

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL E IDIOMAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



**LA INFLUENCIA DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL EN LA CALIDAD DE ATENCIÓN
AL USUARIO, ZONA REGISTRAL N° X - SEDE CUSCO, PROVINCIA CUSCO – 2023**

PRESENTADA POR:

BR. LUZ MILAGROS GARATE RIVERA.

BR. NURIA ROXANA MANCHACO MARIACA.

PARA OPTAR AL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN.

ASESOR:

DR. CÉSAR AUGUSTO MOSQUEIRA ARAGÓN

CUSCO - PERÚ

2024

INFORME DE ORIGINALIDAD

(Aprobado por Resolución Nro.CU-303-2020-UNSAAC)

El que suscribe, **Asesor** del trabajo de investigación/tesis titulada: La influencia de la Cultura Organizacional en la calidad de Atención al usuario, Zona Registral N° X - Sede Cusco, Provincia Cusco - 2023

presentado por: Luz Milagros García Zuera con DNI Nro.: 71927405 presentado por: Nayra Roxana Manchaco Mariaca con DNI Nro.: 73904680 para optar el título profesional/grado académico de Licenciadas en Ciencias de la Comunicación

Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 3 veces, mediante el Software Antiplagio, conforme al Art. 6° del **Reglamento para Uso de Sistema Antiplagio de la UNSAAC** y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 9 %.

Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No se considera plagio.	X
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las correcciones.	
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, quien a su vez eleva el informe a la autoridad académica para que tome las acciones correspondientes. Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	

Por tanto, en mi condición de asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y adjunto la primera página del reporte del Sistema Antiplagio.

Cusco, 03 de ABRIL de 2024

Firma

Post firma DR. CÉSAR AUGUSTO MOLAVEIRA ARAÓN

Nro. de DNI 23822617

ORCID del Asesor 0000-0002-4364-0433

Se adjunta:

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
2. Enlace del Reporte Generado por el Sistema Antiplagio: oid: 27259:344402776

NOMBRE DEL TRABAJO

INFLUENCIA DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL EN LA CALIDAD DE ATENCIÓN DE LA ZRN° X SEDE CUSCO - REPOSITO

AUTOR

Milagros Gárate Nuria Manchaco

RECUENTO DE PALABRAS

24992 Words

RECUENTO DE CARACTERES

142015 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

138 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

5.5MB

FECHA DE ENTREGA

Apr 3, 2024 7:03 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Apr 3, 2024 7:05 PM GMT-5**● 9% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 9% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Base de datos de trabajos entregados
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 20 palabras)
- Material bibliográfico
- Material citado

PRESENTACIÓN

Sra. Decana de la Facultad de Comunicación Social e Idiomas.

Señores Miembros del Jurado:

De conformidad con el Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Comunicación Social e Idiomas de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, ponemos a vuestra consideración el presente trabajo de investigación que lleva como título: **LA INFLUENCIA DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL EN LA CALIDAD DE ATENCIÓN AL USUARIO, ZONA REGISTRAL N° X – SEDE CUSCO, PROVINCIA CUSCO – 2023**, para optar el Título Profesional de Licenciadas en Ciencias de la Comunicación.

La presente investigación analiza la influencia de la cultura organizacional en la calidad de atención al usuario, Zona Registral N° X – Sede Cusco, provincia de Cusco – 2023, donde realizamos la interpretación de la correlación entre las variables independiente (Cultura Organizacional) y dependiente (Calidad de Atención). Asimismo, constituye un aporte de suma importancia para esta organización pública.

La Oficina Registral N° X – Sede Cusco, de manera constante, es criticada por la atención y el servicio que brinda al público, apreciándose que, los trabajadores del área de atención al usuario, tienen actitudes inadecuadas, que no permiten una buena atención, así como deficiencias al interior de sus instalaciones, situaciones que fueron observadas por las autoras del presente trabajo, siendo motivadas a desarrollar la investigación que nos ocupa, y para mejor entender el tema descrito, hemos desarrollado una guía de observación, como instrumento que nos ha permitido situarnos como observadoras y apliquemos procesos sistemáticos de investigación.

Br. Luz Milagros Gárate Rivera

Br. Nuria Roxana Manchaco Mariaca

DEDICATORIA

A Dios por permitirme llegar hasta este punto y darme la fuerza para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mis papitos, Antonia Rivera y German Gárate, quienes son mis pilares más importantes porque me dieron esa fuerza, consejos, confianza, y me dejaron abrir mis alas para llegar hasta donde estoy, brindándome siempre cariño, amor, comprensión y ser ese ejemplo de superación ante muchas adversidades.

De manera especial al Dr. César Augusto Mosqueira Aragón, por ser una persona que me ha impulsado constantemente en el avance de mi formación profesional y personal, culminando con la asesoría de la presente tesis, a quien le guardo gran aprecio, quien además me enseñó a valorar la amistad, porque resulta difícil construir relaciones amicales sólidas y duraderas que te ayuden a crecer.

A mi tía Marcelina Gárate, por protegerme y ser una segunda mamá para mí, brindándome consejos y amor.

A mi mamita Zenaida Céspedes, que es mi ángel de la guarda, quien siempre me cuida e ilumina, y a mis seres queridos que hoy ya no están presentes físicamente pero siempre viven en mis recuerdos y sobre todo en mi corazón.

Br. Luz Milagros Gárate Rivera

DEDICATORIA

A mis papás Roxana Mariaca y Walter Manchaco y mi hermano Arturo, que son mi motor y motivo para cumplir cada meta en mi vida, porque gracias a ellos fue posible llegar hasta aquí.

Al Dr. César Augusto Mosqueira Aragón, por ser un maestro que toma la mano, abre la mente y toca el corazón; pues escribió en la pizarra de mi vida, enseñanzas que nunca podrán ser borradas; y en el proceso de asesoramiento de la presente tesis, me ha enseñado a cómo pensar y no qué pensar, en el crecimiento personal y profesional, que fortalece aún más la amistad que supo sembrar en mí. Gracias por su entusiasmo y paciencia.

Br. Nuria Roxana Manchaco Mariaca.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco al Señor de los Temblores, por derramar sus bendiciones, guiarme a lo largo de mi existencia, brindarme salud y sabiduría, y ser mi fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

A mi casa de estudios Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, por dejarme ser parte de ella, formarme y ayudarme a desarrollar mi formación personal y profesional. De igual manera expreso mi reconocimiento, a la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, mis docentes, que en el transcurso de mi formación profesional me prepararon para enfrentar el futuro de mi vida laboral.

Asimismo, agradezco a mis padres, por el amor que me brindan, comprensión, fuerza, valentía, responsabilidad y compromiso.

Así también a mis tíos y primos que me apoyaron de manera incondicional, en mi etapa universitaria y durante el desarrollo de mi trabajo de investigación.

A mi amiga y compañera de tesis, Nuria, por ser como una hermana para mí, perseverante, comprometida, y entregar su valioso aporte en la culminación de nuestro trabajo de tesis.

Finalmente, a mis amigos (as) que me apoyaron, me motivaron y dieron el aliento necesario para ser perseverante y nunca rendirme en lograr mis metas y anhelos, muchas gracias.

Br. Luz Milagros Gárate Rivera

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios y a nuestra madre la Virgen María por bendecirme, inspirarme, guiarme, darme fuerza para poder desarrollar y cumplir este logro tan significativo tanto en mi vida personal como profesional.

Asimismo, agradezco a mis papás por su apoyo y amor incondicional, ellos son mi soporte en los momentos de dificultad y por inculcarme sus enseñanzas y valores.

A mi casa de estudios superiores, la Universidad Nacional de San Antonio Abad de Cusco, por exigirme tanto y brindarme la oportunidad de formarme profesionalmente; a mi Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, a mis docentes universitarios por el esfuerzo compartiendo sus enseñanzas, para poder desempeñarme en nuestra sociedad.

A mi familia, por su apoyo incondicional y me animaron en todo momento, con esa alegría contagiante para cumplir cada objetivo de mi formación profesional.

Agradezco a mi amiga y compañera, Milagros; sin ella, no hubiese sido posible completar y culminar esta etapa, por su valioso tiempo, compromiso, dedicación y considerarme para ser parte de esta meta importante en nuestras vidas y sobre todo por su amistad.

A mis amigos y compañeros de trabajo quienes siempre me animaron y motivaron para poder titularme. Gracias por los momentos compartidas, por cada consejo y por las historias vividas.

Br. Nuria Roxana Manchaco Mariaca.

RESUMEN

El estudio titulado: Influencia de la cultura organizacional, en la calidad de atención al usuario, Zona Registral N° X – Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023, tiene como finalidad descubrir y contribuir con la organización registral, sobre la influencia de la cultura organizacional en la calidad de atención a los usuarios, cuyos factores afectan la satisfacción del usuario y consecuentemente impiden brindar un servicio de calidad a la comunidad.

En el estudio se recurrió a diversos métodos y procedimientos, iniciando con la observación pasiva no participante, que nos permitió dirigir nuestra mirada a algunas características específicas, materia de nuestro estudio, reflexionando sobre ello y continuar con la construcción de conocimientos, por lo que se desarrolló una guía de observación.

La población estuvo constituida por dos públicos, el primero al público interno, es decir el personal que labora en las oficinas registrales y receptoras de la provincia Cusco basándose en una muestra de 37 trabajadores, con un margen de error de 5 % y 95% de confianza; en segundo lugar, al público externo o usuarios, que hicieron uso de los diversos servicios que ofrece la institución, teniendo como muestra 160 usuarios. En ambos casos, se utilizó la técnica de la encuesta, donde se utilizó el cuestionario como instrumento; el primero dirigido al personal de la organización, con la finalidad de conocer la cultura organizacional, y el segundo aplicado al público usuario, que nos permitió identificar la calidad de atención por el servicio recibido.

El objetivo general de esta investigación fue determinar la influencia de la cultura organizacional en la calidad de atención a los usuarios de la Zona Registral N° X – Sede Cusco – 2023.

Como conclusión general se ha encontrado que la calidad de atención se relaciona significativamente con la cultura organizacional de los trabajadores de la Zona Registral N° X – Sede Cusco, provincia de Cusco – 2023, en este caso a mayor cultura organizacional, mayor será la calidad de atención de los trabajadores.

Palabras Clave: Cultura organizacional, calidad de atención, servicios, usuario.

SUMMARY

The study titled: Influence of organizational culture on the quality of user service, Registry Zone N° X – Campus Cusco, province of Cusco - 2023. Organizational in the quality of service to users, whose factors affect user satisfaction and consequently prevent providing quality service to the community.

In the study, various methods and procedures were used, starting with passive non-participant observation, which allowed us to direct our gaze to some specific characteristics, the subject of our study, reflecting on it and continuing with the construction of knowledge, so developed an observation guide.

The population was made up of two audiences, the first was the internal public, that is, the personnel who work in the registry and receiving offices of the Cusco province based on a sample of 37 workers, with a margin of error of 5% and 95% of trust; Secondly, to the external public or users, who made use of the various services offered by the institution, having 160 users as a sample. In both cases, the survey technique was used, where the questionnaire was used as an instrument; the first aimed at the organization's staff, with the purpose of knowing the organizational culture, and the second applied to the user public, which allowed us to identify the quality of care for the service received.

The general objective of this research was to determine the influence of organizational culture on the quality of service to users of Registry Zone N° X – Campus Cusco, province of Cusco - 2023.

As a general conclusion, it has been found that the quality of care is significantly related to the organizational culture of the workers of Registry Zone N° X – Campus Cusco, province of Cusco – 2023, of workers' attention.

Keywords: Organizational culture, attention quality, services, user.

INTRODUCCIÓN

Toda organización busca brindar un producto o un servicio de calidad para lograr la satisfacción de sus usuarios, ellas saben que el factor fundamental para cumplir este fin es el potencial humano, por ello contar con personas dotadas de capacidades y competencias en la Zona Registral N° X – Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023, resulta de suma importancia, con la finalidad de lograr la mayor calidad de atención al usuario.

Para el personal, la motivación, la comunicación, el liderazgo, las costumbres y los valores, son características que fortalecen la identificación con la organización, y por lo tanto tienen influencia en las tareas desarrolladas en la prestación de servicios ofrecida a los usuarios.

Para el usuario, la amabilidad, fiabilidad, actitud positiva en usar el mismo lenguaje, las características físicas del lugar donde recibe la atención, constituyen rasgos que pueden ser evaluados fácilmente y por lo tanto determinan su valoración de la calidad en la atención recibida.

El estudio permitió descubrir ciertas características de la cultura organizacional que viene afectando la calidad de atención en esta organización de servicio público, que en muchos casos es causa de un inadecuado servicio. Acorde a la investigación lógica y científica, el trabajo se ha estructurado en cinco capítulos.

Capítulo I: Se determina el problema de la investigación. Comprende el análisis de la situación problemática o planteamiento del problema; asimismo la justificación o importancia del estudio y por último el objetivo general y específicos de la investigación.

Capítulo II: Se establece el marco teórico, el cual nos permitió desarrollar las bases teóricas, con temas relacionados a nuestro estudio y que nos han servido de sustento para desarrollar el respectivo análisis; Posteriormente hemos revisado a los antecedentes de la investigación, tanto a nivel local, nacional e internacional.

Capítulo III: Se presentan las hipótesis a nivel general y específicas, se precisa las variables de investigación, y finaliza con la operacionalización de variables.

Capítulo IV: En este capítulo se presenta la descripción del área de investigación junto con la descripción de las Oficinas Registrales y Receptoras de la Zona Registral N° X – Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023, también detallamos el tipo, enfoque, nivel y diseño de la investigación. Respecto a la muestra se consideró a 37 trabajadores que laboran en esta organización y tienen relación directa con la atención a usuarios; y 160 usuarios que acudieron en un determinado día a solicitar un servicio.

Se detalla también las técnicas e instrumentos utilizados para el recojo de la información de campo. Los instrumentos empleados fueron validados que le han dado soporte a nuestra investigación.

Capítulo V: Corresponde a los resultados y discusión. A través de tablas y figuras que ilustran los resultados, los cuales se interpretan y analizan detalladamente. En primer lugar, presentamos lo relacionado a cultura organizacional en la Zona Registral N° X – Sede Cusco, provincia de Cusco – 2023, y posteriormente se presentan datos recogidos de los usuarios, respecto a la calidad de atención.

También realizamos una exposición por dimensiones de ambas variables; y al final las respectivas correlaciones para luego demostrar las relaciones que presentan ambas variables y que nos permite probar las hipótesis planteadas.

Finalmente presentamos las conclusiones y recomendaciones pertinentes. También se nominan las referencias bibliográficas y los anexos que corresponden a la investigación, que fueron de mucha utilidad para la comprensión y desarrollo del estudio.

ÍNDICE

PRESENTACIÓN.....	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	V
RESUMEN	VII
SUMMARY	VIII
INTRODUCCIÓN	IX
ÍNDICE.....	XI
ÍNDICE DE TABLAS	XV
1. CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	1
1.1. Planteamiento del problema	1
1.2. Formulación del problema	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 metodológica.....	4
1.3.3. Justificación práctica.....	5
1.3.4. Justificación social	5
1.4. Objetivos de la investigación	5

1.4.1.	Objetivo General.....	5
1.4.2.	Objetivos Específicos.....	5
2.	CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....	6
2.1.	Bases teóricas	6
2.1.1.	Cultura organizacional	6
2.1.2.	Calidad de Atención.....	19
2.2.	Marco conceptual	28
2.3.	Antecedentes de la investigación	32
2.3.1.	Antecedentes internacionales.....	32
2.3.2.	Antecedentes nacionales	33
2.3.3.	Antecedentes locales	34
3.	CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES	36
3.1.	Hipótesis.....	36
3.1.1.	Hipótesis general.....	36
3.1.2.	Hipótesis específicas	36
3.2.	Identificación de variables	36
3.2.1.	Variables	36
3.2.2.	Indicadores.....	36
3.3.	Definición conceptual de las variables.....	39
3.4.	Operacionalización de variables.....	40

4.	CAPÍTULO IV: MARCO METODOLÓGICO.....	42
4.1.	Descripción del área de investigación.....	42
4.1.1.	Ámbito de estudio.....	42
4.1.2.	Descripción de las Oficinas Registrales y Oficinas Receptoras	42
4.2.	Tipo de investigación.....	46
4.3.	Nivel de investigación.....	46
4.4.	Diseño de la investigación.....	46
4.5.	Enfoque de investigación.....	46
4.6.	Universo.....	47
4.7.	Unidad de análisis.....	47
4.8.	Muestra.....	47
4.8.1.	Público interno.....	47
4.8.2.	Público externo.....	49
4.9.	Técnicas de selección de muestras.....	49
4.10.	Técnicas de recolección de información.....	50
4.10.1.	Técnica.....	50
4.10.2.	Instrumento.....	50
4.11.	Técnicas de análisis e interpretación de información.....	51
5.	CAPÍTULO V: RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	52
5.1	Resultados.....	52

5.1.1. Cultura organizacional	52
5.1.2. Calidad de atención.....	68
5.1.3. Cultura organizacional y calidad de atención	80
5.2 Discusión de resultados.....	82
5.3 Proyecto de mejora en la calidad de la cultura organizacional	84
CONCLUSIONES	2
RECOMENDACIONES.....	4
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	6
ANEXOS	14

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variables	40
Tabla 2 Cantidad total de trabajadores del área de atención al usuario de la Zona Registral N° X – Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023.....	48
Tabla 3 Usuarios que acuden a las Oficinas de la Zona Registral X – Sede Cusco, provincia de Cusco.....	49
Tabla 4 Dimensión liderazgo según preguntas	52
Tabla 5 Dimensión motivación según preguntas	55
Tabla 6 Dimensión valores según preguntas.....	57
Tabla 7 Dimensión costumbres según preguntas	59
Tabla 8 Dimensión organización según preguntas	61
Tabla 9 Dimensión comunicación interna según preguntas.....	63
Tabla 10 Descripción de la variable independiente de cultura organizacional y sus dimensiones	65
Tabla 11 Dimensión fiabilidad según preguntas.....	68
Tabla 12 Dimensión actitud según preguntas	70
Tabla 13 Dimensión amabilidad según preguntas	72
Tabla 14 Dimensión aspectos tangibles según preguntas	74
Tabla 15 Descripción de la variable dependiente calidad de atención y sus dimensiones	76
Tabla 16 Correlación de las dimensiones de variable independiente y variable dependiente	79
Tabla 17 Correlación de cultura organizacional y calidad de atención	81
Tabla 18 Cronograma de actividades de la aplicación de estrategias	1
Tabla 19 <i>Presupuesto de la aplicación de estrategias</i>	1
Tabla 20 Matriz de consistencia.....	i

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Niveles de Cultura Organizacional</i>	12
Figura 2 <i>Elementos de la cultura organizacional</i>	15
Figura 3 <i>Características de la Cultura Organizacional</i>	17
Figura 4 <i>Dimensiones de la cultura organizacional</i>	19
Figura 5 <i>Principios de calidad</i>	22
Figura 6 <i>Modelo de la Trilogía de Juran</i>	25
Figura 7 <i>Dimensiones de la calidad de atención</i>	28
Figura 8 <i>Ubicación geográfica</i>	43
Figura 9 <i>Organigrama institucional</i>	44
Figura 10 <i>Misión Institucional</i>	45
Figura 11 <i>Visión Institucional</i>	45
Figura 12 <i>Dimensión liderazgo según preguntas</i>	53
Figura 13 <i>Dimensión motivación según preguntas</i>	55
Figura 14 <i>Dimensión valores según preguntas</i>	57
Figura 15 <i>Dimensión costumbres según preguntas</i>	59
Figura 16 <i>Dimensión organización según preguntas</i>	61
Figura 17 <i>Dimensión comunicación interna según preguntas</i>	63
Figura 18 <i>Descripción de la variable independiente de cultura organizacional y sus dimensiones</i>	66
Figura 19 <i>Dimensión fiabilidad según pregunta</i>	68
Figura 20 <i>Dimensión actitud según preguntas</i>	70
Figura 21 <i>Dimensión amabilidad según preguntas</i>	72
Figura 22 <i>Dimensión aspectos tangibles según preguntas</i>	74
Figura 23 <i>Descripción de la variable dependiente de calidad de atención y sus dimensiones</i> ...	76

CAPÍTULO I:

DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema

En la actualidad, las organizaciones buscan ser eficaces, eficientes y efectivas, considerando en un primer momento el aspecto relacionado a la cultura organizacional, vinculado con la calidad de atención que ofrecen a los usuarios y en un segundo momento lograr mayor productividad. Por lo que es necesario identificar la influencia de una adecuada cultura organizacional y que ésta sea efectiva en el involucramiento de los trabajadores de la Zona Registral N° X – Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023.

La Zona Registral N° X – Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023, es un organismo descentralizado autónomo de la Superintendencia Nacional de Registros Públicos (SUNARP), dependiente del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, y tiene entre sus principales funciones y atribuciones el de ejecutar las políticas y normas técnicas registrales que integran la Superintendencia Nacional.

Debido a su constante relación con la población cusqueña, en su condición de entidad prestadora de servicios fundamentales, como la inscripción registral de bienes muebles e inmuebles; enfrenta a diario situaciones de insatisfacción y reclamos por deficiente atención o información inadecuada, sobre los procedimientos relacionados con sus funciones, sumándose a ello colas de espera para ser atendidos, por lo que desarrollamos una guía de observación donde describimos las principales deficiencias que presenta el área de atención al usuario.

Esa percepción no solamente puede ser individual, sino también colectiva, teniendo en cuenta que los seres humanos tienen necesidad de expresar sus diferentes ideas y convertirlas en colectivas, que pudieran afectar los esfuerzos de la Zona Registral N° X - Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023, en aplicar procesos eficaces de atención al público y una adecuada cultura organizacional.

Ante esta realidad la Zona Registral N° X – Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023, atiende reclamos, sobre los cuales se encuentran en diferentes oficinas y son atendidos por los servidores, quienes realizan el procedimiento correspondiente.

Asimismo, esta situación se vio reflejada en una encuesta de calidad de atención al usuario, que realizó la Unidad de Planeamiento, Presupuesto y Modernización (UPPM) de la Zona Registral N° X – Sede Cusco periodo 2022 – 2023, en la que se menciona que el usuario continúa reclamando que la entidad mejore la rapidez y calidad de atención, asimismo la percepción del usuario respecto que SUNARP es una entidad que se está dejando de preocupar por ellos es creciente y que se debe de trabajar en un plan de acción para que los usuarios perciban que el personal es más empático.

Por su parte la oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional también realiza encuestas con relación a la percepción del usuario sobre los servicios (en línea) que presta la entidad.

Es por ello que ha surgido la necesidad de realizar la presente investigación en la búsqueda e identificación de los efectos y resultados de la aplicación adecuada y oportuna de la cultura organizacional al interior de la Zona Registral N° X - Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023, en el proceso de fortalecimiento de los trabajadores con sus actividades diarias, relacionadas con el mejoramiento de la satisfacción de los usuarios de la organización.

La calidad de atención, en la actualidad es un requisito imprescindible que deben alcanzar las organizaciones públicas y privadas, es un elemento estratégico que brinda una ventaja diferenciadora y perdurable, para aquellas instituciones que tratan de alcanzar el respeto y aprobación de sus usuarios y clientes.

En esta línea de análisis, las autoras de la presente investigación, sostenemos que la investigación, es una de las actividades más importantes en la formación profesional, porque gracias a ella desarrollamos nuestras capacidades de abstracción y análisis, al tiempo que se generan pensamientos analíticos y nuevos conocimientos compartidos con la sociedad.

Las tesis, nos hemos planteado como línea de investigación, el enfoque que abarca conocimientos, inquietudes, prácticas y perspectivas de análisis, con la finalidad de lograr un producto construido de manera sistemática alrededor del tema de estudio.

Para lograr nuestro propósito de investigación, se ha incluido metodologías científico-técnicas, encaminadas a la solución de los problemas que planteamos, dado que es un problema de actualidad y debe tomarse en consideración.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cómo influye la cultura organizacional en la calidad de atención a los usuarios de la Zona

Registral N° X - Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023?

1.2.2. Problemas específicos

- **PE1.** ¿Cómo es la cultura organizacional que se aplica en la Zona Registral N° X - Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023?
- **PE2.** ¿Cuáles son las percepciones de los usuarios sobre la calidad de atención de la Zona Registral N° X - Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023?

- **PE.3.** ¿De qué manera la aplicación de estrategias de la cultura organizacional logrará influir en la calidad de atención al usuario de la Zona Registral N° X - Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023?

1.3. Justificación

1.3.1. Justificación teórica

Esta investigación resulta relevante porque busca dar a conocer la importancia de la relación de cultura organizacional y calidad de atención, tomando en cuenta que dentro de una organización la cultura organizacional es trascendental para el logro de los objetivos. Entendiendo que una organización, es considerada como sistema de actividades realizadas, por dos o más personas, y esta cooperación recíproca resulta ser esencial, para la existencia de ésta.

La cultura organizacional es un tema que viene siendo tratado, desde hace muchas décadas, sin embargo; en los últimos años ha cobrado gran importancia puesto que, entre más satisfactoria sea la percepción que tengan los usuarios, sobre los procesos de atención, en las organizaciones públicas y privadas, mayor será la proporción de aceptación que ellos puedan sentir.

1.3.2. Justificación metodológica

En la presente investigación, el estudio que hemos realizado corresponde al diseño no experimental – transversal, por cuanto no se manipulan la variable cultura organizacional y la variable calidad de atención, para que luego de ella, se puedan efectuar mediciones de ambas variables. Se utiliza instrumentos de recolección de datos, como las encuestas aplicadas a los usuarios y trabajadores de la Zona Registral N° X - Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023, que permitan medir las variables de investigación.

1.3.3. Justificación práctica

El trabajo de investigación presentado es relevante para la Zona Registral N° X - Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023, puesto que permite recomendar acciones sobre resultados y además servirá para futuras investigaciones.

1.3.4. Justificación social

La presente investigación la consideramos necesaria porque permitirá conocer la influencia de la cultura organizacional en la calidad de atención al usuario de la Zona Registral N° X - Sede Cusco, provincia de Cusco – 2023.

Asimismo, nos da a conocer la importancia de la aplicación de una adecuada cultura organizacional, para el logro de los objetivos de las diferentes organizaciones.

