del servicio en la Oficina Registral de Lima Norte?	CR4
	¿Cómo calificaría la cantidad de personal disponible para atender a los usuarios de manera oportuna?	CR5
DIMENSIÓN	VARIABLE	CÓDIGO
Fiabilidad	¿Cómo calificaría el cumplimiento de los plazos prometidos para la entrega de servicios de publicidad registral por el personal de la Oficina Registral de Lima Norte?	FI1
	¿Cómo evaluaría la capacidad del personal para resolver sus dudas o problemas en la Oficina Registral de Lima Norte?	FI2
	¿Cómo evaluaría la precisión del personal de la Oficina Registral de Lima Norte en el procesamiento y resolución de su trámite en la primera visita?	FI3

Tabla 9: Variables de la investigación resumidas y codificadas (continuación)

DIMENSIÓN	VARIABLE	CÓDIGO
Seguridad	¿Cómo califica la calidad de la información proporcionada por el personal de la Oficina Registral de Lima Norte al explicar los procedimientos y detalles referentes a su trámite (plazos, costos, requisitos)?	SE1
	¿Cómo calificaría el nivel de confianza y seguridad que le inspira el comportamiento del personal de la Oficina Registral de Lima Norte?	SE2
	¿Cómo calificaría la seguridad y comodidad que siente dentro de las instalaciones de la Oficina Registral de Lima Norte?	SE3
DIMENSIÓN	VARIABLE	CÓDIGO
Empatía	¿Cómo calificaría el nivel de empatía del personal en términos de su esfuerzo por entender sus necesidades particulares y brindar una atención personalizada?	EM1
	¿Qué tan claras fueron las indicaciones brindadas por el personal sobre los trámites que realizó?	EM2
	¿Cómo calificaría la conveniencia de los horarios de atención de la Oficina Registral de Lima Norte para realizar sus trámites?	EM3
	¿Cómo calificaría la paciencia y comprensión del personal al atender sus consultas o dificultades durante el trámite?	EM4
DIMENSIÓN	VARIABLE	CÓDIGO
Rendimiento Percibido	¿Cómo califica la identificación del personal de la Oficina Registral de Lima Norte con usted?	RP1
	¿Cómo califica el desempeño del personal de la Oficina Registral de Lima Norte?	RP2
	¿Cómo califica la coordinación en el trabajo del personal de la Oficina Registral de Lima Norte?	RP3
DIMENSIÓN	VARIABLE	CÓDIGO
Expectativa	¿Cómo califica la seguridad brindada por el personal de la Oficina Registral de Lima Norte al realizar sus trámites?	EX1
	¿Cómo califica la experiencia del personal de la Oficina Registral de Lima Norte para brindar el servicio?	EX2
	¿Cómo califica el tiempo de espera que le brindó el personal de la Oficina Registral de Lima Norte para realizar su trámite?	EX3

Tabla 9: Variables de la investigación resumidas y codificadas (continuación)

DIMENSIÓN	VARIABLE	CÓDIGO
Expectativa	¿Cómo califica el tiempo que le tomó gestionar el trámite en la Oficina Registral de Lima Norte para realizar su trámite?	EX4
DIMENSIÓN	VARIABLE	CÓDIGO
Nivel de Satisfacción	En la experiencia obtenida, ¿cómo califica el servicio que le brindó el personal de la Oficina Registral de Lima Norte?	NS1
	En la experiencia obtenida, ¿cómo califica el servicio que le brindó la institución en general de la Oficina Registral de Lima Norte?	NS2

a. Análisis de datos cuantitativos

Alfa de Cronbach

El Alfa de Cronbach constituye un coeficiente estadístico fundamental para evaluar la fiabilidad y consistencia interna de escalas compuestas por múltiples ítems. Rositas (2014) define este coeficiente como un estimador de la fiabilidad de escalas aditivas formadas por diversos indicadores que representan los niveles de un constructo específico. El criterio de aceptabilidad establece que valores de 0.70 o superiores indican consistencia interna adecuada, aunque para investigaciones exploratorias se consideran aceptables valores desde 0.60.

5. Selección Muestral

La determinación muestral se orienta hacia usuarios que solicitan servicios de publicidad registral presencial en la ORLN de Sunarp. Conforme a las recomendaciones de Rositas (2014), el tamaño muestral apropiado debe representar entre 5 y 10 veces el número de ítems del instrumento.

Considerando que el cuestionario comprende 28 preguntas totales (19 correspondientes al modelo SERVQUAL y 9 de satisfacción), se estableció un tamaño muestral máximo de 352 encuestados. Esta decisión se alinea con los lineamientos de Rositas, quien recomienda que para estudios basados en escalas Likert con más de 20 ítems, la muestra oscile entre 100 y 400 participantes.

El muestreo empleado en esta investigación es de tipo probabilístico estratificado, lo que permite que cada usuario de la ORLN tenga la misma probabilidad de ser seleccionado para participar en el estudio. Para determinar el tamaño final de la muestra, se tomó como referencia una población de 242,532 personas atendidas en dicha oficina durante el período 2023-2024. Aplicando la fórmula de tamaño muestral con un nivel de confianza del 95%, un

margen de error del 5% y una desviación estándar (Z) de 1.96, se obtuvo una muestra final de 311 encuestados; sin embargo, se aplicó el cuestionario a 352 usuarios de la ORLN. Este tamaño de muestra supera ligeramente el máximo inicialmente planteado de 311, lo cual contribuye a reforzar la representatividad y confiabilidad de los resultados obtenidos.

La selección de esta muestra busca garantizar que se obtenga información representativa sobre la calidad percibida del servicio de publicidad registral presencial en la ORLN. Al utilizar un muestreo probabilístico estratificado, se asegura que diferentes segmentos de usuarios estén adecuadamente representados en la muestra. Esto permite obtener una visión más completa y precisa de las percepciones de calidad y satisfacción de los usuarios. Además, el tamaño de muestra seleccionado cumple con los criterios recomendados tanto por la literatura académica como por expertos en el campo, lo que fortalece la validez y generalización de los hallazgos del estudio. La aplicación rigurosa de estos criterios en la selección muestral contribuye significativamente a la robustez metodológica de la investigación.

Figura 5: Fórmula de tamaño muestral

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

Donde:

n = Tamaño de la muestra.

N = Tamaño de la población.

P= Proporción de éxito

Q = Proporción de fracaso

Z = Nivel de confianza.

E = Error.

Fuente: Pérez (2022)

6. Etapas metodológicas de la investigación

El desarrollo metodológico de esta investigación se estructuró en tres fases fundamentales, cada una con objetivos y procesos específicos. La fase inicial comprendió una minuciosa exploración y selección de literatura especializada vinculada con la temática

de estudio. Durante esta etapa, se consultaron diversas fuentes secundarias, abarcando tanto investigaciones empíricas como fundamentos teóricos, con el propósito de establecer y delimitar el alcance de la investigación. En este primer momento, la atención se concentró en conceptualizar la calidad del servicio de publicidad registral en la ORLN.

No obstante, esta aproximación preliminar evidenció limitaciones para contextualizar y delimitar adecuadamente el objeto de estudio, principalmente debido a la complejidad inherente al concepto de calidad, que mantenía cierta ambigüedad conceptual. Para superar esta barrera metodológica, se implementaron entrevistas exploratorias con el funcionario responsable de la oficina registral y diversos especialistas en materias de calidad, servicios y áreas afines. Este proceso de consulta experta reveló la necesidad fundamental de analizar la percepción de calidad en estrecha vinculación con la satisfacción del usuario. Esta perspectiva inicial resultó crucial para refinar la definición temática y establecer los lineamientos metodológicos más apropiados.

La segunda etapa involucró el perfeccionamiento del instrumento de recolección de datos y la ejecución del trabajo de campo. Una vez que el instrumento fue completamente afinado, se procedió a la recolección de información crucial para el estudio. Esta fase fue fundamental para garantizar la calidad y relevancia de los datos obtenidos.

En la etapa final del estudio, se desarrolló un exhaustivo procesamiento y análisis de los datos obtenidos. Esta fase crucial permitió examinar sistemáticamente cada componente del modelo de investigación aplicado, presentando los descubrimientos más significativos del estudio. Durante este segmento, se examinaron meticulosamente los resultados derivados de la encuesta fundamentada en el estudio propuesto por Pérez (2022), diferenciando cada variable contemplada en dicho marco teórico para determinar con precisión el grado de percepción cualitativa manifestado por los usuarios de la ORLN. Este análisis generó una comprensión integral sobre la calidad del servicio percibida y su correlación directa con los niveles de satisfacción experimentados por los usuarios.

CAPÍTULO 5: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

En esta sección se analizan los resultados derivados de la aplicación de los instrumentos metodológicos seleccionados para evaluar los indicadores de calidad de servicio y satisfacción de los usuarios. La investigación se estructura mediante un esquema tripartito secuencial: en primer término, se caracteriza detalladamente el sujeto de investigación; seguidamente, se articulan los resultados del análisis descriptivo fundamentado en los parámetros establecidos por el estudio de calidad y satisfacción desarrollado por Pérez (2022); como fase conclusiva, se desarrolla un análisis estadístico correlacional entre las variables constitutivas del modelo y el indicador de satisfacción integral manifestado por los usuarios que frecuentan la ORLN.

1. Análisis cuantitativo

El análisis de datos obtenidos de 352 participantes reveló múltiples atributos significativos que contribuyen de manera fundamental a la comprensión del perfil de usuarios del servicio de publicidad registral presencial en la ORLN de Sunarp. Estos hallazgos proporcionan elementos clave para caracterizar a la población usuaria y contextualizar los resultados de la investigación.

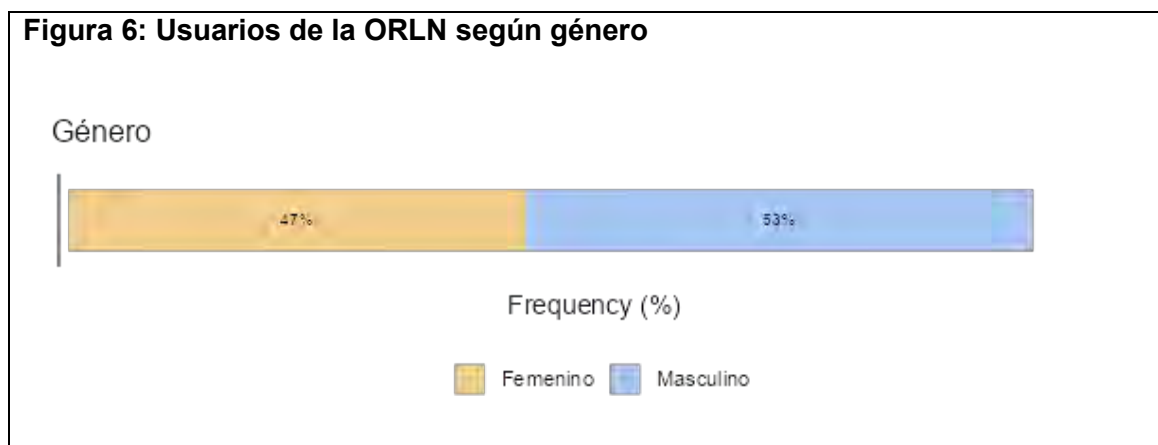
1.1. Género de los encuestados

En esta sección se muestra la distribución de los usuarios por género en términos de cantidades y porcentajes, ver Tabla 6 y Figura 10. La mayoría de los usuarios se han concentrado en personas del género masculino, representando alrededor del 53% del total, mientras que las mujeres constituyen el 47%. Estos resultados indican una ligera predominancia de los hombres en la muestra, lo que podría ser relevante para interpretar las tendencias y comportamientos observados en el estudio.

Tabla 10: Tabla de frecuencias de género

Género	Frecuencias	% del Total
Femenino	167	47.4 %
Masculino	185	52.6 %

Figura 6: Usuarios de la ORLN según género



1.2. Edades del sujeto de estudio

La muestra analizada en esta investigación abarca un grupo etario que oscila entre los 21 y 69 años, representando la diversidad generacional de usuarios que acuden a la ORLN. Para facilitar un análisis más sistemático de la distribución por edades, se establecieron cuatro segmentos poblacionales: el grupo de adultos jóvenes (21-29 años), el grupo de adultos emergentes (30-39 años), el grupo de adultos intermedios (40-59 años) y el grupo de adultos mayores (60-69 años). Esta segmentación etaria se encuentra detallada en la Tabla 7 y se visualiza gráficamente en la Figura 11.

El análisis de la distribución etaria revela un predominio significativo del segmento de adultos emergentes, quienes constituyen el 36.9% de los encuestados según los datos registrados en la Tabla 11, proporción que se refleja de manera consistente en la representación gráfica de la Figura 11 con un 37%.

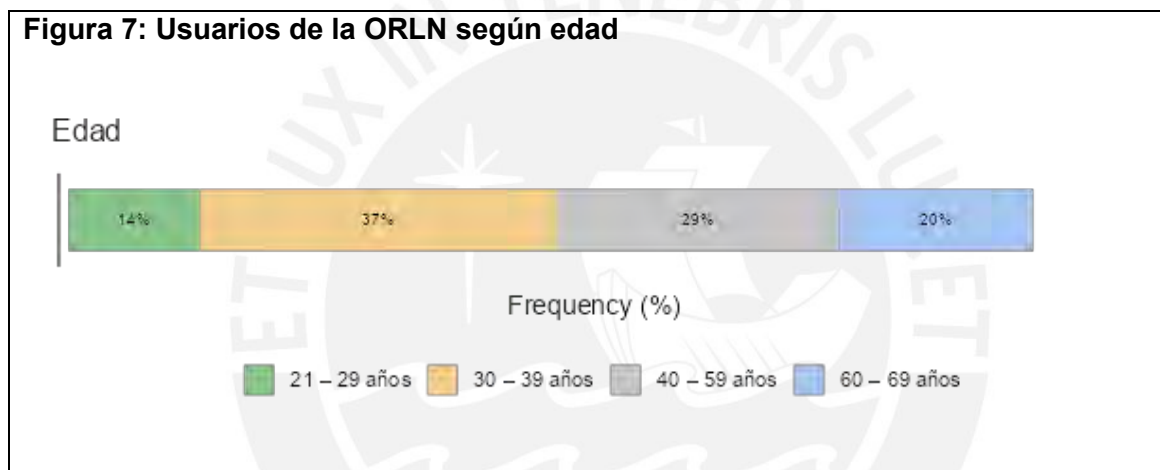
La composición demográfica se completa con una presencia sustancial del grupo de adultos intermedios, que representa el 29.3% de la muestra, seguido por el segmento de adultos mayores con un 20.2%, mientras que el grupo de adultos jóvenes completa la distribución con un 13.6%. Esta estratificación etaria evidencia una notable diversidad generacional entre los usuarios, con una marcada concentración en las edades de mayor actividad laboral y económica, característica que se alinea naturalmente con la naturaleza de los servicios demandados en una oficina registral.

La visualización gráfica presentada en la Figura 6 corrobora esta distribución, destacando la preponderancia del segmento de 30-39 años y proporcionando una clara representación de las proporciones relativas de cada grupo etario en el universo de usuarios de la ORLN.

Tabla 11: Tabla de frecuencias de edad

Edad	Frecuencias	% del Total
21 – 29 años	48	13.6 %
30 – 39 años	130	36.9 %
40 – 59 años	103	29.3 %
60 – 69 años	71	20.2 %

Figura 7: Usuarios de la ORLN según edad



1.3. Frecuencia de asistencia anual de los usuarios a la Sunarp

El análisis de la frecuencia de visitas anuales a la ORLN se categorizó en dos segmentos principales: usuarios con asistencia ocasional (1 a 5 visitas anuales) y usuarios con asistencia frecuente (6 a 10 visitas anuales).

Los datos recopilados y presentados en la Tabla 8 revelan una marcada predominancia del grupo de asistencia ocasional, que representa el 89.8% de los encuestados, mientras que el segmento de usuarios frecuentes constituye el 10.2% restante. Esta distribución se visualiza claramente en la Figura 12, donde la representación gráfica confirma que nueve de cada diez usuarios realizan entre una y cinco visitas anuales, mientras que solo uno de cada diez acude a la oficina entre seis y diez veces al año.

Este hallazgo es relevante, ya que muestra que la gran mayoría de los encuestados son ciudadanos que realizan sus trámites de manera directa en la Oficina Registral, con una frecuencia relativamente baja a lo largo del año. Esta tendencia

sugiere que se trata principalmente de usuarios que gestionan sus propios trámites personales o familiares, diferenciándose de los tramitadores profesionales o gestores que típicamente mostrarían una frecuencia de visitas más alta por la naturaleza de su actividad.

