

“UNIVERSIDAD INCA GARCILASO DE LA VEGA”

“FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CIENCIAS ECONÓMICAS”



TESIS

**“RELACIÓN ENTRE LA GESTIÓN POR PROCESOS Y EL NIVEL DE
SATISFACCIÓN DEL USUARIO DE LA SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE
REGISTROS PÚBLICOS (SUNARP) SAN BORJA, LIMA”**

PRESENTADO POR:

BACHILLER EN ADM.:

OSCCO ROJAS OMAR

BACHILLER EN ADM.:

RAMOS ESTICA ALICIA

PARA OPTAR EL:

TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

LIMA, -PERÚ

2017

DEDICATORIA

A mis maravillosos y adorables padres por su constante apoyo y respaldo para poder realizar este tema de investigación. Además por haberme dado la existencia y en ella la capacidad por superarme y desearme lo mejor en cada paso que doy en este camino difícil y arduo de la vida.

A mis profesores por todo su apoyo incondicional y a la vez brindarme sus conocimientos durante toda mi carrera universitaria.

A Dios, nuestro padre todo poderoso, porque me protege y guía por el buen camino cada día. Además de darme las fuerzas para nunca rendirme y constantemente ponerme a prueba para ser una mejor persona en la vida.

OSCCO ROJAS, OMAR

DEDICATORIA

A Dios por su amor inmerecido, por la fuerza y coraje que me brinda para seguir luchando a pesar de la circunstancias.

A mi madre, a la que admiro muchísimo, por el doble rol que desempeñó y lo hizo muy bien, se ganó el mejor título, al ser padre y madre a la vez; por ser mi ejemplo a seguir y mi mayor motivación para seguir adelante.

A mis siete bellos hermanos por todo su apoyo incondicional.

A mis profesores por los conocimientos impartidos durante toda mi carrera universitaria.

A todas la personas maravillosas que Dios puso en mi camino para bendecirme; y compartir conmigo momentos tanto de felicidad como de tristezas.

RAMOS ESTICA, ALICIA

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a Dios ser maravilloso quien nos ha dado las fuerzas y determinación para realizar lo que nos parecía imposible terminar.

A la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP), por permitirnos el acceso a las instalaciones e información para poder realizar nuestro trabajo de investigación y obtener la información requerida.

A la profesora de Investigación de Tesis, Valencia León Ivonne y asesora Yoko Otsuka Chong por guiarnos y orientarnos, así como también por su tiempo y apoyo para poder desarrollar nuestro trabajo de investigación.

Y para finalizar, también agradecemos a la Universidad Inca Garcilaso de la Vega por permitirnos tener el espacio tan privilegiado para poder realizar nuestro trabajo de investigación y tantas oportunidades para poder desarrollarnos como profesionales.

PRESENTACIÓN

El presente trabajo de investigación, surge por la necesidad de ampliar e incrementar nuestros conocimientos, sobre cada una de las herramientas que se presentan en el campo de las ciencias administrativas, nace por la curiosidad de conocer cuál es la relación que tiene la gestión por procesos y el nivel de satisfacción de los usuarios en la SUNARP.

El motivo de la realización del trabajo de investigación, es porque hoy en día la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP), ha adoptado con mayor énfasis una gestión por procesos, en ocasiones rígidos, y muchas veces inflexibles dejando de lado la satisfacción de los usuarios, ocasionando malestar, debido a los costos, requisitos, plazos, y operaciones que deben realizar para obtener sus documentos. La SUNARP, tiene enfoque en sus políticas, que en la satisfacción de los usuarios.

También incentivamos a que las demás personas hagan nuevos trabajos de investigación, con relación a la gestión por procesos y el nivel de satisfacción de los usuarios en la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP), la cual es el objeto de estudio. El presente trabajo de investigación se divide en capítulos los cuales serán detallados más adelante en la introducción.

INDICE DE CONTENIDO

Dedicatoria	ii
Agradecimientos	iv
Presentación	v
Índice de contenido	vi
Índice de tablas	x
Índice de figuras	xi
Resumen	xii
Abstract	xiii
Introducción	xiv

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.	Situación problemática	2
1.2.	Problema de investigación	3
	1.2.1 Problema general	3
	1.2.2 Problemas específicos	3
1.3	Justificación	4
	1.3.1 Justificación teórica	4
	1.3.2 Justificación práctica	4
1.4	Objetivos	5

1.4.1. Objetivo general	5
1.4.2. Objetivos específicos	6
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	
2.1 Antecedentes de la investigación	8
2.1.1. Antecedentes internacionales	8
2.1.2. Antecedentes nacionales	12
2.2 Base Teóricas	20
2.2.1. La gestión por procesos	20
2.2.1.1. Definición de gestión	20
2.2.1.2. Definición de procesos	21
2.2.1.3. Definición de gestión por procesos	21
2.2.1.4. Definición de simplificación administrativa	23
2.2.1.5. Definición de eficacia	24
2.2.1.6. Definición de productividad	25
2.2.1.7. Definición de eficiencia	26
2.2.1.8. Características de la gestión por procesos	27
2.2.1.9. Objetivos de la gestión por procesos	28
2.2.1.10. Factores de un procesos	33
2.2.2. Satisfacción del usuario	34
2.2.2.1. Definición de satisfacción	34
2.2.2.2. Definición de capacidad de respuesta	39
2.2.2.3. Definición de seguridad	39

2.2.2.4. Definición de empatía	40
2.2.2.5. Definición de calidad percibida	40
2.2.2.6. Calidad en el servicio	41
2.2.2.7. Dimensiones de la calidad de servicio	42
2.2.2.8. Mediciones de la satisfacción del cliente	43
2.2.2.9. Factores que influyen en la expectativas del servicio	44
2.2.2.10. Importancia de la satisfacción del cliente	46
2.2.2.11. Control de la satisfacción	47
2.4. Glosario de términos	49

CAPÍTULO III HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis general	55
3.2. Hipótesis específicas	55
3.3. Identificación de las variables	56
3.4. Operacionalización de las variables	59
3.5. Matriz de consistencia	60

CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA

4.1. Tipo de investigación	62
4.2. Diseño de la investigación	62
4.3. Unidad de análisis	62
4.4. Población de estudio	62
4.5. Tamaño y selección de muestra	63

4.6. Técnicas de recolección de datos	64
4.7. Técnicas de procesamiento, análisis e interpretación de la información	64

CAPÍTULO V: PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

5.1. Análisis e interpretación de resultados	67
5.2. Prueba de hipótesis	102
Conclusiones	112
Recomendaciones	114
Fuentes de información	116
Anexos	120

INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1.	DOCUMENTACIÓN	67
Tabla N°2.	NORMAS	68
Tabla N°3	SIMPLIFICACIÓN DE PROCESOS	70
Tabla N°4	PROCESOS ADMINISTRATIVOS	71
Tabla N°5	PÁGINA WEB	73
Tabla N°6	USO DE COMPUTADORAS	74
Tabla N°7	DESEMPEÑO DEL TRABAJADOR	76
Tabla N°8	RENDIMIENTO	77
Tabla N°9	ATENCIÓN LENTA	79
Tabla N°10	PLAZOS ESTABLECIDOS	80
Tabla N°11	COSTOS DE LOS TRÁMITES	82
Tabla N°12	REQUISITOS INDISPENSABLES	83
Tabla N°13	SERVICIO RÁPIDO Y OPORTUNO	85
Tabla N°14	ORIENTADORES CAPACITADOS	86
Tabla N°15	TIEMPO NECESARIO	88
Tabla N°16	INFORMACIÓN CONFIABLE	89
Tabla N°17	CONFIANZA EN LOS TRÁMITES	91
Tabla N°18	SEGURIDAD	92
Tabla N°19	DISPOSICIÓN DE AYUDAR AL USUARIO	94
Tabla N°20	ATENCIÓN A LOS RECLAMOS	95
Tabla N°21	INCONVENIENTES RESUELTOS	97
Tabla N°22	MEJORAS EN EL SERVICIO	98

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1.	DOCUMENTACIÓN	67
Gráfico N°2.	NORMAS	69
Gráfico N°3	SIMPLIFICACIÓN DE PROCESOS	70
Gráfico N°4	PROCESOS ADMINISTRATIVOS	72
Gráfico N°5	PÁGINA WEB	73
Gráfico N°6	USO DE COMPUTADORAS	75
Gráfico N°7	DESEMPEÑO DEL TRABAJADOR	76
Gráfico N°8	RENDIMIENTO	78
Gráfico N°9	ATENCIÓN LENTA	79
Gráfico N°10	PLAZOS ESTABLECIDOS	81
Gráfico N°11	COSTOS DE LOS TRÁMITES	82
Gráfico N°12	REQUISITOS INDISPENSABLES	84
Gráfico N°13	SERVICIO RÁPIDO Y OPORTUNO	85
Gráfico N°14	ORIENTADORES CAPACITADOS	87
Gráfico N°15	TIEMPO NECESARIO	88
Gráfico N°16	INFORMACIÓN CONFIABLE	90
Gráfico N°17	CONFIANZA EN LOS TRÁMITES	91
Gráfico N°18	SEGURIDAD	93
Gráfico N°19	DISPOSICIÓN DE AYUDAR AL USUARIO	94
Gráfico N°20	ATENCIÓN A LOS RECLAMOS	96
Gráfico N°21	INCONVENIENTES RESUELTOS	97
Gráfico N°22	MEJORAS EN EL SERVICIO	99

RESUMEN

La presente investigación titulada “Relación entre la gestión por procesos y el nivel de satisfacción del usuario de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP) San Borja, Lima”, se realizó con el fin de determinar la relación que tiene la gestión por procesos y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP) San Borja – Lima.

Se desarrolló un tipo de investigación correlacional, con un diseño no experimental de tipo transversal correlacional, con una población de 500 usuarios de la SUNARP, San Borja – Lima., donde se obtuvo una muestra representativa de 217 usuarios. La técnica utilizada fue la encuesta, a través de un cuestionario; el mismo que, estuvo conformado por 27 preguntas relacionadas con los indicadores de estudio. Dicho cuestionario fue sometido a un estudio piloto para determinar la confiabilidad, según el coeficiente del Alfa de Cronbach.

Los resultados que se obtuvieron, se presentan en las tablas y gráficos, donde se detalla, que se comprobó la hipótesis general; es decir, se afirma que existe una relación significativa entre la gestión por procesos y el nivel de satisfacción del usuario en la SUNARP San Borja – Lima.

Palabras clave:

Gestión por procesos, nivel de satisfacción, usuarios, experimental, correlacional, transversal, dimensiones, confiabilidad, Cronbach.

ABSTRACT

The present research entitled "Relationship between the process management and the level of user satisfaction of the National Superintendence of Public Registries (SUNARP) San Borja, Lima" was carried out in order to determine the relationship that the process management has And the level of user satisfaction in the National Superintendence of Public Registries (SUNARP) San Borja - Lima.

A type of correlational research was developed, with a non - experimental correlational cross - sectional design, with a population of 500 SUNARP users, San Borja - Lima, where a representative sample of 217 users was obtained. The technique used in the survey, through a questionnaire; The same that, was formed by 27 questions related to the study indicators. This questionnaire was submitted to a study to determine the reliability, according to the coefficient of Cronbach's Alpha.

The results that were obtained, are presented in the tables and graphs, where it is detailed, that the general hypothesis was verified; That is, it is affirmed that there is a significant relationship between the process management and the level of user satisfaction in SUNARP San Borja - Lima.

Keywords:

Management by processes, level of satisfaction, users, experimental, correlational, transversal, dimensions, reliability, Cronbach.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo trata sobre la gestión por procesos y la satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos, el cual otorga seguridad jurídica al ciudadano a través de los servicios de inscripción y publicidad de actos, derechos, contratos y titularidades. La investigación surge a partir de ciertos sucesos que se ha observado en dicha institución; estos sucesos tienen que ver precisamente con la satisfacción del usuario; el cual aún siente cierto malestar e incomodidad al momento de realizar sus trámites en la organización. por la demora y complejidad en los papeleos.

Esta investigación está dividida en cinco capítulos:

El Capítulo I, parte con el planteamiento del problema, donde se explica la situación problemática, la formulación del problema general y específicos, sin dejar de lado los objetivos que buscamos alcanzar con esta investigación, y se justifica el porqué de la investigación.

El Capítulo II, está compuesto por el marco teórico, las bases teóricas de la gestión por procesos y la satisfacción de usuario y el glosario de términos.

En el Capítulo III, presentamos las hipótesis, la identificación de variables, la operacionalización y la matriz de consistencia.

En el Capítulo IV, está referido a la metodología, como el tipo y diseño de la investigación, la población, la unidad de análisis y las técnicas utilizadas para confirmar las hipótesis.

En el Capítulo V; se presentan los resultados de la investigación.

Finalmente, se muestra las conclusiones, recomendaciones y las fuentes de información.

Capítulo I

Planteamiento del problema

1.1 Situación problemática

Desde comienzos del Siglo XXI, es muy notorio que la mayoría de las organizaciones han elevado su interés por mejorar la calidad en el servicio y el valor percibido de los clientes en sus distintas actividades y operaciones, por esta razón han centrado sus esfuerzos, en la gestión basado en procesos, donde su principal objetivo es aumentar los resultados, a través de conseguir niveles superiores de satisfacción de sus clientes e incrementar la productividad mediante la reducción de costos innecesarios, acortando los plazos de entrega y mejorara la calidad de servicio. Para adoptar un enfoque basado en procesos, la organización debe identificar todas las actividades que realiza. Sin embargo, no siempre llegan a concretar sus deseos de lograr un alto nivel de satisfacción del usuario a través de su gestión por procesos, principalmente por falta de estrategias, exceso de normas o formalidades, temor al cambio, ausencia de personal capacitado, entre otras causas que frenan el crecimiento de las empresas con respecto a la calidad en sus servicios.

En la actualidad, son las organizaciones del sector público las que han adoptado con mayor énfasis una gestión por procesos, en ocasiones rígidos, y muchas veces inflexibles. Por esta razón, existe cierto malestar en los usuarios al momento de realizar sus trámites; debido a que los plazos, costos, requisitos y operaciones en dichas instituciones públicas no cubren sus expectativas. Ante esta realidad se pretende con la presente investigación, conocer ¿Cuál es la relación que tiene la gestión por procesos y en el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP) San Borja, Lima?

La SUNARP es un organismo descentralizado autónomo del Sector Justicia y ente rector del Sistema Nacional de los Registros Públicos, que otorga seguridad jurídica a través de los servicios registrales y de publicidad de actos, contratos, derechos y titularidades de una manera oportuna, transparente, inclusiva, predecible y eficiente.

1.2 Problema de investigación

1.2.1 Problema general:

¿Cuál es la relación que tiene la gestión por procesos y en el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP) San Borja, Lima?

1.2.2 Problemas específicos:

1.1.- ¿Cuál es la relación que tiene la simplificación administrativa y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP) San Borja, Lima?

1.2.- ¿Qué relación tiene la eficacia y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP) San Borja, Lima?

1.3. ¿Cuál es la relación que tiene la productividad y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP) San Borja, Lima?

1.4. ¿Qué relación tiene la eficiencia y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP) San Borja, Lima?

1.3 Justificación

1.3.1 Justificación teórica

Esta investigación se realiza con el objetivo de determinar la relación que tiene la gestión por procesos y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP), Sn Borja, Lima.

La gestión por procesos para Rojas (2015) es: “La forma de gestionar toda la organización basándose en procesos. Entendiendo estos como una secuencia de actividades orientadas a generar un valor añadido sobre una entrada para conseguir un resultado, y una salida que a su vez satisfaga los requerimientos del usuario (p18)”. Según Lawrence Gitman (2007): “La satisfacción del cliente, se entiende como su opinión respecto a si un producto ha cumplido o superado las expectativas que tenía (p.204)”.

Se busca lograr el interés de las entidades del sector público por mejorar la gestión por procesos; innovando sus estrategias, reduciendo el tiempo en la espera y demora de trámites; y así elevar el nivel de satisfacción del usuario; el cual hoy en día debe ser la mayor preocupación de cada una de las instituciones públicas.

La presente investigación tiene un alcance a nivel social, buscando siempre la mejora de todo el país. También queremos que nuestra investigación sirva como un incentivo para futuras investigaciones.

1.3.2 Justificación práctica:

En la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP) es necesario que la gestión por procesos tenga una mejora continua, con el fin de reducir el tiempo y el costo de los trámites documentarios para mejorar la satisfacción del usuario. En la actualidad la Superintendencia Nacional de Registros Públicos, ubicada en el distrito de San Borja, se preocupa cada vez más por lograr un servicio de calidad; por esta razón, la gestión por procesos es un factor clave para lograr los objetivos organizacionales y cubrir las expectativas del usuario; quien aún se queja y reclama que exista “demasiada burocracia” al momento de realizar sus trámites en la institución.

Es evidente la importancia de la gestión por procesos, desde el punto de vista de la satisfacción del usuario; ya que muestran largos periodos de tiempos en los trámites. El recurso (o punto) más importante de dicha institución pública, es precisamente los altos cargos de autoridad, de ahí parte la importancia de mejorar la gestión por procesos para la satisfacción del usuario.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general:

Determinar la relación que tiene la gestión por procesos y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP), Lima.

1.4.2 Objetivos específicos:

1.1.- Determinar la relación que tiene la simplificación administrativa y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP) San Borja, Lima.

1.2.- Analizar la relación que tiene la eficacia y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP) San Borja, Lima.

1.3. Determinar la relación que tiene la productividad y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP) San Borja, Lima.

1.4. Analizar la relación que tiene la eficiencia y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP) San Borja, Lima.

Capítulo II

Marco teórico

2.1 Antecedentes de la investigación

Las investigaciones relacionadas con la gestión por procesos y con la satisfacción de los clientes han sido trabajadas desde distintas disciplinas como la administración, la economía y el marketing. En las siguientes líneas se van a estudiar los aportes de los investigadores relacionados con nuestro trabajo.

Antecedentes Internacionales

Tejena R. (2014) en su tesis titulada “Modelo de gestión por procesos para el Área de Pediatría del Hospital Regional de Portoviejo, Dr. Verdi Cevallos Balda.”, publicada por la Universidad Católica de Loja en Ecuador, el objetivo general fue proponer un modelo de gestión por procesos para el área de pediatría del hospital regional de Portoviejo Dr. Verdi Cevallos Balda, para asegurar una mejora atención del usuario. Los métodos utilizados fueron, el analítico: donde se estudió cada uno de las variables con sus respectivas categorías y subcategorías para su aplicación a partir de la observación de un problema; y consecuentemente proponer un modelo de gestión de la misma, que fue verificada a través de los resultados obtenidos y el método sintético el cual complementó el estudio y análisis del problema investigado. Las técnicas de investigación fueron: registros personales del equipo de salud, encuestas al equipo de salud y la fotografía, a la muestra de 40 miembros del equipo de salud del área de pediatría Dr. Verdi Cevallos Balda. Se llegó a las siguientes conclusiones: “El departamento de pediatría no contaba con un modelo de gestión adecuado que cubriera las necesidades presentadas por los pacientes, los procesos con

¹ disponible en internet en la siguiente página:
http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/11206/1/Tejena_Velasquez_Rosaura_Monserrate.pdf

mayor problemas presentados son los de atención pediátrica con su subprocesos de gestión de admisión y de atención al usuario, el procesos de atención pediatría contó con flujograma y diagramas SIPOC de cada subproceso donde describe las actividades que se realizaron para agilizar los trámites administrativos”.

Rodríguez C. (2009), en su tesis titulada “Hacia una estructura por procesos”, publicada por la Universidad Nacional de Colombia Facultad de Minas², cuyo el objetivo general fue desarrollar una metodología para llevar a cabo la definición de una estructura organizacional por procesos acorde con las tendencias del entorno y las necesidades de las organizaciones empresariales. Para la recolección de datos se utilizaron las técnicas de entrevistas, cuestionario y la observación. Las conclusiones a las que se llegó en esta investigación son: “Una organización por procesos permite orientar sus procesos a las nuevas necesidades de sus clientes y a las variables del entorno. La estructura por procesos muestra una estructura organizacional más liviana, donde se exponen los verdaderos dueños y concedores de los procesos, la estructura por procesos enfoca el cumplimiento de sus metas al desempeño de los equipos de trabajo; así es posible que cada empleado vea materializado su actividad en el logro de las metas de la organización, la metodología presentada tiene como objetivo obtener una estructura organizacional por procesos, y utiliza como insumo los procesos que impactan directamente al cliente. De esta forma se orienta la estructura a obtener los resultados de los procesos”.

² Disponible en <https://es.scribd.com/document/126452590/Gestion-Por-Procesos>

Aimacaña I. (2013), “Procesos de calidad y la Satisfacción de los Socios, de la Cooperativa de Ahorro y crédito Sumak Kawsay Ltda., de la ciudad de Latacunga”³, cuyo el objetivo general fue determinar la influencia de los procesos de calidad, en el nivel de satisfacción de los clientes (socios) de la Cooperativa de Ahorro y Crédito “SUMAK KAWSAY Ltda.”. El tipo de investigación que se planteó fue la descriptiva y correlacional. La muestra utilizada fue de 351 clientes. La autora llegó a las siguientes conclusiones: “Mediante el desarrollo de esta investigación se establece que los clientes de la COAC, utilizan con mayor frecuencia el servicio de crédito que oferta la Cooperativa, a su vez se determina que en porcentajes mínimos utilizan el servicio de inversiones, lo que representa una debilidad en el desempeño corporativo. También se establece que un número considerable de clientes califican a los procesos de calidad que se realiza en la cooperativa como muy bueno, esto refleja que parcialmente se está satisfaciendo las necesidades de los socios; así como también se debe buscar alternativas para satisfacer las necesidades de los clientes que consideran que los procesos realizados es malo, demostrando así su insatisfacción con la cooperativa. Una parte significativa de clientes se encuentran satisfechos con los procesos de calidad realizada en la Cooperativa; sin embargo, no hay que descartar que un considerable número de personas no se encuentren satisfechos, esto denota que existe algún tipo de falencia al momento de realizar todo el proceso al brindar el servicio. También se considera que no todos los clientes piensan que el servicio es ágil y oportuno en la realización de las transacciones. Se llega a establecer que la cooperativa trabaja arduamente por brindar una buena atención al cliente y poder cumplir con las expectativas de los mismos, pero no se alcanza en su totalidad satisfacer las exigencias que los clientes buscan al momento de confiar su dinero. Es necesario tener lineamientos en los procesos del servicio como una implementación de un Manual Calidad dentro de la

³ Disponible en <http://redi.uta.edu.ec/bitstream/123456789/6551/1/111%20MKT.pdf>

Cooperativa, para mantener y corregir el servicio ofrecido, mejorando la calidad, aumentando la confiabilidad, enfocándose en la satisfacción de los socios”.

Díaz M. (2010), en la tesis titulada “Modelo de Gestión de Calidad y su incidencia en la Satisfacción del Cliente de la empresa MEGAPROFER S.A. de la ciudad de Ambato – Ecuador⁴. La autora plantea su problema de investigación de la siguiente manera: ¿Cómo un modelo de gestión de calidad incide en la satisfacción del cliente de la empresa MEGAPROFER S.A. de la ciudad de Ambato? Su objetivo general fue: Determinar cómo un modelo de gestión de calidad incide en la satisfacción del cliente de la empresa MEGAPROFER S.A. de la ciudad de Ambato. Fue una investigación correlacional, ya que tiene como finalidad examinar la relación entre las variables, a su vez, permitió medir estadísticamente la influencia de las mismas, es decir la consecuencia que tiene el modelo de gestión de calidad sobre la satisfacción del cliente. La muestra utilizada fue de 225 clientes. Las conclusiones fueron: “Se ha detectado que la calidad de servicio y atención que brinda la empresa tan solo es bueno, creando insatisfacción al cliente. La entrega tardía de pedidos, ha generado que el cliente en varias ocasiones recurra a otros proveedores. El stock de productos que maneja la empresa en varias ocasiones, ha generado inconformidad en el cliente al momento de recibir sus pedidos. La escases del stock de productos, repercute en el retraso de la entrega de mercadería. Existen escases en las líneas de productos para abastecer al cliente en sus necesidades. La variedad de productos que maneja la empresa, en ocasiones no cubre las exigencias por parte del cliente. El vendedor se limita a ofrecer y no brinda un asesoramiento constante, que permita al cliente sentirse a gusto con un servicio garantizado. Falta de tiempo o predisposición por parte del vendedor para brindar capacitación y asesoramiento técnico. En ocasiones el cliente se ha sentido

⁴ Encontrado en internet en la siguiente página web:
<http://repositorio,uta,edu,ec/bitbitstream/123456789/1468/1/229%20Ing.pdf>

inconforme por los errores del vendedor, al momento de tomar y despachar sus pedidos. Los clientes no están predispuestos a esperar más de tres días para la entrega de sus mercaderías. La calidad de los productos ofertados por la empresa, no siempre reúne las condiciones de garantía y calidad que el cliente desea. El servicio técnico en la mayoría de los productos eléctricos, tiene un tiempo de espera demasiado alto en comparación de otras empresas. Los clientes han tendido que presenciar retraso en la solución a los inconvenientes, sintiéndose inconformes al no recibir respuesta en el momento indicado. Cerca del cien por ciento de clientes manifiestan que si es necesario y están de acuerdo, que se implante un modelo de gestión de calidad, que aporte al desarrollo de las actividades de la empresa”.

