

# **UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**



**TESIS**

**“EL SERVICIO DE ATENCIÓN DEL PERSONAL Y SU INFLUENCIA EN LA  
SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE FARMACIA DEL HOSPITAL  
REGIONAL DOCENTE DE TRUJILLO PRIMER SEMESTRE 2018”**

Para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración

**AUTORAS:**

Br. Arica Requena, Mercedes Paola

Br. Flores López, Flor Lizeth

**ASESOR:**

Ms. Casinelli Doig, Ítalo Ranieri

**Trujillo – Perú**

**2018**

## **PRESENTACIÓN**

Respetables miembros que conforman el Jurado:

Dando cumplimento con las disposiciones del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Privada Antenor Orrego, sometemos a vuestra consideración la tesis titulada: “El Servicio de atención del personal y su influencia en la Satisfacción de los clientes de Farmacia del Hospital Regional Docente de Trujillo Primer Semestre 2018”, luego de haber culminado nuestros estudios en esta superior casa donde nos formamos profesionalmente para estar al servicio de la sociedad.

El documento consta de cuatro capítulos.

En el primer capítulo se desarrolla el problema de investigación, iniciando por el planteamiento del problema, seguido por la formulación del problema el mismo que se ha hecho en forma interrogativa, prosigue con los antecedentes y la justificación que tiene en cuenta el aspecto teórico y metodológico, los objetivos. Contiene el estudio de las variables del trabajo de investigación, la variable independiente es el Servicio de atención y la variable dependiente es la Satisfacción de los clientes. Para cada caso se ha seleccionado bibliografía pertinente.

El segundo capítulo informa cómo se han procesado y analizado los datos para verificar la hipótesis; incluye también la población, muestra y las técnicas e instrumentos de recolección de datos.

El tercer capítulo presenta y registra los resultados que han sido recogidos de la muestra, con sus respectivas tablas, gráficos e interpretación. Contiene la discusión de resultados, contrastando la teoría y los antecedentes con la información recopilada.

El cuarto capítulo contiene las conclusiones, según la hipótesis y los objetivos; así mismo, presenta las recomendaciones.

## DEDICATORIA

*A Dios por darme la fortaleza, la tranquilidad y la sabiduría de poder iniciar y concluir este anhelo que siempre estuvo pendiente en mi vida.*

*A mis padres, especialmente a mi madre y mis hijos por su apoyo y porque les robe el tiempo de estar con ellos, para dedicarme a estudiar.*

*A mi familia que a lo largo de mis estudios tuvieron palabras de aliento para seguir adelante y confiaron en que terminaría satisfactoriamente.*

**PAOLA**

## DEDICATORIA

*Ha sido el omnipotente, quien ha permitido que la sabiduría dirija y guíe mis pasos, dándome la fortaleza para continuar; por ello, dedico primeramente mi trabajo a Dios.*

*A mis padres, quienes han sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores, quienes siempre creyeron en mí y me dieron todo el apoyo, cariño y comprensión que necesitaba.*

*De igual forma a mis hermanos y sobrinos, por su amistad, confianza y respeto.*

**FLOR**

## AGRADECIMIENTOS

Expresamos nuestra gratitud a:

Al Departamento de Farmacia del Hospital Regional Docente de Trujillo, por habernos proporcionado valiosa información para realizar nuestro trabajo de tesis.

Al Ms. Ítalo Ranieri Casinelli Doig, asesor especialista del presente estudio, porque con sus exigencias y rigor especializado, supo despertar en nosotras el espíritu de investigación y superación.

A los clientes que acuden a la Farmacia del Hospital Regional Docente de Trujillo, los cuales accedieron a brindar información veraz, permitiendo la realización de la presente investigación.

Finalmente, agradecemos a nuestros amigos, especialmente a aquellos que nos brindaron comprensión y apoyo, dándonos con ello, momentos muy gratos.

*LAS AUTORAS*

## **RESUMEN**

El presente estudio se ha realizado con el propósito de determinar en qué medida el servicio de atención del personal influye en la satisfacción de los clientes de Farmacia del Hospital Regional Docente de Trujillo al final del Primer Semestre 2018

Se utilizó el diseño descriptivo con dos variables. La población estuvo representada por los clientes que adquieren el servicio en la farmacia, los cuales corresponden a 19 975 clientes, según reporte de atenciones del Departamento de Farmacia – HRDT. La muestra estuvo constituida por 377 clientes. El instrumento utilizado fue una encuesta constituida por 18 preguntas. Las tabulaciones se presentaron en tablas y se emplearon gráficos para medir la frecuencia de las respuestas.

De la población global encuestada, manifiesta un nivel de Servicio de atención regular del 54.6% en la Farmacia del Hospital Regional Docente de Trujillo. Para la obtención de estos resultados, se evaluaron indicadores como infraestructura, capacidad de respuesta, fiabilidad y cumplimiento del servicio.

En líneas generales, se necesita mejorar la atención, la calidad del servicio brindado y el trato durante la permanencia del cliente en la Farmacia. Con estos resultados, se demuestra que el servicio de atención del personal influye significativamente en la satisfacción de los clientes de Farmacia del Hospital Regional Docente de Trujillo al final del periodo de tiempo de estudio.

## **ABSTRACT**

The present study has been carried out with the purpose of determining to what extent the service of personnel attention influences the satisfaction of the Pharmacy clients of the Regional Teaching Hospital of Trujillo at the end of the First Semester 2018.

The descriptive design was used with two variables. The population was represented by the clients that acquire the service in the pharmacy, which correspond to 19 975 clients, according to the report of the Department of Pharmacy - HRDT. The sample consisted of 377 clients. The instrument used was a survey consisting of 18 questions. The tabulations were presented in tables and graphs were used to measure the frequency of the answers.

Of the surveyed global population, it shows a level of regular attention service of 54.6% in the Pharmacy of the Regional Teaching Hospital of Trujillo. To obtain these results, indicators such as infrastructure, response capacity, reliability and service compliance were evaluated.

In general, there is a need to improve the service, the quality of the service provided and the treatment during the client's stay in the Pharmacy. With these results, it is demonstrated that the service of personnel attention significantly influences the satisfaction of the Pharmacy clients of the Regional Teaching Hospital of Trujillo at the end of the period of study time.

# ÍNDICE

|                        |      |
|------------------------|------|
| Presentación .....     | ii   |
| Dedicatoria .....      | iii  |
| Dedicatoria .....      | iv   |
| Agradecimiento .....   | v    |
| Resumen.....           | vi   |
| Abstract.....          | vii  |
| Índice .....           | viii |
| Lista de tablas.....   | x    |
| Lista de figuras ..... | xi   |

## I. CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| 1.1. Formulación del problema .....   | 2  |
| 1.1.1. Realidad problemática.....     | 2  |
| 1.1.2. Enunciado del problema.....    | 4  |
| 1.1.3. Antecedentes del problema..... | 5  |
| 1.1.4. Justificación .....            | 11 |
| 1.2. Hipótesis .....                  | 12 |
| 1.3. Objetivos.....                   | 12 |
| 1.4. Marco teórico .....              | 13 |
| 1.5. Marco conceptual .....           | 23 |

## II. CAPÍTULO II: MATERIAL Y PROCEDIMIENTOS

|                                                            |    |
|------------------------------------------------------------|----|
| 2.1.Material .....                                         | 26 |
| 2.1.1 Población .....                                      | 26 |
| 2.1.2 Marco de muestreo .....                              | 26 |
| 2.1.3 Unidad de análisis .....                             | 26 |
| 2.1.4 Muestra .....                                        | 26 |
| 2.1.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos..... | 27 |
| 2.2.Procedimientos .....                                   | 28 |
| 2.2.1 Diseño de contrastación.....                         | 28 |
| 2.2.2 Análisis de variables.....                           | 28 |

|                                                                  |           |
|------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.2.3 Procesamiento y análisis de datos .....                    | 28        |
| <b>III. CAPÍTULO III: PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS</b> |           |
| 3.1 Presentación de resultados .....                             | 31        |
| 3.2 Discusión de resultados .....                                | 36        |
| <b>IV. CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>           |           |
| Conclusiones .....                                               | 40        |
| Recomendaciones.....                                             | 41        |
| <b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>                          | <b>42</b> |
| <b>ANEXOS</b>                                                    |           |
| ANEXO N° 1.....                                                  | 45        |
| ANEXO N° 2.....                                                  | 47        |
| ANEXO N° 3.....                                                  | 49        |
| ANEXO N° 4.....                                                  | 51        |
| ANEXO N° 5.....                                                  | 62        |

## LISTA DE TABLAS

|              |    |
|--------------|----|
| Tabla 1..... | 31 |
| Tabla 2..... | 32 |
| Tabla 3..... | 33 |
| Tabla 4..... | 35 |

## LISTA DE FIGURAS

|                |    |
|----------------|----|
| Figura 1 ..... | 32 |
| Figura 2 ..... | 34 |
| Figura 3 ..... | 34 |

# CAPÍTULO I

## **I. INTRODUCCIÓN**

### **1.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

#### **1.1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA**

En los últimos años, existe abundante literatura que define el tema de calidad en el servicio de atención; es en este aspecto que el ser humano siempre ha tratado de corregir y mejorar todas las actividades que lleva a cabo. La superación del hombre, y el lograr concretar su satisfacción, lo conduce a otros comportamientos para evitar errores y perfeccionar lo que se podría considerar previamente como bueno.

La calidad de atención de los servicios de salud es una preocupación mundial; la Organización Mundial de la Salud (OMS), considera que los costos de atención y la deficiencia en la calidad de atención, significan hoy en día, una las mayores preocupaciones en las personas, lo que constituye un fenómeno descontento popular. (OMS, 2007)

Ahora la calidad está asociada a la satisfacción de los clientes en las organizaciones empresariales y está evolucionando en las últimas décadas a otras instituciones, como las de salud. La valoración de la satisfacción de los clientes es actualmente uno de los puntos de mayor interés en la evaluación de los servicios de salud, asumido como estrategia de mejora continua de la calidad en la atención prestada a los usuarios. Es un aspecto que se ha incorporado en los últimos años. (Massip, 2008)

La satisfacción del cliente es definida como uno de los resultados humanísticos, considerada por Donabedian como la aprobación final de la calidad de la atención que refleja la habilidad del proveedor para cumplimentar las necesidades de los clientes.

La satisfacción puede referirse como mínimo a 3 aspectos diferentes: organizativos (recurso humano, tiempo de espera, ambiente), con el trato

recibido (proceso) y satisfacción con la atención (resultado). (Chang, 1990)

La satisfacción percibida por el cliente está relacionada con un elevado número de indicadores, tales como elementos organizativos de la institución, características del personal de salud (calidad afectiva, habilidad técnica). (Márquez, 2008)

Desde el punto de vista del cliente de farmacia, la actividad asistencial Farmacéutica se inicia en el momento mismo en que entra al área de Farmacia, y donde influyen los diversos factores propios del proceso.

Estudios realizados en centros de salud demuestran que ante un menor tiempo de espera aumenta la percepción de satisfacción por parte de los clientes; esto también se aplica a los usuarios que acuden a los servicios de farmacia. (Gutierrez, 2009)

Entre las posibles causas de esta insatisfacción, se ha encontrado el aumento del número de consultas realizadas sin un aumento del personal farmacéutico (recursos humanos), otra de las causas observadas es la deficiencia en los recursos estructurales (ambientes físicos y su distribución). (Márquez, 2008)

El Hospital Regional Docente de Trujillo (HRDT), es una institución al servicio de la comunidad que recibe y brinda atención a una gran cantidad de pacientes particulares como asegurados al SIS, de diferentes estratos socioeconómicos y procedencias, principalmente personas de escasos recursos. Dentro de este servicio de prestación de salud, se encuentra la farmacia del hospital, donde la gran mayoría de los pacientes atendidos por consultorio externo, emergencia y hospitalización acuden a realizar la compra de la receta médica; es allí, donde observamos constantemente la presencia de largas colas distribuidas en la ventanilla de recepción y validación de receta y ventanilla de entrega de medicamentos, atención carente de amabilidad

por parte de algún personal de salud, generando molestias en los clientes dando lugar a quejas y reclamos.

Los clientes que acuden en su mayoría a atenderse en el Hospital Regional, buscan encontrar en el servicio de farmacia una atención adecuada por parte de las personas que atienden en el establecimiento. De igual manera, muchos de estos clientes buscan una atención rápida en la atención de medicamentos indicados en la receta médica (proceso de dispensación), y a un precio adecuado.

Se evidencia la situación de escasez de recurso humano y las deficiencias en el desempeño y competencia profesional; que conlleva entre otras cosas, a una insuficiente atención de los clientes durante el primer semestre en el Servicio de Farmacia del Hospital Regional Docente de Trujillo.

De lo observado, y frente a la carencia de información más específica y actualizada sobre la calidad de servicio que brinda la Farmacia del Hospital Regional Docente de Trujillo, fue conveniente la realización de la evaluación de la calidad de servicio, saber cuál fue el nivel de satisfacción del cliente que acude al servicio que brinda esta institución.

El propósito de esta investigación fue establecer la influencia del servicio de atención en la satisfacción de los clientes de farmacia del Hospital Regional Docente de Trujillo.

### **1.1.2. ENUNCIADO DEL PROBLEMA**

¿En qué medida el servicio de atención del personal influye en la satisfacción de los clientes de Farmacia del Hospital Regional Docente de Trujillo al final del Primer Semestre 2018?

### **1.1.3. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA**

#### **1.1.3.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES**

(Morales, 2009), en su tesis: “Nivel de satisfacción de los pacientes que asisten al servicio de urgencias, frente a la atención de enfermería en una institución de primer nivel de atención en salud, en Mistrato Risaralda. Febrero a abril 2009”. Presentado en la Pontificia Universidad Javeriana – Santafé de Bogotá D.C. El estudio es de tipo descriptivo transversal. La muestra estuvo constituida por 20 pacientes atendidos en el servicio de urgencias. El instrumento utilizado fue la escala CARE-Q. Los criterios de inclusión para el estudio fueron la permanencia mínima de 24 horas en el servicio de observación, pacientes mayores de 18 años de edad, que física y mentalmente pudieron dar su consentimiento informado verbal y pudieron responder las preguntas del cuestionario. De la población global encuestada el 60% de los pacientes manifiesta un nivel de satisfacción medio con relación a la atención de enfermería, seguidos con un 25% quienes tienen un nivel de satisfacción alto, y el 15% restante consideran que es bajo. Concluyendo en lo siguiente:

- Los pacientes manifiestan un nivel de satisfacción medio con relación a la atención de enfermería.
- Los pacientes están a gusto con la atención brindada por el personal de enfermería, en la parte asistencial y toda actividad que planea la o el enfermero para ofrecer un servicio de salud eficaz y eficiente.