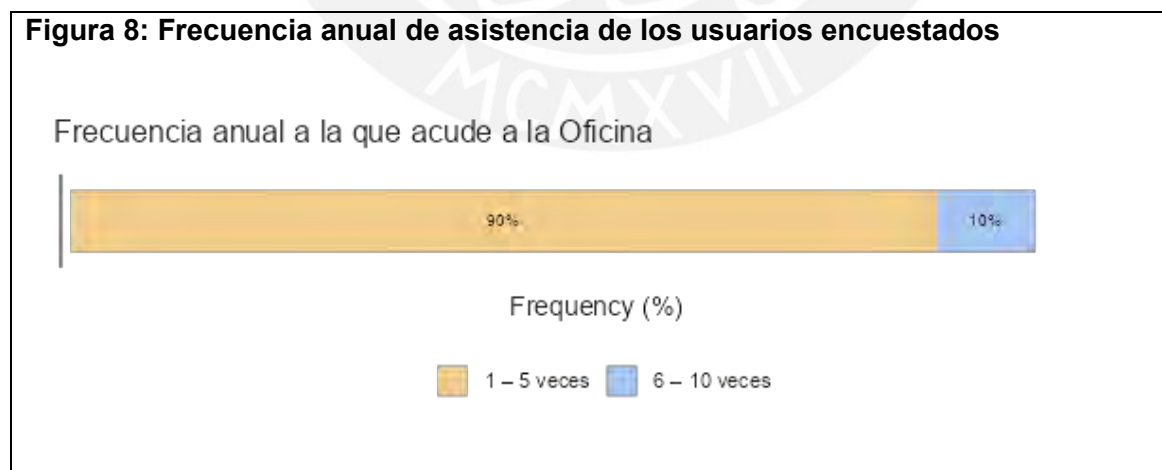
La alta proporción de usuarios que asisten de 1 a 5 veces al año sugiere que los servicios ofrecidos por la ORLN son utilizados de manera esporádica por la mayoría de la población, posiblemente para trámites específicos o actualizaciones periódicas. Por otro lado, el pequeño porcentaje que asiste con mayor frecuencia podría representar a usuarios con necesidades más regulares o complejas, como profesionales que requieren servicios registrales de manera recurrente.

Esta información es valiosa para la planificación y gestión de la Oficina Registral, ya que permite anticipar la demanda de servicios y optimizar la atención al público, considerando que la mayoría de los usuarios no son visitantes frecuentes.

Tabla 12: Tabla de frecuencias de asistencia a la Oficina

Frecuencia anual a la que acude a la Oficina	Frecuencias	% del Total
1 – 5 veces	316	89.8 %
6 – 10 veces	36	10.2 %

Figura 8: Frecuencia anual de asistencia de los usuarios encuestados



1.4. Público al que pertenece los usuarios encuestados

Es importante hacer la distinción del tipo de público al que pertenecen los usuarios encuestados de la ORLN. Como se puede observar en la Tabla 9 y la Figura 13, los usuarios se dividen en dos categorías principales: personas naturales y personas jurídicas.

En la Tabla 9, se presenta que la gran mayoría de los usuarios, específicamente el 92.6% (326 usuarios), corresponde a personas naturales. Por otro lado, solo el 7.4% (26 usuarios) son representantes de personas jurídicas. Esta información se corrobora visualmente en la Figura 13, donde se aprecia claramente la predominancia de las personas naturales con un 93% frente al 7% de personas jurídicas.

Estos datos son relevantes para la investigación, ya que revelan que la ORLN atiende principalmente a individuos que realizan trámites a título personal. Sin embargo, es importante destacar que, aunque en menor proporción, también presta servicios a entidades legales o empresas.

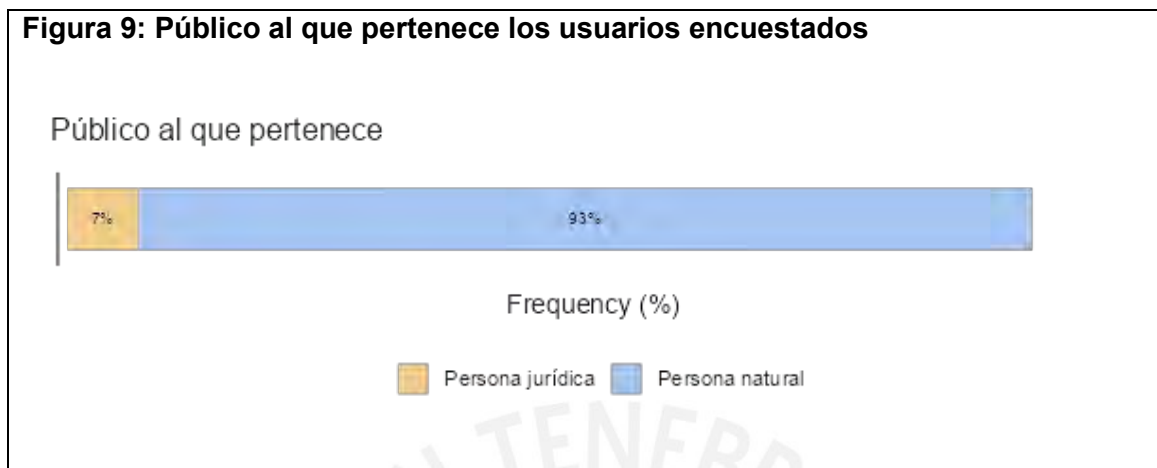
La marcada diferencia entre estos dos grupos sugiere que los servicios de la Oficina Registral son utilizados mayoritariamente para trámites personales. No obstante, la presencia de un pequeño pero significativo porcentaje de personas jurídicas indica que la oficina también juega un papel importante en trámites empresariales y corporativos.

Esta información es valiosa para la planificación y gestión de la Oficina Registral, ya que permite optimizar la distribución de recursos y servicios. Por ejemplo, se podría implementar un sistema de ventanillas diferenciadas, donde la mayoría esté dedicada y especialmente adaptada para atender y orientar a personas naturales, con personal capacitado para explicar los procedimientos de manera clara y accesible. Estas ventanillas podrían contar con material informativo simplificado que facilite la comprensión de los trámites más comunes. Al mismo tiempo, se pueden mantener ventanillas especializadas para atender los requerimientos más específicos y técnicos de las personas jurídicas, asegurando así un servicio eficiente para ambos tipos de usuarios.

Tabla 13: Tabla de frecuencias del Público al que pertenece

Público al que pertenece	Frecuencias	% del Total
Persona jurídica	26	7.4 %
Persona natural	326	92.6 %

Figura 9: Público al que pertenece los usuarios encuestados



1.5. Servicio solicitado por los usuarios encuestados

Por último, es importante analizar los tipos de servicios solicitados por los usuarios de la ORLN. Como se observa en la Tabla 10 y la Figura 14, la oficina ofrece una variedad de servicios para atender las diversas necesidades de los usuarios.

En la Tabla 10 y la Figura 14, se puede observar que el servicio más solicitado es la "Copia certificada o literal de Predios", representando el 28.7% del total de solicitudes. Este dato sugiere que una gran parte de los trámites están relacionados con propiedades inmuebles. Le siguen en frecuencia la "Búsqueda vehicular" con un 12.8% y el "Duplicado de tarjeta de propiedad vehicular" con un 10.2%, indicando que los trámites relacionados con vehículos también son significativos.

Otros servicios con demanda notable incluyen el "Certificado de Vigencia de poder" (8.8%), la "Búsqueda de persona natural" (6.8%), y el "Certificado Positivo de Predios" (5.7%). Por otro lado, servicios como el "Certificado Negativo de Registro de Personal" (0.3%) y la "Copia literal de persona natural" (0.3%) muestran una demanda mucho menor.

Estos datos son relevantes para la investigación, ya que revelan un desequilibrio crítico entre las áreas de mayor demanda y la actual distribución del personal en la Oficina Registral. Si bien la oficina ofrece una amplia gama de trámites para satisfacer diversas necesidades, la asignación de recursos humanos no responde eficientemente a los patrones de demanda identificados, especialmente en servicios altamente solicitados como el relacionado con predios (28.7%). Esta situación se agrava por la falta de capacitación previa del personal, quienes adquieren el conocimiento de los procedimientos durante la atención misma al público, lo que podría impactar negativamente en la calidad del servicio y los

tiempos de atención. Los hallazgos sugieren la necesidad urgente de reestructurar la distribución del personal y establecer un programa de capacitación formal, priorizando las áreas con mayor afluencia de usuarios, sin descuidar la atención de los trámites menos frecuentes.

Tabla 14: Tabla de frecuencias del servicio solicitado

Servicio solicitado	Frecuencias	% del Total
Boleta informativa	18	5.1 %
Búsqueda catastral	12	3.4 %
Búsqueda de persona jurídica	7	2.0 %
Búsqueda de persona natural	24	6.8 %
Búsqueda de predios	10	2.8 %
Búsqueda vehicular	45	12.8 %
Certificado Negativo de Registro de Personal	1	0.3 %
Certificado Negativo de Sucesión Intestada	13	3.7 %
Certificado Negativo de Testamento	16	4.5 %
Certificado Positivo de Predios	20	5.7 %
Certificado Positivo de Propiedad Vehicular	17	4.8 %
Certificado de Vigencia de poder	31	8.8 %
Copia certificada o literal de Predios	101	28.7 %
Copia literal de persona natural	1	0.3 %
Duplicado de tarjeta de propiedad vehicular	36	10.2 %

Figura 10: Servicio solicitado por los usuarios encuestados



1.6. Resultados del análisis de confiabilidad y validez del constructo

1.6.1. Alfa de Cronbach

Para evaluar la consistencia interna del instrumento, se calculó el coeficiente alfa de Cronbach para cada componente del constructo. Los resultados, presentados en la Tabla 15, revelan que la mayoría de los valores superan el umbral de aceptación de 0.70, indicando una coherencia significativa entre los elementos que conforman cada factor.

Tabla 15: Estadísticas de Fiabilidad

Factor	Alfa de Cronbach α
Elementos Tangibles	0.850
Capacidad de Respuesta	0.826
Fiabilidad	0.834
Seguridad	0.789
Empatía	0.804
Rendimiento Percibido	0.367
Expectativas	0.805
Nivel de satisfacción	0.799

Sin embargo, se observó que el constructo "Rendimiento Percibido" presentó un valor de $\alpha = 0.367$, significativamente por debajo del umbral aceptable. En consecuencia, se tomó la decisión de eliminar este factor para mantener la integridad y fiabilidad del instrumento.

Tras este ajuste, los factores considerados para el análisis final, junto con sus respectivos valores de alfa de Cronbach, se presentan en la Tabla 12:

Tabla 16: Estadísticas de Fiabilidad final

Factor	Alfa de Cronbach α
Elementos Tangibles	0.850
Capacidad de Respuesta	0.826
Fiabilidad	0.834
Seguridad	0.789
Empatía	0.804
Expectativas	0.805
Nivel de satisfacción	0.799

1.6.2. Análisis Factorial Confirmatorio (AFC)

Para evaluar la validez del constructo, se realizó un AFC considerando los ítems de los 7 constructos restantes del estudio de Pérez adaptado. Los resultados de las medidas de ajuste se presentan en la Tabla 13:

Tabla 17: Medidas de Ajuste

	CFI	TLI	RMSEA
Valor	0.943	0.933	0.0552

Estos resultados indican que todos los indicadores de ajuste son aceptables, encontrándose dentro de los rangos esperados. El RMSEA (0.0552) es menor a 0.08, evidenciando un ajuste adecuado a la muestra. Los índices comparativos CFI (0.943) y TLI (0.933) son superiores a 0.9, respaldando la validez del modelo.

Estos hallazgos permiten concluir que el cuestionario adaptado del estudio de Pérez presenta evidencias suficientes de validez para su aplicación en este campo de estudio, ajustándose adecuadamente a los datos recolectados.

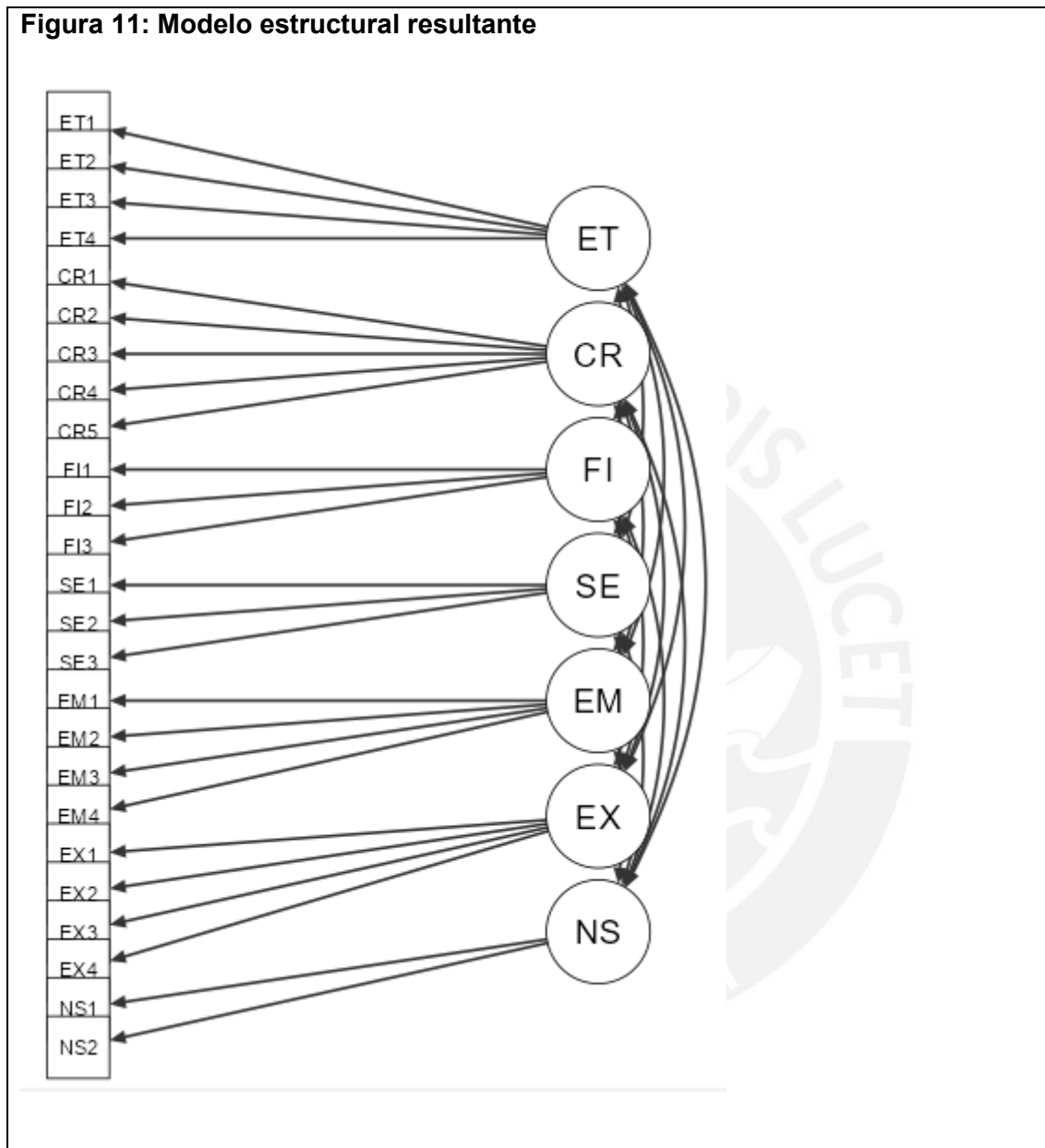
La Figura 15 ilustra el modelo estructural resultante, proporcionando una representación visual de las relaciones entre los constructos y sus respectivos ítems. Este diagrama muestra la estructura final del estudio de Pérez modificado, que consta de siete constructos principales representados por círculos: ET (Elementos Tangibles), CR (Capacidad de Respuesta), FI (Fiabilidad), SE (Seguridad), EM (Empatía), EX (Expectativas) y NS (Nivel de satisfacción).

Estos constructos son variables latentes que se miden a través de indicadores observables (ítems del cuestionario). Del diagrama se puede desprender que los constructos se representan con círculos, los ítems asociados a cada constructo se muestran como rectángulos a la izquierda, las flechas que van de los círculos a los rectángulos indican la relación causal entre el constructo y sus indicadores y, las flechas bidireccionales entre los círculos señalan correlaciones entre los constructos. Por ejemplo, ET está asociado con los ítems ET1, ET2, ET3 y ET4, mientras que CR se relaciona con CR1, CR2, CR3, CR4 y CR5.