Antecedentes Nacionales:

Carranza L., Valverde J., Vera J. (2016) “Implementación de la gestión por procesos en la escuela militar de Chorrillos Coronel Francisco Bolognesi (EMCH CFB)”⁵. Cuyo objetivo principal fue Implementar la gestión por procesos en la EMCH CFB. El diseño del presente trabajo de investigación fue la Metodología para la Implementación de la Gestión por Procesos en las Entidades de la Administración Pública en el Perú y en el modelo de rediseño de una estructura organizacional, el mismo que busca optimizar el empleo de los recursos asignados y generar cadenas de valor cuyo resultado sea satisfactorio para la sociedad, los estudiantes y las organizaciones militares que hacen de clientes de la EMCH CFB. La muestra utilizada para el análisis se dividió en clientes internos 281 y clientes análisis documental o de contenido y la encuesta. Las conclusiones fueron: “La

⁵ disponible en <http://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/1137/CarranzaLuis2016.pdf?sequence>

normatividad vigente, provenientes de la SGP PCM, el MINEDU y el MINDEF, impone a las instituciones educativas de las Fuerzas Armadas, dentro de ellas a la EMCH CFB, implementar el modelo de gestión enfocada en procesos. Así mismo, el modelo actual de gestión institucional de la EMCH CFB, enfocada en funciones, la misma que se observa claramente en su estructura organizacional (Anexo 1), presenta una serie de deficiencias significativas principalmente en los procesos académicos y de investigación, los mismos que se detallan en la línea de base del presente trabajo de investigación. La implementación de la gestión por procesos y el rediseño de una organización en base a los mismos, en este caso el de la EMCH CFB, puede variar según el enfoque de los investigadores, sin que ello modifique significativamente los procesos existentes o descalifique el rediseño propuesto, siempre que se haya seguido una metodología teórica aceptada. La viabilidad política y económica para la implementación de la gestión por procesos y del rediseño organizacional de las instituciones públicas dependen fundamentalmente de los objetivos que busca dicha implementación, los mismos que deben desprenderse de los objetivos institucionales establecidos en el PEI, en este caso del PEI de la EMCH CFB”.

Ríos K. (2014), en la tesis titulada “Gestión de procesos y rentabilidad en las empresas de courier en Lima Metropolitana 2012-2013”⁶. El problema principal fue ¿de qué manera la gestión de procesos influye en la rentabilidad en las empresas de Courier en Lima Metropolitana?, siendo el objetivo general el determinar la influencia de la gestión de procesos en la rentabilidad en las empresas de Courier en Lima Metropolitana, 2012-2013. El diseño de investigación es de tipo descriptiva y explicativa. La muestra utilizada fue de

⁶ Recuperado de: http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1116/1/rios_sk.pdf

72 personas entre hombres y mujeres. Las conclusiones fueron las siguientes: “La mayoría de empresas de Courier en Lima Metropolitana al no desarrollar una buena gestión de calidad, no logran reducir los tiempos de entregas de las encomiendas a los distintos puntos del país, ocasionando que la cadena de valor se vea interrumpida disminuyendo la productividad. La mayoría de empresas de Courier en Lima Metropolitana, no han mejorado su productividad, debido a que no realizan un buen diagnóstico ni identifican las posibles causas que la afectan, ocasionando deficiencias en la toma de decisiones. Las empresas de Courier en Lima Metropolitana no apoyan a la gestión de compras ocasionando ineficiencias y demora en el proceso de despacho, afectando la rentabilidad financiera. La mayoría de las empresas de Courier en Lima Metropolitana no logran una mayor competitividad, debido a que no invierten en tecnología, lo que conlleva a incrementar el riesgo financiero en sus operaciones”.

Álvarez G. (2012), en la investigación que lleva como título “Satisfacción de los clientes y usuarios con el servicio ofrecido en redes de supermercados gubernamentales”⁷, el objetivo general fue determinar el grado de satisfacción de los clientes con respecto a la calidad servicio ofrecido en una red de gobierno, el tipo de investigación utilizada es evaluativa, porque describe y comprende las relaciones significativas entre las variables así como el establecimiento de la secuencia causal en la situación o hecho de estudio. La muestra estudiada fue de 839 usuarios. Se llegó a las siguientes conclusiones: En términos específicos, el cliente considera que el servicio en PDVAL superan lo esperado, en relación a la dimensión “Evidencia física”, debido a que la apariencia de las instalaciones físicas, la facilidad y conveniencia del desplazamiento, incluyendo la distribución de las

⁷Disponible en: <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAS3832.pdf>

secciones y colocación de los productos en las estanterías. Asimismo, el cliente percibe que el servicio supera lo esperado en cuanto a la dimensión “Fiabilidad”, ya que la visualización de los precios de los productos es clara y atractiva, informando puntualmente las promociones u ofertas existentes y destacándose en la entrega de tickets de compra claros y detallados. Para esta dimensión, los clientes perciben que el servicio es peor a lo esperado, en relación a las transacciones de venta, es decir, el tiempo de espera para acudir a la cancelación a las cajas de salida. El cliente considera que el servicio supera lo esperado, en relación con la dimensión “interacción personal”, indican que el personal de PDVAL es amable transmitiendo seguridad y percibe que el personal está dispuesto a ayudar a los clientes y que nunca están demasiado ocupados para orientarle a una mejor compra. El cliente percibe en cuanto a la dimensión “políticas”, que este supera el servicio esperado, debido al surtido amplio de productos ofrecidos que se caracterizan por su gran calidad y de marca conocida. La sección de productos perecederos (frutas, hortalizas, verduras, carnicería, charcutería, pescadería), también se caracteriza por su frescura y calidad, siendo una ventaja competitiva del establecimiento”.

Herrán J. (2004), “Medición y control del nivel de satisfacción de los clientes de una discoteca” Lima – Piura⁸. El principal objetivo de esta investigación consistió en evaluar la calidad del servicio que brinda la Discoteca Queen´s, midiendo el nivel de satisfacción de los clientes. Esto llevará consigo una mejora porque el control permitirá conocer las causas de los errores que se cometen, en tiempo real. El tipo de investigación utilizada es descriptivo; ya que se describe el nivel de satisfacción de los clientes sobre el servicio que ofrece la discoteca Queen´s. El diseño de la investigación es de tipo no experimental, es decir que no se alteró ninguna variable de manera intencional con el objetivo de ver cuál o

⁸ Encontrado en internet:
https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/1205/ING_423.pdf?sequence=1&isAllowed=y

cuáles serían las consecuencias derivadas de la manipulación. La muestra fue de 360 personas. Se llegó a las siguientes conclusiones: “El propósito general de esta investigación fue señalar el nivel de satisfacción que tienen los clientes sobre la discoteca Queen’s en Piura. Para esto, fue necesario hacer una investigación. Parte del trabajo consistió en realizar encuestas a distintos clientes de la discoteca, y posteriormente presentarlo en forma de gráficas y explicarlo, para más tarde hacer recomendaciones generales a los encargados de la discoteca. La discoteca Queen’s en Piura brinda en general un buen servicio, pues sus clientes muestran estar satisfechos con la atención brindada por los meseros y barmans. Los meseros en general brindan un buen servicio pero eso no indica que su desempeño sea el mejor en todas sus dimensiones. En la dimensión de velocidad de atención y capacidad de reacción del servicio no se desempeñan muy bien, ya que debido a las puntuaciones que se obtuvieron no se pudo instalar los gráficos de control correspondientes, por encontrarse muchos puntos fuera de los límites de control. Esto indica que no todos los meseros eran rápidos al momento de atender a los clientes o al momento de llevar los pedidos de los clientes a sus mesas. Los barmans en general también brindan un buen servicio pero eso no indica que su desempeño sea el mejor. En la dimensión de velocidad de atención y capacidad de reacción del servicio no se desempeñan bien, ya que debido a las puntuaciones que se obtuvieron no se pudo instalar los gráficos de control correspondientes, por encontrarse muchos puntos fuera de los límites de control. Esto indica que algunos barmans no eran rápidos al momento de atender los pedidos de los clientes o había tanta gente que a los clientes les tomaba mucho tiempo hacer cola y hacer sus pedido en general, para Meseros y Barmans, las dimensiones de calidad que tienen los menores valores en cuanto a medias son: Velocidad de Atención y Capacidad de Reacción del Servicio. Las medias de desviación estándar de estas mismas dimensiones son altas, lo

que quiere decir que son solo algunos meseros y barmans los que trabajan de manera homogénea”.

Rosales A. (2015), en su tesis titulada “Gestionar la calidad por procesos para mejorar la competitividad en la empresa global Plastic S.A.C. Los Olivos 2015”⁹, su formulación del problema fue: ¿En qué medida la calidad del proceso mejora la competitividad del área de Inyectado en la empresa Global Plastic S.A.C. 2015?, su objetivo general fue determinar en qué medida la calidad del proceso mejora la competitividad del área de Inyectado en la empresa Global Plastic S.A.C. 2015. El tipo de investigación utilizada fue descriptivo y explicativo. El autor llegó a las siguientes conclusiones: “Ha quedado demostrado que la competitividad del área de Inyectado se ha incrementado por el uso de la herramienta de la calidad del proceso, como se ratificó en la tabla 25 de la página 68. A quedado justificado que la productividad del área de Inyectado se ha incrementado por el uso del desempeño en el proceso de inyectado. Ha resultado verificado que los costos del área de Inyectado ha disminuido por el uso de la herramienta de la confiabilidad.

García J. (2012), “Análisis de los sistemas de gestión de calidad y la administración pública en la presidencia del consejo de ministros- 2011” Lima – Perú¹⁰. El problema general del presente trabajo de investigación fue ¿De qué manera el análisis de los sistemas de gestión de calidad tiene implicancia en la administración pública en la Presidencia del Consejo de Ministros en el año 2011?, Su objetivo general es: Determinar si, el análisis de los sistemas de gestión de calidad tiene implicancia en la administración pública en la Presidencia del Consejo de Ministros en el año 2011. El tipo de investigación tiene las características de resolver problemas prácticos como propósito fundamental, definiéndose

⁹ Encontrado en:

http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/UCV/125/1/rosales_ja.pdf

¹⁰ Recuperado de: http://cybertesis.uni.edu.pe/bitstream/uni/1385/1/garcia_lj.pdf

como una Investigación aplicada, la cual se encuentra en relación directa con los problemas planteados y los objetivos del objeto de estudio. La muestra utilizada para describir el adecuado funcionamiento y la influencia de los sistemas de gestión de calidad y de la administración pública en la Presidencia del Consejo de Ministros se utilizará un sondeo de opinión dirigido a diez profesionales especializados en materia de gestión pública, con el propósito de establecer la real situación y el impacto que tienen los sistemas de gestión de calidad y de administración pública en los servicios que presta la PCM. Se decidió consultar a los propios funcionarios claves de la PCM, especialistas en gestión pública (que se constituyen en usuarios internos), y no a usuarios externos, debido a que son los propios empleados quienes conocen a fondo las fortalezas y debilidades de los diversos procesos que tiene la institución. El autor llegó a las siguientes conclusiones: “Los resultados obtenidos de la investigación han permitido determinar que la planificación de gestión de la calidad sí tiene implicancias favorables en la gestión para resultados en la Presidencia del Consejo de Ministros en el año 2011, debido a que al planificar las futuras acciones de la entidad se logra estimar lo que se necesitara para poder realizar el trabajo con calidad así se reducirán los costos con buenos resultados. Asimismo, los resultados del estudio han podido establecer que el control de la gestión de calidad sí tiene implicancia eficaz en burocracia Weber en la gestión pública en la Presidencia del Consejo de Ministros en el año 2011, debido a que al controlar la burocracia se llega a un orden adecuado de cómo se tendrían que llevar las actividades dentro de una organización. Asimismo, los resultados del estudio han podido analizar que la mejora continua de gestión de la calidad sí tiene implicancia eficiente en el diseño y mejoramiento de procesos en la Presidencia del Consejo de Ministros en el año 2011, debido a que al mejorar la gestión de calidad se mejoraría todos los procesos haciendo que las actividades a realizar brinden mejores resultados. Finalmente, ha permitido determinar que la responsabilidad en la

gestión si tiene implicancia significativa diseño y documentación de la organización en la Presidencia del Consejo de Ministros en el año 2011, debido a que al ser una organización responsable tiene que tener todos sus documentos clasificados y en orden. En conclusión, se ha determinado que el análisis de los sistemas de gestión de calidad si tiene implicancia positiva en la administración pública en la Presidencia del Consejo de Ministros en el año 2011, debido a que la gestión de calidad se encargara que todos los procesos dentro de una organización se desarrollen adecuadamente en este caso de la administración pública”.

Berna (2015) “Gestión por procesos y mejora continua, puntos clave para la satisfacción del cliente”; en la presente investigación publicada por la Universidad Militar Nueva Granada en Bogotá, D.C¹¹. donde el objetivo fue dar una respuesta a la siguiente interrogante ¿Comprenden las organizaciones las necesidades de sus clientes y se esfuerzan por exceder sus expectativas? En esta investigación se llegó a la siguientes conclusiones: “Las empresas deben centrar sus esfuerzos en entender las necesidades actuales y futuras de los clientes y en satisfacer sus expectativas, la práctica nos lleva a un escenario en el que pareciera desencadenarse una serie de errores de las diferentes áreas de la compañía que al final repercuten de manera negativa en el cliente, mostrándonos así la importancia de la implementación del sistema de gestión de calidad dentro de las empresas, además de la importancia del enfoque en el cliente, en procesos y la mejora continua. Al momento de diseñar los procesos debe existir equilibrio, entre la satisfacción del cliente y la rentabilidad de la organización, si el proceso busca favorecer únicamente la rentabilidad de la empresa, pero afecta de alguna manera al cliente, no será un proceso exitoso, y puede que al final sus consecuencias incluyan el incurrir en costos adicionales, afectando la

¹¹ Recuperado por <http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/6332/1/GESTI%C3%93N%20POR%20PROCESOS%20Y%20MEJORA%20CONTINUA,%20PUNTOS%20CLAVE%20PARA%20LA%20SATISFACCI%C3%93N%20DEL%20CLIENTE.pdf>

eficiencia de la empresa. El manejo eficiente de los recursos para llegar a resultados cada vez mejores, es uno de los requisitos de las organizaciones hoy en día”. Esto resume que dentro de cada proceso debe primar la eficacia y eficiencia; y estos sean pilares que dirijan la organización y se puedan evidenciar en cada uno de los indicadores que nos ayuden a medir el grado o nivel de satisfacción del cliente y/o usuario”.

2.2 Bases teóricas:

A continuación, se presenta algunos enfoques teóricos acerca de la gestión por procesos, los cuales van a servir como una guía para realizar la presente investigación de la manera más confiable, viable, verídica y realista; va ayudar a ampliar nuestros conocimientos y bases para llevarlo a cabo con éxito.

2.2.1 Gestión por procesos

2.2.1.1. Definición de gestión.

La gestión por procesos es el conjunto de mecanismos o pasos llevados a cabo de una manera secuencial con el fin de obtener resultados óptimos. Maldonado (2015, p.18) afirma: “El concepto de gestión hace referencia a la acción y a la consecuencia de administrar o gestionar algo. Al respecto, hay que decir que gestionar es llevar a cabo diligencias que hacen posible la realización de una operación comercial o de un anhelo cualquiera”. Este tipo de gestión se está llevando a cabo con mayor énfasis en la actualidad; sin embargo no sabemos a ciencia cierta si las empresas se están enfocando a los resultados de la gestión por procesos o simplemente se preocupan por los procesos en sí. Es importante

señalar que al llevar a cabo una gestión por procesos el objetivo primordial debe buscar la plena satisfacción del cliente o usuario; a través de estrategias eficaces y eficientes.

{La gestión se refiere a la acción de administrar, esto quiere decir que la gestión es un conjunto de acciones relacionadas a la administración cuyo objetivo es la mejora de una organización. En cambio, los procesos se refieren a la acción de ir hacia adelante, quiere decir, que los procesos son determinadas acciones para que las organizaciones lleguen a su objetivo}.

2.2.1.2. Definición de proceso

Un proceso es una secuencia de acciones o un conjunto de actividades mediante los cuales se transforman para obtener resultados definidos, ya sea un producto o servicio, al cual se le agrega valor para satisfacer los requerimientos del cliente. Para Münch (2010, p.27) un proceso es: “El conjunto de pasos o etapas para llevar a cabo una actividad”. Los procesos ayudan a las organizaciones a tener un orden para que puedan llegar a algún resultado específico, es por eso que hoy en día, las organizaciones determinan sus procesos para llegar a sus objetivos.

2.2.1.3. Definición de gestión por procesos.

Para, Rojas (2000, p.2) la gestión por procesos es: “La forma de gestionar toda la organización basándose en procesos. Entendiendo estos como una secuencia de actividades orientadas a generar un valor añadido sobre una entrada para conseguir un resultado, y una salida a su vez satisfaga los requerimientos del

usuario”. Esta forma de gestionar o dirigir las actividades dentro de una organización está siendo adoptada por las instituciones del estado, en este caso específico en Superintendencia Nacional de los Registro Públicos, que realiza todas sus actividades en base a procesos bien planteados.

Ortega (2007, p.145) definió la gestión por procesos como: “La actividad sistemática del colectivo laboral dirigida a garantizar un conjunto de técnicas medidas, métodos y procedimientos que aseguren la más racional y armónica conjugación cualitativa y cuantitativa de los elementos del sistema productivo en tiempo y espacio a lo largo de todo el proceso de producción de manera de satisfacer las exigencias del cliente con una elevada eficiencia y eficiencia”.

Por último se cita a Bravo (2011, p.9) quien afirmó que: “La gestión de procesos es una disciplina de gestión que ayuda a la dirección de la empresa a identificar, representar, diseñar, formalizar, controlar, mejorar y hacer más productivos los procesos de la organización para lograr la confianza del cliente. La estrategia de la organización aporta las definiciones necesarias en un contexto de amplia participación de todos sus integrantes, donde los especialistas en procesos son facilitadores”.

En conclusión; la gestión por procesos dan cuenta a determinadas secuencias de pasos o actividades para llegar a un punto definido o resultado final, con el único afán de satisfacer a los clientes, tal cual lo definen los autores. Esta secuencia de actividades se realiza con el objetivo de lograr un mejor producto o servicio para cumplir con la demanda, en cuanto a los deseos y requerimientos del cliente.

Todas estas actividades deben ser debidamente planeadas, organizadas, dirigidas y controladas para que se pueda lograr el resultado deseado en la organización.

La gestión se refiere a la acción de administrar. La gestión es un conjunto de acciones relacionadas a la administración cuyo objetivo es la mejora de una organización. En cambio, los procesos se refieren a la acción de ir hacia adelante, quiere decir, que los procesos son determinadas acciones para que las organizaciones lleguen a su objetivo.

2.2.1.4. Definición de simplificación administrativa:

“La simplificación administrativa tiene por objetivo la eliminación de obstáculos o costos innecesarios para la sociedad, que generan el inadecuado funcionamiento de la Administración Pública. La Simplificación Administrativa, entonces, representa una de las principales acciones que debe ser implementada por las entidades públicas para orientar y optimizar la prestación de los servicios que determinación de costos; así como, el manual para mejorar la atención a la ciudadanía que la Secretaría de Gestión Pública pone a disposición (Secretaría de Gestión Pública) brinda el Estado, lo cual se logra con el uso adecuado del marco normativo y las herramientas (guías metodológicas y sistemas informáticos) de simplificación y determinación de costos; así como, el manual para mejorar la atención a la ciudadanía que la Secretaría de Gestión Pública pone a disposición”¹².

¹² Encontrado en la: <http://sgp.pcm.gob.pe/simplificacion-administrativa/>

La simplificación administrativa ayuda a que las organizaciones públicas y privadas a reducir sus procesos administrativos y agilizar cualquier trámite que los clientes o usuarios realicen en las organizaciones, con el fin de satisfacer a los clientes y las operaciones se realicen en menor tiempo.

2.2.1.4. Definición de eficacia.

La eficacia es una capacidad de lograr los resultados u objetivos propuestos por la organización. Se refiere a nuestras capacidades para alcanzar las metas y objetivos e planteados. Da Silva (2002, p.20), define la eficacia: "...está relacionada con el logro de los objetivos/resultados propuestos, es decir con la realización de actividades que permitan alcanzar las metas establecidas. La eficacia es la medida en que alcanzamos el objetivo o resultado".

Andrade (2005, p.253), define la eficacia de la siguiente manera: "actuación para cumplir los objetivos previstos. Es la manifestación administrativa de la eficiencia, por lo cual también se conoce como eficiencia directiva".

Finalmente, el Diccionario de la Real Academia Española nos brinda el siguiente significado de eficacia: (Del lat. *eficacia*), (2008), "capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera". La eficacia es la cualidad en como las personas logran sus objetivos sin tener recursos limitados.

2.2.1.5. Definición de productividad.

La productividad es la acción de lograr los objetivos, incluyendo la mayor calidad con el menor esfuerzo de las personas, por el bien de la organización. Permite a las personas dentro la empresa desarrollar su potencial y obtener a cambio un mejor nivel en su calidad de vida. Münch (2010, p.38), se entiende que la productividad es: “es la relación que existe entre la cantidad de insumos necesarios para producir un determinado bien o servicio y los resultados obtenidos”.

Según Kazukiyo (1991, p.18): “la productividad es una expresión de la fuerza productiva y da cuenta del momento cualitativo del proceso de producción. La fuerza productiva expresa la capacidad de producción, mientras que la productividad expresa la calidad”.

Según Akira Takanaka (1995, p.67), la productividad de forma semántica: “es un término oscuro que se ha traducido de diferentes formas. En Japón se denomina “carácter de producción”, en China “poder de producción” y en Tailandia “incremento de resultados”. Se entiende por productividad a la relación que tienen los resultados y el tiempo que las personas o las organizaciones utilizan para llegar a cumplir sus determinados objetivos con el menor esfuerzo, permitiendo a las personas y organizaciones mejorar su desarrollo.

2.2.1.6. Definición de eficiencia:

Según Idalberto Chiavenato, (2004, p.52), eficiencia: "...significa utilización correcta de los recursos (medios de producción) disponibles. Puede definirse mediante la ecuación $E=P/R$, donde P son los productos resultantes y R los recursos utilizados".

Según Samuelson y Nordhaus, (2002, p.4), la eficiencia significa la utilización de los recursos de la sociedad de la manera más eficaz posible para satisfacer las necesidades y los deseos de los individuos".

Para Gregory Mankiw, (2004, p.4), la eficiencia es la: "propiedad según la cual la sociedad aprovecha de la mejor manera posible sus recursos escasos".

Simón Andrade, (2005, p.253), define la eficiencia de la siguiente manera: "expresión que se emplea para medir la capacidad o cualidad de actuación de un sistema o sujeto económico, para lograr el cumplimiento de objetivos determinados, minimizando el empleo de recursos".

Según el Diccionario de Marketing de Cultural S.A. (p.106), la eficiencia es, el nivel de logro en la realización de objetivos por parte de un organismo con el menor coste de recursos financieros, humanos y tiempo o con máxima consecución de los objetivos para un nivel dado de recursos (financieros, humanos, etc.)".

Según el Diccionario de la Real Academia Española, eficiencia (Del lat. *efficientia*) (2008), es la capacidad de disponer de alguien o de algo para conseguir un efecto determinado". La eficiencia es la utilización adecuada de menores recursos para el logro de las metas de una organización.

En conclusión; la eficacia, es la acción de alcanzar los objetivos propuestos por una organización sin limitarse a sus recursos. En cambio, la eficiencia, es la manera en como las organización realizan sus operaciones con sus menores recursos.

2.2.1.7. Características de la gestión por procesos: Según Pérez J. (1996), en su libro titulado “La gestión por procesos” señaló las siguientes características (p.202):

- Analizar las limitaciones de la organización funcional vertical para mejorar la competitividad de la empresa.
- Reconocer la existencia de los procesos internos: identificar los procesos relacionados con los factores críticos para el éxito de la empresa o que proporcionen ventaja competitiva. Medir su actuación (calidad, costo y plazo) y ponerla en relación con el valor añadido percibido por el cliente.
- Identificar las necesidades del cliente externo y orientar la empresa hacia su satisfacción (cambio en la estructura de la organización).
- Organizar la realización de las actividades del proceso así como los puntos de toma de decisiones lo más cerca posible al lugar de contacto con el cliente.
- Entender las diferencias de alcance entre la mejora orientada a los procesos (qué y para quién se hacen las cosas) y aquella enfocada a los departamentos o a las funciones (cómo se hacen).
- Asignar responsabilidades personales a cada proceso.
- Establecer en cada proceso indicador de funcionamiento y objetivo, a veces no incremental, de mejora.
- Evaluar la capacidad del proceso para satisfacerlos.

- Mantenerlos bajo controles, reduciendo su variabilidad y dependencia de causas no aleatorias (utilizar los gráficos de control estadístico de procesos) para hacer predecibles calidad y coste.
- Mejorar de forma continua su funcionamiento global limitando su variabilidad común.
- Medir el grado de satisfacción del cliente interno o externo y ponerlo en relación con la evaluación del desempeño del personal.

