



Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión
Escuela de Posgrado

**Calidad de atención y la satisfacción del usuario en el servicio de
farmacia del Centro de Salud Santa María, Provincia de Huaura, 2019**

Tesis

Para optar el Grado Académico de Maestra en Gerencia de Servicios de Salud

Autora

Margarita Libia García Chacpi

Asesor

Dr. Daniel Alberto Oswaldo Valenzuela Narváez

Huacho – Perú
2024



Reconocimiento - No Comercial – Sin Derivadas - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Reconocimiento: Debe otorgar el crédito correspondiente, proporcionar un enlace a la licencia e indicar si se realizaron cambios. Puede hacerlo de cualquier manera razonable, pero no de ninguna manera que sugiera que el licenciante lo respalda a usted o su uso. **No Comercial:** No puede utilizar el material con fines comerciales. **Sin Derivadas:** Si remezcla, transforma o construye sobre el material, no puede distribuir el material modificado. **Sin restricciones adicionales:** No puede aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros de hacer cualquier cosa que permita la licencia.



UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

LICENCIADA

(Resolución de Consejo Directivo N° 012-2020-SUNEDU/CD de fecha 27/01/2020)

Escuela de Posgrado

METADATOS

DATOS DEL AUTOR (ES):		
APELLIDOS Y NOMBRES	DNI	FECHA DE SUSTENTACIÓN
García Chacpi Margarita Libia	32043119	17/06/2024
DATOS DEL ASESOR:		
APELLIDOS Y NOMBRES	DNI	CÓDIGO ORCID
Dr. Daniel Alberto Oswaldo Valenzuela Narváez	15724937	0000-0001-8967-1684
DATOS DE LOS MIEMBROS DE JURADOS – PREGRADO/POSGRADO-MAESTRÍA- DOCTORADO:		
APELLIDOS Y NOMBRES	DNI	CODIGO ORCID
Dra. Pichilingue Núñez Flor Victoria	15587017	0000-0003-0258-783X
Dr. Coronado Espinoza Jesús Jacobo	15591398	0009-0008-7555-0409
M(o). Huerta Hidalgo Wilmer	46038002	0000-0002-8772-8672

CALIDAD DE ATENCIÓN Y LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN EL SERVICIO DE FARMACIA DEL CENTRO DE SALUD SANTA MARÍA, PROVINCIA DE HUAURA, 2019.

INFORME DE ORIGINALIDAD

16%

INDICE DE SIMILITUD

13%

FUENTES DE INTERNET

6%

PUBLICACIONES

12%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	5%
2	Submitted to Universidad Nacional Jose Faustino Sanchez Carrion Trabajo del estudiante	3%
3	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
4	repositorio.untumbes.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	repositorio.usmp.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	repositorio.ucp.edu.pe Fuente de Internet	<1%
7	Submitted to Universidad Alas Peruanas Trabajo del estudiante	<1%
8	Submitted to Universidad Católica Nordestana	<1%

DEDICATORIA

A Dios todo poderoso quien ha sido mi guía en todo momento de mi vida, dándome fuerzas sobre natural, celestial para continuar con mis metas trazadas sin desalentarme. A mis padres, que descansan en paz por su amor, trabajo y todos mis familiares hermanos, sobrinos quienes me han brindado palabras de aliento y motivación en todos estos años, en espacialmente a mi querido y amado Liño por ser mi fortaleza en todo momento gracias a ustedes quienes han sido mis mayores motivos para esforzarme.

MARGARITA LIBIA GARCIA CHACPI.

AGRADECIMIENTO

Para mi Dios Altísimo señor por su misericordia y la bendicirme con la vida infinita que derrama en mí, porque tu permitiste darme otra oportunidad para existir.

A toda mi familia porque siempre están dispuestos a brindarme su amor, cariño y apoyo moral para lograr mis objetivos trazados.

MARGARITA LIBIA GARCIA CHACPI.

ÍNDICE

DEDICATORIA	vii
AGRADECIMIENTO	viii
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
CAPÍTULO I	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1 Descripción de la realidad problemática	1
1.2 Formulación del problema	3
1.2.1 Problema general	3
1.2.2 Problemas específicos	3
1.3 Objetivos de la investigación	4
1.3.1 Objetivo general	4
1.3.2 Objetivos específicos	4
1.4 Justificación de la investigación	5
1.5 Delimitaciones del estudio	5
CAPÍTULO II	6
MARCO TEÓRICO	6
2.1 Antecedentes de la investigación	6
2.1.1 Investigaciones internacionales	6
2.1.2 Investigaciones nacionales	7
2.2 Bases teóricas	8
2.3 Bases filosóficas	25
2.4 Definición de términos básicos	27
2.5 Hipótesis de investigación	28
2.5.1 Hipótesis general	28
2.5.2 Hipótesis específicas	28
2.6 Operacionalización de las variables	29
CAPÍTULO III	30
METODOLOGÍA	30
3.1 Diseño metodológico	30
3.2 Población y muestra	30
3.2.1 Población	30
3.2.2 Muestra	30

3.3	Técnicas de recolección de datos	31
3.4	Técnicas para el procesamiento de la información	31
CAPÍTULO IV		32
RESULTADOS		32
4.1	Análisis de resultados	32
4.2	Contrastación de hipótesis	39
CAPÍTULO V		44
DISCUSIÓN		44
5.1	Discusión de resultados	44
CAPÍTULO VI		49
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		49
6.1	Conclusiones	49
6.2	Recomendaciones	51
REFERENCIAS		53
7.1	Fuentes bibliográficas	53
7.2	Fuentes electrónicas	53
ANEXOS		59

RESUMEN

Tuvo como objetivo general Establecer de qué manera la calidad de atención influye en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, 2019. La presente investigación es de tipo básico, de nivel explicativo y diseño no experimental. La población fue 985 usuarios, así mismo la muestra fue 276 usuarios. Se utilizó la encuesta. Respecto a los resultados, en referencia a si la farmacia cuenta con un amplio espacio de espera el 48.2% determinó que está totalmente en desacuerdo y desacuerdo; en mención a si el área de farmacia procedimientos y protocolos específicos el 52.5% contestó estar totalmente en desacuerdo y desacuerdo; en cuanto a si el personal de la farmacia tuvo un adecuado comportamiento con usted el 50% determinó que está totalmente en desacuerdo y desacuerdo; en referencia a si confía en qué la farmacia tenga los productos que usted necesita cuando usted lo requiera el 47.8% determinó que está totalmente en desacuerdo y desacuerdo; en cuanto a si tuvo una solución rápida ante un requerimiento a la farmacia el 50% respondió estar totalmente en desacuerdo y desacuerdo. La investigación concluyó que la calidad de atención influye significativamente en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, 2019; respaldado por la Prueba de Rho de Spearman mediante el valor obtenido 0.463 ubicándolo en un grado positivo moderado.

Palabras clave: Calidad de atención, satisfacción del usuario y servicios de salud.

ABSTRACT

Its general objective was to establish how the quality of care influences user satisfaction in the Pharmacy service of the Santa María Health Center, Huaura province, 2019. The present investigation is of a basic type, of an explanatory level and non-specific design. experimental. The population was 985 users, likewise the sample was 276 users. The survey was used. Regarding the results, in reference to whether the pharmacy has a large waiting space, 48.2% determined that they totally disagree and disagree; In reference to whether the pharmacy area had specific procedures and protocols, 52.5% answered that they totally disagree and disagree; Regarding whether the pharmacy staff had an adequate behavior with you, 50% determined that they totally disagree and disagree; In reference to whether you trust that the pharmacy has the products you need when you require it, 47.8% determined that they totally disagree and disagree; Regarding whether there was a quick solution to a request to the pharmacy, 50% responded that they totally disagree and disagree. The research concluded that the quality of care significantly influences user satisfaction in the Pharmacy service of the Santa María Health Center, Huaura province, 2019; supported by Spearman's Rho Test through the value obtained 0.463, placing it in a moderate positive degree.

Keywords: Quality of care, user satisfaction and health services.

INTRODUCCIÓN

A nivel mundial, la calidad de la prestación de atención en salud es un reto de salud pública y requiere un nivel óptimo de humanidad con un alto nivel de atención y efectividad institucional. Uno de los principales indicadores para lograr un nivel elevado de calidad es conseguir la satisfacción del usuario con la atención recibida (Carhuaricra y Centeno, 2022).

Es por este motivo que la investigación tuvo como objetivo el establecer de qué manera la calidad de atención influye en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, 2019.

La tesis cuenta con VI capítulos, además de las referencias y anexos, que sirven como sustento de la investigación.

Respecto al capítulo I, se enfoca básicamente en el planteamiento del problema. Mientras que, el capítulo II desarrolla el marco teórico con el que se trabajó para fundamentar la tesis. La metodología se encuentra plasmada en dentro del capítulo III. Asimismo, la tesis plasma los resultados encontrados dentro del capítulo IV, para así poder dar camino a la discusión en el capítulo V. Por último, las conclusiones y recomendaciones son dadas en el capítulo VI.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

En el contexto internacional, diversos estudios muestran problemáticas que vienen afectando la calidad de atención y la satisfacción del usuario. Respecto a la calidad de atención, el estudio realizado por Fariño et al. (2018) evidencia que, en cuanto al tiempo de espera de los usuarios para recibir atención en el centro de salud, el porcentaje de usuarios que dijeron no estar satisfechos con la calidad del servicio en cuanto al tiempo de espera del servicio es el más grande. Por otro lado, respecto a la satisfacción del usuario, el estudio realizado por Zabala et al. (2021) pudo dar a conocer que casi todos los usuarios no conocen alternativas al consultar por medio de sitios web, aplicaciones móviles o servicios de pago en distintos agentes e instituciones bancarias.

En el ámbito nacional, respecto a la calidad de atención la indagación realizada por García (2021) muestra que las organizaciones no brindan servicios que satisfagan de manera efectiva las necesidades de los clientes, puesto que al evaluar factores como brindar información precisa y capacidad para resolver problemas, los clientes no creen que el servicio brindado representa un nivel apropiado de confiabilidad. Por otro lado, respecto a la satisfacción del usuario, el estudio realizado por Fernández (2018) evidencia que al hablar de la infraestructura los usuarios expresan malestar, además de que el tiempo que esperan no los deja satisfechos, entendido aquí como cuanto mayor es el tiempo de espera, mayor es la insatisfacción.

Dado que la razón de ser y existencia de la farmacia se debe a los usuarios, es relevante lograr su completa satisfacción, lo que se convierte en uno de los pilares fundamentales de la gestión de la calidad; significa, la satisfacción del usuario pasa a ser una meta del servicio y el motor por el cual medir su calidad. Mundialmente, la calidad de la prestación de atención en salud es un reto de salud pública y requiere

un nivel óptimo de humanidad con un alto nivel de atención y efectividad institucional. Uno de los principales indicadores para lograr un nivel alto de calidad es conseguir la satisfacción del usuario con la atención recibida. Como en cualquier institución, la calidad del servicio depende de los trabajadores encargados de la atención al paciente. Para el sistema de salud, la farmacia es el primer lugar al que acuden los pacientes cuando tienen un problema de salud, estos proveedores de servicios de farmacia, ya sea dentro o fuera del hospital, son el lugar de venta de medicamentos recetados o de venta libre (Carhuaricra y Centeno, 2022). Actualmente, hay dos conceptos significativos en la gestión de la salud, a saber, la satisfacción del usuario y la calidad de atención. En lo que concierne a la calidad, por lo tanto, una definición importante publicada por la Organización Mundial de la Salud (OMS), por la cual el término significa evidencia de un nivel elevado de práctica profesional, debido a poco riesgo para los usuarios, que deben estar satisfechos usando racionalmente los recursos con efectos positivos para la salud pública. La satisfacción del usuario es el nivel en que el paciente acepta el servicio. En el Perú, en las últimas décadas, se ha incentivado a los empleados a tomar parte activa en el proceso para mejorar continuamente la atención en salud y posterior consecución de la calidad total (Olaza, 2018). Teniendo en cuenta lo anterior, la investigación tiene como propósito el establecer de qué forma la calidad de atención tienen influencia en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura.

En el Servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María la satisfacción del usuario ha denotado en niveles bajos que ha ocasionado preocupación en los directivos de dicho centro, el motivo es relacionado a una falta de información adecuada; la atención recibida fue desagradable y poco amable; el tiempo de espera para ser atendido son muy extensos; escasos de medicamentos requeridos; el ambiente del centro de salud es percibido de manera negativa por los usuarios; la comunicación entre el usuario y el trabajador es escasa e inapropiada; la falta de discreción al brindar los medicamentos solicitados; la eficiencia y la eficacia son percibidos con parámetros muy bajos; falta de consideración con los usuarios de la tercera edad, madres gestantes o con niños; no se consideran las recomendaciones de los usuarios para la mejora del servicio; una atención desordenada ocasionando

malestar; falta de un ambiente cómodo y con suficientes asientos para esperar el turno de ser atendido.

En lo referente a la Calidad de Atención en el Servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, Provincia de Huaura se ha logrado percibir que los trabajadores encargados de la atención carecen de empatía; los ambientes se encuentran sucios; la falta de conocimiento de las perspectivas de los usuarios; el personal encargado de la atención no se encuentra debidamente identificado; incapacidad del personal para brindar una atención confiable y correcta; falta de seriedad y honestidad en la atención brindada; incumplimiento en los tiempos de espera para ser atendido; los trabajadores no inspiran confianza y credibilidad; algunos trabajadores carecen de buen trato hacia los clientes; no se viene desarrollando una adecuada gestión de reclamaciones; las condiciones físicas de algunos ambientes no son los adecuados; el personal no siempre brinda una buena primera impresión a vista de los usuarios; algunos trabajadores no utilizan un lenguaje claro y sencillo para una fácil interpretación por parte de los usuarios; el usuario no tiene claro los procedimientos y protocolos para ser atendido ya que cuando quiere solicitar alguna información los trabajadores no demoran mucho en guiarlo y explicarle los procedimientos.

En caso el Servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, Provincia de Huaura no procura mejorar los puntos anteriores, seguirá mostrando una mala calidad de atención y los usuarios no estarán satisfechos con la atención recibida.

Por ese motivo es significativo para los directivos consideren implementar encuestas periódicas para conocer las expectativas y los requerimientos de sus usuarios con el propósito de mejorar la calidad de atención y lograr contar con usuarios satisfechos.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿De qué manera la calidad de atención influye en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, 2019?

1.2.2 Problemas específicos

- a. ¿De qué manera el entorno influye en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, 2019?

- b. ¿De qué manera la organización influye en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, 2019?
- c. ¿De qué manera los empleados influyen en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, 2019?
- d. ¿De qué manera las expectativas influyen en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, 2019?
- e. ¿De qué manera la percepción influye en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, 2019?
- f. ¿De qué manera las quejas influyen en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, 2019?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Establecer de qué manera la calidad de atención influye en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, 2019.

1.3.2 Objetivos específicos

- a. Establecer de qué manera el entorno influye en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, 2019.
- b. Establecer de qué manera la organización influye en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, 2019.
- c. Establecer de qué manera los empleados influyen en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, 2019.
- d. Establecer de qué manera las expectativas influyen en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, 2019.

- e. Establecer de qué manera la percepción influye en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, 2019.
- f. Establecer de qué manera las quejas influyen en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, 2019.

1.4 Justificación de la investigación

Justificación por su conveniencia: Puesto que la indagación desea saber la calidad de atención que brinda el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María y así poder determinar de qué forma tiene influencia en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia, siendo esto un tema importancia para el mismo Centro de Salud Santa María.

Justificación social: Siempre que ayude a proporcionar a la Farmacia del Centro de Salud Santa María los factores claves para incrementar la satisfacción laboral del usuario, con ello se estará contribuyendo con el desarrollo de la organización ya que con usuarios satisfechos se reflejará una buena imagen para la organización.

Justificación teórica: El estudio brindará información sobre cómo influyen ambas variables investigadas, los datos serán reflejados en los resultados, conclusiones y recomendaciones; que favorecerán a investigaciones futuras.