(Armando, 2007), en su tesis: “Desarrollo y Validación de Cuestionarios de Satisfacción de pacientes con los servicios de

Atención Farmacéutica en Farmacias Comunitarias”, presentado en la Universidad de Granada – España. Este estudio utilizó una técnica no probabilística, dentro de los datos demográficos a consultar a los pacientes se señalaron: edad, género, nivel de estudios, ocupación y si está afiliado a un Seguro de salud. Para el muestreo participaron efectivamente 27 farmacias pertenecientes a 9 provincias de España. Se obtuvieron 561 cuestionarios. Los pacientes expresaron comentarios relacionados con la calidad de la atención recibida (69.9%), y con otros aspectos de la asistencia como: amabilidad (8.4%) y simpatía (4.8%). Los comentarios se clasificaron de acuerdo a sus características positivas, negativas y neutras. Respecto a los comentarios neutros se consideró que los mismos no influyen en la satisfacción con el servicio de dispensación. Los comentarios negativos se relacionaron a la falta de personal. Concluyendo en lo siguiente:

- Es importante considerar que el propósito de los estudios de satisfacción es proporcionar una voz a los pacientes que pueda utilizarse para la valoración y la mejora permanente de los servicios que ellos reciben.
- No se debe perder la atención a los comentarios y sugerencias adicionales que los pacientes expresen con relación a los servicios recibidos.
- Los estudios de satisfacción deberían desarrollarse en forma periódica en la farmacia con el fin de efectuar un seguimiento del nivel de satisfacción

(Urdaneta, 2006), en su tesis: “Calidad de atención del servicio de Gastroenterología del Hospital Vargas, Caracas”, presentado en la Universidad Católica Andrés Bello – Caracas. Se realizó una investigación de tipo aplicada – evaluativa a fin de valorar

la calidad de atención desde la perspectiva de la satisfacción del usuario. El indicador de carácter más global, indicó que, en un elevado porcentaje (96.25%) los encuestados se encontraron satisfechos con la misma. Concluyendo en:

- La percepción por parte del usuario del buen trato recibido y de la confianza brindada, caracterizó a la mayoría de los encuestados.
- Largos lapsos de espera fueron remarcados en las respuestas.
- Las condiciones de limpieza de los ambientes y la comodidad de los mismos resultaron con una alta valoración.

#### **1.1.3.2. ANTECEDENTES NACIONALES**

(Pérez, 2014), en su tesis: “La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la Empresa Campestre SAC - Chiclayo periodo Enero a Septiembre 2011 y 2012”, de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Concluye que:

- El servicio al cliente en una empresa de prestación de servicios, debe mejorarse e implementarse de un periodo a otro. La empresa es consciente que los clientes de hoy son más exigentes, y se requiere de una mayor preparación para la atención personalizada, pudiendo lograr una fidelización con los clientes por el servicio que presta.

- Otro factor que involucra la calidad del servicio al cliente son los insumos, los cuales se debe procurar mantener controlados desde su compra hasta su venta.

(Huiza, 2006), en su tesis: "Satisfacción del usuario externo sobre la Calidad de atención de Salud en el Hospital de la Base Naval del Callao Octubre – Diciembre 2003". Este es un estudio de naturaleza cuantitativa, descriptivo que permitió evaluar la calidad del servicio de la consulta. La muestra estuvo compuesta por 260 usuarios externos. Para la obtención de la información se aplicó una encuesta de opinión a los usuarios. En relación a los resultados, encontramos que la satisfacción del usuario externo fue del 76,15 %, medianamente satisfechos el 16,92 % e insatisfechos el 6,92 %. Los elementos que tuvieron valores porcentuales muy bajos de satisfacción fueron: el tiempo de espera (41,15 %) y la provisión en Farmacia de todos los medicamentos recetados por el médico tratante (47,31%). Las conclusiones de este estudio muestran:

- El usuario externo estuvo satisfecho con la calidad de atención de salud de la consulta externa.

(Pérez, 2008), en su tesis: “Calidad de atención en la consulta externa de medicina interna del Hospital Nacional Dos de Mayo, desde la percepción del usuario externo – Lima”, teniendo como resultados globales con respecto al grado de satisfacción / insatisfacción que presento la muestra en estudio. Concluyendo:

- Predominio de la insatisfacción de los encuestados, en menor porcentaje satisfacción. Y en cuanto a los usuarios respondieron que la farmacia cuenta con medicamentos en un 62%.

(Terrones, 2006), en su tesis: “Satisfacción del Usuario atendido en el Departamento de Farmacia del Hospital de Iquitos – César Garayar García”. Se concluye:

- El 68% refirió no encontrar los medicamentos en Farmacia. El 98,7% de los medicamentos que el paciente adquirió, fue solicitado por el médico.
- El 41,6% refiere estar satisfecho con la atención recibida.
- En relación a la percepción de los usuarios el 50,5% refiere insatisfacción en farmacia por falta de medicamentos.

#### **1.1.3.3. ANTECEDENTES LOCALES**

(Messarina, 2016), en su tesis: “Calidad de atención del personal de salud y satisfacción del paciente en el servicio de Resonancia magnética del Hospital de Alta Complejidad Trujillo, 2015”. Presentado en La Universidad César Vallejo – Trujillo. El estudio se realizó mediante el enfoque cuantitativo no experimental de diseño descriptivo correlacional, de corte transversal, en el que se analizó una población de 535 pacientes mayores de 18 años durante el periodo de setiembre a octubre del 2015, tomándose una muestra de 224 pacientes con un nivel de confianza de 95% y un error muestral de 5%. Entre las principales conclusiones se puede mencionar:

- Se ha establecido el grado de relación entre la satisfacción del usuario que acude al servicio de resonancia magnética con la dimensión de fiabilidad, sensibilidad, tangibilidad, seguridad, empatía.

- Se ha determinado que la calidad de la atención que brinda el profesional de la salud influye en la satisfacción del paciente que acude al servicio de resonancia magnética del Hospital de Alta Complejidad Virgen de la Puerta en Trujillo, setiembre – octubre 2015.

(Zavaleta, 2016), en su tesis: “Satisfacción de los usuarios externos del servicio de consulta externa del Hospital de Apoyo Elpidio Berovides Pérez - Otuzco – La Libertad Marzo – Abril 2016”. Presentado en la Universidad Nacional de Trujillo. El diseño de estudio fue de tipo descriptivo, prospectivo y transversal. La encuesta Service Quality (SERVQUAL), fue el instrumento utilizado para medir el nivel de satisfacción del usuario. Las conclusiones exponen:

- Un bajo grado de satisfacción global representado por un 63.11% de usuarios insatisfechos. Se encontró insatisfacción en todas las dimensiones siendo mayor en capacidad de respuesta (66.31%), aspectos tangibles (65.07%) y fiabilidad (64.68%).
- Las principales variables para la insatisfacción fueron la deficiente disponibilidad y facilidad para obtener una cita (73.76%) y la demora en la atención para exámenes radiológicos (69.50%).

(Fabián, 2015), en su tesis: “Nivel de Satisfacción percibida y calidad del cuidado enfermero en la persona hospitalizada. Hospital Jerusalén – La Esperanza, 2015”, presentado en La Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote – Trujillo – La Libertad. El trabajo de investigación es de tipo cuantitativo

retrospectivo, con diseño descriptivo correlacional, su objetivo fue determinar la relación entre el nivel de satisfacción percibida y la calidad del cuidado enfermero en la persona hospitalizada en el Hospital Jerusalén- Esperanza 2015. La muestra estuvo constituida por 142 pacientes hospitalizados, a quienes se aplicó los instrumentos: Satisfacción percibida por la persona hospitalizada y calidad del cuidado del enfermero. Concluyendo:

- El nivel de satisfacción percibida del cuidado enfermero en la persona hospitalizada es medio, siendo el 42%. Así mismo en relación al nivel de la calidad del cuidado enfermero en la persona hospitalizada es alto, siendo un 44%.

#### **1.1.4. JUSTIFICACIÓN**

##### **Teórica**

Esta investigación sirvió para conocer la satisfacción manifestada por los pacientes que acuden al servicio de Farmacia del Hospital Regional Docente de Trujillo.

##### **Metodológico**

La satisfacción del usuario es un componente integral de la calidad de atención en los servicios de salud. Un alto nivel de satisfacción promueve conductas positivas, tales como conformidad y continuidad con los usuarios; de esta manera, la evaluación de la satisfacción de los pacientes puede ayudar a la mejora continua de la calidad de la atención.

##### **Social**

Esta investigación permitió identificar el nivel del servicio de atención de los colaboradores de la farmacia, así también aspectos organizativos como: tiempo de espera, ambiente adecuado; así también la atención y

trato recibido durante el proceso de atención por parte del personal farmacéutico.

Es necesario conocer el punto de vista, las opiniones y la calidad percibida por el cliente, con la finalidad de incrementar su satisfacción y adaptar la prestación del servicio a sus expectativas.

## **1.2. HIPÓTESIS**

El servicio de atención del personal influye significativamente en la satisfacción de los clientes de Farmacia del Hospital Regional Docente de Trujillo al final del Primer Semestre 2018.

## **1.3. OBJETIVOS**

### **1.3.1. OBJETIVO GENERAL**

- Determinar en qué medida el servicio de atención del personal influye en la satisfacción de los clientes de Farmacia del Hospital Regional Docente de Trujillo al final del Primer Semestre 2018.

### **1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Identificar el nivel de servicio de atención del personal en la Farmacia del Hospital Regional Docente de Trujillo al final del Primer Semestre 2018.
- Identificar el nivel de satisfacción de los clientes de Farmacia del Hospital Regional Docente de Trujillo al final del Primer Semestre 2018.
- Establecer la influencia del servicio de atención del personal en la satisfacción de los clientes de Farmacia del Hospital Regional Docente de Trujillo al final del Primer Semestre 2018.

## **1.4. MARCO TEÓRICO**

### **1.4.1. SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE**

Actualmente surge un nuevo enfoque en la venta del producto, que recibe el nombre de servicio al cliente. Hoy en día, existen poderosas herramientas que nos permite llegar de una manera más eficiente hacia nuestros clientes, de modo que permite fidelizarlos.

(Serna, 2006), define al servicio al cliente como el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor a sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos. De esta definición deducimos que el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa.

#### **a. Características del servicio de atención al cliente**

En relación a este punto, se afirman como características más comunes las siguientes:

- ❖ Es Intangible, no se puede percibir con los sentidos.
- ❖ Es Perecedero, Se produce y consume instantáneamente.
- ❖ Es Continuo, quien lo produce es a su vez el proveedor del servicio.
- ❖ Es Integral, todos los colaboradores forman parte de ella.
- ❖ La Oferta del servicio, prometer y cumplir.
- ❖ El Foco del servicio, satisfacción plena del cliente.
- ❖ El Valor agregado, plus al producto.

#### **b. Puntos en común de las empresas orientadas al servicio de atención al cliente**

Para este punto se afirma que: Todas las empresas que manejan el concepto de servicio al cliente tienen las siguientes características:

- ❖ Conocen a profundidad a sus clientes, tienen, de ellos, bases de datos confiables y manejan sus perfiles.
- ❖ Realizan investigaciones permanentemente y sistemática sobre el cliente, sus necesidades y sus niveles de satisfacción: auditoria del servicio.
- ❖ Tienen una estrategia, un sistema de servicio a sus clientes.
- ❖ Hacen seguimiento permanentemente de los niveles de satisfacción.
- ❖ Toman acciones reales de mejoramiento frente a las necesidades y expectativas de sus clientes, expresadas en los índices de satisfacción.
- ❖ Participan sistemáticamente a sus clientes internos sobre los niveles de satisfacción de los clientes externos.
- ❖ Diseñan estrategias de mercadeo interno y venta interna que genera la participación de los clientes internos en la prestación de un servicio de excelencia, partiendo de la satisfacción y compromiso de sus colaboradores.

### **c. Evolución del servicio de atención al cliente**

(Serna G. H., 2006), señala que el concepto tradicional que se tenía del servicio de atención al cliente era la satisfacción de las necesidades y expectativas del mismo, fundamentalmente amabilidad, atención. En la actualidad, se tiene un nuevo concepto de servicio y dice que es una estrategia empresarial orientada hacia la anticipación de las necesidades y expectativas del valor agregado de los clientes, buscando asegurar la lealtad y permanencia tanto de los clientes actuales como la atracción de nuevos clientes, mediante la provisión de un servicio superior al de los competidores. Las razones por la cual se impone esta nueva visión es que hay un fácil acceso a una cantidad de datos, exigen mayor valor agregado, quieren que los proveedores los conozcan en detalles, tiene una gran variedad de opciones, colocan un enorme valor en la facilidad,

rapidez conveniencia con que puedan adquirir bienes y servicios. Pero el énfasis recae en establecer una relación a largo plazo y de servicio integral, en satisfacer la totalidad de las necesidades de servicios al cliente, y en disminuir la necesidad o el deseo del cliente de fragmentar sus asuntos entre varias instituciones. Toda esta nueva situación se da porque el cliente en este entorno tiene y valora nuevos elementos del servicio tales como el tiempo, oportunidad soluciones individualización y amabilidad.

#### **d. Elementos de servicio al cliente**

(Gómez, 2009), afirma que: En el servicio de atención al cliente participan varios elementos: el cliente, el personal de contacto o sea el personal del almacén o negocio, el soporte físico o local, exhibición. El personal de contacto es quien se enfrenta a las diferentes situaciones con el cliente que se conocen como los momentos de verdad y el servicio mismo. Con estos cuatro elementos mencionados interactúan de una manera simultánea: el sistema de organización interna y los demás clientes.