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo General

Determinar la influencia de la cultura organizacional en la calidad de atención a los usuarios de la Zona Registral N° X - Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023.

1.4.2. Objetivos Específicos

- **OE1.** Analizar la cultura organizacional que se aplica en la Zona Registral N° X - Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023.
- **OE2.** Describir las percepciones de la calidad de atención al usuario de la Zona Registral N° X - Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023.
- **OE3.** Establecer la aplicación de estrategias de cultura organizacional que logren influir en la calidad de atención al usuario de la Zona Registral N° X - Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023.

CAPÍTULO II:

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1. Bases teóricas

2.1.1. *Cultura organizacional*

2.1.1.1. Historia de la cultura organizacional

Desde los años 70, diversos autores han abordado conceptual y empíricamente la formación y desarrollo de la cultura organizacional. Se integran diversas perspectivas disciplinarias como la psicología social, la antropología, la sociología, las ciencias de la comunicación y la administración, sin embargo, la mayoría de los autores destacan dos enfoques principales:

- La concepción de la cultura como una variable de la organización.
- La concepción de la organización como cultura.

Pettigrew (1979) señala a la cultura organizacional como "el sistema de significados públicamente y colectivamente aceptados operando para un grupo determinado en un tiempo dado".

Por otro lado, en los años 80, Peters y Waterman (2004) realizaron un estudio comparativo sobre las empresas de mayor éxito, determinando la presencia de elementos comunes como la dirección mediante valores, la orientación hacia la acción, la proximidad al cliente, la autonomía y el espíritu emprendedor interno y la productividad

Un año después, Dandridge, et, al., (1980), introducen el término “simbolismo organizacional”, donde hacen referencia a que un análisis de los símbolos y sus respectivos usos traerá consigo una comprensión completa de todos los aspectos de un sistema, por lo que se estudiará de mejor manera la cultura organizacional a partir de la revelación profunda de los aspectos de una organización.

Luego Schein en el año (1988), define la cultura organizacional como "el patrón de supuestos básicos que un determinado grupo ha inventado, descubierto o desarrollado en el proceso de aprender a resolver sus problemas de adaptación externa y de integración interna, y que funcionaron suficientemente bien a punto de ser consideradas válidas y, por ende, de ser enseñadas a nuevos miembros del grupo como la manera correcta de percibir, pensar y sentir en relación con estos problemas".

Para el año de 1990, se conoce los dos enfoques de la cultura organizacional, el primero concibe la cultura como una variable más influyente en el comportamiento y sus resultados, como tecnología, estructura, liderazgo y clima. Y la segunda que señala que la organización es cultural, una metáfora que sirve para expresar la comunicación socio-antropológica (Enfoque funcional).

En el año de 1996, se diferencia cultura de clima organizacional. Daniel Denison propone, que a pesar de que ambos examinan el mismo fenómeno, comenzó a hacerlo desde diferentes perspectivas, hasta distinguirse. "La cultura se refiere a la profunda estructura de las organizaciones, la cual está enraizada en los valores, creencias y premisas sostenidas por los miembros de la organización. Mientras el clima, en contraste, conlleva los medios ambientes organizacionales como enraizados en el sistema de valores de la organización, en términos relativamente estáticos.

Schein en el año (2004) señala que la cultura organizacional es un patrón de supuestos básicos compartidos que el grupo aprende conforme resuelve problemas de adaptación externa e integración interna, que funcionan suficientemente bien para ser considerados válidos y, por tanto, ser enseñados a nuevos miembros como la forma correcta de percibir, pensar y sentir en relación con esos problemas.

En el año (2007) Azevedo indica la cultura organizacional como el único factor que diferencia las empresas sostenibles, debido a la complejidad, singularidad y el silencio que se maneja, lo que genera que sea muy difícil de duplicar o imitar.

Por su parte Garibaldi, et, al., en el (2009) indican que la Cultura Organizacional es el conjunto de significados y valores que los miembros de una organización tienen. Estos significados y valores son los bloques de construcción de cultura organizacional y se expresan mediante símbolos, comportamientos y estructura.

Para el año (2014) Sampieri, et, al., refieren que la cultura organizacional es un recurso estratégico que posee el valor de asegurar la continuidad y permanencia de las organizaciones.

2.1.1.2. Definiciones de Cultura Organizacional.

Leal (1991), hace referencia que la “cultura organizacional es el conjunto de creencias, expectativas y principios fundamentales o básicos compartidos por los miembros de una organización. Estas creencias y expectativas producen reglas de conducta (normas) que configuran poderosamente la conducta de los individuos y grupos de la organización y de esta forma la diferencia de otras organizaciones”.

El autor da conocer que el comportamiento de los miembros de una organización está configurado por el conjunto de creencias, expectativas y principios fundamentales que forman la cultura organizacional.

Aguirre (2000), nos dice que “la Cultura Organizacional es el repertorio de conductas, la manera de proceder y actuar de una organización en concordancia con los objetivos y metas”. Aguirre señala que la cultura organizacional son todas las acciones de una organización y que siempre van a ir de la mano con los objetivos y metas de la organización.

Así mismo Serna (2003), considera que “cada organización tiene su propia cultura distinta de las demás, lo que le da su propia identidad.” Y para complementar su idea afirma que, “la cultura de una institución es la manera como las organizaciones hacen las cosas, como establecen prioridades y dan importancia a las diferentes tareas empresariales, además de incluir lo que es importante para la empresa”.

Para Serna la cultura que está dentro de cada organización es diferente, y esto genera su propia identidad lo que determina su forma de hacer las cosas y tomar decisiones importantes.

Según Edgar Schein (2004), indica que “en el proceso de formación y desarrollo de la cultura organizacional es necesario tener en cuenta la relación con el entorno, la naturaleza de lo real, la concepción del tiempo y del espacio, y la persona en su actividad y en sus relaciones con los que las comparten; expresado a través de los valores proclamados y los mecanismos simbólicos tradicionales de la antropología: mitos, ritos y otros”.

Para el desarrollo de la cultura organizacional se tiene que tomar en cuenta y cumplir cinco aspectos importantes: el entorno, la realidad, el tiempo y el espacio, las actividades y las relaciones interpersonales, que se manifiestan por medio de los valores, los mitos, ritos y otros de la organización.

Franklin y Krieger (2011), señalan que “la cultura también se encuentra en la interrelación de las personas con las tecnologías organizacionales, dando por resultado lo que se ha dado en llamar sistema sociotécnico. Este vínculo es observable en los modos de interactuar de las personas, en sus valores compartidos y en las ideologías predominantes (creencias, ritos, expresiones artísticas, ética, prácticas religiosas y mitos), e incluso en la estructura sociológica: las organizaciones se han vuelto creadoras de significados, y establecen rituales en sus actividades cotidianas. Cada persona que ingresa a una organización lo hace llevando a cuestas sus

experiencias laborales previas y el bagaje cultural fruto de su proceso de socialización. La cultura organizacional se edificará sobre la base de las relaciones particulares que se establezcan entre ella y la estructura de la organización, así como entre todos los miembros de esta (directivos, grupos, equipos e individuos), pues son precisamente ellos quienes establecen vínculos cara a cara, como encargados de afrontar las tareas cotidianas”.

Los autores dan a conocer que las organizaciones se han vuelto creadoras de significados, estableciendo rituales y prácticas en sus actividades diarias que reflejan su cultura y valores. La cultura organizacional también influye en la forma en que se utilizan las tecnologías organizacionales que es el conjunto, lo que a su vez afecta la forma en que las personas interactúan en el trabajo. Que la base de la cultura organizacional son las relaciones particulares de cada miembro y estas se combinan con la estructura de la organización, y del mismo modo con los integrantes quienes son los encargados de realizar actividades diarias.

Méndez (2006), señala que la cultura organizacional “es la conciencia colectiva que se expresa en el sistema de significados compartidos por los miembros de la organización que los identifica y diferencia de otros institucionalizando y estandarizando sus conductas sociales. Tales significados y comportamientos son determinados por el concepto que tiene el líder de la organización sobre el hombre, la estructura, el sistema cultural y el clima organizacional, así como por la interrelación y mutua influencia que existe entre estos”.

La cultura organizacional para el autor es un sistema de significados compartidos que es esencial para la identidad de la organización y la forma en que sus miembros interactúan y se relacionan entre sí y con el entorno.

Para Ernesto Cantillo (2011), la cultura organizacional “es el espejo de la compañía, una empresa debe tener bien definida su cultura, y dentro de ella preocuparse por la satisfacción de

todas las partes interesadas, elaborar y aplicar correctamente sus estrategias, administrar y utilizar adecuadamente la información, ser participativa y que en ella se evidencie una mutua colaboración entre sus diferentes sectores, desarrollar ideas innovadoras, asumir riesgos, y ejecutar acciones encaminadas al mejoramiento continuo”.

La cultura organizacional refleja el estado en que se encuentra una organización, y si esta, está bien definida y aplicada los resultados obtenidos serán efectivos en el logro de los objetivos.

2.1.1.3. Niveles de la Cultura Organizacional

El autor Edgar Schein clasifica la cultura organizacional en tres niveles constituidos por artefactos observables, valores, normas e ideologías y presunciones o supuestos subyacentes, que van de un sentido superficial a una más profunda, con diferentes niveles de manifestación desde la objetividad a subjetividad.

Para Schein (1988) los niveles son:

“**Nivel 1 - Artefactos observables:** son los artefactos observables que comprenden los procesos y estructura visible de la organización. Que incluye todos aquellos aspectos fácilmente observables de la organización, desde el diseño físico de las instalaciones, el vestuario de sus miembros, la manera en que las personas interactúan, colores y olores del lugar, hasta los aspectos de registro más permanentes, como los documentos oficiales, los productos y los informes anuales

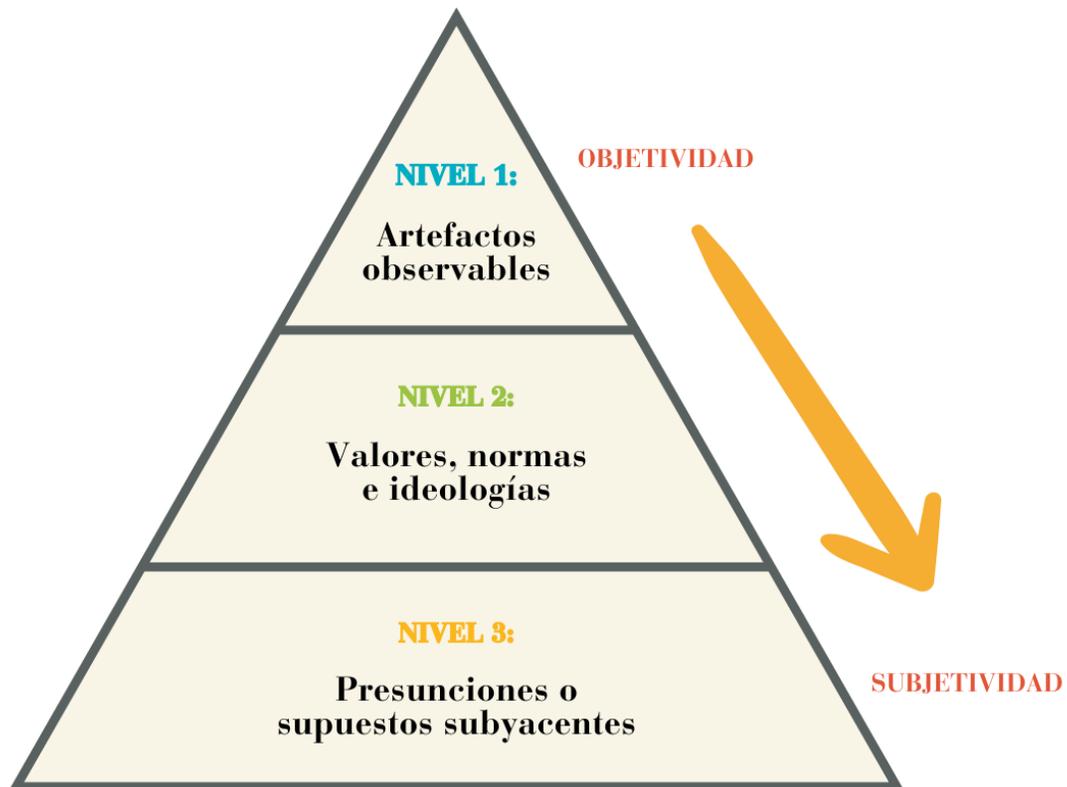
Nivel 2 – Valores, normas e ideologías: enunciados por la organización a los que se adhieren sus miembros y, en general, la filosofía de gestión establecida por la alta dirección que guía el comportamiento y formas de vínculo e identificación de los miembros con la organización. Estos valores y creencias que se manifiestan son

compartidas y validadas socialmente en la vida cotidiana de la organización y representan también los límites de lo ético en el desempeño individual y colectivo

Nivel 3 - Presunciones o supuestos subyacentes: los cuales son menos evidentes y conscientes. Estos aspectos tienen gran influencia en la manera como los miembros de una organización perciben, piensan y sienten con respecto a la representación que tienen de ella”.

Figura 1

Niveles de Cultura Organizacional



Nota: Adaptado de Edgar Schein

Este autor, nos da a conocer cómo funciona en los tres niveles la cultura organizacional, el primero que incluye los aspectos más visibles y tangibles de la cultura organizacional (lenguaje, vestimenta y símbolos), en el segundo se localizan las estrategias, metas, filosofías y creencias de la investigación y en el tercer nivel encontramos las percepciones, pensamientos y sentimientos inconscientes que influyen en el comportamiento de los miembros.

Por lo tanto, estos tres niveles propuestos inician desde la general y culminan en lo particular, son fundamentales para comprender a la cultura organizacional, y cuál es su impacto en el funcionamiento de la organización.

2.1.1.4. Elementos de la cultura organizacional

Da Souza (1998), citada por Sonia Alcocer y José Luis Vera, señala que, como elementos de la cultura organizacional tenemos: los valores, rituales y ceremonias, historias y mitos, tabúes, héroes, normas y comunicación.

- 1- **“Los valores**, están contruidos en su gran mayoría por la directiva, estando - directamente relacionados con los objetivos de la organización. El nivel de adhesión de los valores se encuentra más expresivo en los escalones jerárquicos más altos y pueden ser modificados, después de una evaluación, a través de los sistemas de motivación. Los valores, tienen la parte central de la cultura, definiendo lo que es el suceso para la organización en términos concretos y también patrones que deben ser tomados por la organización. A partir de los valores detectamos lo que es importante para la organización como: el tipo de información que es más relevante en las decisiones, las personas más respetadas, las áreas que ofrecen mayor ascensión dentro de la empresa, las características personales más

valorizadas, los «slogan» que tratan de sintetizar las cualidades de la empresa al público externo, etc.

2- **Rituales y ceremonias**, consideradas subproductos de los valores, actuando como cristalizadores de los mismos; estas actividades planeadas que poseen objetivos específicos y directos, pudiendo ser de integración, de reconocimiento, valorización al buen desempeño o esclarecimiento de los comportamientos no aceptables. Son caminos utilizados para esclarecer lo que se valoriza y no en la organización.

3- **Historias y Mitos**, estas narrativas están constantemente repetidas dentro de la organización teniendo como base eventos ocurridos. El contenido de las historias siempre trae aspectos importantes de la cultura, en el sentido de que guían a los integrantes nuevos de los comportamientos esperados y también la reacción organizacional delante de tales hechos; son ejemplos concretos que contienen la filosofía organizacional.

Las historias concretas, de conocimiento común, creíbles, son historias idealizadas y siempre concordantes con los valores organizacionales.

4- Los **Tabúes**, dentro de una organización tienen como finalidad en orientar el comportamiento de los miembros, estableciendo límites en ciertas áreas, dejando en claro lo que es permitido y lo que no es permitido dentro de ella, a parte estos tabúes pueden variar según la cultura organizacional y el entorno laboral de cada organización.

5- **Héroes**, personas que, de una forma, determinaron o cambiaron el camino de la organización, aquellas que vencieron desafíos establecidos dentro de la organización y recibieron un reconocimiento por su éxito. La influencia es más

duradera y profunda, aquellos héroes que proporcionan modelos, estableciendo patrones de desempeño y motivando a los demás integrantes de la organización.

6- **Normas**, que se presentan escritas, pero fluyen a través de la organización determinando los comportamientos. Aquellas «leyes» que deben ser seguidas. Estas normas son definidas en base a los elementos culturales y su transmisión se da a través de ellas.

7- **Comunicación**, es el proceso de transmisión y circulación de la información dentro de la organización, compuesta por todo tipo de comunicación, ya sea formal o informal, verbal o no”.

Figura 2

Elementos de la cultura organizacional



Nota: Adaptado de Adriana Da Souza

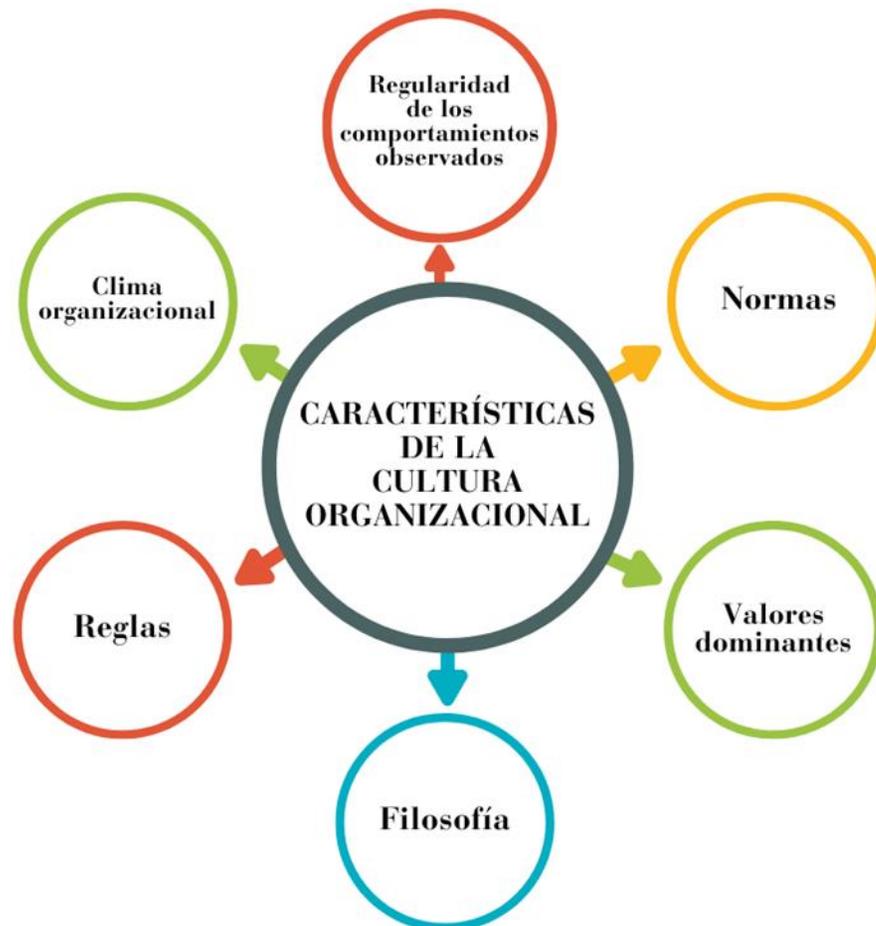
2.1.1.5. Características de la cultura organizacional

Luthans (2008), citado por Chiavenato (2009), menciona las características de la cultura organizacional las cuales son:

- a. **“Regularidad de los comportamientos observados:** Las interacciones entre los miembros se caracterizan por un lenguaje común, terminología propia y rituales relativos a las conductas y diferencias.
- b. **Normas:** Pautas de comportamiento, políticas de trabajo, reglamentos y lineamientos sobre la manera de hacer las cosas.
- c. **Valores dominantes:** Son los principios que defiende la organización y que espera que sus miembros compartan, como calidad de los productos, bajo ausentismo y elevada eficiencia.
- d. **Filosofía:** Las políticas que reflejan las creencias sobre el trato que deben recibir los empleados o los clientes.
- e. **Reglas:** Guías establecidas que se refieren al comportamiento dentro de la organización. Los nuevos miembros deben aprenderlas para ser aceptados en el grupo.
- f. **Clima organizacional:** La sensación que transmite el local, la forma en que interactúan las personas, el trato a los clientes y proveedores, etcétera”.

Figura 3

Características de la Cultura Organizacional



Nota: Adaptado de Idalberto Chiavenato

2.1.1.6. Dimensiones de la cultura organizacional

- **Liderazgo**

Pérez y Gardey (2008), indican que “el liderazgo que ocupa una persona que se distingue del resto y es capaz de tomar decisiones acertadas para el grupo, equipo u organización que precede, inspirando al resto de los que participan de ese grupo a alcanzar una meta común. Por esta razón, se dice que el liderazgo implica a más de una persona, quién dirige el líder y aquellos que lo apoyen los subordinados y permitan que desarrolle su posición de forma eficiente”.

- **Motivación**

Chiavenato (2009), indica que “la motivación es un proceso psicológico básico. Junto con la percepción, las actitudes, la personalidad y el aprendizaje, es uno de los elementos más importantes para comprender el comportamiento humano. Interactúa con otros procesos mediadores y con el entorno. Como ocurre con los procesos cognitivos, la motivación no se puede visualizar. Es un constructo hipotético que sirve para ayudarnos a comprender el comportamiento humano”.

- **Valores**

De acuerdo con Rokeach (1973) citado por Nuñez (2017), señala que “toda actuación del sujeto está precedida por unos valores o creencias, por lo tanto, son estas las que moldean el comportamiento de los sujetos”.

- **Costumbre**

La costumbre es un conjunto de prácticas o hábitos, que se adquieren mediante la repetición y la constancia. Estas pueden pertenecer a un ser humano o a una sociedad entera, y forman parte de su idiosincrasia particular y de su identidad familiar, regional o nacional.

- **Organización**

De acuerdo con León (1985), señala que “una organización es un sentido más amplio, es un acuerdo entre personas, para cooperar en el desarrollo de alguna actividad”.

- **Comunicación Interna**

Pizzolante (2004), afirma que “la comunicación interna o corporativa define situaciones en donde dos o más personas intercambian, comulgan o comparten principios, ideas o sentimientos de la empresa con visión global”.

Figura 4

Dimensiones de la cultura organizacional



Nota: Elaboración propia.

2.1.2. Calidad de Atención

2.1.2.1. Calidad

Uno de los conceptos de calidad de la Real Academia Española (RAE) menciona que es la “Adecuación de un producto o un servicio a las características especificadas”.

Juran (1993) dice que “la calidad es el conjunto de características que satisfacen las necesidades de los clientes. Además, según Juran, la calidad consiste en no tener deficiencias. La calidad es la adecuación para el uso satisfaciendo las necesidades del cliente”.

Falconi (1994), argumenta que “un producto o servicio de calidad es aquel que atiende perfectamente, de manera confiable, de manera accesible, de manera segura y con la programación adecuada para las necesidades del cliente”.

En tal sentido Ishikawa (1994), refiere que “en su interpretación más estrecha, calidad significa calidad del producto, pero en su interpretación más amplia significa calidad del trabajo, calidad del servicio, calidad de la información, calidad del proceso, calidad de la dirección, calidad de la empresa”.

Según Quijano (2003), la calidad “es una actitud y esta a su vez es un valor cultural que antecede a la conducta. Un comportamiento para la calidad supone un compromiso personal de cada individuo hacia la creencia de que la calidad es la base de la ventaja competitiva, en consecuencia, la calidad de los servicios depende de las actitudes y conductas que se traducen en un comportamiento de todo el personal que labora en una empresa”.

La calidad para Álvarez (2006), “representa un proceso de mejora continua, en el cual todas las áreas de la empresa buscan satisfacer las necesidades del cliente o anticiparse a ellas, participando activamente en el desarrollo de productos o en la prestación de servicios.”

Por lo tanto, la percepción y necesidades de los usuarios son características que acompañan a gestionar un buen resultado de producto o prestación de un servicio por parte de una organización.

Por otra parte, Vásquez (2007), indica que, “el termino de calidad deberían ser comprendido por los gerentes, administradores y funcionarios de las organizaciones actuales como el logro de la satisfacción de los clientes a través del establecimiento adecuado de todos sus requisitos y el cumplimiento de estos con procesos eficientes, que permita así a la organización ser competitiva en la industria y beneficie al cliente con precios razonables”.

2.1.2.2. Principios de la calidad

Para conducir y operar una organización en forma exitosa se requiere que ésta se dirija y controle en forma sistemática y transparente. Se puede lograr el éxito implementando y manteniendo un sistema de gestión que esté diseñado para mejorar continuamente su desempeño mediante la consideración de las necesidades de todas las partes interesadas. La gestión de una organización comprende la gestión de la calidad entre otras disciplinas de gestión. Se han identificado ocho principios de gestión de la calidad que son:

- a) **Enfoque al cliente:** Las organizaciones dependen de sus clientes y por lo tanto deberían comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfacer los requisitos de los clientes y esforzarse en exceder las expectativas de los clientes.
- b) **Liderazgo:** Los líderes establecen la unidad de propósito y la orientación de la organización. Ellos deberían crear y mantener un ambiente interno, en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la organización.
- c) **Participación del personal:** El personal, a todos los niveles, es la esencia de una organización, y su total compromiso posibilita que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la organización.
- d) **Enfoque basado en procesos:** Un resultado deseado se alcanza más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso.
- e) **Enfoque de sistema para la gestión:** Identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema, contribuye a la eficacia y eficiencia de una organización en el logro de sus objetivos.
- f) **Mejora continua:** La mejora continua del desempeño global de la organización debería ser un objetivo permanente de ésta.

- g) **Enfoque basado en hechos para la toma de decisión:** Las decisiones eficaces se basan en el análisis de los datos y la información.
- h) **Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor:** Una organización y sus proveedores son interdependientes, y una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de ambos para crear valor.

Figura 5

Principios de calidad



Nota: Adaptado de Edgar Schein.