Justificación práctica: La investigación dirigida a plasmar recomendaciones con el fin de resolver problemas caracterizados en la situación problemática, traduciéndose en problemas del ambiente, la organización, los trabajadores, entre otros.

Justificación metodológica: Su valor metodológico radica en su abordaje como instrumento de recolección de información que ayudará a otros estudios a medir la calidad de atención, así como a evaluar la satisfacción del usuario, sustentada en una Teoría que se selecciona en base a los criterios de investigación para lograr el objetivo y los resultados previstos.

1.5 Delimitaciones del estudio

- La delimitación geográfica: Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, departamento de Lima.

- La delimitación temporal para el desarrollo de la investigación se desarrollará en un horizonte de tiempo de mayo del año 2022 a diciembre del año 2022.
- La delimitación social comprende a los usuarios del servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María.
- La delimitación semántica comprende: Calidad de atención y Satisfacción del usuario.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Investigaciones internacionales

Jaramillo (2021), "Evaluación de la calidad de atención y satisfacción del usuario en el área de Consulta Externa del Hospital General Docente Ambato", Universidad Técnica de Ambato. Ambato. Ecuador. Objetivo: estudiar la calidad de atención y satisfacción del usuario. El diseño empleado fue el no experimental. Es de tipo: transversal y correlacional. El universo fue: 10730 usuarios. La muestra fue: 384 usuarios. Se empleó el cuestionario. Los resultados sostienen que la asociación positiva y fuerte resultante entre la calidad de atención y la satisfacción del usuario es de 0.924. También, existe una correlación significativa de 0,945; el p-valor < 0,05, asimismo se acepta la hipótesis de este estudio: La evaluación de la calidad de atención influye en el grado de satisfacción de usuario. Las conclusiones señalan que para la expectativa de conocimiento solo se estima un 80% de satisfacción como máximo, aquí se ha construido una base teórica de la calidad de atención y satisfacción del servicio, se realizó una evaluación de la calidad de atención y elementos que inciden en un impacto importante en la satisfacción y percepción del usuario. Como resultado, los servicios prestados por Consulta Externa del HGDA, no garantizan al 100% que los pacientes estén seguros y que la atención es insatisfactoria en términos de calidez por el tratamiento.

Barahona (2017), "Evaluar la calidad de atención y la relación con la satisfacción del usuario externo final de la red pública integral de salud, en Solca Tungurahua en el servicio de hospitalización", Universidad Técnica de Ambato. Ambato. Ecuador. Objetivo: hacer una

mejora en el proceso de auditoría de la calidad de la atención en salud. Su diseño es: no experimental. Es de tipo: transversal y correlacional. El universo fue: 3352 pacientes. La muestra fue: 345 pacientes. Se empleó el cuestionario. Los resultados indican que: el 87.5% calificó el tratamiento como muy bueno. El 88.99% está informado sobre las obligaciones y derechos del paciente. El 91.88% recibió información clara acerca de los procedimientos planificados, el 93.62% de los pacientes estuvo de acuerdo antes de cualquier procedimiento, el 91.88% dijo que recomendaría esta instalación. Se concluyó que: con un 95% de probabilidad se encuentra que la calidad de la atención que brinda SOLCA se asocia con la satisfacción del usuario.

Jaya (2017), "Evaluación de la calidad de atención y la satisfacción del cliente de los centros de salud tipo C en la zona 3 del Ecuador", Universidad Técnica de Ambato. Ambato. Ecuador. Propósito: determinar estrategias para la gestión de las competencias, para ofrecer un alto nivel de servicio centrado en la satisfacción del usuario. Su diseño es: no experimental. Es de tipo: transversal y correlacional. El universo fue: 28072 personas. La muestra fue: 379 individuos. El instrumento fue: el cuestionario. En base a los resultados mencionan que: para 12 grados de libertad en $\alpha = 0.05$, $X^2 = 21.0261$ se encuentra en la tabla de distribución y el valor de X^2 es 602.04; mayor que X^2 , la hipótesis nula se rechaza, ya que el valor calculado es mayor a 21.0261; por lo tanto, se adoptó una hipótesis alternativa la cual dice que la calidad del servicio afecta la satisfacción del cliente. Se concluyó que: en términos de satisfacción específica, las dependencias coincidieron con las perspectivas de los usuarios en un 41 % y un 34 %, proporcionalmente; en tanto que las dependencias que no coincidieron fueron las informativas y de recepción, 44% y 33% respectivamente. Bajo este contexto, se encuentra que existen aspectos importantes que necesitan ser mejorados y trabajados con el fin de dar una mejora significativa en la calidad de atención brindada a los usuarios.

2.1.2 Investigaciones nacionales

Carhuaricra y Centeno (2022), "Calidad de atención y grado de satisfacción de los usuarios del servicio de atención farmacéutica Farmavida ATE-2022", Universidad Roosevelt. Huancayo. Perú. Objetivo: determinar el vínculo entre el grado de calidad de atención y el de satisfacción de los usuarios. Su diseño es: no experimental. Es de tipo: transversal y correlacional. El universo fue: 113 individuos. El instrumento fue: el cuestionario. Los resultados indican que: hay un estrecho vínculo entre el nivel de calidad y

el de satisfacción; en tanto que el 23.9%, 49.6% y 26.5% de las personas calificaron la calidad como baja, media y alta, proporcionalmente. Asimismo, el 26.5%, 39.8% y 33.6% de los voluntarios reportaron niveles de satisfacción bajo, medio y elevado, proporcionalmente. Las conclusiones señalan que hay vinculo estadísticamente significativo entre el nivel de calidad de atención y la satisfacción del usuario, ya que ninguno de los participantes presentó un nivel alto de calidad que mostraran una puntuación baja en satisfacción e inversamente.

Sánchez (2019), "Calidad de la atención de salud y satisfacción del usuario externo. Centro de salud Pachacútec. Cajamarca. 2017", Universidad Nacional de Cajamarca. Cajamarca. Perú. Objetivo: hacer un análisis de la calidad de atención de salud asociada a la satisfacción del usuario. Su diseño es: no experimental. Es de tipo: transversal y correlacional. El universo fue: 3776 usuarios externos, muestra fue 142 usuarios externos. Utilizó el cuestionario. En base a los resultados indican que: El 52.8% calificó la calidad de atención como buena, el 47.2% como regular, el 93% satisfecho, y el 7% dice no estar satisfecho ni insatisfecho. Entre la calidad de atención y la satisfacción de los usuarios externos hay una correlación positiva significativa, $r=0,594$, $p_v=0,00$, puesto que $p_v<0,05$, excluyendo los aspectos humanos e interpersonales de la calidad de atención y los tangibles de la satisfacción del usuario con $r = 0.040$ $p_v=0.635$. Se concluyó que: entre la calidad de atención y la satisfacción del usuario hay una asociación significativa con p_v de 0.000.

Mori (2017), "Calidad de atención y satisfacción del usuario en atención de parto, en puérperas atendidas en servicio de obstetricia del hospital regional de Loreto, junio - julio 2017", Universidad Científica del Perú. Iquitos. Perú. Objetivo: establecer el vínculo entre la calidad de atención y satisfacción del usuario. Su diseño es: no experimental. Es de tipo: transversal y correlacional. El universo fue: 97 puérperas. El instrumento fue: el cuestionario. En base a los resultados señalan que: el nivel de calidad de atención fue calificado como bueno por el 83% de las personas y excelente por 17%. Los índices de satisfacción de los usuarios fueron calificados como satisfechos por el 91.8% de las personas y muy satisfechos por el 8.2%. Se concluyó que: las variables que revelan un vínculo estadísticamente significativo con la calidad de la atención y la satisfacción de la paciente en el puerperio son: comodidad del servicio, tiempo de atención, orientación al parto y al tratamiento, ($p= <0,01$).

2.2 Bases teóricas

2.2.1. Variable independiente: Calidad de atención

A. Definiciones

Hernández y Lora (2019) aluden que, en el escenario de la calidad percibida de la atención de la salud, se dice que su propósito es contribuir para mejorar y fortalecer continuamente los servicios de salud en las instituciones de salud y servicios relacionados.

Suárez et al. (2019) mencionan que la calidad se define como el nivel de armonía entre las necesidades esperadas del usuario y la intervención oportuna para su mayor beneficio.

Boada, Barbosa y Cobo (2018) manifiestan que desde el enfoque del usuario-paciente, la calidad de salud considera las percepciones y perspectivas, donde el paciente tiene en cuenta, entre otros, la presentación de la institución, la apropiada presentación de los instrumentos y elementos, la seguridad en los conocimientos y destrezas de los trabajadores de salud, del mismo modo, el trato amable.

Fariño et al. (2018) señalan que la calidad depende de la percepción de los individuos atendidos, significa, de todas las actividades que, realizadas para mejorar la calidad, la organización humana y los recursos con el fin de conseguir los mejores efectos en términos de rendimiento, eficacia, complacencia de los usuarios e impacto profesional y social.

B. Dimensiones

Pérez et al. (2015) dicen que en ocasiones obtienen visitas de usuarios que desean un servicio específico.

Independientemente del motivo por el que acudió a la sede de la empresa, tiene derecho a tomar una decisión y una excelente atención, y esto se basa en tres factores, a saber:

a. El entorno

Incluye propiedades físicas y sus condiciones: plaza de aparcamiento, edificio, entrada, zona de recepción, enseres, contextos físicos de los que depende la comodidad (limpieza, luminosidad, temperatura, melodía ambiental, entre otros).

b. La organización

Grupo de factores, tangibles e intangibles, que utilizamos con el fin de atender a los usuarios y que hacen posible que todos los mecanismos marchen adecuadamente.

c. Los empleados

Regresamos nuevamente a las personas como elemento clave en las relaciones con la ciudadanía. La atención de una persona puede abarcar otras cosas (entorno u organización).

C. El método Servqual como evaluador de la calidad

Según Boada, Barbosa y Cobo (2018) analizar las percepciones y perspectivas permite hacer una evaluación y análisis de las estrategias de intervención para abordar los problemas identificados relacionados con la calidad de la atención, desde las realidades sociales de la sociedad, hasta la manera y calidad de atención con que se realizan las prácticas clínicas, sus inconvenientes, opciones de solución y la creación de nuevos conocimientos.

Para este análisis se usa un modelo de calidad de servicio (SERVQUAL), que establece los determinantes de la calidad del servicio y la experiencia del usuario, tales como: trato y empatía al paciente, eficacia y eficiencia, tiempos de espera, seguridad y limpieza, y una herramienta para identificar elementos que influyen en la calidad del servicio y los tiempos de espera en los servicios de consultoría externa y urgencias, cambiando así la misión y visión del hospital.

Al mismo tiempo, Pedraza et al. identificaron el trato percibido como un indicador de calidad en el sector hospitalario, demostrando que la preocupación de los expertos en salud, en comparación con las percepciones de los usuarios, está relacionada con el respeto, el cuidado personal, las necesidades fisiológicas, la empatía; asimismo, un indicador importante de calidad es el lenguaje utilizado para explicar el procedimiento y la condición de salud.

D. Ventajas y desventajas del método Servqual

Según Bustamante et al. (2019) la ventaja es que este método le permite comparar las perspectivas de los clientes y los conocimientos de los mismos de cualquier empresa durante un período de tiempo específico, identificando así semejanzas y contrastes y creando términos de servicio de diagnóstico de calidad, términos comerciales. Asimismo, se comparan entre distintas empresas que ofrecen el mismo servicio en otros lugares. Este es un método altamente adaptable que puede modificarse de acuerdo con las peculiaridades de la empresa que se evalúa. Finalmente, puede examinar la diversidad de opiniones, percepciones y expectativas de los usuarios en lo relacionado a la calidad del servicio.

La desventaja es que como este método se hace por medio de cuestionarios, es posible que los individuos no entiendan la dinámica del cuestionario y no estén seguros de que el significado de las preguntas sea completamente claro, por lo que la información puede estar sesgada.

E. Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción

Sánchez (2019) indica que la calidad que se percibe es una variable que muestra un límite menos claro al concepto de satisfacción, puesto que las dos hacen referencia al transcurso evaluativo en el que el usuario coteja la experiencia del servicio con alguna expectativa anterior, significa, que las dos comparten el hecho de que la perspectiva del cliente es considerada central en la evaluación de los servicios prestados por la organización. Sin embargo, los científicos han tratado de distinguir la calidad del servicio de la satisfacción del cliente, inclusive utilizando modelos de rechazo para medir la calidad del servicio percibida.

Dadas las semejanzas entre los constructos de calidad de servicio y satisfacción, no sorprende que se encuentren estrechamente relacionados. Por ese motivo, algunos autores cedieron al intento de decir que el método de satisfacción puede considerarse como la calidad del servicio cuando se estudia el servicio y no el producto del cliente. Otros, han comenzado a enfatizar que los estudiosos rara vez distinguen entre estos dos conceptos. Hoy en día, muchos autores piensan que la calidad del servicio y la satisfacción son factores distintos, aunque asociados.

F. Calidad de atención en la salud

Mori (2017) alude que la complicación de los servicios de salud, cuya labor se desarrolla en escenarios médicos, obliga a contar con un marco referencial que proporcione el estudio de calidad en el campo.

- a. El aspecto técnico se ocupa de la aplicación de los conocimientos de la medicina y disciplinas afines para solucionar los inconvenientes de salud de los pacientes.
- b. El aspecto interpersonal, es decir, la interrelación dada entre el trabajador de salud y el paciente a la hora de brindar la atención, todas las dimensiones no están separadas y se dan al mismo tiempo cada vez que un individuo se contacta con los servicios de salud.

Las instituciones de atención médica son distintas de otras empresas, y comprenderlas es fundamental para el éxito de la gestión de resultados. Otras características distintivas incluyen:

- Gestionar la relación interpersonal entre el personal médico y los pacientes es enormemente más difícil que la comunicación entre clientes y proveedores en cualquier empresa, porque el cuidado de la salud involucra un aspecto muy íntimo, sensible e importante de la vida (contacto frecuente con el paciente, dolor, enfermedad).
- El concepto de calidad de servicio, en relación a las instituciones de salud es más extenso y complejo que en otras empresas. Por lo tanto, se pasa de la atención de la salud a la atención de la salud mental; de la presión del éxito a la consolidación del primer éxito y la mejora de los recursos; de la preocupación por la prosperidad del individuo a la prosperidad conjunta familiar (paciente/familia/amigos); de la calidad adyacente a la completa.
- En las organizaciones, la calidad se entiende como un producto o servicio, y en las instituciones de salud el fin último es mejorar la calidad de vida y la recuperación del paciente.
- Los costos de no calidad en las instituciones de salud abarcan efectos distintos a los de otras empresas: La falta de un tratamiento de calidad en los hospitales puede afectar y llevar al fallecimiento del paciente.

En términos de salud, las medidas de calidad son:

- Puntualidad.
- Atención rápida.
- Presentación de los trabajadores.
- Educación, gentileza, respeto.
- Trato humanitario.
- Ser proactivo en el uso de herramientas de diagnóstico.
- Habilidad para reconocer el problema.
- Éxito en el proceso.
- Diálogo con el paciente y la familia.
- Descripción perfecta del estado de ánimo de los pacientes.
- Aceptación de recomendaciones.
- Habilidades profesionales.
- Moral.
- Ecuanimidad.
- Presentar físicamente las instalaciones.
- Presentación apropiada de las subestructuras.
- Presentación apropiada de equipos y materiales.
- Formación continua de los trabajadores del servicio y a pacientes.

G. Niveles de necesidades en relación con la calidad percibida

Morales y Gómez (2022) señalaron que los tres niveles de necesidad se definen en términos de calidad percibido por los pacientes,

- en primer lugar, se trata de expectativas importantes, como recibir respeto, confianza, honestidad y buenos resultados en el trato;
- en el segundo nivel, se encuentra el recibir un servicio vertiginoso, accesible, individual y claro;

- y, por último, la tercera parte habla de la apariencia de las instalaciones, el bienestar y la presentación física de los trabajadores.