El cliente, es el consumidor objetivo del servicio. Es el elemento primordial, si no hay cliente no hay servicio, y debemos indicar que su presencia es absolutamente indispensable. El soporte físico, se refiere al soporte material necesario para la prestación del servicio.

De este soporte físico se sirven, el personal de contacto, el cliente y ambos a la vez. Se divide en los instrumentos necesarios para la prestación del servicio como son los muebles, las maquinas, los exhibidores, las exhibiciones, etc. Y el entorno o ambiente, decoración, merchandising, uniformes, etc. El servicio mismo, que depende de la estrategia y plan de acción trazados y el personal de contacto. Los elementos que participan en una estrategia de servicio son: el cliente, el soporte físico, el personal de contacto y el servicio mismo.

#### **e. Importancia del servicio al cliente**

(Nuñez, 2009), afirma que: En el mundo globalizado en el cual nos encontramos, la competencia de las empresas es cada vez mayor. Por eso, las compañías además de enfocarse en sus productos se ven en la necesidad de dirigir sus estrategias en el mejoramiento del servicio de atención al cliente.

A continuación, detallaremos los factores importantes que los clientes requieren en una buena atención al cliente.

- ❖ **Ventajas del Servicio.-** Los representantes del servicio de atención al cliente deben desempeñar tanto una función reactiva como proactiva para conservar a los clientes. En su función reactiva resuelven problemas para satisfacer al cliente. En su función proactiva se anticipan a los deseos y necesidades de los clientes y determinan como su empresa puede satisfacerlos.

Los estudios demuestran que los clientes valoran el servicio más que la calidad y el precio de los productos. En la actualidad, algunas de las compañías más exitosas se han distinguido prestando el mejor servicio al cliente.

- ❖ **Punto de vista del cliente.-** A los ojos del cliente, todo empleado representa a la empresa. Por esta razón, en cada experiencia que el consumidor tiene con un representante de ventas se determina la continuidad o cancelación de las negociaciones.
- ❖ **Lealtad del cliente.-** La mayor parte de las ventas de un negocio proviene de sus clientes leales, ya que estos repiten sus compras, recomiendan la empresa a otros clientes, compran diversos artículos y se resisten al atractivo de los competidores.

## **f. Servicio de atención en salud**

En cada país, ya sea, desarrollado o en vías de desarrollo, se establece un sistema de salud acorde a sus condiciones de vida, volumen poblacional y en especial a sus recursos económicos y de investigación. En naciones en las cuales predomina el financiamiento privado, éste por lo general está sometido al control de las empresas que los promueven y es pagado directa o indirectamente por el usuario.

Claro está que no hay un modelo ideal a seguir, siendo los países latinoamericanos el mejor ejemplo de ellos, donde se combinan diferentes esquemas de atención al paciente. Entre ellos resalta el establecimiento de Seguros Sociales Públicos (Es Salud); asimismo, coexiste la prestación directa de Servicios de Salud por parte de los Ministerios de Salud, para dar atención a la población de escasos recursos, con un sector privado que cubre a aquellos usuarios que prefieren pagar de manera directa el servicio para recibir una atención diferente a la otorgada por el sector público.

En Latinoamérica, esta variedad de esquemas de servicios refleja en alguna medida la inequidad existente, en vista que los grupos de menores recursos económicos no tienen elección y se deben someter a lo que les ofrece el sistema público de salud; siendo muchos de los centros que rige el gobierno insuficiente para el volumen poblacional o escasamente dotados de equipos para estudios especializados.

Así para Bruzzo la calidad desde la perspectiva de un paciente se refiere cuando el servicio o prestación llega a satisfacer sus necesidades y expectativas, es decir el paciente percibe y diferencia cuando percibe el énfasis marcado en satisfacerlo permanentemente en todos los detalles y valora económicamente y verbalmente la habilidad que posee quien le realizó el servicio o prestación. (Brusco, 2008)

(Donabedian, 1990), define la atención en salud como “el grado en el que los medios más deseables se utilizan para alcanzar las mayores mejoras posibles en salud”. Además, la atención en salud debe considerar la solución de una necesidad mediante un proceso sistematizado de toma de decisiones cuyo resultado es la modificación de esa necesidad dentro del ámbito de una organización y de factores socioculturales.

#### **1.4.2. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**

Según el diccionario de la Real Academia Española (RAE, 2017): “Es el sentimiento de bienestar que se obtiene cuando se ha cubierto una necesidad”, en este caso es la respuesta acertada hacia una queja, consulta o duda.

La satisfacción es un fenómeno que no se da en abstracto siempre está ligado a aspectos objetivos que directamente afectan al usuario en su percepción.

El concepto de satisfacción se ha matizado a lo largo del tiempo según el avance de su investigación, enfatizando distintos aspectos y variando su concepto. Satisfacción, es la evaluación que realiza el cliente respecto de un producto o servicio, en términos de si ese producto o servicio responde a sus necesidades y expectativas. La satisfacción del cliente es influida por las características específicas del producto o servicio y las percepciones de la calidad, También actúan sobre la satisfacción las respuestas emocionales.

El análisis de la satisfacción del paciente permite obtener la opinión acerca de los aspectos relacionados con la estructura (comodidades, instalaciones físicas y organización), el proceso (procedimientos y acciones realizadas en la consulta) y el resultado (cambio en el estado de salud y la percepción general de la atención recibida). Este análisis también permite obtener información sobre aquellas características de los

servicios que facilitan u obstaculizan al usuario para obtener una adecuada atención.

Sobre satisfacción del paciente hay un conjunto de teorías, entre las más importantes tenemos:

- (Donabedian, 1990), que afirma que la satisfacción del paciente es ante todo, “una medida del resultado de la interacción entre los profesionales de la salud y el paciente”.
- (Cafferata, 1978), ha sugerido que la satisfacción del paciente puede ser mejor entendida como una “entrada” (input) a esa interacción, porque se trata de una variable que predispone al paciente hacia una determinada actitud y condiciona su conducta ante el personal de salud.

**a. Elementos que conforman la satisfacción del paciente:**

❖ **Rendimiento percibido.-** Se refiere al desempeño en cuanto a la entrega del valor que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio. El rendimiento percibido tiene las siguientes características:

- Se determina desde el punto de vista del paciente, no de la institución.
- Se basa en los resultados que el paciente obtiene con el servicio.
- Está basado en las percepciones del paciente, no necesariamente en la realidad.
- Sufre el impacto de las opiniones de otras personas que influyen en el paciente.
- Depende del estado de ánimo del paciente y de sus razonamientos.

- Dada su complejidad el rendimiento recibido puede ser determinado luego de una exhaustiva investigación que comienza y termina en el paciente.

❖ **Las expectativas.-** Las expectativas son las esperanzas que los usuarios tienen por conseguir algo. Las expectativas de los clientes se producen por el efecto de una o más de estas cuatro situaciones.

- Promesas que hace la misma empresa acerca de los beneficios que brinda el servicio.
- Experiencia de compras anteriores.
- Opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión.
- Promesas que ofrecen los competidores.

#### **b. Los niveles de satisfacción del paciente**

Los pacientes experimentan unos de los 3 niveles de satisfacción:

- ❖ **Insatisfacción.-** Se produce cuando el desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del paciente.
- ❖ **Satisfacción.-** Se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del paciente.
- ❖ **Complacencia.-** Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del paciente.

Dependiendo el nivel de satisfacción del paciente, se puede conocer el grado de lealtad hacia la institución. Por este motivo las instituciones buscan complacer a sus pacientes mediante la promesa que pueden ofrecer y entregar más de lo que promete.

### c. Dimensiones de la satisfacción

❖ **Confiabilidad.-** (Zeitman, Valerie y Bitner, 2002), sostienen que confiabilidad es “Capacidad para desempeñar el servicio que se promete de manera segura y precisa”. En un sentido más amplio, la confiabilidad significa que la institución cumple sus promesas acerca de la entrega, la prestación del servicio, la solución de problemas y los precios (“entregar lo que se promete”).

❖ **Análisis de la confiabilidad.-** Es la capacidad del personal de salud para cumplir con los servicios prometidos de una manera segura, precisa y honesta de manera reiterada con el paciente. La ejecución de un análisis de la confiabilidad en un producto o un sistema debe incluir muchos tipos de exámenes para determinar cuan confiable es el producto o sistema que pretende analizarse. Una vez realizados los análisis, es posible prever los efectos de los cambios y de las correcciones del diseño para mejorar la confiabilidad del ítem.

❖ **Validez.-** Es la característica principal del servicio que brinda el personal de salud de una manera correcta y eficaz además de la capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera en concordancia con las expectativas del paciente.

Últimamente, el concepto de validez se ha modificado considerablemente. Muy rara vez se oye hablar de la validez de un instrumento. Es decir que la validez se ve como una evaluación más que una característica de cuán apropiadas y adecuadas son las interpretaciones y los usos que se hacen de los resultados del cuestionario.

❖ **Confiabilidad y validez.-** Quién sino el mismo paciente, puede brindar a cualquier organización la confiabilidad y la validez del

adecuado servicio que se le presta. En el mundo moderno en que vivimos, el concepto de confiabilidad adquiere gran trascendencia. La confiabilidad se refiere a la consistencia de los resultados es decir en la realidad.

- ❖ **Lealtad.-** Se define la lealtad como: “El sello distintivo de los grandes líderes se da cuando pueden ayudar a sus empleados a construir relaciones con los pacientes correctos”.

La conservación de los pacientes, es un asunto que sencillamente no se puede encerrar dentro de límites estrechos, llegamos a comprender que la lealtad en los negocios tiene tres dimensiones lealtad del paciente, la lealtad del empleado y la lealtad del inversionista, y que estas son mucho más poderosas, trascendentales e interdependientes de la que esperábamos o imaginábamos. Es decir, aquel compromiso que nosotros mismos nos hacemos con las personas que nos rodean, especialmente aquellas que apreciamos y valoramos.

#### **d. Factores que influyen en la satisfacción del paciente.**

Dentro de los factores de satisfacción de la atención del paciente encontramos las siguientes afirmaciones teóricas:

- ✓ Factores de primer orden que engloban la satisfacción del paciente. Son ellos:
  - La accesibilidad de los servicios
  - La disponibilidad de los recursos
  - El costo de los servicios
  - La humanización de los servicios
  - La información al paciente

- El acceso a la información
- La competencia profesional del trabajador de la salud

## **1.5. MARCO CONCEPTUAL**

### **1.5.1. SERVICIO DE ATENCIÓN**

(Escudero, 2015), sostiene que el servicio de atención al cliente es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado, se asegure un uso correcto de este y satisfaga sus necesidades y/o expectativas, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación de la empresa. Un servicio es cualquier actividad o beneficio que una parte pueda ofrecer a otra. Es esencialmente intangible y no se puede poseer. Su prestación va ligada necesariamente a un producto físico y a los servicios. La atención al cliente debe estar enraizada en la cultura de la organización.

(Estrada, 2012), conceptualiza que el servicio al cliente es la acción que efectuamos en beneficio de nuestros clientes/público usuario, mostrando interés y brindando una atención especial. Prestar un servicio implica el interés que ponemos para descubrir las necesidades y deseos de nuestros clientes o público usuario, a fin de efectuar las acciones necesarias para satisfacerlas. El servicio es inmaterial y brinda satisfacción profesional a quien lo proporciona.

### **1.5.2. CLIENTE**

(Thompson, 2009), sostiene que el cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización.

### **1.5.3. SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE**

Conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un establecimiento con el fin de que el cliente obtenga el producto y/o servicio que necesita.

### **1.5.4. SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES**

(Linder - Pelz, 1982), afirma que la satisfacción del cliente es el resultado de la diferencia entre lo que el paciente esperaba que ocurriera y lo que dice haber obtenido (su percepción de la experiencia). La satisfacción es un concepto multidimensional cuyos componentes varían en función del tipo de prestación de que se trate, más directamente relacionada con el componente afectivo de la actitud hacia el sistema sanitario o cualquiera de sus unidades.

# CAPÍTULO II

## **II. MATERIAL Y PROCEDIMIENTOS**

### **2.1. MATERIAL**

#### **2.1.1. POBLACIÓN**

La población estuvo representada por los clientes que adquieren sus medicamentos en la farmacia del Hospital Regional Docente de Trujillo, los cuales corresponden a 19 975 clientes, según reporte de atenciones del Departamento de Farmacia – HRDT – 2018, según se muestra en el Anexo 2.

#### **2.1.2. MARCO DE MUESTREO**

Clientes que acuden a la Farmacia del Hospital Regional Docente de Trujillo.

#### **2.1.3. UNIDAD DE ANÁLISIS**

Cada uno de los clientes que acuden a la Farmacia del Hospital Regional Docente de Trujillo.

#### **2.1.4. MUESTRA**

La muestra estuvo constituida por 377 clientes.

Tamaño de la muestra:

Para la determinación del tamaño de muestra proporcional se estableció un:  $p = 0.50$ ,  $q = 0.50$ , debido a que no se contaba con estudios anteriores y  $Z = 1.96$  (Nivel de confianza del 95%) y un error estándar del 5%, considerando una población de 19 975 clientes mensuales.

Se aplicó la fórmula para población finita siguiente:

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

**Donde:**

$$p = 0.50 \quad q = 0.50$$

$$Z = 1.96 \quad e = 0.05$$

$$N = 19\,975$$

Reemplazando tenemos:

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot (0.5) \cdot (0.5) \cdot (19975)}{(0.05)^2 \cdot (19975 - 1) + (1.96)^2 \cdot (0.5)(0.5)}$$

$$n = 376.93 = 377 \text{ clientes}$$

## 2.1.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

### a. Técnica de recolección de datos

La técnica que se utilizó en el presente trabajo de investigación fue la encuesta aplicada a los clientes. Técnica de investigación basada en las declaraciones emitidas por una muestra representativa, para poder recabar información primaria de la Farmacia del Hospital Regional Docente de Trujillo.

### b. Instrumento de recolección de datos

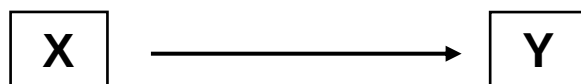
El instrumento empleado fue el Cuestionario validado por SERVQUAL, contiene preguntas muy sencillas y de fácil comprensión para el entendimiento del cliente.