2.1.2.3. Gestión de Calidad Total –TQM

Según Camisón, et, al., (2007), “es un sistema eficaz de gestionar para el futuro, cuya función es asegurar la calidad de productos y servicios, tanto el mantenimiento, el mejoramiento, haciendo posible la producción de bienes al alcance del cliente y cumplan con satisfacer al cliente. Incluye también la manera de gestionar personas y los procesos que se realizan para que el cliente se sienta satisfecho”.

Otro concepto que se tiene de la gestión de calidad de administración que es un enfoque de gestión organizativa que se centra en la producción de productos y servicios de calidad para satisfacer las necesidades de los clientes. La Gestión de Calidad Total (TQM) es una técnica que implica a todos los trabajadores mantener un alto nivel de trabajo en toda la empresa y este ayuda a mejorar la productividad de los empleados, aumentar la satisfacción de los clientes y lograr una ventaja competitiva.

2.1.2.3.1 Principios de la calidad total por autores – Gestión de Calidad Total (TQM)

Por Feigenbaum (1949), él nos dice que existe 3 principios de la gestión de la calidad que son:

- a) **Liderazgo de la calidad:** A la hora de aplicar los esfuerzos en materia de calidad, la dirección debe tomar la iniciativa, y debe basarse en una sólida planificación.
- b) **Tecnología de la calidad:** es adaptarse a los últimos programas de gestión de la calidad para satisfacer a los clientes en el futuro.
- c) **Compromiso organizativo:** Todos los miembros de la organización, incluido el personal de oficina, los ingenieros y los trabajadores del taller, tienen un

papel importante en la mejora de la calidad empresarial. La motivación y la formación continua de toda la plantilla demuestran el compromiso con la mejora de la calidad del producto o del servicio.

Deming (1982), nos dice que hay 14 principios de la gestión de calidad:

1. Crear constancia en el propósito de mejorar los productos y servicios.
2. Adoptar la nueva filosofía.
3. Incorporar la calidad al producto desde el principio.
4. Minimizar el coste total trabajando con un único proveedor.
5. Mejorar constantemente y para siempre cada proceso de planificación, producción y servicio.
6. Formación en el puesto de trabajo.
7. Adoptar e instituir el liderazgo.
8. Expulsa el miedo.
9. Romper las barreras entre las áreas de personal.
10. Eliminar los eslóganes, las exhortaciones y los objetivos para los trabajadores que piden cero defectos y nuevos niveles de productividad.
11. Eliminar las cuotas numéricas para la plantilla y los objetivos numéricos para la dirección. Liderazgo suplente.
12. Eliminar las barreras que privan a las personas del orgullo de trabajar. La responsabilidad de los supervisores debe pasar de los números a la calidad.
13. Instituir un vigoroso programa de educación y superación personal para todos.
14. Ponga a todo el mundo en la empresa a trabajar para lograr la transformación,

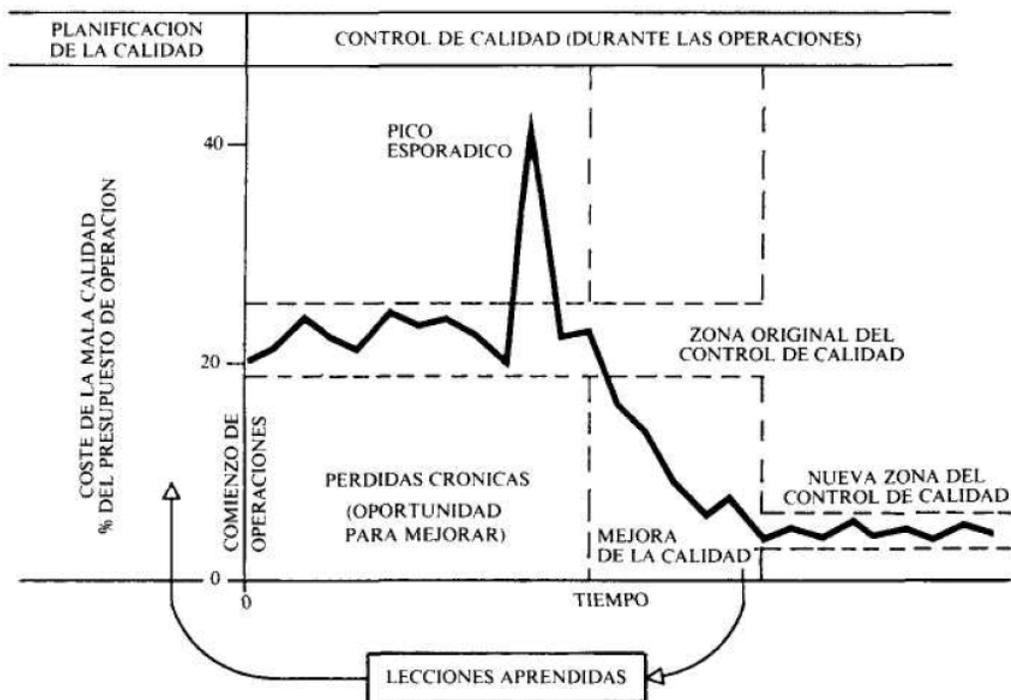
2.1.2.3.2. Trilogía del autor Joseph Juran

La trilogía de la calidad explicada por Juran nos dice que cualquier organización que emprenda un viaje en la gestión de la calidad tendrá que tener tres procesos en marcha, que son:

- a) **Planeación de la calidad.**
- b) **Control de la calidad.**
- c) **Mejora de la calidad.**

Figura 6

Modelo de la Trilogía de Juran



Nota: Adaptado Calidad Total por Seizer

2.1.2.4. Atención

Ballesteros (2000), define a la atención como el “proceso por el cual podemos dirigir nuestros recursos mentales sobre algunos aspectos del medio, los más relevantes, o bien sobre la ejecución de determinadas acciones que consideramos más adecuadas entre las posibles, su nombre completo”.

2.1.2.5. Calidad de Atención

Según Mora (2007) citado por Morales (2017) define que, “la calidad de atención está definida como el servicio prestado al usuario. Preocuparse constantemente por satisfacer a los usuarios y no conformarse por resolver los problemas inmediatos, este procedimiento implica a todos los individuos de una institución. La calidad de atención es para asegurar un servicio más eficiente y eficaz, teniendo en cuenta la satisfacción del cliente; También la calidad de atención es aquel que se realiza a partir del trabajo diario en forma responsable, se determina la calidad como la satisfacción del usuario o cliente, tratando de tener previsión, y detectar ciertas fallas y errores en la prestación del servicio, para mejorar en la prestación del servicio. Finalmente, la calidad de atención es conocida como cúmulo de prestaciones para complacer al usuario”.

Vargas y Aldana (2014), señalan que, “el enfoque de la calidad de atención está estrechamente relacionado con los valores y virtudes de las personas que conforman la organización, tanto por su entorno específico como por el familiar, la empresa privada o entidad estatal. El comportamiento humano es el que crea una cultura organizacional y sus valores que lo identifican”.

2.1.2.6. Dimensiones de la Calidad de Atención

- **Fiabilidad**

Es una palabra que define la probabilidad de buen funcionamiento de algo, derivada de la palabra fiable, que a su vez viene del verbo fiar y procede del latín fidere “confiar, dar o prestar algo en confianza”. El adjetivo fiable significa que es digno de confianza, creíble, sin errores y seguro.

- **Actitud**

Según Katz (1994), “la intensidad de una actitud hace referencia a la fuerza del componente afectivo. De hecho, las escalas de evaluación o puntuación e incluso las escalas Thurstone se centran fundamentalmente en la intensidad del sentimiento del individuo en favor o en contra de algún objeto social”.

- **Amabilidad**

La autora Yanque (2021) señala que, “solemos reconocer la amabilidad de los demás hacia nosotros, pero a veces nos cuesta actuar igual casi por inercia. Lo que sí está científicamente demostrado es que esta se contagia: si vemos un acto amable, sonreímos; si alguien es amable, queremos corresponderle... Pero existe también un lado oscuro: si no nos tratan con amabilidad, nuestras intenciones se vuelven frágiles y el ánimo virtuoso pierde fuelle”.

- **Aspectos tangibles**

Riveros (2007), se refiere que “los elementos tangibles comprenden la apariencia de las instalaciones, equipos utilizados para prestar el servicio, apariencia del personal y materiales de comunicación, en otras palabras, es lo que el cliente percibe como evidencia física del servicio. Esta dimensión incluiría, por ejemplo, el aspecto del personal de contacto con el cliente, la decoración del local, entre otras.”

Figura 7

Dimensiones de la calidad de atención



Nota: Elaboración propia.

2.2. Marco conceptual

- **Atención al cliente**

Blanco Prieto (2007), indica que en “en los mercados competitivos la atención al cliente (AT) es un instrumento que permite ofrecer un valor añadido a los productos. Para poder prestarla de una forma eficiente es necesario escuchar la voz de los clientes para poder conocer sus necesidades y expectativas y poder así satisfacerlas, ofreciendo los productos y la atención que realmente esperan recibir a cambio de su dinero.

La AT parte del conocimiento de las expectativas de los clientes para poder orientar el trabajo a los mismos y lograr así su satisfacción y posterior fidelización, lo cual supone un esfuerzo y flexibilidad ante los cambios del mercado y un compromiso de mejora continua”.

- **Ausentismo Laboral**

Según Chiavenato (2000), el ausentismo laboral se refiere a “las faltas o inasistencias de los empleados al trabajo. En sentido más amplio es la suma de los períodos en que, por cualquier motivo los empleados se retardan o no asisten al trabajo en la organización”.

Para Molinera (2006), el ausentismo o absentismo laboral es el “incumplimiento por parte del empleado de sus obligaciones laborales, faltando al trabajo, cuando estaba previsto que acudiese al mismo, de manera justificada o injustificada o no desarrollando su cometido de forma voluntaria durante un aparte o la totalidad de la jornada”.

- **Cliente**

Para Albrecht y Bradford (1990), cliente es “aquella persona que adquiere un producto o servicio de una organización y a cambio de ello, puede que realice un pago. El cliente, es la razón de existir de cualquier negocio”.

- **Comunicación**

Chiavenato (2011), con relación a la comunicación indica que “ésta se define como la transferencia de información o de significado de una persona a otra. Dicho de otra forma, es el proceso por el cual se transmite información y significados de una persona a otra. Asimismo, es la manera de relacionarse con otras personas a través de ideas, hechos y valores. La comunicación es el proceso que une a las personas para compartir sentimientos y conocimientos, y que comprende transacciones entre ellas.

En toda comunicación existen por lo menos dos personas: la que envía un mensaje y la que lo recibe. Una persona sola no puede comunicarse: el acto de comunicación sólo tiene lugar si existe un receptor. Las organizaciones no existen ni operan sin comunicación; ésta es la red que integra y coordina todas sus partes”.

- **Comunicación Organizacional**

De Castro (2015), menciona que la comunicación organizacional es aquella que “establecen las instituciones y forma parte de su cultura o de sus normas. Debido a ello, la comunicación entre funcionarios de diferentes niveles, los jefes y sus subordinados, y los directivos con el resto de la organización, deberá ser fluida”.

Ramos, et, al., (2017), indican que “la comunicación organizacional es una herramienta de trabajo que permite el movimiento de la información en las organizaciones para relacionar las necesidades e intereses de ésta, con los de su personal y con la sociedad, nos permite conocer al recurso humano y evaluar su desempeño y productividad, a través de entrevistas y recorridos por las diversas áreas de trabajo”.

- **Comunicación No Verbal**

Poyatos (1994), define que la Comunicación no verbal como “las emisiones de signos activos o pasivos, constituyan o no comportamiento, a través de los sistemas no léxicos somáticos, objetuales y ambientales contenidos en una cultura, individualmente o en mutua coestructuración”.

McEntee (1996), propone que: “por medio de los gestos, de las expresiones faciales y de la tensión o relajamiento corporal que se describen, se nos comunica cierta información acerca de la relación entre dos personajes”.

- **Eficacia**

Para Fernández y Sánchez (1997), la eficacia es la “capacidad de una organización para lograr los objetivos, incluyendo la eficiencia y factores del entorno” .

Chiavenato (1999), refiere que la eficacia es “el logro de los objetivos previstos es competencia de la eficacia. Logro de los objetivos mediante los recursos disponibles. Logro de los objetivos y vuelve la atención a los aspectos externos de la organización”

Según la Real Academia Española (2001), la eficacia es la “capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera”.

- **Eficiencia**

Chiavenato (1999), sostiene que la eficiencia esta “enfocada hacia la búsqueda de la mejor manera (the best way) de hacer o ejecutar las tareas (métodos), con el fin de que los recursos se utilicen del modo más racional. Utilización adecuada de los recursos disponibles. Se concentra en las operaciones y tiene puesta la atención en los aspectos internos de la organización. No se preocupa por los fines, sino por los medios”.

Para la Real Academia Española (2001), es la capacidad de disponer de alguien o de algo para conseguir un efecto determinado.

Para Koontz y Weihrich (2004), es "el logro de las metas con la menor cantidad de recursos".

Según Robbins y Coulter (2005), consiste en "obtener los mayores resultados con la mínima inversión".

- **Organización**

Chiavenato (2009), señala que “las organizaciones son instrumentos sociales que permiten a muchas personas combinar sus esfuerzos y lograr juntas objetivas que serían inalcanzables en forma individual. Forman un sistema cooperativo racional, es decir, las personas deciden apoyarse mutuamente para alcanzar metas comunes. Esta lógica permite conjugar e integrar esfuerzos individuales y grupales para producir resultados más amplios. De ahí la importancia de las personas y los grupos en el comportamiento organizacional”.

- **Servicio**

Tigani (2006), menciona que servicio, “es cualquier trabajo hecho por una persona en beneficio de otra.

Esta definición nos hace claro que quienes de alguna manera están dependiendo de nuestro trabajo, son nuestros clientes sin importar si están de éste u otro lado del mostrador. Esto es lo que alimenta el concepto de cliente interno y aquellas personas que no están sirviendo a los clientes en forma directa, deben servir a los que sí lo hacen”.

En el Manual de Publicaciones Vértice (2010), señala que servicio, “es el conjunto de prestaciones que el cliente espera -además del producto o del servicio básico - como consecuencia del precio, la imagen, y la reputación de este”.

2.3. Antecedentes de la investigación

En el trabajo de investigación se realizaron análisis de documentos de investigación, recurriendo a fuentes bibliográficas y trabajos de investigación referentes al objeto de estudio, con el objetivo de enriquecer y fortalecer los conocimientos que respalden nuestra investigación

2.3.1. Antecedentes internacionales

Lanas, (2014), en su trabajo de investigación “La cultura organizacional en relación a la satisfacción laboral del personal del Ministerio de Relaciones Exteriores de la ciudad de Quito - Ecuador”, que tiene como objetivo: “determinar la relación entre la cultura organizacional y la satisfacción laboral en el personal del área de Administración de Recursos Humanos del Ministerio de Relaciones Exteriores, y concluye: “que la cultura organizacional influye directamente en la satisfacción laboral de los funcionarios del área de administración de recursos humanos del Ministerio de Relaciones Exteriores, por lo que mientras mejor se encuentre la cultura, mayor será la satisfacción y productividad del personal”.

Chang, (2014), en su trabajo de investigación “Atención al cliente en los servicios de la Municipalidad de Malacatán, San Marcos, México”, tiene como objetivo: “identificar como es la atención al cliente, en los servicios, de la Municipalidad de Malacatán, San Marcos, y concluye: “atención al cliente carece de lineamientos estratégicos que orienten la conducta, aptitud y actitud de los colaboradores; no se cuenta con la adecuada ambientación de la infraestructura, que fortalezca la calidad de los servicios prestados, para incrementar la satisfacción de los usuarios y se genere una imagen institucional que persiga en su conjunto, crear las condiciones, que influyeran en la participación ciudadana de la región, en el ejercicio de sus derechos y obligaciones como ciudadanos Guatemaltecos. En consecuencia, la mayoría de usuarios, califica la atención que actualmente se le brinda entre regular y buena; sin embargo, al analizar los aspectos tangibles e intangibles que la conforman, se concluye que es deficiente”.

2.3.2. Antecedentes nacionales

Baca Llontop, Yuri Nashira (2021), en su trabajo de investigación “Influencia de la Cultura Organizacional en la satisfacción laboral de los colaboradores de Sunarp Oficina Registral de Cajamarca”, que tiene como objetivo: “analizar la influencia de la Cultura Organizacional en la Satisfacción Laboral de los colaboradores de SUNARP, Oficina Registral de Cajamarca, 2020” y sostiene como conclusión que: “la cultura organizacional influye significativamente en la satisfacción laboral de los colaboradores de Sunarp Oficina Registral de Cajamarca, ya que el grado de asociación es bueno; 0,783 según la correlación de Pearson, por lo cual se acepta la hipótesis de la investigación”.

Chumacero, (2014), en su trabajo de investigación “La satisfacción laboral de los empleados del área de publicidad de la gerencia de personas jurídicas de la SUNARP, zona registral IX - Sede Lima, 2014”, tiene como objetivo: “describir el nivel de satisfacción laboral de

los empleados del Área de Publicidad de la Gerencia de Personas Jurídicas de la SUNARP-Zona Registral IX-sede Lima”, y concluye señalando que: “los resultados evidenciaron que los empleados en general se encuentran en el nivel promedio de satisfacción laboral, de igual manera se observa el mismo nivel cuando se realiza el estudio a través de género, es decir, hombres y mujeres. Este nivel indica que no existe una plena satisfacción o insatisfacción de los trabajadores, lo cual nos indica que el Estado como empleador puede mejorar los factores positivos que eleven dicho nivel, y por ende elevar su productividad, la cual redundará en la satisfacción del ciudadano o en beneficio de la sociedad”.

2.3.3. Antecedentes locales

Padilla (2022), sostiene en el artículo “Cultura organizacional: el factor clave para la adopción de una cultura de integridad en el servicio público, Cusco 2022”, concluye que: Los servidores públicos son los integrantes esenciales de las organizaciones gubernamentales, hacen las veces de propulsores del sector público, son quienes toman riesgos, solucionan problemas y logran los mejores resultados para los ciudadanos; y, como consecuencia, se ejercen las competencias, alcanzando los objetivos de la institución.

A las investigadoras, les pareció interesante y les despertó la necesidad de indagar más, sobre el planteamiento mencionado, valorando aún más la importancia de la cultura organizacional, en los efectos de atención a los usuarios de la Zona Registral N° X – Sede Cusco.

Condori (2018), en su trabajo de investigación “Cultura Organizacional en los servidores administrativos de la Dirección Regional de la Producción de la Provincia de Tambopata, 2018”, cuyo objetivo es: “describir cómo es la regularidad de los comportamientos observados en los Servidores Administrativos de la Dirección Regional de la Producción de la Provincia Tambopata – 2018”, concluyendo que la cultura organizacional, “se ve reflejada en resultados positivos,

mediante el cumplimiento de normas, valores, filosofía, reglas y clima organizacional, por parte de los trabajadores de la entidad investigada. Hace notar también que la interacción y comunicación en los trabajadores es limitada, ocasionando perjuicios a los usuarios que acuden a solicitar sus servicios”.

Marquina Quispe, Cesar Augusto (2017), en su trabajo de investigación “La Cultura Organizacional en los trabajadores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santo Domingo de Guzmán en la agencia Quillabamba 2017”, tiene como objetivo: “describir la cultura organizacional en los trabajadores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santo Domingo de Guzmán, en la agencia de Quillabamba – Cusco, 2017”, y concluye: “que en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santo Domingo de Guzmán, Agencia Quillabamba, se determinó que el 76.7% considera que es mala la cultura organizacional, mientras que el 3.3% considera de manera regular, esto indica que la gran mayoría de los colaboradores de la empresa no están seguros de conocer y desenvolverse laboralmente de acuerdo a la cultura organizacional que ofrece la organización, por lo tanto no se cumple con las normativas que establece la empresa, no se comprometen con la filosofía institucional, de igual manera se evidencia que gran número de colaboradores no están cómodos ni contentos con el clima interno. Además, se muestra que un 20% considera muy mala la cultura organizacional demostrando no saber ni aplicar en lo mínimo el comportamiento, las normas, la filosofía, de igual manera se muestra un clima interno inadecuado.

CAPÍTULO III:

HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis

3.1.1. Hipótesis general

La cultura organizacional influye de manera significativa en la calidad de atención de los usuarios de la Zona Registral N° X - Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023.

3.1.2. Hipótesis específicas

- **HE1.** La cultura organizacional que se aplica en la Zona Registral N° X - Sede Cusco, provincia de Cusco – 2023, es insuficiente.
- **HE2.** Las percepciones de los usuarios sobre la calidad de atención de la Zona Registral N° X – Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023 son variadas.
- **HE3.** La aplicación de estrategias de la cultura organizacional logrará influir de manera significativa a la calidad de atención del usuario de la Zona Registral N° X - Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023.

3.2. Identificación de variables

3.2.1. Variables

Variable independiente: cultura organizacional.

Variable dependiente: calidad de atención.

3.2.2. Indicadores

Variable: Cultura organizacional

Liderazgo:

- Empatía.
- Capacitación.

- Evaluación.
- Metas.

Motivación:

- Comportamiento social.
- Ausentismo.
- Trabajo en equipo.

Valores:

- Responsabilidad | honestidad.
- Sentido de pertenencia.
- Respeto.
- Compromiso.

Costumbres:

- Productividad.
- Eficiencia.
- Eficacia.
- Calidad.

Organización:

- Planificación.
- Evaluación de objetivos.
- Rendimiento laboral.
- Tecnología.

Comunicación interna:

- Misión - visión - valores.

- Tipos de comunicación.
- Medios de comunicación.
- Feedback.

Variable: Calidad de atención.

Fiabilidad:

- Rapidez.
- Precisión.
- Comunicación.

Actitud:

- Interés.
- Buena predisposición.
- Idioma.
- Empatía.

Amabilidad:

- Conocimientos.
- Confianza.
- Respeto.

Aspectos tangibles:

- Instalaciones.
- Equipamiento.
- Presencia.
- Materiales de comunicación.

3.3. Definición conceptual de las variables

Cultura organizacional:

Entendemos como cultura organizacional, aquel conjunto de normas y valores por los que se rige una organización y tiene que ver con el relacionamiento entre los trabajadores con la estructura de la misma, aplicando diversos métodos de desempeño del trabajo y tareas asignadas, basadas en políticas de bienestar y adecuado clima laboral.

Calidad de atención:

La calidad de atención se refiere al nivel de excelencia experimentada por los usuarios al momento de recibir servicios de una organización.

La calidad de atención se traduce en la capacidad de una organización para cumplir y superar las expectativas del usuario, creando experiencias positivas que contribuyen a la fidelidad del usuario, la reputación de la marca y el éxito general de la entidad.

3.4. Operacionalización de variables

Tabla 1

Operacionalización de variables

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
CULTURA ORGANIZACIONAL Variable Independiente	Liderazgo	Empatía.	1
		Capacitación.	2
		Evaluaciones.	3,4
		Metas.	5
	Motivación	Comportamiento social.	6, 7
		Ausentismo.	8
		Trabajo en equipo.	9,10
	Valores	Responsabilidad/honestidad	11,12
		Sentido de pertenencia.	13
		Respeto.	14
		Compromiso.	15
	Costumbres	Productividad.	16
		Eficiencia.	17
		Eficacia.	18
		Calidad.	19,20
	Organización	Planificación.	21,22
		Evaluación de objetivos.	23
		Rendimiento laboral.	24
		Tecnología.	25
	Comunicación Interna	Misión – Visión – Valores.	26
Tipos de comunicación.		27,28	
Medios de comunicación.		29	
Feedback.		30	
CALIDAD DE ATENCION Variable	Fiabilidad	Rapidez	1
		Precisión	2, 3
		Comunicación	4, 5
	Actitud	Interés	6
		Buena predisposición	7,8
		Idioma	9
		Empatía	10
	Amabilidad	Conocimientos.	11
		Confianza.	12,13
		Respeto.	14, 15
		Instalaciones.	16
		Equipamiento.	17

dependiente	Aspectos tangibles	Presencia.	18
		Materiales de comunicación.	19, 20

Nota: Elaboración propia.

CAPÍTULO IV:

MARCO METODOLÓGICO

4.1. Descripción del área de investigación

4.1.1. Ámbito de estudio

Mediante Ley N° 26366, se crea la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos – SUNARP – como un organismo técnico especializado adscrito al Ministerio de Justicia y Derechos Humanos, con personería jurídica de derecho público, con patrimonio propio y autonomía funcional, jurídico – registral, técnica, económica, financiera y administrativa, constituyéndose en el sistema rector de los registros públicos. Tiene entre sus funciones ejecutar la política registral nacional, inscripción de actos y contratos jurídicos que integran el sistema nacional de registros públicos.

La Zona Registral N° X Sede Cusco, inició sus operaciones el 16 de diciembre de 1895, en ese tiempo fue conocida simplemente como Registros Públicos o Región Inka, la misma que a la actualidad cuenta con dos oficinas registrales (Manco Inca y Registro Vehicular) y tres oficinas receptoras, en los distritos de Santiago, San Sebastián y San Jerónimo, a las cuales acude en forma diaria considerable cantidad de pobladores de la Región Cusco, a solicitar servicios que presta dicha entidad.