Es significativo señalar que cuando se recibe una atención grata como se muestra en las entrevistas no quiere decir que la calidad de servicio sea buena, por lo opuesto, puede indicar bajas perspectivas de los pacientes, aun cuando se reporte en la insatisfacción un 5%, esto se tiene que tomar con seriedad.

Un estudio de Babakus y Mangold revelaron un patrón nuevo de Servqual hospitalario; en nuestro medio la herramienta ha sido utilizada para diversos servicios de salud. Muchos de estos estudios científicos analizan dimensiones como la calidad del servicio, la confiabilidad, la empatía, la capacidad de respuesta y la seguridad para garantizar una atención médica de alta calidad. El Ministerio de Salud Pública determinó que los usuarios reflejan satisfacción, estado de bienestar, compensando carencias y superando expectativas; para evaluar la calidad de la atención se desarrolló en 1985 el modelo de Calidad de Servicio (Servqual), herramienta desarrollada originalmente por Parasuramany cols. con el fin de medir la satisfacción, conceptualizada como lo que esperan los pacientes, significa, en relación con lo que reciben, es decir, sentimientos sobre el servicio, como empatía, eficacia, tiempo de espera y clima apropiado.

H. Teorías de la calidad

Chacón y Rugel (2018) indican que la calidad total y la cultura de la mejora continua son propósitos de la organización que conducen a una mayor satisfacción de los usuarios del servicio o sistema como parte de la estrategia de su organización. En la implantación del modelo de calidad juega un rol de cambio, agregando valor al servicio, lo que repercute en el desempeño de la empresa, la mejora continua, el control o reestructuración de procesos y la gestión de recursos, aumentando así la producción y rendimiento.

Los Padres de la Calidad, originaron sus ideas de innovación y calidad, enfatizando la organización y estandarización de los métodos convencionales de producción e industria total, con el fin de crear productos y servicios mejores. (J.C., 2013) Estos incluyen: gestión de calidad, aseguramiento y calidad general.

- a. Edwards Deming (1900-1993) - estadístico estadounidense. Control Estadístico de la Calidad. “CALIDAD TOTAL”. Ciclo PHVA (planificar, hacer, verificar y actuar) o PDCA.
- b. Joseph M. Jurán (1954) - ingeniero, abogado y consultor rumano. “Trilogía de Juran”.
 - Planificar la calidad
 - Controlar la calidad
 - Mejorar la calidad.
- c. Kaoru Ishikawa (1915-1989) - ingeniero, catedrático, consultor japonés. Presidente Japonés ante ISO. Premio Deming y de Normalización Industrial. Medalla Shewhart. Regulación industrial con el fin de vigorizar el rendimiento. Siete instrumentos técnicos (estadística de análisis de inconvenientes):
 - Diagrama de Pareto
 - Diagrama de Ishikawa
 - Estratificación
 - Hoja de comprobación
 - Histograma
 - Gráficos de dispersión
 - Gráficos y cuadros de control
- d. Philip B. Crosby. (1980's). “Cero defectos”. El proceso de mejora de la calidad se divide en 14 etapas. Cultura de prevención: establece que los fallos ocurren por desconocimiento, falta de atención o los dos. Plantea un cambio de comprensión con el fin de conseguir estándares de cero defectos.
- e. TQM - Gestión de Calidad Total (década de 1960). Teoría de la Calidad Total: No es vista como un instrumento de cálculo estadístico o un transcurso para controlar la calidad, sino como una cultura de calidad y transformación a nivel organizacional.

- f. Kaizen. Ventaja competitiva de Japón (década de 1960). La teoría japonesa de mejora de la calidad total recomienda que los cambios en la calidad tienen un impacto directo en los costos y el personal.

I. La atención farmacéutica

Según Rodríguez (2021) el concepto de la atención en farmacia significa que los pacientes son los beneficiarios primordiales de las medidas tomadas por el departamento de farmacia, que tienen como propósito brindar un buen servicio al paciente, y el servicio de farmacia también puede que describa a la atención farmacéutica como el transcurso de identificación y resolución de inconvenientes asociados con medicamentos, con el objetivo de hacer una mejora en la calidad de vida de los usuarios.

La calidad del servicio de farmacia es un asunto muy discutido en la investigación profesional, a medida que las organizaciones de atención médica se enfocan cada vez más en la mejora de la calidad. Se han determinado estándares de buenas prácticas para esto, centrándose en personal bien capacitado, pero hay un trabajo muy limitado sobre las percepciones del cliente sobre el servicio. Es muy importante brindar un servicio de calidad en una farmacia, porque la mayoría de los clientes que la visitan son personas con condiciones de salud que requieren medicamentos o tratamiento.

De acuerdo con el Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos (2020), los servicios de atención farmacéutica se refieren a la supervisión, indicación y dispensación de la farmacoterapia por parte de los farmacéuticos con el fin de mejorar la calidad de vida de los usuarios. Por ello, además de participar en labores que ayuden la prevención de enfermedades y garantizar una salud buena, debe haber una colaboración entre médicos y otros profesionales.

Los servicios de atención farmacéutica están enfocados a la detección, prevención y evaluación de problemas asociados con los medicamentos; el farmacéutico o personal de farmacia es responsable de dispensar la medicación correcta a los residentes; ya que estos factores se tienen que dar a través del diálogo con los pacientes y demás profesionales de la salud; ser capaz de inspeccionar, realizar y desarrollar proyectos de tratamiento que favorezcan a la mejora de los

resultados de los usuarios mientras se evalúa la calidad de su participación para garantizar su eficacia y seguridad , que es lo primordial.

J. Sistema de gestión de calidad

Yovera y Rodríguez (2018) indican que las variaciones drásticas en el entorno organizacional en los últimos periodos los han impulsado a que busquen soluciones que puedan adaptarse a su persistencia y desarrollo. Para Miranda et. al. una de las réplicas más factibles es que las organizaciones acojan la gestión de la calidad como un elemento para crear una ventaja competitiva a largo plazo. De esa manera, la gestión de la calidad evoluciona hacia una orientación cada vez más íntegra, encaminada hacia una dimensión más humana y la mejora de los procesos de gestión organizacional. La orientación a la calidad de una organización tiene que ser dinámica, puesto que la totalidad de variables que componen el panorama competitivo en el mercado actual cambian con frecuencia debido a las innovaciones en productos y servicios. En estos mercados, los consumidores anónimos son cada vez menos importantes y los consumidores fieles, o clientes, son cada vez más importantes.

Por lo tanto, está claro que mejorar la calidad es lo mismo que obtener una ventaja competitiva. Para Pérez, esto se logra mediante: Adecuar las peculiaridades del producto o servicio a los requerimientos del consumidor para cumplir con todas sus expectativas, cambiar el proceso de producción para reducir el costo de la mala calidad, mejorar los procesos operativos y de gestión con el fin de acortar los tiempos de entrega de productos o servicios, y, finalmente, la innovación de características de productos o servicios para atraer a nuevos segmentos de consumidores.

FONDONORMA, por su parte, ha identificado ocho principios de gestión de calidad de la familia ISO 9000:2006. Estos principios la alta dirección los puede usar con el fin de guiar a sus organizaciones hacia un mejor desempeño: a) orientación al consumidor; b) liderazgo; c) participación de los empleados; d) enfoque que se basa en procesos; e) enfoque de sistemas para la gestión; f) mejora perpetua; g) un enfoque que se basa en la evidencia para la toma de decisiones; h) vínculos recíprocamente provechosos con los proveedores.

En vista de las consideraciones primeras, un sistema de gestión de la calidad se implementa a partir de las estructuras organizacionales, los compromisos, los procedimientos, los procesos y los recursos requeridos con el fin de realizar la gestión de la calidad en respuesta a las variaciones turbulentas del ambiente que afecta el comportamiento organizacional. Es decir, tiene que aplicarse a todas las actividades que se desarrollan dentro de una organización y afecta a todas las etapas, partiendo de la investigación de las necesidades del cliente hasta el servicio postventa.

2.2.2. Variable Dependiente: Satisfacción del usuario

A. Definiciones

Carhuaricra y Centeno (2022) señalan que, en el caso de la satisfacción del usuario, este es uno de los indicadores de calidad más relevantes del que dependerán los procesos que han evolucionado para lograr la satisfacción. Del mismo modo que la calidad, la satisfacción del usuario depende de las opiniones de otros usuarios.

Sánchez (2019) menciona que la satisfacción del usuario hace referencia al nivel en que una institución de salud cumple con las perspectivas y conocimientos de los usuarios en los servicios que presta.

Suárez et al. (2019) indican que tener un usuario satisfecho es lo primordial de una empresa u organización orientada al cliente, de manera que se consigue cuando las perspectivas se igualan o superan, ganando la lealtad del paciente y la familia.

Mori (2017) alude que la satisfacción del usuario es la relación entre el proveedor y el paciente, entre el administrador y el proveedor de salud, y entre el equipo de profesionales en salud y la sociedad. Los vínculos interpersonales buenos favorecen la eficiencia de la consulta médica y establecen un buen vínculo general con el paciente.

B. Dimensiones

Kotler y Keller (2012) marcan que la satisfacción de los usuarios es dividida en tres:

a. Expectativas

Una expectativa probablemente logre pasar.

b. Percepción

Primer discernimiento de algo a través de los efectos que informan los sentidos.

c. Quejas

Es definida como la ansiedad, sugerencia, crítica o acusación en lo que concierne al servicio.

C. Perfiles de la satisfacción del usuario

Monroy (2019) indica que al realizar el estudio de la satisfacción del cliente se pueden hallar tres complementos:

- a. El primero se refiere a los resultados. La satisfacción como efecto o contestación se entiende como un producto derivado de la práctica de consumo. Autores como Howard y Sheth la conceptualizan como una fase cognitiva que surge de un sentimiento de comodidad o malestar por la recompensa económica recibida. Por otro lado, Westbrook & Reilly creen que la satisfacción del cliente es una réplica emocional a la experiencia de compra de ciertos productos y servicios, a las tiendas e incluso a la conducta del vendedor o al mercado generalmente. Churchill & Surprenant señalaron la satisfacción como una respuesta posterior a la compra, ya que es la impresión de que los compradores gastan antes de la recompensa, el costo y el efecto deseado, mientras que, Spreng, MacKenzie, & Olshavsky, identificaron que es una respuesta emocional que el cliente utiliza el producto o servicio recibido después de la compra. Spreng y Olszavsky señalan que este es el resultado de que el producto iguala o supera los deseos del consumidor, en tanto que Mano & Oliver lo definen como una serie de cambios en las actitudes y juicios de valor después del consumo que cambia a lo largo de un hedónico continuo creado luego del consumo.
- b. La satisfacción como transcurso, por otro lado, conlleva una opinión del valor que subyace a los hábitos de gasto. Hunt argumenta que la satisfacción es una evaluación que examina si las actividades de gasto son al menos de la calidad

deseada, es decir, si se cumple o prevalece el prospecto, entonces se generará primero después del gasto. Escritores como Tse, Nicosia y Wilton, por otro lado, encuentran satisfacción en el movimiento perceptivo, pero su complejidad sugiere que la gratificación puede descifrarse como movimiento y como respuesta. Así, Swan, Trawick y Carroll señalan que la satisfacción del cliente es un valor o juicio percibido que analiza si un producto o servicio genera buenos o malos resultados y si el producto o servicio puede ser intercambiable o no.

- c. El último perfil donde la satisfacción del cliente se puede interpretar es por medio de una transacción específica o acumulativa. La satisfacción que una determinada transacción reporta al consumidor depende del resultado del posterior juicio de valor postelectoral. De acuerdo con este enfoque, autores como Anderson, Fornell y Lehmann suponen que una transacción particular o la satisfacción de una transacción se enfoca en la respuesta del cliente a una transacción de un producto o servicio en particular.

D. Factores fundamentales de la satisfacción

Pérez y Reto (2019) señalan que de acuerdo con Lele y Sheth Lele y Sheth existen cuatro factores importantes para conseguir la satisfacción de los compradores, a saber:

- a. Variables asociadas con el producto. Contienen varios factores, tales como: los fundamentos del producto, la confianza del diseñador en los requisitos del cliente y su entusiasmo, métodos de producción y procedimientos de prueba, control de calidad.
- b. Variables asociadas con las operaciones de mercantilizaciones. En el área de actividades de marketing existen factores como: el tipo de mensaje que presenta la organización en sus presentaciones de publicidad y divulgación, cómo seleccionar y probar el poder de marketing y de terceros, y cómo se difunden a los clientes.
- c. Variables asociadas con los servicios postventa. Las variables del servicio postventa incluyen factores como: soporte, entrega y servicio,

retroalimentación, escuchar quejas y cómo se resuelven los dilemas de los clientes.

- d. Variables asociadas a la cultura empresarial. La última variable, asociada con la cultura empresarial, tiene como función envolver los caracteres internos, los dogmas que posee la empresa, los símbolos y métodos, físicos e intangibles, que la empresa debe comunicar e inculcar a todos sus empleados.

E. Modelos de satisfacción agregada

Paredes y Velázquez (2018) manifiestan que, basado en el enfoque agregado, un equipo de científicos de la Universidad de Michigan ha desarrollado un modelo que permite: calcular la satisfacción, analizar el impacto de las variables que establecen la satisfacción, del mismo modo como los efectos de las variables de impacto en el comportamiento posterior a la adquisición.

El primero de estos modelos, llamado Escala Sueca de Satisfacción del Consumidor, se estableció en 1989. A esto le siguió en octubre de 1994 la introducción del Índice de Satisfacción del Consumidor Americano (ACSI), publicado trimestralmente desde entonces. El índice se basa en la evaluación de los clientes sobre la calidad de los bienes y servicios que compran y hoy en día cubre 10 sectores de la economía de América del Norte y 43 industrias.

Generalmente, estos modelos nos permiten identificar las variables de satisfacción antes y después, así como la asociación entre ellas, e identificar aquellas que tienen un mayor impacto. Asimismo, se desarrollan sobre la base de estructuras e indicadores que son comparables entre muchas empresas, industrias y sectores de la economía y pueden utilizarse como puntos de referencia.

- a) Modelo ACSI. La calidad percibida, las perspectivas del cliente y el valor percibido son consideradas variables antecedentes de la satisfacción y las variables de resultado son manifestaciones de quejas y fidelidad. La satisfacción incluye tres dimensiones: satisfacción general o acumulada con una compra, confirmación o desaprobación de expectativas y comparación de la experiencia de compra antes mencionada con el producto/servicio ideal. Las expectativas del consumidor son el nivel de calidad que los consumidores esperan antes de realizar una compra. La calidad percibida es una evaluación

de la calidad de un producto o servicio proporcionado por una empresa, con respecto a su experiencia reciente con el cliente. El valor percibido es la calidad de un producto/servicio basado en el precio pagado. La presentación de quejas se refiere a las quejas reveladas de manera directa a la empresa por parte de los consumidores. La fidelidad del cliente es una mezcla de la capacidad de recomprar bienes/servicios de la empresa y la capacidad de aceptar cambios de precios.

F. La satisfacción en los servicios de salud

Estacio y Paredes (2016) aluden que se entiende por satisfacción la conformidad que expresa el usuario en base a sus perspectivas respecto al servicio recibido en los distintos campos que integran todos los aspectos de la calidad. Por lo tanto, se puede decir que un resultado significativo de la labor efectuada en el servicio de salud, y por lo tanto de su uso y posterior cumplimiento adecuado de sus indicaciones, será la satisfacción de los usuarios del servicio de salud.

La satisfacción tiene que entenderse como un inconveniente de factores múltiples, teniendo en cuenta distintas variables de intervención, por lo que, cuando se mide la calidad del servicio, se tiene que considerar los discernimientos que ejercen sobre la aprobación o no con un servicio de salud, aquello conllevará a replantear las prácticas laborales encaminadas a la satisfacción del usuario. Sabiendo que las calificaciones en las expectativas de que los usuarios relacionados con la atención de salud se satisfarán con ella, las organizaciones que deciden mejorar la calidad de su servicio deben estar interesados en saber que esperan sus usuarios, incluido el potencial, qué entienden por calidad, por lo que este trabajo puede ser reconsiderado como un modelo de atención médica tradicional, en el que la calidad de la definición y el conocimiento, que los gerentes y la planificación de la empresa tienen, es muy distinta de la calidad del paciente, lo que reconoce la importancia de la satisfacción y servicio del paciente.