2.2.1.8. Objetivos de la gestión por procesos. Para Pérez J. (1996), los objetivos de la gestión por procesos son los siguientes: (p.206),

- Reducir los costes internos innecesarios: Reducción del despilfarro e ineficiencia, eliminando actividades sin valor añadido.
- Acortar los plazos de entrega: reducción del tiempo del ciclo.
- Mejorar la calidad y el valor percibidos por el cliente de forma que a este le resulte agradable trabajar con el suministrador.
- Incorporar actividades adicionales de servicio, de escaso costo, cuyo valor sea fácil de percibir por el cliente (por ejemplo, información).

Desde punto de vista de segmentación de un proceso, siguiendo la propuesta de Bravo J. (2009), se pueden distinguir en los siguientes, (p. 27):

- **Macroproceso:** es una estructura de procesos con la característica de recursividad, es decir, los procesos se desagregan en otros procesos.

- **Proceso operativo:** es un proceso de bajo nivel que no se puede desagregar más como procesos, sino que su descripción detallada da origen a un nuevo nivel de profundidad donde aparecen las actividades en el flujograma de información.

Identificación de procesos, Bravo J. (2009), identifica los procesos de la siguiente manera, (p.30):

1. Procesos estratégicos:

Los procesos estratégicos son aquellos relacionados con la estrategia de la organización, considera:

- La forma como se establece la visión, misión, valores, directrices funcionales, objetivos corporativos, departamentales y personales y el programa de acción entre otros componentes.
- La forma como se monitorea el cumplimiento de los objetivos, la definición de indicadores y como se mantienen actualizados.
- La forma de mantener actualizadas las definiciones estratégicas.
- La forma como se comunica la estrategia y la forma de motivar a todos los integrantes de la organización en lograr sus definiciones, entre otros temas relacionados.

2. Procesos del negocio.

Los procesos del negocio atienden directamente la misión del negocio y satisfacen necesidades concretas de los clientes. En empresas pequeñas se estima razonable identificar entre 1 y 3 de estos macroprocesos; en empresas grandes este número puede llegar a 8. Estas cantidades también tienen relación con el grado de focalización de la organización, mientras más focalizada se encuentre, menor es el número de procesos del negocio. Veamos algunos ejemplos de procesos del negocio en diferentes empresas. En una empresa de confección de vestuario a pedido:

- Satisfacer el pedido de un cliente, desde realizar el contacto inicial hasta entregar el producto, incluyendo compras de insumos, producción y cobranza.
- Diseño de productos: búsqueda de ideas, preparación de los modelos, prototipos, matrices para la producción, etc.
- En una agencia de aduanas: importaciones, desde el contacto con el cliente hasta entregarle el embarque.
- Exportaciones, desde tomar la carga en las oficinas del cliente hasta la entrega en el punto de destino, pasando por facturación, cobranza e interacción con otras instituciones.

- En una empresa constructora: construcción de obras, desde la captación del cliente hasta el servicio postentrega.
- Servicios de corte y perforación de estructuras. Desde el diagnóstico hasta la verificación de calidad del servicio, pasando por todas las actividades de realización del mismo.

En general, los procesos del negocio están asociados a los productos o servicios que presta una organización.

3. Procesos de apoyo.

Son servicios internos necesarios para realizar los procesos del negocio. También se les llama procesos secundarios. En empresas pequeñas es fácil identificar hasta unos 20 procesos de apoyo, los que pueden llegar hasta 400 en grandes organizaciones, sin considerar las diferentes versiones de cada uno.

Por ejemplo:

- Compra de artículos de oficina.
- Pago de anticipos.
- Pago de remuneraciones.
- Declaración y pago de impuestos.
- Servicios de alimentación.
- Impresión de formularios.
- Reposición de maquinarias.

Mapa de procesos, Bravo J. (2009), define el mapa de los procesos de la siguiente manera, (p.37). Es una visión de conjunto, holística o “de helicóptero” de los procesos. Se incluyen las relaciones entre todos los procesos identificados en un cierto ámbito. Une los procesos segmentados por cadena, jerarquía o versiones. Vital contar con un glosario de

términos en la organización, especialmente de los verbos empleados para describir procesos y actividades, así todos entienden lo mismo. Se usan dos tipos de mapas, global (de toda la organización) y de ámbito, este última aporta mayor detalle.

Para elaborar el mapa de procesos global, Bravo J. (2009), indica lo siguiente (p.38):”Lo primero es contar con la visión de conjunto, global, porque muestra todos los procesos de la empresa. Este mapa debe estar siempre actualizado y pegado en las paredes de cada área”.

Las dimensiones de todo proceso, según Bravo J. (2009), menciona las dimensiones de todos procesos de la siguiente manera, (p.46):

1. Cambiar su duración; es decir, aplicar las mediciones de tiempos y tomar decisiones respecto a la duración deseada.
2. Mejorar la relación output/input, es decir, verificar la cadena de valor, considerando cambios ya sea en los insumos, productos o en el proceso transformador.

Elementos de un proceso, según Pérez J. (2004), describe los elementos de un proceso, (p.40):

Todo proceso consta de los siguientes elementos:

- a) Un input (entrada), producto con unas características objetivas que responda al estándar o criterio de aceptación: la factura del suministrador.

El input es un producto que proviene de un suministrador (externo o interno), es la salida de otros procesos (precedente en la cadena de valor) o de un proceso del proveedor o del cliente. La existencia del input es lo que justifica la ejecución del proceso.

- b) Un output (salida), producto con la calidad exigida por el estándar del proceso: el impreso diario con el registro de facturas recibidas, importe, vencimiento, etc.

La salida es un producto que va destinado a un usuario o cliente (externo o interno), el output final de los procesos de la cadena de valor es el input o una entrada para un proceso del cliente.

Recordemos que el producto del proceso (salida) ha de tener un valor intrínseco, medible o evaluable, para su cliente o usuario.

2.2.1.10. Factores de un proceso. Para Pérez J. (2004), define los factores de un proceso de la siguiente manera, (p.42):

1. **Personas:** un responsable y los miembros del equipo de proceso, todas ellas con los conocimientos, habilidades y actitudes (competencias) adecuados. La contratación, integración y desarrollo de las personas la proporciona el proceso de Gestión de Personal.
2. **Materiales:** materias primas o semielaboradas, información (muy importante en los procesos de servicio) con las características adecuadas para su uso. Los materiales suelen ser proporcionados por el proceso de compras.
3. **Recursos físicos:** instalaciones, maquinaria, utillajes, hardware, software que han de estar siempre en adecuadas condiciones de uso. Aquí nos referimos al proceso de Gestión de proveedores de bienes de inversión y al proceso de Mantenimiento.
4. **Métodos / Planificación del proceso:** método de trabajo, procedimiento, hoja de proceso, gama, instrucción técnica, instrucción de trabajo, etc. Es la descripción de la forma de utilizar los recursos, quien hace que, cuando y ocasionalmente el cómo.

2.2.2. Nivel de satisfacción del usuario

A continuación, se presentan los distintos enfoques teóricos de algunos autores que nos están sirviendo de guía y sustento para nuestra investigación sobre la satisfacción del cliente. El estudio se relaciona con varias teorías que le dan forma y se vincula con el problema planteado.

2.2.2.1. Definición de satisfacción del cliente:

Para Gitman (2007), “la satisfacción del cliente, se entiende como su opinión respecto a si un producto ha cumplido o superado las expectativas que tenía”; es decir, cuando el cliente se sintió satisfecho quiere decir que el producto o servicio brindado ha cubierto sus expectativas y cuando se siente muy satisfecho quiere decir que, las expectativas con respecto al producto o servicio prestado han sido superadas.

Kotler y Keller (2006) definen la satisfacción de cliente como, “una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto (o los resultados esperados) con las expectativas de beneficios previas. Si los resultados son inferiores a las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si los resultados están a la altura de las expectativas, el cliente queda satisfecho. Si los resultados superan las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado (p.144).

Siguiendo el mismo orden de ideas, Grande (2000), señala que, “la satisfacción de un consumidor es el resultado de comparar su percepción de los beneficios que obtiene, con las expectativas que tenía de recibirlos” (p.324). Si este concepto se expresara de forma matemática se tendría lo siguiente:
Satisfacción = Percepciones – Expectativas.

Además, Richard L. Oliver (2002), expresó lo siguiente: “Satisfacción es la respuesta de saciedad de los clientes. Es un juicio acerca de que un rasgo del producto o servicio, o de que producto o servicio en sí mismo, proporciona un nivel placentero de recompensa que se relaciona con el consumo. La satisfacción es la evaluación que realiza el cliente respecto de un producto o servicio, en términos de si ese producto o servicio respondió a sus necesidades y expectativas”. Se puede decir entonces; cuando el servicio no cumple las expectativas o no se logra mantener “contento” al cliente, éste entra en un estado de insatisfacción; por ende la empresa no está cumpliendo su objetivo principal que es el satisfacer las necesidades y/o deseos del cliente.

Para Keller y Kotler, (2012) satisfacción es, el conjunto de sentimientos de placer o decepción que se genera en una persona como consecuencia de comprar el valor percibido en el uso de un producto (o resultado) contra las expectativas que se tenían. Si el resultado es más pobre que las expectativas el cliente queda insatisfecho. Si es igual a las expectativas estará satisfecho. Si excede a las expectativas, estará muy satisfecho o complacido” (p.128).

Se puede observar en estas tres definiciones de Lawrence, Oliver y Kotler, que el término clave para la satisfacción del cliente es cubrir o superar las expectativas de éste, cuando el cliente encuentra en el producto o servicio prestado, el cumplimiento a sus deseos o necesidades va a sentirse totalmente satisfecho; o caso contrario, se sentirá totalmente insatisfecho con el servicio brindado.

Según Howard y Sheth, (1969), “estado cognitivo derivado de la adecuación o inadecuación de la recompensa recibida respecto a la inversión realizada, se produce después del consumo del producto o servicio”. Es la recompensa obtenida por el cliente después del consumo de un bien o servicio; siempre en cuando éstos se adecuen a lo que el cliente está buscando para cubrir sus necesidades.

Según Hunt, (1977), sostiene que la “evaluación que analiza si una experiencia de consumo es al menos tan buena como se esperaba, es decir, si se alcanzan o superan las expectativas”. El cliente al momento de consumir un producto inconscientemente analiza y evalúa las características tanto físicas, como intangibles del producto o servicio que se le está ofreciendo.

También tenemos a Oliver, (1980), donde concluye que la satisfacción es el, “estado psicológico final resultante cuando la sensación que rodea a la discrepancia de las expectativas se une con los sentimientos previos acerca de la experiencia de consumo”. El autor define la satisfacción como el resultado aquellos sentimientos antes de consumir un producto con las expectativas que muestra previo al consumo del producto y/o servicio.

Para Swan, Frederick, y Carroll, (1981), es: “Juicio evaluativo o cognitivo que analiza si el producto o servicio produce un resultado bueno o pobre o si el producto es sustituible o insustituible”. Es decir; si el usuario analiza minuciosamente si el producto cumple sus expectativas y si estos se pueden cambiar por otros productos.

Sobre la satisfacción, Churchill y Surprenant, (1982) la define, “como la respuesta a la compra de productos y/o uso de servicios que se deriva de la comparación por el consumidor, de las recompensas y costes de compra con relación a sus consecuencias esperadas”.

Para Westbrook y Reilly, (1983), “la respuesta emocional causada por un proceso evaluativo-cognitivo donde las percepciones sobre un objeto, acción o condición, se comparan con las necesidades y deseos del individuo”.

Según Cadotte, Woodruff y Jenkins, (1987), se define como la: “sensación desarrollada a partir de la evaluación de una experiencia de uso”.

Para Tse, Nicosia y Wilton, (1990), es “la respuesta del consumidor a la evaluación de la discrepancia percibida entre expectativas y el resultado final percibido en el producto tras su consumo, se trata, pues, de un proceso multidimensional y dinámico”.

Bachelet, (1992), “Consideró que la satisfacción era una reacción emocional del consumidor en respuesta a la experiencia con un producto o servicio. Creía que esta definición incluía la última relación con un producto o servicio, la experiencia relativa a la satisfacción desde el momento de la compra y la satisfacción en general experimentada por usuarios habituales”.

Mano y Oliver, (1993), lo definen de la siguiente manera: “Respuesta del consumidor promovida por factores cognitivos y afectivos asociada posterior a la compra del producto o servicio consumido”.

Zeithaml V. Bitner M. (2000), definen la satisfacción como: “la evaluación que realiza el cliente respecto de un producto o servicio, en términos de si ese producto o servicio respondió a sus necesidades y las expectativas. Se presume que al fracasar en el cumplimiento de las necesidades y las expectativas el resultado que se obtiene es la insatisfacción de dicho producto o servicio” (p. 95).

Halstead, Hartman y Schmidt, (1994), “la respuesta afectiva asociada a una transacción específica resultante de la comparación del resultado del producto con algún estándar fijado con anterioridad a la compra”.

Oliva, Oliver y Bearden (1995), sugirieron que la satisfacción es una función del desempeño con relación a las expectativas del consumidor.

Jones y Sasser (1995), definieron la satisfacción del cliente identificando cuatro factores que afectaban a ésta. “Dichos factores que sacian las preferencias, necesidades o valores personales son: (1) aspectos esenciales del producto o servicio que los clientes esperan de todos los competidores de dicho producto o servicio, (2) servicios básicos de apoyo como la asistencia al consumidor, (3) un proceso de reparación en el caso de que se produzca una mala experiencia y (4) la personalización del producto o servicio”.

Oliver, (1997) define la satisfacción como, “juicio del resultado que un producto o servicio ofrece para un nivel suficiente de realización en el consumo”.

En conclusión la satisfacción es aquella sensación o estado de recompensa que percibe el cliente, después de la experiencia de realizar una compra o consumo de un bien o servicio, éste realiza un análisis cognitivo para saber si el producto logra cubrir sus necesidades o deseos, si esto es así se puede decir que las expectativas previas que tenía el cliente han sido superadas. Si el producto no logra cubrir y superar las expectativas del cliente este entrará en un estado de insatisfacción; por ende, no querrá volver a pasar esta misma experiencia de compra o consumo.

2.2.2.2. Definición de capacidad de respuesta.

Se refiere a la actitud que se muestra para ayudar a los clientes y brindar un servicio rápido; también es considerado parte de este punto, el cumplimiento a tiempo de los compromisos que se tiene con la satisfacción de cliente, así también, lo accesible que pueda ser la organización para el cliente, es decir, las posibilidades de entrar en contacto con la misma y la factibilidad con que se pueda lograrlo.

2.2.2.3. Definición de Seguridad.

Es el sentimiento que tiene el cliente cuando pone en manos de una organización su confía y espera que esta pueda cumplir sus deseos y satisfacer sus necesidades de la mejor manera posible. El conocimiento que el personal muestre, su actitud y

su capacidad para ganar confianza, serán elementos básicos en este punto de juicio realizado por el cliente.

La Seguridad implica credibilidad, que a su vez incluye integridad, confiabilidad y honestidad. Esto significa, que no sólo es importante el cuidado de los intereses del cliente, sino que también la organización debe demostrar su preocupación en este aspecto, para dar al cliente una mayor satisfacción.

2.2.2.4. Definición de Empatía

Según la Real Academia Española, es el sentimiento de identificación con algo o alguien.

Capacidad de identificarse con alguien y compartir sus sentimientos. Disposición de la empresa para ofrecer a los clientes cuidado y atención personalizada. No solamente es ser cortés con el cliente, aunque la cortesía es parte importante de la empatía. Requiere de un fuerte compromiso e implicación con el cliente, conocimiento a fondo de sus características y necesidades personales de sus requerimientos específicos.

2.2.2.5. Definición de Calidad percibida

Según Deming, (1989), “la calidad es un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste, adecuado a las necesidades del mercado. Indica que el principal objetivo adecuado de la empresa debe ser permanecer en el mercado,

proteger la inversión, ganar dividendos y asegurar los empleos. Para alcanzar este objetivo el camino a seguir es la calidad”.

Por ello, la manera de conseguir una mayor calidad es mejorando el producto y adecuando el servicio a las especificaciones para reducir la variabilidad en el diseño de los procesos productivos.

En cambio, para Juan y Gryna (1993), “la calidad se define como adecuación al uso, esta definición implica una adecuación del diseño del producto o servicio (calidad de diseño) y la medición del grado en que el producto es conforme con dicho diseño (calidad de fabricación o conformidad)”.

La calidad de diseño se refiere a las características que potencialmente debe tener un producto para satisfacer las necesidades de los clientes y la calidad de conformidad apunta a cómo el producto final adopta las especificaciones diseñadas.

Según Crosby (1987), “la calidad no cuesta, lo que cuesta son las cosas que no tienen calidad. Define calidad como conformidad con las especificaciones o cumplimiento de los requisitos y entiende que la principal motivación de la empresa es alcanzar la cifra de cero defectos”.

2.2.2.6. Calidad en el servicio.

Para Zeithaml V. Bitner, M. (2000), la calidad en el servicio es, “un componente primordial de las percepciones del cliente. En el caso de los servicios puros, la calidad es el elemento que predomina en las evaluaciones de los clientes. En los casos que ofrecen servicio al cliente o los servicios con la combinación con un

producto físico, la calidad en el servicio también puede ser fundamental para determinar la satisfacción del cliente” (p.101)”.

2.2.2.7. Dimensiones de la calidad en el servicio. Para Zeithaml V. Bitner M. (2000), en su libro titulado, Marketing de servicios, nos brinda el siguiente aporte sobre las dimensiones de calidad en el servicio” (p.103).

De acuerdo con diversas investigaciones los clientes no perciben la calidad como un concepto de una sola dimensión; es decir las valoraciones de los clientes acerca de la calidad se basan en la percepción de múltiples factores. Por ejemplo, se dice que las siguientes ocho dimensiones de la calidad se aplica a todos los productos y servicios: desempeño, características, confiabilidad, adaptabilidad, durabilidad, utilidad, estética y percepción de la calidad. Sin embargo, algunos otros expertos han argumentado que las dimensiones de la calidad solo adquieren significado cuando se aplican en categorías de productos (como productos duraderos, productos empacados, servicios).

Para valorar la calidad de los servicios, los investigadores han descubierto que los consumidores toman en cuenta cinco dimensiones:

- **Confianza:** capacidad para desempeñar el servicio que se promete de manera segura y precisa.
- **Responsabilidad:** disponibilidad para ayudar a los clientes y para proveer el servicio con prontitud.
- **Seguridad:** el conocimiento y la cortesía de los empleados y su habilidad para inspirar buena fe y confianza.

- Empatía: brindar a los clientes atención individualizada y cuidadosa.
- Tangibles: la apariencia de las instalaciones físicas, el equipo, el personal y los materiales escritos.

Estas dimensiones representan la forma en que los clientes organizan mentalmente la información sobre la calidad en el servicio. De acuerdo con los hallazgos de una investigación exploratoria y cuantitativa. Las cinco dimensiones anteriores son relevantes para los servicios financieros, los seguros, la reparación y el mantenimiento de los aparatos domésticos, el corretaje de valores, el servicio telefónico de larga distancia y el servicio de reparación de automóviles, entre otros. Las dimensiones que pueden aplicar a la venta al menudeo y los negocios de servicios y, de acuerdo con la lógica, también puede ser significativos para los servicios internos. Algunas veces los clientes utilizan todas las dimensiones para determinar las percepciones de la calidad de servicio y otras no.

2.2.2.8. Medición de la satisfacción del cliente. Para Hoffman K. y Bateson J. (2000), en su libro Marketing de servicios, la satisfacción del cliente se puede medir a través de: (p.293-294).

Las mediciones indirectas de la satisfacción del cliente incluyen el seguimiento y monitoreo de los registros de ventas, utilidades y quejas de los clientes. Las empresas que solo dependen de las mediciones indirectas adoptan un método pasivo para determinar las percepciones de los clientes cumplen o superan sus expectativas. Además, si la empresa promedio no sabe nada del 96% de sus

clientes descontentos, pierde a muchos clientes en tanto espera que el otro 4% hable.

Las mediciones directas de la satisfacción se obtienen por medio de encuestas de satisfacción del cliente. Sin embargo, por decir lo menos, estas encuestas no están estandarizadas entre las empresas.

2.2.2.9. Factores que influyen en las expectativas del servicio, en su libro Marketing de servicios (2000) Hoffman K. y Bateson J. mencionan los siguientes puntos como factores que influyen en las expectativas del servicio(p. 308).

- **Servicio deseado,** Las expectativas del servicio deseado se forman a partir de seis fuentes. La primera fuente, intensificadores duraderos del servicio, consiste en una serie de factores personales estables y que aumentan la sensibilidad del cliente respecto a cómo se le debe suministrar el servicio. Los intensificadores duraderos del servicio son las expectativas derivadas del cliente y las filosofías de servicio personales. Las expectativas derivadas se crean a partir de las expectativas de los demás.

El segundo factor que influye en las expectativas del servicio deseado son las necesidades personales del cliente, sus necesidades físicas, sociales y psicológicas. Dicho en pocas palabras, algunos clientes tienen más necesidades y requieren de “mayor mantenimiento” que otros. Unos clientes son muy detallistas sobre cómo se sientan en un restaurante, mientras que otros se contentan con estar en cualquier lugar.

- **Las promesas explícitas de servicio** abarcan la publicidad de la empresa, la venta personal, los contratos y otras formas de comunicación. Debido a la falta de un producto tangible, los consumidores de servicios basan sus evaluaciones del servicio en las diversas formas de información disponible. Cuanto más ambiguo es el servicio, más clientes dependen de la publicidad de la empresa al formar sus expectativas.
- **Las promesas implícitas de servicio** también influyen en el servicio deseado y el servicio pronosticado. Los elementos tangibles que rodean al servicio y el precio del servicio son los tipos más comunes de las promesas implícitas de servicio. A medida que aumentan los precios, los clientes esperan que la empresa ofrezca servicios de mayor calidad. A falta de un producto tangible, el precio se convierte en un indicador de la calidad para la mayoría de los clientes.
- **La comunicación de boca en boca** también desempeña un papel importante en la formación de las expectativas del cliente. Con base en el análisis sobre el comportamiento del comprador, los clientes tienden a confiar más en fuentes de información personales que en las no personales cuando se trata de elegir entre alternativas de servicio. Dado que los servicios no se pueden evaluar completamente antes de la compra, los clientes consideran la información de boca en boca como información imparcial de alguien que ya pasó por la experiencia de servicio.
- **La experiencia previa** también contribuye a las expectativas de los clientes del servicio deseado y el servicio pronosticado. Las evaluaciones de servicio a menudo se basan en una comparación del encuentro del

servicio actual con otros encuentros con el mismo proveedor, otros proveedores en la industria y otros de distintas industrias.

2.2.2.10. La importancia de la satisfacción del cliente. Para Hoffman K. y Bateson J. Marketing de servicios (p.288), expresa que: no se puede exagerar la importancia de la satisfacción del cliente. Sin clientes, la empresa de servicios no tiene motivos para existir. Toda empresa de servicios debe definir y medir la satisfacción del cliente. Es ingenuo esperar a que los clientes se quejen para detectar problemas en el sistema de entrega del servicio o determinar el avance de la empresa en satisfacción del cliente basándose en el número de quejas recibidas. Tome en cuentas las cifras siguientes reunidas por el Technical Assistance Research Program (TARP)¹³:

- Las empresas promedio no saben nada de 96% de sus clientes insatisfechos
- Por cada queja recibida, 26 clientes tienen el mismo problema
- La persona promedio con un problema se lo cuenta a 9 o 10 personas. Trece por ciento se lo dice a más de 20.
- Los clientes que solucionan satisfactoriamente su queja le cuentan sobre el tratamiento que recibieron a cinco personas en promedio
- Es más probable que los quejosos vuelvan a tratar con su empresa que los que nos e quejan: 54% a 70% si alguna vez se resolvió su queja y 95% si fue manejada rápidamente.

¹³ TARP: Programa de Investigación de Asistencia Técnica.

Las cifras de TARP demuestran que los clientes no se quejan directamente con las empresas de servicios, sino que manifiestan su satisfacción con los pies y con la boca, porque se van con la competencia y porque le dicen a los clientes actuales y potenciales que los trataron mal en su empresa. Según las cifras TARP, una empresa que atiende a 100 clientes por semana y aumenta en 90% la satisfacción del cliente, de cualquier manera será objeto de miles de historias negativas al final del año.

Los datos proporcionados por el TARP no solo son malas noticias. Las empresas que responden con eficacia a las quejas de los clientes generan comunicaciones positivas de boca en boca. A pesar de que las noticias positivas se transmiten a la mitad de la velocidad que las negativas, al final las historias positivas pueden convertirse en clientes leales y en nuevos clientes. Por último, una empresa también debe aprender de las cifras TARP que los quejosos son amigos de la empresa y una fuente gratuita de información del mercado y que las quejas en si deben verse como oportunidades para que la empresa mejore sus sistemas de entrega del servicio, no como una fuente de molestias.

2.2.2.11. Control de la satisfacción. Según Kotler P. y Keller Kevin (2012), en su libro “Dirección de Marketing” señala lo siguiente:

Muchas empresas evalúan sistemáticamente lo bien que tratan a los clientes e identifican los factores que contribuyen a su satisfacción, con el propósito de modificar sus operaciones y estrategias de marketing.