4.1.2. Descripción de las Oficinas Registrales y Oficinas Receptoras

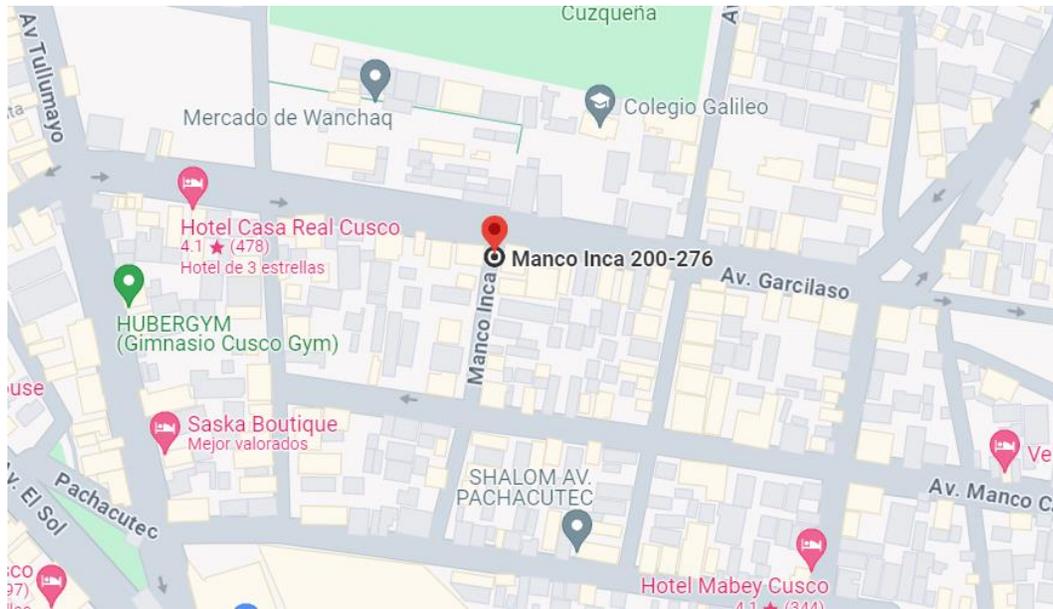
Actualmente en la provincia de Cusco la Zona Registral N° X - Sede Cusco cuenta con cinco oficinas;

Oficina Registral ubicada en la Av. Manco Inca N° 210 y la Oficina de Registro de Propiedad Vehicular (RPV) en Av. Infancia N° 535, ambas ubicadas en el distrito de Wanchaq, en la provincia de Cusco.

Asimismo, cuenta con tres oficinas receptoras ubicadas en el distrito de Santiago en Av. Ejército N° 1162, San Sebastián ubicada en Av. de La Cultura N° 1137 y San Jerónimo Urb. Versalles - L 23.

Figura 8

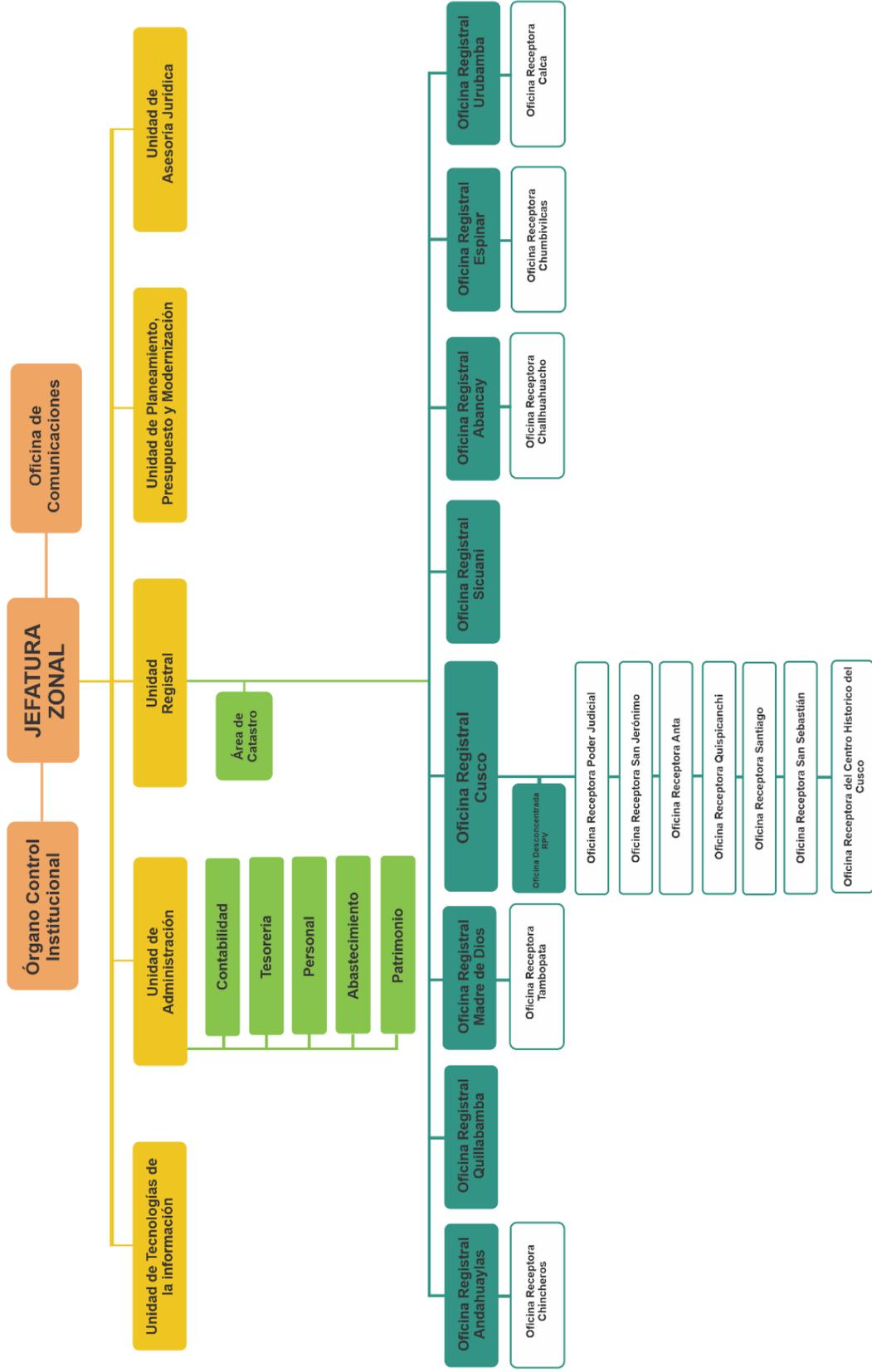
Ubicación geográfica



Nota: Ubicación geográfica de la Oficina Registral Manco Inca.

Figura 9

Organigrama institucional



Nota: Zona Registral N° X – Sede Cusco.

Figura 10

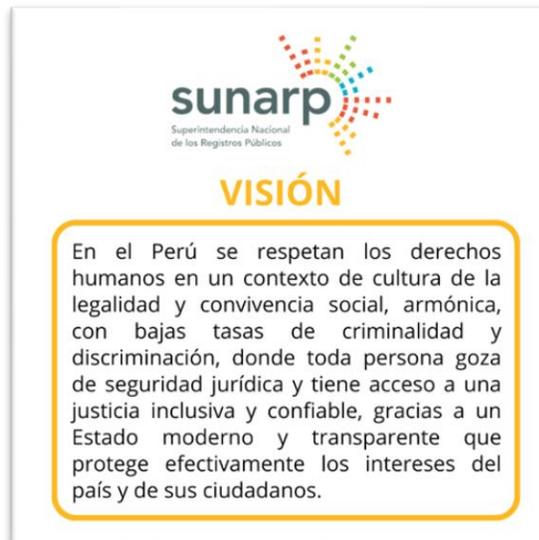
Misión Institucional



Nota: Zona Registral N° X – Sede Cusco.

Figura 11

Visión Institucional



Nota: Zona Registral N° X – Sede Cusco.

4.2. Tipo de investigación

La investigación es de tipo básico, que ha facilitado comprender y ampliar nuestros conocimientos sobre un fenómeno o campo específico, en las que se han analizado las dos variables de estudio: cultura organizacional (variable independiente) y calidad de atención (variable dependiente).

La investigación básica a nuestro entender pretende obtener y recopilar datos para construir la base de conocimiento para agregar información existente. Que tiene como propósito entender, explicar y predecir principios fundamentales en diversos fenómenos observados en nuestro ambiente.

4.3. Nivel de investigación

La investigación fue de carácter correlacional - transversal, debido a que permitió establecer y determinar la relación existente entre las dos variables de estudio, variable independiente (cultura organizacional) y variable dependiente (calidad de atención).

4.4. Diseño de la investigación

El diseño de la investigación fue no experimental, por considerar que se da sin la intervención directa, y porque observamos los fenómenos objeto de la investigación, que después se analizaron.

4.5. Enfoque de investigación

Nuestra investigación se desarrolló bajo el enfoque cuantitativo, que nos ha permitido describir, explicar, evaluar la información requerida, centrado en variables medibles y relacionadas.

4.6. Universo

4.6.1 Público interno: Trabajadores de la Zona Registral N° X – Sede Cusco, provincia de Cusco – 2023

La Zona Registral N° X – Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023, tiene en total 150 trabajadores distribuidos en las cinco oficinas: Oficina Registral Manco Inca, Oficina Registro de Propiedad Vehicular, y las Oficinas Receptoras Santiago, San Sebastián y San Jerónimo.

4.6.2 Público externo: Usuarios de la Zona Registral N° X – Sede Cusco, provincia de Cusco – 2023

Todos los usuarios que realizan tramites registrales en la Zona Registral N° X – Sede Cusco, provincia de Cusco – 2023.

4.7. Unidad de análisis

En la investigación planteada, investigamos a los trabajadores que prestan servicios de atención directa a los usuarios que acuden a la Zona Registral N° X - Sede Cusco, provincia de Cusco – 2023. Es el "qué" se está estudiando o a "quién" se está estudiando, por ello incorporamos en la investigación, la valoración de los usuarios, en torno a la empatía, oportunidad de atención, capacidad de respuesta como consecuencia de una adecuada cultura al interior de la Zona Registral N° X – Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023.

4.8. Muestra

4.8.1. Público interno

La muestra estuvo conformada por 37 trabajadores de atención al público de la Oficina Registral Manco Inca, Oficina Registral de Propiedad Vehicular, Oficina Receptora de Santiago, Oficina Receptora de San Sebastián y la Oficina Receptora de San Jerónimo de la Zona Registral

N° X – Sede Cusco, provincia de Cusco – 2023, fueron considerados en su totalidad, por tratarse de un estudio motivacional, que a su vez permite conocer la opinión de todos ellos. Constituyéndose en población finita.

Los datos de población son un todo y completo. La muestra es un subconjunto de la población que se obtiene utilizando el muestreo. Una encuesta realizada a toda una población es más precisa, sin margen de error, excepto la inexactitud humana en las respuestas.

Tabla 2

Cantidad total de trabajadores del área de atención al usuario de la Zona Registral N° X – Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023

OFICINAS REGISTRADORAS	CANTIDAD
Oficina Registral Manco Inca	24
Oficina Registral de Propiedad Vehicular (R.P.V.)	6
OFICINAS RECEPTORAS	CANTIDAD
Santiago	2
San Sebastián	2
San Jerónimo	3
TOTAL	37

Nota: Creación propia información obtenida del portal de transparencia SUNARP – CUSCO.

4.8.2. Público externo

Fueron considerados 160 usuarios de la Zona Registral N° X – Sede Cusco, provincia de Cusco – 2023.

Tabla 3

Usuarios que acuden a las Oficinas de la Zona Registral X – Sede Cusco, provincia de Cusco

OFICINAS REGISTRADORAS	CANTIDAD
Oficina Registral Manco Inca	50 por día.
Oficina Registral de Propiedad Vehicular (R.P.V.)	50 por día.
OFICINAS RECEPTORAS	CANTIDAD
Santiago	20 por día.
San Sebastián	20 por día.
San Jerónimo	20 por día.
TOTAL	160 por día.

Nota: Creación propia información obtenida de estimados de SUNARP – CUSCO.

4.9. Técnicas de selección de muestras

La presente investigación es considerada como muestreo no probabilístico por conveniencia, donde seleccionamos muestras basadas al azar, para obtener la información requerida en la investigación planteada, confiando en su velocidad, costo - efectividad y facilidad en la obtención de la muestra.

Lepkowski (2010), precisa “Una vez que se ha definido cuál será la unidad de muestreo/análisis, se procede a delimitar la población que va a ser estudiada y sobre la cual se pretende generalizar los resultados. Así, una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones”.

Asimismo, Mertens (2010) menciona “Al seleccionar la muestra debemos evitar tres errores que pueden presentarse: 1) desestimar o no elegir casos que deberían ser parte de la muestra (participantes que deberían estar y no fueron seleccionados), 2) incluir casos que no deberían estar porque no forman parte de la población y 3) seleccionar casos que son verdaderamente inelegibles”.

4.10. Técnicas de recolección de información

Las técnicas de recolección de información que se emplearon en el siguiente estudio, es la siguiente:

4.10.1. Técnica

- **Observación:** esta técnica a través de la observación nos permitió obtener información sobre la atención que la Zona Registral N° X – Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023 brinda a los usuarios.
- **Encuesta:** esta técnica nos permitió obtener información necesaria, fidedigna y pertinente, a través de una serie de preguntas, relacionadas con el problema de investigación, las mismas que fueron previamente estructuradas, de conformidad a los objetos de investigación.

4.10.2. Instrumento

- **Guía de observación:** Este instrumento nos permitió observar y apreciar la atención que se brindó a los usuarios que acuden a realizar diversos trámites a las Oficinas Registrales y Receptoras de la Zona Registral N° X – Sede Cusco, provincia de Cusco – 2023. Asimismo, permitió contrastar lo observado con los resultados obtenidos de la investigación.

- **Cuestionario:** Esta etapa de nuestra investigación, nos permitió definir los procesos que nos posibilitaron recolectar datos pertinentes de acuerdo con el planteamiento del problema y las etapas previas de la investigación. Para ello seleccionamos el instrumento cuestionario, que contiene una serie de preguntas, relacionadas con el objeto de estudio, las que fueron aplicadas, de conformidad con la escala de calificación de Likert para el público interno y el modelo Servqual para el público externo.

4.11. Técnicas de análisis e interpretación de información

Para realizar el análisis e interpretación de información, el instrumento de medición debe de ser confiable, válido y objetivo. Por ello consideramos necesario definir adecuadamente los procedimientos de codificación de datos cuantitativos y la forma de prepararlos para su análisis.

Estos datos codificados se transfirieron a una matriz, preparándose para una interpretación, mediante la plataforma de análisis estadístico SPSS 25. Este software nos proporcionó a las investigadoras, herramientas que permitieron obtener conclusiones y resultados, para identificar tendencias y realizar predicciones.

CAPÍTULO V: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En este capítulo se presenta los resultados obtenidos a partir de los datos recopilados por las encuestas. Primero se aborda los resultados descriptivos mediante tablas de frecuencia y gráficos de barras, abordando las variables de estudio: cultura organizacional y sus dimensiones, calidad de atención y sus dimensiones; posteriormente se relacionan las variables de estudio para responder a los objetivos planteados en la investigación.

5.1 Resultados

5.1.1. *Cultura organizacional*

Tabla 4

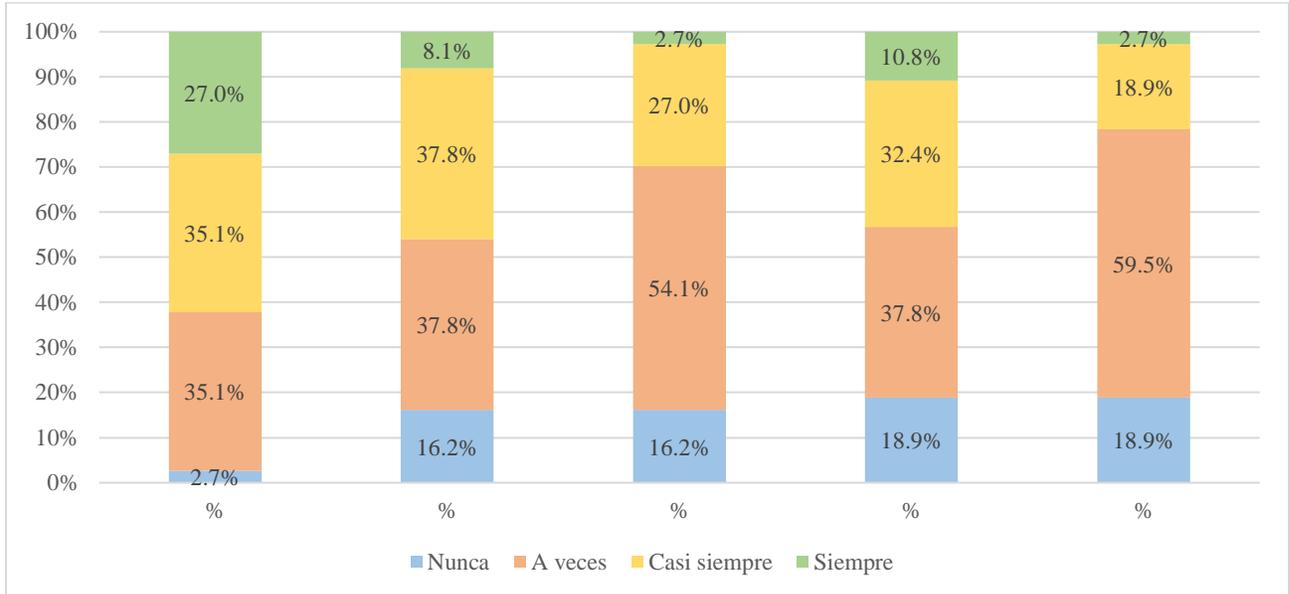
Dimensión liderazgo según preguntas

Preguntas dimensión liderazgo	N°		Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
El jefe de Unidad Registral de Sunarp Cusco escucha las propuestas sobre mejoras en la atención. (empatía)	P1	f	1	13	13	10
		%	2,7%	35,1%	35,1%	27,0%
La institución se preocupa de la capacitación constante de los trabajadores. (capacitación)	P2	f	6	14	14	3
		%	16,2%	37,8%	37,8%	8,1%
La institución, desarrolla y aplica evaluaciones al personal. (evaluación)	P3	f	6	20	10	1
		%	16,2%	54,1%	27,0%	2,7%
El jefe zonal de Sunarp observa y evalúa el proceso de atención al público. (evaluación)	P4	f	7	14	12	4
		%	18,9%	37,8%	32,4%	10,8%
La institución formula y hace conocer las metas de la Sunarp (metas)	P5	f	7	22	7	1
		%	18,9%	59,5%	18,9%	2,7%

Nota: Elaboración propia.

Figura 12

Dimensión liderazgo según preguntas



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la dimensión liderazgo que tiene cinco indicadores obtuvimos los siguientes resultados: Sobre la empatía del jefe de Unidad Registral de Sunarp Cusco, que escucha las propuestas de mejoras en la atención, 2.7% de los encuestados indicó que esto nunca ocurre, 35.1% dijo que ocurre a veces, otro 35.1% señaló que sucede casi siempre, y 27.0% afirmó que siempre ocurre.

Respecto a la preocupación de la institución por la capacitación constante de los trabajadores, 16.2% de los trabajadores consideró que esto nunca sucede, 37.8% opinó que ocurre a veces, igual porcentaje (37.8%) cree que sucede casi siempre, y 8.1% piensa que siempre es así.

En cuanto al desarrollo y aplicación de evaluaciones al personal por parte de la institución, 16.2% respondió que nunca se realiza, 54.1% indicó que se hace a veces, 27.0% cree que se hace casi siempre, y solo 2.7% siente que siempre se lleva a cabo.

Sobre la observación y evaluación del proceso de atención al público por parte del jefe zonal de Sunarp, 18.9% de los encuestados dijo que esto nunca ocurre, 37.8% señaló que sucede a veces, 32.4% cree que ocurre casi siempre, y 10.8% afirmó que siempre sucede.

Finalmente, en relación a la formulación y divulgación de metas de la Sunarp por parte de la institución, 18.9% de los participantes indicó que nunca se hace, 59.5% cree que se hace a veces, 18.9% piensa que sucede casi siempre, y solo 2.7% siente que siempre ocurre.

El análisis de los resultados de la encuesta revela aspectos significativos sobre la percepción del liderazgo dentro de la Zona Registral N° X - Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023. Una observación a desatacar, es la tendencia de los trabajadores, a percibir la mayoría de las prácticas de liderazgo, como eventos que ocurren "a veces" o "casi siempre", lo que sugiere una inconsistencia en la aplicación o percepción de estas prácticas de liderazgo.

La alta proporción de respuestas en las categorías "a veces" y "casi siempre" en aspectos clave como la empatía del jefe, la capacitación constante, y la evaluación del personal, indica que, mientras estas prácticas están presentes, no son percibidas como completamente integradas o consistentes. Esto podría apuntar a la necesidad de una mayor coherencia y regularidad en la implementación de las políticas de liderazgo para fortalecer la cultura organizacional.

Tabla 5

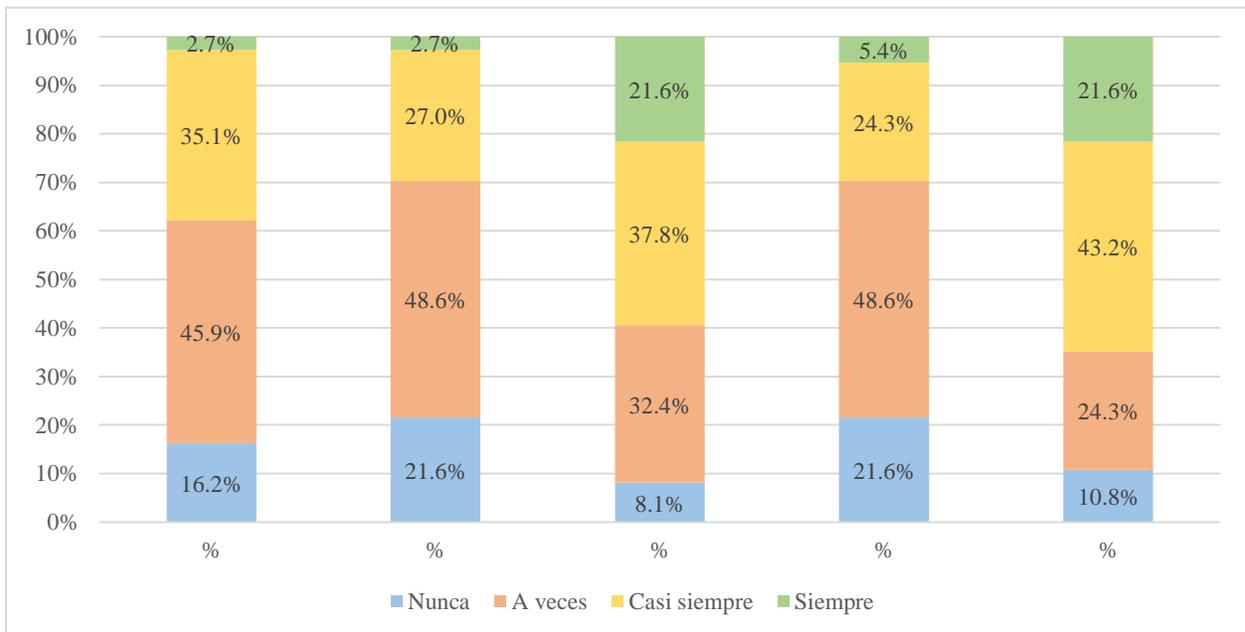
Dimensión motivación según preguntas

Preguntas dimensión motivación			Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
Se alienta las capacidades personales de los trabajadores. (comportamiento)	P6	f	6	17	13	1
		%	16,2%	45,9%	35,1%	2,7%
La institución elogia los logros de los trabajadores. (comportamiento)	P7	f	8	18	10	1
		%	21,6%	48,6%	27,0%	2,7%
La institución tiene programas para evaluar el ausentismo y corregir las causas (ausentismo)	P8	f	3	12	14	8
		%	8,1%	32,4%	37,8%	21,6%
Se fomenta la interacción de grupos y equipos de trabajo. (trabajo en equipo)	P9	f	8	18	9	2
		%	21,6%	48,6%	24,3%	5,4%
Se propicia ambientes agradables en la Sunarp Cusco. (trabajo en equipo)	P10	f	4	9	16	8
		%	10,8%	24,3%	43,2%	21,6%

Nota: Elaboración propia.

Figura 13

Dimensión motivación según preguntas



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

Respecto al elogio de la institución a los logros de los trabajadores, 21.6% respondió que nunca ocurre, 48.6% dijo que sucede a veces, 27.0% cree que se da casi siempre, y solo 2.7% afirmó que siempre se da.

Sobre los programas para evaluar y corregir el ausentismo, 8.1% de los trabajadores consideró que nunca existen, 32.4% opinó que se aplican a veces, 37.8% cree que casi siempre, y 21.6% piensa que siempre se implementan.

En relación con el fomento de la interacción de grupos y equipos de trabajo, 21.6% de los participantes indicó que esto nunca se promueve, 48.6% piensa que se promueve a veces, 24.3% cree que se hace casi siempre, y 5.4% siente que siempre se fomenta.

Finalmente, en cuanto a la promoción de ambientes agradables en la Zona Registral N° X . Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023, 10.8% de los encuestados dijo que nunca se propician, 24.3% señaló que se propician a veces, 43.2% indicó que se da casi siempre, y 21.6% afirmó que siempre se mantienen.

Los resultados sugieren que, aunque hay esfuerzos por motivar a los empleados, aún hay áreas de mejora. La mayoría de las respuestas se concentran en las categorías "a veces" y "casi siempre", lo que indica que las prácticas motivacionales no son percibidas como consistentemente aplicadas. La baja frecuencia de respuestas en "siempre" en todos los aspectos de la motivación podría ser un área de enfoque para la institución.

Se puede resaltar que la evaluación y corrección del ausentismo tenga un porcentaje relativamente alto en la categoría "siempre", con un 21.6%, lo que sugiere que, en este aspecto específico, la institución podría estar realizando un mejor trabajo en comparación con otros aspectos de la motivación. Sin embargo, en general, parece haber una necesidad de reforzar y hacer

más consistentes las prácticas de motivación para mejorar la percepción de los empleados y, en consecuencia, posiblemente mejorar su desempeño y satisfacción laboral.