Solo las empresas enfocadas en el paciente, trabajan con el fin de satisfacer los requerimientos del paciente, se vuelven más capaces y efectivas, poniendo todo en perspectiva cuando la satisfacción del paciente se convierte en el enfoque principal; cuando las organizaciones puedan comprender lo que se ha descrito

dentro de la organización, podrán ver con más claridad hacia dónde se dirigen y qué se debe hacer al definir su misión, objetivos y estrategias para la satisfacción del paciente, en beneficio del paciente y el interés común.

Varias empresas piensan que saben lo suficiente sobre lo que quieren los pacientes, como suele ser el caso en entornos de atención médica donde los proveedores e incluso los gerentes, debido a sus muchos años de experiencia en un campo en particular, tienden a pensar que saben qué esperan y lo que sus pacientes quieren y desean de su atención, rechazando toda tentativa de recabar datos adicionales al respecto que puedan servir para dar una mejora a la calidad de los servicios prestados.

G. El modelo Kano de satisfacción del cliente

Estrada (2017) menciona que este modelo se enfoca en dos aspectos: el primero nos permite ver qué tan efectiva es la organización, y el segundo se enfoca en la satisfacción de los clientes de los cuales nos preocupamos y dependemos por completo de la capacidad de una empresa para crear un producto o servicio, incluyendo el hecho de que no todas las particularidades del producto o servicio provocan tal satisfacción en el consumidor, y algunas de ellas son más propicias para la formación de una mayor lealtad. Posteriormente, se explicarán las particularidades separándolas en conjuntos:

- a. Características-requisitos fundamentales: son las características del producto que los consumidores consideran necesarias. No elevan la satisfacción del cliente, pero generan una frustración inexpresable cuando no se entregan.
- b. Características-requisitos de rendimiento: las características del producto aumentan la satisfacción del cliente proporcionalmente. Si se añaden más promesas o se aumenta el número de las mismas, lograremos más satisfacción del cliente, cuantas más funciones se agreguen, mayor será la satisfacción del usuario.
- c. Características-requisitos interesantes: son las características que el cliente no esperaba y que le causaron una alta satisfacción. Como no se esperan, no causan insatisfacción si no se entregan.

De acuerdo con este modelo, clasificamos todos los atributos que tienen una influencia directa o indirecta en la satisfacción del usuario en los siguientes conjuntos:

El modelo Kano, se incluye en la tercera fase y agrega significativamente las particularidades indispensables con el fin de mejorarlo. Posteriormente, detallamos lo que pasa en cada punto:

- Elementos fundamentales, son obligaciones mínimas y, en situaciones precisas, encontrará constantemente diferencias o insatisfacciones, por pequeñas que sean.
- Elementos de desempeño, estos varían de manera directa con la satisfacción. Debido a que no se cumple alguno de estos requisitos y la insatisfacción es muy alta, la satisfacción puede aumentar con las actualizaciones y esto nos brindará más y mejores características del modelo. Se puede decir que, a mayor desempeño, mayor satisfacción.
- Elementos emocionales, son sentimientos (sorpresa/de improviso) que aumentan la satisfacción del cliente si se realiza su entrega, por el contrario, provocan insatisfacción si no se realiza la entrega.

H. Expectativas de los usuarios y niveles de satisfacción

Según Santos (2019) las expectativas son ilusiones de que el usuario reciba algo, estas expectativas son creadas por una o más de los siguientes cuatro contextos;

- La promesa de la empresa con los beneficios que aporta el servicio o producto.
- Compras antepuestas.
- Ideas de amigos, familiares, conocidos y líderes de opinión pública (reporteros, artistas).
- Promesas de la competencia.

En términos de satisfacción, podemos distinguir tres niveles que los usuarios pueden experimentar en uno de los siguientes casos:

- La insatisfacción, ocurre cuando el rendimiento derivado de un producto o servicio no cumple con las perspectivas del cliente.
- Satisfacción, significa, el rendimiento que se percibe de un producto o servicio de acuerdo con las perspectivas del cliente o usuario.
- La complacencia, se da a la hora que el rendimiento derivado de un producto o servicio supera las perspectivas del usuario.

2.3 Bases filosóficas

Según lo escrito Jaramillo (2021), Total Quality Management, abreviado como TQM, que significa la gestión de la calidad total, fue definido como una estrategia de gestión avanzada entre los años de 1950 y 1960 por los fabricantes japoneses, y se basa en las destrezas desarrolladas por W. Edwards Deming y Joseph Juran. La Gestión de Calidad Total, es la práctica de gestión para la mejora continua en todas las áreas de la empresa y en cada una de sus operaciones descentralizadas, utilizando todos los recursos valiosos y a bajo costo. El transcurso de mejora se enfoca en la satisfacción del cliente debido a que el recurso humano se considera lo más importante en la empresa. El concepto filosófico de calidad, en un grado más desarrollado, se adapta a la cooperación efectiva (indagación, control de calidad y mejora de la calidad), entre proveedores y destinatarios como socios en las operaciones estratégicas de la empresa. La dirección es satisfacer el 100% de las necesidades de los clientes internos y externos. Esta teoría de la calidad muestra avances significativos:

Está relacionado con la percepción del usuario, ya que a menudo es subjetiva.

Esto es posible por la necesidad de adaptarse constantemente a los diferentes requerimientos de los usuarios.

Si pensamos en el valor que se percibe, encontraremos que el valor también está relacionado con el concepto de calidad, porque es un factor que afecta las perspectivas que se formarán los clientes y también la forma en que evalúan el precio del producto o servicio.

La gestión de la calidad ha avanzado hacia una orientación más holística debido a los desafíos que enfrentan las organizaciones en el mercado actual, como la globalización del mercado, el cliente estricto, el rápido cambio en la tecnología y el éxito de las formulaciones anteriores de gestión de la calidad. Este procedimiento crea mejores espacios para la

interrelación, la responsabilidad y la intervención de los gerentes y el talento humano, y eleva la teoría de este enfoque basado en la calidad a un objetivo estándar de una representación global y más importante de la organización. Por lo tanto, el liderazgo es necesario para crear un sistema de calidad efectivo, que defina las metas e intereses de la gerencia, creado por la intervención de los trabajadores. Posteriormente, se identifican las particularidades más esenciales que difieren entre los métodos anteriores, a saber: la guía de usuario, guía de gestión, gestión por nivel de gerencia, descripción de la empresa y política de personal, orientación de gestión global, mejora continua y por último la intervención de auditoría interna y externa.

Por otro lado, según Actuari y García (2022) en la literatura se puede encontrar otras definiciones. El concepto de la satisfacción recalca por los enfoques que logra. Esta puede analizarse partiendo de cuatro aspectos:

El primero cree que la satisfacción es una búsqueda personal, una meta alcanzada a través del consumo de productos y servicios.

El segundo representa el enfoque de la organización. En una comunidad capitalista, casi todas las organizaciones están impulsadas por las ganancias y sus rentabilidades casi siempre provienen de la reventa de sus productos o servicios a lo largo del tiempo.

El tercero presenta el mercado como un todo, donde la satisfacción e insatisfacción del cliente se explora cada vez más con el objetivo de influir en la regulación de la política de mercado tanto en el sector estatal como en el privado.

Finalmente, el enfoque social es el más extenso y se refiere a la satisfacción individual no solo como consumidor de productos y servicios, sino también como persona relacionada con la salud física, mental y económica.

Johnson, Anderson y Fornell mencionan que la satisfacción es considerada acumulativa a la hora que se trata de la experiencia general de consumir un producto o servicio en particular. Los consumidores usan los servicios en todas partes, todos los días, interactuando con las actividades de los individuos en su vida diaria sin darse cuenta. Individualmente, los ejemplos de consumo de servicios incluyen enviar correos, mirar televisión, ir a la iglesia y visitar al médico. En el cuidado de la salud, que es fundamentalmente una institución de servicios, la satisfacción del cliente será el efecto del vínculo con el cliente, del mismo modo como de las propiedades existentes.

Con base en este supuesto, es relevante brindar servicios de alta calidad y así elevar la satisfacción del cliente. Oliver da una definición importante de la estructura: la satisfacción es una medida de asombro congénita a un producto y/o experiencia del cliente. Esto es esencialmente un resumen del estado mental que ocurre cuando los sentimientos sobre las expectativas incumplidas coinciden con los sentimientos antepuestos de un cliente sobre la experiencia del consumo.

2.4 Definición de términos básicos

Calidad de atención

La calidad de atención es la combinación de propiedades y particularidades del servicio que cumplen exigencias, por lo cual son capaces de satisfacer los requerimientos del usuario (Sánchez, 2015).

Satisfacción del usuario

La satisfacción del usuario hace referencia al nivel en que una institución de salud cumple con las perspectivas y conocimientos de los usuarios en los servicios que presta (Sánchez P. , Comunicación y atención al cliente, 2015).

El entorno

Incluye propiedades físicas y sus condiciones: plaza de aparcamiento, edificio, entrada, zona de recepción, enseres, contextos físicos de los que depende la comodidad (Pérez et al., 2015).

La organización

Grupo de factores, tangibles e intangibles, que utilizamos con el fin de atender a los usuarios y que hacen posible que todos los mecanismos marchen adecuadamente (Pérez et al., 2015).

Los empleados

Regresamos nuevamente a las personas como elemento clave en las relaciones con la ciudadanía. La atención de una persona puede abarcar otras cosas (entorno u organización) (Pérez et al., 2015).

Expectativas

Una expectación probablemente logre pasar (Kotler y Keller, 2012).

Percepción

Primer discernimiento de algo a través de los efectos que informan los sentidos (Kotler y Keller, 2012).

Quejas

Es definida como la ansiedad, sugerencia, crítica o acusación en lo que concierne al servicio (Kotler y Keller, 2012).

2.5 Hipótesis de investigación

2.5.1 Hipótesis general

La calidad de atención influye significativamente en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, 2019.

2.5.2 Hipótesis específicas

- a. El entorno influye significativamente en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, 2019.
- b. La organización influye significativamente en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, 2019.
- c. Los empleados influyen significativamente en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, 2019.
- d. Las expectativas influyen significativamente en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, 2019.
- e. La percepción influye significativamente en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, 2019.
- f. Las quejas influyen significativamente en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, 2019.

2.6 Operacionalización de las variables

Variable Independiente	Dimensiones	Indicadores
CALIDAD DE ATENCIÓN	Entorno	<ul style="list-style-type: none"> - Aparcamiento. - Edificación. - Accesos. - Sala de acogida. - Mobiliario. - Condiciones físicas de las que depende el confort.
	La organización	<ul style="list-style-type: none"> - Canales de comunicación. - Gestión de reclamaciones. - Procedimientos y protocolos.
	Empleados	<ul style="list-style-type: none"> - Confianza y credibilidad. - Buena primera impresión. - Imagen adecuada. - Buen trato. - Buen uso del lenguaje. - <i>Modelo de comportamiento.</i>

Fuente: Pérez et al. (2015).

Variable Dependiente	Dimensiones	Indicadores
SATISFACCIÓN DEL USUARIO	Expectativas	<ul style="list-style-type: none"> - Experiencias previas. - Recomendación de terceros - Información. - Confiabilidad hacia la institución.
	Percepción	<ul style="list-style-type: none"> - Confianza. - Rapidez para acceder a información - Servicio en el momento esperado.
	Quejas	<ul style="list-style-type: none"> - Solución rápida. - Facilidad de poder quejarse. - Uso de vías electrónicas para exponer quejas.

Fuente: Kotller y Keller (2012).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

3.1.1 Tipo de investigación

Básica porque se buscó conocimientos para relacionarla con la realidad problemática que se viene dando (Díaz et al., 2013).

3.1.2 Nivel de investigación

Explicativo, porque se buscó dar con las causas de las problemáticas que se vienen presentado en un momento determinado (INEGI, 2005, p. 23).

3.1.3 Diseño de investigación

No experimental porque para dar con los resultados esperados no fue necesario el manipular las variables de la presente investigación (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

3.1.4 Enfoque de investigación

Enfoque cuantitativo porque usa a la ciencia estadística para llegar a conclusiones (Muñoz, 2011).

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población

Representada por 985 usuarios en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura (población calculada a un mes).

3.2.2 Muestra

La fórmula que se utilizó para hallar la muestra:

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

Donde:

n	Es el tamaño de la muestra.
p y q	Probabilidad de la población de estar o no incluidas en la muestra.
Z	Unidades de desviación estándar.
N	Total de la población.
E	Error estándar de la estimación.

Reemplazando:

$$n = \frac{3.8416 * 0.5 * 0.5 * 985}{0.0025(985 - 1) + 3.8416 * 0.5 * 0.5}$$
$$n = 276.57$$

Está representada por 276 usuarios en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura.

3.3 Técnicas de recolección de datos

La técnica desarrollada fue la encuesta. El instrumento evaluó a la “Calidad de atención” y “Satisfacción del usuario”. Fue respondido por los usuarios en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura.

3.4 Técnicas para el procesamiento de la información

Se empleó la prueba de normalidad de Kolmogorov – Smirnov. Con respecto al estadístico de prueba se empleó el Rho de Spearman.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Análisis de resultados

A. Análisis descriptivo de la calidad de servicio

Tabla 1
Distribución de frecuencias del entorno

	TDS		EDS		MN		DA		TDA	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1. El centro de salud cuenta con un sitio de aparcamiento para los usuarios.	76	27.5%	56	20.3%	49	17.8%	50	18.1%	45	16.3%
2. La farmacia del centro de salud cuenta con una edificación apropiada.	61	22.1%	51	18.5%	53	19.2%	51	18.5%	60	21.7%
3. Es fácil acceder al área de farmacia del centro de salud.	84	30.4%	44	15.9%	53	19.2%	49	17.8%	46	16.7%
4. La farmacia cuenta con un amplio espacio de espera.	89	32.2%	44	15.9%	40	14.5%	46	16.7%	57	20.7%
5. El mobiliario con el que cuenta la farmacia es moderno.	61	22.1%	54	19.6%	57	20.7%	62	22.5%	42	15.2%
6. Se siente confortable el espacio que tiene la farmacia para los usuarios.	79	28.6%	61	22.1%	52	18.8%	45	16.3%	39	14.1%

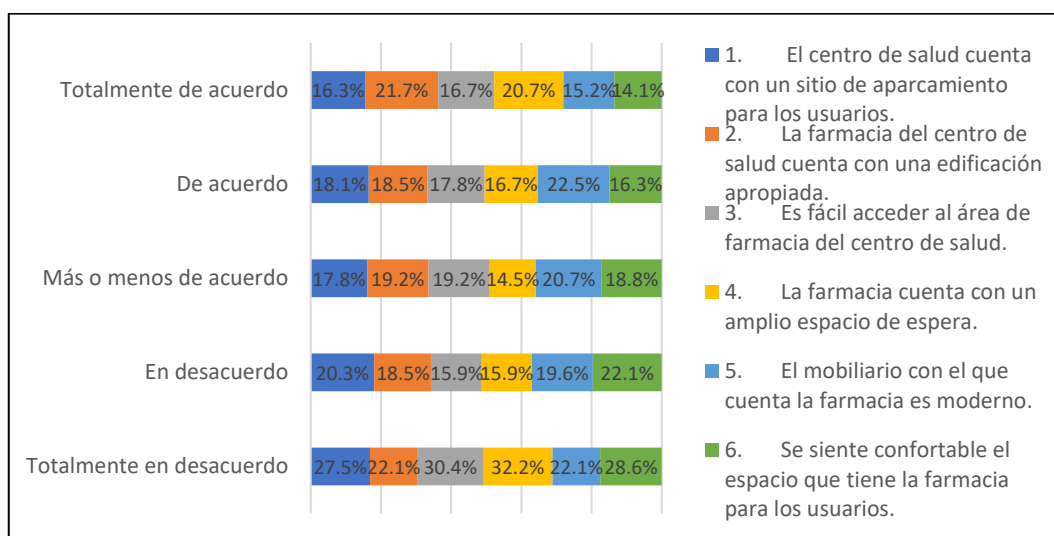


Figura 1. Entorno.