El cuestionario estuvo constituido por 18 preguntas, en el cual se evaluaron indicadores como infraestructura, capacidad de respuesta, fiabilidad y cumplimiento del servicio.

## **2.2. PROCEDIMIENTOS**

### **2.2.1. DISEÑO DE CONTRASTACIÓN**

Por las características y la naturaleza del objeto de estudio y la hipótesis a ser corroborada, en la investigación se aplicó el diseño descriptivo con dos variables y de corte transversal.



Dónde:

X      →      Servicio de atención.

Y      →      Satisfacción del cliente.

### **2.2.2. ANÁLISIS DE VARIABLES**

X      →      Variable Independiente: Servicio de atención

Y      →      Variable Dependiente: Satisfacción del cliente

### **2.2.3. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS**

- Para el procesamiento de datos de la presente investigación se empleó un sistema electrónico de cómputo: Microsoft Excel.
- Para determinar la influencia entre variables de estudio se aplicó la prueba de estadística de independencia de criterios Chi-cuadrado. El

estudio contó con un 95% de confiabilidad y un nivel de significancia de  $p < 0.05$ .

- Para la presentación del informe se utilizó el editor de texto Microsoft Office Word.
- Para el análisis de los datos obtenidos también se emplearon:
  - **Tablas de frecuencias:** Es una ordenación en forma de tabla de los datos estadísticos, asignando a cada dato su frecuencia correspondiente.
  - **Gráficos:** Son representaciones visuales que emplean símbolos, barras, polígonos y sectores, de los datos contenidos en tablas de frecuencia.

# CAPÍTULO III

### III. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

#### 3.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Para el análisis de los datos se ha utilizado estadística descriptiva tal como: tablas, gráficos. El procesamiento de los datos se realizó en MS-Excel, IBM SPSS versión 25, cuyos reportes se presentan a continuación:

Tabla 1

*Resultados respecto al Primer Indicador: Infraestructura*

| Niveles   | Número de clientes | Porcentaje |
|-----------|--------------------|------------|
| Muy bueno | 11                 | 2.9        |
| Bueno     | 141                | 37.4       |
| Regular   | 165                | 43.8       |
| Malo      | 49                 | 13         |
| Muy malo  | 11                 | 2.9        |
| Total     | 377                | 100        |

Fuente: Encuesta

En la Tabla 1 observamos los resultados respecto al primer indicador: Infraestructura, se establece que 11 integrantes de la muestra que representa 2.9% está en un nivel muy bueno de satisfacción, 141 integrantes representado por un 37.4% está en un nivel bueno, 165 integrantes que representa un 43.8% se encuentra en un nivel regular, 49 integrantes de la muestra representada por un 13% refieren un nivel malo y 11 integrantes de la muestra que representa un 2.9% está en un nivel muy malo de satisfacción.

Tabla 2

*Resultados respecto al Segundo Indicador: Capacidad de respuesta*

| Niveles   | Número de clientes | Porcentaje |
|-----------|--------------------|------------|
| Muy bueno | 3                  | 0.8        |
| Bueno     | 113                | 30         |
| Regular   | 118                | 31.3       |
| Malo      | 131                | 34.7       |
| Muy malo  | 12                 | 3.2        |
| Total     | 377                | 100        |

Fuente: Encuesta

En la Tabla 2 observamos los resultados respecto al segundo indicador: Capacidad de respuesta, se establece que 3 integrantes de la muestra que representa 0.8% está en un nivel muy bueno de satisfacción, 113 integrantes representado por un 30% está en un nivel bueno, 118 integrantes que representa un 31.13% se encuentra en un nivel regular, 131 integrantes de la muestra representada por un 34.7% refieren un nivel malo y 12 integrantes de la muestra que representa un 3.2% está en un nivel muy malo de satisfacción.

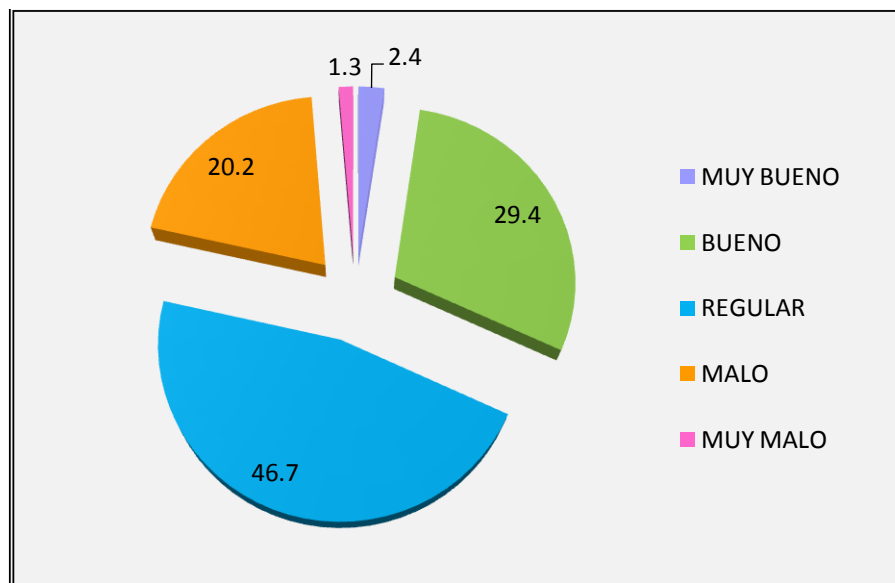


Figura 1. Resultados Tercer Indicador: Fiabilidad. Fuente encuesta

La Figura 1 muestra los resultados respecto al tercer indicador: Fiabilidad, se establece que 9 integrantes de la muestra que representa el 2.4% está en un nivel muy bueno de satisfacción, 111 integrantes representado por un 29.4% está en un nivel bueno, 176 integrantes que representa un 46.7% se encuentra en un nivel regular, 76 integrantes de la muestra representada por un 20.2% refieren un nivel malo y 5 integrantes de la muestra que representa un 1.3% está en un nivel muy malo de satisfacción.

Tabla 3

*Resultados respecto a las variables de estudio*

| Niveles   | Variable dependiente |       | Variable independiente |       |
|-----------|----------------------|-------|------------------------|-------|
|           | Satisfacción         | %     | Servicio de Atención   | %     |
| Muy bueno | 3                    | 0.8   | 25                     | 6.6   |
| Bueno     | 100                  | 26.5  | 94                     | 24.9  |
| Regular   | 208                  | 55.2  | 206                    | 54.6  |
| Malo      | 60                   | 15.9  | 49                     | 13.0  |
| Muy malo  | 6                    | 1.6   | 3                      | 0.8   |
| Total     | 377                  | 100.0 | 377                    | 100.0 |

Fuente: Encuesta

En la Tabla 3 observamos los resultados respecto a las variables de estudio, donde se detallan el número de integrantes y su respectivo porcentaje.

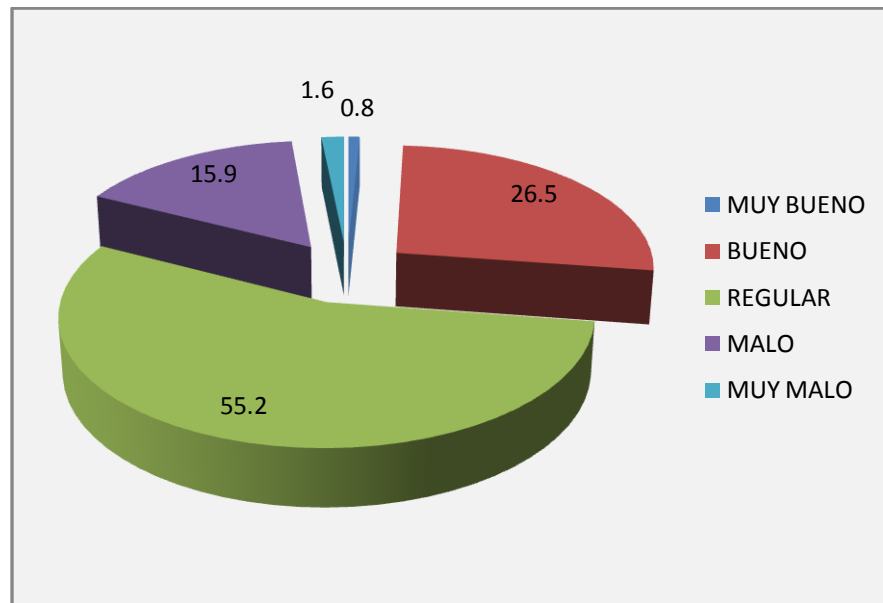


Figura 2. Resultados respecto Satisfacción del cliente. Fuente encuesta

La figura 2 muestra los resultados respecto a la variable dependiente: Satisfacción de los clientes, se establece que 3 integrantes de la muestra que representa el 0.8% está en un nivel muy bueno de satisfacción, 100 integrantes representado por un 26.5% está en un nivel bueno, 208 integrantes que representa un 55.2% se encuentra en un nivel regular, 60 integrantes de la muestra representada por 15.9% refieren un nivel malo y 6 integrantes de la muestra que representa un 1.6% está en un nivel muy malo de satisfacción.

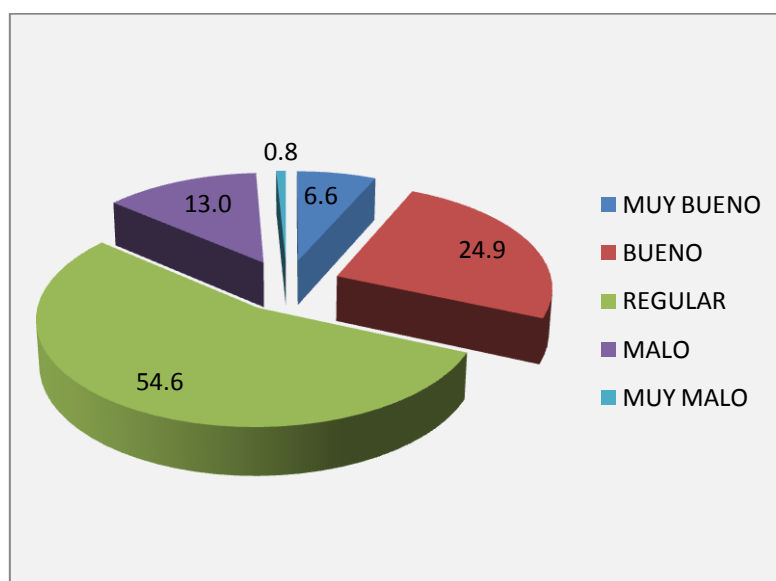


Figura 3. Resultados respecto Servicio de atención. Fuente encuesta

La figura 3 muestra los resultados respecto a la variable independiente: Servicio de atención, se establece que 25 integrantes de la muestra que representa el 6.6% está en un nivel muy bueno de satisfacción, 94 integrantes representado por un 24.9% está en un nivel bueno, 206 integrantes que representa un 54.6% se encuentra en un nivel regular, 49 integrantes de la muestra representada por 13% refieren un nivel malo y 3 integrantes de la muestra que representa un 0.8% está en un nivel muy malo de satisfacción.

Tabla 4

*Resultado de prueba de hipótesis*

| <b>Prueba de chi-cuadrado</b> |                      |    |                                         |
|-------------------------------|----------------------|----|-----------------------------------------|
|                               | Valor                | df | Significación asintótica<br>(bilateral) |
| Chi-cuadrado de Pearson       | 490,641 <sup>a</sup> | 16 | 0,000                                   |
| Razón de verosimilitud        | 283,776              | 16 | 0,000                                   |
| N de casos válidos            | 377                  |    |                                         |

a. 14 casillas (56,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,02.

Fuente: Encuesta

En la Tabla 4 observamos el resultado de la prueba de hipótesis chi cuadrado, se establece que el valor “sig” es de 0.000 en la cual rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna.

### 3.2. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

El desarrollo de la investigación se orienta a determinar en qué medida el servicio de atención del personal influye en la satisfacción de los clientes de Farmacia del Hospital Regional Docente de Trujillo durante el Primer semestre 2018.

Según manifiesta Serna G. el servicio de atención tiene un sólo propósito que repercute en la satisfacción de las necesidades del cliente, brindar un servicio de atención de calidad es indispensable para el desarrollo de una empresa o institución.

En función del primer objetivo específico, que es identificar el nivel del Servicio de atención del personal en la Farmacia del Hospital Regional Docente de Trujillo. Para el estudio del nivel de Servicio de atención se empleó la encuesta validada SERVQUAL la cual estuvo subdividida en 3 indicadores.

La tabla 1 hace referencia a los niveles de satisfacción respecto al primer indicador: Infraestructura, que mide los aspectos físicos tangibles, la apariencia de las instalaciones, equipos, limpieza y comodidad que el cliente percibe. Por todo lo enunciado aquí se observa que sólo el 40.3% están satisfechos con la Infraestructura y el 59.7% manifestaron que es inadecuada, necesitando mejorar sus ambientes con espacios adecuados y cómodos, resultado que coincide con el trabajo realizado por Zavaleta en su tesis: “Satisfacción de los usuarios externos del servicio de consulta externa del Hospital de Apoyo Elpidio Berovides Pérez - Otuzco – La Libertad Marzo – Abril 2016”, donde el usuario se muestra insatisfecho con respecto a aspectos tangibles con un 65.07%.

El segundo indicador: Capacidad de respuesta, que responde a la disposición de brindar ayuda, amabilidad y cortesía a los usuarios y proveer un servicio rápido y oportuno en un tiempo aceptable, en la tabla 2, se puede observar que sólo el 30.8% están satisfechos y el 69.2% manifestaron que ésta necesita mejoras en cuanto a la rapidez en la atención, amabilidad y cortesía por parte del personal de farmacia. Hechos que se remarcen en los estudios de Armando (2007), donde

los pacientes expresan un 8.4% respecto a la amabilidad recibida y Urdaneta (2006), en el cual largos lapsos de espera fueron remarcados en sus respuestas, generando malestar en el cliente a la hora de la atención. Por ello, es necesario que la Jefatura de Farmacia del Hospital Regional Docente de Trujillo implemente estrategias para la mejor distribución de horarios del personal, sobre todo en horas de la visita médica. Además el autor Gutiérrez manifiesta que estudios realizados en centros de salud demuestran que ante un menor tiempo de espera aumenta la percepción de satisfacción por parte de los pacientes; esto también se aplica a los usuarios que acuden a los servicios de farmacia.