Las empresas inteligentes miden regularmente la satisfacción de sus clientes porque es un factor clave para retenerlos. Un cliente altamente satisfecho suele ser más perdurable, compra más a medida que la empresa introduce productos nuevos o mejorados;

habla bien a otros sobre la empresa y sus productos; pone menos atención a las marcas competidoras, es menos sensible al precio y ofrece ideas para el desarrollo de productos y servicios; además, cuesta menos atenderlo que a un cliente nuevo, ya que las transacciones pueden volverse rutinarias. Una mayor satisfacción del cliente también se asocia con rendimientos más altos y menor volatilidad bursátil.

Sin embargo, la relación entre la satisfacción del cliente y lealtad del cliente no es proporcional. Suponga que la satisfacción del cliente se evalúa en una escala del uno al cinco. En una escala muy baja de satisfacción (nivel uno), es probable que los clientes abandonen la empresa e incluso hablen mal de ella. En los niveles dos a cuatro los clientes están medianamente satisfechos, pero aun es fácil que cambien si reciben una mejor oferta. En el nivel cinco es muy probable que los clientes vuelvan a comprar, e incluso que hagan buena publicidad de boca a boca sobre la empresa. Más allá de las preferencias racionales, una alta satisfacción provoca un vínculo emocional con la marca o empresa. La empresa de Xerox encontró que sus clientes “completamente satisfechos” tenían seis veces más probabilidades de volver a comprar productos Xerox durante los siguientes 18 meses que sus clientes “muy satisfechos”.

Sin embargo, la empresa debe reconocer que la forma en que los clientes definen un buen desempeño es variable. Por ejemplo, una “entrega satisfactoria” podría ser una entrega a tiempo o la recepción de un pedido completo, de manera que dos clientes distintos podrían afirmar que están “altamente satisfechos” por razones diferentes. Tal vez uno de los clientes sea fácil de satisfacer la mayor parte del tiempo, mientras que el otro quizá sea difícil de complacer en general, pero en esta ocasión se declaró satisfecho.

2.6. Glosario de términos:

Administración. Es el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos para lograr los objetivos organizacionales. (Chiavenato, 2004, Pág. 10).

Análisis de valor. Estrategia de reducción de costos en la que estudian cuidadosamente los componentes de un producto para determinar si se pueden rediseñar, estandarizar, o elaborar con métodos de productos menos costosos. (Kotler y Armstrong, 2008, p.156).

Cadena de valor. Es la serie de departamentos que realizan actividades que crean valor al diseñar producir, comercializar, entregar y apoyar los productos de la empresa. (Kotler y Armstrong, 2008, p.46).

Calidad. Es la llave para entrar y competir en los mercados del siglo XXI, pero además para asegurar el éxito del negocio. (Barker, 1997, p.18).

Capacitación. Es la educación que se imparte en la empresa con la finalidad de desarrollar habilidades, destrezas y competencias en el trabajo (Munch, 2010, p.214).0

Cultura Organizacional. Es la forma de vida o de ser de la empresa y está integrada por el sistema formal (estructuras, procesos, políticas, etc.) e informal (estilos de liderazgo, costumbres, mitos, tradiciones, etc.) de sistemas y subsistemas (Munch, 2010, p. 192).

Eficacia. Actuación para cumplir los objetivos previstos. Es la manifestación administrativa de la eficiencia, por lo cual también se conoce como eficiencia directiva. (Andrade, 2005, p. 253).

Eficiencia. Significa utilización correcta de los recursos “medios de producción” disponibles. (Chiavenato, 2004, p. 52).

Estrategia. Es un modelo fundamental de metas presentes y planificadas, despliegue de recursos, e interacciones de una organización con los mercados, los competidores y con otros factores ambientales. (John, 2007, p. 39).

Expectativas. Anticipaciones que realizamos sobre eventos que no han ocurrido pero que deseamos o sabemos que van a ocurrir. (Romero, 1999, p. 115).

Demografía. Estudio de las poblaciones en términos de tamaño, densidad, ubicación, edad, sexo, raza, ocupación y otros datos estadísticos. (Kotler y Armstrong, 2008, p.68).

Jerarquía. Es un principio de organización que determina una ordenación específica de diversos órganos con idéntica competencia material dentro de una organización. Ello produce relaciones orgánicas de subordinación y dependencia (Parejo, 1990, p. 75-76).

Marketing. Proceso mediante el cual las empresas crean valor para los clientes y establecen relaciones sólidas con ellos obteniendo a cambio el valor de los clientes. (Kotler y Armstrong, 2008, p.5).

Mejora continua. Actividad recurrente para aumentar la capacidad para cumplir los requisitos. (ISO 9000: 2006).

Muestra. Es una investigación del mercado segmento de la población seleccionado para representar a toda la población. (Kotler y Armstrong, 2008, p.110).

Optimización. La optimización se refiere al logro de la máxima productividad y rendimiento de los recursos (Munch, 2010, p.226).

Organización. Es la coordinación de diferentes actividades de contribuyentes individuales, con la finalidad de efectuar intercambios planteados con el ambiente (Chiavenato, 2000).

Percepción. Proceso por el cual las personas seleccionan, organizan e interpretan la información para formarse una imagen intangible del mundo. (Kotler y Armstong, 2008, p.139).

Políticas. Las políticas son guías para orientar la acción; son criterios, lineamientos generales a observar en la toma de decisiones acerca de situaciones y decisiones que se repiten. (Münch, 2010, p. 60).

Proceso. Un proceso es una serie organizada de actividades relacionadas, que conjuntamente crean un resultado de valor para los clientes. (Hammer, 2006, p. 68).

Recompensa. Es la acción y efecto de recompensar y aquello que sirve para eso. Este verbo, por otra parte, refiere a retribuir un servicio, premiar un mérito o compensar un daño (Pérez y Gardey, 2011).

Rentabilidad. La rentabilidad es una medida que relaciona los rendimientos de la empresa con las ventas, los activos o el capital. (Gitman, 1992, p. 62).

Satisfacción del cliente. Es el grado en que el desempeño percibido de un producto al entregar valor concuerda con las expectativas del comprador. (Kotler y Armstrong, 2003, p.10).

Servicio. Cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra y que es básicamente intangible porque no tiene como resultado la obtención de la propiedad de algo (Kotler y Armstrong, 2008, p.199).

Tecnología. Es el conjunto de conocimientos técnicos, científicamente ordenados, que permiten diseñar y crear bienes y servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente y

satisfacer tanto las necesidades esenciales como los deseos de la humanidad. (Terry, 1996, pág. 45).

Usuario. Un usuario es un conjunto de permisos y de recursos (o dispositivos) a los cuales se tiene acceso. Es decir, un usuario puede ser tanto una persona como una máquina, un programa, etc. (Báez, 1992, p.180).

Valor Agregado. El valor agregado es la diferencia entre el valor total para el cliente y el precio total para el cliente. (Kotler, 1993, p. 325).

Valor Percibido. Percepción del consumidor de los beneficios netos ganados en el intercambio con los costes incurridos por obtener los beneficios deseados (Chen y Dubinsky, 2003, p.326)

Venta. Es toda actividad que genera en los clientes el último impulso hacia el intercambio. (Fischer y Espejo, 2011, p.18).

Ventaja Competitiva. Ventaja sobre los competidores que se adquiere al ofrecer al consumidor mayor valor, ya sea mediante precios más bajos o por mayores beneficios que justifiquen precios más altos (Kotler y Armstrong, 2008, p.186).

Capítulo III

Hipótesis y variables

3.1 Hipótesis general

Existe una relación significativa entre la gestión por procesos y el nivel de satisfacción del usuario de la Superintendencia Nacional de Registros Público (SUNARP) San Borja, Lima.

1.2 Hipótesis específicas

Existe una relación directa entre la simplificación administrativa y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP) San Borja, Lima.

Existe una relación positiva entre la eficacia y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP) San Borja, Lima.

Existe una relación directa entre la productividad y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP) San Borja, Lima.

Existe una relación positiva entre la eficiencia y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP) San Borja, Lima.

3.3. Identificación de Variables

Variable 1: Gestión por procesos

3.3.1 Definición conceptual:

Es una disciplina de gestión que ayuda a la dirección de la empresa a identificar, representar, diseñar, formalizar, controlar, mejorar y hacer más productivos los procesos de la organización para lograr la confianza del cliente. La estrategia de la organización aporta las definiciones necesarias en un contexto de amplia participación de todos sus integrantes, donde los especialistas en procesos son facilitadores. (Rojas, p.2)

Indicador 1.1. Simplificación Administrativa:

Es el conjunto de principios y acciones que tienen como objetivo eliminar los obstáculos o costos innecesarios para la sociedad que genera el inadecuado funcionamiento de la administración pública. (Mag. William Muñoz Marticorena, 2011, 41).

Indicador 1.2. Eficacia:

Es una medida del logro de resultados (Chiavenato, I. 2004, 132).

Indicador 1.3. Productividad:

Constituye una de las variables fundamentales que determinan en el largo plazo el crecimiento y/o desarrollo económico de un país. (Krugman, 1994: 11)

Indicador 1.4. Eficiencia:

Significa utilización correcta de los recursos “medios de producción” disponibles.

(Chiavenato I., 2004, 52.).

Variable 2: Satisfacción del usuario

3.3.2 Definición conceptual:

Es el conjunto de sentimientos de placer o decepción que se genera en una persona como consecuencia de comprar el valor percibido en el uso de un producto (o resultado) contra las expectativas que se tenían. Si el resultado es más pobre que las expectativas el cliente queda insatisfecho. Si es igual a las expectativas estará satisfecho. Si excede a las expectativas, estará muy satisfecho o complacido (Keller y Kotler, 2012, p.128).

Indicador 2.1. Capacidad de Respuesta:

Se refiere a la actitud que se muestra para ayudar a los clientes y para suministrar el servicio rápido; también hacen parte de este punto el cumplimiento a tiempo de los compromisos contraídos, así como lo accesible que resulte la organización para el cliente, es decir, las posibilidades de entrar en contacto con ella y la factibilidad de lograrlo (Revista de Ciencias Administrativas y Sociales. Universidad Nacional de Colombia, 2005).

Indicador 2.2. Seguridad:

La seguridad hace mención a las propiedades de la semántica de los datos en relación con la autoridad que debe ser considerada como propietaria (emisor- receptor). El origen de la integridad de los datos es por partida doble una consideración de seguridad basada en la imperfección de los dispositivos de almacenamiento y/o comunicación y por otro lado la

seguridad ante la posible manipulación no autorizada de los mensajes. (Juan Francisco Puentes Calvo, 2009, pág 87).

Indicador 2.3. Empatía:

Es la habilidad para entender las necesidades, sentimientos y problemas de los demás, poniéndose en su lugar y de esta manera poder responder correctamente a sus reacciones emocionales. (María Julieta Balart Gritti), Artículo; La empatía: La clave para conectar con los demás).

Indicador 2.4. Calidad Percibida:

Es la opinión del consumidor sobre la superioridad o excelencia de un producto o servicio (Zeithaml,1988).

3.4 Operacionalización de Variables:

VARIABLES	INDICADORES	PREGUNTAS	ITEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
GESTIÓN POR PROCESOS	VARIABLE 1: SIMPLIFICACIÓN ADMINISTRATIVA	-¿Considera que es abundante la documentación que debe presentar para realizar un trámite? -¿Considera que las normas establecidas por la institución hacen que realizar un trámite sea complicado? -¿Cree que la SUNARP está simplificando sus procesos para realizar su trámite?	1,2,3,4,5	1.- Nunca. 2.- Casi nunca. 3.- A veces. 4.- Casi siempre. 5.- Siempre.
	EFICACIA	-¿Cree que los procesos administrativos están generando buenos resultados? -¿Considera que realizar sus trámites a través de la página web sea efectivo? -¿Cree que el uso de las computadoras e internet acelera la atención que recibe?		
	PRODUCTIVIDAD	-¿Cree que el desempeño del trabajador es de manera eficiente al momento de brindarle información? -¿Considera que el rendimiento de los trabajadores es favorable al momento de realizar sus trámites? -¿Le parece que el personal de la institución atiende a los usuarios con lentitud?		
	EFICIENCIA	-¿Le parece que los plazos establecidos para obtener sus documentos son óptimos? -¿Cree los costos de sus trámites son los justos? -¿Cree que son indispensables todos los requisitos para realizar un trámite?		
NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO	VARIABLE 2: CAPACIDAD DE RESPUESTA	¿Considera que el servicio brindado es rápido y oportuno? -¿Cree Ud. que los orientadores están capacitados para brindarle la información precisa? -¿El personal le brinda el tiempo necesario para resolverle las dudas con respecto a su documentación?		
	SEGURIDAD	-¿Confía Ud. en la información que le proporciona el personal de la institución? -¿Le genera la confianza suficiente realizar sus trámites en la institución? -¿Le parece seguro seguir registrando sus propiedades en la institución?		
	EMPATÍA	-¿Considera que el personal se muestra dispuesto a ayudarlo ante cualquier duda? -¿Considera que el personal de la institución les presta la debida atención a sus reclamos? -¿Cree Ud. que al tener algún inconveniente con sus documentos el personal se preocupa por resolverlo?		
	CALIDAD PERCIBIDA	-¿Ha observado mejoras en el servicio que le brinda la institución? -¿Considera que el servicio recibido cubre sus expectativas? -¿Se siente satisfecho con el servicio recibido?		

3.5 Matriz de consistencia

<u>TÍTULO</u>	<u>PROBLEMA GENERAL</u>	<u>OBJETIVO GENERAL</u>	<u>HIPÓTESIS GENERAL</u>	<u>VARIABLES E INDICADORES</u>	<u>DEFINICION OPERACIONAL</u>	<u>MÉTODOLOGÍA</u>	<u>POBLACIÓN Y MUESTRA</u>
Relación entre La gestión por procesos y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP) San Borja, Lima.	¿Cuál es la relación que tiene la gestión por procesos y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP) San Borja, Lima?	Determinar la relación que tiene la gestión por procesos y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP) San Borja, Lima	Existe una relación significativa entre la gestión por procesos y el nivel de satisfacción del usuario de la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP) San Borja, Lima.	<p><u>VARIABLE INDEPENDIENTE</u></p> <p>GESTIÓN POR PROCESOS</p> <p>Es el conjunto de mecanismos o pasos llevados a cabo de una manera secuencial con el fin de obtener resultados óptimos.</p>	<p>1.1 Simplificación administrativa</p> <p>1.2 Eficacia</p> <p>1.3 Productividad</p> <p>1.4 Eficiencia</p>	<p><u>TIPO:</u></p> <p>Correlativa</p>	<p><u>POBLACIÓN:</u></p> <p>500 usuarios</p>
	<p><u>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</u></p> <p>1. ¿Cuál es relación que tiene la simplificación administrativa y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP) San Borja, Lima?</p> <p>2. ¿Qué relación tiene la eficacia en la y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP) San Borja, Lima?</p> <p>3. ¿Cuál es la relación que tiene la productividad y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP) San Borja, Lima?</p> <p>4. ¿Qué relación tiene la eficiencia y en el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP) San Borja, Lima?</p>	<p><u>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</u></p> <p>1.- Determinar la relación que tiene la simplificación administrativa y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP) San Borja, Lima.</p> <p>2.- Analizar la relación que tiene la eficacia y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP), San Borja, Lima.</p> <p>3. Determinar la relación que tiene la productividad y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP) San Borja, Lima.</p> <p>4. Analizar la relación que tiene la eficiencia y en el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP) San Borja, Lima.</p>	<p><u>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</u></p> <p>1.- Existe una relación directa entre la simplificación administrativa y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP) San Borja, Lima.</p> <p>2.- Existe una relación positiva entre la eficacia y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP) San Borja, Lima.</p> <p>3.- Existe una relación directa entre la productividad y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP) San Borja, Lima.</p> <p>4.- Existe una relación positiva entre la eficiencia y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP) San Borja, Lima.</p>	<p><u>VARIABLE DEPENDIENTE</u></p> <p>NIVEL DE SATISFACCION DEL USUARIO</p>	<p>2.1 Capacidad de respuesta.</p> <p>2.2 Seguridad.</p> <p>2.3 Empatía.</p> <p>2.4 Calidad percibida.</p>	<p><u>DISEÑO:</u></p> <p>No Experimental Transversal Correlacional</p>	<p><u>MUESTRA:</u></p> <p>217 usuarios</p>

Capítulo IV

Metodología

4.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación es correlacional; ya que tiene como finalidad conocer la relación que existe entre las variables gestión por procesos y el nivel de satisfacción del usuario. (Hernández Sampieri, 2014, pág. 93).

4.2 Diseño de la investigación

La presente investigación se va a realizar mediante el diseño no experimental, ya que son estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos (Hernández Sampieri, 2014, pág. 152).

Transversal correlacional. Describen relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado, ya sea en términos correlacionales o en función de la relación causa-efecto. (Hernández Sampieri, 2014, pág.158).

4.3 Unidad de análisis

Usuarios de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos que acuden cotidianamente a realizar diferentes trámites.

4.4 Población de estudio

La población del cual se va a obtener la información necesaria para confirmar o negar nuestras hipótesis, son los usuarios más frecuentes de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos, los cuales conforman un aproximado de **500** usuarios, que

acuden diariamente a realizar los diversos trámites y operaciones dentro de dicha entidad, los cuales nos van ayudar a determinar de qué manera la gestión por procesos influye en el nivel de satisfacción del usuario. Dicha población está caracterizada por los siguientes datos demográficos:

- Género: masculino – femenino.
- Edad: 25 – 50 años.
- Ocupación: estudiante/ empresario/ y público en general.

4.5 Selección de la muestra

El tipo de muestreo utilizado es probabilístico, ya que todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser elegidos para la muestra y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra y por medio de una selección aleatoria de las unidades de muestreo/análisis. (Hernández Sampieri, 2014, pág.175).

La técnica utilizada fue de probabilístico-aleatoria simple, donde cada elemento de la población tiene una probabilidad de selección equitativa y conocida. Cada elemento se selecciona de manera independiente a los otros elementos y la muestra se extrae mediante un procedimiento aleatorio del marco de muestreo. (Naresh K. Malhotra, 2010, pág. 346)

Fórmula:

N: Tamaño de la población

Z: Nivel de confianza

P: Probabilidad de éxito

Q: Probabilidad de fracaso

D: Precisión “Error máximo admisible”

Dónde:

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z^2 \times p \times q}$$
$$n = \frac{500 \times 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2 \times (150 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

n = 217 usuarios.

4.6 Técnica de Recolección de Datos

Para el levantamiento de datos, se utilizará la técnica de encuesta, dirigidos a los usuarios de la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP).

4.7 Técnicas de Procesamiento, análisis e interpretación de la información

Cuestionario: el cual está conformado por 24 preguntas, que nos ayuda a medir cada una de nuestras variables: Gestión por procesos y Satisfacción del usuario, como alternativas tenemos: 1. Nunca, 2. Casi nunca, 3. A veces, 4. Casi siempre, 5 Siempre.

V1: Gestión por procesos

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,730	12

Interpretación:

Sometidas las preguntas del estudio piloto, al Coeficiente de Alfa de Cronbach se ha obtenido un índice de 0.730 de confiabilidad, que corresponde a un nivel moderado; por lo tanto, se admite que las preguntas del cuestionario pueden ser aplicadas al total de la muestra.

V2: Satisfacción del usuario

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,897	12

Interpretación:

Sometidas las preguntas del estudio piloto, al Coeficiente de Alfa de Cronbach se ha obtenido un índice de 0.897 de confiabilidad, que corresponde a un nivel moderado; por lo tanto, se admite que las preguntas del cuestionario pueden ser aplicadas al total de la muestra

CAPÍTULO V

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

5.1 Análisis e interpretación de Resultados

Tabla N° 1. Porcentaje de usuarios de la SUNARP, San Borja, 2017, según su opinión si es abundante la documentación que deben presentar para realizar un trámite.

		Usuarios	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	21	9,7	9,7	9,7
	Casi nunca	48	22,1	22,1	31,8
	A veces	66	30,4	30,4	62,2
	Casi siempre	45	20,7	20,7	82,9
	Siempre	37	17,1	17,1	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

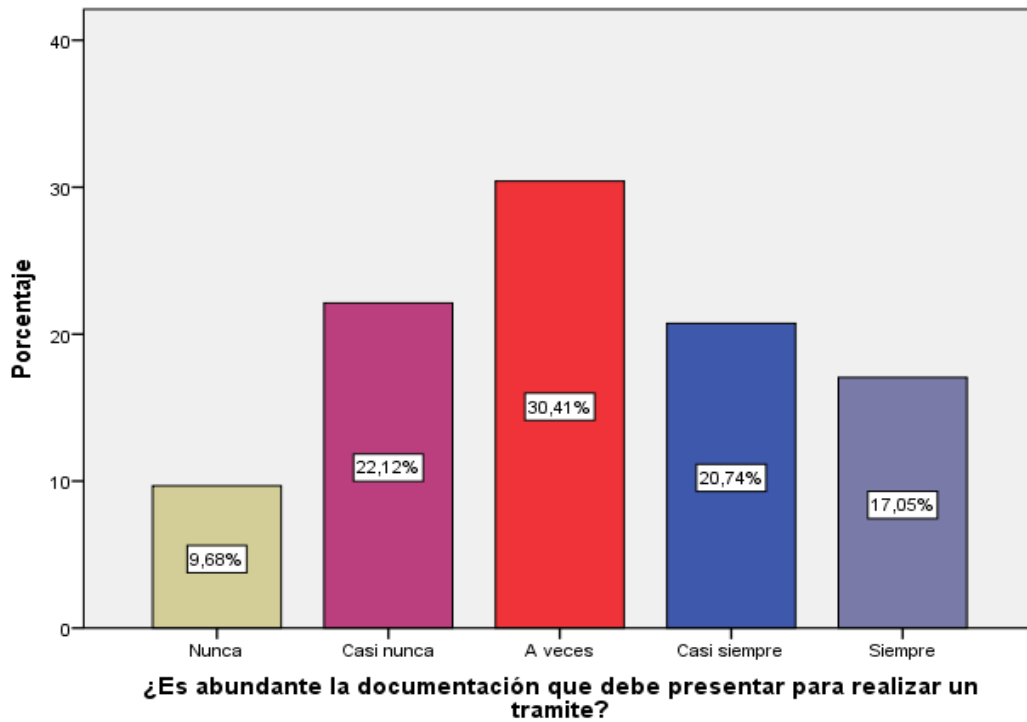


Gráfico 1

Como se puede observar en el gráfico 1, el 30,41% de los usuarios de la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP), consideran que a veces es abundante la documentación que deben presentar para realizar un trámite, mientras que el 20,74% opina que casi siempre es abundante la documentación que deben presentar para realizar un trámite, y el 17,05%, consideran que siempre es abundante la documentación que deben presentar para realizar un trámite.

Tabla N° 2. Porcentaje de usuarios de la SUNARP, San Borja, el 2017 que consideran que las normas establecidas por la institución hacen que realizar un trámite sea complicado.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	15	6,9	6,9	6,9
Casi nunca	32	14,7	14,7	21,7
A veces	77	35,5	35,5	57,1
Casi siempre	59	27,2	27,2	84,3
Siempre	34	15,7	15,7	100,0
Total	217	100,0	100,0	

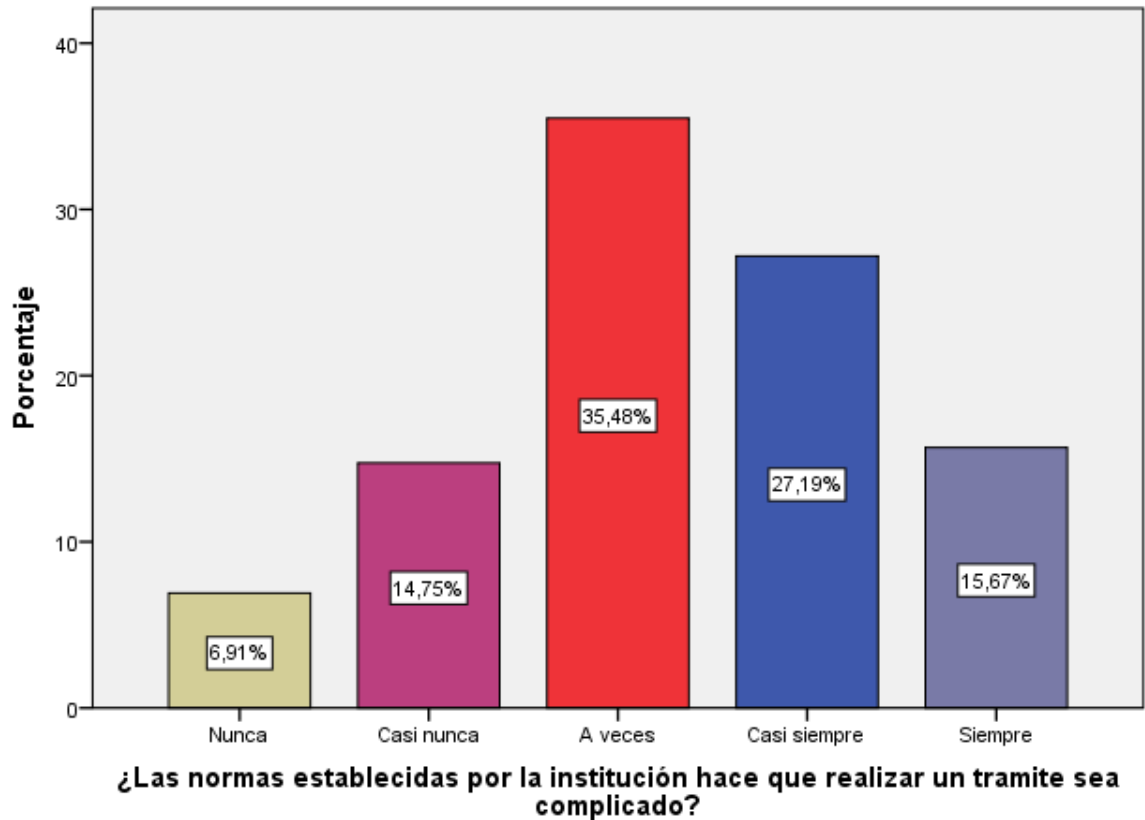


Gráfico 2

Como se puede observar en el gráfico 2, el 35,48% de los usuarios de la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP), consideran que a veces las normas establecidas por la institución hacen que realizar un trámite sea complicado, mientras que el 27,19% opina que casi siempre las normas establecidas por la institución hacen que realizar un trámite sea complicado; y el 15,67% consideran que siempre las normas establecidas por la institución hacen que realizar un trámite sea complicado.