Tabla 1, en cuanto a si el centro de salud cuenta con un sitio de aparcamiento para los usuarios el 47.8% respondió estar totalmente en desacuerdo y desacuerdo. En segundo lugar, en referencia a si la farmacia del centro de salud cuenta con una edificación apropiada el 40.6% indicó estar totalmente en desacuerdo y desacuerdo. En tercer lugar, en mención a si es fácil acceder al área de farmacia del centro de salud el 46.4% contestó estar totalmente en desacuerdo y desacuerdo. En cuarto lugar, en referencia a si la farmacia cuenta con un amplio espacio de espera el 48.2% determinó que está totalmente en desacuerdo y desacuerdo. En quinto lugar, en mención a si el mobiliario con el que cuenta la farmacia es moderno el 41.7% acotó que está totalmente en desacuerdo y desacuerdo. En sexto lugar, en cuanto a si se siente confortable el espacio que tiene la farmacia para los usuarios el 50.7% determinó que está totalmente en desacuerdo y desacuerdo.

Tabla 2

Distribución de frecuencias de la organización

	TDS		EDS		MN		DA		TDA	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
7. Puede acceder a la información de la farmacia por diferentes canales de comunicación (teléfono, redes sociales, presencial, etc.).	89	32.2%	53	19.2%	51	18.5%	33	12.0%	50	18.1%
8. El área de farmacia gestiona de manera adecuada las reclamaciones de los usuarios.	63	22.8%	55	19.9%	59	21.4%	52	18.8%	47	17.0%
9. El área de farmacia procedimientos y protocolos específicos	89	32.2%	56	20.3%	40	14.5%	46	16.7%	45	16.3%

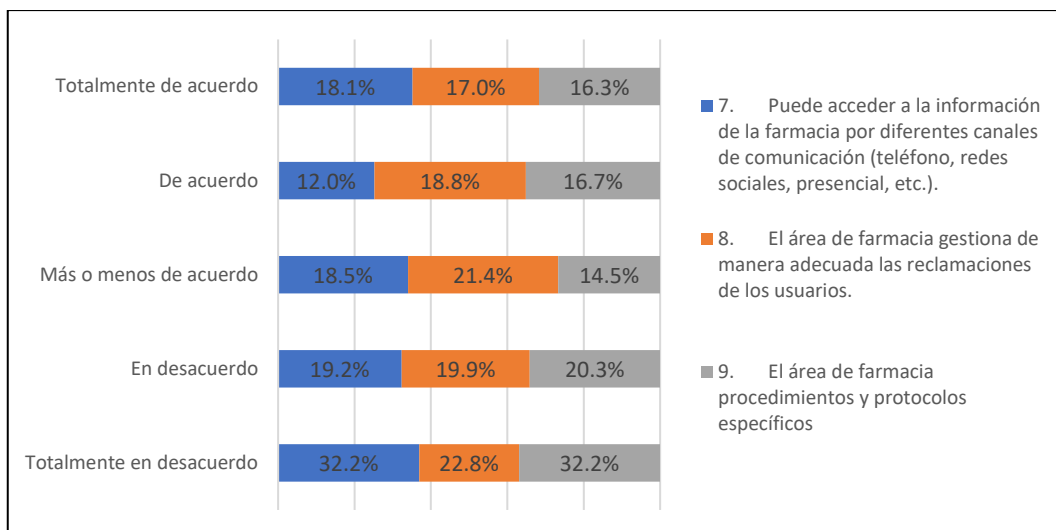


Figura 2. Organización.

Tabla 2, en cuanto a si puede acceder a la información de la farmacia por diferentes canales de comunicación (teléfono, redes sociales, presencial, etc.). el 51.4% respondió estar totalmente en desacuerdo y desacuerdo. En segundo lugar, en referencia a si el área de farmacia gestiona de manera adecuada las reclamaciones de los usuarios el 42.8% indicó estar totalmente en desacuerdo y desacuerdo. En tercer lugar, en mención a si el área de farmacia procedimientos y protocolos específicos el 52.5% contestó estar totalmente en desacuerdo y desacuerdo.

Tabla 3

Distribución de frecuencias de la organización

	TDS		EDS		MN		DA		TDA	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
10. El área de farmacia del centro inspira confianza y credibilidad.	72	26.1%	59	21.4%	54	19.6%	45	16.3%	46	16.7%
11. Cuando visitó por primera vez el área de farmacia, le dio una buena primera impresión.	45	16.3%	67	24.3%	48	17.4%	63	22.8%	53	19.2%
12. La farmacia del centro mantiene una buena imagen.	85	30.8%	54	19.6%	50	18.1%	44	15.9%	43	15.6%
13. Recibe buen trato por parte del personal de la farmacia del centro de salud.	76	27.5%	51	18.5%	50	18.1%	51	18.5%	48	17.4%
14. El personal de la farmacia utilizó un lenguaje educado con usted.	74	26.8%	49	17.8%	54	19.6%	55	19.9%	44	15.9%
15. El personal de la farmacia tuvo un adecuado comportamiento con usted.	63	22.8%	75	27.2%	44	15.9%	48	17.4%	46	16.7%

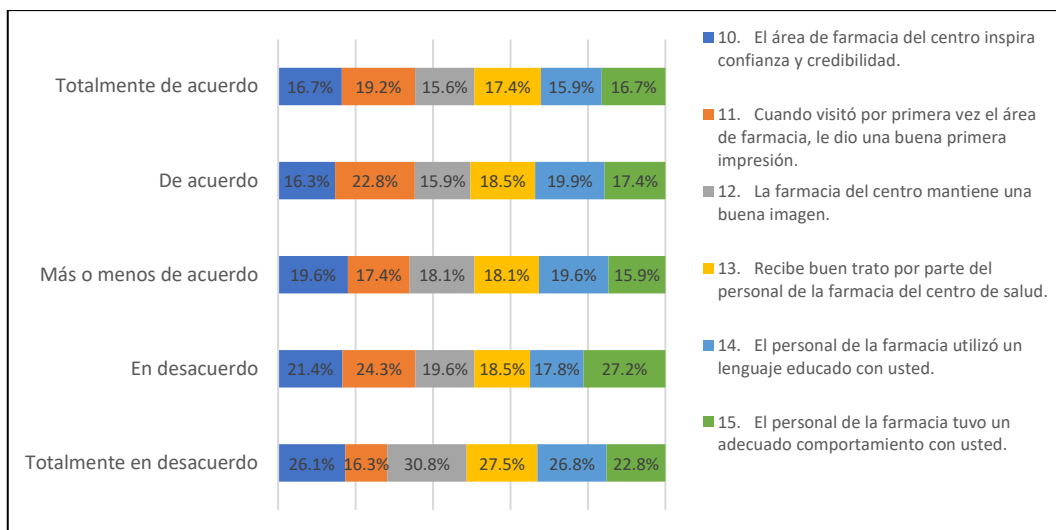


Figura 3. Empleados.

Tabla 3, en cuanto a si el área de farmacia del centro inspira confianza y credibilidad el 47.5% respondió estar totalmente en desacuerdo y desacuerdo. En segundo lugar, en referencia a si cuando visitó por primera vez el área de farmacia, le dio una buena primera impresión el 50.4% indicó estar totalmente en desacuerdo y desacuerdo. En tercer lugar, en mención a si la farmacia del centro mantiene una buena imagen el 46.4% contestó estar totalmente en desacuerdo y desacuerdo. En cuarto lugar, en referencia a si recibe buen trato por parte del personal de la farmacia del centro de salud el 46% determinó que está totalmente en desacuerdo y desacuerdo. En quinto lugar, en mención a si el personal de la farmacia utilizó un lenguaje educado con usted el 44.6% acotó que está totalmente en desacuerdo y desacuerdo. En sexto lugar, en cuanto a si el personal de la farmacia tuvo un adecuado comportamiento con usted el 50% determinó que está totalmente en desacuerdo y desacuerdo.

B. Análisis descriptivo de la satisfacción del usuario

Tabla 4

Distribución de frecuencias de la expectativa

	TDS		EDS		MN		DA		TDA	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
16. Sus experiencias anteriores en el área de farmacia fueron positivas.	72	26.1%	50	18.1%	49	17.8%	48	17.4%	57	20.7%
17. Recomendaría a otras personas la atención de la farmacia.	66	23.9%	55	19.9%	50	18.1%	53	19.2%	52	18.8%
18. La atención que le brindó la farmacia estuvo a la altura de sus expectativas.	80	29.0%	47	17.0%	49	17.8%	50	18.1%	50	18.1%

19. Confía en qué la farmacia tenga los productos que usted necesita cuando usted lo requiera. 73 26.4% 59 21.4% 50 18.1% 46 16.7% 48 17.4%

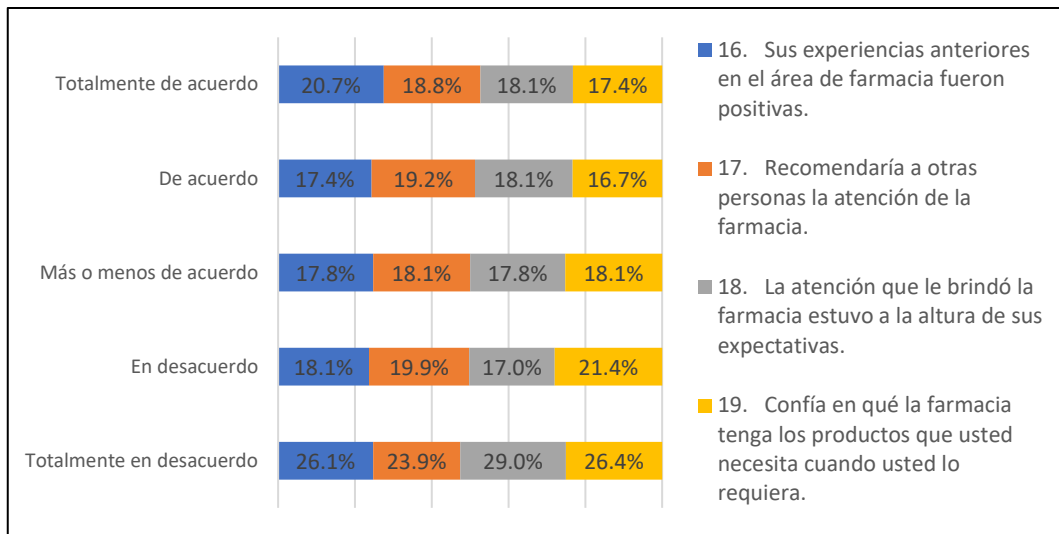


Figura 4. Expectativa.

Tabla 4, en cuanto a si sus experiencias anteriores en el área de farmacia fueron positivas el 44.2% respondió estar totalmente en desacuerdo y desacuerdo. En segundo lugar, en referencia a si recomendaría a otras personas la atención de la farmacia el 43.8% indicó estar totalmente en desacuerdo y desacuerdo. En tercer lugar, en mención a si La atención que le brindó la farmacia estuvo a la altura de sus expectativas el 46% contestó estar totalmente en desacuerdo y desacuerdo. En cuarto lugar, en referencia a si confía en qué la farmacia tenga los productos que usted necesita cuando usted lo requiera el 47.8% determinó que está totalmente en desacuerdo y desacuerdo.

Tabla 5

Distribución de frecuencias de la percepción

	TDS		EDS		MN		DA		TDA	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
20. Confía en el servicio que brinda el área de farmacia.	80	29.0%	49	17.8%	59	21.4%	47	17.0%	41	14.9%
21. La farmacia atiende de manera rápida a los usuarios.	70	25.4%	53	19.2%	40	14.5%	58	21.0%	55	19.9%
22. La farmacia tiene una atención de 24hrs.	76	27.5%	50	18.1%	47	17.0%	52	18.8%	51	18.5%

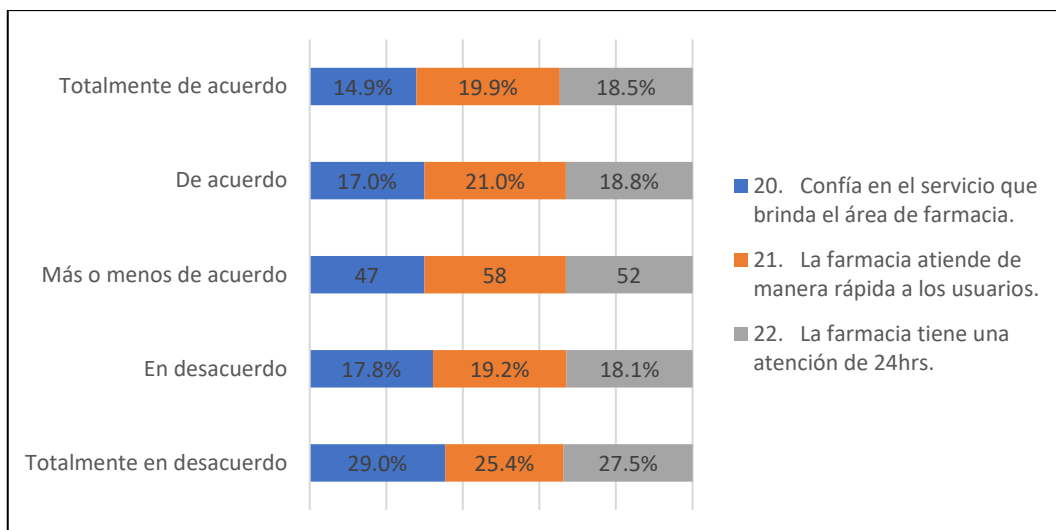


Figura 5. Percepción.

Tabla 5, en cuanto a si confía en el servicio que brinda el área de farmacia el 46.7% respondió estar totalmente en desacuerdo y desacuerdo. En segundo lugar, en referencia a si la farmacia atiende de manera rápida a los usuarios el 44.6% indicó estar totalmente en desacuerdo y desacuerdo. En tercer lugar, en mención a si la farmacia tiene una atención de 24hrs el 45.7% contestó estar totalmente en desacuerdo y desacuerdo.

Tabla 6

Distribución de frecuencias de las quejas

	TDS		EDS		MN		DA		TDA	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
23. Tuvo una solución rápida ante un requerimiento a la farmacia.	79	28.6%	59	21.4%	49	17.8%	48	17.4%	41	14.9%
24. Es fácil el poder imponer una queja en la farmacia.	61	22.1%	48	17.4%	46	16.7%	57	20.7%	64	23.2%
25. La farmacia tiene a disposición de los usuarios vías electrónicas para exponer sus quejas.	70	25.4%	48	17.4%	57	20.7%	41	14.9%	60	21.7%

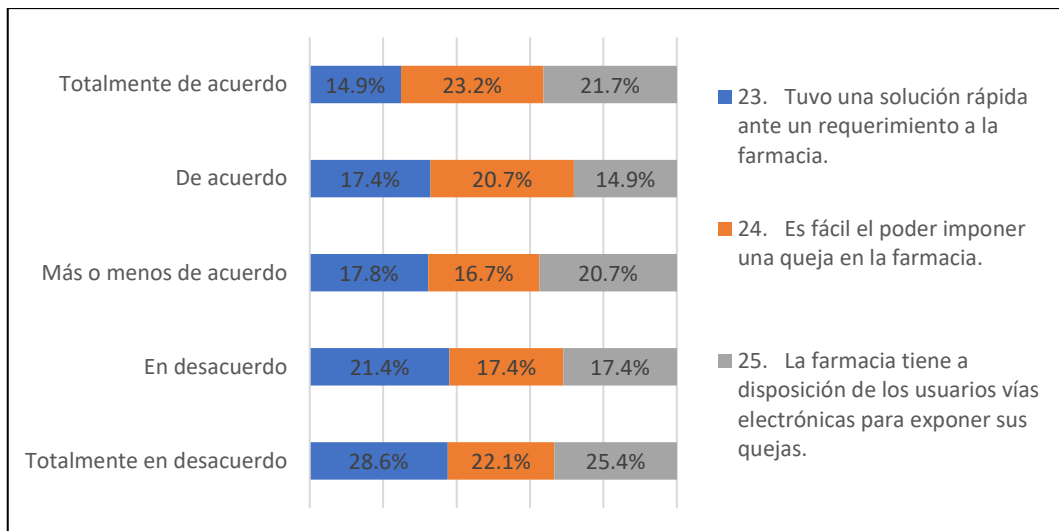


Figura 6. Quejas.