Tabla 6

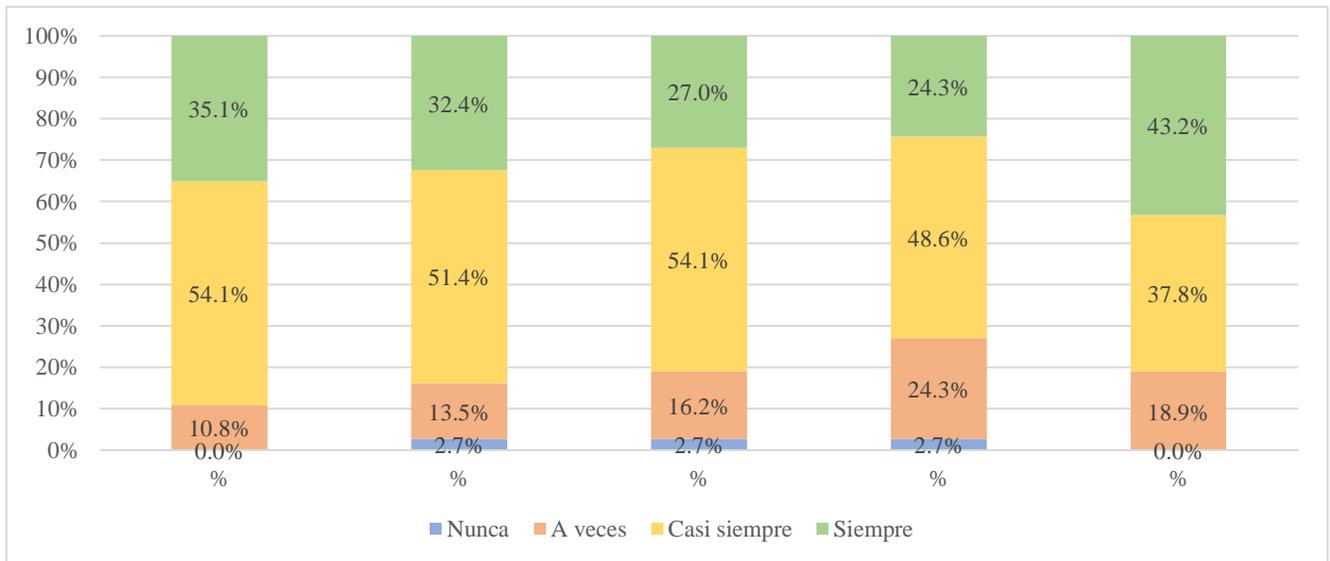
Dimensión valores según preguntas

Preguntas dimensión valores			Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
La Sunarp Cusco propicia la responsabilidad, amabilidad y honestidad. (Responsabilidad y honestidad)	P11	f	0	4	20	13
		%	0,0%	10,8%	54,1%	35,1%
La institución propicia la empatía y respeto entre trabajadores. (Responsabilidad y honestidad)	P12	f	1	5	19	12
		%	2,7%	13,5%	51,4%	32,4%
La institución refuerza los principios éticos – morales. (sentido de pertenencia)	P13	f	1	6	20	10
		%	2,7%	16,2%	54,1%	27,0%
Se fortalece la armonía y tolerancia entre los trabajadores. (respeto)	P14	f	1	9	18	9
		%	2,7%	24,3%	48,6%	24,3%
La institución impulsa el respeto a los usuarios discapacitados y población vulnerable. (compromiso)	P15	f	0	7	14	16
		%	0,0%	18,9%	37,8%	43,2%

Nota: Elaboración propia.

Figura 14

Dimensión valores según preguntas



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En relación a propiciar la responsabilidad, amabilidad y honestidad, ningún trabajador indicó que esto nunca ocurre, 10.8% cree que sucede a veces, 54.1% piensa que ocurre casi siempre, y 35.1% siente que siempre es así.

Sobre la promoción de la empatía y respeto entre trabajadores, 2.7% de los encuestados señaló que esto nunca sucede, 13.5% opina que ocurre a veces, 51.4% cree que sucede casi siempre, y 32.4% piensa que siempre es así.

Respecto al refuerzo de los principios éticos-morales, 2.7% respondió que nunca se realiza, 16.2% dijo que se hace a veces, el 54.1% considera que se hace casi siempre, y 27.0% afirmó que siempre se lleva a cabo.

En cuanto al fortalecimiento de la armonía y tolerancia entre los trabajadores, 2.7% de los trabajadores consideró que esto nunca se promueve, 24.3% opinó que se promueve a veces, el 48.6% cree que casi siempre, y 24.3% piensa que siempre se fomenta.

Finalmente, sobre el impulso del respeto a los usuarios discapacitados y población vulnerable, ningún participante indicó que esto nunca se fomenta, 18.9% cree que se fomenta a veces, 37.8% piensa que se da casi siempre, y 43.2% siente que siempre se mantiene.

Los resultados de esta dimensión son remarcables positivamente, especialmente en comparación con las dimensiones previas de liderazgo y motivación. La mayoría de las respuestas se inclinan hacia las categorías "casi siempre" y "siempre", lo que indica una percepción favorable entre los empleados respecto a la promoción de valores como responsabilidad, empatía, respeto, y compromiso con grupos vulnerables.

Este hallazgo sugiere que la Sunarp Cusco ha tenido éxito en inculcar y mantener ciertos valores éticos y morales importantes dentro de su cultura organizacional. Es particularmente

destacable el alto porcentaje de respuestas en "siempre" para el respeto a usuarios discapacitados y población vulnerable, lo que refleja un compromiso sólido con la inclusión y el trato equitativo. Estos aspectos de la cultura organizacional pueden considerarse fortalezas y deben mantenerse y potenciarse en las estrategias futuras de la organización.

Tabla 7

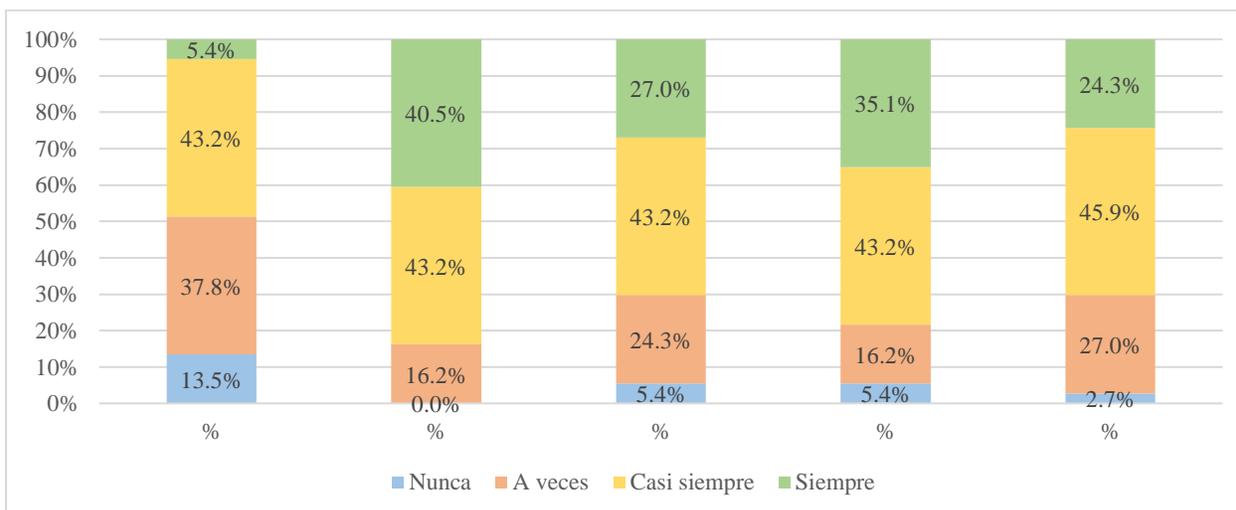
Dimensión costumbres según preguntas

Preguntas dimensión costumbres			Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
La institución mide o evalúa las actividades rutinarias. (productividad)	P16	f	5	14	16	2
		%	13,5%	37,8%	43,2%	5,4%
La institución considera necesaria la orientación para atender mejor. (eficiencia)	P17	f	0	6	16	15
		%	0,0%	16,2%	43,2%	40,5%
La institución propicia actitudes de solución de problemas. (eficacia)	P18	f	2	9	16	10
		%	5,4%	24,3%	43,2%	27,0%
La institución actualiza el conocimiento y aplicación de normas. (calidad)	P19	f	2	6	16	13
		%	5,4%	16,2%	43,2%	35,1%
La institución tiene como cultura la integración con los usuarios. (calidad)	P20	f	1	10	17	9
		%	2,7%	27,0%	45,9%	24,3%

Nota: Elaboración propia.

Figura 15

Dimensión costumbres según preguntas



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

Respecto a la medición o evaluación de actividades rutinarias para la productividad, 13.5% de los encuestados indicó que esto nunca ocurre, 37.8% dijo que sucede a veces, 43.2% cree que ocurre casi siempre, y 5.4% siente que siempre es así.

Sobre la consideración de la institución de la orientación para mejorar la atención (eficiencia), ningún trabajador señaló que esto nunca se hace, 16.2% opina que ocurre a veces, 43.2% piensa que sucede casi siempre, y 40.5% cree que siempre se lleva a cabo.

En cuanto a la propiciación de actitudes de solución de problemas (eficacia), 5.4% de los participantes respondió que nunca se promueve, 24.3% considera que se hace a veces, 43.2% siente que se hace casi siempre, y 27.0% afirma que siempre se fomenta.

Respecto a la actualización del conocimiento y aplicación de normas (calidad), 5.4% de los trabajadores dijo que esto nunca ocurre, 16.2% cree que sucede a veces, 43.2% piensa que ocurre casi siempre, y 35.1% siente que siempre se realiza.

Finalmente, en relación con la integración de la institución con los usuarios (calidad), 2.7% indicó que esto nunca se hace, 27.0% opina que se hace a veces, 45.9% cree que se da casi siempre, y 24.3% piensa que siempre se lleva a cabo.

Los resultados de esta dimensión de costumbres muestran un equilibrio entre las diferentes categorías de respuesta, aunque con una inclinación hacia "casi siempre" en la mayoría de los aspectos. Esto sugiere que, en términos de costumbres organizacionales relacionadas con la productividad, eficiencia, eficacia y calidad, la Zona Registral N° X – Sede Cusco - 2023 está realizando un trabajo razonablemente bueno, pero todavía hay espacio para mejorar.

El hecho de que ninguna de las respuestas en los aspectos clave tenga una alta frecuencia en la categoría "siempre" indica que hay oportunidades para fortalecer estas prácticas y hacerlas

más consistentes. Por ejemplo, aunque la mayoría de los encuestados siente que la institución promueve la eficiencia y la calidad, la proporción de respuestas en "siempre" no es abrumadoramente alta, lo que sugiere que podría haber una mayor coherencia en estas áreas.

Tabla 8

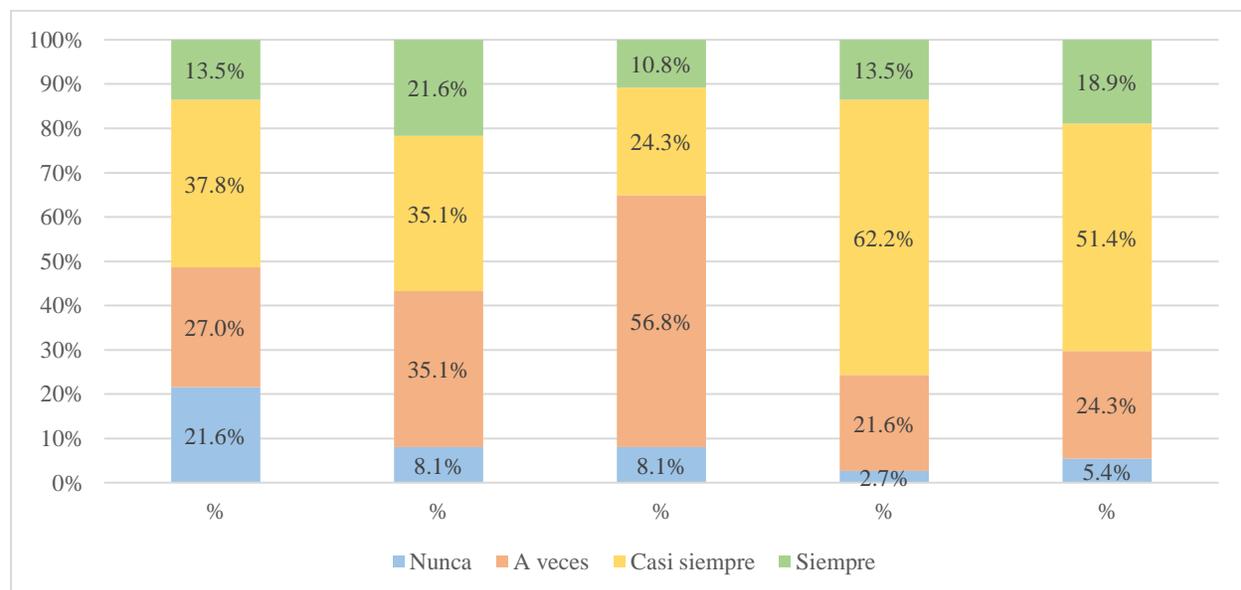
Dimensión organización según preguntas

Preguntas dimensión organización			Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
La institución establece metas y objetivos grupales o por áreas. (planificación)	P21	f	8	10	14	5
		%	21,6%	27,0%	37,8%	13,5%
La institución evita la incertidumbre en las acciones administrativas (planificación)	P22	f	3	13	13	8
		%	8,1%	35,1%	35,1%	21,6%
La institución propicia la evaluación de objetivos propuestos y alcanzados (evaluación de objetivos)	P23	f	3	21	9	4
		%	8,1%	56,8%	24,3%	10,8%
La institución define los límites y pautas de comportamiento. (rendimiento laboral)	P24	f	1	8	23	5
		%	2,7%	21,6%	62,2%	13,5%
La institución propicia el uso y aplicación de nueva tecnología (tecnología)	P25	f	2	9	19	7
		%	5,4%	24,3%	51,4%	18,9%

Nota: Elaboración propia.

Figura 16

Dimensión organización según preguntas



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En cuanto a establecer metas y objetivos grupales o por áreas (planificación), 21.6% de los encuestados indicó que esto nunca se hace, 27.0% dijo que ocurre a veces, 37.8% cree que sucede casi siempre, y 13.5% siente que siempre es así.

Respecto a la evitación de la incertidumbre en las acciones administrativas (planificación), 8.1% de los trabajadores señaló que esto nunca se logra, 35.1% opina que se logra a veces, otro 35.1% piensa que se logra casi siempre, y 21.6% cree que siempre se consigue.

Sobre la propiciación de la evaluación de objetivos propuestos y alcanzados (evaluación de objetivos), 8.1% respondió que nunca se realiza, 56.8% considera que se hace a veces, 24.3% siente que se hace casi siempre, y 10.8% afirma que siempre se lleva a cabo.

En relación con la definición de límites y pautas de comportamiento (rendimiento laboral), 2.7% de los participantes indicó que esto nunca ocurre, 21.6% cree que sucede a veces, 62.2% piensa que ocurre casi siempre, y 13.5% siente que siempre se realiza.

Finalmente, en cuanto al fomento del uso y aplicación de nueva tecnología (tecnología), 5.4% de los encuestados dijo que esto nunca se promueve, 24.3% opina que se promueve a veces, 51.4% cree que se da casi siempre, y 18.9% piensa que siempre se lleva a cabo.

Los resultados de esta dimensión muestran una distribución variada en las percepciones de los empleados sobre los aspectos de organización en la Sunarp Cusco. Una observación importante es la tendencia a concentrar las respuestas en las categorías de "a veces" y "casi siempre", lo que sugiere que, aunque hay esfuerzos por organizar y planificar eficazmente, estos no son percibidos como completamente consistentes o efectivos por todos los trabajadores.

El aspecto más fuerte parece ser la definición de límites y pautas de comportamiento, donde la mayoría de los empleados percibe que esto se hace al menos "casi siempre". Sin embargo, hay

una proporción importante de respuestas en "nunca" o "a veces" en aspectos como el establecimiento de metas y la evaluación de objetivos alcanzados, lo que indica áreas potenciales para mejorar.

Tabla 9

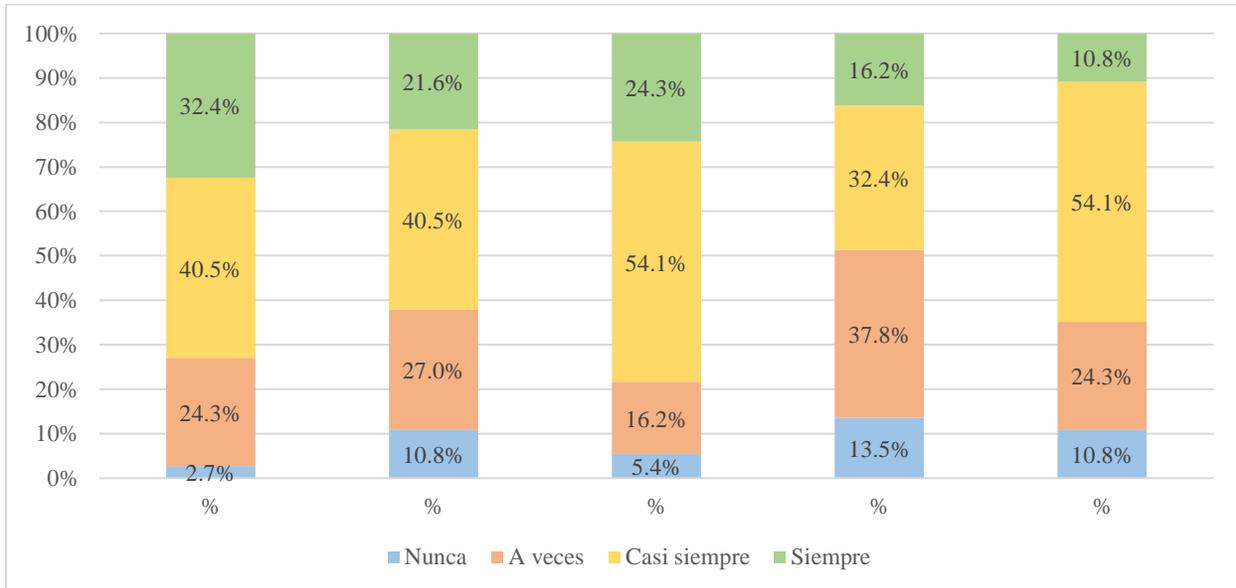
Dimensión comunicación interna según preguntas

Preguntas dimensión comunicación interna			Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
La institución difunde la misión, visión y valores de la SUNARP (misión, visión y valores)	P26	f	1	9	15	12
		%	2,7%	24,3%	40,5%	32,4%
Se informa oportunamente situaciones de interés a los trabajadores (tipos de comunicación)	P27	f	4	10	15	8
		%	10,8%	27,0%	40,5%	21,6%
La comunicación interna favorece alcanzar metas y objetivos. (tipos de comunicación)	P28	f	2	6	20	9
		%	5,4%	16,2%	54,1%	24,3%
Se promueven reuniones de coordinación para lograr calidad en el servicio que se brinda. (medios de comunicación)	P29	f	5	14	12	6
		%	13,5%	37,8%	32,4%	16,2%
La comunicación interna genera estrategias de modos de comunicarse. (feedback)	P30	f	4	9	20	4
		%	10,8%	24,3%	54,1%	10,8%

Nota: Elaboración propia.

Figura 17

Dimensión comunicación interna según preguntas



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En cuanto a la difusión de la misión, visión y valores de la Zona Registral N° X – Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023, 2.7% de los encuestados indicó que esto nunca se hace, 24.3% dijo que sucede a veces, 40.5% cree que ocurre casi siempre, y 32.4% siente que siempre es así.

Respecto a informar oportunamente situaciones de interés a los trabajadores, 10.8% señaló que esto nunca se logra, 27.0% opina que se logra a veces, 40.5% piensa que se logra casi siempre, y 21.6% cree que siempre se consigue.

Sobre si la comunicación interna favorece alcanzar metas y objetivos, 5.4% de los trabajadores respondió que nunca ayuda, 16.2% considera que ayuda a veces, 54.1% siente que ayuda casi siempre, y 24.3% afirma que siempre es efectiva.

En relación con la promoción de reuniones de coordinación para mejorar la calidad del servicio, 13.5% indicó que esto nunca ocurre, 37.8% cree que sucede a veces, 32.4% piensa que ocurre casi siempre, y 16.2% siente que siempre se realiza.

Finalmente, en cuanto a si la comunicación interna genera estrategias efectivas de comunicación (feedback), 10.8% de los encuestados dijo que esto nunca se promueve, 24.3% opina que se promueve a veces, 54.1% cree que se da casi siempre, y 10.8% piensa que siempre se lleva a cabo.

Los resultados de esta dimensión de comunicación interna muestran una tendencia general hacia respuestas positivas, especialmente en la categoría "casi siempre". Esto sugiere que, aunque hay margen de mejora, la Zona Registral N° X – Sede Cusco , provincia de Cusco -2023 está realizando un trabajo razonable en cuanto a la comunicación interna.

El aspecto más fuerte parece ser la percepción de que la comunicación interna ayuda a alcanzar metas y objetivos, con una mayoría de respuestas en "casi siempre" y "siempre". Sin

embargo, hay áreas que requieren atención, como la oportunidad en la entrega de información y la efectividad de las reuniones de coordinación, donde una cantidad significativa de empleados siente que estas prácticas podrían mejorarse.

Tabla 10

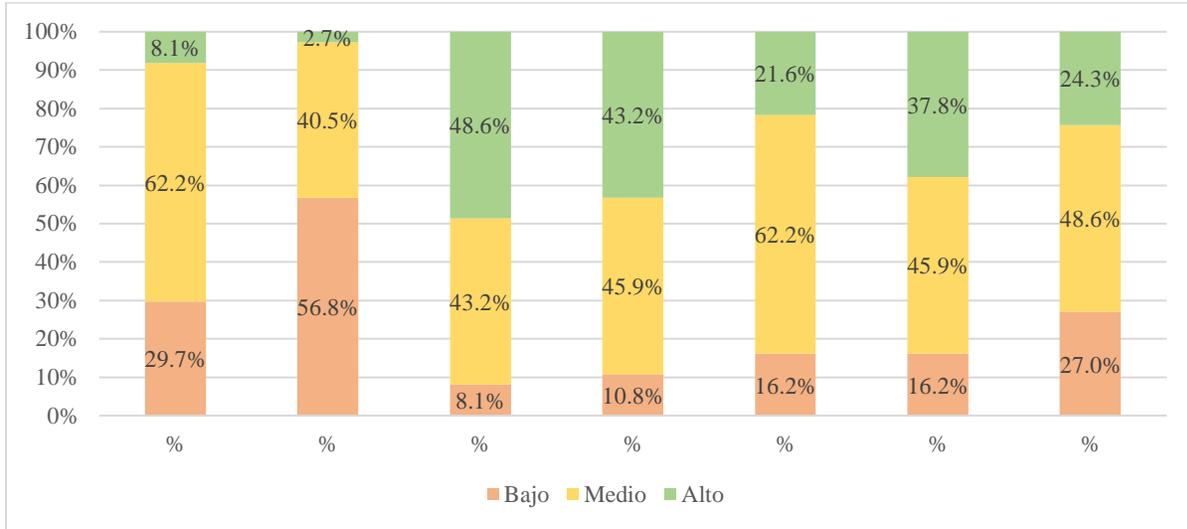
Descripción de la variable independiente de cultura organizacional y sus dimensiones

Dimensiones		Bajo	Medio	Alto
Liderazgo	<i>f</i>	11	23	3
	%	29,7%	62,2%	8,1%
Motivación	<i>f</i>	21	15	1
	%	56,8%	40,5%	2,7%
Valores	<i>f</i>	3	16	18
	%	8,1%	43,2%	48,6%
Costumbres	<i>f</i>	4	17	16
	%	10,8%	45,9%	43,2%
Organización	<i>f</i>	6	23	8
	%	16,2%	62,2%	21,6%
Comunicación interna	<i>f</i>	6	17	14
	%	16,2%	45,9%	37,8%
Cultura Organizacional	<i>f</i>	10	18	9
	%	27,0%	48,6%	24,3%

Nota: Elaboración propia.

Figura 18

Descripción de la variable independiente de cultura organizacional y sus dimensiones



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En cuanto al liderazgo, 29.7% de los encuestados calificó el liderazgo como bajo, 62.2% lo calificó como medio, y solo 8.1% lo consideró alto. Esto sugiere que, aunque la mayoría ve el liderazgo como adecuado, hay una notable proporción que lo percibe como deficiente.

Por parte de la motivación la mayoría, un 56.8%, calificó la motivación como baja, 40.5% como media, y solo 2.7% como alta. Esta es una señal clara de que la motivación es un área que necesita atención y mejora significativa.

La dimensión valores presenta percepciones más positivas. Solo 8.1% calificó los valores como bajos, 43.2% como medios, y una mayoría de 48.6% como altos. Esto indica una fuerte presencia de valores positivos en la organización.

En cuanto a las costumbres, de forma similar a los valores, las costumbres son percibidas positivamente, con solo 10.8% calificándolas como bajas, 45.9% como medias, y 43.2% como altas.

La dimension organización presenta que 16.2% de los trabajadores consideró la organización como baja, la mayoría (62.2%) como media, y 21.6% como alta. Esto sugiere que, mientras hay un grado de organización adecuado, hay espacio para mejoras.

En la dimension comunicación interna con un 16.2% calificándola como baja, 45.9% como media y 37.8% como alta, la comunicación interna parece ser efectiva en gran medida, pero aún susceptible de mejora.

En una evaluación general de la variable cultura organizacional, 27.0% percibió la cultura organizacional como baja, 48.6% como media y 24.3% como alta. Esto muestra una división en las percepciones, con una inclinación hacia una evaluación media. Los resultados reflejan una cultura organizacional con aspectos tanto fuertes como débiles. Mientras que valores y costumbres son percibidos positivamente, la motivación se destaca como un área crítica que requiere atención urgente. Aunque la mayoría de las dimensiones tienden a ser calificadas como medias, esto sugiere que, aunque la organización cuenta con bases sólidas en varias áreas, hay oportunidades significativas de mejora, especialmente en fomentar un liderazgo más efectivo y aumentar la motivación y satisfacción general del personal. Estos hallazgos podrían servir como una guía valiosa para futuras iniciativas de desarrollo y mejora organizacional en la Sunarp Cusco.