Este estudio de Pérez refinado ha sufrido algunas variaciones respecto al original, incluyendo la eliminación de uno de sus constructos. Sin embargo, el conjunto optimizado de ítems mejora su ajuste a los datos observados.

En conclusión, la Figura 15 presenta el modelo estructural resultante validado estadísticamente para el contexto específico del estudio. Este proporciona una base sólida para la medición y el análisis de la calidad del servicio en el ámbito de la investigación.

Figura 11: Modelo estructural resultante



1.7. Modelo de ecuaciones estructurales (SEM)

El modelo de ecuación estructural (SEM) presentado en la Figura 16 ilustra las relaciones entre las dimensiones de calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la ORLN. El modelo incluye cinco constructos exógenos: Elementos Tangibles (ET), Capacidad de Respuesta (CR), Fiabilidad (FI), Seguridad (SE) y Empatía (EM), que representan las dimensiones de la calidad de servicio. Estos constructos se relacionan con la variable endógena Satisfacción (SAT), que a su vez influye en las Expectativas (EX) y el Nivel de Satisfacción (NS).

Las cargas factoriales entre los constructos y sus indicadores muestran valores generalmente aceptables, oscilando entre 0.52 y 1.32, lo que sugiere una buena validez convergente. Las relaciones entre los constructos exógenos y la satisfacción (SAT) se representan mediante flechas unidireccionales, indicando el impacto de cada dimensión de calidad en la satisfacción general del usuario.

La Tabla 14 presenta los parámetros estimados del SEM, proporcionando información crucial para la validación de las hipótesis de estudio. Analizando estos resultados:

La Hipótesis Específica 1, relacionada con los Elementos Tangibles (ET), no se confirma ya que el p-value (0.794) es mayor que 0.05, indicando que no hay una relación significativa con la satisfacción del usuario.

La Hipótesis Específica 2, sobre la Capacidad de Respuesta (CR), se confirma con un p-value de 0.002, menor que 0.05, demostrando una relación significativa con la satisfacción del usuario.

La Hipótesis Específica 3, referente a la Fiabilidad (FI), no se confirma estrictamente, ya que su p-value (0.056) está ligeramente por encima del umbral de 0.05, aunque está muy cerca de ser significativo.

La Hipótesis Específica 4, relacionada con la Seguridad (SE), no se confirma debido a un p-value de 0.197, superando el nivel de significancia establecido.

La Hipótesis Específica 5, sobre la Empatía (EM), se confirma con un p-value menor a 0.001, indicando una relación altamente significativa con la satisfacción del usuario.

En cuanto a la Hipótesis General, se puede concluir que se confirma parcialmente, ya que dos de las cinco dimensiones de la calidad de servicio (Capacidad de Respuesta y Empatía) muestran una relación significativa con la satisfacción del usuario. Las otras dimensiones no presentan evidencia estadística suficiente para confirmar su relación significativa con la satisfacción en este contexto específico.

Estos resultados sugieren que, para mejorar la satisfacción de los usuarios en la ORLN, se debería poner especial énfasis en mejorar la Capacidad de Respuesta y la Empatía del servicio, ya que estas dimensiones demuestran tener el mayor impacto en la satisfacción general de los usuarios que realizan trámites de publicidad registral.

Figura 12: Modelo de ecuaciones estructurales (SEM)

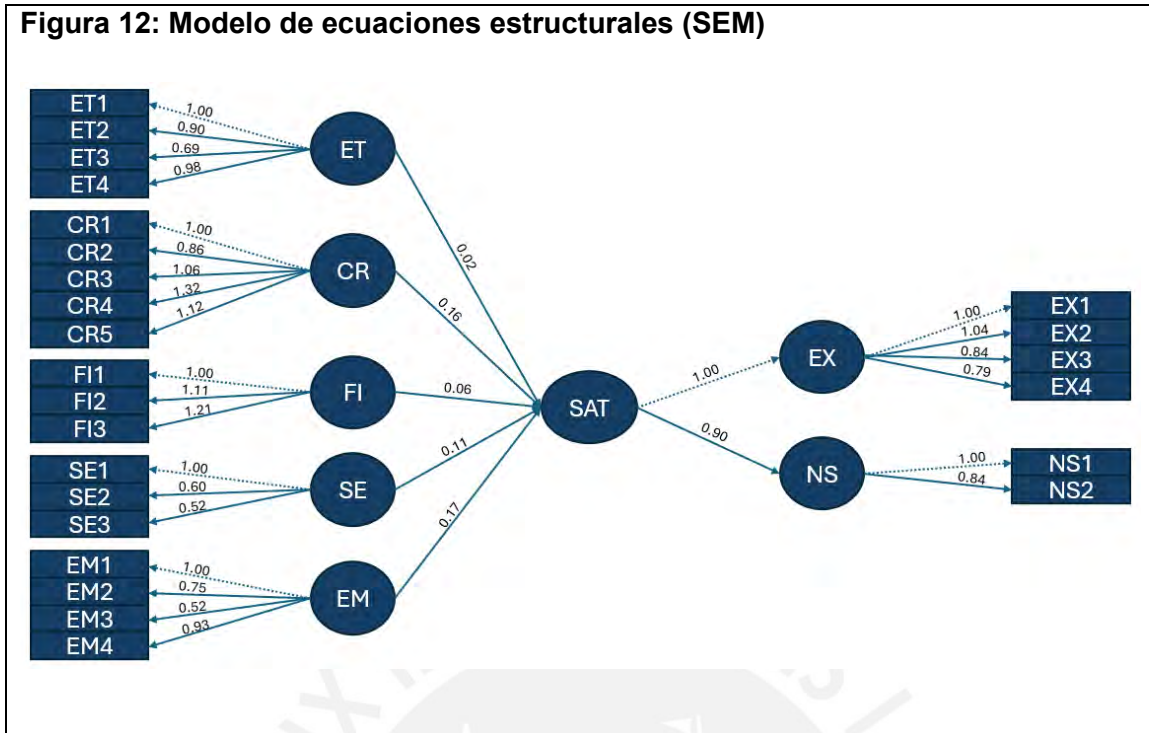


Tabla 18: Parámetros estimados del SEM

Dep	Pred	Estimate	p
SAT	ET	0.0107	0.794
SAT	CR	0.1659	0.002
SAT	FI	0.1180	0.056
SAT	SE	0.0448	0.197
SAT	EM	0.1625	< .001

Es importante destacar que la adaptación de Pérez (2022) inicialmente consideraba ocho componentes, pero el análisis de fiabilidad reveló que el componente 'Rendimiento Percibido' presentaba una consistencia interna inaceptable ($\alpha = 0.367$), significativamente inferior al umbral mínimo de 0.70 requerido para garantizar la solidez metodológica. Esta decisión se fundamenta en los principios metodológicos de adaptación de instrumentos, que establecen la validez de modificar modelos teóricos originales para ajustarlos a contextos específicos de investigación, especialmente cuando ciertos componentes no alcanzan los umbrales mínimos de confiabilidad estadística requeridos para garantizar la validez de las mediciones.

Los resultados del análisis SEM revelan que, de los cinco componentes de calidad evaluados, solo dos (Capacidad de Respuesta y Empatía) demostraron tener una relación estadísticamente significativa con la satisfacción del usuario. Este hallazgo es particularmente relevante ya que evidencia que, en el contexto específico de la ORLN, la percepción de calidad de los usuarios se concentra fundamentalmente en la rapidez y disposición del personal para atenderlos (CR) y en el trato personalizado y comprensivo que reciben (EM). La no significancia estadística de los otros tres componentes no implica que estos carezcan de importancia en términos prácticos, sino que su impacto en la satisfacción del usuario podría estar mediado por otras variables no contempladas en el modelo o manifestarse de manera indirecta a través de los componentes que sí resultaron significativos. Esta configuración de resultados aporta una comprensión más precisa y contextualizada de los factores que efectivamente influyen en la satisfacción de los usuarios de servicios registrales presenciales.

2. Análisis cuantitativo

El presente estudio realizó un análisis cualitativo basado en una encuesta aplicada a los funcionarios de la ORLN de la Sunarp (ver Anexo H). Los participantes fueron seleccionados por tener un vínculo directo con los usuarios en sus funciones laborales, incluyendo al responsable de la mencionada oficina. El cuestionario fue estructurado para evaluar integralmente las cinco dimensiones constitutivas de la variable calidad de servicio según el modelo SERVQUAL (Elementos Tangibles, Capacidad de Respuesta, Fiabilidad, Seguridad y Empatía), complementado con la valoración de las tres dimensiones fundamentales que conforman la variable satisfacción del usuario (Rendimiento Percibido, Expectativas y Nivel de Satisfacción), ambos componentes alineados conforme a la propuesta metodológica desarrollada por Pérez. Sin embargo, este análisis se centrará específicamente en los ítems que resultaron relevantes en el modelo estructural final.

En cuanto a los Elementos Tangibles, las respuestas de los funcionarios revelaron una percepción mixta sobre las instalaciones físicas y equipos de la oficina. Por ejemplo, el Informante 1 señaló que las instalaciones estaban "En mal estado, impresoras antiguas y sillas en mal estado". En contraste, el Informante 4, mencionó mejoras recientes: "Este año se ha implementado una ampliación y adecuación de espacios en la oficina Lima Norte, ahora también atendemos en el 2do piso y ha tenido buenas acogida por los usuarios".

Los testimonios evidencian una infraestructura en transición. Si bien se han realizado mejoras como la ampliación al segundo piso, persisten deficiencias en el mobiliario y equipamiento. Esta situación podría explicar por qué en el análisis cuantitativo previo, la dimensión de elementos tangibles no obtuvo una relación significativa con la satisfacción del usuario.

Respecto a la Capacidad de Respuesta, la mayoría de los funcionarios describieron el servicio como rápido y eficiente. El Informante 3 calificó la atención como "Rápido", mientras que el Informante 2 la describió como "Correcta de acuerdo a la normativa interna". Sin embargo, varios funcionarios señalaron la necesidad de más personal, especialmente en horas pico. El Informante 5, expresó: "Se necesita mayor personal ya que es una oficina registral muy popular y de mayor concurrencia en Lima Norte".

Las entrevistas revelaron una discrepancia entre la percepción de eficiencia del servicio y la realidad operativa. Aunque los funcionarios consideran el servicio "rápido", la falta de personal en horas pico sugiere posibles demoras.

En términos de Fiabilidad, los funcionarios destacaron la existencia de protocolos y sistemas para asegurar el cumplimiento de plazos y la resolución de problemas. El Informante 4 mencionó: "Tenemos aplicativos y canales de atención que nos apoyan en el cumplimiento de los plazos". Además, el Informante 2 indicó: "Tenemos un área de orientación, también la encargada asume rol de defensoría del usuario".

Los funcionarios destacan la existencia de protocolos y sistemas de apoyo, pero el impacto real de estas herramientas debería reflejarse en los indicadores de cumplimiento de plazos, el cual es una sección que aún presenta áreas de mejoras.

La dimensión de Seguridad se reflejó en las respuestas sobre la calidad de la información y la confianza transmitida a los usuarios. Varios funcionarios mencionaron la importancia de las capacitaciones constantes. El Informante 6 señaló: "Capacitaciones y cursos en plataformas virtuales" como medio para garantizar la calidad de la información.

La mención de capacitaciones virtuales como principal medio de actualización sugiere posibles brechas en la formación presencial del personal, lo que podría impactar en su capacidad de brindar información precisa y generar confianza en los usuarios.

En cuanto a la Empatía, los funcionarios destacaron estrategias para brindar atención personalizada y comprender las necesidades de cada usuario. El Informante 8 mencionó: "Se asegura realizando diversas encuestas a los usuarios para medir el nivel de satisfacción de estos".

Aunque existe un sistema de encuestas para medir la satisfacción, es necesario analizar si estas mediciones se traducen en mejoras efectivas del servicio. Será importante evaluar en qué medida la información recabada a través de las encuestas se está utilizando para implementar ajustes y optimizar la atención personalizada.

Este análisis cualitativo proporciona una visión valiosa desde la perspectiva de los funcionarios sobre la calidad del servicio en la ORLN. Las respuestas sugieren un compromiso general con la mejora del servicio, aunque también revelan áreas de oportunidad, particularmente en infraestructura y dotación de personal.

3. Relación entre los análisis cuantitativos y cualitativo

Respecto a la dimensión Elementos Tangibles (ET), en términos cuantitativos se puede argumentar que no se confirma una relación significativa con la satisfacción del usuario (p-value 0.794). Por otro lado, en términos cualitativos, evidencia que los funcionarios reportan problemas con las instalaciones y equipos. Mencionan mobiliario incómodo, equipos antiguos y necesidad de actualización. Esto sugiere que, aunque cuantitativamente no se demuestre una relación significativa, cualitativamente sí se percibe como un área de mejora.

La dimensión Capacidad de Respuesta (CR), confirma una relación significativa con la satisfacción del usuario (p-value 0.002). Y, en el análisis cualitativo, los funcionarios describen al personal como bien capacitado y eficiente. Sin embargo, varios mencionan la necesidad de más personal debido a la alta demanda de servicios. Esto respalda la importancia cuantitativa de esta dimensión.

La fiabilidad (FI), en términos cuantitativos no se confirma estrictamente, pero está cerca de ser significativo (p-value 0.056). Por otro lado, cualitativamente, los funcionarios mencionan medidas como aplicativos, protocolos y capacitaciones para asegurar el cumplimiento de plazos y la resolución de problemas. Esto sugiere que, aunque cuantitativamente no sea significativo, cualitativamente se percibe como importante.

La dimensión Seguridad (SE) muestra que cuantitativamente no se puede confirmar una relación significativa (p-value 0.197) y cualitativamente, los funcionarios mencionan capacitaciones constantes, conocimiento de base legal y procedimientos internos para garantizar la calidad de la información. Esto indica que, a pesar de no ser estadísticamente significativo, los funcionarios lo consideran relevante.

Por último, la Empatía (EM), en términos cuantitativos, se confirma una relación altamente significativa con la satisfacción del usuario (p-value < 0.001). Por otro lado, en términos cualitativos, evidencia que los funcionarios describen estrategias para brindar atención personalizada, como escuchar atentamente, usar lenguaje claro y adaptarse a las necesidades de cada usuario. Esto respalda fuertemente la importancia cuantitativa de esta dimensión.

En conclusión, estos resultados cualitativos no deben tener el mismo peso que el análisis cuantitativo al priorizar mejoras. Si se buscan cambios efectivos, debe privilegiarse el enfoque cuantitativo que recoge las valoraciones externas de los ciudadanos sobre lo que realmente necesitan. Mientras el análisis cuantitativo identifica claramente que la Capacidad de Respuesta y la Empatía son determinantes para la satisfacción, el análisis cualitativo muestra que los funcionarios perciben todas las dimensiones como igualmente importantes,

evidenciando una desconexión entre la autopercepción institucional y las prioridades reales de los usuarios. La discrepancia más notable se encuentra en Elementos Tangibles, donde los funcionarios identifican áreas de mejora que no se reflejan como prioritarias en el análisis cuantitativo.

Por tanto, la institución debe priorizar estratégicamente sus recursos limitados en Capacidad de Respuesta y Empatía, que son las dimensiones que los usuarios valoran como determinantes. No obstante, debe mantener estándares mínimos aceptables en las demás dimensiones, particularmente en Elementos Tangibles, sin que esto desvíe la atención de los factores que verdaderamente impactan en la satisfacción ciudadana según la PNMGP al 2030.



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Después del análisis realizado, esta sección presenta las conclusiones del trabajo de investigación basadas en los objetivos e hipótesis planteados. Finalmente, se ofrecen recomendaciones para la ORLN, enfocadas en propuestas de mejora relacionadas con la calidad del servicio y la satisfacción de sus usuarios.

1. Conclusiones

El estudio confirma parcialmente la hipótesis general, evidenciando que únicamente dos de las cinco dimensiones de calidad del servicio mantienen una relación significativa con la satisfacción del usuario: Capacidad de Respuesta y Empatía. Las dimensiones restantes (Elementos Tangibles, Fiabilidad y Seguridad) no demostraron evidencia estadística suficiente para confirmar su relación significativa con la satisfacción en este contexto específico.

La Capacidad de Respuesta y la Empatía emergen como los factores más influyentes en la satisfacción de los usuarios de la ORLN de Sunarp, resultado que se corrobora tanto en el análisis cuantitativo como en las percepciones cualitativas del personal.