Tabla N° 3. Porcentaje de usuarios de la SUNARP, San Borja, el 2017 que consideran que la SUNARP está simplificando sus procesos para realizar sus trámites.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	26	12,0	12,0	12,0
Casi nunca	38	17,5	17,5	29,5
A veces	69	31,8	31,8	61,3
Casi siempre	49	22,6	22,6	83,9
Siempre	35	16,1	16,1	100,0
Total	217	100,0	100,0	

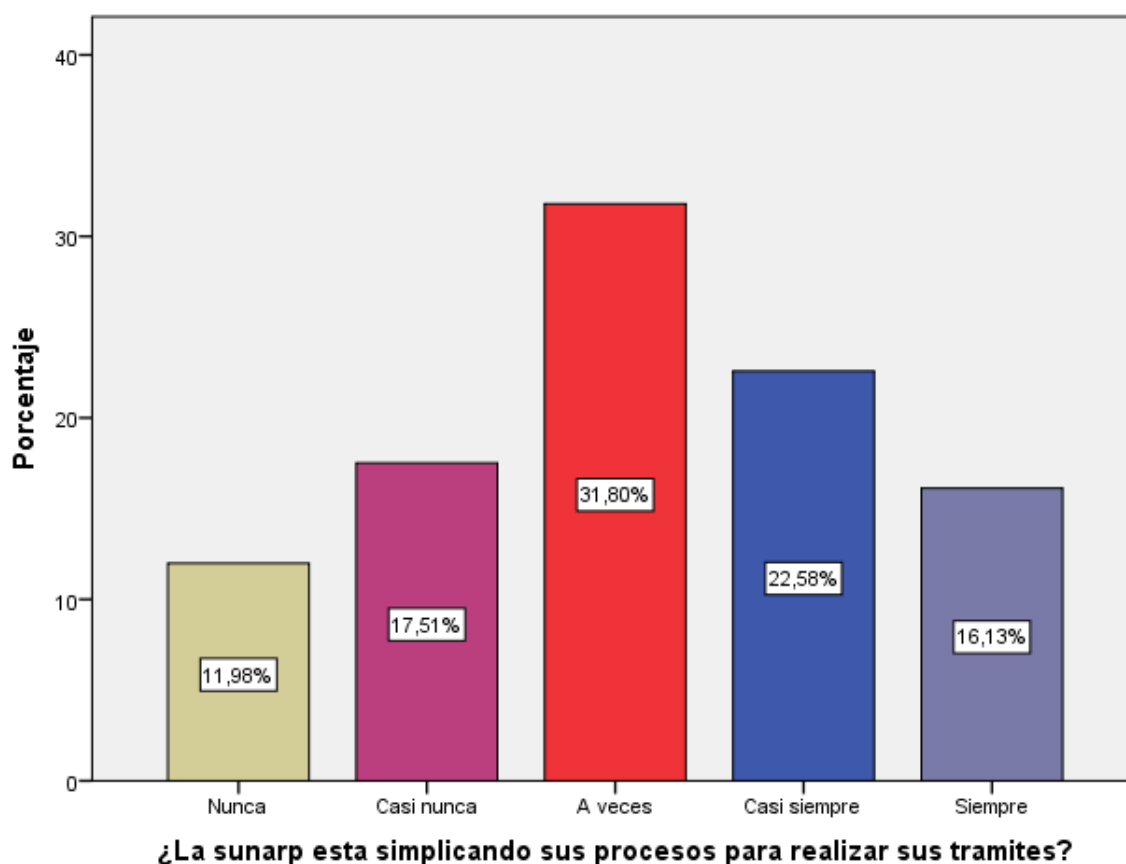


Gráfico 3

Como se puede se observar en el gráfico 3, el 16,13% de los usuarios de la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP) consideran que siempre la SUNARP está simplificando sus procesos para realizar sus trámites, mientras que el 22,58% opina que casi siempre la SUNARP está simplificando sus procesos para realizar sus trámites y; el 31,80% respondieron que a veces la SUNARP está simplificando sus procesos para realizar sus trámites.

Tabla N° 4. Porcentaje de usuarios de la SUNARP, San Borja, el 2017 que opinan que los procesos administrativos están generando buenos resultados.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	24	11,1	11,1	11,1
	Casi nunca	38	17,5	17,5	28,6
	A veces	74	34,1	34,1	62,7
	Casi siempre	53	24,4	24,4	87,1
	Siempre	28	12,9	12,9	100,0
	Total	217	100,0	100,0	

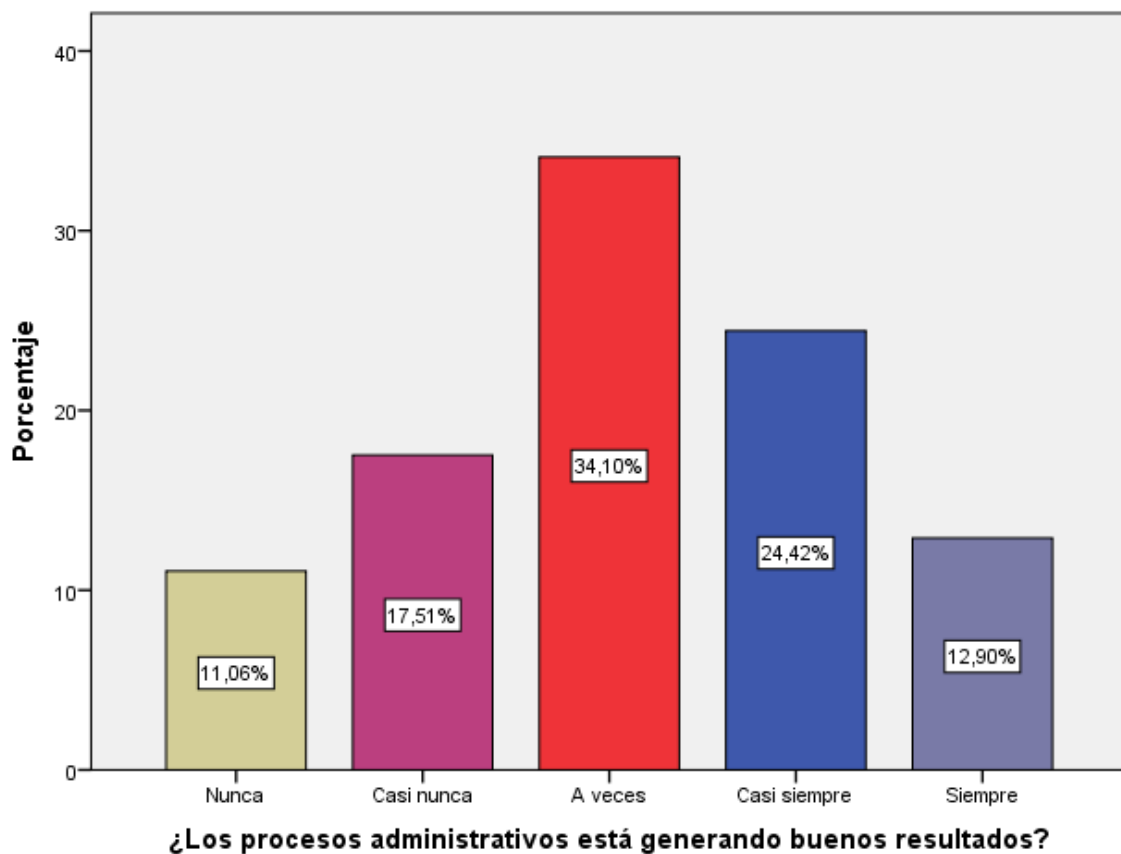


Gráfico 4

Como se puede observar en el gráfico 4, el 12,90% de los usuarios de la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP), consideran que siempre los procesos administrativos están generando buenos resultados, mientras que el 24,42% cree que casi siempre los procesos administrativos casi siempre están generando buenos resultados y; el 34,10%, consideran que sólo a veces los procesos administrativos están generan buenos resultados.

Tabla N° 5. Porcentaje de usuarios de la SUNARP, San Borja, el 2017 que opinan si realizar sus trámites a través de la página web es efectivo.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	9	4,1	4,1	4,1
Casi nunca	38	17,5	17,5	21,7
A veces	68	31,3	31,3	53,0
Casi siempre	56	25,8	25,8	78,8
Siempre	46	21,2	21,2	100,0
Total	217	100,0	100,0	

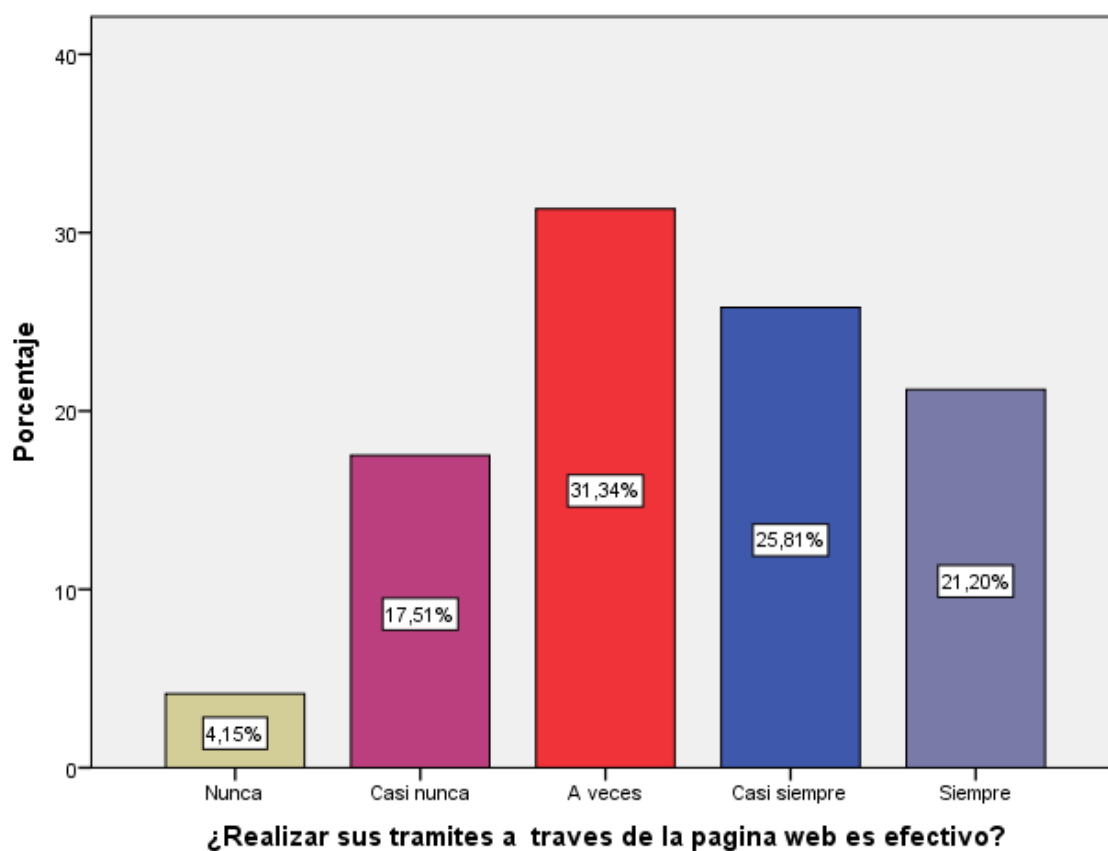


Gráfico 5

Como se puede observar en el gráfico 5, el 31,34% de los usuarios de la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP), consideran que a veces realizar sus trámites a través de la página web es efectivo, mientras que el 25,81% opina que casi siempre realizar sus trámites a través de la página web es efectivo; y el 21,20% respondió que siempre realizar sus trámites a través de la página web es efectivo.

Tabla N° 6. Porcentaje de usuario de la SUNARP, San Borja, el 2017 que opina que el uso de las computadoras e internet acelera la atención que recibe.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	17	7,8	7,8	7,8
Casi nunca	33	15,2	15,2	23,0
A veces	62	28,6	28,6	51,6
Casi siempre	59	27,2	27,2	78,8
Siempre	46	21,2	21,2	100,0
Total	217	100,0	100,0	

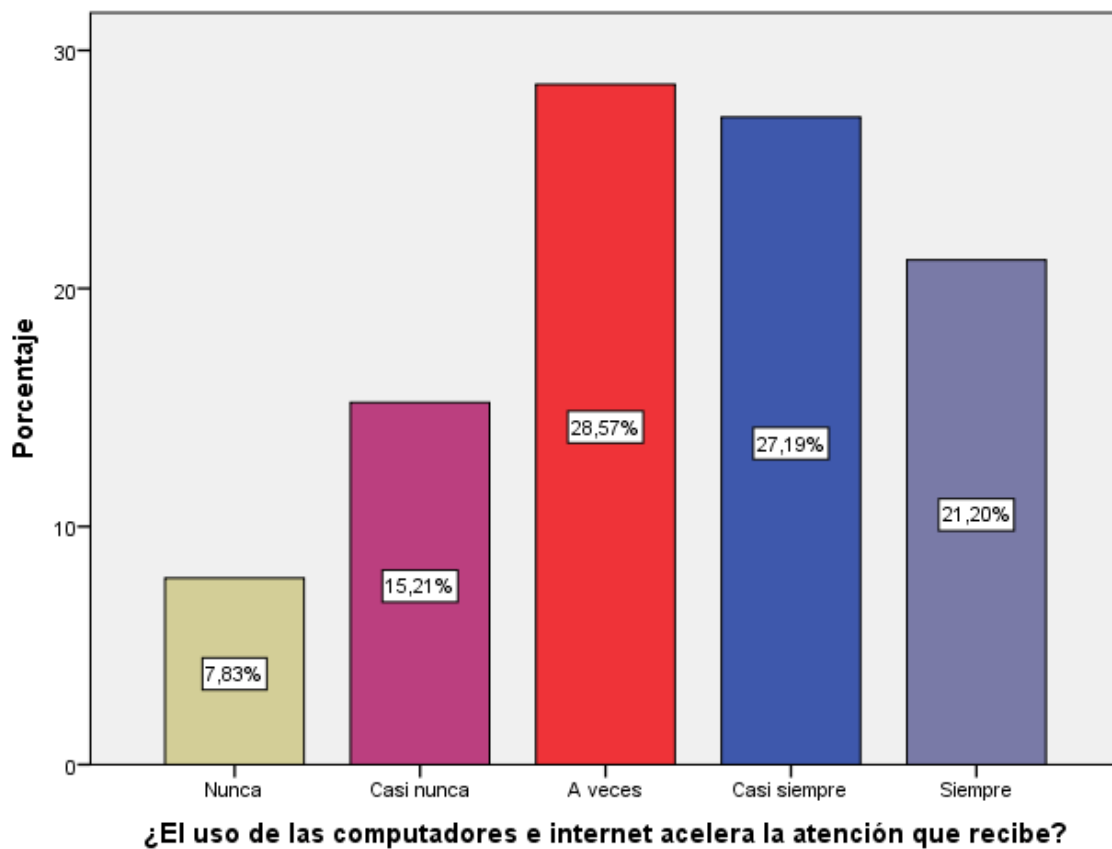


Gráfico 6

Como se puede observar en el gráfico 6, el 28,57% de los usuarios de la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP) respondieron que a veces el uso de las computadoras e internet acelera la atención que reciben, mientras que el 27,19% opina que casi siempre el uso de las computadoras e internet acelera la atención que recibe y; el 21,20% considera que siempre el uso de las computadoras e internet acelera la atención que recibe.

Tabla N° 7. Porcentaje de usuario de la SUNARP, San Borja, el 2017 que considera que el desempeño del trabajador es de manera eficiente al momento de brindar la información.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	9	4,1	4,1	4,1
Casi nunca	35	16,1	16,1	20,3
A veces	89	41,0	41,0	61,3
Casi siempre	59	27,2	27,2	88,5
Siempre	25	11,5	11,5	100,0
Total	217	100,0	100,0	

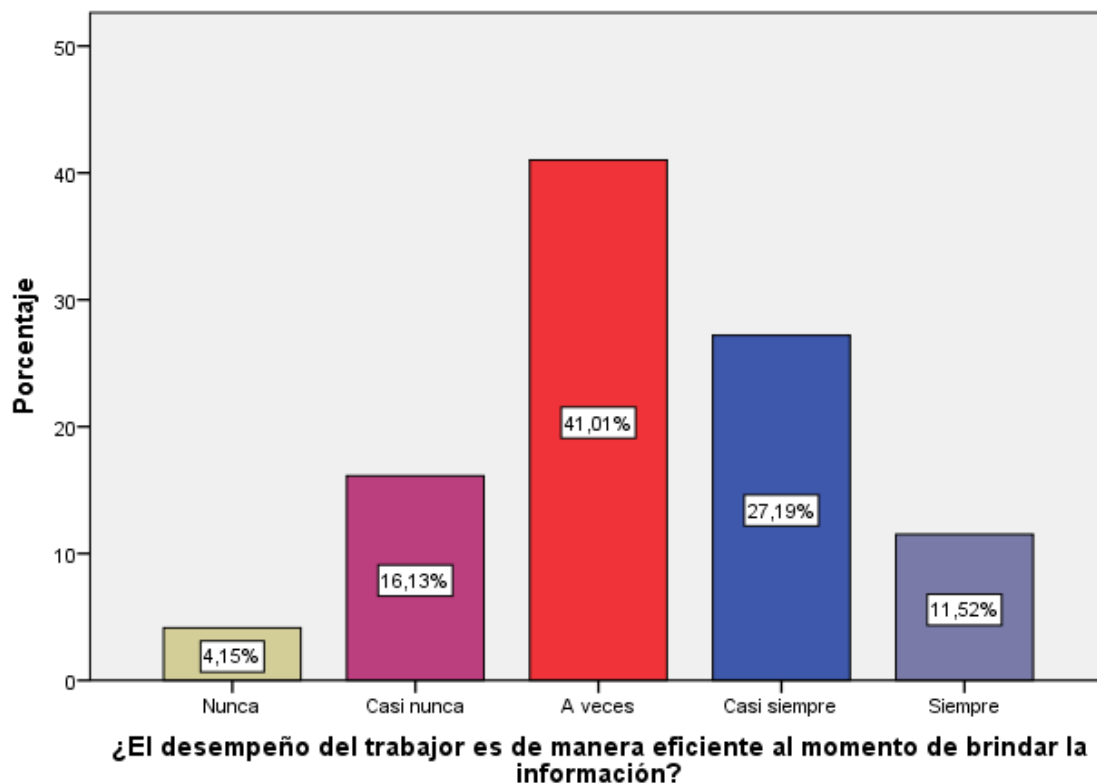


Gráfico 7

Como se puede observar en el gráfico 7, el 11,52% de los usuarios de la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP), consideran que siempre el desempeño del trabajadores de manera eficiente al momento de brindarle la información, mientras que el 27,19% opina que casi siempre el desempeño del trabajador es de manera eficiente al momento de brindarle la información y; el 41,01%, respondió que sólo a veces el desempeño del trabajador es de manera eficiente al momento de brindarle la información.

Tabla N° 8. Porcentaje de usuarios de la SUNARP, San Borja, el 2017 que opinan que el rendimiento de los trabajadores es favorable al momento de realizar sus trámites.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	11	5,1	5,1	5,1
Casi nunca	39	18,0	18,0	23,0
A veces	84	38,7	38,7	61,8
Casi siempre	63	29,0	29,0	90,8
Siempre	20	9,2	9,2	100,0
Total	217	100,0	100,0	

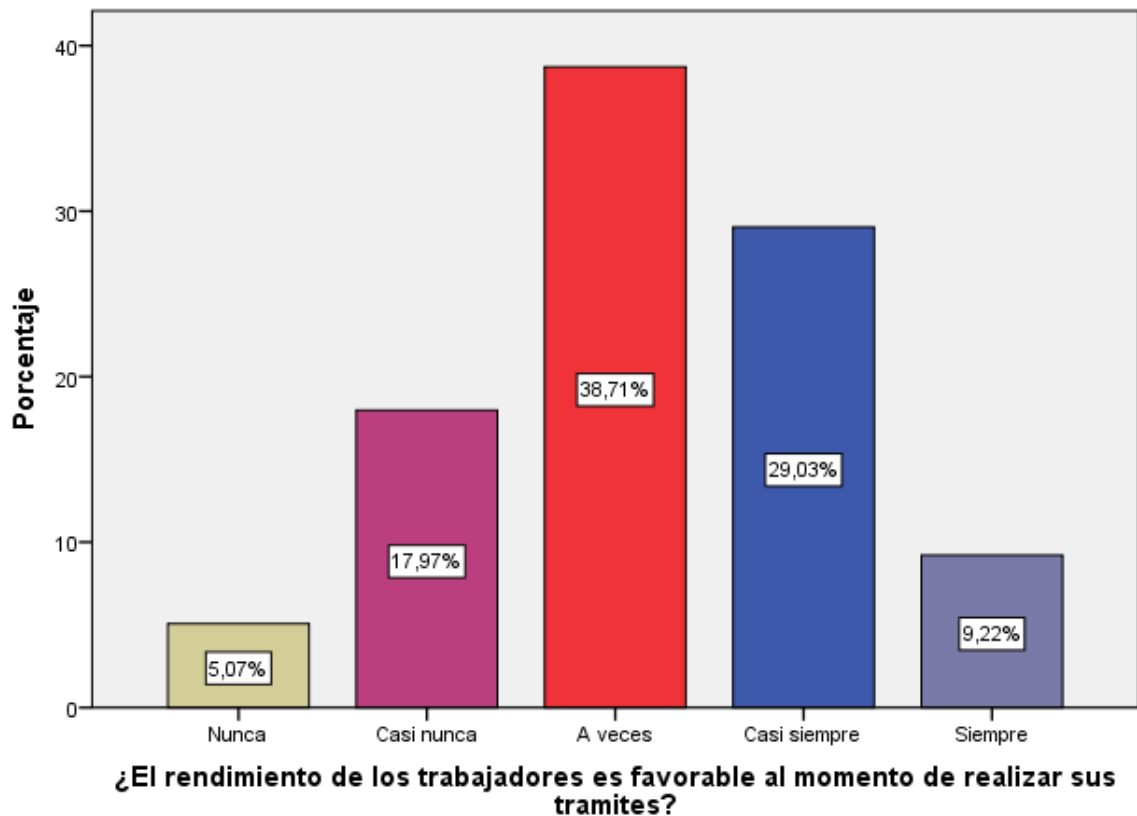


Gráfico 8

Como se puede observar en el gráfico 8, el 9,22% de los usuarios de la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP), consideran que siempre el rendimiento de los trabajadores es favorable al momento de realizar sus trámites, mientras que el 29,03% opina que casi siempre el rendimiento de los trabajadores es favorable al momento de realizar sus trámites; así también, el 38,71% respondió que el rendimiento de los trabajadores es favorable al momento de realizar sus trámites.