5.1.2. Calidad de atención

Tabla 11

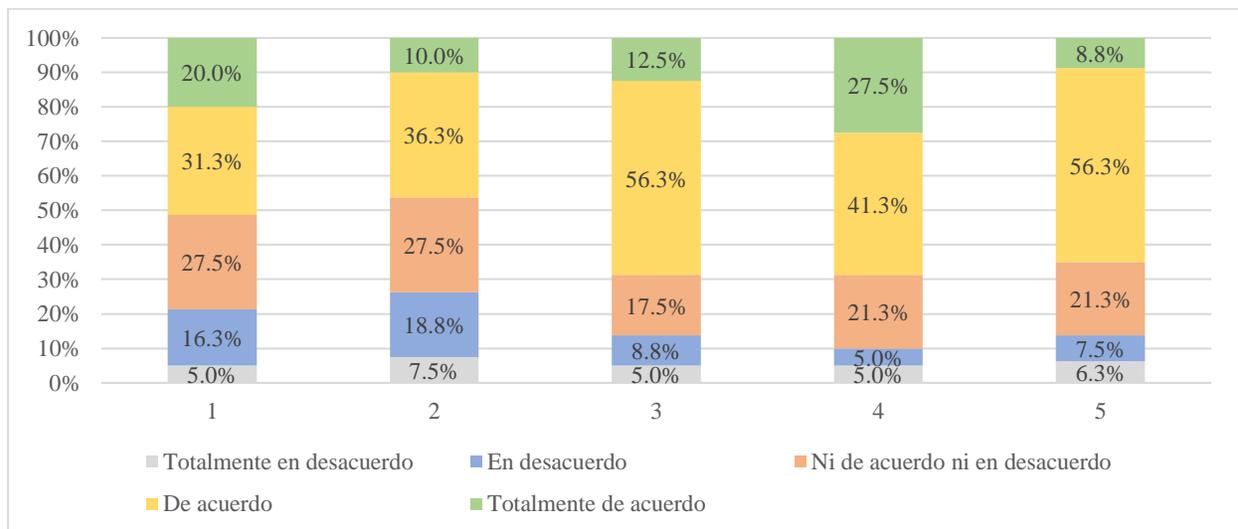
Dimensión fiabilidad según preguntas

Dimensión fiabilidad		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
Considera adecuado el tiempo de espera para ser atendido. (rapidez)	1	<i>f</i>	8	26	44	50	32
		%	5,0%	16,3%	27,5%	31,3%	20,0%
Cuando no entiende un trámite o tiene problema para solucionarlo, la Sunarp muestra interés en solucionarlo. (precisión)	2	<i>f</i>	12	30	44	58	16
		%	7,5%	18,8%	27,5%	36,3%	10,0%
La Sunarp se preocupa de hacer conocer los plazos establecidos, para cada trámite. (precisión)	3	<i>f</i>	8	14	28	90	20
		%	5,0%	8,8%	17,5%	56,3%	12,5%
El personal de informe le indica con claridad sobre el trámite que usted necesita realizar. (comunicación)	4	<i>f</i>	8	8	34	66	44
		%	5,0%	5,0%	21,3%	41,3%	27,5%
Le prestan interés cuando efectúa preguntas sobre tramites (comunicación)	5	<i>f</i>	10	12	34	90	14
		%	6,3%	7,5%	21,3%	56,3%	8,8%

Nota: Elaboración propia.

Figura 19

Dimensión fiabilidad según pregunta



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

Sobre la adecuación del tiempo de espera para ser atendido, 5.0% de los usuarios estuvo totalmente en desacuerdo, 16.3% en desacuerdo, 27.5% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 31.3% de acuerdo y 20.0% totalmente de acuerdo. En cuanto al interés mostrado por la Sunarp cuando los usuarios no entienden un trámite o tienen problemas para solucionarlo, 7.5% estuvo totalmente en desacuerdo, 18.8% en desacuerdo, 27.5% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 36.3% de acuerdo y 10.0% totalmente de acuerdo. Respecto a la preocupación de la Zona Registral N° X – Sede Cusco, provincia de Cusco – 2023, por hacer conocer los plazos establecidos para cada trámite, 5.0% estuvo totalmente en desacuerdo, 8.8% en desacuerdo, 17.5% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 56.3% de acuerdo y 12.5% totalmente de acuerdo.

Sobre la claridad con la que el personal de informes indica sobre los trámites necesarios, 5.0% de los usuarios estuvo totalmente en desacuerdo, 5.0% en desacuerdo, 21.3% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 41.3% de acuerdo y 27.5% totalmente de acuerdo. En relación al interés prestado cuando los usuarios hacen preguntas sobre trámites, 6.3% estuvo totalmente en desacuerdo, 7.5% en desacuerdo, 21.3% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 56.3% de acuerdo y 8.8% totalmente de acuerdo.

Los resultados indican que la percepción de los usuarios sobre la fiabilidad en la atención de la Zona Registral N° X – Sede Cusco, provincia de Cusco – 2023 es variada. Se observa una tendencia hacia la afirmación en aspectos como el conocimiento de los plazos de trámites y la atención brindada al hacer preguntas sobre trámites, donde la mayoría de las respuestas se inclinan hacia "de acuerdo" y "totalmente de acuerdo". Sin embargo, hay áreas de mejora, especialmente en la percepción del tiempo de espera y en el interés mostrado por la institución cuando los usuarios

no entienden un trámite o tienen problemas para solucionarlo. Estos aspectos parecen requerir atención para mejorar la satisfacción general del usuario y la eficiencia del servicio.

Tabla 12

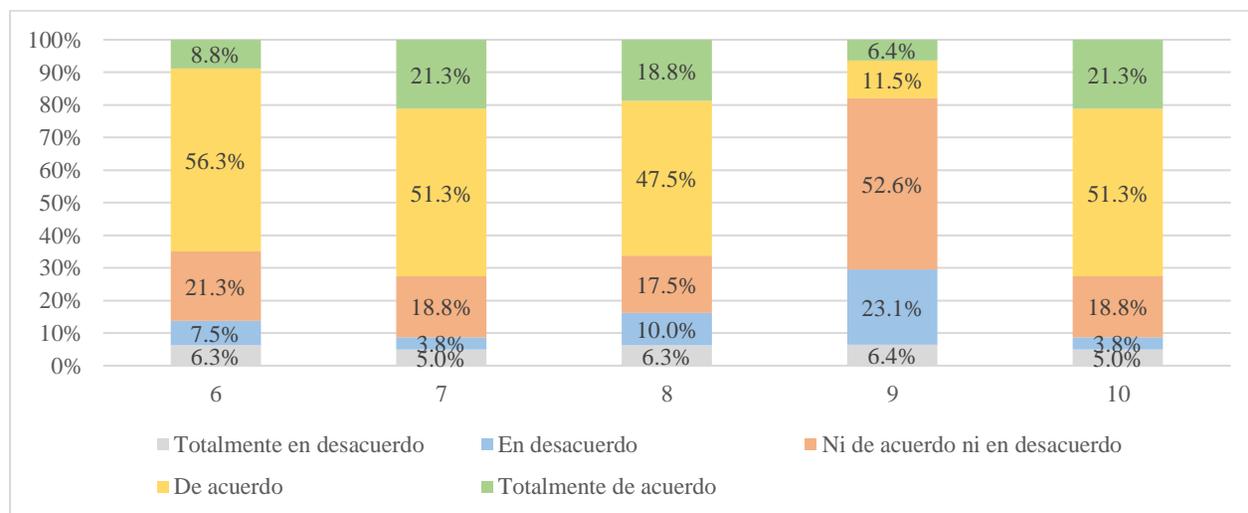
Dimensión actitud según preguntas

Dimensión actitud			Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Los trabajadores de la SUNARP Cusco, muestran interés en ayudarle a resolver sus trámites. (interés)	6	f	10	12	34	90	14
		%	6,3%	7,5%	21,3%	56,3%	8,8%
Los trabajadores muestran predisposición y trato amable cuando solicita el servicio. (buena predisposición)	7	f	8	6	30	82	34
		%	5,0%	3,8%	18,8%	51,3%	21,3%
Usted percibe claridad en la explicación de trámite y procesos que se aplican en la Sunarp. (buena predisposición)	8	f	10	16	28	76	30
		%	6,3%	10,0%	17,5%	47,5%	18,8%
Usted percibió la atención en quechua a usuarios quechuahablantes. (idioma)	9	f	10	36	82	18	10
		%	6,4%	23,1%	52,6%	11,5%	6,4%
Usted percibió comprensión de parte de los trabajadores de la SUNAR Cusco. (empatía)	10	f	8	6	30	82	34
		%	5,0%	3,8%	18,8%	51,3%	21,3%

Nota: Elaboración propia.

Figura 20

Dimensión actitud según preguntas



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

Respecto al interés de los trabajadores de la Zona Registral N° X – Sede Cusco, provincia de Cusco – 2023, en ayudar a resolver trámites, 6.3% de los usuarios estuvo totalmente en desacuerdo, 7.5% en desacuerdo, 21.3% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 56.3% de acuerdo y 8.8% totalmente de acuerdo.

Sobre la predisposición y trato amable al solicitar el servicio, 5.0% estuvo totalmente en desacuerdo, 3.8% en desacuerdo, 18.8% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 51.3% de acuerdo y 21.3% totalmente de acuerdo.

En cuanto a la claridad en la explicación de trámites y procesos, 6.3% estuvo totalmente en desacuerdo, 10.0% en desacuerdo, 17.5% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 47.5% de acuerdo y 18.8% totalmente de acuerdo.

Respecto a la atención en quechua para usuarios quechuahablantes, 6.4% estuvo totalmente en desacuerdo, 23.1% en desacuerdo, 52.6% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 11.5% de acuerdo y 6.4% totalmente de acuerdo.

Sobre la percepción de comprensión por parte de los trabajadores de la Sunarp Cusco, 5.0% estuvo totalmente en desacuerdo, 3.8% en desacuerdo, 18.8% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 51.3% de acuerdo y 21.3% totalmente de acuerdo.

Los resultados muestran una percepción generalmente positiva de la actitud de los trabajadores de la Sunarp Cusco, especialmente en términos de predisposición y trato amable, así como en la comprensión mostrada hacia los usuarios. Sin embargo, hay aspectos que podrían mejorar, como la claridad en la explicación de trámites y procesos, y la atención en quechua a usuarios quechuahablantes, donde una proporción considerable de usuarios se ubicó en las categorías de "ni de acuerdo ni en desacuerdo" y "en desacuerdo".

Esto sugiere que, aunque la actitud del personal es mayormente positiva, hay áreas específicas, especialmente en la comunicación y en el servicio a grupos lingüísticos específicos, que requieren atención y mejora para asegurar una experiencia de servicio al cliente más inclusiva y efectiva.

Tabla 13

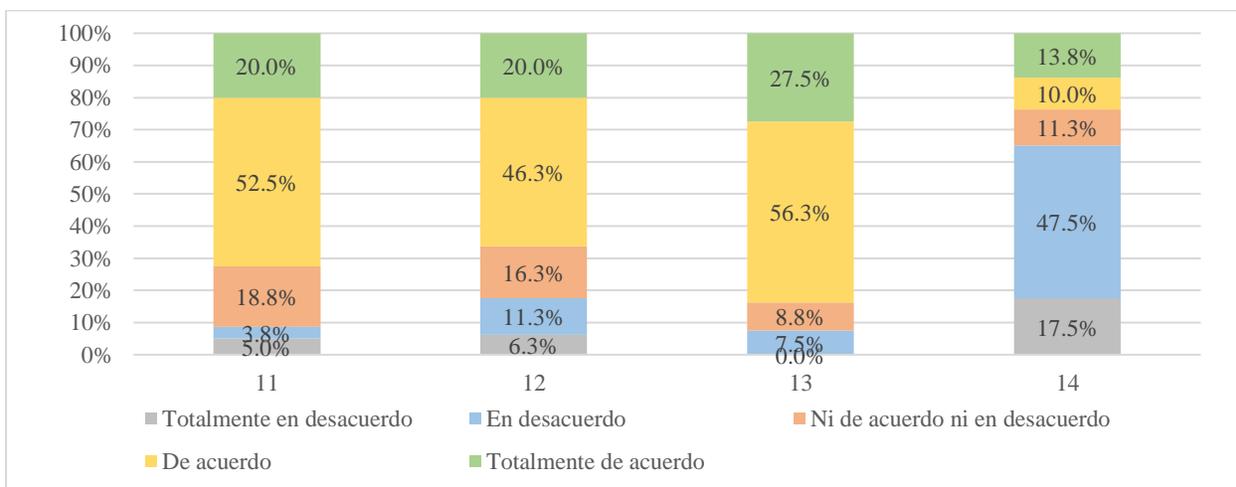
Dimensión amabilidad según preguntas

Dimensión amabilidad			Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Los trabajadores que le atendieron le inspiraron confianza. (confianza)	11	f	8	6	30	84	32
		%	5,0%	3,8%	18,8%	52,5%	20,0%
Percibe usted que los trabajadores, muestran interés en la atención que le brindan. (confianza)	12	f	10	18	26	74	32
		%	6,3%	11,3%	16,3%	46,3%	20,0%
. En los trámites que realizó, ha sido tratado con respeto y amabilidad. (respeto)	13	f	0	12	14	90	44
		%	0,0%	7,5%	8,8%	56,3%	27,5%
Ha recibido algún tipo de maltrato en los trámites que ha realizado en la Sunarp. (respeto)	14	f	28	76	18	16	22
		%	17,5%	47,5%	11,3%	10,0%	13,8%

Nota: Elaboración propia.

Figura 21

Dimensión amabilidad según preguntas



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

Sobre si los trabajadores inspiraron confianza, 5.0% de los usuarios estuvo totalmente en desacuerdo, 3.8% en desacuerdo, 18.8% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 52.5% de acuerdo y 20.0% totalmente de acuerdo.

En relación a si los trabajadores muestran interés en la atención que brindan, 6.3% estuvo totalmente en desacuerdo, 11.3% en desacuerdo, 16.3% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 46.3% de acuerdo y 20.0% totalmente de acuerdo.

Respecto al trato con respeto y amabilidad en los trámites, ningún usuario estuvo totalmente en desacuerdo, 7.5% en desacuerdo, el 8.8% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 56.3% de acuerdo y 27.5% totalmente de acuerdo.

Sobre si han recibido algún tipo de maltrato en los trámites, 17.5% estuvo totalmente en desacuerdo, 47.5% en desacuerdo, 11.3% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 10.0% de acuerdo y 13.8% totalmente de acuerdo.

Los resultados indican que la percepción de la amabilidad en la atención de la Sunarp Cusco es en general positiva. La mayoría de los usuarios siente que son tratados con respeto y amabilidad, y que los trabajadores inspiran confianza. Sin embargo, existe una minoría significativa de usuarios que percibe falta de interés en la atención brindada o incluso han sentido algún tipo de maltrato.

El alto porcentaje de usuarios que no estuvo de acuerdo con haber recibido maltrato es alentador, aunque el hecho de que un 13.8% afirmara haber experimentado maltrato es un área de preocupación. Este aspecto requiere una atención especial para garantizar que todos los usuarios reciban un trato digno y respetuoso. La mejora continua en la formación del personal en

habilidades de servicio al cliente y en la sensibilización sobre el trato a los usuarios puede ayudar a mejorar estas percepciones y asegurar una experiencia positiva para todos los usuarios.

Tabla 14

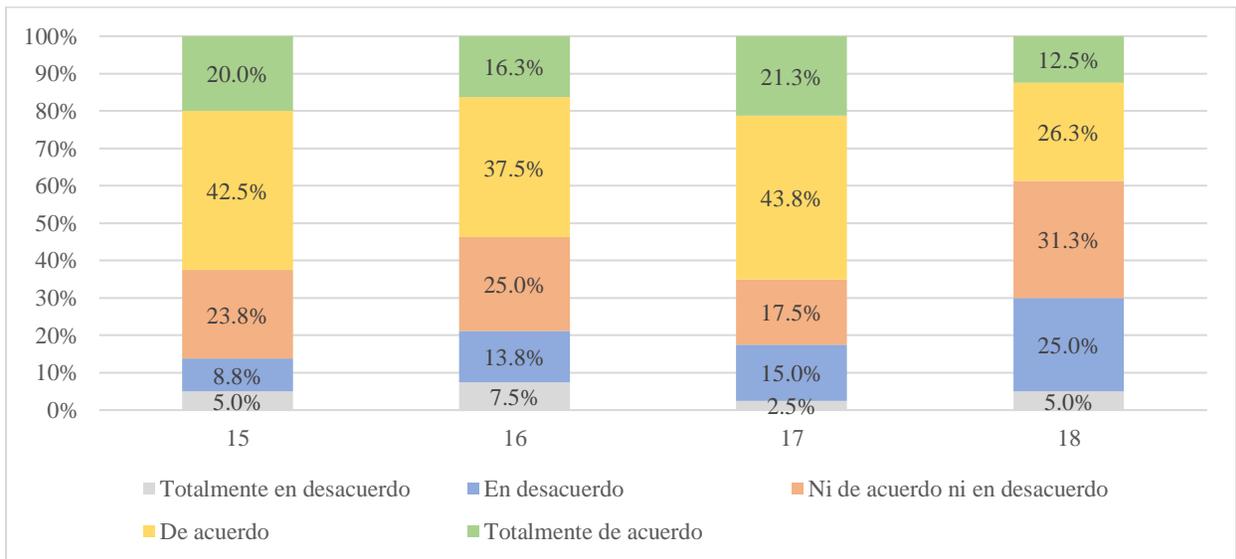
Dimensión aspectos tangibles según preguntas

Dimensión aspectos tangibles			Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
La Sunarp cuenta con facilidades de acceso, instalaciones y áreas adecuadas. (instalaciones)	15	f	8	14	38	68	32
		%	5,0%	8,8%	23,8%	42,5%	20,0%
Los trabajadores están adecuadamente identificados (fotocheck, uniforme, etc). (presencia)	16	f	12	22	40	60	26
		%	7,5%	13,8%	25,0%	37,5%	16,3%
Usted apreció la utilización de comunicación visual y letreros acorde a sus necesidades. (materiales de comunicación)	17	f	4	24	28	70	34
		%	2,5%	15,0%	17,5%	43,8%	21,3%
La comunicación visual mediante letreros incluye comunicación en quechua. (materiales de comunicación)	18	f	8	40	50	42	20
		%	5,0%	25,0%	31,3%	26,3%	12,5%

Nota: Elaboración propia.

Figura 22

Dimensión aspectos tangibles según preguntas



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

Sobre las facilidades de acceso, instalaciones y áreas adecuadas de la Zona Registral N° x – Sede Cusco - 2023, 5.0% de los usuarios estuvo totalmente en desacuerdo, 8.8% en desacuerdo, 23.8% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 42.5% de acuerdo y 20.0% totalmente de acuerdo.

En relación a si los trabajadores están adecuadamente identificados, 7.5% estuvo totalmente en desacuerdo, 13.8% en desacuerdo, 25.0% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 37.5% de acuerdo y 16.3% totalmente de acuerdo.

Respecto a la utilización de comunicación visual y letreros acorde a las necesidades de los usuarios, 2.5% estuvo totalmente en desacuerdo, 15.0% en desacuerdo, 17.5% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 43.8% de acuerdo y 21.3% totalmente de acuerdo.

Sobre la inclusión de comunicación en quechua en los letreros visuales, 5.0% estuvo totalmente en desacuerdo, 25.0% en desacuerdo, 31.3% ni de acuerdo ni en desacuerdo, 26.3% de acuerdo y 12.5% totalmente de acuerdo.

Los resultados muestran una percepción mixta de los usuarios sobre los aspectos tangibles de la calidad de atención en la Zona Registral N° X – Sede Cusco, provincia de Cusco -2023. Mientras que una parte significativa de los usuarios está de acuerdo o totalmente de acuerdo en que la institución cuenta con instalaciones adecuadas y utiliza efectivamente materiales de comunicación visual, todavía hay un número considerable de usuarios que no están satisfechos con estos aspectos.

Particularmente, la inclusión de la comunicación en quechua en los letreros visuales es un área que parece requerir atención, ya que una proporción importante de usuarios no está completamente satisfecha con este aspecto. Esto sugiere la necesidad de mejorar la accesibilidad y la inclusión en las instalaciones, especialmente para satisfacer las necesidades de una población

diversa, incluyendo a aquellos que hablan quechua. Mejorar estos aspectos tangibles puede contribuir significativamente a la percepción general de la calidad del servicio y la satisfacción del usuario.

Tabla 15

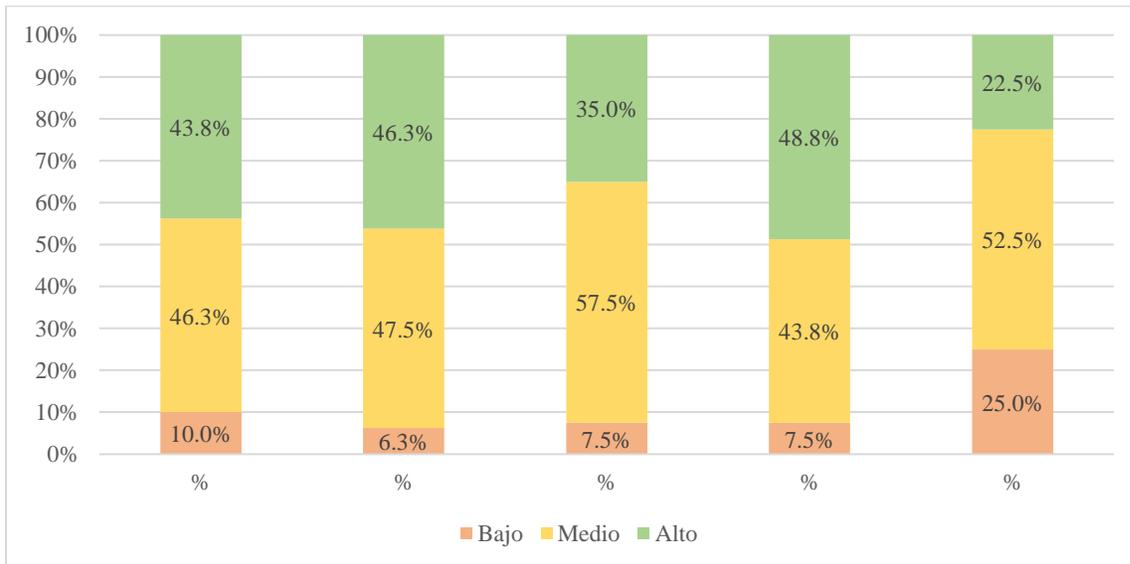
Descripción de la variable dependiente calidad de atención y sus dimensiones

Calidad de atención por dimensión		Bajo	Medio	Alto
Fiabilidad	f	16	74	70
	%	10,0%	46,3%	43,8%
Actitud	f	10	76	74
	%	6,3%	47,5%	46,3%
Amabilidad	f	12	92	56
	%	7,5%	57,5%	35,0%
Aspectos tangibles	f	12	70	78
	%	7,5%	43,8%	48,8%
Calidad de atención	f	40	84	36
	%	25,0%	52,5%	22,5%

Nota: Elaboración propia.

Figura 23

Descripción de la variable dependiente de calidad de atención y sus dimensiones



Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

Los resultados de la variable dependiente calidad de atención con respecto a sus dimensiones son:

Para la dimensión fiabilidad indican que 10.0% de los usuarios calificó la fiabilidad como baja, 46.3% como media, y 43.8% como alta. Esto sugiere que, aunque hay un nivel satisfactorio de fiabilidad en la atención, hay espacio para mejorar.

La actitud fue calificada por la mayoría, 47.5%, como media, seguida por 46.3% que la calificó como alta y solo 6.3% como baja. Esto indica una percepción generalmente positiva de la actitud del personal.

En cuanto a la amabilidad 57.5% la calificó como media, 35.0% como alta, y 7.5% como baja. Aunque la mayoría percibe una amabilidad adecuada, hay margen para mejorarla.

Los aspectos tangibles fueron calificados por 48.8% de los usuarios como altos, 43.8% como medios, y 7.5% como bajos. Esto indica una percepción positiva general de los aspectos físicos y tangibles de la atención.

Por último, la variable calidad de atención en la evaluación general, obtuvo 25.0% que percibió la calidad de atención como baja, 52.5% como media y 22.5% como alta. Esto muestra que, mientras la mayoría califica la calidad de atención como aceptable, una proporción considerable la encuentra deficiente.

Los resultados reflejan una percepción mixta de la calidad de atención en la Sunarp Cusco. Aunque hay aspectos como la actitud y los aspectos tangibles que se perciben de manera positiva, áreas como la fiabilidad y especialmente la calificación general de la calidad de atención sugieren que hay un margen significativo para mejoras. La percepción de una calidad de atención baja por un cuarto de los usuarios es un indicador importante para que la institución revise y mejore sus

servicios. Esto podría incluir enfocarse en mejorar la consistencia en la fiabilidad y la amabilidad, así como asegurar que todos los aspectos de la atención cumplan con las expectativas de los usuarios para mejorar su experiencia general.

Variables de cultura organizacional y calidad de atención

En relación con el objetivo general se presentan los resultados de la correlación entre las dos variables; cultura organizacional y calidad de atención, mediante el estadístico Rho de Spearman, utilizando dos poblaciones distintas una de trabajadores y otra de usuarios, de esta manera obtenemos información sobre su significancia e intensidad.

Población de Trabajadores: El análisis de la cultura organizacional se basó en las percepciones y experiencias de los empleados de la Sunarp Cusco. Este grupo proporciona información crucial sobre las dinámicas internas, las políticas de liderazgo, motivación, valores, costumbres, organización y comunicación interna de la institución.

Población de Usuarios: La evaluación de la calidad de atención se realizó a partir de las experiencias y percepciones de los usuarios que interactúan con las oficinas de la Zona Registral N° X - Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023. Estos usuarios pueden ofrecer retroalimentación valiosa sobre la eficacia, eficiencia, amabilidad y tangibilidad del servicio que reciben.

Dado que las dos poblaciones representan perspectivas diferentes, pero igualmente importantes (interna y externa) sobre la organización, el análisis por grupos permite una comprensión más holística y matizada de cómo la cultura organizacional interna impacta en la calidad de atención percibida por los usuarios externos.

Al tomar como unidad de análisis a las oficinas y además desglosar la oficina central de Manco Inca en cinco grupos según los servicios brindados, se reconoce que diferentes áreas o servicios pueden tener distintas culturas organizacionales o niveles de calidad en la atención. Esto

es importante porque permite identificar áreas específicas de fortaleza y oportunidad dentro de la misma organización, lo que puede guiar estrategias de mejora más efectivas y dirigidas a los públicos interno y externo.