Los Elementos Tangibles, pese a no mostrar relación significativa en el análisis cuantitativo, revelan oportunidades de mejora en instalaciones y equipos según el análisis cualitativo. Similarmente, aunque Fiabilidad y Seguridad carecen de significancia estadística con la satisfacción, el análisis cualitativo indica que los funcionarios las valoran como importantes y han implementado medidas para garantizarlas.

Se evidencian discrepancias entre la percepción de los funcionarios sobre la importancia de ciertas dimensiones y su impacto estadístico en la satisfacción del usuario. Esto sugiere la necesidad de alinear las prioridades operativas con las expectativas reales de los usuarios.

Respecto a los Recursos humanos, se constata que los funcionarios identifican la necesidad de más personal, especialmente durante las horas pico, lo que podría estar afectando la Capacidad de Respuesta del servicio.

La investigación demuestra la robustez metodológica del modelo aplicado. A pesar de haberse eliminado uno de los ocho componentes relacionados con la satisfacción, los resultados mantienen su validez y confiabilidad estadística. Es importante destacar que se mantuvieron activos siete dimensiones en el análisis, donde ninguno de los cinco componentes originales del modelo SERVQUAL se vio afectado, confirmando la solidez teórica del modelo en este contexto. El componente eliminado corresponde exclusivamente

a las tres dimensiones adicionales de satisfacción propuestas en la adaptación de Pérez (2022), lo que no compromete la estructura fundamental del modelo.

Esta investigación no solo ha demostrado la aplicabilidad del modelo para evaluar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, sino que además ha establecido una vinculación específica entre las dimensiones de calidad y los componentes de satisfacción. Esta doble perspectiva enriquece el análisis, permitiendo una comprensión más profunda de cómo los aspectos técnicos del servicio se traducen en percepciones de satisfacción por parte de los usuarios.

Los hallazgos de esta investigación se alinean estratégicamente con los principios de la PNMGP al 2030, que prioriza la satisfacción ciudadana como indicador clave del desempeño estatal. Los resultados evidencian que los usuarios de servicios registrales valoran primordialmente la rapidez en la atención y el trato empático, más que las condiciones físicas o los aspectos procedimentales. Por tanto, la asignación presupuestaria y los esfuerzos de mejora institucional de Sunarp deberían concentrarse prioritariamente en las dimensiones de Capacidad de Respuesta y Empatía, sin descuidar el mantenimiento de los estándares básicos en las demás dimensiones, para maximizar el impacto en la satisfacción ciudadana y optimizar el retorno de la inversión pública.

2. Recomendaciones

Se recomienda focalizar los programas de capacitación en las dimensiones de Capacidad de Respuesta y Empatía, dado que han demostrado el mayor impacto en la satisfacción del usuario. Esta estrategia formativa debería incluir talleres especializados en atención al cliente, manejo de situaciones complejas y técnicas de comunicación efectiva, optimizando así los recursos de capacitación hacia los factores de mayor influencia en la experiencia del usuario.

A pesar de que los Elementos Tangibles no muestran una relación estadísticamente significativa, se recomienda actualizar y mejorar las instalaciones y equipos para aumentar la comodidad y eficiencia del servicio. Esto podría incluir la renovación de mobiliario y la actualización de equipos tecnológicos.

Se propone optimizar la gestión de recursos humanos considerando la contratación de personal adicional o la implementación de un sistema de turnos más eficiente para manejar los períodos de alta demanda y mejorar la Capacidad de Respuesta.

Aunque Fiabilidad y Seguridad no muestren una relación significativa en el análisis cuantitativo, se recomienda mantener y reforzar las medidas implementadas en estas dimensiones, ya que son importantes para la calidad general del servicio. Se sugiere

continuar con las capacitaciones y la implementación de protocolos para mantener altos estándares en estas áreas.

Se invita a implementar un sistema de retroalimentación continua, para lo cual se propone establecer mecanismos para recoger regularmente las opiniones de los usuarios y funcionarios. Esto permitirá una mejora continua del servicio y una alineación más precisa entre las prioridades operativas y las expectativas de los usuarios.

Para valorar la efectividad de las intervenciones implementadas, se propone establecer evaluaciones sistemáticas de seguimiento que faciliten el monitoreo continuo del impacto de las modificaciones sobre los índices de satisfacción de los usuarios, permitiendo así el reajuste estratégico según los resultados obtenidos.

Se recomienda implementar un sistema de registro y clasificación de reclamos que permita categorizar la información por tipo de servicio, zona registral y oficina receptora, facilitando así el análisis de patrones y la identificación de áreas críticas que requieren mejoras.

Se sugiere que la Sunarp incorpore este paradigma de evaluación como componente fundamental de su instrumental metodológico para la medición de calidad del servicio y satisfacción del usuario. Este enfoque metodológico enriquece los mecanismos de evaluación actualmente empleados por la institución, posibilitando la identificación precisa de aquellas dimensiones críticas que inciden significativamente en la experiencia satisfactoria del usuario. La interpretación adecuada de estos resultados puede materializarse en intervenciones específicas orientadas al perfeccionamiento de la gestión institucional, en consonancia con los lineamientos establecidos en la Norma Técnica de la PCM – SGP (2022) y el PEI 2019-2027 de la Sunarp.

Como consideración final, la metodología aplicada en esta investigación debe valorarse como un recurso estratégico para el proceso de mejora continua institucional. Al determinar con precisión qué dimensiones específicas de la calidad del servicio influyen determinantemente en la satisfacción, se posibilita una distribución más eficiente tanto de recursos como de esfuerzos organizacionales, lo que consecuentemente se reflejará en niveles superiores de satisfacción del usuario y en el fortalecimiento sustantivo de la seguridad jurídica en las transacciones de la ciudadanía.

REFERENCIAS

- Agencia Andina (2024). Sunarp pone en marcha sala interactiva de servicios gratuitos en Lima Norte. Recuperado de <https://andina.pe/agencia/noticia-sunarp-pone-marcha-sala-interactiva-servicios-gratuitos-lima-norte-971092.aspx>
- Arellano, H. (2017). La calidad en el servicio como ventaja competitiva. Revista Científica. Vol. 3, núm. mon., agos., 2017, pp. 72-83.
<https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/627/pdf>
- Arias, L (2019). La nueva gerencia pública en el Perú. Gestión en el Tercer Milenio. Vol. 22 - N.º 43 - 2019, pp. 101 – 106.
- Berry, L. Leonard, David R. Bennet, Carter W. Brown, Calidad de servicios, una ventaja estratégica para instituciones financieras, Díaz de Santos, Madrid, 1989.
Recuperado de http://docencia.fca.unam.mx/~lvaldes/cal_pdf/cal11.pdf
- Cartilla lista SPRL APP Sunarp (s/f). Servicios de publicidad registral en línea disponibles a través del SPRL y el APP SUNARP. Recuperado de <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2784256/Cartilla-lista-SPRL-APP-Sunarp.pdf?v=1643131333>
- Casarin, V. (2008). Aplicación de la metodología de mapeo en la planeación de la calidad para el rediseño de controles de proceso. Universidad Autónoma de Nuevo León – México. Recuperado de: <http://eprints.uanl.mx/22063/1/1020163224.pdf>
- Chica, S. (2011). Una mirada a los nuevos enfoques de la gestión pública. Administración & Desarrollo, 53 (39) pp. 57 – 74.
- Codina, A. (2011) Deficiencias en el uso del FODA: Causas y Sugerencias. Revista de Ciencias Estratégicas. Volumen (19), 90-100. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/1513/151322413006.pdf>
- Cronin Jr, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: a reexamination and extension. Revista de marketing, 56(3), 55-68.
- Díaz, M. y Rangel, O. (2013). Valoración de la satisfacción ciudadana con los servicios públicos locales en la ciudad de Cartagena de Indias D. T. Y C. Mediante un modelo de ecuaciones estructurales. Caso: Servicio de educación pública. (Tesis de Licenciatura, Universidad de Cartagena – Programa de Administración Industrial).
<https://repositorio.unicartagena.edu.co/bitstream/handle/11227/1255/445%20-%20TTG%20-%20VALORACIÓN%20DE%20LA%20SATISFACCIÓN%20CIUDADANA%20MODELO%20DE%20ECUACIONES%20ESTRUCTURALES.%20CASO%20SERVICIO%20DE%20EDUCACIÓN%20PÚBLICA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Fernández, E. (2015). Calidad en atención a los usuarios de la administración pública - Caso de estudio: Obra social S.E.R.O.S. Chubut. Tesis, Universidad F.A.S.T.A., Facultad de Ciencias económicas, Chubut. Recuperado de http://redi.ufasta.edu.ar:8082/jspui/bitstream/123456789/852/2/2015_AD_001.pdf
- García, I. (2007). La nueva gestión pública: evolución y tendencias. Presupuesto y Gasto Público 47/2007: 37-64, Secretaría General de Presupuestos y Gastos - Instituto de Estudios Fiscales, Universidad de Salamanca. Recuperado de: [https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/B1168625381F1AE705257BCA00165978/\\$FILE/47_GarciaSanchez.pdf](https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/B1168625381F1AE705257BCA00165978/$FILE/47_GarciaSanchez.pdf)

- García, U. (2019). Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el área de publicidad – SUNARP Sede Iquitos, 2019. Escuela de Posgrado. Programa Académico de Maestría en Gestión Pública – Universidad Cesar Vallejo. Recuperado de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/39091/garcia_su.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gestión de la Calidad. Una herramienta para la sustentabilidad organizacional, Universidad de Carabobo. 1ra Ed. Valencia, Venezuela. 2018. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Humberto-Gutierrez-Pulido/publication/341135279_Gestion_de_la_Calidad_Una_herramienta_para_la_sostenibilidad_organizacional/links/5eb090c445851592d6b8cb65/Gestion-de-la-Calidad-Una-herramienta-para-la-sostenibilidad-organizacional.pdf
- Hernández, H., Barrios, I. & Martínez, D. (2018). Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. Vol. 16 Núm. 28. Recuperado de: <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/criteriolibre/article/view/2130>
- Hernández, R., Fernández C., & Baptista P. (2014). Metodología de la investigación (6ª edición). McGraw Hill.
- Hernández, Y., Hernández, V., Batista, N., Tejeda, E (2017). ¿Chi cuadrado o Ji cuadrado? Which of these two alternatives is the correct way to say Chi-square in Spanish? Chi cuadrado o Ji cuadrado?. Medicentro Electrónica vol.21 no.4 Santa Clara oct.-dic. 2017.
- Hernández, A., & Morales, V. (2004). Calidad y satisfacción en los servicios: conceptualización. Revista Digital – Málaga, Buenos Aires: Universidad de Málaga - Año 10 - N° 73 - Junio de 2004. <https://efdeportes.com/efd73/calidad.htm>
- Hoyer, W. y Hoyer, Y. (2001). ¿Qué es calidad? (en línea). Revista Quality Progress, 0(7), p. 53-62. Recuperado de: <http://www.hacienda.go.cr/centro/datos/Articulo/Qu%E9%20es%20calidad.pdf>
- Instituto para la Democracia y la Asistencia Electoral - IDEA Internacional (2009). Asociación Civil Transparencia. Programa de formación: Desarrollo de capacidades para el fortalecimiento de las organizaciones políticas.
- Kotler, P. (2006). Dirección de mercadotecnia (8va ed.). Mexico: Pearson Prentice Hall.
- Kumar, M., Raju, N. & Satish, M. (2016) Quality of Quality Definitions –An Analysis. International Journal of Scientific Engineering and Technology. Volume No.5 Issue No.3, pp: 142-148. Recuperado de: https://www.researchgate.net/profile/Pradeep-Kumar-184/publication/355168169_Quality_of_Quality_Definitions_-_An_Analysis/links/6163056ae7993f536c0f9c/Quality-of-Quality-Definitions-An-Analysis.pdf
- Kuswibowo, C. (2022). The impact of Service Performance on Customer Satisfaction and Customer Loyalty During Covid-19 Pandemic: A Case Study of Bank BTN. Vol 6. Recuperado de <http://ijbs.ipmi.ac.id/index.php/ijbs/article/view/211>
- León, D. (2016). Fundamentos teóricos del modelo de gestión pública colombiana. Juan Manuel Santos y el Buen Gobierno. Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales. Bogotá D.C. Recuperado de: <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/22049/Documento.pdf?sequence=4>
- Ley Marco de Modernización de la Gestión del Estado (2018). <https://www.onpe.gob.pe/modTransparencia/programa-inversiones/normas/LEY-27658-LEY-MARCO-DE-MODERNIZACION-DE-LA-GESTION-DEL-ESTADO.pdf>

- Lizano, E. y Villegas, A. (2019). La satisfacción del cliente como indicador de calidad. (Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas - UPC, Lima - Perú).
https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/628122/LizanoF_E.pdf?sequence=3
- Luzuriaga, H., Espinosa, C., Haro, A., Ortiz, H., (2023). Histograma y distribución normal: Shapiro-Wilk y Kolmogorov Smirnov aplicado en SPSS. LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, Asunción, Paraguay. ISSN en línea: 2789-3855, octubre, 2023, Volumen IV, Número 4 p 596. Recuperado de:
<https://doi.org/10.56712/latam.v4i4.1242>
- Mora, C. (2011). La calidad del servicio y la satisfacción del consumidor. Revista Brasileira de Marketing – REMark, São Paulo, v. 10, n. 2, p 146-162, mai./ago. 2011. Recuperado de
https://www.researchgate.net/publication/271266656_La_Calidad_del_Servicio_y_la_Satisfaccion_del_Consumidor
- Nava, V (2005). ¿Qué es la calidad?: Conceptos, gurús y modelos fundamentales. México. Editorial Limusa. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?hl=pt-BR&lr=&id=gdGs17C2KeoC&oi=fnd&pg=PA11&dq=Los+puntos+esenciales+de+Shewhart+son+los+siguientes:+%E2%80%A2+Existen+dos+caracter%C3%ADsticas+de+calidad:+subjetiva+y+objetiva&ots=CDyailGhEf&sig=UQbQjLBQQrwy-d0nn8OIVgWI9ql#v=onepage&q&f=false>
- Oficina General de Comunicaciones – SUNARP (2015). Zona Registral N° IX – Sede Lima inaugurará Oficina Registral Lima Norte, primera oficina modelo de Perú con horario extendido. Recuperado de: <https://www.sunarp.gob.pe/01v9r4nv583vv-/5415170n/13022015-2.pdf>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. Revista de comercio, 64(1), 12-40. <http://dx.doi.org/10.1177/1094670504271156>
- Pérez, J. (2022). Calidad del servicio y nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos Oficina Jaén, 2019. (Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Cajamarca, Cajamarca - Perú).
<https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14074/5641/Tesis%20July%20P%20C3%A9rez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Plataforma digital única del Estado Peruano – Servicio de Publicidad Registral en Línea – SPRL (2021). Recuperado de <https://www.gob.pe/institucion/sunarp/informes-publicaciones/1952731-servicio-de-publicidad-registral-en-linea-sprl>
- Plataforma digital única del Estado Peruano. (s/f). Superintendencia Nacional de los Registros Públicos - Información institucional. Recuperado de <https://www.gob.pe/institucion/sunarp/institucional>
- Plataforma digital única del Estado Peruano – Nuestros registros - Sunarp (s/f).
<https://www.gob.pe/institucion/sunarp/informes-publicaciones/1953100-nuestros-registros-sunarp>
- Ponce, M. & Pasco, M. (2015). Guía de investigación en Gestión: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Presidencia del Consejo de Ministros – PCM y Secretaría de la Gestión Pública (2022). Norma Técnica para la gestión de la calidad de servicios en el Sector Público (Norma Técnica N° 001-2022-PCM-SGP).
<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/3856098/Norma%20Tecnica%20->

[%20Gestion%20de%20la%20Calidad%20de%20Servicios_16%2011%2022%5BF%5D.pdf.pdf?v=1669046415](#)