La figura 1 hace referencia al tercer indicador: Fiabilidad, que es la capacidad y habilidad para cumplir exitosamente con el servicio ofrecido. Por todo lo enunciado sólo el 31.8% están satisfechos con éste indicador y el 68.2% manifestaron que ésta necesita mejorarse en cuanto a la confianza que se debe brindar y el interés por solucionar problemas a los clientes por parte del personal de farmacia.

Teniendo en cuenta los resultados de los indicadores: Infraestructura, Capacidad de respuesta y Fiabilidad para el estudio de la variable independiente: Servicio de atención, su evaluación global muestra un nivel regular con un 54.6% de satisfacción tal como se muestra en la tabla 3 y figura 3. En este caso debemos tener en cuenta que el cliente es nuestro objetivo primordial en el cual según Donabedian la satisfacción del paciente es una medida que resulta de la interacción entre el personal de salud y el mismo paciente. Coincidimos con el trabajo de Zavaleta donde se encontró insatisfacción en todas las dimensiones siendo mayor en capacidad de respuesta (66.31%), aspectos tangibles (65.07%) y fiabilidad (64.68%).

En la tabla 3 y figura 2 observamos los resultados respecto al cuarto indicador y/o variable dependiente: Satisfacción de los Clientes de Farmacia del Hospital Regional Docente de Trujillo, su evaluación global muestra un nivel regular con un 55.2%, precisando que es la inadecuada, necesitando mejorar los procesos durante la permanencia del paciente en la farmacia.

Teniendo en cuenta el objetivo específico de establecer la influencia del Servicio de atención del personal en la Satisfacción de los clientes de Farmacia del Hospital Regional Docente de Trujillo, se plantean las hipótesis de la siguiente manera:

Ho: El Servicio de atención del personal no influye significativamente en la Satisfacción de los clientes de Farmacia del Hospital Regional Docente de Trujillo Primer Semestre 2018.

H1: El Servicio de atención del personal influye significativamente en la Satisfacción de los clientes de Farmacia del Hospital Regional Docente de Trujillo Primer Semestre 2018.

Como se observa en la Tabla 4, los resultados de la prueba de hipótesis: prueba chi cuadrado encontramos que el valor de “sig” es de 0.000, que es menor a 0.05 el nivel de significancia, por lo tanto se rechaza la hipótesis nula (Ho) y se acepta la hipótesis alterna, afirmando con un nivel de confianza del 95%, que existe influencia significativa del Servicio de atención del personal en la Satisfacción de los clientes de la Farmacia del Hospital Regional Docente de Trujillo. Podemos afirmar que coincidimos con el resultado encontrado en el estudio realizado por Messarina titulado “Calidad de atención del personal de salud y satisfacción del paciente en el servicio de resonancia magnética del Hospital de Alta Complejidad Trujillo, 2015”, en el que determinó que la calidad de atención que brinda el profesional de salud influye en la Satisfacción del paciente.

# CAPÍTULO IV

## CONCLUSIONES

- Respecto al objetivo general planteado, se concluye que el servicio de atención del personal influye significativamente en la satisfacción de los clientes de Farmacia del Hospital Regional Docente de Trujillo.
- Respecto al primer objetivo específico planteado, se concluye que el nivel de Servicio de atención del personal en la Farmacia del Hospital Regional Docente de Trujillo es Regular con un 54.6%.
- Respecto al segundo objetivo específico planteado, se concluye que el nivel de Satisfacción de los Clientes de Farmacia del Hospital Regional Docente de Trujillo es Regular con un 55.2%.
- Respecto al tercer objetivo específico, la prueba Chi cuadrado arrojó un valor de “sig” de 0.000, en donde se establece con un nivel de confianza del 95% que existe influencia directa del servicio de atención del personal en la satisfacción de los clientes de Farmacia del Hospital Regional Docente de Trujillo.

## RECOMENDACIONES

- ✚ El Hospital Regional Docente de Trujillo debe establecer herramientas de evaluación del Servicio de atención para garantizar la efectividad y eficiencia en la gestión de brindar salud de calidad.
- ✚ La jefatura de Farmacia en trabajo conjunto con la Dirección del Hospital Regional de Trujillo deben gestionar la contratación de recurso humano, logrando así una mejor distribución del personal en el área de atención al cliente, evitando largos tiempos de espera.
- ✚ La Jefatura de Farmacia debe proponer a la Dirección del Hospital Regional Docente de Trujillo la realización de programas de capacitación y talleres continuos para fortalecer y motivar la relación del personal con el cliente.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Armando, P. D. (2007). *Desarrollo y validación de cuestionarios de Satisfacción de pacientes con los servicios de Atención Farmacéutica en Farmacias Comunitarias*. España: Universidad de Granada.
- Brusco, C. (2008). *Calidad Total*.
- Cafferata, G. (1978). *La Satisfacción del paciente y el uso de los servicios de salud: exploraciones en la causalidad EE.UU* . Estados Unidos: Social Science & Medicine.
- Chang, d. I. (1990). *Satisfacción de los pacientes con la atención médica*. Cuba.
- Donabedian, A. (1990). *Garantía y Monitoreo de la Calidad de la Atención médica. Perspectivas en Salud Pública*. México: Instituto Nacional de Salud Pública.
- Escudero, A. M. (2015). *Servicio de Atención Comercial*. España: Editex.
- Estrada, V. W. (2012). *Servicio y Atención al Cliente*. Perú: Biblioteca Nacional del Perú.
- Fabián. (2015). *Nivel de Satisfacción percibida y calidad del cuidado enfermero en la persona hospitalizada. Hospital Jerusalén - La Esperanza, 2015*. Trujillo - Lalibertad: Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Gómez, E. (2009). *Barreras contra el buen servicio. Como conservar más clientes ( la amabilidad es a clave)*. Argentina: El Cid.
- Gutierrez. (2009). *Tiempo de espera y su relación con la satisfacción de los usuarios en la farmacia central del Hospital Dos de Mayo*. Lima - Perú.
- Huiza, G. G. (2006). *Satisfacción del usuario externo sobre la calidad de atención en Salud en el Hospital de la Base Naval del Callao Octubre - Diciembre 2003*. Lima - Perú: Facultad de Medicina de la Universidad Mayor de San Marcos.
- Linder - Pelz, S. (1982). *Hacia una teoría de la Satisfacción del paciente*. Estados Unidos: Social Science & Medicine.
- Márquez, P. J. (2008). *Evaluación de la satisfacción y de la insatisfacción de pacientes atendidos en la unidad de atención farmacéutica a pacientes externos del Hospital Universitario Dr. Peset*. Valencia - España.
- Massip, P. C. (2008). *La evaluación de la satisfacción en salud: un reto a la calidad*. La Habana - Cuba: Debate.

- Messarina. (2016). *Calidad de atención del personal de salud y satisfacción del paciente en el servicio de Resonancia magnética del Hospital de Alta Complejidad Trujillo, 2015*. Trujillo: Universidad César Vallejo.
- Morales. (2009). *Nivel de satisfacción de los pacientes que asisten al servicio de urgencias, frente a la atención de enfermería en una institución de primer nivel de atención en salud, en Mistrato Risaralda. Febrero a abril 2009*. Santafé de Bogotá D.C: Pontificia Universidad Javeriana.
- Núñez, H. (2009). *Servicio al cliente*. México: Edamsa.
- OMS. (2007). *Sistema de Gestión de garantía de la Calidad, Consejo ejecutivo 2007*.
- Pérez. (2008). *Calidad de atención en la consulta externa de medicina interna del Hospital Nacional Dos de Mayo, desde la percepción del usuario externo*. Lima - Perú.
- Pérez, R. C. (2014). *La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la Empresa Campestre SAC-Chiclayo periodo Enero a Septiembre 2011 y 2012*. Chiclayo: Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo.
- RAE. (2017). *Diccionario de la Real Academia Española*. Madrid.
- Serna, G. H. (2006). *Conceptos Básicos. En servicio al cliente*. Colombia: Panamericana.
- Serna, G. H. (2006). *Del servicio al cliente a la gestión de clientes*. Colombia: Panamericana.
- Terrones, V. W. (2006). *Satisfacción del usuario atendido en el Departamento de Farmacia del Hospital de Iquitos - César Garayar García*. Iquitos - Perú.
- Thompson, I. (2009). *Definición del cliente*.
- Urdaneta. (2006). *Calidad de atención del servicio de Gastroenterología del Hospital Vargas, Caracas*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.
- Zavaleta. (2016). *Satisfacción de los usuarios externos del servicio de consulta externa del Hospital de Apoyo Elpidio Berovides Pérez - Otuzco - La Libertad Marzo - Abril 2016*. Trujillo: Universidad Nacional de Trujillo.
- Zeitman, Valerie y Bitner. (2002). *Marketing de servicios 2° Edición*. México: Mc. Graw - Hill Interamericana.

# **ANEXO N° 1**

## INSTRUMENTO VALIDADO: ENCUESTA SERVQUAL

## ENCUESTA

**"EL SERVICIO DE ATENCIÓN Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE FARMACIA DEL HOSPITAL REGIONAL DOCENTE DE TRUJILLO PRIMER SEMESTRE 2018"**

## I. ELEMENTO TANGIBLE: INFRAESTRUCTURA

1. ¿Cómo considera la ubicación de la farmacia?
2. ¿Cómo considera el espacio de la farmacia para la atención?
3. ¿Cómo considera el orden y limpieza de la farmacia?
4. ¿Cómo Califica el confort de las instalaciones del local?

## II. CAPACIDAD DE RESPUESTA

5. La amabilidad y cortesía del personal que la atendió fue:
6. ¿El personal se expresó de forma clara y fácil de entender?
7. ¿Cómo calificaría la rapidez del personal en la atención?
8. El tiempo de espera para la atención de receta fue:
9. La disposición a ayudarlo, por parte del personal fue:

### III. FIABILIDAD

10. ¿Cómo calificaría el tiempo que escucha y dedica para codificar su receta?
11. ¿El personal le brindó confianza durante la atención?
12. ¿Cuándo tiene un problema, como considera el interés del personal por solucionarlo?
13. ¿Cómo calificaría los conocimientos para responder a sus preguntas, por parte del personal de la Farmacia?
14. ¿Cómo calificaría en relación a la dispensación de los medicamentos por parte del personal?

#### IV. CUMPLIMIENTO DEL SERVICIO

15. ¿Considera adecuado el horario de atención para todos sus pacientes?
16. ¿Cómo califica la atención que recibió en el servicio?
17. ¿Cómo considera la calidad del servicio de la farmacia?
18. En general ¿Cómo fue el trato durante su permanencia en la farmacia?

| Muy malo | Malo | Regular | Bueno | Muy bueno |
|----------|------|---------|-------|-----------|
| (0)      | (1)  | (2)     | (3)   | (4)       |
|          |      |         |       |           |
|          |      |         |       |           |
|          |      |         |       |           |
|          |      |         |       |           |
|          |      |         |       |           |
|          |      |         |       |           |
|          |      |         |       |           |
|          |      |         |       |           |
|          |      |         |       |           |
|          |      |         |       |           |
|          |      |         |       |           |
|          |      |         |       |           |
|          |      |         |       |           |
|          |      |         |       |           |
|          |      |         |       |           |
|          |      |         |       |           |
|          |      |         |       |           |
|          |      |         |       |           |
|          |      |         |       |           |

# **ANEXO N° 2**

## SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN PARA RECABAR INFORMACIÓN

### SOLICITO AUTORIZACIÓN PARA RECABAR INFORMACIÓN

Dra. Q.F. Julissa Vargas Vigo

Jefe del Departamento de Farmacia del Hospital Regional Docente de Trujillo

Nosotras, Flor Lizeth Flores López y Mercedes Paola Arica Requena, egresadas de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Privada Antenor Orrego, nos dirigimos a usted para saludarla y al mismo tiempo informarle:

Que, deseando realizar nuestra tesis: **"EL SERVICIO DE ATENCIÓN Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE FARMACIA DEL HOSPITAL REGIONAL DOCENTE DE TRUJILLO PRIMER SEMESTRE 2018"** y siendo necesaria recabar información primaria sobre las atenciones en su farmacia y la ejecución de una encuesta a sus clientes, nos acercamos a su despacho para solicitar el permiso correspondiente.

Trujillo, 25 de abril del 2018.



**FLORES LÓPEZ, FLOR LIZETH**  
Bachiller en Ciencias Económicas  
ID: 000126754



**ARICA REQUENA, MERCEDES PAOLA**  
Bachiller en Ciencias Económicas  
ID: 000127761



Hospital Regional Docente de Trujillo  
Dra. Q.F. Julissa Vargas Vigo  
Jefe del Departamento de Farmacia

# ANEXO N° 3

## FORMATO DE REPORTE DIARIO DE ATENCIONES DEL DEPARTAMENTO DE FARMACIA - HRDT

## REPORTE DIARIO DE ATENCIONES DPTO. FARMACIA HRDT

[illegible][illegible]

# **ANEXO N° 4**

## MATRICES UTILIZADAS PARA EL PROCESAMIENTO DE LOS RESULTADOS

### Matriz 1

#### *Matriz de Consistencia de Evaluación*

| Indicadores                  | Nº de ítems | Valoración máxima<br>por ítems | Puntaje<br>máximo |
|------------------------------|-------------|--------------------------------|-------------------|
| Infraestructura              | 4           | 4                              | 16                |
| Capacidad de<br>respuesta    | 5           | 4                              | 20                |
| Fiabilidad                   | 5           | 4                              | 20                |
| Cumplimiento del<br>servicio | 4           | 4                              | 16                |
| <b>Total</b>                 | <b>18</b>   | <b>4</b>                       | <b>72</b>         |

Fuente: Encuesta

En la Matriz 1 observamos la valoración máxima por ítems y puntaje máximo del instrumento ejecutado, que admite un máximo de 72 puntos para los cuatro indicadores que se formulan en la encuesta.