Tabla N° 9. Porcentaje de usuarios de la SUNARP, San Borja, el 2017 que considera que el personal de la institución lo atiende con lentitud.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	15	6,9	6,9
	Casi nunca	43	19,8	26,7
	A veces	79	36,4	63,1
	Casi siempre	59	27,2	90,3
	Siempre	21	9,7	100,0
	Total	217	100,0	100,0

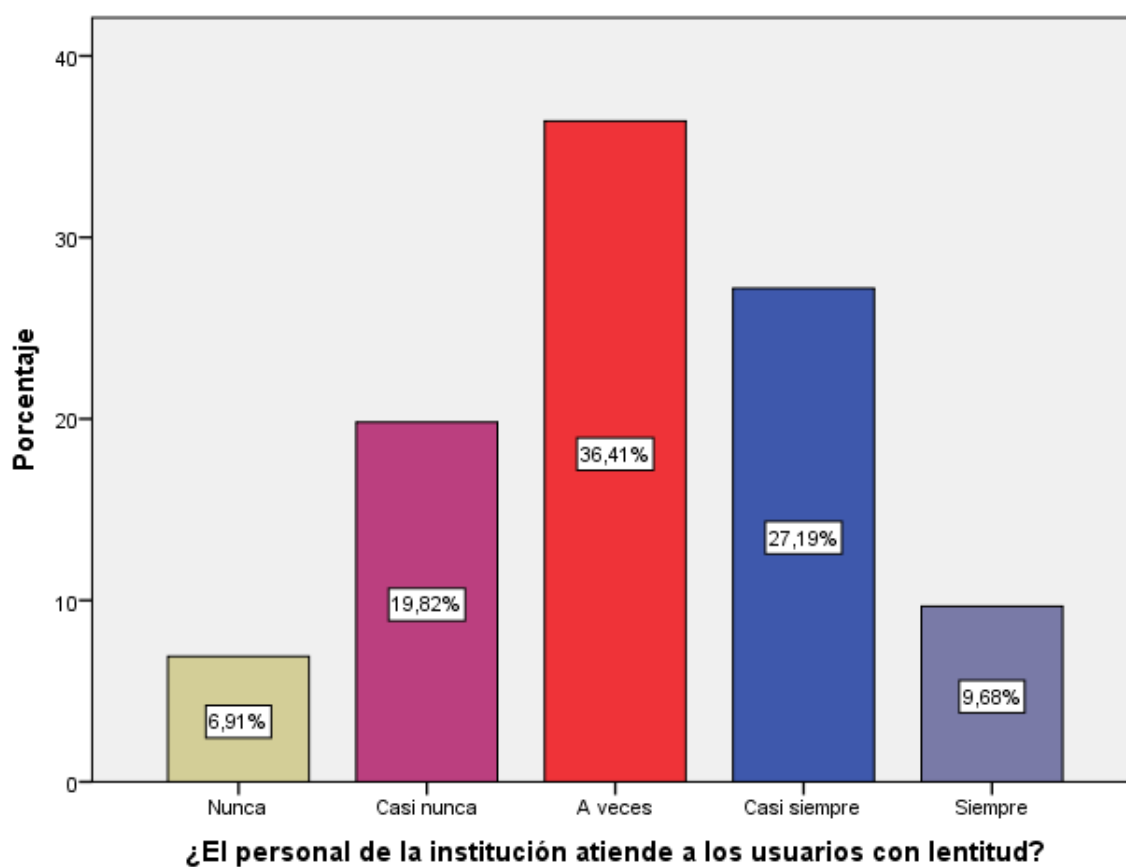


Gráfico 9

Como se puede observar en el gráfico 9, el 36,41% de los usuarios de la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP), considera que sólo a veces el personal de la institución lo atiende con lentitud, mientras que el 27,19% opina que casi siempre el personal de la institución lo atiende con lentitud; y el 9,68%, consideran que el personal de la institución lo atiende con lentitud.

Tabla N° 10. Porcentaje de usuarios de la SUNARP, San Borja, el 2017 que piensan que los plazos establecidos para obtener un documento son óptimos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	30	13,8	13,8	13,8
Casi nunca	38	17,5	17,5	31,3
A veces	84	38,7	38,7	70,0
Casi siempre	52	24,0	24,0	94,0
Siempre	13	6,0	6,0	100,0
Total	217	100,0	100,0	

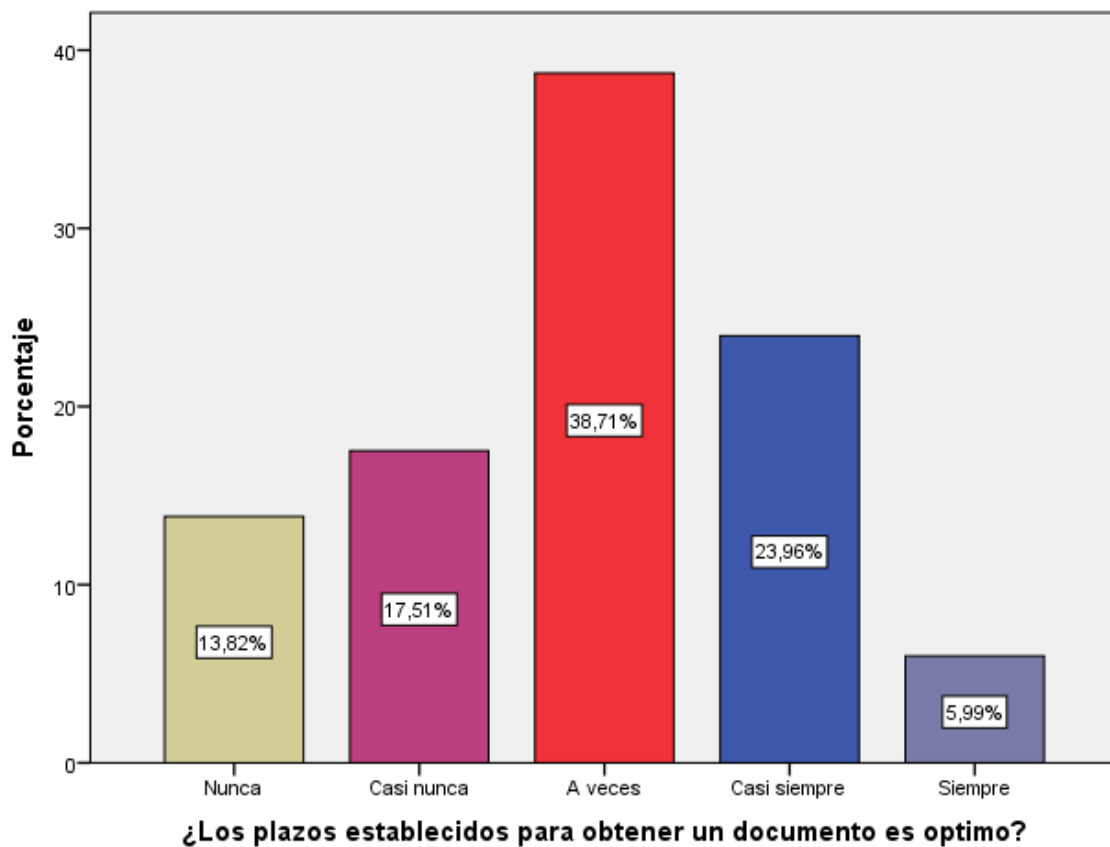


Gráfico 10

Como se puede observar en el gráfico 10, el 38,71% de los usuarios de la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP), consideran que a veces los plazos establecidos para obtener su documento son óptimos, mientras que el 23,96% opina que casi siempre los plazos establecidos para obtener su documento casi siempre son óptimos; y el 5,99%, considera que los plazos establecidos para obtener su documento es óptimo.

Tabla N° 11. Porcentaje de usuarios de la SUNARP, San Borja, el 2017 que opinan que los costos de los trámites son los justos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	39	18,0	18,0	18,0
Casi nunca	60	27,6	27,6	45,6
A veces	66	30,4	30,4	76,0
Casi siempre	37	17,1	17,1	93,1
Siempre	15	6,9	6,9	100,0
Total	217	100,0	100,0	

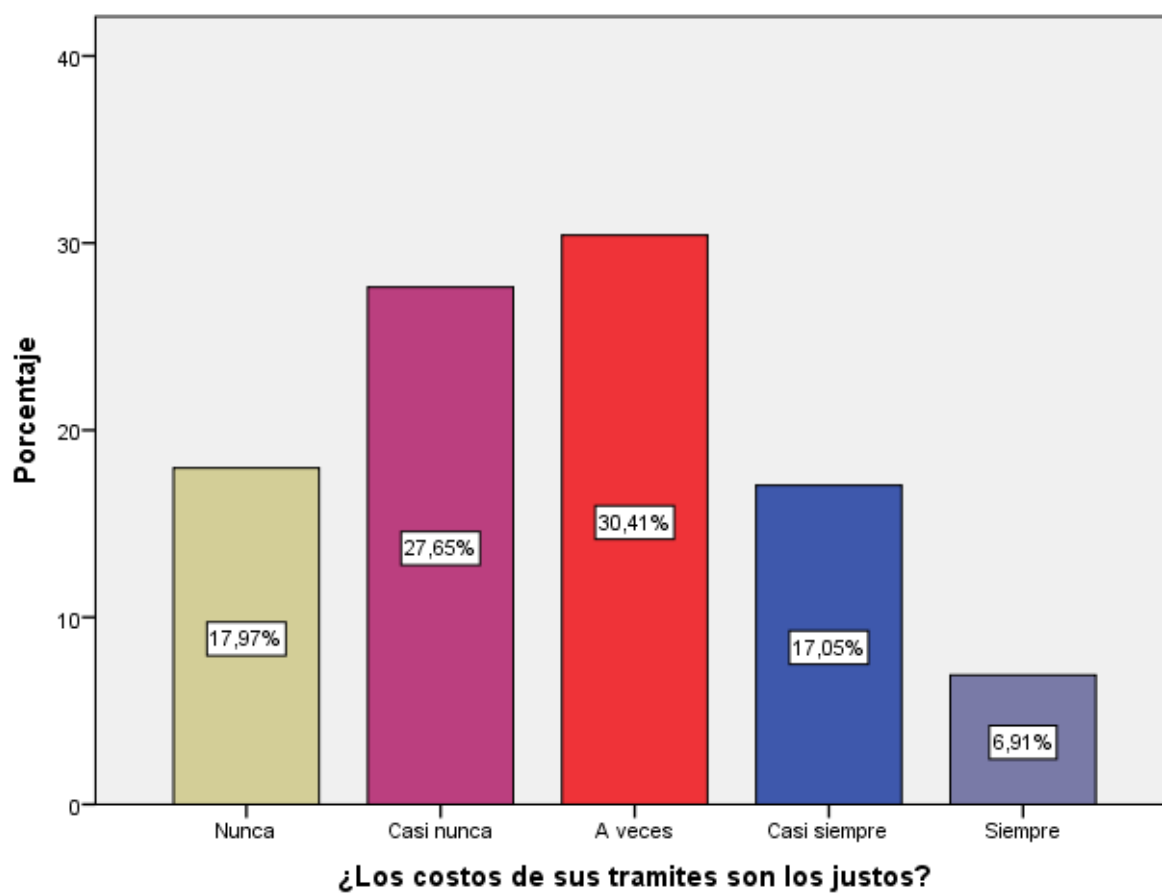


Gráfico 11

Como se puede observar en el gráfico 11, el 30,41% de los usuarios de la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP), considera que a veces los costos de sus trámites son los justos, mientras que el 17,05% opina que casi siempre los costos de sus trámites son los justos; y el 6,91% consideran que los costos de sus trámites siempre son los justos.

Tabla N° 12. Porcentaje de usuarios que opinan que son indispensables todos los requisitos para realizar un trámite.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	14	6,5	6,5
	Casi nunca	51	23,5	30,0
	A veces	96	44,2	74,2
	Casi siempre	37	17,1	91,2
	Siempre	19	8,8	100,0
	Total	217	100,0	100,0

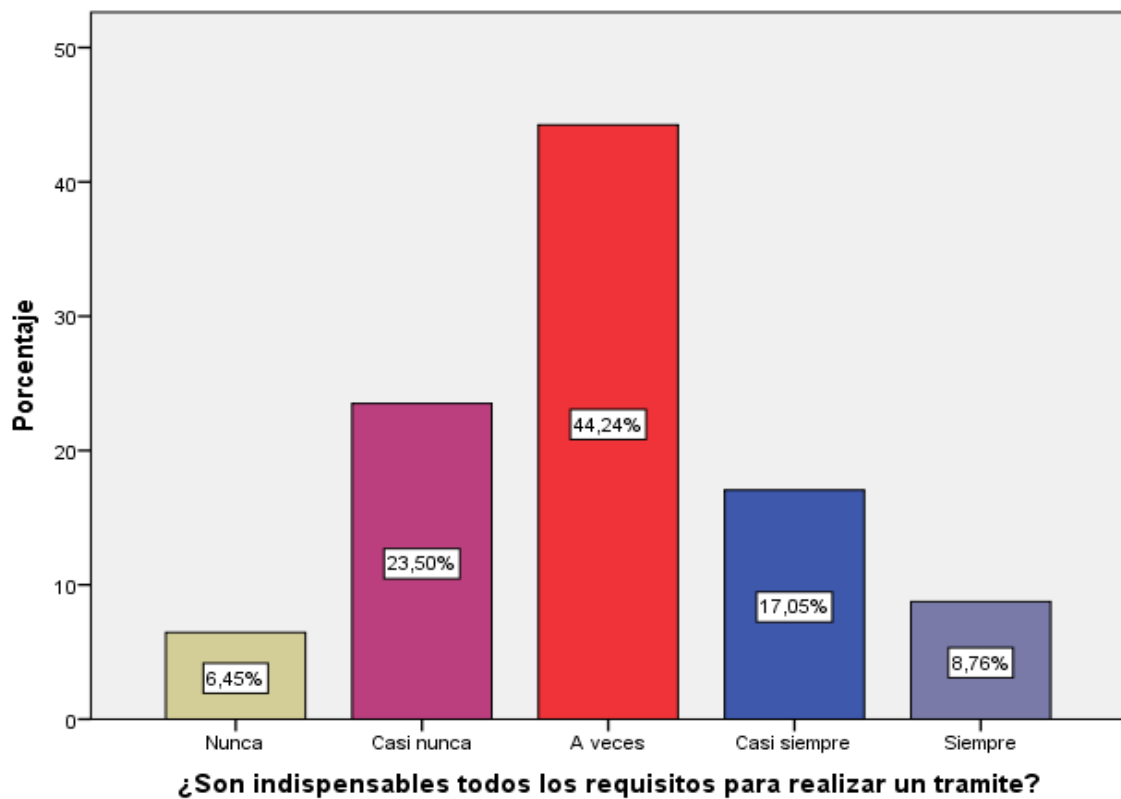


Gráfico 12

Como se puede observar en el gráfico 12, el 8,76% de los usuarios de la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP), considera que siempre son indispensables todos los requisitos para realizar un trámite, mientras que el 17,05% opina que casi siempre son indispensables todos los requisitos para realizar un trámite; y el 44,24%, consideran que a veces son indispensables todos los requisitos para realizar un trámite.

Tabla N° 13. Porcentaje de usuarios de la SUNARP, San Borja, el 2017 que consideran que el servicio brindado es rápido y oportuno.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	13	6,0	6,0	6,0
Casi nunca	48	22,1	22,1	28,1
A veces	80	36,9	36,9	65,0
Casi siempre	55	25,3	25,3	90,3
Siempre	21	9,7	9,7	100,0
Total	217	100,0	100,0	

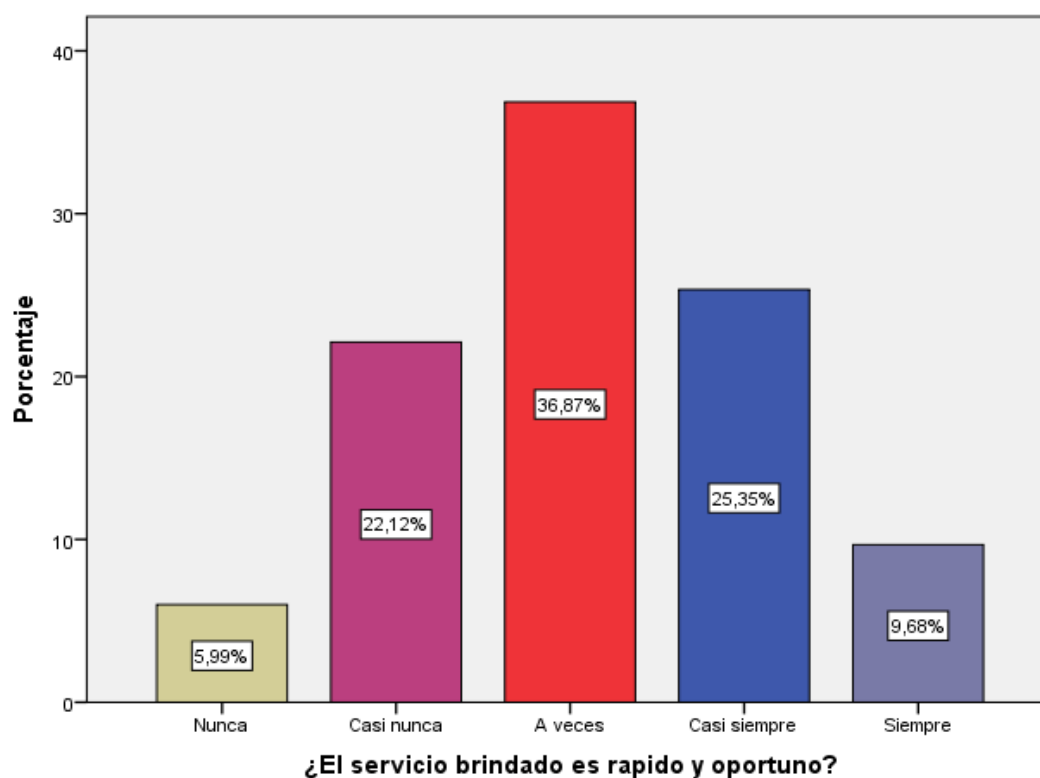


Gráfico 13

Se puede observar en la información presentada, que el 36,87% de los usuarios considera que el servicio es rápido y oportuno, en cuanto el 25,35% opino que casi siempre el servicio es rápido y oportuno, así también el 22,12% de usuarios considera que casi nunca el servicio es rápido y oportuno en la SUNARP.

Tabla N° 14. Porcentaje de usuarios de la SUNARP, San Borja, el 2017 que opinan que los orientadores están capacitados para brindarle la información precisa.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	8	3,7	3,7	3,7
Casi nunca	31	14,3	14,3	18,0
A veces	86	39,6	39,6	57,6
Casi siempre	62	28,6	28,6	86,2
Siempre	30	13,8	13,8	100,0
Total	217	100,0	100,0	

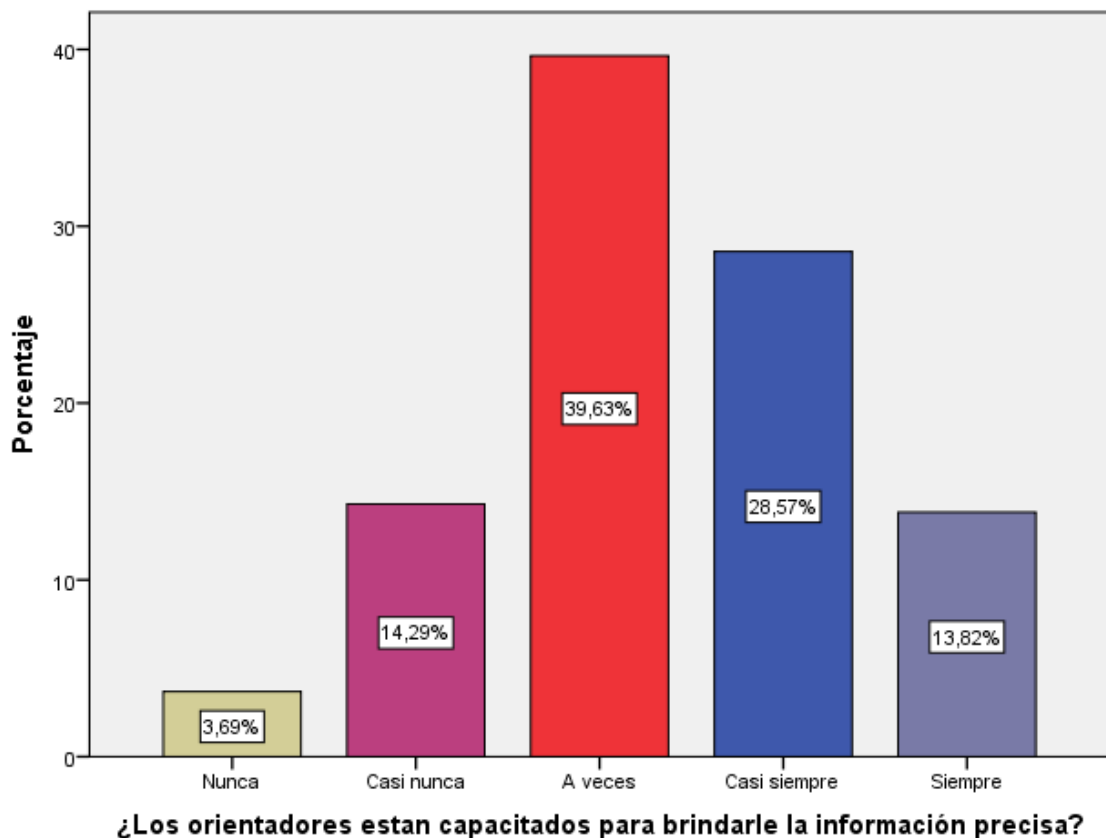


Gráfico 14

En la presente información arrojada por las encuestas a los usuarios de Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP), se puede analizar que el 39,63% de los usuarios cree que a veces los orientadores están capacitados para brindarle la información precisa, mientras que el 28,57% de usuarios opina que casi siempre los orientadores están capacitados para brindarle la información precisa; por el contrario, el 14,29% de los usuarios dice que casi nunca los orientadores están capacitados para brindarle la información precisa.

Tabla N° 15. Porcentaje de usuarios de la SUNARP, San Borja, el 2017 que consideran que el personal le brinda el tiempo necesario para resolverle las dudas respecto a la documentación.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	16	7,4	7,4
	Casi nunca	33	15,2	22,6
	A veces	82	37,8	60,4
	Casi siempre	58	26,7	87,1
	Siempre	28	12,9	100,0
	Total	217	100,0	100,0

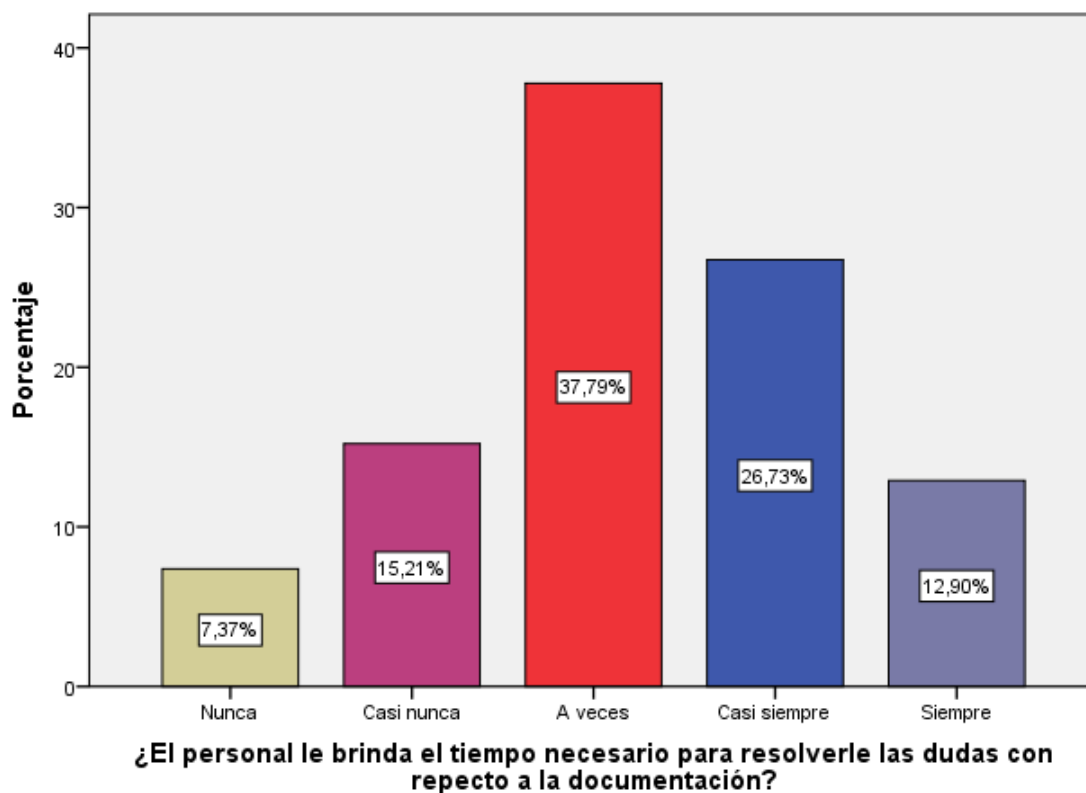


Gráfico 15

Como se puede observar en la presente información el 37,79% de usuarios, considera que a veces el personal le brinda el tiempo necesario para resolverle las dudas con respecto a la documentación; así mismo, el 26,73% de usuarios opina que casi siempre el personal le brinda el tiempo necesario para resolverle las dudas con respecto a la documentación; y el 15, 21% considera que casi nunca el personal le brinda el tiempo necesario para resolverle las dudas con respecto a la documentación.