- Presidencia del Consejo de Ministros – PCM (2023). Encuesta Nacional de satisfacción ciudadana 2023. <https://www.gob.pe/institucion/pcm/informes-publicaciones/5433378-encuesta-de-satisfaccion-ciudadana-2023>
- Presidencia del Consejo de Ministros – PCM y Secretaría de Gestión Pública – SGP (2022). Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública al 2030. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/5276755/3787-politica-nacional-de-modernizacion-de-la-gestion-publica-al-2030.pdf>
- Quispe, O y Maza, W. (2018). Calidad de Servicio y satisfacción del cliente en la empresa G&C IMPERIAL CARGO SRL., Cusco, 2017. (Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana Unión, Lima - Perú). https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/1530/Oswaldo_Tesis_Licenciatura_2018.pdf?sequence=5&isAllowed=y
- Reglamento del Servicio de Publicidad Registral Resolución del Superintendente Nacional de los Registros Públicos N° 281-2015 SUNARP-SN (2022). <https://scr.sunarp.gob.pe/dtr/reglamento/resolucion-del-superintendente-nacional-de-los-registros-publicos-no-281-2015-sunarp-sn/#:~:text=a%20Publicidad%20formal%20simple%3A%20Es,informaci%C3%B3n%20contenida%20en%20el%20registro.> https://cdn.gacetajuridica.com.pe/laley/Reglamento%20del%20Servicio%20de%20Publicidad%20Registral_LALEY.pdf
- Resolución de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos N.° 035-2022-SUNARP-SN, (2022). <https://www.gob.pe/institucion/sunarp/normas-legales/2824297-035-2022-sunarp-sn>
- Riveros, S. (2007). Sistema de Gestión de la Calidad del Servicio. Bogotá: Ecoe.
- Saavedra, E. (2021). Incidencia de la calidad de servicio en el nivel de satisfacción de los usuarios en la Oficina Registral de Chiclayo – SUNARP, año 2019. (Tesis de Maestría - UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO – Lambayeque, Perú). Recuperado de: https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/9947/Evila_Marisol_Saavedra_Quintos.pdf?sequence=5&isAllowed=y
- Sánchez, M. y Sánchez, M. (2016), Medición de la calidad en el servicio, como estrategia para la competitividad en las organizaciones. Recuperado de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2017/03/11CA201602.pdf>
- Superintendencia Nacional de los Registros Públicos - SUNARP, (2016). Oficina General de Comunicaciones. Recuperado de <https://www.sunarp.gob.pe/PRENSA/inicio/file.axd?file=/2016/25082016-1.pdf>
- Superintendencia Nacional de los Registros Públicos - SUNARP, (2024). Plan Estratégico Institucional - PEI 2019 – 2027 Ampliado. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/6166138/5439739-plan-estrategico-institucional-pei-2019-2027-ampliado-de-la-sunarp.pdf?v=1712756735>
- Torres, M. & Vásquez, C. (2015). Modelos de evaluación de la calidad de servicio: caracterización y análisis. Compendium, 18(35), 57-76. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/880/88043199005.pdf>
- Valls, W., Román, V. & Chica, C. (2017). La calidad del servicio. Recuperado de https://issuu.com/marabiertouleam/docs/la_calidad_del_servicio_wtest

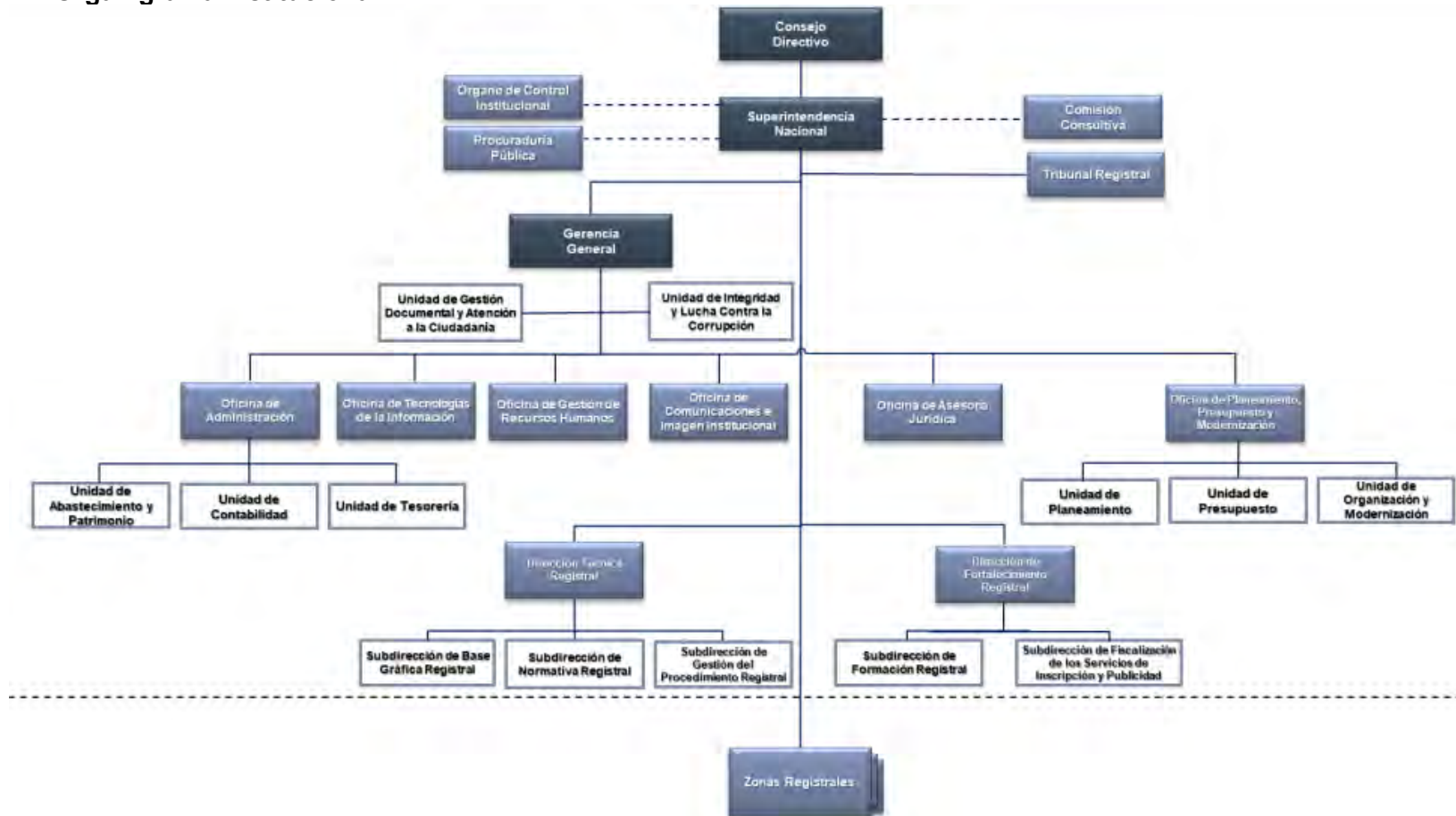
- Vargas, J. (2018). Desconcentración de la SUNARP en cuanto a la calidad de servicio de los usuarios en el periodo 2017. (Tesis de Maestría, Escuela de Posgrado Universidad César Vallejo, Perú).
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/12720/Vargas_AJA.pdf?sequence=1
- Vargas, M. (2020). Los servicios registrales y su incidencia en la satisfacción de los usuarios de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos de Tacna, 2019. (Tesis de Maestría, Escuela de Postgrado Universidad Privada de Tacna).
<https://repositorio.upt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12969/1434/Vargas-Romero-Milagros.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Vargas, M. y Limache, E. (2020). Los servicios registrales y su incidencia en la satisfacción de los usuarios de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos de Tacna, 2019. Veritas et Scientia Vol. 9 (2) julio – diciembre 2020. Recuperado de
<https://doi.org/10.47796/ves.v9i2.390>
- Vigo, J. y Gonzales, J. (2020). Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en un laboratorio de análisis clínicos de Pacasmayo. Revista Ciencia y Tecnología – Universidad Nacional de Trujillo, Perú. 16(3):57 – 66.
<https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/PGM/article/view/3010/3372>



ANEXOS

ANEXO A: Organigrama institucional


Figura A1: Organigrama institucional



Fuente: Plataforma digital única del Estado Peruano

ANEXO B: Formato de solicitud de publicidad


Figura B1: Formato de solicitud de publicidad



sunarp
Superintendencia Nacional
de los Registros Públicos

SOLICITUD DE PUBLICIDAD REGISTRAL

Sírvase completar con letra imprenta y mayúscula
(Lea las instrucciones indicadas al reverso de la hoja)



042135814

Señor Registrador Público de la Oficina Registral de:

1	DATOS DEL SOLICITANTE (1)	Apellido paterno _____ Apellido materno _____ Nombre(s) (2) _____ Identificado(a) con: DNI/ C.E./Pasaporte/Otro [Especificar]: N° _____ Correo Electrónico: _____ En representación de: Persona Natural: _____ Sector Público: <input type="checkbox"/> Persona Jurídica: _____ Sector Privado: <input type="checkbox"/> RUC: _____																														
2	REGISTRO AL QUE CORRESPONDE EL SERVICIO SOLICITADO (2)	Registro de Propiedad Inmueble <input type="checkbox"/> Indicar Registro(2): _____	Registro de Personas Jurídicas <input type="checkbox"/> Indicar Registro(2): _____	Registro de Personas Naturales <input type="checkbox"/> Indicar Registro(2): _____	Registro de Bienes Muebles <input type="checkbox"/> Indicar Registro(2): _____																											
		(Llenar solo cuando la información requerida se encuentra en una Oficina Registral distinta de donde se solicita) (*) Zona Registral: _____ Oficina Registral: _____																														
3	SERVICIO SOLICITADO (3)	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%;">BUSQUEDAS Y CERTIFICADOS</th> <th style="width: 50%;">OTROS</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>-Búsqueda de Índice _____ <input type="checkbox"/></td> <td>-Certificado de Matrícula (Aeronaves) _____ <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>-Búsqueda de Verificador _____ <input type="checkbox"/></td> <td>-Certificado Negativo de Denominación Social o Razón Social _____ <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>-Boleta Informativa del Vehículo _____ <input type="checkbox"/></td> <td>-Certificado de Ecuación Catastral _____ <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>-Copias Simples _____ <input type="checkbox"/></td> <td>-Vigencia de Persona Jurídica _____ <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>-Gravamen _____ <input type="checkbox"/></td> <td>-Vigencia de Poder _____ <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>-Registral Inmobiliario - CRM(Dominio y Gobierno) _____ <input type="checkbox"/></td> <td>-Vigencia de Consejo Directivo/ Administración _____ <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>-Copia Certificada de Tomo/Ficha _____ <input type="checkbox"/></td> <td>-Vigencia de Directorio/Director _____ <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>-Copia Certificada de Partida Electrónica / SARP _____ <input type="checkbox"/></td> <td>-Vigencia de Garante _____ <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>-Copia Certificada Título Archivado _____ <input type="checkbox"/></td> <td>-Vigencia de Administrador _____ <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>-Certificado Positivo _____ <input type="checkbox"/></td> <td>-Certificado Registral de Sucesiones CRES _____ <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>-Certificado Negativo _____ <input type="checkbox"/></td> <td>Otro: _____ <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>-Certificado de Unión de Hecho _____ <input type="checkbox"/></td> <td>Otro: _____ <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>Otro: _____ <input type="checkbox"/></td> <td>Otro: _____ <input type="checkbox"/></td> </tr> </tbody> </table>			BUSQUEDAS Y CERTIFICADOS	OTROS	-Búsqueda de Índice _____ <input type="checkbox"/>	-Certificado de Matrícula (Aeronaves) _____ <input type="checkbox"/>	-Búsqueda de Verificador _____ <input type="checkbox"/>	-Certificado Negativo de Denominación Social o Razón Social _____ <input type="checkbox"/>	-Boleta Informativa del Vehículo _____ <input type="checkbox"/>	-Certificado de Ecuación Catastral _____ <input type="checkbox"/>	-Copias Simples _____ <input type="checkbox"/>	-Vigencia de Persona Jurídica _____ <input type="checkbox"/>	-Gravamen _____ <input type="checkbox"/>	-Vigencia de Poder _____ <input type="checkbox"/>	-Registral Inmobiliario - CRM(Dominio y Gobierno) _____ <input type="checkbox"/>	-Vigencia de Consejo Directivo/ Administración _____ <input type="checkbox"/>	-Copia Certificada de Tomo/Ficha _____ <input type="checkbox"/>	-Vigencia de Directorio/Director _____ <input type="checkbox"/>	-Copia Certificada de Partida Electrónica / SARP _____ <input type="checkbox"/>	-Vigencia de Garante _____ <input type="checkbox"/>	-Copia Certificada Título Archivado _____ <input type="checkbox"/>	-Vigencia de Administrador _____ <input type="checkbox"/>	-Certificado Positivo _____ <input type="checkbox"/>	-Certificado Registral de Sucesiones CRES _____ <input type="checkbox"/>	-Certificado Negativo _____ <input type="checkbox"/>	Otro: _____ <input type="checkbox"/>	-Certificado de Unión de Hecho _____ <input type="checkbox"/>	Otro: _____ <input type="checkbox"/>	Otro: _____ <input type="checkbox"/>	Otro: _____ <input type="checkbox"/>
BUSQUEDAS Y CERTIFICADOS	OTROS																															
-Búsqueda de Índice _____ <input type="checkbox"/>	-Certificado de Matrícula (Aeronaves) _____ <input type="checkbox"/>																															
-Búsqueda de Verificador _____ <input type="checkbox"/>	-Certificado Negativo de Denominación Social o Razón Social _____ <input type="checkbox"/>																															
-Boleta Informativa del Vehículo _____ <input type="checkbox"/>	-Certificado de Ecuación Catastral _____ <input type="checkbox"/>																															
-Copias Simples _____ <input type="checkbox"/>	-Vigencia de Persona Jurídica _____ <input type="checkbox"/>																															
-Gravamen _____ <input type="checkbox"/>	-Vigencia de Poder _____ <input type="checkbox"/>																															
-Registral Inmobiliario - CRM(Dominio y Gobierno) _____ <input type="checkbox"/>	-Vigencia de Consejo Directivo/ Administración _____ <input type="checkbox"/>																															
-Copia Certificada de Tomo/Ficha _____ <input type="checkbox"/>	-Vigencia de Directorio/Director _____ <input type="checkbox"/>																															
-Copia Certificada de Partida Electrónica / SARP _____ <input type="checkbox"/>	-Vigencia de Garante _____ <input type="checkbox"/>																															
-Copia Certificada Título Archivado _____ <input type="checkbox"/>	-Vigencia de Administrador _____ <input type="checkbox"/>																															
-Certificado Positivo _____ <input type="checkbox"/>	-Certificado Registral de Sucesiones CRES _____ <input type="checkbox"/>																															
-Certificado Negativo _____ <input type="checkbox"/>	Otro: _____ <input type="checkbox"/>																															
-Certificado de Unión de Hecho _____ <input type="checkbox"/>	Otro: _____ <input type="checkbox"/>																															
Otro: _____ <input type="checkbox"/>	Otro: _____ <input type="checkbox"/>																															
		DATOS QUE PERMITAN OTORGAR EL SERVICIO SOLICITADO ** (4): Apellidos y Nombre/Denominación o Razón Social _____ N° de Copias: _____ OTROS DATOS: _____																														
4	DATOS REGISTRALES (4) consignar EL QUE CORRESPONDA:	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;"> Todos los Registros (Excepto Registro de Bienes Muebles) </td> <td style="width: 50%;"> Registro de Bienes Muebles (Registro de Propiedad Vehicular, Registro Mobiliario de Contratos, Registro de Bienes, Registro de Navas, Registro de Aeronaves y Registro de Embarcaciones Pesqueras), Registro de Bienes Muebles vinculados a la Pequeña Minería y Minería Artesanal. </td> </tr> <tr> <td> Partida Electrónica: _____ Asiento N°: _____ Ficha Registral: _____ Asiento N°: _____ Partida SARP: _____ Tomo: _____ Folio: _____ Asiento N°: _____ Título Archivado N°: _____ Fecha: _____ </td> <td> Nro. de Placa/ de Rotaje: _____ Partida Electrónica: _____ Cargue el número "SERVO" con: 0 Nro. de Matrícula Embarcación Pesquera/ Buque/Aeronave/Naves: _____ Nro. de Serie/ Aeronave: _____ Título Archivado N°: _____ Fecha: _____ </td> </tr> </table>			Todos los Registros (Excepto Registro de Bienes Muebles)	Registro de Bienes Muebles (Registro de Propiedad Vehicular, Registro Mobiliario de Contratos, Registro de Bienes, Registro de Navas, Registro de Aeronaves y Registro de Embarcaciones Pesqueras), Registro de Bienes Muebles vinculados a la Pequeña Minería y Minería Artesanal.	Partida Electrónica: _____ Asiento N°: _____ Ficha Registral: _____ Asiento N°: _____ Partida SARP: _____ Tomo: _____ Folio: _____ Asiento N°: _____ Título Archivado N°: _____ Fecha: _____	Nro. de Placa/ de Rotaje: _____ Partida Electrónica: _____ Cargue el número "SERVO" con: 0 Nro. de Matrícula Embarcación Pesquera/ Buque/Aeronave/Naves: _____ Nro. de Serie/ Aeronave: _____ Título Archivado N°: _____ Fecha: _____																								
Todos los Registros (Excepto Registro de Bienes Muebles)	Registro de Bienes Muebles (Registro de Propiedad Vehicular, Registro Mobiliario de Contratos, Registro de Bienes, Registro de Navas, Registro de Aeronaves y Registro de Embarcaciones Pesqueras), Registro de Bienes Muebles vinculados a la Pequeña Minería y Minería Artesanal.																															
Partida Electrónica: _____ Asiento N°: _____ Ficha Registral: _____ Asiento N°: _____ Partida SARP: _____ Tomo: _____ Folio: _____ Asiento N°: _____ Título Archivado N°: _____ Fecha: _____	Nro. de Placa/ de Rotaje: _____ Partida Electrónica: _____ Cargue el número "SERVO" con: 0 Nro. de Matrícula Embarcación Pesquera/ Buque/Aeronave/Naves: _____ Nro. de Serie/ Aeronave: _____ Título Archivado N°: _____ Fecha: _____																															
		de _____ del 20 _____ Firma y huella digital del solicitante																														

(*) Este servicio solo se brinda cuando la información solicitada se encuentra tramitada vía Oficina Receptora.
 (**) Cuando el certificado solicitado está referido a más de una persona sírvase anexar los nombres y demás datos que considere necesario en una hoja A4 (original y copia).