Tabla 6, en cuanto a si tuvo una solución rápida ante un requerimiento a la farmacia el 50% respondió estar totalmente en desacuerdo y desacuerdo. En segundo lugar, en referencia a si es fácil el poder imponer una queja en la farmacia el 43.8% resaltó que está de acuerdo y totalmente de acuerdo. En tercer lugar, en mención a si la farmacia tiene a disposición de los usuarios vías electrónicas para exponer sus quejas el 42.8% contestó estar totalmente en desacuerdo y desacuerdo.

C. Prueba de normalidad

Tabla 7
Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Calidad de atención	0.148	276	0.000
Entorno	0.104	276	0.000
Organización	0.080	276	0.000
Empleados	0.092	276	0.000
Satisfacción del usuario	0.129	276	0.000
Expectativa	0.098	276	0.000
Percepción	0.099	276	0.000
Quejas	0.096	276	0.000

a. Corrección de significación de Lilliefors

La Prueba de Kolmogorov -Smirnov es una prueba estadística que se utiliza para evaluar si 2 conjuntos de datos proceden de la misma muestra de la población, hoy es decir mide la diferencia absoluta máxima entre las funciones de distribución acumulativa de las muestras de datos. La prueba se utiliza para determinar si es probable que las 2 muestras procedan de la misma distribución subyacente, hoy sin hacer ninguna suposición sobre la forma de esa distribución. Cuando la prueba se utiliza para comparar 2 muestras, cuando mayor sea la diferencia absoluta entre las 2 muestras, más probable será que las 2 muestras proceden de distribuciones diferente. Por ello, se observa en la Tabla 7 que el nivel de significancia obtenida es de 0.00 siendo menor al 0.05; por lo tanto, en la comprobación de las hipótesis se utilizara la Prueba de Rho de Spearman.

4.2 Contrastación de hipótesis

HIPÓTESIS GENERAL

Tabla 8

Prueba de Rho de Spearman entre la calidad de atención y satisfacción del usuario

			Calidad de atención	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Calidad de atención	Coefficiente de correlación	1.000	.463**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	276	276
	Satisfacción del usuario	Coefficiente de correlación	.463**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	276	276

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

Tabla 8, la calidad de atención influye significativamente en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, 2019; respaldado por la Prueba de Rho de Spearman mediante el valor obtenido 0.463 ubicándolo en un grado positivo moderado.

HIPÓTESIS ESPECIFICA 1

Tabla 9

Prueba de Rho de Spearman entre el entorno y satisfacción del usuario

			Entorno	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Entorno	Coefficiente de correlación	1.000	.416**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	276	276
	Satisfacción del usuario	Coefficiente de correlación	.416**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	276	276

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

Tabla 9, el entorno influye significativamente en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, 2019; respaldado por la Prueba de Rho de Spearman mediante el valor obtenido 0.416 ubicándolo en un grado positivo moderado.

HIPÓTESIS ESPECIFICA 2

Tabla 10

Prueba de Rho de Spearman entre la organización y satisfacción del usuario

			Organización	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Organización	Coefficiente de correlación	1.000	.422**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	276	276
	Satisfacción del usuario	Coefficiente de correlación	.422**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	276	276

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

Tabla 10, la organización influye significativamente en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, 2019; respaldado por la Prueba de Rho de Spearman mediante el valor obtenido 0.422 ubicándolo en un grado positivo moderado.

HIPÓTESIS ESPECIFICA 3

Tabla 11

Prueba de Rho de Spearman entre los empleados y satisfacción del usuario

			Empleados	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Empleados	Coefficiente de correlación	1.000	.438**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	276	276
	Satisfacción del usuario	Coefficiente de correlación	.438**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	276	276

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

Tabla 11, los empleados influyen significativamente en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, 2019; respaldado por la Prueba de Rho de Spearman mediante el valor obtenido 0.438 ubicándolo en un grado positivo moderado.

HIPÓTESIS ESPECIFICA 4

Tabla 12

Prueba de Rho de Spearman entre la expectativa y satisfacción del usuario

			Expectativa	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Expectativa	Coefficiente de correlación	1.000	.770**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	276	276
	Satisfacción del usuario	Coefficiente de correlación	.770**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	276	276

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

Tabla 12, las expectativas influyen significativamente en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, 2019; respaldado por la Prueba de Rho de Spearman mediante el valor obtenido 0.770 ubicándolo en un grado positivo alto.

HIPÓTESIS ESPECIFICA 5

Tabla 13

Prueba de Rho de Spearman entre la percepción y satisfacción del usuario

			Percepción	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Percepción	Coefficiente de correlación	1.000	.744**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	276	276
	Satisfacción del usuario	Coefficiente de correlación	.744**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	276	276

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

Tabla 13, la percepción influye significativamente en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, 2019; respaldado por la Prueba de Rho de Spearman mediante el valor obtenido 0.744 ubicándolo en un grado positivo alto.

HIPÓTESIS ESPECIFICA 6

Tabla 14

Prueba de Rho de Spearman entre las quejas y satisfacción del usuario

			Quejas	Satisfacción del usuario
Rho de Spearman	Quejas	Coefficiente de correlación	1.000	.758**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	276	276
	Satisfacción del usuario	Coefficiente de correlación	.758**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	276	276

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

Tabla 14, las quejas influyen significativamente en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, 2019; respaldado por la Prueba de Rho de Spearman mediante el valor obtenido 0.758 ubicándolo en un grado positivo alto.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

5.1 Discusión de resultados

Como propósito principal se tiene determinar de qué forma la calidad de atención tiene influencia en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, 2019; respaldado por la Prueba de Rho de Spearman mediante el valor obtenido 0.463 situándolo en un grado positivo moderado y con un nivel de significación de 0.00 el cual es inferior al 0.05. De esta manera, podemos inferir que la calidad de la atención es un elemento importante para la satisfacción del usuario en el servicio de farmacia. Los clientes esperan medicamentos seguros y eficaces, hola afecto ya, así como una dispensación puntual y precisa. Los farmacéuticos deben ser precisos en sus cálculos, conocedores de los medicamentos y sus interacciones, capaces de explicar toda la información pertinente a los clientes de manera fácilmente comprensible. A la hora que los clientes sienten que se les trata con respeto y se les aconseja adecuadamente. es más probable que estén satisfechos con el servicio que reciben. Además, las farmacias que cuentan con un personal amable y servicial tienen más probabilidades de ofrecer mejores índices de satisfacción que las que no. En el ámbito internacional, diversos estudios muestran problemáticas que vienen afectando la calidad de atención y la satisfacción del usuario. Respecto a la calidad de atención, el estudio realizado por Fariño et al. (2018) evidencia que, en cuanto al tiempo de espera de los usuarios para recibir atención en el centro de salud, el porcentaje de usuarios que dijeron no estar satisfechos con la calidad del servicio en cuanto al tiempo de espera del servicio es el más grande. Por otro lado, respecto a la satisfacción del usuario, el estudio realizado por Zabala et al. (2021) pudo dar a conocer que casi todos los usuarios no conocen alternativas al consultar por medio de sitios web, aplicaciones móviles o servicios de pago en distintos agentes e instituciones bancarias. En el ámbito nacional, respecto a la calidad de atención la indagación realizada por García (2021) muestra que las organizaciones no brindan servicios que satisfagan de manera efectiva las necesidades de los clientes, puesto que al evaluar factores como brindar información precisa y capacidad para resolver problemas, los clientes no creen que el servicio brindado representa un nivel apropiado de confiabilidad. Por otro lado,

respecto a la satisfacción del usuario, el estudio realizado por Fernández (2018) evidencia que al hablar de la infraestructura los usuarios expresan malestar, además de que el tiempo que esperan no los deja satisfechos, entendido aquí como cuanto mayor es el tiempo de espera, mayor es la insatisfacción.

Como primer propósito específico se tiene establecer de qué forma el entorno tiene influencia en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, 2019; respaldado por la Prueba de Rho de Spearman mediante el valor obtenido 0.416 situándolo en un grado positivo moderado y con un nivel de significación de 0.00 el cual es inferior al 0.05. De esta manera, podemos inferir que el entorno de una farmacia debe ser agradable ya que ayuda a reducir el estrés y crear una experiencia más positiva. Elementos como la iluminación adecuada, asientos cómodos y música agradable puede contribuir a crear una atmósfera más acogedora. Además, una farmacia organizada con estantes claramente etiquetados y un inventario bien surtido ayuda a los clientes a que encuentren los artículos etiquetados y un inventario bien surtido ayuda a los clientes a que encuentren los artículos necesarios de manera rápida y fácil. Contar con un personal amable y bien uniformado que atienda a los clientes también pueden que favorezca a la mejora de la satisfacción de los usuarios. Es por ello, Jaramillo (2021) realizó la tesis magistral, la cual sus resultados sostienen que la asociación positiva y fuerte resultante entre la calidad de atención y la satisfacción del usuario es de 0.924. También, existe una correlación significativa de 0,945; el p-valor < 0,05, asimismo se acepta la hipótesis de este estudio: La evaluación de la calidad de atención influye en el grado de satisfacción de usuario. Las conclusiones señalan que para la expectativa de conocimiento solo se estima un 80% de satisfacción como máximo, aquí se ha construido una base teórica de la calidad de atención y satisfacción del servicio, se realizó una evaluación de la calidad de atención y elementos que inciden en un impacto importante en la satisfacción y percepción del usuario. Como resultado, los servicios prestados por Consulta Externa del HGDA, no garantizan al 100% que los pacientes estén seguros y que la atención es insatisfactoria en términos de calidez por el tratamiento.

Como segundo objetivo específico determinar de qué forma la organización tiene influencia en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, 2019; respaldado por la Prueba de Rho de Spearman mediante el valor obtenido 0.422 situándolo en un grado positivo moderado y con un nivel de significación de 0.00 el cual es inferior al 0.05. De esta manera, podemos inferir que la organización puede crear un entorno centrado en el cliente que garantice que satisfacen

sus necesidades, el personal esté bien informado y servicial, y que los procesos son ágiles, eficientes y fiables. La organización también puede garantizar que la farmacia tenga acceso a la última tecnología y a los recursos necesarios para prestar servicios de calidad. Además, la organización puede crear una atmósfera de confianza y respeto entre el personal de la farmacia y sus clientes, creando una experiencia positiva para el mismo cliente. Finalmente, la organización puede asegurarse de que sus políticas y procesos estén renovados y se ajustan las necesidades del cliente, y de que se busque activamente la opinión del cliente y se tenga en cuenta. Es por ello, Barahona (2017) en su tesis magistral, sus resultados sostienen que el 87.5% calificó el tratamiento como muy bueno. El 88.99% está informado sobre las obligaciones y derechos del paciente. El 91.88% recibió información clara acerca de los procedimientos planificados, el 93.62% de los pacientes estuvo de acuerdo antes de cualquier procedimiento, el 91.88% dijo que recomendaría esta instalación. Se concluyó que: con un 95% de probabilidad se encuentra que la calidad de la atención que brinda SOLCA se asocia con la satisfacción del usuario.

Como tercer objetivo específico determinar de qué forma los empleados tienen influencia en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, 2019; respaldado por la Prueba de Rho de Spearman mediante el valor obtenido 0.438 situándolo en un grado positivo moderado y con un nivel de significación de 0.00 el cual es inferior al 0.05. De esta manera, podemos inferir que los farmacéuticos y su personal deben esforzarse por fomentar un ambiente cálido y acogedor que anime a los pacientes a sentirse seguros y cómodos cuando reciben medicamentos y servicios. Los farmacéuticos deben garantizar que todos los procesos sean eficientes y eficaces, y que los empleados y usuarios sean tratados con respeto. Una buena comunicación entre las partes es esencial para comprender las necesidades de los pacientes y prestar el mejor servicio posible. Además, las farmacias deben invertir en tecnologías innovadoras, como sistemas automatizados de reposición, con el objetivo de mejorar la satisfacción de los usuarios y brindar un servicio más eficiente. Es por ello, Jaya (2017) en su tesis magistral, en base a los resultados indican que: para 12 grados de libertad en $\alpha = 0.05$, $X^2 = 21.0261$ se encuentra en la tabla de distribución y el valor de X^2 es 602.04; mayor que X^2 , la hipótesis nula se rechaza, ya que el valor calculado es mayor a 21.0261; por lo tanto, se adoptó una hipótesis alternativa la cual dice que la calidad del servicio afecta la satisfacción del cliente. Se concluyó que: en términos de satisfacción específica, las dependencias coincidieron con las perspectivas de los usuarios en un 41 % y un 34 %, proporcionalmente; en tanto que las dependencias que no coincidieron fueron las

informativas y de recepción, 44% y 33% respectivamente. Bajo este contexto, se encuentra que existen aspectos importantes que necesitan ser mejorados y trabajados con el fin de dar una mejora significativa en la calidad de atención brindada a los usuarios.

Como cuarto propósito específico determinar de qué forma las expectativas tienen influencia en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, 2019; respaldado por la Prueba de Rho de Spearman mediante el valor obtenido 0.770 situándolo en un grado positivo elevado y con un nivel de significación de 0.00 el cual es inferior al 0.05. De esta manera, podemos inferir que los clientes esperan un cierto nivel de servicio y satisfacción cuando compren sus medicamentos. Si los clientes no están satisfechos con su experiencia, buscarán sus medicamentos en otro lugar e incluso pueden publicar críticas negativas en las redes sociales. Por ende, es importante que los servicios de farmacia brinden un buen servicio de atención al cliente, productos de calidad y una experiencia de compra cómoda y eficiente con el fin de satisfacer las perspectivas de los clientes. La satisfacción con el servicio de farmacia también puede incrementarse proporcionando a los empleados formación que los recursos adecuados para atender las consultas y quejas de los clientes. Los empleados con conocimientos para el cliente, lo que conocimientos y habilidades en atención al cliente pueden ayudar a crear una experiencia positiva para el cliente, lo que conduce a una mayor satisfacción del usuario. Es por ello, Sánchez (2019) en su tesis de maestría, en sus resultados sostienen que el 52.8% calificó la calidad de atención como buena, el 47.2% como regular, el 93% satisfecho, y el 7% dice no estar satisfecho ni insatisfecho. Entre la calidad de atención y la satisfacción de los usuarios externos hay una correlación positiva significativa, $r=0,594$, $pv=0,00$, puesto que $pv<0,05$, excluyendo los aspectos humanos e interpersonales de la calidad de atención y los tangibles de la satisfacción del usuario con $r = 0.040$ $pv=0.635$. Se concluyó que: entre la calidad de atención y la satisfacción del usuario hay una asociación significativa con pv de 0.000.