Tabla N° 16. Porcentaje de usuarios de la SUNARP, San Borja, el 2017 que opinan si confía en la información que le proporciona el personal de la institución.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	12	5,5	5,5	5,5
Casi nunca	27	12,4	12,4	18,0
A veces	71	32,7	32,7	50,7
Casi siempre	70	32,3	32,3	82,9
Siempre	37	17,1	17,1	100,0
Total	217	100,0	100,0	

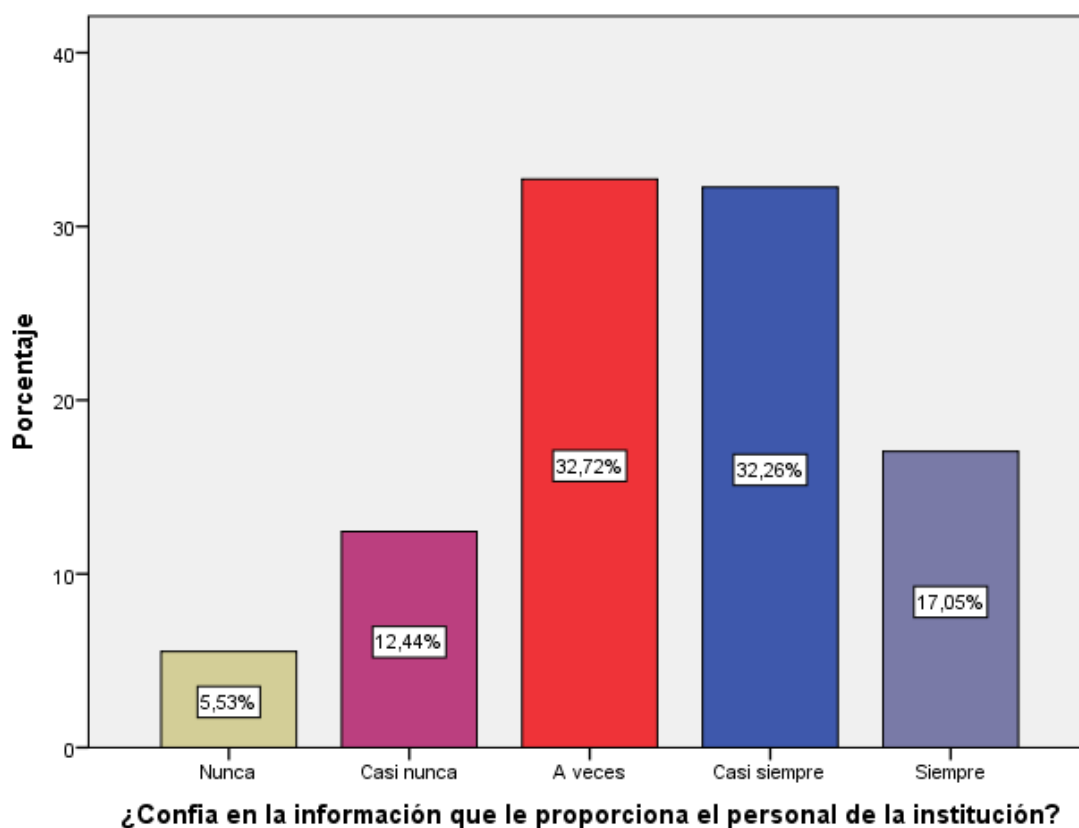


Gráfico 16

Según las encuestas realizadas a los usuarios de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP), donde se les preguntó si confían en la información que le proporciona el personal de la institución, el 32,72% respondió que a veces confían en la información que le proporciona el personal de la institución, mientras que el 32,26% dijo que casi siempre confían en la información que le proporciona el personal de la institución; y el 17,05% confía en la información que le brinda la información que le proporciona la institución.

Tabla. N° 17. Porcentaje de usuarios de la SUNARP, San Borja, el 2017 que considera que le genera la confianza suficiente realizar sus trámites en la institución

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	7	3,2	3,2
	Casi nunca	27	12,4	15,7
	A veces	76	35,0	50,7
	Casi siempre	60	27,6	78,3
	Siempre	47	21,7	100,0
	Total	217	100,0	100,0

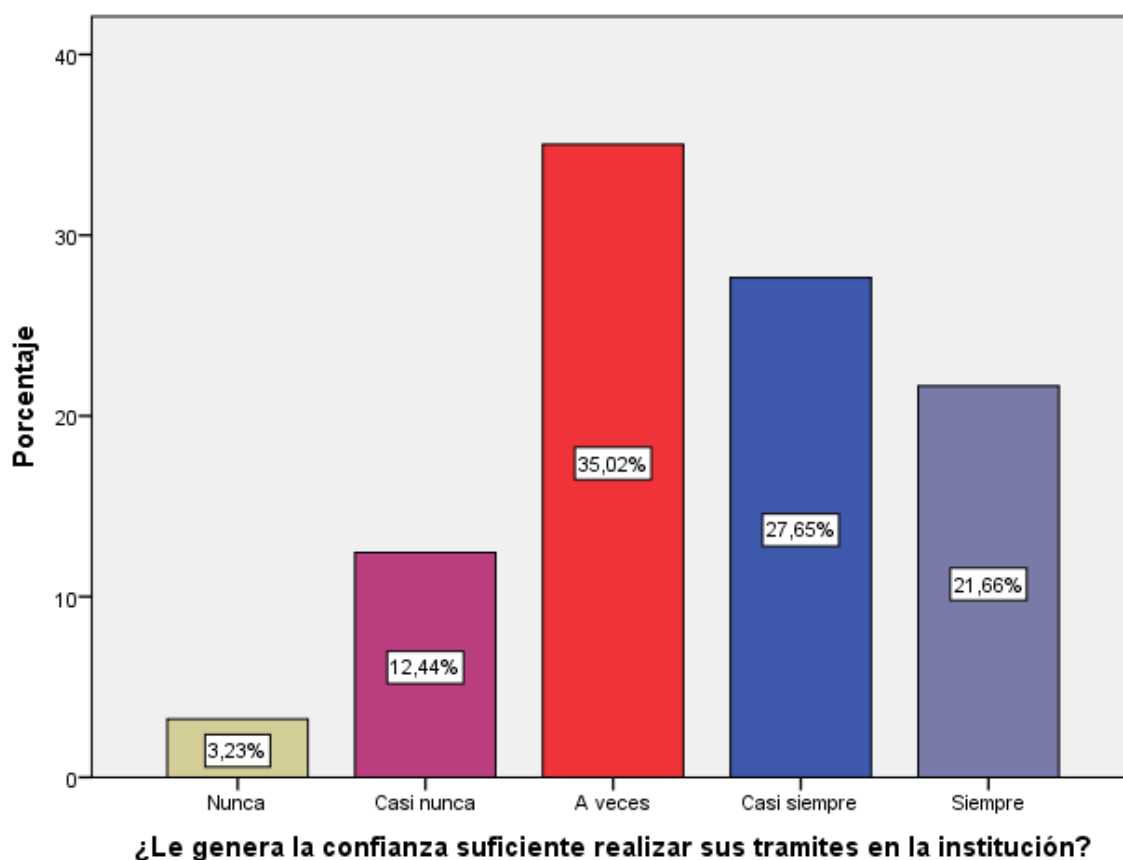


Gráfico 17

Como se puede observar en la presente información el 35,02% de usuarios, considera que a veces le genera la confianza suficiente realizar sus trámites en la institución; así mismo, el 27,65% de usuarios opina que casi siempre le genera la confianza suficiente realizar sus trámites en la institución; y el 12,44% considera que casi nunca le genera la confianza suficiente realizar sus trámites en la institución.

Tabla N° 18. Porcentaje de usuarios de la SUNARP, San Borja, el 2017 que consideran que es seguro seguir registrando sus propiedades en la institución.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	14	6,5	6,5
	Casi nunca	32	14,7	21,2
	A veces	54	24,9	46,1
	Casi siempre	54	24,9	71,0
	Siempre	63	29,0	100,0
	Total	217	100,0	100,0

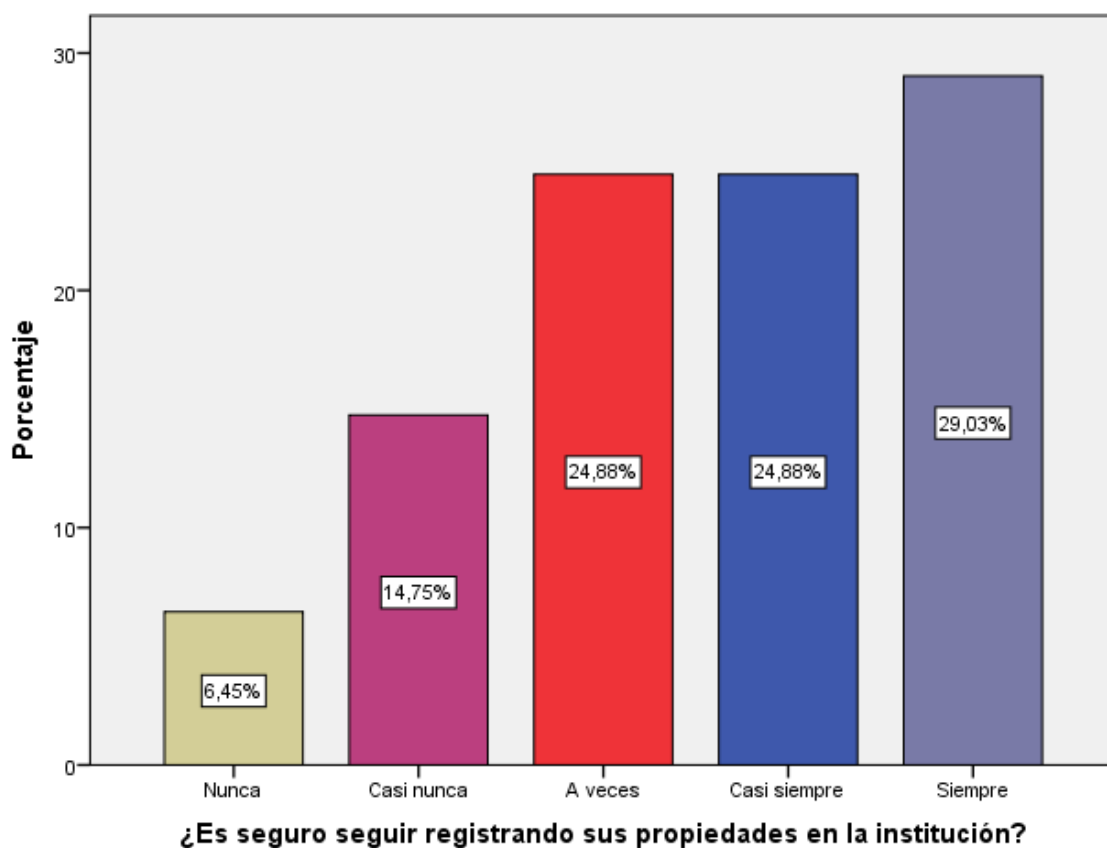


Gráfico 18

En la presente información arrojada por las encuestas a los usuarios de Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP), se puede analizar que el 29,03% de los usuarios considera que siempre es seguro seguir registrando sus propiedades en la institución, mientras que el 24,88% de usuarios opina que casi siempre es seguro seguir registrando sus propiedades en la institución; por el contrario, el 14,75% de los usuarios dijo que casi nunca es seguro seguir registrando sus propiedades en la institución.

Tabla N° 19. Porcentaje de usuarios de la SUNARP, San Borja, el 2017 que consideran que el personal se muestra dispuesto ayudarlo ante cualquier duda.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	13	6,0	6,0	6,0
Casi nunca	39	18,0	18,0	24,0
A veces	77	35,5	35,5	59,4
Casi siempre	63	29,0	29,0	88,5
Siempre	25	11,5	11,5	100,0
Total	217	100,0	100,0	

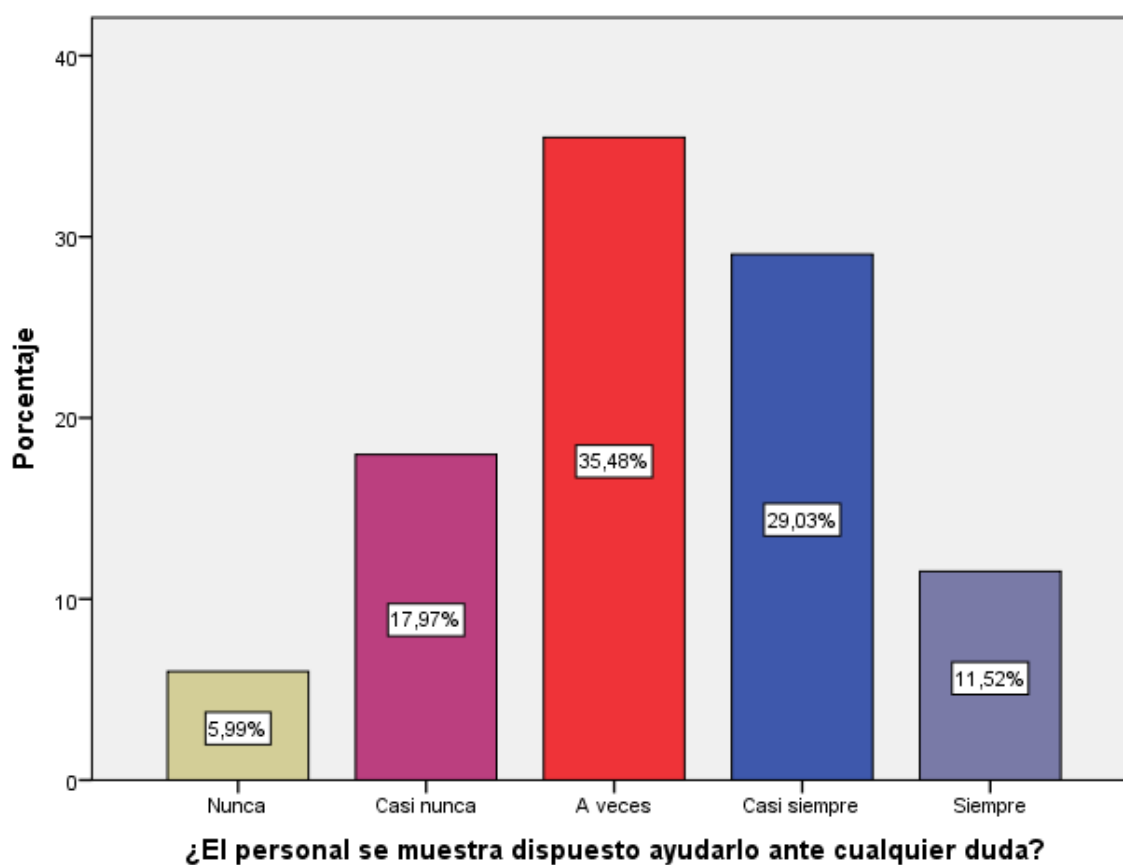


Gráfico 19

Según la información presentada en el gráfico 19, donde se encuestó a los usuarios de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP), el 35,48% respondió que a veces el personal se muestra dispuesto ayudarlo ante cualquier duda; así mismo, el 29,03% contestó que casi siempre el personal de la institución se muestra dispuesto ayudarlo ante cualquier duda; sin embargo el 17,97% opinó que casi nunca el personal se muestra dispuesto ayudarlo ante cualquier duda.

Tabla N° 20.- Porcentaje de usuarios de la SUNARP, San Borja, el 2017 que considera que el personal de la institución le presta la debida atención a su reclamo.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	21	9,7	9,7	9,7
Casi nunca	41	18,9	18,9	28,6
A veces	84	38,7	38,7	67,3
Casi siempre	57	26,3	26,3	93,5
Siempre	14	6,5	6,5	100,0
Total	217	100,0	100,0	

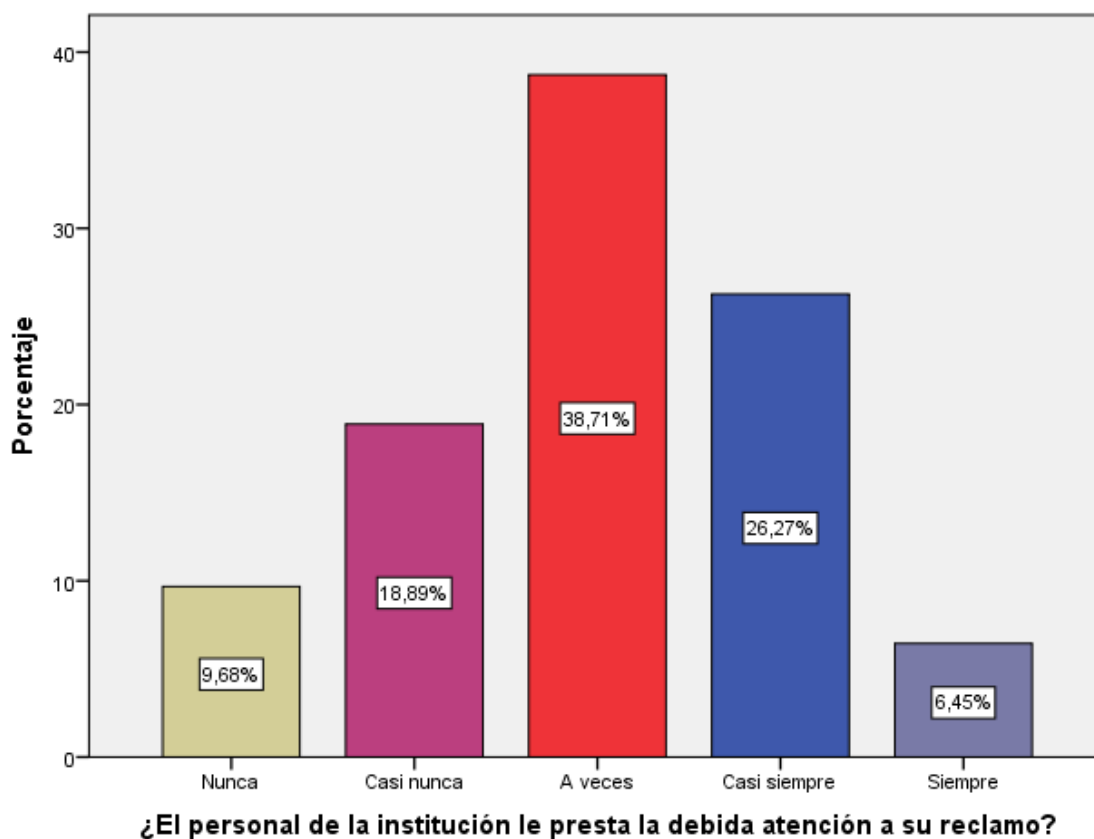


Gráfico 20

Según la información presentada en el gráfico 20, donde se encuestó a los usuarios de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP), el 38,71% respondió que a veces el personal de la institución le presta la debida atención a sus reclamos; así mismo, el 26,27% contestó que casi siempre el personal de la institución le presta la debida atención a su reclamo; sin embargo el 18,89% opinó que casi nunca el personal de la institución la debida atención a su reclamo.

Tabla N° 21.- Porcentaje de usuarios de la SUNARP, San Borja, el 2017 que consideran que al tener algún inconveniente en sus documentos el personal se preocupa por resolverlo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nunca	22	10,1	10,1
	Casi nunca	34	15,7	25,8
	A veces	84	38,7	64,5
	Casi siempre	58	26,7	91,2
	Siempre	19	8,8	100,0
	Total	217	100,0	100,0

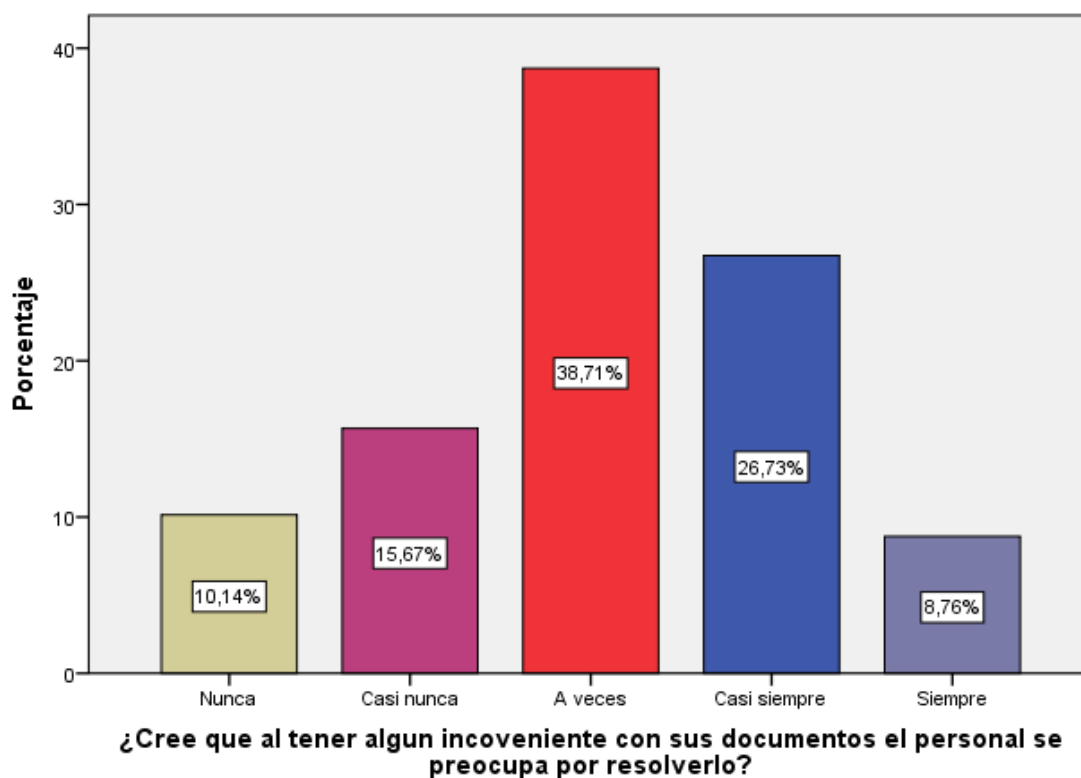


Gráfico 21

En la presente información arrojada por las encuestas a los usuarios de Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP), se puede analizar que el 38,71% de los usuarios considera que a veces cuando tienen algún inconveniente con sus documentos el personal se preocupa por resolverlos, mientras que el 26,73% de usuarios opina que casi siempre cuando tienen algún inconveniente con sus documentos el personal se preocupa por resolverlos y; el 15,67% de los usuarios dijo que casi nunca cuando tienen algún inconveniente con sus documentos el personal se preocupa por resolverlos.

Tabla N° 22.- Porcentaje de usuarios de la SUNARP, San Borja, el 2017 que opinó sobre si había observado mejoras en el servicio que le brinda la institución.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	13	6,0	6,0	6,0
Casi nunca	35	16,1	16,1	22,1
A veces	82	37,8	37,8	59,9
Casi siempre	54	24,9	24,9	84,8
Siempre	33	15,2	15,2	100,0
Total	217	100,0	100,0	

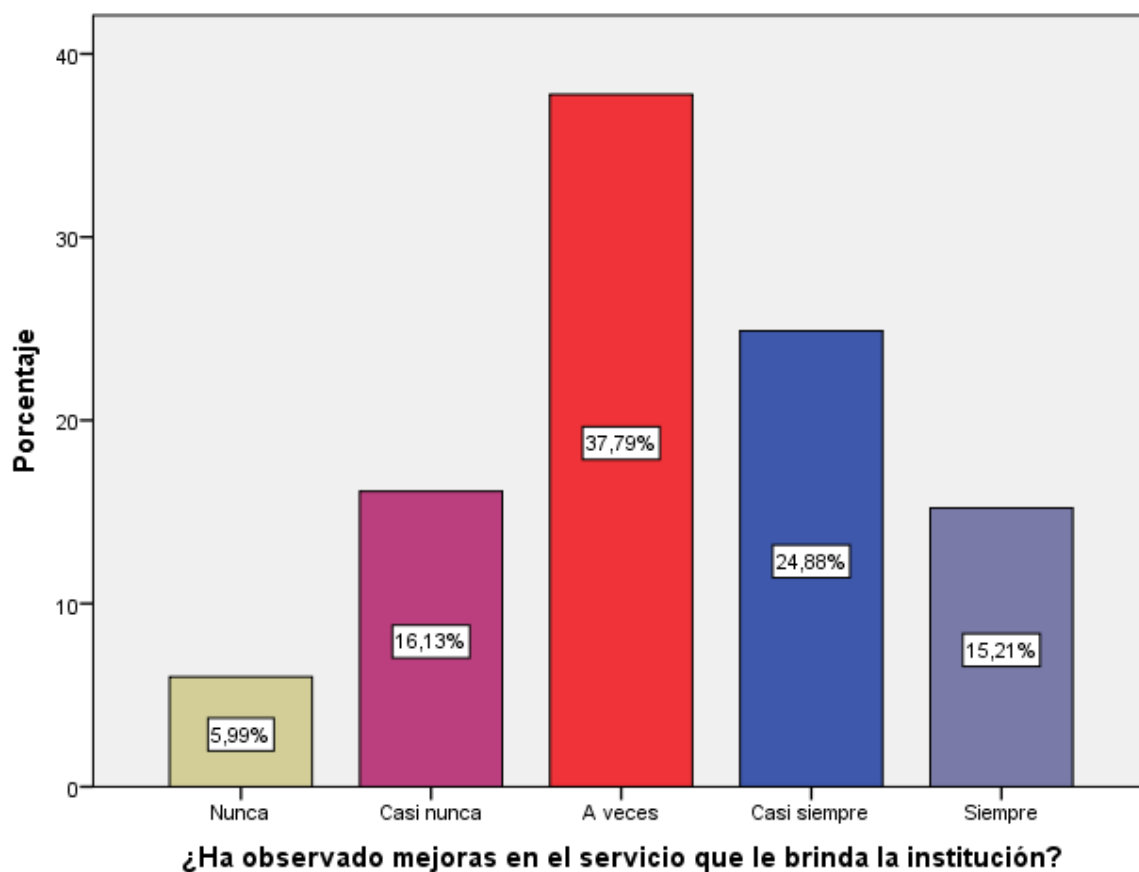


Gráfico 22

Como se puede observar en el gráfico 22, el 37,79% de usuarios, dijo que a veces ha observado mejoras en el servicio que le brinda la institución; así mismo, el 24,88% de usuarios opina que casi siempre observado mejoras en el servicio que le brinda la institución; por el contrario 16,13% considera que casi nunca ha observado mejoras en el servicio que le brinda la institución.