NºA 042135814

Fuente: Plataforma digital única del Estado Peruano - SUNARP

ANEXO C: Tasas Registrales de Publicidad

Figura C1: Tasas Registrales de Publicidad – Predios

TASAS REGISTRALES DEL SERVICIO DE PUBLICIDAD - PREDIOS			
Valor de UIT 2024 = S/. 5,150 (D.S. N° 309-2023-EF)			
CONCEPTO	% UIT	5,150	DETALLE
I - PUBLICIDAD CERTIFICADA			
		S/.	
1. CERTIFICADO LITERAL DE PARTIDA REGISTRAL	0.32	16.40	Hasta 2 hojas y por hoja adicional:
2. CERTIFICADO LITERAL DE PRENDA AGRICOLA	0.32	16.40	S/.8.2 ó 0.16% de la UIT c/u
3. CERTIFICADOS Y CONSTANCIAS			
3.1 Certificado Positivo de Propiedad	0.48	24.70	por titular
3.2 Certificado Positivo de Propiedad Compendioso	0.32	16.40	por inmueble
3.3 Certificado Negativo de Propiedad	0.48	24.70	por titular
3.4 Certificado Positivo de Posesión	0.48	24.70	por titular
3.5 Certificado Positivo de Posesión Compendioso	0.32	16.40	por inmueble
3.6 Certificado Negativo de Posesión	0.48	24.70	por titular
3.7 Certificado de Prenda Agrícola	0.48	24.70	por certificado
3.8 Duplicado de Constancia de Inscripción o Anotación de inscripción.	0.48	24.70	por duplicado de constancia o anotación de inscripción
3.9 Certificado de Cargas y Gravámenes	0.97	49.90	por certificado
3.10 Certificado Compendioso	0.97	49.90	por certificado
3.11 Certificado Registral Inmobiliario	1.61	82.90	por certificado
3.12 Certificado de Inscripción de Transferencias de Inmuebles en Urbanizaciones Populares Formalizadas por COFOPRI	1.16	59.70	por certificado
3.13 Certificado de Acreditación del Índice de Verificadores	0.13	6.60	por certificado
3.14 Título de Crédito Hipotecario Negociable	1.94	99.90	por título
4. CERTIFICADO LITERAL DE TÍTULO ARCHIVADO			
4.1 Por Hoja	0.13	6.60	por hoja
4.2 De planos de predios urbanos o rurales	0.65	33.40	por plano, en hoja formato A2
5. BUSQUEDA CATASTRAL	1.61	82.90	por búsqueda
II - PUBLICIDAD SIMPLE O NO CERTIFICADA			
1. MANIFESTACIONES O COPIAS INFORMATIVAS			
1.1 Partida Registral	0.13	6.60	por hoja
1.2 Prenda Agrícola	0.13	6.60	por hoja
1.3 Libro Diario	0.13	6.60	por hoja
1.4 Título Archivado	0.065	3.30	por hoja
2. DUPLICADO DE BOLETA DE PRESENTACION O DE SOLICITUD DE INSCRIPCION O DE CERTIFICADO	0.13	6.60	por duplicado de boleta, de solicitud o de certificado
III - OTROS			
1. BUSQUEDAS EN GENERAL	0.16	8.20	por búsqueda
2. EXHIBICION DE TITULOS ARCHIVADOS Y PLANOS	0.32	16.40	por título
3. VISUALIZACION DE TOMOS	0.13	6.60	por media hora
4. BASE GRÁFICA REGISTRAL (1)	1.10	56.60	por publicidad del servicio BGR en archivo digital (incluye CD)
(1) D.S. N°004-2013-PCM			

Figura C2: Tasas Registrales de Publicidad – Vehicular

Valor de UIT 2024 = S/. 5,150 (D.S. N° 309-2023-EF)

SERVICIOS	DERECHOS REGISTRALES		
	VALOR EN %	EQUIVALENCIA EN SOLES	DETALLE
I - PUBLICIDAD CERTIFICADA			
		4,950	
1. CERTIFICADO REGISTRAL MOBILIARIO (CREM) a) Actos vigentes, b) Histórico y c) condicionado	0.65	32.10	Por la primera hoja y por hoja adicional 0.24% de la UIT c/u
II PUBLICIDAD SIMPLE O NO CERTIFICADA			
1.- BUSQUEDA			
1.1 BÚSQUEDA	0.41	20.20	Por la primera hoja y por hoja adicional 0.16% de la UIT c/u

Figura C3: Tasas Registrales de Publicidad – Registro Mobiliario De Contratos
TASAS REGISTRALES DE PUBLICIDAD DEL REGISTRO MOBILIARIO DE CONTRATOS

Valor de UIT 2024 = S/. 5,150 (D.S. N° 309-2023-EF)

SERVICIOS	% UIT	5,150	DETALLE
		equivalencia en soles	
I - PUBLICIDAD CERTIFICADA			
1. CERTIFICADO LITERAL DE PARTIDA REGISTRAL	0.41	21.10	Hasta 2 hojas y por hoja adicional 0.16% de la UIT c/u
2. CERTIFICADOS Y CONSTANCIAS			
2.1 Certificado Positivo	0.53	27.20	por persona
2.2 Certificado Negativo	0.53	27.20	por persona
2.3 Duplicado de Constancia de Inscripción o Anotación de inscripción.	0.48	24.70	por duplicado de constancia o
2.4 Certificado Compendioso de Gravamen por persona	0.65	33.40	por certificado
2.5 Certificado de Vigencia	0.65	33.40	por certificado
2.6 Información del contenido individualizado de los datos de índices o de asientos de presentación	0.13	6.60	por hoja
3. COPIA LITERAL DE TÍTULO ARCHIVADO			
3.1 Por Hoja	0.13	6.60	por hoja
4. BUSQUEDA	0.24	12.30	por búsqueda
II - PUBLICIDAD SIMPLE O NO CERTIFICADA			
1. COPIAS INFORMATIVAS			
1.1 Partida Registral	0.13	6.60	por hoja
1.2 Diario	0.13	6.60	por hoja
1.3 Visualización de título archivado en formato digital	0.13	6.60	hasta media hora
1.4 De títulos en trámite	0.13	6.60	por título
1.5 Título Archivado	0.065	3.30	por hoja
1.6 Información del contenido individualizado de los datos de índices o de asientos de presentación	0.10	5.10	por hoja
2. BUSQUEDA	0.16	8.20	por búsqueda

Figura C4: Tasas Registrales de Publicidad – Registro: Aeronaves; Buques, Embarcaciones Pesqueras, Naves

REGISTROS: AERONAVES; BUQUES, EMBARCACIONES PESQUERAS, NAVES

N°	I. SERVICIO DE PUBLICIDAD REGISTRAL	TASA EN % DE LA UIT	TASA (en soles)
1.1	REGISTRO DE BIENES MUEBLES		
1	Búsqueda de Índice en el Registros de Aeronaves, Buques, Embarcaciones Pesqueras y Naves.	0.12 % UIT (Aeronaves, Buques y Embarcaciones Pesqueras)	6.10
		0.16 % UIT (Naves)	8.20
2	Certificado Positivo de Propiedad, en el registro de aeronaves, buques, embarcaciones pesqueras y naves.	0.48 % de la UIT (por titular)	24.70
3	Certificado Negativo de Propiedad, en el registro de aeronaves, buques, embarcaciones pesqueras y naves.	0.24 % de la UIT (por persona) -Aeronaves, Buques y Embarcaciones pesqueras-	12.30
		0.48 % de la UIT (por titular) -Naves-	24.70
4	Certificado de Cargas y Gravámenes, en el Registro aeronaves, buques, embarcaciones pesqueras y naves.	0.60 % de la UIT -Aeronaves, Buques y Embarcaciones pesqueras-	30.90
		0.97 % UIT (Naves)	49.90

5	Certificado Compendioso de Dominio, en el Registro de Aeronaves, Buques, Embarcaciones Pesqueras y Naves.	0.60 % de la UIT -Aeronaves, Buques y Embarcaciones pesqueras-	30.90
		0.97 % UIT (Naves)	49.90
6	Certificado de Matrícula (Aeronaves)	0.76 % UIT	39.10
7	Copia literal de partida registral en el Registro de Aeronaves, Buques, Embarcaciones Pesqueras y Naves.	0.12 % UIT por cara o llana en el sistema fotostático o impresión, ó 0.24 % UIT por cara o llana en el sistema mecanografiado o microfilm (Aeronaves, Buques y Embarcaciones pesqueras).	S/. 6.10 ó S/. 12.30
		0.32 % UIT Hasta 2 hojas, y por hoja adicional 0.16% UIT cada uno (Naves)	S/. 16.40 + S/. 8.20 x c/hj adicional
8	Copia literal de título archivado en el Registro de Aeronaves, Buques, Embarcaciones Pesqueras y Naves.	0.12% UIT por cara o llana en el sistema fotostático o impresión, ó 0.24% UIT por cara o llana en el sistema mecanografiado o microfilm (Aeronaves, Buques y Embarcaciones pesqueras).	S/. 6.10 ó S/. 12.30
		0.13 % UIT partida registral por hoja (Naves)	6.60
9	Copia Simple o Informativa de Partida Registral en el Registro de Aeronaves, Buques, Embarcaciones Pesqueras y Naves.	0.12 % UIT (Aeronaves, Buques, Embarcaciones pesqueras)	6.10
		0.13 % UIT por hoja (Naves)	6.60
10	Copia Simple o Informativa de Título Archivado en el Registro de Aeronaves, Buques, Embarcaciones Pesqueras y Naves.	0.065 % UIT por hoja (Aeronaves, Embarcaciones Pesqueras, Buques y Naves).	3.30
11	Duplicado de Constancia de Inscripción o Anotación de inscripción, en el Registro de Aeronaves, Buques, Embarcaciones Pesqueras y Naves.	0.48% UIT por duplicado (Aeronaves, Embarcaciones Pesqueras, Buques y Naves).	24.70
12	Exhibición de Título Archivado y Planos, en el Registro de Aeronaves, Buques, Embarcaciones Pesqueras y Naves.	0.32 % UIT, por título.	16.40
N°	I. SERVICIO DE PUBLICIDAD REGISTRAL	TASA EN % DE LA UIT	TASA (en soles)
13	Exhibición de Títulos que se encuentran en trámite de inscripción, en el Registro de Aeronaves, Buques, Embarcaciones Pesqueras y Naves.	0.32 % UIT, por título.	16.40
14	Visualización de partidas registrales que contienen asientos en tomos, fichas, y partida electrónica; en el Registro de Aeronaves, Buques, Embarcaciones Pesqueras y Naves.	0.13% UIT por media hora	6.60

Fuente: Resolución de la Gerencia General de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos N° 266-2023-SUNARP/GG

ANEXO D: Pasos a seguir para acceder a los servicios de publicidad registral en línea

Figura D1: Pasos a seguir para acceder a los servicios de publicidad registral en línea

1 Ingresa al portal institucional de la Sunarp: www.gob.pe/sunarp



2 Hacer clic en **VER MÁS** para acceder al portal web **Sunarp servicios en línea**



3 Ya en el portal de servicios en línea, hacer clic en **SOLICITA AQUÍ TU PUBLICIDAD REGISTRAL**



4 Ingresarás a una página informativa, a continuación selecciona el ícono **Servicio de Publicidad Registral en Línea (SPRL)** para iniciar tu trámite



5

Ya en la plataforma del **Servicio de Publicidad Registral en Línea (SPRL)** ingresa tu usuario y contraseña para iniciar el trámite.

Si aún no tienes una cuenta, debes hacer clic en **DESEO SUSCRIBIRME** y digitar tus datos personales para crear una.



Fuente: Plataforma digital única del Estado Peruano – Servicio de Publicidad Registral en Línea – SPRL (2021)

ANEXO E: Publicidad registral atendida virtualmente durante agosto – diciembre 2023 y enero – julio 2024

Figura E1: Publicidad registral atendida virtualmente durante agosto – diciembre 2023 y enero – julio 2024

CANAL	SERVICIO	VIRTUAL														Total general
		2023						2024								
		ago	set	oct	nov	dic	Total 2023	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	Total 2024	
	CERT. DE VIGENCIA (PODER) - PJ	60,117	58,422	59,495	56,891	49,661	284,586	65,081	55,723	54,937	63,600	61,855	56,240	62,037	419,473	704,059
	FIR.DIGITAL-CERT. LITERAL - PREDIOS	36,843	30,521	51,378	51,573	45,507	215,822	55,630	54,759	53,651	66,731	59,276	53,040	56,459	399,546	615,368
	FIR.DIGITAL-CERT. LITERAL - PJ	33,629	21,519	36,252	33,851	29,305	154,556	37,981	34,847	33,238	38,814	37,689	32,882	35,804	251,255	405,811
	FIR.DIGITAL-CERT. LITERAL - SARP	0	6,857	17,667	17,813	16,595	58,932	19,775	18,880	19,068	33,632	19,960	16,994	19,058	147,367	206,299
	FIR.DIGITAL-CERT. LITERAL - PN	8,185	5,144	8,150	8,046	7,342	36,867	8,420	8,018	7,564	8,813	8,533	7,736	8,790	57,874	94,741
	CERT. DE VIGENCIA (PERS. JURIDICA) - PJ	5,854	5,501	5,724	5,389	4,701	27,169	5,797	5,018	4,679	5,203	4,676	4,090	4,579	34,042	61,211
	CERTIF.VIGENCIA - MANDATOS Y PODERES	5,082	4,782	4,866	4,859	4,511	24,100	5,064	4,771	4,861	5,453	5,138	4,646	5,497	35,430	59,530
	CERTI. LITERAL - PREDIOS	21,291	18,300	2,099	1,875	842	44,407	2,004	2,032	1,541	2,323	2,201	1,980	2,194	14,275	58,682
	CERT. NEGATIVO - PREDIOS	4,340	3,470	3,207	3,268	2,214	16,499	4,849	1,673	6,491	5,325	6,045	7,669	4,469	36,521	53,020
	CERT. NEGATIVO DE SUCESION INTESTADA	4,433	4,218	4,315	4,069	3,209	20,244	4,076	3,822	3,771	4,195	4,069	3,666	3,999	27,598	47,842
	CERT. REGISTRAL INMOBILIARIO - PREDIOS	4,157	4,020	4,050	4,029	3,358	19,614	4,051	3,778	3,443	4,320	4,130	3,528	3,728	26,978	46,592
	CERTIFICADO NEGATIVO DE TESTAMENTO	4,092	3,853	3,944	3,701	2,902	18,492	3,785	3,531	3,595	3,825	3,767	3,319	3,614	25,436	43,928
	CERTI. LITERAL - SARP	18,506	9,539	1,344	1,291	486	31,166	1,120	1,087	885	1,448	1,123	944	1,037	7,644	38,810
	FIRMA DIGITAL - CERTIFICADO REGISTRAL VEHICULAR	2,339	2,286	2,403	2,543	2,895	12,466	2,931	2,511	3,475	3,561	3,949	3,426	3,269	23,122	35,588
	CERTI. LITERAL - VEHICULAR	2,916	2,984	2,732	2,557	2,099	13,288	2,593	2,975	2,652	3,001	2,856	2,828	3,096	20,001	33,289
	CERT. DE GRAVAMEN - FICHAS - PREDIOS	2,356	2,415	2,524	2,707	2,214	12,216	2,672	2,725	2,552	3,210	3,081	2,651	2,951	19,842	32,058
	CERTI. LITERAL - PJ	4,501	14,776	1,267	1,234	520	22,298	1,335	1,441	1,023	1,489	1,548	1,392	1,399	9,627	31,925
	BUSQUEDA CATASTRAL	2,196	2,051	2,343	2,408	1,496	10,494	1,933	2,237	2,117	2,294	2,216	1,894	2,191	14,882	25,376
	CERT. NEGATIVO DE PROPIEDAD - VEHICULAR	1,047	815	1,056	1,426	861	5,205	2,790	420	3,504	3,117	3,257	3,889	1,777	18,754	23,959
	CERT. POSITIVO - POR TITULAR	1,473	1,290	1,374	1,515	1,246	6,898	1,522	1,603	1,454	1,367	1,184	1,087	1,252	9,469	16,367
	CERTIFICADO NEGATIVO DE UNION DE HECHO	1,364	1,344	1,320	1,197	1,010	6,235	1,292	1,235	1,140	1,377	1,344	1,231	1,374	8,993	15,228
	CERT. REGISTRAL INMOBILIARIO - SARP	738	654	609	580	488	3,069	669	624	580	756	666	554	575	4,424	7,493
	CERTI. LITERAL - PN	661	3,138	344	340	128	4,611	311	351	254	408	431	338	387	2,480	7,091
	CERT. DE GRAVAMEN - SARP	583	560	562	587	488	2,780	549	593	523	731	623	548	655	4,222	7,002
	CERTI. LITERAL - MINERIA	62	1,378	256	237	252	2,185	458	502	465	419	272	324	282	2,722	4,907
	CERT.DE VIGENCIA DEL ÓRGANO DE LA PERSONA JURIDICA	276	265	278	312	247	1,378	294	266	483	572	619	552	410	3,196	4,574
	CERT. POSITIVO DE SUCESIÓN INTESTADA	408	417	401	386	306	1,918	391	341	342	343	328	296	319	2,360	4,278
VIRTUAL	CERT. POSITIVO - VEHICULAR	163	139	131	118	134	685	147	123	79	135	126	93	105	808	1,493
	CERT. NEGATIVO DEL REGISTRO PERSONAL	158	146	135	111	97	647	129	111	155	125	99	115	95	829	1,476
	FIR.DIGITAL-CERT. LITERAL TITU. ARCHIV - PREDIOS	89	96	142	113	102	542	131	37	76	141	137	108	133	763	1,305