Tabla 16

Correlación de las dimensiones de variable independiente y variable dependiente

Rho de Spearman		Calidad de atención
Liderazgo	R	0,385
	Sig.	0,306
	N	9
Motivación	R	,887**
	Sig.	0,001
	N	9
Valores	R	0,462
	Sig.	0,210
	N	9
Costumbres	R	0,570
	Sig.	0,109
	N	9
Organización	R	-0,201
	Sig.	0,604
	N	9
Comunicación interna	R	0,509
	Sig.	0,162
	N	9

Nota: Elaboración propia.

Interpretación:

En la correlación entre las variables de la cultura organizacional y la calidad de atención en la Zona Registral N° X - Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023, se observan diferentes grados de relación. La dimensión de liderazgo muestra una correlación moderada con un coeficiente de 0,385 con la calidad de atención, pero su significancia de 0,306 indica que esta correlación no es estadísticamente significativa en la muestra de nueve observaciones.

Por otro lado, la motivación destaca con una correlación muy fuerte y un coeficiente de 0,887, siendo estadísticamente significativa con una significancia de 0,001. Esto subraya la motivación como un factor crucial que influye significativamente en la calidad de atención.

La dimensión de valores presenta una correlación moderada, con un coeficiente de 0,462, pero al igual que en el caso del liderazgo, esta correlación no es estadísticamente significativa en la muestra dada, con una significancia de 0,210.

Las costumbres muestran una correlación razonablemente fuerte, con un coeficiente de 0,570. Sin embargo, su significancia de 0,109, aunque sugiere una tendencia, no alcanza el umbral convencional para ser considerada estadísticamente significativa.

En cuanto a la organización, la correlación es negativa, con un coeficiente de -0,201, y no es estadísticamente significativa, teniendo una significancia de 0,604. Esto implica que no se detecta una relación clara entre la organización y la calidad de atención en esta muestra.

Finalmente, la comunicación interna tiene una correlación moderada con la calidad de atención, con un coeficiente de 0,509. Su significancia de 0,162 no es lo suficientemente baja para ser considerada estadísticamente significativa en esta muestra, pero sugiere una tendencia que podría ser más explorada en investigaciones más amplias.

5.1.3. Cultura organizacional y calidad de atención

El objetivo general de la investigación fue determinar la influencia de la cultura organizacional en la calidad de atención a los usuarios de la Zona Registral N° X - Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023. Los resultados de la correlación de Spearman muestran una relación entre la cultura organizacional y la calidad de atención.

Tabla 17*Correlación de cultura organizacional y calidad de atención*

Rho de Spearman		Cultura Organizacional	Calidad de atención
Cultura Organizacional	R	1,000	0,667*
	Sig.		0,050
	N	9	9
Calidad de atención	R	0,667*	1,000
	Sig.	0,050	
	N	9	9

Nota: Elaboración propia.**Interpretación:**

Se observa un coeficiente de correlación de 0,667 entre la cultura organizacional y la calidad de atención, lo cual indica una correlación positiva moderadamente fuerte. Este resultado es estadísticamente significativo, con una significancia bilateral de 0,050, justo en el umbral convencional para la significancia estadística (usualmente establecido en 0,05). Esto implica que hay una probabilidad del 5% de que la correlación observada se deba al azar.

La correlación significativa de 0,667 sugiere que existe una influencia notable de la cultura organizacional en la calidad de atención en la Zona Registral N° X - Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023. A medida que la cultura organizacional se percibe más positivamente, parece haber una mejora correspondiente en la calidad de atención a los usuarios.

Este hallazgo es importante para la gestión y planificación estratégica dentro de la Zona Registral N° X - Sede Cusco, provincia de Cusco – 2023. Indica que iniciativas o programas destinados a mejorar aspectos de la cultura organizacional, como la motivación, la comunicación interna y los valores, podrían tener un impacto directo y positivo en la calidad de atención que reciben los usuarios. La investigación, por lo tanto, proporciona evidencia empírica que respalda

la inversión en el desarrollo de una cultura organizacional fuerte y positiva como una vía para mejorar la calidad de atención al usuario.

5.2 Discusión de resultados

Uno de los hallazgos más notables de la investigación es la correlación positiva y moderada entre la cultura organizacional y la calidad de atención. Esto subraya la importancia de una cultura organizacional robusta y enfocada en el servicio como un factor determinante en la percepción y satisfacción del usuario. La cultura organizacional no solo afecta el ambiente interno, sino que también se refleja en la calidad de atención brindada a los usuarios.

La motivación del personal emergió como el componente más influyente de la cultura organizacional en relación con la calidad de atención. Este hallazgo indica que las estrategias destinadas a mejorar la motivación del trabajador pueden tener un impacto significativo en la percepción de servicio al usuario. El compromiso y la satisfacción de los trabajadores son cruciales para mejorar la interacción con los usuarios y la eficacia de la atención.

Los resultados de la encuesta a los usuarios revelaron que mientras ciertos aspectos de la calidad de atención, como la amabilidad y los aspectos tangibles, fueron percibidos positivamente, otros elementos como la fiabilidad y la actitud necesitaban mejoras. Esto sugiere que las estrategias de mejora deben ser multidimensionales y centrarse en áreas específicas para elevar la experiencia general del usuario.

Aunque la comunicación interna no mostró una correlación estadísticamente significativa con la calidad de atención, la tendencia observada sugiere su relevancia potencial. Una comunicación interna efectiva es fundamental para mantener a los trabajadores informados, comprometidos y alineados con los objetivos de la organización, lo que a su vez puede influir en la calidad de atención.

La correlación negativa y no significativa entre la organización y la calidad de atención indica que no se detectó una relación clara en esta muestra. Esto podría sugerir que, aunque la estructura y los procesos organizativos son importantes, por sí solos no garantizan una mayor calidad de atención. Este hallazgo podría impulsar un análisis más profundo para entender cómo diferentes aspectos de la organización impactan en la experiencia del usuario.

Además de ello, la presente investigación sobre la influencia de la cultura organizacional en la calidad de atención al usuario de la Zona Registral N° X - Sede Cusco, provincia de Cusco – 2023, encuentra concordancia y contraste significativo con los antecedentes de investigación tanto a nivel internacional, nacional y local.

Los estudios de Gabriela Lanás y Juan Chang reflejan la importancia de una cultura organizacional saludable y su impacto en la satisfacción laboral y la calidad de servicio, alineándose con nuestros hallazgos que concuerdan con los estudios efectuados quienes manifiestan sobre la importancia de la motivación y la comunicación interna. Esto subraya un patrón consistente a nivel global: una cultura organizacional positiva es esencial para mejorar la satisfacción y la productividad de los trabajadores, lo cual se traduce en una mejor calidad de atención al usuario.

Por otro lado, los trabajos de Yuri Baca y Juan Carlos Chumacero en el contexto peruano, enfatizan la comunicación y la satisfacción laboral, corroboran nuestra observación sobre la necesidad de fortalecer la comunicación interna y la motivación para mejorar la calidad de atención.

Jessica Padilla y Candy Condori resaltan la cultura organizacional como un factor clave en la integridad y efectividad del servicio público. Esto concuerda con nuestros hallazgos en cuanto

a la influencia de la cultura organizacional en la calidad de atención y sugiere una relación más amplia y profunda entre cultura organizacional y rendimiento institucional.

Los estudios de Cesar Marquina sobre la inseguridad de los colaboradores respecto a su alineación con la cultura organizacional y su impacto en la atención al cliente ofrecen una visión complementaria. Reflejan la necesidad de una comprensión y compromiso más profundos con la cultura organizacional para mejorar la calidad del servicio.

Mientras que la mayoría de los antecedentes enfatizan la relación entre la cultura organizacional y la satisfacción laboral, nuestra investigación pone en relieve directamente la relación entre la cultura organizacional y la calidad de atención al usuario. Esto amplía la comprensión de cómo la cultura interna de una organización no solo afecta a los trabajadores sino también a los usuarios.

El aporte que realiza esta investigación, es de fomentar la cultura organizacional y su relación que implica una buena calidad de atención.

5.3 Proyecto de mejora en la calidad de la cultura organizacional

5.3.1 Diagnóstico

Basado en los hallazgos de la investigación, se identificó que la motivación de los trabajadores y la comunicación interna son aspectos críticos de la cultura organizacional que influyen directamente en la calidad de atención al usuario. Se observa una necesidad de fortalecer estos elementos para mejorar la calidad de atención al usuario.

5.3.2 Metas

La implementación de esta propuesta para la aplicación de nuevas estrategias de cultura organizacional, busca mejorar y establecer el servicio de atención de los trabajadores de la

Zona Registral N° X, sede Cusco, provincia de Cusco – 2024. a los usuarios, generando satisfacción al momento de realizar los trámites registrales.

5.3.3 Objetivo

Objetivo General: Fortalecer la cultura organizacional en la Zona Registral N° X – Sede Cusco para mejorar la calidad de atención al usuario, considerando los resultados de la encuesta de cultura organizacional y calidad de atención.

Objetivos Específicos:

- Mejorar la motivación y el compromiso del personal a través de programas de reconocimiento y desarrollo profesional.
- Establecer canales de comunicación interna efectivos para garantizar una información clara y coherente en la Zona Registral N° X – Sede Cusco, provincia de Cusco – 2024..
- Fomentar un ambiente de trabajo colaborativo y de apoyo mutuo.

5.3.4 Aplicación de estrategias

La aplicación de nuevas estrategias de la cultura organizacional para mejorar la calidad de atención comprende las siguientes:

- Mejora de la Comunicación Interna: Crear una plataforma interna de comunicación, o una intranet, para compartir noticias, políticas y reconocimientos.
- Implementación de dinámicas de grupo.
- Implementación de boletín informativo online exclusivo de la Zona Registral N° X – Sede Cusco, provincia Cusco – 2024.

- Ejecutar capacitaciones relacionadas al bienestar integral: físico, psicológico y social para los trabajadores de atención al usuario de la Zona Registral N° X – sede Cusco, provincia de Cusco – 2024, con el propósito de fomentar y difundir el conocimiento actualizado y de aplicación en la vida de los trabajadores.
- Capacitaciones laborales a todos los trabajadores de la organización.
- Capacitar y fomentar la integración interpersonal.

5.3.5 Cronograma

Tabla 18

Cronograma de actividades de la aplicación de estrategias

N° DE ACCIÓN	DENOMINACIÓN	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
1	Mejora de la Comunicación Interna: Crear una plataforma interna de comunicación, o una intranet, para compartir noticias, políticas y reconocimientos.										
2	Implementación de actividades de recreación y relajación.										
3	Implementación de boletín informativo online exclusivo de la Zona Registral N° X – Sede Cusco.										
4	Ejecutar capacitaciones relacionadas al bienestar integral: físico, psicológico y social para los trabajadores de atención al usuario de la Zona Registral N° X – Sede Cusco, con el propósito de fomentar y difundir el conocimiento actualizado y de aplicación en la vida de los trabajadores.										
5	Capacitaciones laborales a todos los trabajadores de la organización.										
6	Fomentar la integración interpersonal.										

Nota: Elaboración propia.

5.3.6 Presupuesto

Tabla 19

Presupuesto de la aplicación de estrategias

ITEM	ACTIVIDADES	TIEMPO	COSTO
Mejora de la comunicación interna	Implementar una plataforma de comunicación interna digital o intranet.	4 talleres presenciales S/500.00	S/2,000.00
Implementar actividades de recreación y relajación	Realizar actividades fuera del trabajo.	Cada 3 meses S/ 1,500.00	S/ 4,500.00
Implementación de boletín informativo online exclusivo de la Zona Registral N° X – Sede Cusco, provincia Cusco – 2024.	Dar a conocer las diferentes actividades de la organización y así dar a conocer las diferentes actividades que se desarrollará.	Una vez implementado, funcionara todos los meses.	S/3,000.00
Ejecutar capacitaciones relacionadas al bienestar integral: físico, psicológico y social para los trabajadores de atención al usuario de la Zona Registral N° X – sede Cusco, provincia de Cusco – 2024	Se realizará actividades y charlas dirigida por los profesionales especialistas.	Se realizará 4 veces al año	S/2,400.00
Capacitaciones laborales a todos los trabajadores de la organización.	Se realizará capacitaciones dirigida por especialistas	se desarrollará 2 veces al año S/ 1,500	S/3,000.00
Fomentar la integración interpersonal.	Actividades de Team Building (trabajo en equipo)	Tres meses al año. S/ 1,000	S/3,000.00
TOTAL			S/17,900.00

Nota: Elaboración propia.

CONCLUSIONES

PRIMERA:

De acuerdo a nuestro objetivo general se concluye que existe una influencia significativa de la cultura organizacional en la calidad de atención a los usuarios de la Zona Registral N° X - Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023. Asimismo, se encontró una correlación positiva y moderada entre estas dos variables, lo que sugiere que una mejora en la cultura organizacional pueda conducir a un incremento en la calidad de atención al usuario. Esto resalta la importancia de desarrollar y mantener una cultura organizacional sólida y positiva como un medio para mejorar la experiencia del usuario.

SEGUNDA:

De acuerdo a nuestro primer objetivo específico se concluye que la cultura organizacional que se aplica en la Zona Registral N° X - Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023 en efecto es insuficiente.

TERCERA:

Con relación al segundo objetivo específico se concluye que las percepciones de calidad de atención al usuario en la Zona Registral N° X - Sede Cusco, provincia de cusco – 2023 son variadas, con puntos fuertes en amabilidad, en donde 57.5% la calificó como media, aunque la mayoría percibe una amabilidad adecuada, hay margen para mejorarla.

En correlación a los aspectos tangibles fueron calificados por 48.8% de los usuarios como altos, esto indica una percepción positiva general de los aspectos físicos y tangibles de la atención. Mientras que áreas como la fiabilidad y la actitud necesitan mejoras. Esto indica que, aunque hay aspectos del servicio que se perciben positivamente, existen oportunidades significativas de mejora en otros.

CUARTA:

De acuerdo a nuestro tercer objetivo específico, se determina que la aplicación de nuevas estrategias de cultura organizacional logrará influir de manera significativa en la calidad de atención al usuario de la Zona Registral N° X – Sede Cusco, provincia de Cusco – 2023, centradas en fortalecer la motivación y la comunicación interna, dado su impacto positivo en la calidad de atención. Estrategias como la formación en habilidades de servicio al usuario y la mejora de la comunicación interna podrán ser efectivas para elevar la calidad de atención al usuario.

RECOMENDACIONES

1. Dada la influencia significativa de la cultura organizacional en la calidad de atención, se recomienda a la Zona Registral N° X Sede Cusco, provincia de Cusco, promover el fortalecimiento de procesos de motivación al personal, mediante algunas acciones como ubicarlos en el puesto de trabajo correcto, otorgarles las herramientas necesarias para cumplir sus funciones, robustecer las relaciones interpersonales entre equipos de trabajo y áreas de atención al público, mejorar las oportunidades de desarrollo laboral, que le permita consolidar el adecuado servicio a los usuarios, propiciando además acciones de reconocimiento por el trabajo desarrollado, situación que incrementará su sentimiento de identificación con la institución.
2. La aplicación de la cultura organizacional en la Zona Registral N° X Sede Cusco, sugiere que, aunque la organización cuenta con bases sólidas en varias áreas, hay oportunidades significativas de mejora, especialmente en fomentar un liderazgo más efectivo y aumentar la motivación y satisfacción general de los trabajadores. Es por eso que se debe optimizar la comunicación interna, mediante reuniones de trabajo, coordinación de equipos y áreas de atención al público; así como, hacer uso de plataformas digitales, con el objetivo de fomentar una mayor participación de sus trabajadores, mediante el proceso bidireccional permanente, fluido, medible, participativo, inclusivo y consensuado. Estas actividades podrían ser canalizadas por la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional.

3. Para mejorar la percepción de la calidad de atención, se recomienda a la Zona Registral N° X Sede Cusco, la aplicación periódica de encuestas de calidad dirigida a los usuarios, mediante las cuales se puedan identificar los puntos críticos de atención, y que permitan adoptar medidas de corrección en beneficio de la propia organización, usuarios y trabajadores de la misma.
4. Como resultado de nuestra investigación, consideramos conveniente recomendar a la Zona Registral N° X Sede Cusco, provincia de Cusco, que evalúen sus procesos de aplicación de nuevas estrategias de cultura organizacional en la calidad de atención al usuario.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguirre, A. (2000). *La cultura de las organizaciones*. Editorial Ariel.
- Albrecht, K., & Lawrence, B. (1990). *La excelencia en el servicio*. Bogotá: Fondo Editorial Legis.
- Alles, M. (2006). *Dirección estratégica de recursos humanos*. Buenos Aires: Ediciones Gránica.
- Álvarez, I. (2006). *Introducción a la calidad: Aproximación a los sistemas de gestión y herramientas de calidad* (Primera ed.). Madrid: Ideas propias Editorial.
- Archivo General de la Nación. (2016). *Cultura organizacional y sus efectos en la administración de archivos*. México: Primera Edición, Archivo General de la Nación.
https://iibi.unam.mx/archivistica/InterPARES_3_020617.pdf
- Azevedo, R. (2007). *Understanding the complex nature of self-regulatory processes in learning with computer-based learning environments: An introduction*. . Metacognition and Learning.
- Baca, Y. (2021). *Influencia de la Cultura Organizacional en la satisfacción laboral de los colaboradores de Sunarp Oficina Registral de Cajamarca, Universidad Nacional de Cajamarca, Perú*. Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Cajamarca.
<https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14074/5366/Tesis%20Yuri%20Baca.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación* (Tercera ed.). Ciudad de México: Grupo Editorial Patria.
- Ballesteros, S. (2000). *Psicología de la atención*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Blanco, A. (2007). *Atención al cliente* (Tercera ed.). Madrid: Editorial Pirámide.
- Camisón, C., Cruz, S., & Gonzales, T. (2007). *Gestión de la calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Pearson.

- Cantillo, E. (2011). *La cultura organizacional. Enfoque de calidad total*. Bogotá: Editorial Universidad del Norte.
- Carrasco, S. (2009). *Metodología de investigación científica: Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. Lima: Editorial San Marcos.
- Cesar, M. (2017). *La Cultura Organizacional en los trabajadores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santo Domingo de Guzmán en la agencia Quillabamba, Universidad Andina del Cusco, Perú*. Tesis de Pregrado, Universidad Andina del Cusco. https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/1823/Cesar_Tesis_bachiller_2017.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Chang, J. (2014). *Atención al cliente en los servicios de la Municipalidad de Malacatán, San Marcos. Universidad Rafael Landívar, Quetzaltenango*. Tesis pregrado, Universidad Rafael Landivar. <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Chang-Juan.pdf>
- Chiavenato, I. (1999). *Administración de Recursos Humanos*. McGraw-Hill.
- Chiavenato, I. (2000). *Administración de Recursos Humanos*. Bogotá: Editorial McGraw Hill.
- Chiavenato, I. (2009). *Comportamiento Organizacional, la dinámica del éxito en las organizaciones* (Segunda ed.). Ciudad de México: Editorial McGraw - Hill.
- Chiavenato, I. (2011). *Administración de Recursos Humanos: El capital humano de las Organizaciones* (Novena ed.). Bogotá: Editorial McGraw - Hill.
- Chinchilla, K. (s.f.). *Perspectiva teórica y construcción del marco teórico*. Universidad Nacional Autónoma de Honduras. Unidad de investigación científica.
- Chumacero, J. (2014). *La satisfacción laboral de los empleados del área de publicidad de la gerencia de personas jurídicas de la SUNARP, zona registral IX - Sede Lima, 2014, Universidad Cesar Vallejo, Perú*. Tesis de maestría, Universidad César Vallejo.

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/10516/Chumacero_CJC.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Condori, C. (2018). *Cultura Organizacional en los servidores administrativos de la Dirección Regional de la Producción de la Provincia de Tambopata, Cusco – Perú*. Tesis de Pregrado, Universidad Andina del Cusco.

https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/2427/Candy_Tesis_bac_hiller_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Dandridge, T., Mitroff, I., & Joyce, W. (1980). *Organizational symbolism: A topic to expand organizational analysis*. *Academy of management review*.
<https://doi.org/10.5465/amr.1980.4288894>

De Castro, A. (2015). *Manual Práctico de Comunicación Organizacional* (Primera ed.). Bogotá: Editorial Universidad del Norte.

De Souza, A. (1998). *Cultura Organizacional*. P.A. & Partners.

Deming, E. (1982). *Quality, productivity, and competitive position*. Massachusetts Institute of Technology.

Dzul, M. (s.f.). *Diseño no-experimental*. Hidalgo: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercadotecnia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES38.pdf

Editorial Etecé. (5 de Setiembre de 2020). *Costumbre*. <https://concepto.de/costumbre/>

Editorial Vertice. (2010). *Atención al cliente*. Publicaciones Vértice SL.

Falconi, V. (1994). *Gerenciamiento de la Rutina del Trabajo Cotidiano*. Fundación Christiano Ottoni (Segunda ed.). Río de Janeiro: Bloch Editores.

Feigenbaum, A. (1949). *Quality Control: Principles, Practice and Administration*. McGraw-Hill.

- Fernández, M., & Sánchez, J. (1997). *Eficacia organizacional: concepto, desarrollo y evaluación*. Ediciones Díaz de Santos.
- Franklin, E., & Krieger, M. (2011). *Comportamiento Organizacional - Enfoque para América Latina* (Primera ed.). Ciudad de México: Pearson Educación México.
- Garibaldi, A., Wetzel, U., & Ferreira, V. (2009). *Organizational culture and performance: a Brazilian case*. Management Research News.
- Hernández, R., & Fernández, C. y. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Sexta Edición. McGraw-Hill Interamericana.
- Idalberto, C. (2008). *Gestión del Talento Humano*. México: Tercera Edición. Editorial Mc Graw Hill. <https://jgestiondeltalentohumano.files.wordpress.com/2013/11/gestion-del-talento-humano-idalberto-chiavenato-3th.pdf>
- Ishikawa, K. (1994). *Introducción al Control de calidad*. Díaz de Santos. España.
- Juran, J. (1993). *El Liderazgo Para la Calidad*. Madrid: Primera Edición. Editorial Diaz De Santos.
- Katz, D. (1994). *El enfoque funcional en el estudio de las actitudes*. En *Estudios Básicos de Ciencias Sociales*. España: Editorial Alianza.
- Koontz, H., & Weihrich, H. (2004). *Administración, una perspectiva global y empresarial*. McGraw-Hil.
- Lanas, G. (2014). *La cultura organizacional en relación a la satisfacción laboral del personal del Ministerio de Relaciones Exteriores de la ciudad de Quito - Ecuador*. Universidad Central del Ecuador.
- Lanas, G., & Bimos, E. (2014). *La cultura organizacional en relación a la satisfacción laboral del personal del Ministerio de Relaciones Exteriores de la ciudad de Quito- Ecuador*. Tesis

de Pregrado, Universidad Central de Ecuador.

<https://www.dspace.uce.edu.ec/entities/publication/367fbaee-2d77-480e-a73b-a84711816fc5>

Leal, A. (1991). *Conocer la cultura de las organizaciones: Una base para la estrategia y el cambio*. . España: Actualidad editorial S.A.

León, A. (1985). *Organizaciones y administración: un enfoque de sistemas*. Norma.

Lepkowsky, J. (2010). *Metodología de la muestra*. . España: Centro de investigaciones sociológicas.

Luthans, F. (2008). *Comportamiento organizacional*. McGraw-Hill.

Manual de Publicaciones Vertica. (2010). *Gestión de la atención al cliente/consumidor*. Equipo Vértice.

Marquina, C. (2017). *La Cultura Organizacional en los trabajadores de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Santo Domingo de Guzmán en la agencia Quillabamba 2017*. Universidad Andina del Cusco.

Mcentee, E. (1996). *Comunicación oral: Para el liderazgo en el mundo moderno*. . Mexico: Editorial McGraw-Hill.

Méndez, C. (2006). *Transformación Cultural en las Organizaciones: Un Modelo para la Gestión del Cambio*. Colombia: Primera Edición. Universidad del Rosario.

Mertens, W. (2010). *Crecimiento de la población y desarrollo económico. Ensayos sobre una compleja relación*. Argentinia: Primera Edición. Editorial Siglo Veintiuno.

Molinera, J. (2006). *Absentismo Laboral Causas control y análisis. Nuevas formas. Técnicas para su reducción*. España: Editorial Fundación Confemetal. Segunda Edición.