Como quinto objetivo específico determinar de qué forma la percepción tiene influencia en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, 2019; respaldado por la Prueba de Rho de Spearman mediante el valor obtenido 0.744 situándolo en un grado positivo elevado y con un nivel de significación de 0.00 el cual es inferior al 0.05. De esta manera, podemos inferir que cuando los empleados dedican tiempo prestar un servicio de calidad al cliente, se crea un entorno en el que los usuarios se sienten respetados y valorados. También aumenta su confianza en la farmacia y sus productos. Cuando los usuarios están satisfechos con su experiencia, es

probable que vuelvan, lo que puede traducirse en un aumento de las ventas y una mayor lealtad de los clientes. La satisfacción del usuario también puede aumentar cuando se gestionan adecuadamente las expectativas. Si los usuarios tienen expectativas realistas sobre el servicio que van a recibir, es más probable que quede poco satisfecho con los resultados. Si las expectativas no se gestionan adecuadamente, los usuarios pueden sentirse decepcionados o frustrados cuando no se cumplen sus expectativas. Es por ello, Mori (2017) en su tesis de titulación, en sus resultados sostiene que el nivel de calidad de atención fue calificado como bueno por el 83% de las personas y excelente por 17%. Los índices de satisfacción de los usuarios fueron calificados como satisfechos por el 91.8% de las personas y muy satisfechos por el 8.2%. Se concluyó que: las variables que revelan un vínculo estadísticamente significativo con la calidad de la atención y la satisfacción de la paciente en el puerperio son: comodidad del servicio, tiempo de atención, orientación al parto y al tratamiento, ($p < 0,01$).

Como sexto objetivo específico determinar de qué forma las quejas tienen influencia en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, 2019; respaldado por la Prueba de Rho de Spearman mediante el valor obtenido 0.758 situándolo en un grado positivo elevado y con un nivel de significación de 0.00 el cual es inferior al 0.05. De esta manera, podemos inferir que conocer qué tipo de quejas presentan los clientes, proveedores de servicios pueden identificar áreas en las que se debe realizar mejoras y abordarlas a tiempo. La analítica también puede ayudar a identificar áreas potenciales de insatisfacción de los clientes, como los tiempos de espera prolongados y lentitud del servicio, de abordar estos problemas de forma proactiva. Mediante la recopilación y el análisis de las opiniones de los clientes, las farmacias pueden comprender mejor qué buscan sus clientes y cómo pueden mejorar sus servicios con el fin de satisfacer sus requerimientos. Es por ello, Carhuaricra y Centeno (2022) en su tesis de titulación, sus resultados revelan que hay una estrecha asociación entre el nivel de calidad y el nivel de satisfacción ($\chi^2 = 130.280$; $p < 0,0001$); en tanto que el 23.9%, 49.6% y 26.5% de las personas calificaron la calidad como baja, media y alta, proporcionalmente. Asimismo, el 26.5%, 39.8% y 33.6% de los voluntarios reportaron niveles de satisfacción bajo, medio y elevado, proporcionalmente. Las conclusiones señalan que existe relación estadísticamente significativa (Valor $\chi^2 = 130.280$; $p < 0.0001$) entre el nivel de calidad de atención y la satisfacción del usuario, ya que ninguno de los participantes presentó un nivel alto de calidad que mostraran una puntuación baja en satisfacción e inversamente.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

El entorno tiene influencia significativa en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, 2019; respaldado por la Prueba de Rho de Spearman mediante el valor obtenido 0.416 situándolo en un grado positivo moderado y con un nivel de significación de 0.00 el cual es inferior al 0.05. De esta manera, podemos inferir que el entorno de una farmacia debe ser agradable ya que ayuda a reducir el estrés y crear una experiencia más positiva. Elementos como la iluminación adecuada, asientos cómodos y música agradable puede contribuir a crear una atmósfera más acogedora. Además, una farmacia organizada con estantes claramente etiquetados y un inventario bien surtido favorece a que los clientes encuentren los artículos etiquetados y un inventario bien surtido favorece a que los clientes encuentren los artículos necesarios de forma rápida y sencilla.

La organización influye significativamente en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, 2019; respaldado por la Prueba de Rho de Spearman mediante el valor obtenido 0.422 situándolo en un grado positivo moderado y con un nivel de significación de 0.00 el cual es inferior al 0.05. De esta manera, podemos inferir que la organización puede crear un entorno centrado en el cliente que garantice que satisfacen sus necesidades, el personal esté bien informado y servicial, y que los procesos son ágiles, eficientes y fiables. La organización también puede garantizar que la farmacia tenga acceso a la última tecnología y a los recursos necesarios para prestar servicios de calidad. Además, la organización puede crear una atmósfera de confianza y respeto entre el personal de la farmacia y sus clientes, creando una experiencia efectiva para el mismo cliente.

Los empleados influyen significativamente en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, 2019; respaldado por la Prueba de Rho de Spearman mediante el valor obtenido 0.438 situándolo en un grado positivo moderado y con un nivel de significación de 0.00 el cual es inferior al 0.05. De esta manera, podemos inferir que los farmacéuticos y su personal deben esforzarse por fomentar un ambiente cálido y acogedor que anime a los pacientes a sentirse seguros y

cómodos cuando reciben medicamentos y servicios. Los farmacéuticos deben garantizar que todos los procesos sean eficientes y eficaces, y que los empleados y usuarios sean tratados con respeto. Una buena comunicación entre las partes es esencial para comprender las necesidades de los pacientes y prestar el mejor servicio posible; respaldado por la Prueba de Rho de Spearman mediante el valor obtenido 0.770 situándolo en un grado positivo elevado y con un nivel de significación de 0.00 el cual es inferior al 0.05. De esta manera, podemos inferir que los clientes esperan un cierto nivel de servicio y satisfacción cuando compran sus medicamentos. Si los clientes no están satisfechos con su experiencia, buscarán sus medicamentos en otro lugar e incluso pueden publicar críticas negativas en las redes sociales. Por lo tanto, es esencial que los servicios de farmacia ofrezcan un buen servicio de atención al cliente, productos de calidad y una experiencia de compra cómoda y eficiente con el fin de satisfacer las perspectivas de los clientes. La satisfacción con el servicio de farmacia también puede incrementarse proporcionando a los empleados formación que los recursos adecuados para atender las consultas y quejas de los clientes.

Las expectativas influyen significativamente en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, 2019; respaldado por la Prueba de Rho de Spearman mediante el valor obtenido 0.770 situándolo en un grado positivo alto y con un nivel de significación de 0.00 el cual es inferior al 0.05. De esta manera, podemos inferir que los clientes esperan un cierto nivel de servicio y satisfacción cuando compran sus medicamentos. Si los clientes no están satisfechos con su experiencia, buscarán sus medicamentos en otro lugar e incluso pueden publicar críticas negativas en las redes sociales. Por lo tanto, es esencial que los servicios de farmacia ofrezcan un buen servicio de atención al cliente, productos de calidad y una experiencia de compra cómoda y eficiente con el fin de satisfacer las perspectivas de los clientes. La satisfacción con el servicio de farmacia también puede incrementarse proporcionando a los empleados formación que los recursos adecuados para atender las consultas y quejas de los clientes.

La percepción influye significativamente en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, 2019; respaldado por la Prueba de Rho de Spearman mediante el valor obtenido 0.744 situándolo en un grado positivo elevado y con un nivel de significación de 0.00 el cual es inferior al 0.05. De esta manera, podemos inferir que cuando los empleados dedican tiempo prestar un servicio de calidad al cliente, se crea un entorno en el que los usuarios se sienten respetados y valorados. También aumenta su confianza en la farmacia y sus productos. Cuando los

usuarios están satisfechos con su experiencia, es probable que vuelvan, lo que puede traducirse en un aumento de las ventas y una mayor fidelidad de los clientes.

Las quejas influyen significativamente en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, 2019; respaldado por la Prueba de Rho de Spearman mediante el valor obtenido 0.758 situándolo en un grado positivo elevado y con un nivel de significación de 0.00 el cual es inferior al 0.05. De esta manera, podemos inferir que conocer qué tipo de quejas presentan los clientes, proveedores de servicios pueden identificar áreas en las que se debe realizar mejoras y abordarlas a tiempo. La analítica también puede ayudar a identificar áreas potenciales de insatisfacción de los clientes, como los tiempos de espera prolongados y lentitud del servicio, de abordar estos problemas de forma proactiva.

La calidad de atención tiene influencia significativa en la satisfacción del usuario en el servicio de Farmacia del Centro de Salud Santa María, provincia de Huaura, 2019; respaldado por la Prueba de Rho de Spearman mediante el valor obtenido 0.463 situándolo en un grado positivo moderado y con un nivel de significación de 0.00 el cual es inferior al 0.05. De esta manera, podemos inferir que la calidad de la atención es un elemento importante para la satisfacción del usuario en el servicio de farmacia. Los clientes esperan medicamentos seguros y eficaces, afecto ya, así como una dispensación puntual y precisa. Los farmacéuticos deben ser precisos en sus cálculos, conocedores de los medicamentos y sus interacciones, capaces de explicar toda la información pertinente a los clientes de forma fácilmente comprensible.

6.2 Recomendaciones

Se recomienda al director del Centro de Salud Santa María, gestionar la implementación del área de Farmacia cuente con una infraestructura que brinde la seguridad, inocuidad para la atención de los clientes.

Se recomienda al director del Centro de Salud Santa María, que realice un plan de acción y mejora con la finalidad de estructurar sus labores y funciones del personal que atienden a los clientes.

Se recomienda al director, al jefe del área de farmacia, que gestione el fortalecimiento de capacidades de los trabajadores a través de la capacitación mensual a fin de que brinden una buena atención de calidad y satisfacción de los clientes.

Se recomienda al jefe del área de Farmacia del Centro de Salud Santa María, ofrecer servicios precisos puntuales y fiables, ofrecer atención personalizada sobre la medicación y prestar un servicio de calidad a los clientes.

Se recomienda al jefe del área de Farmacia del Centro de Salud Santa María, establecer un sistema eficaz de seguimiento de las quejas y comentarios de los clientes, esto le permitirá controlar y abordar los inconvenientes de los clientes de manera rápida y eficiente. Asimismo, elaborar una encuesta exhaustiva de satisfacción del cliente para evaluar sus niveles de satisfacción y conocer las áreas de mejora.

REFERENCIAS

7.1 Fuentes bibliográficas

González, A. (20 de Mayo de 2019). *Desarrollo organizacional de la A a la Z* (1 ed.). La Paz, Mexico: Pacj.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6 ed.). México D.F., México: Mc Graw Hill.

INEGI. (2005). *Metodología de la investigación*. México: INEGI.

Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección del marketing* (14 ed.). México: Pearson Educación.

Muñoz, C. (2011). *Como elaborar y asesorar una investigación de tesis* (2 ed.). México: Pearson.

Pérez, H., Pérez, J., López, L., & Caballero, C. (2015). *Comunicación y atención al cliente*. Madrid, España : Mc Graw Hill.

Sánchez, P. (2015). *Comunicación y atención al cliente*. España: Editex.

7.2 Fuentes electrónicas

Actuari, A., & García, L. (2022). *Calidad de servicio y satisfacción de usuarios de la gerencia de desarrollo social y económico de la Municipalidad provincial de Coronel Portillo 2021*. Tesis de titulación, Universidad Nacional de Ucayali, Pucallpa. Recuperado el 24 de Septiembre de 2022, de http://66.70.240.13/bitstream/handle/UNU/5683/B8_2022_UNU_CONTABILIDAD_T_2022_LENENY_GARCIA_V1.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Barahona, S. (2017). *Evaluar la calidad de atención y la relación con la satisfacción del usuario externo final de la red pública integral de salud, en Solca Tungurahua en el servicio de hospitalización*. Tesis magistral, Universidad Técnica de Ambato, Ambato. Recuperado el 23 de Septiembre de 2022, de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/26416/1/38%20GIS.pdf>

- Boada, A., Barbosa, A., & Cobo, E. (04 de Diciembre de 2018). Percepción de los usuarios frente a la calidad de atención en salud del servicio de consulta externa según el modelo SERVQUAL. *Revista Investigación en Salud. Universidad de Boyacá*, 6(1), 55-71. Recuperado el 23 de Septiembre de 2022, de <https://revistasdigitales.uniboyaca.edu.co/index.php/rs/article/view/408/462>
- Bustamante, M., Zerda, E., Obando, F., & Tello, M. (18 de Septiembre de 2019). Fundamentos de la calidad de servicio, el modelo Servqual. *Revista Empresarial*, 13(2), 1-15. Recuperado el 24 de Septiembre de 2022, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7361518>
- Carhuaricra, J., & Centeno, M. (2022). *Calidad de atención y grado de satisfacción de los usuarios del servicio de atención farmacéutica farmavida Ate-2022*. Tesis, Universidad Roosevelt, Huancayo- Peru. Obtenido de [https://repositorio.uroosevelt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14140/856/TE SIS%20JESIDE-MERY.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uroosevelt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14140/856/TE%20JESIDE-MERY.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Carhuaricra, J., & Centeno, M. (2022). *Calidad de atención y grado de satisfacción de los usuarios del servicio de atención farmacéutica Farmavida ATE-2022*. Tesis de titulación, Universidad Roosevelt, Huancayo. Recuperado el 23 de Septiembre de 2022, de [https://repositorio.uroosevelt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14140/856/TE SIS%20JESIDE-MERY.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uroosevelt.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14140/856/TE%20JESIDE-MERY.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Chacón, J., & Rugel, S. (15 de Diciembre de 2018). Artículo de Revisión. Teorías, Modelos y Sistemas de Gestión de Calidad. *Espacios*, 39(50), 14. Recuperado el 24 de Septiembre de 2022, de <file:///C:/Users/birne/Downloads/RevEspaciosVol39n502018-Sist.Calidad.pdf>
- Estacio, M., & Paredes, S. (2016). *Nivel de satisfacción del usuario del servicio de consulta externa del Hospital Regional de Cajamarca, 2016*. Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte, Cajamarca. Recuperado el 26 de Septiembre de 2022, de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/10536/Estacio%20Oc>

as%2c%20M%c3%a1ximo%20Isa%c3%adas%20-%20Paredes%20Cueva%
2c%20Segunda%20Lucinda.pdf?sequence=5&isAllowed=y

Estrada, E. (2017). *Calidad de atención y su relación con la satisfacción al usuario – Municipalidad distrital Rázuri, 2017*. Tesis de maestría, Universidad César Vallejo, Trujillo. Recuperado el 26 de Septiembre de 2022, de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/11800/estrada_me.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Fariño, J., Cercado, A., Vera, E., Valle, J., & Ocaña, A. (01 de Abril de 2018). Satisfacción de los usuarios y la calidad de atención que se brinda en las unidades operativas de atención primaria de salud. *Espacios*, 39(32), 22. Recuperado el 23 de Septiembre de 2022, de <http://ww.revistaespacios.com/a18v39n32/a18v39n32p22.pdf>

Fariño, J., Cercado, A., Vera, E., Valle, J., & Ocaña, A. (2018). Satisfacción de los usuarios y la calidad de atención que se brinda en las unidades operativas de atención primaria de salud. *Revista Espacios*, 39(32), 22. Obtenido de <http://ww.revistaespacios.com/a18v39n32/a18v39n32p22.pdf>

Fernandez, M. (2018). *Satisfacción del usuario en el servicio de odontología en el centro de salud de Tantara Castrovirreyna 2018*. tesis, Universidad cesar vallejo, Peru. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/32929/fernandez_hm.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Garcia, A. (2021). *Calidad de servicio de atención de una empresa de transporte de carga, Lima 2021*. tesis, Universidad privada del norte, Lima, Peru. Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/30045/Garcia%20Solis%2c%20Alan%20Michael.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Hernández, J., & Lora, M. (05 de Mayo de 2019). Relación entre la actitud hacia el trabajo en equipo con la calidad de atención desde la percepción usuario en salud. Hospital Cesar vallejo Mendoza - Santiago de Chuco, 2016. *Revista Cultura del Cuidado Enfermería*, 16(2), 51-60. Recuperado el 23 de Septiembre de 2022, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7200502>