### Matriz 2

#### *Niveles por indicador y Promedio ideal de Instrumento*

| Niveles   | Ind. 1  | Ind.2   | Ind.3   | Ind.4   | Prom. Ideal |
|-----------|---------|---------|---------|---------|-------------|
| Muy bueno | 13 - 16 | 17 - 20 | 17 - 20 | 13 - 16 | 57 - 72     |
| Bueno     | 10 - 12 | 13 - 16 | 13 - 16 | 10 - 12 | 43 - 56     |
| Regular   | 7 - 9   | 9 - 12  | 9 - 12  | 7 - 9   | 29 - 42     |
| Malo      | 4 - 6   | 5 - 8   | 5 - 8   | 4 - 6   | 15 - 28     |
| Muy malo  | 0 - 3   | 0 - 4   | 0 - 4   | 0 - 3   | 0 - 14      |

Fuente: Encuesta

En la Matriz 2 observamos la valoración de los niveles para cada indicador y promedio ideal de la encuesta.

Matriz 3

*Resultados por Indicadores y Niveles*

| N° | Ind. 1  |          | Ind. 2  |          | Ind. 3  |          | Ind. 4  |           |
|----|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|-----------|
|    | P. Real | Nivel    | P. Real | Nivel    | P. Real | Nivel    | P. Real | Nivel     |
| 1  | 12      | Bueno    | 10      | Regular  | 11      | Regular  | 9       | Regular   |
| 2  | 11      | Bueno    | 10      | Regular  | 13      | Bueno    | 9       | Regular   |
| 3  | 9       | Regular  | 13      | Bueno    | 12      | Regular  | 9       | Regular   |
| 4  | 8       | Regular  | 6       | Malo     | 10      | Regular  | 8       | Regular   |
| 5  | 12      | Bueno    | 15      | Bueno    | 16      | Bueno    | 11      | Bueno     |
| 6  | 10      | Bueno    | 13      | Bueno    | 9       | Regular  | 9       | Regular   |
| 7  | 4       | Malo     | 2       | Muy malo | 2       | Muy malo | 2       | Muy malo  |
| 8  | 9       | Regular  | 10      | Regular  | 10      | Regular  | 8       | Regular   |
| 9  | 9       | Regular  | 8       | Malo     | 10      | Regular  | 9       | Regular   |
| 10 | 11      | Bueno    | 12      | Regular  | 9       | Regular  | 8       | Regular   |
| 11 | 11      | Bueno    | 13      | Bueno    | 12      | Regular  | 8       | Regular   |
| 12 | 10      | Bueno    | 13      | Bueno    | 9       | Regular  | 9       | Regular   |
| 13 | 11      | Bueno    | 13      | Bueno    | 11      | Regular  | 9       | Regular   |
| 14 | 9       | Regular  | 13      | Bueno    | 11      | Regular  | 9       | Regular   |
| 15 | 10      | Bueno    | 13      | Bueno    | 9       | Regular  | 9       | Regular   |
| 16 | 5       | Malo     | 2       | Muy malo | 2       | Muy malo | 3       | Muy malo  |
| 17 | 7       | Regular  | 15      | Bueno    | 15      | Bueno    | 12      | Bueno     |
| 18 | 9       | Regular  | 13      | Bueno    | 8       | Malo     | 9       | Regular   |
| 19 | 3       | Muy malo | 5       | Malo     | 5       | Malo     | 5       | Malo      |
| 20 | 7       | Regular  | 8       | Malo     | 10      | Regular  | 9       | Regular   |
| 21 | 8       | Regular  | 10      | Regular  | 10      | Regular  | 8       | Regular   |
| 22 | 9       | Regular  | 12      | Regular  | 12      | Regular  | 10      | Bueno     |
| 23 | 11      | Bueno    | 13      | Bueno    | 12      | Regular  | 10      | Bueno     |
| 24 | 9       | Regular  | 7       | Malo     | 9       | Regular  | 8       | Regular   |
| 25 | 8       | Regular  | 8       | Malo     | 10      | Regular  | 8       | Regular   |
| 26 | 12      | Bueno    | 7       | Malo     | 9       | Regular  | 8       | Regular   |
| 27 | 9       | Regular  | 12      | Regular  | 13      | Bueno    | 11      | Bueno     |
| 28 | 12      | Bueno    | 12      | Regular  | 13      | Bueno    | 12      | Bueno     |
| 29 | 11      | Bueno    | 12      | Regular  | 9       | Regular  | 9       | Regular   |
| 30 | 10      | Bueno    | 13      | Bueno    | 15      | Bueno    | 13      | Muy bueno |
| 31 | 9       | Regular  | 12      | Regular  | 12      | Regular  | 9       | Regular   |
| 32 | 10      | Bueno    | 13      | Bueno    | 12      | Regular  | 9       | Regular   |
| 33 | 11      | Bueno    | 11      | Regular  | 10      | Regular  | 9       | Regular   |
| 34 | 9       | Regular  | 13      | Bueno    | 12      | Regular  | 11      | Bueno     |
| 35 | 12      | Bueno    | 7       | Malo     | 8       | Malo     | 5       | Malo      |
| 36 | 11      | Bueno    | 13      | Bueno    | 12      | Regular  | 9       | Regular   |
| 37 | 11      | Bueno    | 8       | Malo     | 8       | Malo     | 9       | Regular   |
| 38 | 9       | Regular  | 13      | Bueno    | 12      | Regular  | 11      | Bueno     |

|    |    |          |    |          |    |          |    |           |
|----|----|----------|----|----------|----|----------|----|-----------|
| 39 | 9  | Regular  | 12 | Regular  | 12 | Regular  | 9  | Regular   |
| 40 | 8  | Regular  | 7  | Malo     | 8  | Malo     | 5  | Malo      |
| 41 | 11 | Bueno    | 8  | Malo     | 9  | Regular  | 8  | Regular   |
| 42 | 10 | Bueno    | 8  | Malo     | 9  | Regular  | 9  | Regular   |
| 43 | 11 | Bueno    | 13 | Bueno    | 13 | Bueno    | 12 | Bueno     |
| 44 | 10 | Bueno    | 8  | Malo     | 9  | Regular  | 8  | Regular   |
| 45 | 12 | Bueno    | 11 | Regular  | 13 | Bueno    | 11 | Bueno     |
| 46 | 11 | Bueno    | 8  | Malo     | 8  | Malo     | 5  | Malo      |
| 47 | 11 | Bueno    | 5  | Malo     | 5  | Malo     | 5  | Malo      |
| 48 | 12 | Bueno    | 15 | Bueno    | 13 | Bueno    | 12 | Bueno     |
| 49 | 11 | Bueno    | 7  | Malo     | 8  | Malo     | 8  | Regular   |
| 50 | 11 | Bueno    | 8  | Malo     | 9  | Regular  | 9  | Regular   |
| 51 | 11 | Bueno    | 7  | Malo     | 6  | Malo     | 8  | Regular   |
| 52 | 12 | Bueno    | 8  | Malo     | 9  | Regular  | 9  | Regular   |
| 53 | 7  | Regular  | 8  | Malo     | 10 | Regular  | 9  | Regular   |
| 54 | 3  | Muy malo | 5  | Malo     | 5  | Malo     | 5  | Malo      |
| 55 | 5  | Malo     | 8  | Malo     | 10 | Regular  | 9  | Regular   |
| 56 | 7  | Regular  | 6  | Malo     | 8  | Malo     | 9  | Regular   |
| 57 | 9  | Regular  | 10 | Regular  | 10 | Regular  | 8  | Regular   |
| 58 | 8  | Regular  | 8  | Malo     | 8  | Malo     | 5  | Malo      |
| 59 | 12 | Bueno    | 12 | Regular  | 13 | Bueno    | 12 | Bueno     |
| 60 | 12 | Bueno    | 11 | Regular  | 12 | Regular  | 10 | Bueno     |
| 61 | 9  | Regular  | 13 | Bueno    | 13 | Bueno    | 11 | Bueno     |
| 62 | 10 | Bueno    | 13 | Bueno    | 12 | Regular  | 11 | Bueno     |
| 63 | 5  | Malo     | 7  | Malo     | 8  | Malo     | 8  | Regular   |
| 64 | 7  | Regular  | 5  | Malo     | 6  | Malo     | 5  | Malo      |
| 65 | 8  | Regular  | 5  | Malo     | 8  | Malo     | 9  | Regular   |
| 66 | 6  | Malo     | 5  | Malo     | 4  | Muy malo | 4  | Malo      |
| 67 | 7  | Regular  | 10 | Regular  | 14 | Bueno    | 9  | Regular   |
| 68 | 7  | Regular  | 8  | Malo     | 10 | Regular  | 9  | Regular   |
| 69 | 3  | Muy malo | 3  | Muy malo | 5  | Malo     | 6  | Malo      |
| 70 | 8  | Regular  | 8  | Malo     | 11 | Regular  | 9  | Regular   |
| 71 | 5  | Malo     | 10 | Regular  | 13 | Bueno    | 9  | Regular   |
| 72 | 7  | Regular  | 12 | Regular  | 14 | Bueno    | 11 | Bueno     |
| 73 | 11 | Bueno    | 12 | Regular  | 15 | Bueno    | 13 | Muy bueno |
| 74 | 7  | Regular  | 12 | Regular  | 14 | Bueno    | 11 | Bueno     |
| 75 | 7  | Regular  | 12 | Regular  | 14 | Bueno    | 11 | Bueno     |
| 76 | 8  | Regular  | 5  | Malo     | 8  | Malo     | 9  | Regular   |
| 77 | 9  | Regular  | 10 | Regular  | 10 | Regular  | 8  | Regular   |
| 78 | 9  | Regular  | 13 | Bueno    | 12 | Regular  | 10 | Bueno     |
| 79 | 11 | Bueno    | 12 | Regular  | 13 | Bueno    | 12 | Bueno     |
| 80 | 10 | Bueno    | 13 | Bueno    | 8  | Malo     | 9  | Regular   |
| 81 | 12 | Bueno    | 10 | Regular  | 10 | Regular  | 9  | Regular   |

|     |    |           |    |          |    |           |    |           |
|-----|----|-----------|----|----------|----|-----------|----|-----------|
| 82  | 5  | Malo      | 6  | Malo     | 10 | Regular   | 9  | Regular   |
| 83  | 9  | Regular   | 13 | Bueno    | 16 | Bueno     | 11 | Bueno     |
| 84  | 16 | Muy bueno | 13 | Bueno    | 16 | Bueno     | 13 | Muy bueno |
| 85  | 9  | Regular   | 8  | Malo     | 12 | Regular   | 9  | Regular   |
| 86  | 10 | Bueno     | 13 | Bueno    | 12 | Regular   | 11 | Bueno     |
| 87  | 10 | Bueno     | 14 | Bueno    | 15 | Bueno     | 12 | Bueno     |
| 88  | 4  | Malo      | 5  | Malo     | 2  | Muy malo  | 5  | Malo      |
| 89  | 9  | Regular   | 12 | Regular  | 13 | Bueno     | 10 | Bueno     |
| 90  | 13 | Muy bueno | 15 | Bueno    | 16 | Bueno     | 13 | Muy bueno |
| 91  | 10 | Bueno     | 7  | Malo     | 7  | Malo      | 5  | Malo      |
| 92  | 10 | Bueno     | 10 | Regular  | 11 | Regular   | 9  | Regular   |
| 93  | 4  | Malo      | 3  | Muy malo | 5  | Malo      | 5  | Malo      |
| 94  | 12 | Bueno     | 12 | Regular  | 15 | Bueno     | 11 | Bueno     |
| 95  | 9  | Regular   | 13 | Bueno    | 13 | Bueno     | 11 | Bueno     |
| 96  | 9  | Regular   | 13 | Bueno    | 7  | Malo      | 7  | Regular   |
| 97  | 12 | Bueno     | 7  | Malo     | 11 | Regular   | 8  | Regular   |
| 98  | 8  | Regular   | 5  | Malo     | 8  | Malo      | 9  | Regular   |
| 99  | 7  | Regular   | 8  | Malo     | 14 | Bueno     | 9  | Regular   |
| 100 | 10 | Bueno     | 13 | Bueno    | 13 | Bueno     | 9  | Regular   |
| 101 | 7  | Regular   | 10 | Regular  | 14 | Bueno     | 9  | Regular   |
| 102 | 7  | Regular   | 10 | Regular  | 14 | Bueno     | 9  | Regular   |
| 103 | 9  | Regular   | 10 | Regular  | 11 | Regular   | 9  | Regular   |
| 104 | 13 | Muy bueno | 15 | Bueno    | 17 | Muy bueno | 13 | Muy bueno |
| 105 | 8  | Regular   | 8  | Malo     | 9  | Regular   | 9  | Regular   |
| 106 | 7  | Regular   | 8  | Malo     | 8  | Malo      | 9  | Regular   |
| 107 | 6  | Malo      | 5  | Malo     | 8  | Malo      | 9  | Regular   |
| 108 | 8  | Regular   | 5  | Malo     | 8  | Malo      | 9  | Regular   |
| 109 | 3  | Muy malo  | 5  | Malo     | 5  | Malo      | 5  | Malo      |
| 110 | 11 | Bueno     | 10 | Regular  | 10 | Regular   | 9  | Regular   |
| 111 | 11 | Bueno     | 5  | Malo     | 5  | Malo      | 6  | Malo      |
| 112 | 11 | Bueno     | 10 | Regular  | 10 | Regular   | 9  | Regular   |
| 113 | 8  | Regular   | 8  | Malo     | 10 | Regular   | 9  | Regular   |
| 114 | 9  | Regular   | 8  | Malo     | 10 | Regular   | 8  | Regular   |
| 115 | 7  | Regular   | 8  | Malo     | 10 | Regular   | 9  | Regular   |
| 116 | 10 | Bueno     | 13 | Bueno    | 15 | Bueno     | 13 | Muy bueno |
| 117 | 4  | Malo      | 3  | Muy malo | 5  | Malo      | 5  | Malo      |
| 118 | 8  | Regular   | 10 | Regular  | 10 | Regular   | 8  | Regular   |
| 119 | 10 | Bueno     | 10 | Regular  | 9  | Regular   | 11 | Bueno     |
| 120 | 4  | Malo      | 2  | Muy malo | 5  | Malo      | 5  | Malo      |
| 121 | 9  | Regular   | 15 | Bueno    | 14 | Bueno     | 12 | Bueno     |
| 122 | 9  | Regular   | 13 | Bueno    | 9  | Regular   | 8  | Regular   |
| 123 | 4  | Malo      | 3  | Muy malo | 5  | Malo      | 5  | Malo      |
| 124 | 5  | Malo      | 10 | Regular  | 8  | Malo      | 8  | Regular   |