Tabla N° 23.- Porcentaje de usuarios de la SUNARP, San Borja, el 2017 que considera que servicio recibido cubre sus expectativas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	13	6,0	6,0	6,0
Casi nunca	34	15,7	15,7	21,7
A veces	87	40,1	40,1	61,8
Casi siempre	52	24,0	24,0	85,7
Siempre	31	14,3	14,3	100,0
Total	217	100,0	100,0	

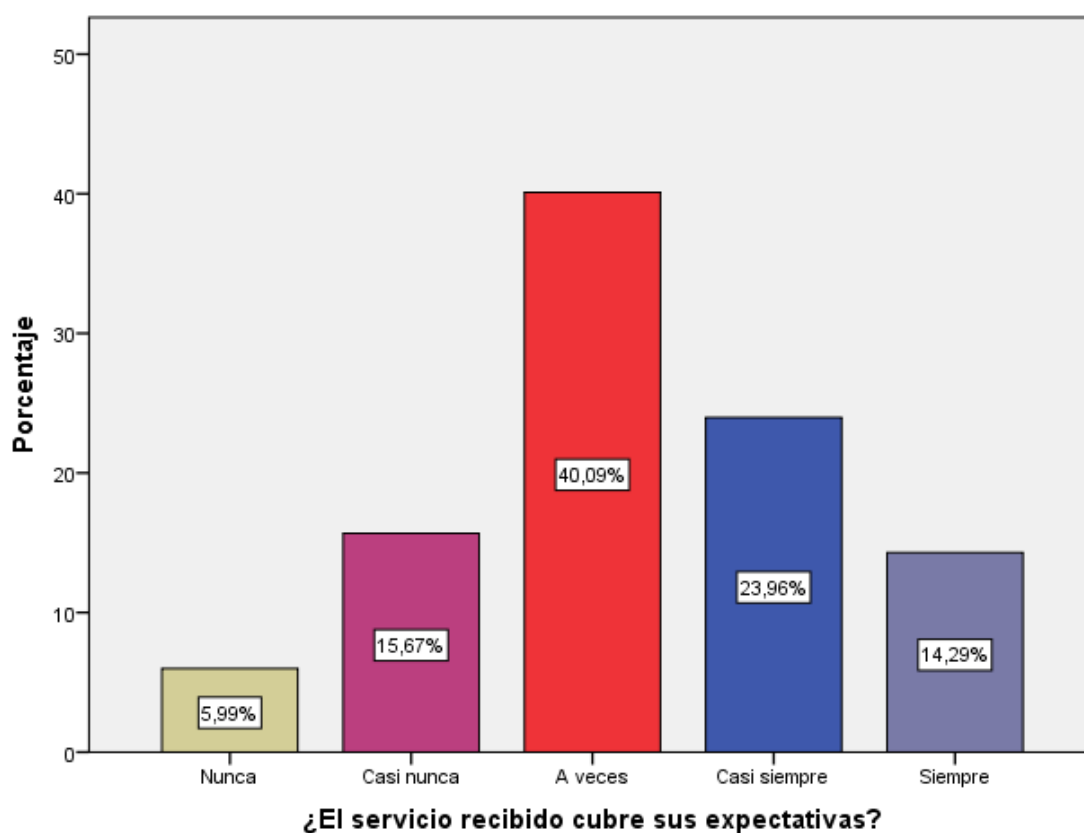


Gráfico 23

En la presente información arrojada por las encuestas a los usuarios de Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP), se puede analizar que el 40,09% de los usuarios considera que a veces el servicio recibido cubre sus expectativas, mientras que el 23,96% de usuarios opina que casi siempre el servicio recibido cubre sus expectativas; por el contrario, el 15,67% de los usuarios dijo que casi nunca el recibido cubre sus expectativas.

Tabla N° 24.- Porcentaje de usuarios de la SUNARP, San Borja, el 2017 que se sienten satisfechos con el servicio recibido

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	17	7,8	7,8	7,8
Casi nunca	36	16,6	16,6	24,4
A veces	80	36,9	36,9	61,3
Casi siempre	57	26,3	26,3	87,6
Siempre	27	12,4	12,4	100,0
Total	217	100,0	100,0	

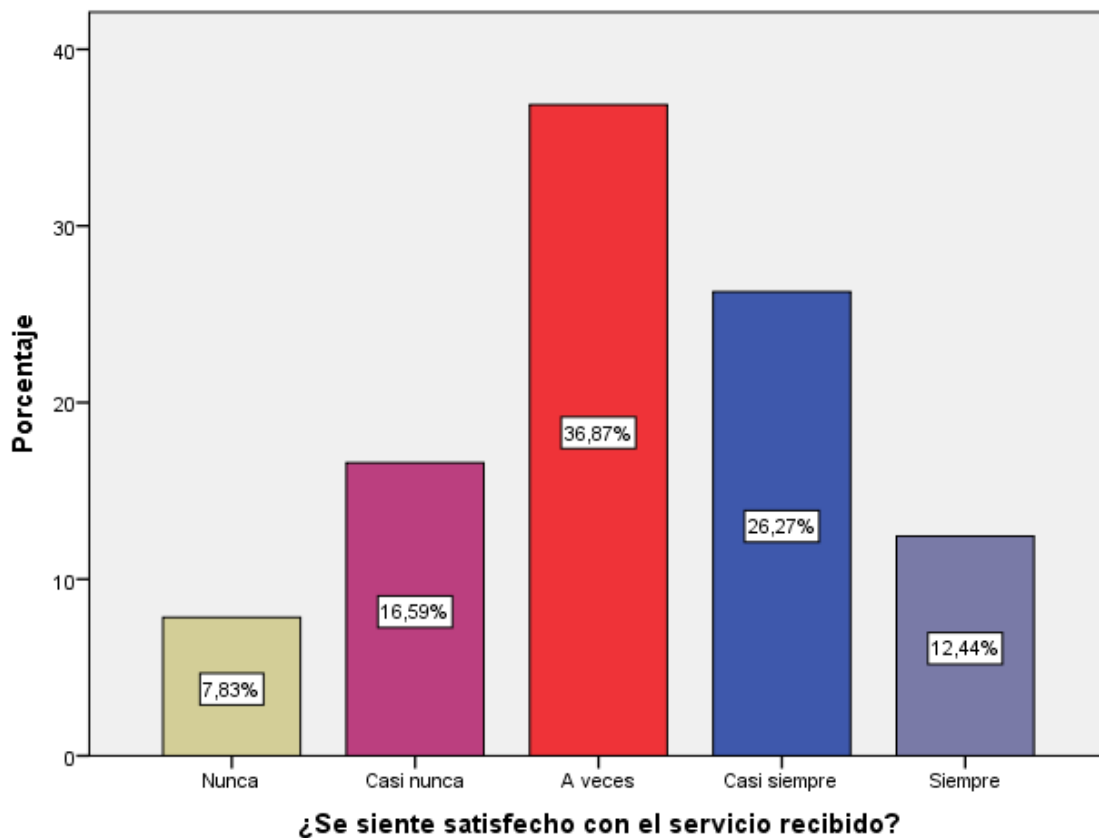


Gráfico 24

Como se observa en el gráfico 22, el 36,87% de usuarios, dijo que a veces se siente satisfecho con el servicio recibido; así mismo, el 26,27% de usuarios opina que casi siempre se siente satisfecho con el servicio recibido; por el contrario 16,59% respondió que casi nunca se siente satisfecho con el servicio recibido.

5.2 Prueba de Hipótesis

Hipótesis general;

Existe una relación significativa entre la gestión por procesos y el nivel de satisfacción del usuario de la Superintendencia Nacional de Registros Público (SUNARP), San Borja – Lima.

Paso 1. Planteamiento de hipótesis estadísticas.

Ho: No existe una relación significativa entre la gestión por procesos y el nivel de satisfacción del usuario de la Superintendencia Nacional de Registros Público (SUNARP), San Borja - Lima.

H₁: Existe una relación significativa entre la gestión por procesos y el nivel de satisfacción del usuario de la Superintendencia Nacional de Registros Público (SUNARP), San Borja - Lima.

Nivel de significación 5% ($\alpha = 0.05$).

Paso 2: Regla de Decisión.

Se acepta Ho si y solo si $\text{Sig.} > \alpha = 0.05$

Se acepta H₁ si y solo si $\text{Sig.} < \alpha = 0.$

Paso 3. Correlaciones

Correlaciones

		Gestion_por_procesos	Satisfacción
Rho de Gestión_por_procesos Spearman	Coeficiente de correlación	1,000	,752**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	217	217
Satisfacción	Coeficiente de correlación	,752**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	217	217

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Paso 4. Descripción del grado de relación entre las variables. (Rho= 0,752)

La relación entre la variable Gestión por procesos y Satisfacción del usuario es significativa con una correlación buena (Rho= 0,752).

Paso 5. Decisión Estadística.

El Sig. = 0,000 < $\alpha = 0.05$, entonces se acepta la hipótesis alterna. Es decir, existe una relación significativa entre la gestión por procesos y el nivel de satisfacción del usuario de la Superintendencia Nacional de Registros Público (SUNARP), San Borja, Lima.

Hipótesis específica 1:

Existe una relación directa entre la simplificación administrativa y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP), San Borja - Lima.

Paso 1. Planteamiento de hipótesis estadística.

Ho: No existe una relación directa entre la simplificación administrativa y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP), San Borja - Lima.

H₁: Existe una relación directa entre la simplificación administrativa y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP), San Borja - Lima.

Nivel de significación 5% ($\alpha = 0.05$).

Paso 2: Regla de Decisión.

Se acepta H_0 si y solo si $\text{sig.} > \alpha = 0.05$

Se acepta H_1 si y solo si $\text{Sig.} < \alpha = 0.05$

Paso 3. Correlaciones

Correlaciones

			simplificación	Satisfacción
Rho de Spearman	Simplificación	Coeficiente de correlación	1,000	,179**
		Sig. (bilateral)	.	,008
		N	217	217
<hr/>				
	Satisfacción	Coeficiente de correlación	,179**	1,000
		Sig. (bilateral)	,008	.
		N	217	217

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Paso 4. Descripción del grado de relación entre las variables. (Rho= 0,179)

La relación entre el indicador Simplificación administrativa y la variable Satisfacción del usuario es directa con una correlación débil (Rho= 0,179).

Paso 5. Decisión Estadística.

El Sig = 0,000 < $\alpha = 0.05$, Entonces se acepta la hipótesis alterna; es decir, existe una relación directa entre la simplificación administrativa y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP), San Borja - Lima.

Hipótesis específica 2:

Existe una relación positiva entre la eficacia y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP), San Borja - Lima.

Paso 1. Planteamiento de hipótesis estadística.

H₀: No existe una relación positiva entre la eficacia y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP), San Borja - Lima.

H₁: Existe una relación positiva entre la eficacia y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP), San Borja - Lima.

Nivel de significación 5% ($\alpha = 0.05$).

Paso 2: Regla de Decisión.

Se acepta H₀ si y solo si sig. > $\alpha = 0.05$

Se acepta H₁ si y solo si Sig. < $\alpha = 0.05$

Paso 3. Correlaciones

Correlaciones

			EFICACIA	Satisfacción
Rho de Spearman	EFICACIA	Coefficiente de correlación	1,000	,690**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	217	217
	Satisfacción	Coefficiente de correlación	,690**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	217	217

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Paso 4. Descripción del grado de relación entre las variables. (Rho= 0,690)

La relación entre el indicador Eficacia y la variable Satisfacción del usuario es positiva con una correlación buena (Rho= 0,690).

Paso 5. Decisión Estadística.

El Sig. = 0,000 < α = 0.05, Entonces se acepta la hipótesis alterna; es decir, existe una relación positiva entre la eficacia y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP), San Borja - Lima.

Hipótesis específica 3:

Existe una relación directa entre la productividad y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP), San Borja - Lima.

Paso 1. Planteamiento de hipótesis estadística.

H₀: No existe una relación directa entre la productividad y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP), San Borja - Lima.

H₁: Existe una relación directa entre la productividad y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP), San Borja - Lima.

Nivel de significación 5% ($\alpha = 0.05$).

Paso 2: Regla de Decisión.

Se acepta H₀ si y solo si sig. > $\alpha = 0.05$

Se acepta H₁ si y solo si Sig. < $\alpha = 0.05$

Paso 3. Correlaciones

Correlaciones

		PRODUCTIVIDAD	Satisfacción
Rho de Spearman	PRODUCTIVIDAD	Coeficiente de correlación	de
	AD	Sig. (bilateral)	
		N	
<hr/>			
	Satisfacción	Coeficiente de correlación	de
		Sig. (bilateral)	
		N	

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Paso 4. Descripción del grado de relación entre las variables. (Rho= 0,488)

La relación entre el indicador Productividad y la variable Satisfacción del usuario es directa con una correlación débil (Rho= 0,488).

Paso 5. Decisión Estadística.

El Sig = 0,000 < α = 0.05, Entonces se acepta la hipótesis alterna: Existe una relación directa entre la productividad y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP), San Borja - Lima.

Hipótesis específica 4:

Existe una relación positiva entre la eficiencia y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP), San Borja - Lima.

Paso 1. Planteamiento de hipótesis estadística.

Ho: No existe una relación positiva entre la eficiencia y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP), San Borja - Lima.

H1: Existe una relación positiva entre la eficiencia y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP), San Borja - Lima.

Nivel de significación 5% ($\alpha = 0.05$).

Paso 2: Regla de Decisión.

Se acepta H_0 si y solo si $\text{sig.} > \alpha = 0.05$

Se acepta H_1 si y solo si $\text{Sig.} < \alpha = 0.05$

Paso 3. Correlaciones

Correlaciones

		EFICIENCIA	Satisfacción
Rho de Spearman	EFICIENCIA	1,000	,592**
	A	.	,000
	Sig. (bilateral)	217	217
	Satisfacción	,592**	1,000
		,000	.
		217	217

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Paso 4. Descripción del grado de relación entre las variables. (Rho= 0,592)

La relación entre el indicador Eficiencia y la variable Satisfacción del usuario es positiva con una correlación buena (Rho= 0,592).

Paso 5. Decisión Estadística.

El Sig = 0,000 < α = 0.05, Entonces se acepta la hipótesis alterna: Existe una relación positiva entre la eficiencia y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP), San Borja - Lima.

CONCLUSIONES

1.- Conforme a nuestro objetivo general, el cual era determinar la relación que tiene la gestión por procesos y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP), San Borja - Lima y; se pudo comprobar que existe una relación significativa entre la gestión por procesos y el nivel de satisfacción del usuario.

2.- Uno de nuestros objetivos específicos fue el determinar la relación que tiene la simplificación administrativa y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP), San Borja - Lima; donde luego de una exhaustiva investigación, podemos afirmar que existe una relación directa entre la simplificación administrativa y el nivel de satisfacción del usuario.

3.- Al analizar la relación que tiene la eficacia y en nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP), San Borja – Lima, se llegó a la conclusión que nuestra hipótesis formulada se comprobó; por lo tanto se puede afirmar que existe una relación positiva entre la eficacia y el nivel de satisfacción del usuario.

4.- Otro de nuestros objetivos específicos, el cual era determinar la relación que tiene la productividad y el nivel de satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP), San Borja – Lima, se pudo determinar que nuestra hipótesis planteada fue afirmativa; es decir que existe una relación directa entre la productividad y el nivel de satisfacción del usuario.

5.- Tras una larga investigación para determinar la relación que tiene la eficiencia y el nivel de satisfacción del usuario de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos (SUNARP), San Borja – Lima; se pudo comprobar que existe una relación positiva entre la eficiencia y la satisfacción del usuario.

RECOMENDACIONES

1.- Poner mayor atención, no solo en la gestión por procesos en sí, sino también a los resultados de estos; ya que de eso depende la satisfacción del usuario, tomar medidas que conlleven a realizar de manera eficiente y productiva los procedimientos, normas, técnicas y trámites en general, para eliminar las trabas como pérdida de tiempo, de dinero, exceso papeleo; en conclusión, la existencia de “mucha burocracia”.

2.- Revisar el plan estratégico (objetivos, metas, políticas, etc.), para hacer ajustes; y, si es necesario replantear algunas normas, procedimientos, requisitos y formatos, de tal manera que se cumpla con la simplificación administrativa propuesta por el estado; y poder así eliminar trabas y barreras burocráticas que se dan permanentemente y perjudican al usuario.

3.- En cuanto a la eficacia y la relación que tiene con la satisfacción del usuario, se recomienda poner mayor interés, por mejorar el sistema de información registral y los sistemas de comunicación en general, creando un plan de contingencia para cuando se produzcan fallas o no funcionen debidamente; en consecuencia, estas fallas en el sistema genera largas colas por un lapso de tiempo elevado que lógicamente molesta al usuario.

4.- En cuanto a la productividad y su relación con la gestión por procesos se sugiere brindar una mayor capacitación donde se les oriente y enseñe a los trabajadores a

utilizar mejor los recursos que cuenta la institución y reduciendo el tiempo sin afectar los resultados deseados que llevan a obtenerlos.

5.- En cuanto a la relación que existe entre la eficiencia y la satisfacción del usuario, se propone a la institución que los trabajadores de todas las áreas utilicen los recursos disponibles de la mejor manera, realizando sus funciones correctamente, con la finalidad de satisfacer al usuario.

FUENTES DE INFORMACIÓN

1. Berna M., (2015) “Gestión por procesos y mejora continua, puntos clave para la satisfacción del cliente” Programa de Administración de Empresas, Bogotá, D.C.,
Recuperado por
<http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/6332/1/GESTI%C3%93N%20POR%20PROCESOS%20Y%20MEJORA%20CONTINUA,%20PUNTOS%20CLAVE%20PARA%20LA%20SATISFACCI%C3%93N%20DEL%20CLIENTE.pdf>
2. Bravo, J. (2009) “Gestión por procesos (Con responsabilidad Social)”, Santiago Chile, editorial Evolución S.A.
3. Camisón C., Cruz S. y González T. (2006) “Gestión de la Calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas” editorial Pearson educación, S. A., Madrid.
4. Charles W. Hill y Gareth R. Jones (2005) “Administración Estratégica. Un enfoque integrado”. Sexta edición. Editorial Mc. Graw Hill. México,p. 924.
5. Chiavenato I. (2007) “Administración de los recursos humanos” Segunda edición, Editorial McGraw-Hill Bogotá.
6. Douglas H., Bateson J. (2002) “Cómo definir y medir la satisfacción de los clientes” México, Editorial: Thomson.

7. Evans J. y Lindsay W. (2008) "La administración y control de calidad" (Servicio al cliente) 7ª Edición
8. Gitman L. (2007) "Principios de administración financiera" doceava Edición, editorial Pearson, México.
9. Hoffman D. y Bateson J. (2012) "Marketing de servicios conceptos, estrategias y casos" cuarta edición, Cengage Learning Editores, S.A. de C.V, México.
10. Kotler P. y Armstrong Gary (2008) "Fundamentos de Marketing", octava edición, Editorial Pearson Educación, México.
11. Kotler P. y Keller Kevin (2012) "Dirección de Marketing", decimocuarta edición, Editorial Pearson Educación, México.
12. Llanes, M, Isaac, C, Moreno, M, y García, G. (2014). "De la gestión por procesos a la gestión integrada por procesos". *Ingeniería Industrial*, 35(3), 255-264. Recuperado en 05 de febrero de 2017, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S181559362014000300002&lng=es&tlng=es
13. Mallar, M. (2010) La gestión por procesos: un enfoque de gestión eficiente *Visión de futuro*, 13(1) Recuperado en 05 de febrero de 2017, de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1668-87082010000100004&lng=es&tlng=es.

14. Münch L. (2010) “Gestión organizacional, enfoques y procesos administrativos” segunda edición, editorial Pearson, México.
15. Oliver, R. (1981). Measurement and evaluation of the satisfaction process in retail settings. *Journal of Retailing*, 57, 25-48.
16. Pérez, J. (1996). Gestión por procesos, reingeniería y mejora de los procesos de empresa. España: ESIC Editorial.
17. Ramírez C. (2015) “Administración teorías y enfoques”, editora Macro EIRL, Surquillo, Lima-Perú.
18. Rojas J. (2000) “Gestión por procesos y atención del usuario en los establecimientos del sistema nacional de salud” Editor: Juan Carlos Martínez Coll. Bolivia.
19. Sarv Singh Soin (1997). “Control de la Calidad Total”. Editorial Mc. Graw Hill. México, p. 305.
20. Sewell C. (2006) “Clientes para siempre”. Editorial Mc. Graw Hill. México, p. 205.
21. Stanton W., Etzel M. y Bruce W.(2007)“Fundamentos de Marketing”. 13a edición. Editorial Mc. Graw Hill. México, p. 764.

22. Zaratiegui, J (1999) “La gestión por procesos: Su papel e importancia en la empresa”, economía industrial N° 330, pág. 82-88.
<https://www.virtuniversidad.com/greenstone/collect/administracion/import/Cuatrimestre%20X/An%C3%A1lisis%20del%20Entorno%20y%20Estrategia%20Administrativa%20Empresarial/gesti%C3%B3nporprocesos.pdf>
23. Zeithmal V. y Jo Bitner M. (2000) “Marketing de servicio – Un enfoque de integración del cliente a la empresa” 2da edición, editorial McGRAW – HILL/INTERAMERICA EDITORES, S.A. DE C.V, México.

Páginas web:

<http://sgp.pcm.gob.pe/simplificacion-administrativa/>

<http://larepublica.pe/imprensa/politica/820085-ejecutivo-aprueba-paquete-para-simplificar-tramites>

http://www.gref.org/nuevo/articulos/art_250513.pdf

<https://www.promonegocios.net/administracion/definicion-eficiencia.html>

<https://www.promonegocios.net/administracion/definicion-eficacia.html>

<http://www.eumed.net/libros-gratis/2005/dfch-fun/F31.2.htm>

<http://www.evolucion.cl/cursosdestacados/12/Libro%20GP%20Juan%20Bravo%20versi%F3n%20especial.pdf>

<https://gestiondecaldadmpn.files.wordpress.com/2012/02/01-pc3a9rez-gestic3b3n-por-procesos-cc3b3mo-utilizar-iso-9001-2000-para-mejorar-la-gestic3b3n-de-la-organiz.pdf>

ANEXOS



Estimados usuarios, sírvase leer atentamente las preguntas que siguen y valore según su preferencia. Tenga en cuenta que 1=Nunca. 2= Casi nunca. 3= A veces. 4= Casi siempre.

5= Siempre. Muchas gracias por su colaboración.

1.- Señale su género:	F		M	
2.- Identifique su rango de edad en años: (marcar con un X la casilla correspondiente)	21-24	25-28	29-32	33 a más
3.- Indicar de qué distrito viene:				

Cuestionario	Escala de valores				
	1	2	3	4	5
4.- ¿Considera que es abundante la documentación que debe presentar para realizar un trámite?					
5.- ¿Considera que las normas establecidas por la institución hacen que realizar un trámite sea complicado?					
6.- ¿Cree Ud. que la SUNARP está simplificando sus procesos para realizar su trámite?					
7.- ¿Cree Ud. que los procesos administrativos está generando buenos resultados?					
8.- ¿Considera que realizar sus trámites a través de la página web sea efectivo?					
9.- ¿Cree Ud. que el uso de las computadoras e internet acelera la atención que recibe?					
10.- ¿Cree Ud. que el desempeño del trabajador es de manera eficiente al momento de brindarle información?					
11.- ¿Considera que el rendimiento de los trabajadores es favorable al momento de realizar sus trámites?					
12. ¿Le parece que el personal de la institución atiende a los usuarios con lentitud?					
13.- ¿Le parece que los plazos establecidos para obtener sus documentos son óptimos?					



	1	2	3	4	5
14.- ¿Cree Ud. los costos de sus trámites son los justos?					
15.- ¿Cree Ud. que son indispensables todos los requisitos para realizar un trámite?					
16.- ¿Considera que el servicio brindado es rápido y oportuno?					
17.- ¿Cree Ud. que los orientadores están capacitados para brindarle la información precisa?					
18.- ¿El personal le brinda el tiempo necesario para resolverle las dudas con respecto a su documentación?					
19.- ¿Confía Ud. en la información que le proporciona el personal de la institución?					
20.- ¿Le genera la confianza suficiente realizar sus trámites en la institución?					
21.- ¿Le parece seguro seguir registrando sus propiedades en la institución?					
22.- ¿Considera que el personal se muestra dispuesto a ayudarlo ante cualquier duda?					
23.- ¿Considera que el personal de la institución le presta la debida atención a sus reclamos?					
24.- ¿Cree Ud. que al tener algún inconveniente con sus documentos el personal se preocupa por resolverlo?					
25.- ¿Ha observado mejoras en el servicio que le brinda la institución?					
26.- ¿Considera que el servicio recibido cubre sus expectativas?					
27.- ¿Se siente satisfecho con el servicio recibido?					
28.- ¿Le gustaría agregar algo?					