- Molinera, M., & Jesús, F. (2006). *Absentismo Laboral Causas control y análisis. Nuevas formas. Técnicas para su reducción.* . España: Editorial Fundación Confemetal. Segunda Edición.
- Mora, A. (2007). *Gestión Logística Integral.* Ecoe Ediciones.
- Morales, O. (2017). *La gestión administrativa y calidad de atención del usuario dela Municipalidad de San Juan de Lurigancho, 2017.* Universidad César Vallejo.
- Núñez, F. (2017). *Educación en valores: una necesidad educativa.* Universidad Nacional de Educación del Ecuador.
- Padilla, J. (2022). Cultura organizacional: el factor clave para la adopción de una cultura de integridad en el servicio público, Cusco – Perú. *YachaQ: Revista de Derecho, 13,* YachaQ: Revista de Derecho. <https://revistas.unsaac.edu.pe/index.php/ry/article/view/915>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1985). *Un modelo conceptual de la calidad de servicio para sus implicaciones para futuras investigaciones.* Países Bajos: Editorial Asociación Americana de Marketing.
- Pérez, J., & Gardey, A. (2008). *Liderazgo.* Definición de.
- Pérez, J., & Gardey, A. (26 de Abril de 2021). *LIDERAZGO.* <https://definicion.de/liderazgo/>
- Peters, T., & Waterman, R. (2004). *In Search of Excellence.* Harper Business Essentials. <https://doi.org/10.2307/2392363>
- Pettigrew, A. (1979). *On studying organizational cultures.* Administrative science quarterly.
- Pizzolante, I. (2004). *El poder de la comunicación estratégica.* Pontificia Universidad Javeriana.
- Poyatos, F. (1994). *La Comunicación No Verbal.* España : Primera Edición, Editorial Istmo.
- Quijano, V. (2003). En calidad, la actitud no basta. *Gerencia Tecnológica Informática, 45-54.* <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7595773>

- Ramos, W., Paredes, M., Teran, P., & Lema, L. (2017). *Comunicación Organizacional*. Ecuador: Primera Edición, Editorial Grupo Compás.
- Real Academia Española. (2001). *Eficiencia*. RAE.
- Riveros, P. (2007). *Sistema de gestión de la calidad del servicio. Sea líder en mercados altamente competitivos*. Colombia: Tercera Edición. Editorial ECOE.
- Robbins, S., & Coulter, M. (2005). *Administración*. Pearson.
- Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. Free press.
- Sampieri, R., Valencia, S., & Soto, R. (2014). *Construcción de un instrumento para medir el clima organizacional en función del modelo de los valores en competencia*. Contaduría y administración.
- Sánchez, C. (7 de setiembre de 2021). *Confiabilidad no es lo mismo que Fiabilidad*. <https://es.linkedin.com/pulse/confiabilidad-es-lo-mismo-que-fiabilidad-carlos-s%C3%A1nchez-canelo>
- Schein, E. (1988). *La cultura empresarial y el liderazgo. Una visión dinámica*. España: Editorial Plaza & Janes.
- Schein, E. (2004). *Learning when and how to lie: A neglected aspect of organizational and occupational socialization*. Human Relations. <https://doi.org/10.1177/0018726704043270>
- Secretaría Central de ISO . (2005). *Norma Internacional Iso 9000*. Ginebra – Suiza: Sistema de la Gestión de la Calidad.
- Serna, H. (2003). *Gerencia estratégica: Teoría, metodología, alineamiento, implementación y mapas estratégicos*. . Bogotá, Colombia. : 3R Editores.
- Tigani, D. (2006). *Excelencia en Servicio*. Liderazgo.

Vargas, M., & Aldana, L. (2014). *Calidad y servicio, concepto y herramientas*. Bogotá, Colombia: 3ra Edición, Universidad de la Sabana.

Vasquez, M. (2007). *La Calidad, el concepto actual que debe ser manejado adecuadamente por los gerentes y funcionarios de toda organización*. . Gerencia y Negocios.

Yanque, R. (2021). *La ciencia de la amabilidad*. . España: Editorial La Esfera de los Libros.

Yopan, J., Palmero, N., & Santos, J. (2020). Cultura Organizacional. Controversias y Concurrencias Latinoamericanas. *Controversias y Concurrencias Latinoamericanas*, 262-281.

ANEXOS

Anexo 1

Tabla 20 Matriz de consistencia

TITULO: INFLUENCIA DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL EN LA CALIDAD DE ATENCIÓN AL USUARIO, ZONA REGISTRAL N° X - SEDE CUSCO, PROVINCIA CUSCO – 2023

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<p>PROBLEMA GENERAL ¿Cómo influye la cultura organizacional en la calidad de atención a los usuarios de la Zona Registral N° X - Sede Cusco, ¿provincia de Cusco - 2023?</p> <p>PE1. ¿Cuál es la situación de la cultura organizacional que se aplica en la Zona Registral N° X - Sede Cusco, ¿provincia de Cusco - 2023?</p> <p>PE2. ¿Cuáles son las percepciones de los usuarios sobre la calidad de atención de la Zona Registral N° X - Sede Cusco, ¿provincia de Cusco - 2023?</p> <p>PE3. ¿De qué manera la aplicación de estrategias de la cultura organizacional logrará influir en la calidad de atención al usuario de la Zona Registral N° X - Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL Determinar la influencia de la cultura organizacional en la calidad de atención a los usuarios de la Zona Registral N° X - Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023.</p> <p>OE1. Analizar la situación de la cultura organizacional que se aplica en la Zona Registral N° X - Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023.</p> <p>OE2. Describir las percepciones de la calidad de atención al usuario de la Zona Registral N° X - Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023.</p> <p>OE3. Establecer la aplicación de estrategias de cultura organizacional que logren influir en la calidad de atención al usuario de la Zona Registral N° X - Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023.</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL La cultura organizacional influye de manera significativa en la calidad de atención de los usuarios de la Zona Registral N° X - Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023.</p> <p>HE1. La cultura organizacional que se aplica en la Zona Registral N° X - Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023, es insuficiente.</p> <p>HE2. Las percepciones de los usuarios sobre la calidad de atención de la Zona Registral N° X - Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023, son variadas.</p> <p>HE3. La aplicación de estrategias de la cultura organizacional logrará influir de manera significativa a la calidad de atención del usuario de la Zona Registral N° X - Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023.</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE Cultura organizacional</p> <p>VARIABLE DEPENDIENTE Calidad de Atención</p>	Liderazgo	Empatía Capacitación Evaluación Metas	<p>TIPO DE INVESTIGACION Básico.</p> <p>NIVEL DE INVESTIGACION. Correlacional.</p> <p>DISEÑO DE INVESTIGACION No experimental – transversal</p> <p>ENFOQUE DE INVESTIGACION Cuantitativo</p> <p>MUESTRA Publico interno: 37 trabajadores. Publico externo: 160 usuarios.</p> <p>TECNICAS DE SELECCIÓN DE MUESTRA No probabilístico por conveniencia.</p> <p>TÉCNICA – INSTRUMENTO Observación - Guía de observación Encuesta - Cuestionario</p> <p>TECNICAS DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN Programa estadístico informático SPSS 25.</p> <p>PRUEBA DE HIPÓTESIS Rho de Spearman</p>
				Motivación	Comportamiento social Ausentismo Trabajo en equipo	
				Valores	Responsabilidad Honestidad Sentido de pertenencia Respeto Compromiso	
				Costumbres	Productividad Eficiencia Eficacia Calidad	
				Organización	Planificación Evaluación de objetivos Rendimiento laboral Tecnología	
				Comunicación Interna	Misión – Visión - Valores Tipos de comunicación Medios de comunicación Feedback	
				Fiabilidad	Rapidez Precisión Comunicación	
				Actitud	Interés Buena predisposición Idioma Empatía	
				Amabilidad	Conocimiento Confianza Respeto	
				Aspectos Tangibles	Instalaciones Equipamiento Presencia Materiales de comunicación	

Nota: Elaboración propia.

ANEXO 2. Guía de observación

GUIA DE OBSERVACIÓN

Nombre de la institución	SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE LOS REGISTROS PUBLICOS – OFICINA REGISTRAL N° X – SEDE CUSCO
Proceso de observación	Atención al usuario
Áreas de trabajo	Informes, mesa de partes, cajas, publicidad, defensoría del usuario, orientación y archivo.

OBJETIVO: Observar y apreciar la atención brindada a los usuarios que acuden a realizar diversos trámites por parte de los trabajadores de la Zona Registral N° X – Sede Cusco, provincia de Cusco.

N°	ASPECTOS A OBSERVAR	OBSERVACIONES
1	Tiempo de espera en la atención en ventanilla.	El tiempo de espera en la atención de ventanilla es muy irregular. No se nota fluidez en la atención.
2	Atención en el área de informes.	El personal de informes (primer puesto de atención) por lo general se encuentra ausente o encargan a personas improvisadas (vigilante).
3	El libro de reclamaciones es visible para el usuario.	No se aprecia el libro de reclamaciones para el uso del usuario. La Sunarp tienen un sistema digital para presentar los reclamos el cual tampoco es visible.
4	Predisposición al buen trato, amabilidad y cortesía de los trabajadores del área de atención al usuario.	Algunos trabajadores muestran cierta predisposición. No todos lo tienen.
5	Vía de acceso y ubicación de punto de atención.	Inadecuadas vías de acceso y deficiente distribución de puntos de atención.
6	Letreros y guías de información en quechua.	Oficina Registral Manco Inca se aprecia que si cuenta con letreros y guías de información en idioma quechua. Oficina Registral Propiedad Vehicular, se aprecia que no tiene letreros y guías de información en idioma quechua . Oficina Receptora de San Jerónimo se aprecia que si cuenta con letreros y guías de información en idioma quechua. Oficina Receptora de Santiago se aprecia que no cuenta con letreros y guías de información en idioma quechua. Oficina Receptora de San Sebastián se aprecia que no cuenta con letreros y guías de información en idioma quechua.
7	Letreros informativos y materiales de comunicación, tamaño de letra y guía de información se observan con facilidad.	El tamaño de los letreros no es el adecuado y no es fácil de visualizar.

ANEXO 3. Instrumentos de recolección de información



CUESTIONARIO DE CULTURA ORGANIZACIONAL

Estimado participante, la presente encuesta forma parte de un trabajo de investigación, sobre la influencia de la cultura organizacional en la calidad de atención al usuario de la Zona Registral N° X – Sede Cusco, provincia Cusco – 2023.

Seleccione la opción que considere y marque con una “x”, en el recuadro correspondiente la información solicitada; esta encuesta tiene el carácter de ANÓNIMA, y su procesamiento será reservado, por lo que le pedimos SINCERIDAD en las respuestas, según la siguiente escala de valoración.

Agradecemos anticipadamente su participación

Género: Edad:

Área de trabajo:

Tiempo de servicios: Condición laboral:

Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4

N°	ITEMS	1	2	3	4
Dimensión: Liderazgo					
1.	El jefe de Unidad Registral de Sunarp Cusco escucha las propuestas sobre mejoras en la atención.				
2	La institución se preocupa de la capacitación constante de los trabajadores.				
3	La Institución, desarrolla y aplica evaluaciones al personal.				
4	El jefe zonal de Sunarp observa y evalúa el proceso de atención al público.				
5	La institución formula y hace conocer las metas de la Sunarp.				
Dimensión: Motivación					
6	Se alienta las capacidades personales de los trabajadores.				
7	La institución elogia los logros de los trabajadores.				
8	La institución tiene programas para evaluar el ausentismo y corregir las causas.				
9.	Se fomenta la interacción de grupos y equipos de trabajo.				
10	Se propicia ambientes agradables en la Sunarp Cusco.				

Dimensión: Valores					
11.	La Sunarp Cusco propicia la responsabilidad, amabilidad y honestidad.				
12	La institución propicia la empatía y respeto entre trabajadores.				
13	La institución refuerza los principios éticos – morales.				
14	Se fortalece la armonía y tolerancia entre los trabajadores.				
15.	La institución impulsa el respeto a los usuarios discapacitados y población vulnerable.				
Dimensión: Costumbres					
16	La institución mide o evalúa las actividades rutinarias.				
17.	La institución considera necesaria la orientación para atender mejor.				
18	La institución propicia actitudes de solución de problemas.				
19.	La institución actualiza el conocimiento y aplicación de normas.				
20	La institución tiene como cultura la integración con los usuarios.				
Dimensión: Organización					
21.	La institución establece metas y objetivos grupales o por áreas.				
22	La institución evita la incertidumbre en las acciones administrativa.				
23	La institución propicia la evaluación de objetivos propuestos y alcanzados.				
24	La institución define los límites y pautas de comportamiento.				
25	La institución propicia el uso y aplicación de nueva tecnología.				
Dimensión: Comunicación Interna					
26.	La institución difunde la misión, visión y valores de la SUNARP.				
27	Se informa oportunamente situaciones de interés a los trabajadores.				
28	La comunicación interna favorece alcanzar metas y objetivos.				
29	Se promueven reuniones de coordinación para lograr calidad en el servicio que se brinda.				
30	La comunicación interna genera estrategias de modos de comunicarse.				



CUESTIONARIO DE CALIDAD DE ATENCIÓN

Estimado participante, la presente encuesta forma parte de un trabajo de investigación, sobre la influencia de la cultura organizacional en la calidad de atención al usuario de la Zona Registral N° X – Sede Cusco, provincia de Cusco – 2023.

Seleccione la opción que considere y marque con una “x”, en el recuadro correspondiente la información solicitada; esta encuesta tiene el carácter de ANÓNIMA, y su procesamiento será reservado, por lo que le pedimos SINCERIDAD en las respuestas, según la siguiente escala de valoración.

1. GENERO:
2. EDAD:

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

ÍTEMS		1	2	3	4	5
Dimensión: Fiabilidad						
1.	Considera adecuado el tiempo de espera para ser atendido.					
2	Cuando no entiende un trámite o tiene problema para solucionarlo, la Sunarp muestra interés en solucionarlo.					
3	La Sunarp se preocupa de hacer conocer los plazos establecidos, para cada trámite.					
.4	El personal de informe le indica con claridad sobre el trámite que usted necesita realizar.					
5.	Le prestan interés cuando efectúa preguntas sobre tramites.					
Dimensión: Actitud						
6	Los trabajadores de la SUNARP Cusco, muestran interés en ayudarle a resolver sus trámites.					
7	Los trabajadores muestran predisposición y trato amable cuando solicita el servicio.					
8	Usted percibe claridad en la explicación de trámite y procesos que se aplican en la Sunarp.					
9.	Usted percibió la atención en quechua a usuarios quechuahablantes.					
10.	Usted percibió comprensión de parte de los trabajadores de la SUNAR Cusco.					
Dimensión: Amabilidad						
11	Los trabajadores que le atendieron le inspiraron confianza.					

12	Percibe usted que los trabajadores, muestran interés en la atención que le brindan.					
13	. En los trámites que realizó, ha sido tratado con respeto y amabilidad.					
14	Ha recibido algún tipo de maltrato en los trámites que ha realizado en la Sunarp.					
Dimensión: Aspectos tangibles						
15	La Sunarp cuenta con facilidades de acceso, instalaciones y áreas adecuadas.					
16	Los trabajadores están adecuadamente identificados (fotocheck, uniforme, etc).					
17	Usted apreció la utilización de comunicación visual y letreros acorde a sus necesidades.					
18	La comunicación visual mediante letreros incluye comunicación en quechua.					

ANEXO 4. Solicitud para desarrollar trabajo de campo

"Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres"
"Año de la unidad, la Paz y el desarrollo"

Cusco, 01 de febrero 2023

Señor:

Dr. Renzo Ortiz Díaz

Jefe Zonal (e) de Zona Registral N° X – Sede Cusco

Ciudad: Cusco

Asunto: Solicitamos permiso para realizar trabajo de investigación



Yo **Luz Milagros Gárate Rivera**, identificada con DNI N° 71927405, con domicilio Urb. San Borja Baja F-3 del distrito de Wanchaq y **Nuria Roxana Manchaco Mariaca**, identificada con DNI N° 73904680, con domicilio Urb. Amadeo Repetto Q-13 del distrito de Santiago, Ante Ud. Respetuosamente nos presentamos y exponemos:

Que, habiendo culminado la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación en la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, solicitamos a Ud. permiso para realizar el trabajo de investigación "INFLUENCIA DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL EN LA CALIDAD DE ATENCIÓN AL USUARIO DE LA SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE LOS REGISTROS PÚBLICOS DE LA PROVINCIA DEL CUSCO, 2022" en vuestra entidad, para optar el grado de Licenciados.

Por lo expuesto:

Rogamos a usted acceder a nuestra solicitud

Luz Milagros Gárate Rivera

D.N.I 71927405

Nuria Roxana Manchaco Mariaca

D.N.I 73904680

Adjuntamos correos electrónicos:

164041@unsaac.edu.pe

164047@unsaac.edu.pe

ANEXO 5. Solicitud para desarrollar las encuestas

"Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres"
"Año de la unidad, la Paz y el desarrollo"

Cusco, 19 de setiembre de 2023

Señor:

Dr. Juan Ernesto Figueroa Vargas

Jefe Zonal de la Zona Registral N° X – Sede Cusco

Ciudad: Cusco

Asunto: Solicitamos permiso para realizar encuestas para un trabajo de investigación

Yo **Luz Milagros Gárate Rivera**, identificada con DNI N° 71927405, con domicilio Urb. San Borja Baja F-3 del distrito de Wanchaq y **Nuria Roxana Manchaco Mariaca**, identificada con DNI N° 73904680, con domicilio Urb. Amadeo Repetto Q-12 del distrito de Santiago, Ante Ud. Respetuosamente nos presentamos y exponemos:

Que, habiendo culminado la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación en la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, solicitamos a Ud. permiso para realizar la aplicación de encuestas en vuestra entidad con la finalidad de recopilar datos para nuestro trabajo de investigación "INFLUENCIA DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL EN LA CALIDAD DE ATENCIÓN AL USUARIO, ZONA REGISTRAL N° X – SEDE CUSCO, PROVINCIA CUSCO – 2023" para poder optar el grado de Licenciados y asimismo contribuir con la Zona Registral N° X – Sede Cusco y también

La información proporcionada se utilizará únicamente con fines académicos.

Por lo expuesto:

Rogamos a usted acceder a nuestra solicitud

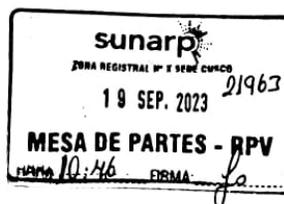

Luz Milagros Gárate Rivera
D.N.I 71927405

Nuria Roxana Manchaco Mariaca
D.N.I 73904680

Adjuntamos correos electrónicos:

164041@unsac.edu.pe

164047@unsac.edu.pe



ANEXO 6. Respuesta para realizar el instrumento de recolección de información

	PERÚ	Ministerio de Justicia y Derechos Humanos	Superintendencia Nacional de los Registros Públicos
"Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres" "Año de la unidad, la paz y el desarrollo"			
Cusco, 28 de septiembre de 2023			Firmado digitalmente por: EQUIROCA VARGAS Juan Ernesto FAU 2016695238 hard Motivo: Soy Autor del Documento Fecha: 2023/09/28 09:23:39-0500
CARTA No 00045-2023-SUNARP/ZRX/JEF			
Señora: LUZ MILAGROS GÁRATE RIVERA Urb. San Borja Baja F-3 NURIA ROXANA MANCHACO MARIACA Urb. Amadeo Repetto Q-12 <u>Cusco:</u>			
Asunto : Solicitud para la realización de encuestas con fines académicos.			
Referencia: Escrito de fecha 19 de setiembre de 2023			
De mi consideración:			
Mediante la presente me dirijo a usted, en atención a su solicitud presentada en fecha 19 de setiembre de 2023, mediante la cual, solicita autorización de la Zona Registral N° X-Sede Cusco, para acceder a las oficinas de la Entidad, con la finalidad de encuestar a los servidores civiles que laboran en la Entidad, en merito a su investigación académica.			
Que, mediante Informe Nro. 00187-2023-SUNARP/ZRX/UAJ, de fecha 25 de setiembre de 2023, se concluye que la petición del administrado es viable; sin embargo, es recomendable que los instrumentos implementados por el investigador, no interfieran en el normal desarrollo de las funciones de los servidores civiles de la Zona Registral.			
Por lo tanto, mediante la presente, le comunicamos que su petición para la realización de encuestas, en merito a su investigación académica "Influencia de la Cultura Organizacional en la Calidad de Atención al Usuario, Zona Registral N.° X – Sede Cusco, Provincia Cusco – 2023"; es viable; no obstante, se le exhorta que, la realización de dicha actividad no interfiera con el normal desarrollo de las actividades y funciones de los servidores civiles de la Zona; asimismo, para la ejecución del instrumento de investigación que hace referencia, se deberá coordinar previamente con la Oficina de Comunicaciones (Av. Infancia N.° 535, del distrito de Wanchaq, provincia y región de Cusco).			
Esta es una copia autentica imprimible de un documento electrónico archivado por la SUNARP, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 del Decreto Supremo No 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del Decreto Supremo No 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: https://verificador.sunarp.gob.pe CVD: 7487860485		Superintendencia Nacional de los Registros Públicos Sede Central: Av. Primavera N° 1878, Santiago de Surco – Lima Teléfono: 208-3100 / https://www.gob.pe/sunarp Canales anticorrupción: ☎ (01) 345 0063 ✉ anticorrupcion@sunarp.gob.pe 📠 Buzón anticorrupción: https://anticorrupcion.sunarp.gob.pe/Anticorrupcion	

ANEXO 9. Validación de instrumentos de investigación



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABADEL CUSCO
FACULTAD DE EDUCACIÓN Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

I. Aspectos generales

Título de la investigación: **INFLUENCIA DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL EN LA CALIDAD DE ATENCIÓN AL USUARIO, ZONA REGISTRAL N° X - SEDE CUSCO, PROVINCIA CUSCO - 2023**

Nombre del instrumento:

1. Cuestionario de cultura organizacional.
2. Cuestionario de calidad de atención.

Investigadores: Br. Luz Milagros Gárate Rivera / Br. Nuria Roxana Manchaco Mariaca

ITEMS DE CALIFICACIÓN		ESCALA DE CALIFICACIÓN				
Criterio	Indicador	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
Forma	Redacción			X		
	Claridad				X	
	Objetividad			X		
Contenido	Actualidad				X	
	Suficiencia				X	
	Intencionalidad				X	
Estructura	Organización			X		
	Consistencia			X		
	Coherencia				X	
	Metodología					X

II. Observaciones:

III. CALIFICACIÓN DE INSTRUMENTO:

Procede la aplicación	<input checked="" type="checkbox"/> Si	<input type="checkbox"/> No
Requiere corrección	<input type="checkbox"/> Si	<input checked="" type="checkbox"/> No
Promedio:	80%	
Especialista:	DR. PEDRO LEONEL GUZMÁN CALDERÓN	
DNI:	23882339	
Teléfono:	931620755	
Firma:		

ANEXO 10. Oficina Registral



Fachada de la Oficina registral Manco Inca

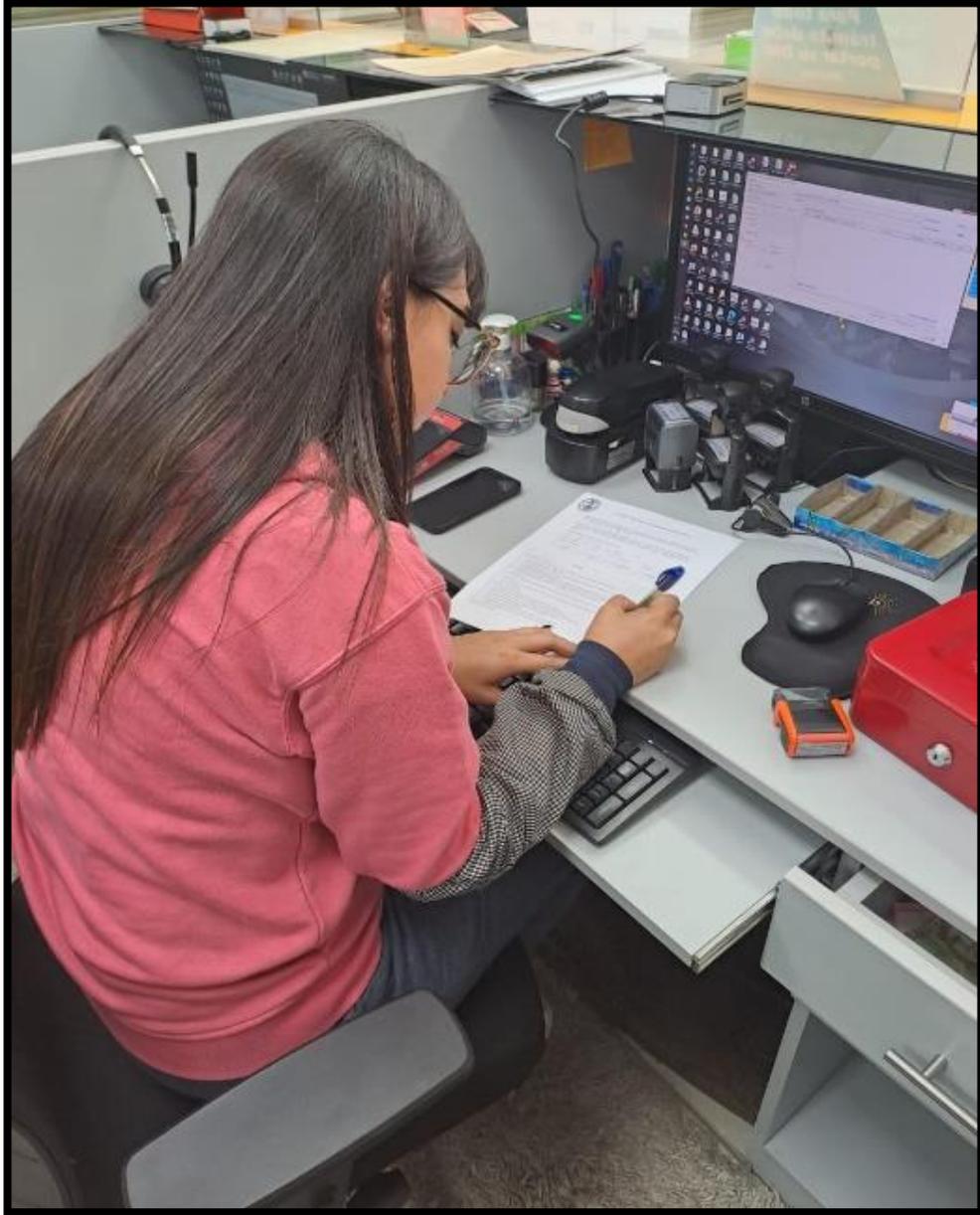


Interior de la Oficina Registral Manco Inca

ANEXO 11. Aplicación de encuestas a los trabajadores de atención al usuario de la Zona Registral N° X, sede Cusco, provincia de Cusco - 2023.



Realización de encuesta a trabajador del área de atención al usuario de la Zona Registral N° - X Sede Cusco, provincia de Cusco – 2023



*Realización de encuesta a trabajador del área de atención al usuario de la Zona Registral N° - X Sede
Cusco, provincia de Cusco - 2023*



Realización de encuesta a trabajador del área de atención al usuario de la Zona Registral N° - X Sede Cusco, provincia de Cusco – 2023

ANEXO 10. Aplicación de encuestas a los usuarios de la Zona Registral N° X, sede Cusco, provincia de Cusco, 2023.



Realización de encuesta a usuario de la Zona Registral N° X – Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023



Realización de encuesta a usuario de la Zona Registral N° X – Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023



Realización de encuesta a usuario de la Zona Registral N° X – Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023



Realización de encuesta a usuario de la Zona Registral N° X – Sede Cusco, provincia de Cusco - 2023