CERTIFICADO POSITIVO DE TESTAMENTO	133	105	97	102	100	537	158	133	75	89	90	87	73	705	1,242
CERTIF. NEGATIVO - REG. MANDATOS Y PODERES	99	81	87	70	63	400	84	78	80	113	98	97	133	683	1,083
CERT. VIGENCIA - APOYO	65	71	67	68	61	332	71	75	78	78	91	69	84	546	878
CERTIFICADO POSITIVO DE UNION DE HECHO	80	70	69	77	54	350	79	77	66	57	51	54	61	445	795
CERT. POSITIVO INSC. PERSONA JURIDICA	55	54	47	66	32	254	54	40	64	84	101	83	74	500	754
VERIFICADORES - INSCRIPCION	79	64	64	58	54	319	67	61	36	43	74	57	52	390	709
CERTI. LITERAL - EMB. PESQ.	38	38	52	47	27	202	69	69	34	64	68	56	92	452	654
CERTI. LITERAL DE PARTIDA ELECT. - RMC	22	24	14	17	23	100	55	96	46	70	86	52	119	524	624
CERT. NEGATIVO INSC. PERSONA JURIDICA	73	67	65	57	45	307	68	56	33	36	36	31	31	291	598
CERT. VIGENCIA - CURADOR	42	60	58	41	46	247	54	41	38	40	42	35	52	302	549
CERT. DE GRAVAMEN - VEHICULAR	61	51	56	61	14	243	27	48	41	67	42	40	38	303	546
FIR.DIGITAL-CERT. LITERAL TITU. ARCHIV -PJ	49	36	57	52	41	235	51	12	24	33	50	67	58	295	530
FIR.DIGITAL-CERT. LITERAL TITU. ARCHIV -PN	57	47	39	35	37	215	44	21	26	48	59	39	54	291	506
FIR.DIGITAL-CERT. LITERAL TITU. ARCHIV -VEHI	34	58	46	63	26	227	35	13	23	30	36	33	45	215	442
CERT. DE GRAVAMEN - EMB. PESQ.	8	13	11	19	9	60	11	73	16	12	1	6	38	157	217
VERIF. COMUN- AMPLIACION	15	18	20	16	9	78	13	14	16	21	1	0	14	79	157
VERIFICADOR CATASTRAL - INSCRIPCION	13	6	3	3	12	37	38	13	10	4	3	3	7	78	115
VERIFICADORES - ACTUALIZACION DE INDICE	12	14	7	9	10	52	9	15	15	16	0	0	0	55	107
CERTI. LITERAL - NAVES	1	8	12	0	3	24	5	7	15	5	13	12	15	72	96
VERIF. COMUN-CAMBIO VOLUNTARIO DE CREDENCIAL	8	9	17	4	3	41	5	15	7	7	3	4	5	46	87
VERIF. CATASTRAL-CAMBIO VOLUNTARIO DE CREDENCIAL	5	14	7	14	10	50	13	12	5	3	0	1	3	37	87
CERTI. LITERAL - AERONAVES	0	6	7	8	5	26	4	7	5	6	3	2	4	31	57
VERIF. COMUN-ADHOC- REINSCRIPCION	5	3	1	4	1	14	5	1	2	5	1	5	3	22	36
CERTI. LITERAL - BUQUES	2	4	4	1	3	14	3	2	3	2	4	2	5	21	35
CERT. DE GRAVAMEN - AERONAVES	1	0	4	1	1	7	0	2	2	1	2	1	0	8	15
TOTAL VIRTUAL	228,816	211,821	221,279	215,919	186,905	1,063,740	238,802	217,015	219,358	267,662	242,153	218,896	232,595	1,636,481	2,700,221

Fuente: Información solicitada a la institución - SUNARP

ANEXO F: Total de usuarios, inscripción de títulos y publicidad registral de las oficinas de la Zona Registral IX – Sede Lima durante el periodo agosto – diciembre 2023 y enero – julio 2024

Figura F1: Total de usuarios, inscripción de títulos y publicidad registral de las oficinas de la Zona Registral IX – Sede Lima durante el periodo agosto – diciembre 2023

OFICINA	2023															Total 2023		
	08			09			10			11			12			U	T	P
	U	T	P	U	T	P	U	T	P	U	T	P	U	T	P			
OFICINA REGISTRAL DE HUACHO	5,712	0	2,324	3,594	0	2,075	3,271	197	2,091	3,515	0	2,206	2,605	0	1745	18,697	197	10,441
OFICINA REGISTRAL DE HUARAL	5,540	555	3,108	3,984	236	1,136	4,725	442	2,413	1,168	74	534	0	0	0	15,417	1,307	7,191
OFICINA REGISTRAL DE BARRANCA	4162	649	2454	3451	391	3023	4510	509	2469	4880	629	2584	4079	464	1851	21,082	2,642	12,381
OFICINA REGISTRAL DE CALLAO	12313	1082	6572	11479	1115	6177	11322	1353	6140	10512	1368	6245	8419	901	4600	54,045	5,819	29,734
OFICINA REGISTRAL DE CAÑETE	1,865	243	1,997	4,152	504	3,672	4,125	447	3,237	6,144	857	3,914	5,282	393	3293	21,568	2,444	16,113
OFICINA REGISTRAL DE LA MOLINA	4437	1209	3857	4677	1088	3480	4570	1241	3367	4968	1126	3659	4219	673	2684	22871	5337	17047
OFICINA REGISTRAL DE SAN ISIDRO	5135	1990	2259	5040	1862	2351	5656	2051	2566	5716	1573	2479	3491	1257	1729	25,038	8,733	11,384
OFICINA REGISTRAL DE SAN MIGUEL	9645	1291	4421	8943	1213	4251	8977	1276	4310	8880	1188	4271	7380	990	3316	43,825	5,958	20,569
OFICINA REGISTRAL DE SURCO	6760	4865	5670	6411	4321	5674	6656	3602	5216	6407	3531	5173	4903	3085	3978	31,137	19,404	25,711
OFICINA REGISTRAL DE LIMA NORTE	19649	2843	9681	17575	2434	6863	18047	2485	7372	16296	2347	7045	10839	1374	3666	82,406	11,483	34,627
OFICINA REGISTRAL DE SAN BORJA	5872	1603	5479	5269	1598	5221	6829	1863	4989	6284	1927	5093	5082	1864	3637	29,336	8,855	24,419
OFICINA REGISTRAL DE SANTA ANITA	7370	4691	3705	6895	4189	3506	7346	4364	3566	8092	3815	3729	6160	3831	2622	35,863	20,890	17,128
OFICINA REGISTRAL DE VILLA EL SALVADOR	7408	1411	6226	6428	1168	5495	5715	1127	5669	5833	1130	5546	4384	885	4312	29768	5721	27248
OFICINA REGISTRAL DE LOS OLIVOS	14428	3126	8229	13797	3118	6326	13798	2964	6750	11687	2788	6094	12815	2479	6877	66,525	14,475	34,276
OFICINA RECEPTORA DE SAN JUAN DE LURIGANCHO	10505	1683	4184	10414	1469	3404	9914	1525	3735	9850	1351	3594	8023	1161	3018	48706	7189	17935
OFICINA RECEPTORA DE SAN JUAN DE MIRAFLORES	10533	1768	7751	9407	1498	6961	10159	1541	7038	9312	1468	6777	7891	1211	5195	47302	7486	33722
OFICINA RECEPTORA DE VENTANILLA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OFICINA RECEPTORA DE CERCADO	5866	691	111	5043	603	88	6029	675	96	5907	561	2042	4942	487	62	27787	3017	2399
VENTANILLA ESPECIAL DEL JOCKEY PLAZA	488	0	239	554	0	321	692	0	406	100	0	35	0	0	0	1834	0	1001
U	TOTAL DE USUARIOS QUE ACUDEN A LA OFICINA																	
T	TOTAL DE INSCRIPCIÓN DE TÍTULOS																	
P	TOTAL DE PUBLICIDAD REGISTRAL																	

Figura F2: Total de usuarios, inscripción de títulos y publicidad registral de las oficinas de la Zona Registral IX – Sede Lima durante el periodo de enero – julio 2024

OFICINA	2024																					Total 2024			Total General		
	01			02			03			04			05			06			07			U	T	P	U	T	P
	U	T	P	U	T	P	U	T	P	U	T	P	U	T	P	U	T	P	U	T	P	U	T	P	U	T	P
OFICINA REGISTRAL DE HUACHO	6,907	746	2,216	6,263	1,204	2,151	6,389	1,143	2,008	7,005	822	2,404	7,218	1,535	2,179	6,570	1,144	1,893	6,927	1,411	2,211	47,279	8,005	15,062	65,976	8,202	25,503
OFICINA REGISTRAL DE HUARAL	5,063	386	2,288	0	0	0	4,769	441	2,503	752	113	750	5,481	394	2,540	4,663	352	2,298	5,202	452	2,579	25,930	2,138	12,958	41,347	3,445	20,149
OFICINA REGISTRAL DE BARRANCA	4,777	423	2,546	4,820	690	2,474	4,145	564	1,972	4,714	584	2,372	4,584	494	2,342	4,568	422	2,310	4,952	514	2,540	32,560	3,691	16,556	53,642	6,333	28,937
OFICINA REGISTRAL DE CALLAO	12,458	1,110	6,615	12,369	1,062	6,105	10,053	1,082	5,250	11,916	1,106	6,217	10,878	1,184	5,808	9,258	981	4,890	9,681	966	5,092	76,613	7,491	39,977	130,658	13,310	69,711
OFICINA REGISTRAL DE CAÑETE	5,885	492	4,639	6,566	428	4,288	4,676	560	3,744	6,720	440	3,884	5,430	494	4,205	4,680	438	3,751	5,063	454	4,557	39,020	3,306	29,128	60,588	5,750	45,241
OFICINA REGISTRAL DE LA MOLINA	5,039	181	981	5,430	584	3,452	5,312	681	3,305	5,967	706	4,162	6,460	670	4,021	5,410	610	3,106	5,864	564	3,667	39,482	3,996	22,694	62,353	9,333	39,741
OFICINA REGISTRAL DE SAN ISIDRO	6,024	1,838	2,761	5,595	1,537	2,629	5,349	1,844	2,615	6,472	2,031	2,854	6,469	1,721	2,735	4,709	1,658	2,124	5,416	1,512	2,495	40,034	12,201	18,213	65,072	20,934	29,597
OFICINA REGISTRAL DE SAN MIGUEL	9,659	1,214	4,808	9,481	1,210	4,311	8,527	1,233	4,038	9,902	1,389	4,730	9,537	1,210	4,318	8,681	1,135	3,845	9,242	1,272	4,094	65,029	8,663	30,144	108,854	14,621	50,713
OFICINA REGISTRAL DE SURCO	6,176	3,568	5,614	6,644	3,832	5,457	5,392	3,852	5,585	6,945	4,140	5,780	8,889	3,604	5,434	7,859	2,886	4,791	8,189	3,258	5,189	50,094	25,140	37,850	81,231	44,544	63,561
OFICINA REGISTRAL DE LIMA NORTE	25,805	2,457	7,495	22,184	2,020	7,028	19,333	2,027	6,498	24,099	2,156	7,290	24,941	2,365	6,590	20,854	2,029	5,950	22,910	2,112	6,791	160,126	15,166	47,642	242,532	26,649	82,269
OFICINA REGISTRAL DE SAN BORJA	7,956	2,058	5,471	8,142	1,517	5,094	7,784	1,322	4,755	9,060	1,300	5,713	8,375	1,318	4,817	7,304	1,210	4,299	8,352	1,235	4,730	56,973	9,960	34,879	86,309	18,815	59,298
OFICINA REGISTRAL DE SANTA ANITA	7,890	4,142	3,695	6,772	3,685	3,501	5,737	3,862	3,327	6,270	4,591	4,005	6,020	4,345	3,515	5,709	4,024	3,129	6,310	4,355	3,329	44,708	29,004	24,501	80,571	49,894	41,629
OFICINA REGISTRAL DE VILLA EL SALVADOR	6,601	1,224	5,160	5,307	951	5,106	5,320	1,128	4,784	6,013	1,120	5,473	6,542	1,332	4,667	5,517	1,154	4,493	5,373	1,074	4,824	40,673	7,983	34,507	70,441	13,704	61,755
OFICINA REGISTRAL DE LOS OLIVOS	16,732	2,399	7,428	16,132	3,300	6,543	12,593	3,537	6,328	13,765	2,968	6,252	13,584	3,067	6,024	12,124	2,654	5,575	13,675	2,640	6,297	98,605	20,565	44,447	165,130	35,040	78,723
OFICINA RECEPTORA DE SAN JUAN DE LURIGANCHO	12,573	1,655	4,327	8,953	1,280	3,447	8,837	1,298	3,276	9,897	1,523	3,229	9,201	1,894	3,178	8,162	1,534	2,936	9,541	1,336	3,456	67,164	10,520	23,849	115,870	17,709	41,784
OFICINA RECEPTORA DE SAN JUAN DE MIRAFLORES	10,962	1,554	7,465	11,059	1,336	7,036	7,678	1,526	6,034	10,034	1,501	6,767	10,191	1,575	6,122	8,812	1,581	5,335	10,084	1,374	5,220	68,820	10,447	43,979	116,122	17,933	77,701
OFICINA RECEPTORA DE VENTANILLA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3,212	0	0	0	0	0	3,212	0	0	3,212	0	0
OFICINA RECEPTORA DE CERCAADO	7,403	720	4,286	7,027	282	1,058	5,867	737	3,686	7,392	659	4,418	7,446	856	4,245	6,529	822	4,016	5,914	814	4,093	47,578	4,890	25,802	75,365	7,907	28,201
VENTANILLA ESPECIAL DEL JOCKEY PLAZA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	115	0	22	0	83	286	0	93	624	0	198	2,458	0	1,199	
U	TOTAL DE USUARIOS QUE ACUDEN A LA OFICINA																										
T	TOTAL DE INSCRIPCIÓN DE TÍTULOS																										
P	TOTAL DE PUBLICIDAD REGISTRAL																										

Fuente: Información solicitada a la institución - SUNARP

ANEXO G: Instrumento de recolección de datos

Figura G1: Encuesta final de investigación

Introducción: El presente instrumento tiene como objetivo conocer su percepción sobre la calidad de atención en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos – sede Lima – Oficina Registral de Lima Norte respecto al trámite de publicidad registral. Lea detenidamente las preguntas formuladas y responda, marcando con un aspa en la alternativa que sea la más apropiada para usted, seleccionando del 1 a 5. La respuesta que vierda es totalmente reservada y se guardará confidencialidad, marque todos los ítems.