|     |    |          |    |           |    |           |    |           |
|-----|----|----------|----|-----------|----|-----------|----|-----------|
| 125 | 10 | Bueno    | 9  | Regular   | 9  | Regular   | 8  | Regular   |
| 126 | 10 | Bueno    | 13 | Bueno     | 13 | Bueno     | 10 | Bueno     |
| 127 | 10 | Bueno    | 9  | Regular   | 12 | Regular   | 9  | Regular   |
| 128 | 12 | Bueno    | 12 | Regular   | 14 | Bueno     | 12 | Bueno     |
| 129 | 9  | Regular  | 8  | Malo      | 7  | Malo      | 8  | Regular   |
| 130 | 10 | Bueno    | 12 | Regular   | 12 | Regular   | 9  | Regular   |
| 131 | 10 | Bueno    | 12 | Regular   | 11 | Regular   | 9  | Regular   |
| 132 | 7  | Regular  | 10 | Regular   | 12 | Regular   | 8  | Regular   |
| 133 | 8  | Regular  | 13 | Bueno     | 13 | Bueno     | 11 | Bueno     |
| 134 | 10 | Bueno    | 12 | Regular   | 15 | Bueno     | 12 | Bueno     |
| 135 | 10 | Bueno    | 7  | Malo      | 8  | Malo      | 8  | Regular   |
| 136 | 9  | Regular  | 13 | Bueno     | 11 | Regular   | 9  | Regular   |
| 137 | 10 | Bueno    | 10 | Regular   | 12 | Regular   | 9  | Regular   |
| 138 | 5  | Malo     | 8  | Malo      | 9  | Regular   | 6  | Malo      |
| 139 | 10 | Bueno    | 12 | Regular   | 14 | Bueno     | 9  | Regular   |
| 140 | 8  | Regular  | 13 | Bueno     | 13 | Bueno     | 11 | Bueno     |
| 141 | 12 | Bueno    | 13 | Bueno     | 14 | Bueno     | 12 | Bueno     |
| 142 | 9  | Regular  | 9  | Regular   | 16 | Bueno     | 11 | Bueno     |
| 143 | 9  | Regular  | 15 | Bueno     | 18 | Muy bueno | 13 | Muy bueno |
| 144 | 8  | Regular  | 13 | Bueno     | 12 | Regular   | 11 | Bueno     |
| 145 | 11 | Bueno    | 12 | Regular   | 10 | Regular   | 10 | Bueno     |
| 146 | 9  | Regular  | 8  | Malo      | 8  | Malo      | 8  | Regular   |
| 147 | 8  | Regular  | 13 | Bueno     | 13 | Bueno     | 11 | Bueno     |
| 148 | 7  | Regular  | 13 | Bueno     | 13 | Bueno     | 10 | Bueno     |
| 149 | 4  | Malo     | 7  | Malo      | 9  | Regular   | 6  | Malo      |
| 150 | 7  | Regular  | 11 | Regular   | 14 | Bueno     | 9  | Regular   |
| 151 | 10 | Bueno    | 13 | Bueno     | 13 | Bueno     | 11 | Bueno     |
| 152 | 10 | Bueno    | 13 | Bueno     | 13 | Bueno     | 9  | Regular   |
| 153 | 10 | Bueno    | 13 | Bueno     | 13 | Bueno     | 11 | Bueno     |
| 154 | 8  | Regular  | 11 | Regular   | 12 | Regular   | 9  | Regular   |
| 155 | 9  | Regular  | 13 | Bueno     | 13 | Bueno     | 11 | Bueno     |
| 156 | 10 | Bueno    | 13 | Bueno     | 13 | Bueno     | 8  | Regular   |
| 157 | 10 | Bueno    | 13 | Bueno     | 12 | Regular   | 8  | Regular   |
| 158 | 12 | Bueno    | 17 | Muy bueno | 16 | Bueno     | 13 | Muy bueno |
| 159 | 10 | Bueno    | 13 | Bueno     | 13 | Bueno     | 9  | Regular   |
| 160 | 7  | Regular  | 12 | Regular   | 14 | Bueno     | 11 | Bueno     |
| 161 | 7  | Regular  | 5  | Malo      | 5  | Malo      | 4  | Malo      |
| 162 | 9  | Regular  | 12 | Regular   | 13 | Bueno     | 10 | Bueno     |
| 163 | 9  | Regular  | 12 | Regular   | 13 | Bueno     | 10 | Bueno     |
| 164 | 4  | Malo     | 5  | Malo      | 5  | Malo      | 5  | Malo      |
| 165 | 8  | Regular  | 12 | Regular   | 14 | Bueno     | 13 | Muy bueno |
| 166 | 8  | Regular  | 13 | Bueno     | 14 | Bueno     | 12 | Bueno     |
| 167 | 3  | Muy malo | 8  | Malo      | 10 | Regular   | 9  | Regular   |

|     |    |           |    |         |    |           |    |           |
|-----|----|-----------|----|---------|----|-----------|----|-----------|
| 168 | 4  | Malo      | 8  | Malo    | 9  | Regular   | 9  | Regular   |
| 169 | 4  | Malo      | 5  | Malo    | 5  | Malo      | 5  | Malo      |
| 170 | 8  | Regular   | 12 | Regular | 13 | Bueno     | 12 | Bueno     |
| 171 | 9  | Regular   | 13 | Bueno   | 14 | Bueno     | 12 | Bueno     |
| 172 | 4  | Malo      | 5  | Malo    | 5  | Malo      | 5  | Malo      |
| 173 | 8  | Regular   | 8  | Malo    | 7  | Malo      | 9  | Regular   |
| 174 | 4  | Malo      | 5  | Malo    | 8  | Malo      | 9  | Regular   |
| 175 | 11 | Bueno     | 13 | Bueno   | 13 | Bueno     | 11 | Bueno     |
| 176 | 12 | Bueno     | 13 | Bueno   | 14 | Bueno     | 12 | Bueno     |
| 177 | 11 | Bueno     | 11 | Regular | 12 | Regular   | 10 | Bueno     |
| 178 | 7  | Regular   | 12 | Regular | 14 | Bueno     | 12 | Bueno     |
| 179 | 9  | Regular   | 13 | Bueno   | 12 | Regular   | 10 | Bueno     |
| 180 | 8  | Regular   | 13 | Bueno   | 13 | Bueno     | 9  | Regular   |
| 181 | 9  | Regular   | 13 | Bueno   | 12 | Regular   | 10 | Bueno     |
| 182 | 11 | Bueno     | 13 | Bueno   | 13 | Bueno     | 12 | Bueno     |
| 183 | 10 | Bueno     | 13 | Bueno   | 13 | Bueno     | 9  | Regular   |
| 184 | 14 | Muy bueno | 15 | Bueno   | 16 | Bueno     | 14 | Muy bueno |
| 185 | 9  | Regular   | 13 | Bueno   | 13 | Bueno     | 9  | Regular   |
| 186 | 10 | Bueno     | 13 | Bueno   | 10 | Regular   | 9  | Regular   |
| 187 | 9  | Regular   | 7  | Malo    | 9  | Regular   | 8  | Regular   |
| 188 | 10 | Bueno     | 6  | Malo    | 10 | Regular   | 8  | Regular   |
| 189 | 10 | Bueno     | 12 | Regular | 11 | Regular   | 10 | Bueno     |
| 190 | 10 | Bueno     | 12 | Regular | 14 | Bueno     | 10 | Bueno     |
| 191 | 10 | Bueno     | 16 | Bueno   | 17 | Muy bueno | 13 | Muy bueno |
| 192 | 11 | Bueno     | 11 | Regular | 12 | Regular   | 11 | Bueno     |
| 193 | 4  | Malo      | 8  | Malo    | 8  | Malo      | 9  | Regular   |
| 194 | 6  | Malo      | 12 | Regular | 14 | Bueno     | 13 | Muy bueno |
| 195 | 8  | Regular   | 12 | Regular | 13 | Bueno     | 10 | Bueno     |
| 196 | 8  | Regular   | 13 | Bueno   | 14 | Bueno     | 11 | Bueno     |
| 197 | 6  | Malo      | 12 | Regular | 11 | Regular   | 10 | Bueno     |
| 198 | 8  | Regular   | 10 | Regular | 11 | Regular   | 9  | Regular   |
| 199 | 9  | Regular   | 13 | Bueno   | 12 | Regular   | 9  | Regular   |
| 200 | 14 | Muy bueno | 16 | Bueno   | 17 | Muy bueno | 15 | Muy bueno |
| 201 | 11 | Bueno     | 13 | Bueno   | 13 | Bueno     | 12 | Bueno     |
| 202 | 9  | Regular   | 13 | Bueno   | 13 | Bueno     | 8  | Regular   |
| 203 | 11 | Bueno     | 13 | Bueno   | 13 | Bueno     | 11 | Bueno     |
| 204 | 10 | Bueno     | 13 | Bueno   | 14 | Bueno     | 11 | Bueno     |
| 205 | 5  | Malo      | 7  | Malo    | 7  | Malo      | 8  | Regular   |
| 206 | 9  | Regular   | 13 | Bueno   | 13 | Bueno     | 9  | Regular   |
| 207 | 8  | Regular   | 14 | Bueno   | 13 | Bueno     | 11 | Bueno     |
| 208 | 11 | Bueno     | 13 | Bueno   | 14 | Bueno     | 12 | Bueno     |
| 209 | 7  | Regular   | 12 | Regular | 11 | Regular   | 10 | Bueno     |
| 210 | 4  | Malo      | 6  | Malo    | 11 | Regular   | 9  | Regular   |

|     |    |           |    |          |    |           |    |           |
|-----|----|-----------|----|----------|----|-----------|----|-----------|
| 211 | 7  | Regular   | 15 | Bueno    | 15 | Bueno     | 12 | Bueno     |
| 212 | 11 | Bueno     | 10 | Regular  | 9  | Regular   | 9  | Regular   |
| 213 | 9  | Regular   | 13 | Bueno    | 14 | Bueno     | 13 | Muy bueno |
| 214 | 7  | Regular   | 8  | Malo     | 8  | Malo      | 9  | Regular   |
| 215 | 4  | Malo      | 5  | Malo     | 5  | Malo      | 6  | Malo      |
| 216 | 9  | Regular   | 15 | Bueno    | 13 | Bueno     | 10 | Bueno     |
| 217 | 10 | Bueno     | 16 | Bueno    | 17 | Muy bueno | 13 | Muy bueno |
| 218 | 5  | Malo      | 9  | Regular  | 10 | Regular   | 9  | Regular   |
| 219 | 8  | Regular   | 12 | Regular  | 12 | Regular   | 12 | Bueno     |
| 220 | 8  | Regular   | 8  | Malo     | 9  | Regular   | 7  | Regular   |
| 221 | 10 | Bueno     | 13 | Bueno    | 12 | Regular   | 10 | Bueno     |
| 222 | 8  | Regular   | 10 | Regular  | 10 | Regular   | 10 | Bueno     |
| 223 | 12 | Bueno     | 12 | Regular  | 12 | Regular   | 10 | Bueno     |
| 224 | 9  | Regular   | 12 | Regular  | 15 | Bueno     | 13 | Muy bueno |
| 225 | 10 | Bueno     | 13 | Bueno    | 13 | Bueno     | 13 | Muy bueno |
| 226 | 7  | Regular   | 1  | Muy malo | 9  | Regular   | 4  | Malo      |
| 227 | 5  | Malo      | 10 | Regular  | 12 | Regular   | 11 | Bueno     |
| 228 | 11 | Bueno     | 8  | Malo     | 10 | Regular   | 9  | Regular   |
| 229 | 3  | Muy malo  | 7  | Malo     | 10 | Regular   | 9  | Regular   |
| 230 | 3  | Muy malo  | 7  | Malo     | 10 | Regular   | 9  | Regular   |
| 231 | 4  | Malo      | 5  | Malo     | 5  | Malo      | 4  | Malo      |
| 232 | 3  | Muy malo  | 7  | Malo     | 10 | Regular   | 9  | Regular   |
| 233 | 4  | Malo      | 8  | Malo     | 10 | Regular   | 8  | Regular   |
| 234 | 12 | Bueno     | 10 | Regular  | 13 | Bueno     | 9  | Regular   |
| 235 | 9  | Regular   | 12 | Regular  | 12 | Regular   | 9  | Regular   |
| 236 | 12 | Bueno     | 13 | Bueno    | 15 | Bueno     | 13 | Muy bueno |
| 237 | 11 | Bueno     | 8  | Malo     | 9  | Regular   | 7  | Regular   |
| 238 | 11 | Bueno     | 5  | Malo     | 8  | Malo      | 8  | Regular   |
| 239 | 12 | Bueno     | 8  | Malo     | 11 | Regular   | 9  | Regular   |
| 240 | 9  | Regular   | 13 | Bueno    | 15 | Bueno     | 13 | Muy bueno |
| 241 | 5  | Malo      | 7  | Malo     | 6  | Malo      | 5  | Malo      |
| 242 | 13 | Muy bueno | 13 | Bueno    | 15 | Bueno     | 12 | Bueno     |
| 243 | 9  | Regular   | 13 | Bueno    | 7  | Malo      | 7  | Regular   |
| 244 | 8  | Regular   | 13 | Bueno    | 12 | Regular   | 11 | Bueno     |
| 245 | 11 | Bueno     | 10 | Regular  | 10 | Regular   | 9  | Regular   |
| 246 | 11 | Bueno     | 5  | Malo     | 9  | Regular   | 9  | Regular   |
| 247 | 9  | Regular   | 13 | Bueno    | 12 | Regular   | 9  | Regular   |
| 248 | 11 | Bueno     | 12 | Regular  | 10 | Regular   | 9  | Regular   |
| 249 | 8  | Regular   | 13 | Bueno    | 10 | Regular   | 9  | Regular   |
| 250 | 12 | Bueno     | 15 | Bueno    | 15 | Bueno     | 12 | Bueno     |
| 251 | 5  | Malo      | 8  | Malo     | 8  | Malo      | 8  | Regular   |
| 252 | 10 | Bueno     | 8  | Malo     | 9  | Regular   | 9  | Regular   |
| 253 | 12 | Bueno     | 10 | Regular  | 13 | Bueno     | 9  | Regular   |

|     |    |           |    |           |    |           |    |           |
|-----|----|-----------|----|-----------|----|-----------|----|-----------|
| 254 | 5  | Malo      | 6  | Malo      | 6  | Malo      | 5  | Malo      |
| 255 | 4  | Malo      | 8  | Malo      | 10 | Regular   | 8  | Regular   |
| 256 | 11 | Bueno     | 8  | Malo      | 8  | Malo      | 9  | Regular   |
| 257 | 8  | Regular   | 5  | Malo      | 5  | Malo      | 5  | Malo      |
| 258 | 12 | Bueno     | 10 | Regular   | 10 | Regular   | 9  | Regular   |
| 259 | 6  | Malo      | 8  | Malo      | 10 | Regular   | 9  | Regular   |
| 260 | 8  | Regular   | 8  | Malo      | 10 | Regular   | 9  | Regular   |
| 261 | 8  | Regular   | 8  | Malo      | 12 | Regular   | 9  | Regular   |
| 262 | 9  | Regular   | 8  | Malo      | 10 | Regular   | 8  | Regular   |
| 263 | 8  | Regular   | 10 | Regular   | 15 | Bueno     | 9  | Regular   |
| 264 | 10 | Bueno     | 12 | Regular   | 15 | Bueno     | 12 | Bueno     |
| 265 | 8  | Regular   | 8  | Malo      | 8  | Malo      | 9  | Regular   |
| 266 | 8  | Regular   | 8  | Malo      | 9  | Regular   | 9  | Regular   |
| 267 | 3  | Muy malo  | 7  | Malo      | 10 | Regular   | 9  | Regular   |
| 268 | 10 | Bueno     | 12 | Regular   | 13 | Bueno     | 9  | Regular   |
| 269 | 8  | Regular   | 12 | Regular   | 15 | Bueno     | 12 | Bueno     |
| 270 | 4  | Malo      | 8  | Malo      | 12 | Regular   | 9  | Regular   |
| 271 | 8  | Regular   | 8  | Malo      | 10 | Regular   | 9  | Regular   |
| 272 | 3  | Muy malo  | 8  | Malo      | 9  | Regular   | 9  | Regular   |
| 273 | 14 | Muy bueno | 17 | Muy bueno | 18 | Muy bueno | 13 | Muy bueno |
| 274 | 9  | Regular   | 13 | Bueno     | 10 | Regular   | 9  | Regular   |
| 275 | 13 | Muy bueno | 12 | Regular   | 11 | Regular   | 9  | Regular   |
| 276 | 11 | Bueno     | 13 | Bueno     | 12 | Regular   | 11 | Bueno     |
| 277 | 10 | Bueno     | 12 | Regular   | 15 | Bueno     | 14 | Muy bueno |
| 278 | 11 | Bueno     | 10 | Regular   | 7  | Malo      | 8  | Regular   |
| 279 | 12 | Bueno     | 17 | Muy bueno | 18 | Muy bueno | 13 | Muy bueno |
| 280 | 9  | Regular   | 13 | Bueno     | 10 | Regular   | 9  | Regular   |
| 281 | 9  | Regular   | 13 | Bueno     | 13 | Bueno     | 9  | Regular   |
| 282 | 9  | Regular   | 8  | Malo      | 11 | Regular   | 8  | Regular   |
| 283 | 9  | Regular   | 10 | Regular   | 12 | Regular   | 9  | Regular   |
| 284 | 8  | Regular   | 5  | Malo      | 5  | Malo      | 4  | Malo      |
| 285 | 10 | Bueno     | 12 | Regular   | 12 | Regular   | 9  | Regular   |
| 286 | 12 | Bueno     | 13 | Bueno     | 12 | Regular   | 8  | Regular   |
| 287 | 13 | Muy bueno | 13 | Bueno     | 15 | Bueno     | 12 | Bueno     |
| 288 | 10 | Bueno     | 10 | Regular   | 7  | Malo      | 9  | Regular   |
| 289 | 8  | Regular   | 8  | Malo      | 7  | Malo      | 5  | Malo      |
| 290 | 8  | Regular   | 12 | Regular   | 10 | Regular   | 9  | Regular   |
| 291 | 11 | Bueno     | 8  | Malo      | 11 | Regular   | 8  | Regular   |
| 292 | 9  | Regular   | 10 | Regular   | 14 | Bueno     | 8  | Regular   |
| 293 | 8  | Regular   | 10 | Regular   | 9  | Regular   | 9  | Regular   |
| 294 | 8  | Regular   | 13 | Bueno     | 14 | Bueno     | 8  | Regular   |
| 295 | 7  | Regular   | 13 | Bueno     | 12 | Regular   | 8  | Regular   |
| 296 | 12 | Bueno     | 10 | Regular   | 11 | Regular   | 9  | Regular   |

|     |    |           |    |          |    |           |    |           |
|-----|----|-----------|----|----------|----|-----------|----|-----------|
| 297 | 4  | Malo      | 5  | Malo     | 7  | Malo      | 5  | Malo      |
| 298 | 11 | Bueno     | 10 | Regular  | 12 | Regular   | 9  | Regular   |
| 299 | 11 | Bueno     | 10 | Regular  | 10 | Regular   | 9  | Regular   |
| 300 | 10 | Bueno     | 13 | Bueno    | 14 | Bueno     | 11 | Bueno     |
| 301 | 7  | Regular   | 7  | Malo     | 10 | Regular   | 9  | Regular   |
| 302 | 10 | Bueno     | 13 | Bueno    | 14 | Bueno     | 11 | Bueno     |
| 303 | 9  | Regular   | 11 | Regular  | 10 | Regular   | 8  | Regular   |
| 304 | 8  | Regular   | 12 | Regular  | 11 | Regular   | 9  | Regular   |
| 305 | 9  | Regular   | 8  | Malo     | 11 | Regular   | 9  | Regular   |
| 306 | 4  | Malo      | 8  | Malo     | 7  | Malo      | 5  | Malo      |
| 307 | 9  | Regular   | 5  | Malo     | 7  | Malo      | 6  | Malo      |
| 308 | 9  | Regular   | 6  | Malo     | 9  | Regular   | 5  | Malo      |
| 309 | 10 | Bueno     | 13 | Bueno    | 10 | Regular   | 8  | Regular   |
| 310 | 11 | Bueno     | 7  | Malo     | 8  | Malo      | 5  | Malo      |
| 311 | 9  | Regular   | 13 | Bueno    | 10 | Regular   | 9  | Regular   |
| 312 | 11 | Bueno     | 14 | Bueno    | 13 | Bueno     | 11 | Bueno     |
| 313 | 7  | Regular   | 6  | Malo     | 6  | Malo      | 6  | Malo      |
| 314 | 10 | Bueno     | 8  | Malo     | 8  | Malo      | 9  | Regular   |
| 315 | 9  | Regular   | 8  | Malo     | 12 | Regular   | 9  | Regular   |
| 316 | 11 | Bueno     | 12 | Regular  | 13 | Bueno     | 9  | Regular   |
| 317 | 8  | Regular   | 13 | Bueno    | 13 | Bueno     | 9  | Regular   |
| 318 | 7  | Regular   | 8  | Malo     | 10 | Regular   | 9  | Regular   |
| 319 | 8  | Regular   | 13 | Bueno    | 13 | Bueno     | 9  | Regular   |
| 320 | 10 | Bueno     | 12 | Regular  | 13 | Bueno     | 9  | Regular   |
| 321 | 8  | Regular   | 8  | Malo     | 10 | Regular   | 9  | Regular   |
| 322 | 10 | Bueno     | 13 | Bueno    | 14 | Bueno     | 12 | Bueno     |
| 323 | 3  | Muy malo  | 7  | Malo     | 10 | Regular   | 9  | Regular   |
| 324 | 6  | Malo      | 3  | Muy malo | 5  | Malo      | 5  | Malo      |
| 325 | 11 | Bueno     | 7  | Malo     | 9  | Regular   | 9  | Regular   |
| 326 | 10 | Bueno     | 13 | Bueno    | 13 | Bueno     | 12 | Bueno     |
| 327 | 9  | Regular   | 5  | Malo     | 8  | Malo      | 6  | Malo      |
| 328 | 4  | Malo      | 8  | Malo     | 8  | Malo      | 9  | Regular   |
| 329 | 6  | Malo      | 7  | Malo     | 11 | Regular   | 6  | Malo      |
| 330 | 12 | Bueno     | 8  | Malo     | 9  | Regular   | 8  | Regular   |
| 331 | 7  | Regular   | 12 | Regular  | 11 | Regular   | 10 | Bueno     |
| 332 | 4  | Malo      | 5  | Malo     | 5  | Malo      | 5  | Malo      |
| 333 | 13 | Muy bueno | 14 | Bueno    | 17 | Muy bueno | 14 | Muy bueno |
| 334 | 6  | Malo      | 10 | Regular  | 10 | Regular   | 9  | Regular   |
| 335 | 8  | Regular   | 10 | Regular  | 10 | Regular   | 8  | Regular   |
| 336 | 5  | Malo      | 8  | Malo     | 10 | Regular   | 7  | Regular   |
| 337 | 9  | Regular   | 8  | Malo     | 12 | Regular   | 10 | Bueno     |
| 338 | 6  | Malo      | 10 | Regular  | 7  | Malo      | 9  | Regular   |
| 339 | 8  | Regular   | 10 | Regular  | 10 | Regular   | 9  | Regular   |

|     |    |           |    |          |    |           |    |           |
|-----|----|-----------|----|----------|----|-----------|----|-----------|
| 340 | 4  | Malo      | 3  | Muy malo | 5  | Malo      | 5  | Malo      |
| 341 | 11 | Bueno     | 11 | Regular  | 14 | Bueno     | 9  | Regular   |
| 342 | 10 | Bueno     | 12 | Regular  | 12 | Regular   | 10 | Bueno     |
| 343 | 9  | Regular   | 12 | Regular  | 10 | Regular   | 9  | Regular   |
| 344 | 9  | Regular   | 5  | Malo     | 7  | Malo      | 6  | Malo      |
| 345 | 7  | Regular   | 6  | Malo     | 6  | Malo      | 6  | Malo      |
| 346 | 9  | Regular   | 8  | Malo     | 12 | Regular   | 9  | Regular   |
| 347 | 9  | Regular   | 6  | Malo     | 9  | Regular   | 5  | Malo      |
| 348 | 19 | Muy bueno | 8  | Malo     | 10 | Regular   | 9  | Regular   |
| 349 | 9  | Regular   | 13 | Bueno    | 13 | Bueno     | 12 | Bueno     |
| 350 | 12 | Bueno     | 13 | Bueno    | 16 | Bueno     | 13 | Muy bueno |
| 351 | 9  | Regular   | 13 | Bueno    | 10 | Regular   | 9  | Regular   |
| 352 | 6  | Malo      | 3  | Muy malo | 5  | Malo      | 5  | Malo      |
| 353 | 10 | Bueno     | 11 | Regular  | 8  | Malo      | 9  | Regular   |
| 354 | 9  | Regular   | 5  | Malo     | 7  | Malo      | 6  | Malo      |
| 355 | 8  | Regular   | 10 | Regular  | 10 | Regular   | 8  | Regular   |
| 356 | 9  | Regular   | 8  | Malo     | 12 | Regular   | 9  | Regular   |
| 357 | 5  | Malo      | 3  | Muy malo | 2  | Muy malo  | 3  | Muy malo  |
| 358 | 8  | Regular   | 8  | Malo     | 10 | Regular   | 8  | Regular   |
| 359 | 9  | Regular   | 10 | Regular  | 11 | Regular   | 9  | Regular   |
| 360 | 9  | Regular   | 5  | Malo     | 7  | Malo      | 6  | Malo      |
| 361 | 10 | Bueno     | 12 | Regular  | 12 | Regular   | 9  | Regular   |
| 362 | 7  | Regular   | 9  | Regular  | 10 | Regular   | 8  | Regular   |
| 363 | 9  | Regular   | 8  | Malo     | 9  | Regular   | 9  | Regular   |
| 364 | 10 | Bueno     | 10 | Regular  | 10 | Regular   | 8  | Regular   |
| 365 | 11 | Bueno     | 15 | Bueno    | 17 | Muy bueno | 13 | Muy bueno |
| 366 | 8  | Regular   | 10 | Regular  | 10 | Regular   | 8  | Regular   |
| 367 | 8  | Regular   | 10 | Regular  | 11 | Regular   | 9  | Regular   |
| 368 | 11 | Bueno     | 10 | Regular  | 10 | Regular   | 9  | Regular   |
| 369 | 11 | Bueno     | 13 | Bueno    | 16 | Bueno     | 11 | Bueno     |
| 370 | 8  | Regular   | 10 | Regular  | 10 | Regular   | 9  | Regular   |
| 371 | 8  | Regular   | 13 | Bueno    | 13 | Bueno     | 11 | Bueno     |
| 372 | 8  | Regular   | 13 | Bueno    | 13 | Bueno     | 11 | Bueno     |
| 373 | 10 | Bueno     | 12 | Regular  | 11 | Regular   | 11 | Bueno     |
| 374 | 9  | Regular   | 13 | Bueno    | 12 | Regular   | 9  | Regular   |
| 375 | 10 | Bueno     | 10 | Regular  | 9  | Regular   | 9  | Regular   |
| 376 | 10 | Bueno     | 8  | Malo     | 8  | Malo      | 9  | Regular   |
| 377 | 12 | Bueno     | 12 | Regular  | 13 | Bueno     | 9  | Regular   |

Fuente: Encuesta

La Matriz 3 muestra los resultados obtenidos por cada indicador, detallando el nivel resultante para cada cliente encuestado.

# ANEXO N° 5