Información general:

1. Género:

Masculino	
Femenino	
Prefero no decirlo	

2. Usted se encuentra en el rango de edad:

18 – 20 años	
21 – 29 años	
30 – 39 años	
40 – 49 años	
50 – 59 años	
60 – 69 años	
70 años a más	

3. Frecuencia a la que acude a la Oficina:

1 – 5 veces	
6 – 10 veces	
11 – 20 veces	
20 veces a más	

4. Público al que pertenece:

Persona natural	
Persona jurídica	
Tramitador (notaría)	
Otro:	

5. Servicio solicitado:

Boletera informativa	
Búsqueda catastral	
Búsqueda de persona natural	
Búsqueda de persona jurídica	
Búsqueda de predios	
Búsqueda vehicular	
Certificado Literal vehicular	
Certificado Positivo de Predios	
Certificado Negativo de Predios	
Certificado Positivo de Propiedad Vehicular	
Certificado Negativo de Propiedad Vehicular	
Certificado Positivo de Registro de Personal	Copia certificada o literal de Predios
Certificado Negativo de Registro de Personal	Copia certificada o literal de SARP
Certificado Positivo de Sucesión Intestada	Copia certificada de Título Archivado
Certificado Negativo de Sucesión Intestada	Copia informativa de partida registral
Certificado Positivo de Testamento	Copia informativa de título archivado
Certificado Negativo de Testamento	Copia literal de persona natural
Certificado Positivo de Unión de hecho	Copia literal de persona jurídica
Certificado Negativo de Unión de hecho	Duplicado de tarjeta de propiedad vehicular
Certificado de Registro Inmobiliario - CRI	Duplicado formulario de solicitud de inscripción
Certificado de Vigencia de apoyo	Gravamen
Certificado de Vigencia de curador	Visualización de partida
Certificado de Vigencia de poder	Visualización de título archivado
	Otros:

CUESTIONARIO

Escala de respuesta para el usuario:

Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Excelente
1	2	3	4	5

VARIABLE 1: CALIDAD DE ATENCIÓN			ESCALA DE MEDICIÓN				
Dimensión	Indicador	Pregunta	1	2	3	4	5
Elementos Tangibles	Apariencia de las instalaciones	¿Cómo califica las instalaciones físicas (edificio, salas de espera, oficinas) de la Oficina Registral de Lima Norte en términos de limpieza, orden y atractivo visual?					
	Equipamiento y materiales	¿La Oficina Registral de Lima Norte cuenta con equipos modernos y materiales (folletos, formatos, etc., visualmente atractivos y útiles para la atención)?					
	Apariencia del personal	¿Cómo califica la presentación y uniformidad del personal de la Oficina Registral de Lima Norte?					
Capacidad de respuesta	Confort	¿Las áreas de atención y espera de la Oficina Registral de Lima Norte son cómodas, bien iluminadas y ventiladas?					
	Calidad de atención	¿Cómo calificaría la calidad de atención del personal de la Oficina Registral de Lima Norte?					
	Competencia profesional	¿Cómo calificaría la competencia profesional del personal de la Oficina Registral de Lima Norte en términos de su conocimiento de los trámites?					
Fiabilidad	Tiempo de atención	¿Cómo consideraría usted el tiempo que le brindó al servidor público para contestar sus dudas o preguntas sobre trámite?					
	Rapidez del servicio	¿Cómo califica la rapidez y puntualidad en la prestación del servicio en la Oficina Registral de Lima Norte?					
	Suficiencia de personal	¿Cómo calificaría la cantidad de personal disponible para atender a los usuarios de manera oportuna?					
Seguridad	Cumplimiento de promesas y plazos	¿Cómo calificaría el cumplimiento de los plazos prometidos para la entrega de servicios de publicidad registral por el personal de la Oficina Registral de Lima Norte?					
	Resolución de problemas y dudas	¿Cómo evaluaría la capacidad del personal para resolver sus dudas o problemas en la Oficina Registral de Lima Norte?					
	Precisión del servicio	¿Cómo evaluaría la precisión del personal de la Oficina Registral de Lima Norte en el procesamiento y resolución de su trámite en la primera vista?					
Empatía	Calidad de información	¿Cómo califica la calidad de la información proporcionada por el personal de la Oficina Registral de Lima Norte al explicar los procedimientos y detalles referentes a su trámite (plazos, costos, requisitos)?					
	Confianza y credibilidad	¿Cómo calificaría el nivel de confianza y seguridad que le inspira el comportamiento del personal de la Oficina Registral de Lima Norte?					
	Ambiente seguro	¿Cómo calificaría la seguridad y comodidad que siente dentro de las instalaciones de la Oficina Registral de Lima Norte?					
Empatía	Atención personalizada	¿Cómo calificaría el nivel de empatía del personal en términos de su esfuerzo por entender sus necesidades particulares y brindar una atención personalizada?					
	Claridad en las orientaciones	¿Qué tan claras fueron las indicaciones brindadas por el personal sobre los trámites que realizó?					
	Horarios convenientes	¿Cómo calificaría la conveniencia de los horarios de atención de la Oficina Registral de Lima Norte para realizar sus trámites?					
	Paciencia y comprensión	¿Cómo calificaría la paciencia y comprensión del personal al atender sus consultas o dificultades durante el trámite?					

VARIABLE 2: SATISFACCIÓN DEL USUARIO			ESCALA DE MEDICIÓN				
Dimensión	Indicador	Pregunta	1	2	3	4	5
Rendimiento percibido	Identificación del personal	¿Cómo califica la identificación del personal de la Oficina Registral de Lima Norte con usted?					
	Desempeño del personal	¿Cómo califica el desempeño del personal de la Oficina Registral de Lima Norte?					
	Trabajo coordinado	¿Cómo califica la coordinación en el trabajo del personal de la Oficina Registral de Lima Norte?					
Expectativas	Seguridad del usuario	¿Cómo califica la seguridad brindada por el personal de la Oficina Registral de Lima Norte al realizar sus trámites?					
	Experiencia del personal	¿Cómo califica la experiencia del personal de la Oficina Registral de Lima Norte para brindar el servicio?					
	Tiempo de espera	¿Cómo califica el tiempo de espera que le brindó el personal de la Oficina Registral de Lima Norte para realizar su trámite?					
Nivel de satisfacción	Gestión de trámite	¿Cómo califica el tiempo que le tomó gestionar el trámite en la Oficina Registral de Lima Norte para realizar su trámite?					
	Satisfacción con el servicio del personal	En la experiencia obtenida, ¿cómo califica el servicio que le brindó el personal de la Oficina Registral de Lima Norte?					
	Satisfacción con el servicio de la institución	En la experiencia obtenida, ¿cómo califica el servicio que le brindó la institución en general de la Oficina Registral de Lima Norte?					

ANEXO H: Guía de encuesta al personal de la Oficina Registral de Lima Norte

GUÍA DE ENCUESTA

Objetivo: Conocer sobre la situación de la Oficina Registral de Lima Norte y la relación que tiene la calidad con su público objetivo.

1. INFORMACIÓN PERSONAL

- a. ¿Cuál es tu nombre y apellido?
- b. ¿Qué cargo tiene?

2. SOBRE LOS ELEMENTOS TANGIBLES

- a. ¿Cómo evaluaría las instalaciones físicas, equipos y materiales de la Oficina Registral de Lima Norte? ¿Considera que son adecuados para brindar un buen servicio?
- b. ¿Qué opina sobre la presentación y uniformidad del personal? ¿Existe alguna política al respecto?

3. SOBRE LA CAPACIDAD DE RESPUESTA

- a. ¿Cómo describiría la capacidad del personal para atender rápidamente las solicitudes de los usuarios?
- b. ¿Considera que el número de personal es suficiente para atender la demanda de servicios? ¿Por qué?

4. SOBRE LA FIABILIDAD

- a. ¿Qué medidas se toman para asegurar el cumplimiento de los plazos prometidos en la entrega de servicios?
- b. ¿Cómo se maneja la resolución de problemas o dudas de los usuarios? ¿Existe algún protocolo establecido?

5. SOBRE LA SEGURIDAD

- a. ¿Qué procedimientos se siguen para garantizar la precisión y calidad de la información proporcionada a los usuarios?
- b. ¿Cómo se fomenta la confianza y credibilidad en el personal hacia los usuarios?

6. SOBRE LA EMPATÍA

- a. ¿Qué estrategias se utilizan para brindar una atención personalizada a los usuarios?
- b. ¿Cómo se asegura que el personal comprenda y atienda las necesidades particulares de cada usuario?

- c. ¿Qué opina sobre los horarios de atención actuales? ¿Considera que son convenientes para los usuarios?

7. SOBRE LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO

- a. ¿Qué medidas se toman para mejorar continuamente el desempeño del personal y la calidad del servicio?
- b. ¿Cómo se gestiona el tiempo de espera y el tiempo de gestión de trámites para los usuarios?
- c. ¿Qué acciones se realizan para identificar y abordar las expectativas de los usuarios?

8. PREGUNTAS ADICIONALES

- a. ¿Existe algún programa de capacitación continua para el personal? Si es así, ¿qué temas se abordan?
- b. ¿Cómo se maneja la coordinación entre diferentes áreas para asegurar un servicio eficiente?
- c. ¿Qué desafíos enfrenta la Oficina Registral de Lima Norte en términos de calidad de servicio y satisfacción del usuario?
- d. ¿Qué sugerencias tendría para mejorar la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en la Oficina Registral de Lima Norte?

ANEXO I: índice de Modificación

Figura I1: índice de Modificación

Índices de Modificación

Cargas de los Factores - Indices de Modificación

	ET	CR	F	S	E	RP	EX	NS
ET1		0.23864	0.7886	0.15833	2.25e-4	2.59798	5.50729	2.0755
ET2		0.00192	0.0218	2.55512	0.30788	4.52546	3.97379	0.0142
ET3		5.08881	6.5953	1.34208	1.12500	9.28867	11.16407	5.2855
ET4		0.10776	0.4836	0.00311	2.07e-6	1.16090	3.33106	1.7430
CR1	1.3054		5.9180	0.25756	2.68740	0.01984	0.07012	4.73e-5
CR2	1.2480		1.5543	0.00114	0.14672	0.32400	0.11481	0.4224
CR3	0.2167		31.4164	4.59648	7.42e-4	2.62144	0.60742	0.4479
CR4	0.6595		1.0730	2.27154	1.52209	3.34332	0.16415	1.0645
CR5	0.0665		0.7445	0.43530	0.00210	0.76330	2.06077	0.1415
F1	2.8541	3.71647		1.56713	9.90631	0.26704	1.93e-4	0.2019
F2	0.0685	2.05624		0.16221	0.45015	0.89958	0.10998	2.2015
F3	1.8153	0.00810		0.20477	2.06179	1.51802	0.09220	1.2236
S1	1.2916	0.16979	0.0137		0.02430	0.10849	0.04770	1.8738
S2	0.5876	1.94e-4	0.6045		0.57143	0.00268	0.12272	5.5098
S3	0.8051	0.47191	0.5897		0.46185	0.22947	0.00526	0.4042
E1	0.6049	3.65280	0.7004	4.06796		2.37736	2.13941	5.3682
E2	1.0063	0.62622	1.5758	0.15695		1.07158	0.68220	0.5688
E3	0.4671	2.03127	11.0456	15.74137		0.03490	4.81089	3.7054
E4	1.6898	1.46996	0.9356	0.54374		1.14927	0.17918	6.2607
RP1	0.0688	0.21934	0.1913	1.26005	0.59107		13.40336	3.1155
RP2	0.1362	0.03728	0.9656	0.09229	0.15165		7.45377	5.5822
RP3	0.0404	0.26742	1.0350	2.30004	0.50101		3.00756	1.2050
EX1	4.3327	0.05657	0.3537	0.00372	1.92130	1.14318		20.3979
EX2	2.0556	0.46968	0.1731	0.04948	0.29162	7.75e-4		7.4664
EX3	4.6309	3.64936	0.3767	0.26324	2.02798	2.00073		2.6490
EX4	0.0884	0.28447	0.0100	0.78575	0.72887	1.80114		9.8279
NS1	0.4255	0.46353	0.2671	0.71685	0.53962	0.00927	0.16927	
NS2	0.4255	0.46352	0.2671	0.71687	0.53962	0.00927	0.16927	

Fuente: Elaboración propia – Jamovi.

ANEXO J: Listado del personal encuestado de la Oficina Registral de Lima Norte

Tabla J1: Listado del personal encuestado de la Oficina Registral de Lima Norte

	Cargos
Informante 1	Técnico Administrativo
Informante 2	Técnico Administrativo
Informante 3	Cajero
Informante 4	Responsable de la Oficina Registral Lima Norte
Informante 5	Orientador
Informante 6	Practicante en el área de orientación
Informante 7	Cajero certificador
Informante 8	Cajera
Informante 9	Practicante en el área de orientación

ANEXO K: Matriz de consistencia de la investigación

Figura K1: Matriz de consistencia de la investigación

Objetivo Principal: Identificar los factores de calidad que impactan en la satisfacción de los usuarios que realizan trámites de publicidad registral presencial en la Oficina Registral de Lima Norte de la SUNARP durante agosto 2023 a julio 2024.				
Objetivo Específico	Pregunta específica	Variables	Hipótesis	METODOLOGÍA
O1: Desarrollar un marco conceptual para identificar factores de calidad que influyen en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral de Lima Norte de la SUNARP.	PE1: ¿Cuál es el marco conceptual adecuado para identificar los factores de calidad que influyen en la satisfacción de los usuarios de la Oficina Registral de Lima Norte de la SUNARP?	Variable independiente: Calidad de servicio (Modelos Servqual) <ul style="list-style-type: none"> - Elementos Tangible - Empatía - Seguridad - Fiabilidad - Capacidad de Respuesta Variable dependiente: Satisfacción <ul style="list-style-type: none"> - Rendimiento percibido - Expectativa - Nivel de satisfacción 	H1: La dimensión "Elementos Tangible" de la calidad de servicio tiene una relación significativa con la variable satisfacción del usuario de la Oficina Registral de Lima Norte que realizan trámites de publicidad registral.	<u>Alcance</u> de la investigación: Correlacional <u>Enfoque:</u> Mixto <u>Horizonte Temporal:</u> Transversal <u>Técnica de Recolección:</u> Encuestas Cuestionario Población: Usuarios que acuden a la Oficina Registral de Lima Norte durante agosto 2023 a julio 2024 (242, 532 personas). Muestra: 352 encuestados.
O2: Describir el contexto operativo de la Oficina Registral de Lima Norte de la SUNARP, incluyendo su ubicación, servicios, y demanda de usuarios.	PE2: ¿Cómo se caracteriza el contexto operativo de la Oficina Registral de Lima Norte de la SUNARP en términos de ubicación, servicios ofrecidos y demanda de usuarios?		H2: La dimensión "Capacidad de Respuesta" de la calidad de servicio tiene una relación significativa con la variable satisfacción del usuario de la Oficina Registral de Lima Norte que realizan trámites de publicidad registral.	
O3: Determinar los factores de calidad de servicio mediante una doble perspectiva, aplicando una encuesta a los funcionarios para conocer su percepción sobre dichos factores y un cuestionario a los usuarios para evaluar su experiencia.	PE3: ¿Cuáles son los factores de calidad de servicio identificados desde la perspectiva de los funcionarios y desde la experiencia de los usuarios de la Oficina Registral de Lima Norte de la SUNARP?		H3: La dimensión "Fiabilidad" de la calidad de servicio tiene una relación significativa con la variable satisfacción del usuario de la Oficina Registral de Lima Norte que realizan trámites de publicidad registral.	
O4: Proponer recomendaciones con el fin de optimizar el desempeño institucional y la satisfacción del usuario.	PE4: ¿Qué recomendaciones se pueden proponer para optimizar el desempeño institucional y mejorar la satisfacción del usuario en la Oficina Registral de Lima Norte de la SUNARP?		H4: La dimensión "Seguridad" de la calidad de servicio tiene una relación significativa con la variable satisfacción del usuario de la Oficina Registral de Lima Norte que realizan trámites de publicidad registral.	
			H5: La dimensión "Empatía" de la calidad de servicio tiene una relación significativa con la variable satisfacción del usuario de la Oficina Registral de Lima Norte que realizan trámites de publicidad registral.	