- Jaramillo, C. (2021). *Evaluación de la calidad de atención y satisfacción del usuario en el área de Consulta Externa del Hospital General Docente Ambato*. Tesis magistral, Universidad Técnica de Ambato, Ambato. Recuperado el 23 de Septiembre de 2022, de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/32438/1/017%20ADP.pdf>
- Jaya, E. (2017). *Evaluación de la calidad de atención y la satisfacción del cliente de los centros de salud tipo C en la zona 3 del Ecuador*. Tesis magistral, Universidad Técnica de Ambato, Ambato. Recuperado el 23 de Septiembre de 2022, de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/26421/1/42%20GIS.pdf>
- Monroy, M. (10 de Septiembre de 2019). Factores de la satisfacción del cliente: perspectivas en restaurantes de comida rápida. *Sinapsis*, 11(1), 70-87. Recuperado el 24 de Septiembre de 2022, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7399782>
- Morales, V., & Gómez, N. (05 de Junio de 2022). Calidad de atención durante el control prenatal en la unidad de salud Vicentina. *Anatomía Digital*, 5(3), 19-33. Recuperado el 24 de Septiembre de 2022, de <https://cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/AnatomiaDigital/article/view/2159/5398>
- Mori, M. (2017). *Calidad de atención y satisfacción del usuario en atención de parto, en puérperas atendidas en servicio de obstetricia del hospital regional de Loreto, junio - julio 2017*. Tesis de titulación, Universidad Científica del Perú, Iquitos. Recuperado el 23 de Septiembre de 2022, de <http://repositorio.ucp.edu.pe/bitstream/handle/UCP/313/MORI-1-Trabajo-Calidad.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Olaza, A. (2018). *Satisfacción del usuario y calidad de atención servicio de emergencia Hospital Victor Ramos Guardia Huaraz 2016*. Tesis, Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú. Obtenido de https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/3489/olaza_maf.pdf?sequence=3&isAllowed=y

- Paredes, A., & Velázquez, M. (02 de Abril de 2018). Nivel de satisfacción de los usuarios de transporte público colectivo en la Ciudad de México aplicando el enfoque agregado. *Administración y Organizaciones*, 21(40), 119-135. Recuperado el 24 de Septiembre de 2022, de <https://rayo.xoc.uam.mx/index.php/Rayo/article/view/21/19>
- Pérez, C., & Reto, A. (2019). *Medición de la satisfacción del cliente en el restaurante TAO*. Tesis de licenciatura, Universidad de Piura, Piura. Recuperado el 24 de Septiembre de 2022, de https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4179/AE_318.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rodríguez, Á. (2021). *Evaluación de la calidad de atención y la satisfacción de los usuarios de la farmacia institucional del hospital Teófilo Dávila de la ciudad de Machala*. Tesis magistral, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil. Recuperado el 24 de Septiembre de 2022, de <http://201.159.223.180/bitstream/3317/15918/1/T-UCSG-POS-MGSS-293.pdf>
- Sánchez, E. (2015). *Factores que influyen en la percepción de la calidad de atención de los usuarios del Hospital Provincial Martín Icaza*. Tesis , Universidad Técnica de Babahoyo , Babahoyo, Ecuador . Recuperado el 14 de diciembre de 2018, de <http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/49000/1718/1/T-UTB-CEPOS-MGSS-000024.pdf>
- Sánchez, M. (2019). *Calidad de la atención de salud y satisfacción del usuario externo. Centro de salud Pachacútec. Cajamarca. 2017*. Tesis de maestría, Universidad Nacional de Cajamarca, Cajamarca. Recuperado el 23 de Septiembre de 2022, de <https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14074/2822/CALIDAD%20DE%20LA%20ATENCI%c3%93N%20DE%20SALUD%20Y%20SATISFACCI%c3%93N%20DEL%20USUARIO%20EXTERNO.%20CENTRO%20DE%20SALUD%20PACHAC%c3%9aTEC.%20C.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Santos, R. (2019). *Calidad del servicio y satisfacción del usuario bajo la percepción política institucional en la Administración de Justicia de Huancayo - 2018*.

Tesis doctoral, Universidad César Vallejo, Trujillo. Recuperado el 26 de Septiembre de 2022, de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/38416>

Suárez, G., Robles, R., Serrano, G., Serrano, H., Armijo, A., & Anchundia, R. (31 de Marzo de 2019). Percepción sobre calidad de la atención en el centro de salud CAI III. *Revista Cubana de Investigaciones Biomédicas*, 38(2), 153-169. Recuperado el 23 de Septiembre de 2022, de <http://scielo.sld.cu/pdf/ibi/v38n2/1561-3011-ibi-38-02-153.pdf>

Yovera, C., & Rodríguez, J. (01 de Julio de 2018). El modelo Servqual en la evaluación de la calidad de servicio de los centrales azucareros. *Teorías, enfoques y aplicaciones en las ciencias sociales*, 10(22), 26-38. Recuperado el 24 de Septiembre de 2022, de <https://revistas.uclave.org/index.php/teacs/article/view/1894/1048>

Zabala, R., Granja, L., Calderon, H., & Velastegui, L. (2021). Efecto en la gestión organizacional y la satisfacción de los usuarios de un sistema informático de planificación de recursos empresariales (ERP) en Riobamba, Ecuador. *Informacion tecnologica*, 32(5), 101,110. Obtenido de <https://www.scielo.cl/pdf/infotec/v32n5/0718-0764-infotec-32-05-101.pdf>

ANEXOS

ANEXO N°01 - CUESTIONARIO SOBRE CALIDAD DE ATENCIÓN Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO

I. Por favor marque con una equis (X) en el espacio correspondiente:

a. Género	
Masculino	
Femenino	

b. Edad	
Entre 18 años a 24 años	
Entre 25 años a 31 años	
Entre 32 años a 45 años	
Más de 45 años	

II. Instrucciones

En el siguiente cuadro marcar con una equis “X” según corresponda teniendo en cuenta la escala de calificación que aparece en la parte superior derecha del cuadro.

La escala de calificación es la siguiente:

CUADRO DE CALIFICACIÓN	
Totalmente de acuerdo	5
De acuerdo	4
Más o menos de acuerdo	3
En desacuerdo	2
Totalmente en desacuerdo	1

ITEM	5	4	3	2	1
CALIDAD DE ATENCIÓN					
DIMENSIÓN: ENTORNO					
1. El centro de salud cuenta con un sitio de aparcamiento para los usuarios.					
2. La farmacia del centro de salud cuenta con una edificación apropiada.					
3. Es fácil acceder al área de farmacia del centro de salud.					
4. La farmacia cuenta con un amplio espacio de espera.					
5. El mobiliario con el que cuenta la farmacia es moderno.					
6. Se siente confortable el espacio que tiene la farmacia para los usuarios.					
DIMENSIÓN: ORGANIZACIÓN					

7. Puede acceder a la información de la farmacia por diferentes canales de comunicación (teléfono, redes sociales, presencial, etc.).					
8. El área de farmacia gestiona de manera adecuada las reclamaciones de los usuarios.					
9. El área de farmacia procedimientos y protocolos específicos					
DIMENSIÓN: EMPLEADOS					
10. El área de farmacia del centro inspira confianza y credibilidad.					
11. Cuando visitó por primera vez el área de farmacia, le dio una buena primera impresión.					
12. La farmacia del centro mantiene una buena imagen.					
13. Recibe buen trato por parte del personal de la farmacia del centro de salud.					
14. El personal de la farmacia utilizó un lenguaje educado con usted.					
15. El personal de la farmacia tuvo un adecuado comportamiento con usted.					
SATISFACCIÓN DEL USUARIO					
DIMENSIÓN: EXPECTATIVAS					
16. Sus experiencias anteriores en el área de farmacia fueron positivas.					
17. Recomendaría a otras personas la atención de la farmacia.					
18. La atención que le brindó la farmacia estuvo a la altura de sus expectativas.					
19. Confía en que la farmacia tenga los productos que usted necesita cuando usted lo requiera.					
DIMENSIÓN: PERCEPCIÓN					
20. Confía en el servicio que brinda el área de farmacia.					
21. La farmacia atiende de manera rápida a los usuarios.					
22. La farmacia tiene una atención de 24hrs.					
DIMENSIÓN: QUEJAS					
23. Tuvo una solución rápida ante un requerimiento a la farmacia.					
24. Es fácil el poder imponer una queja en la farmacia.					
25. La farmacia tiene a disposición de los usuarios vías electrónicas para exponer sus quejas.					

ANEXO N°02 – DATOS GENERALES

Tabla
Características generales

		f	%
Genero	Masculino	52	18.8%
	Femenino	224	81.2%
Edad	Entre 18 años a 24 años	53	19.2%
	Entre 25 años a 31 años	94	34.1%
	Entre 32 años a 45 años	68	24.6%
	Más de 45 años	61	22.1%

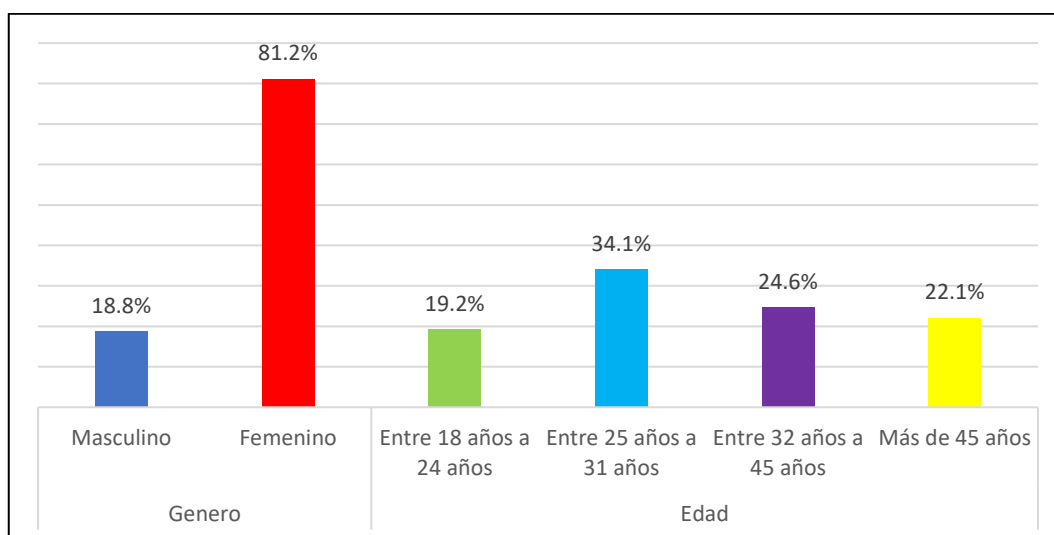


Figura. Características generales.

En cuanto al género el 81.2% son mujeres y el 18.8% son varones. En la edad el 19.2% tiene entre 18 a 24 años, el 34.1% tiene entre 25 a 31 años, el 24.6% tiene entre 32 a 45 años y el 22.1% tiene más de 45 años.

ANEXO N°03 - VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

VALIDEZ DE LA CALIDAD DE SERVICIO

<i>Prueba de KMO y Bartlett</i>		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		0.886
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	631.167
	gl	105
	Sig.	0.000

<i>Comunalidades</i>		
	Inicial	Extracción
p1	1.000	0.805
p2	1.000	0.905
p3	1.000	0.554
p4	1.000	0.886
p5	1.000	0.924
p6	1.000	0.806
p7	1.000	0.906
p8	1.000	0.638
p9	1.000	0.739
p10	1.000	0.872
p11	1.000	0.749
p12	1.000	0.580
p13	1.000	0.687
p14	1.000	0.862
p15	1.000	0.902
Método de extracción: análisis de componentes principales.		

VALIDEZ DE LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO

<i>Prueba de KMO y Bartlett</i>		
Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		0.869
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	395.312
	gl	45
	Sig.	0.000

<i>Comunalidades</i>		
	Inicial	Extracción
p16	1.000	0.316
p17	1.000	0.902
p18	1.000	0.607
p19	1.000	0.893
p20	1.000	0.850
p21	1.000	0.869
p22	1.000	0.736
p23	1.000	0.926
p24	1.000	0.944
p25	1.000	0.928
Método de extracción: análisis de componentes principales.		

CONFIABILIDAD DE LA CALIDAD DE SERVICIO

<i>Estadísticas de fiabilidad</i>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.966	15

CONFIABILIDAD DE LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO

<i>Estadísticas de fiabilidad</i>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.942	10

ANEXO N° 04 – DATA DE LA VALIDEZ Y CONFIABILIDAD

1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	p19	p20	p21	p22	p23	p24	p25
5	1	1	2	1	2	1	5	1	1	2	5	3	1	1	5	1	1	2	1	2	5	1	1	2
5	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	5	1	1	2	1	1	1	1	2	2
5	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	2	5	1	1	1	1	2	1	1	1	1
5	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	2	2	1	2	2
5	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	5	1	1	1	1	1	2	2	1	1
5	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	5	1	1	1	1	2	2	1	1	1
1	1	5	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	5	1	1	2	1	1	1	1
1	2	1	1	2	2	2	5	5	3	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	2	2	1	2	2	3
1	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1
1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	2
2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	2
2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1
1	1	1	2	2	3	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	3	2	1	2	2
2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1
1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1
1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	3
2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1
2	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	5	2	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2
2	1	5	2	2	1	1	5	1	1	5	1	1	2	2	2	1	5	2	2	1	2	1	1	2
1	2	5	1	2	2	1	1	1	2	1	1	5	1	2	1	2	5	1	2	2	2	1	1	2
1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1	2	2	1	1	2
1	2	2	1	2	2	1	1	1	2	1	2	5	1	1	1	2	2	1	2	2	5	5	5	5
5	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	5	2	2	1	1	1	5	5	5	5
1	5	2	1	5	1	2	5	1	5	1	5	5	2	2	1	5	2	1	5	1	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

2	2	15	6	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1
2	2	21	8	1	1	3	1	1	1	5	1	1	3	8	1	1	3	1	1	1
2	2	31	13	2	2	1	3	3	2	5	2	2	1	13	2	2	1	3	3	2
2	2	37	14	2	4	3	2	1	2	9	2	4	3	14	2	4	3	2	1	2
2	3	42	18	1	4	1	4	5	3	6	1	4	1	18	1	4	1	4	5	3
2	3	36	15	1	4	1	2	3	4	6	1	4	1	15	1	4	1	2	3	4
1	3	40	17	1	4	1	5	4	2	6	1	4	1	17	1	4	1	5	4	2
1	1	53	21	5	4	2	5	2	3	11	5	4	2	21	5	4	2	5	2	3
1	1	59	23	5	3	5	3	2	5	13	5	3	5	23	5	3	5	3	2	5
1	1	56	21	5	4	5	3	2	2	14	5	4	5	21	5	4	5	3	2	2
1	1	45	17	5	5	1	3	1	2	11	5	5	1	17	5	5	1	3	1	2
1	1	44	18	2	2	4	4	2	4	8	2	2	4	18	2	2	4	4	2	4
1	1	40	16	1	2	5	5	1	2	8	1	2	5	16	1	2	5	5	1	2
1	1	62	24	5	5	4	4	2	4	14	5	5	4	24	5	5	4	4	2	4
2	1	28	11	3	1	2	1	3	1	6	3	1	2	11	3	1	2	1	3	1
2	1	51	20	3	5	3	1	4	4	11	3	5	3	20	3	5	3	1	4	4
2	2	50	21	4	3	1	4	5	4	8	4	3	1	21	4	3	1	4	5	4
2	2	48	19	5	2	3	3	4	2	10	5	2	3	19	5	2	3	3	4	2
2	2	49	20	2	5	2	4	5	2	9	2	5	2	20	2	5	2	4	5	2
2	2	30	13	1	2	1	5	3	1	4	1	2	1	13	1	2	1	5	3	1
2	2	53	21	1	5	5	5	2	3	11	1	5	5	21	1	5	5	5	2	3
2	2	58	23	4	5	3	3	4	4	12	4	5	3	23	4	5	3	3	4	4
2	2	33	13	3	1	3	1	3	2	7	3	1	3	13	3	1	3	1	3	2
2	2	55	22	5	1	5	4	3	4	11	5	1	5	22	5	1	5	4	3	4
2	2	38	15	2	3	3	2	4	1	8	2	3	3	15	2	3	3	2	4	1
2	2	45	18	4	2	3	5	1	3	9	4	2	3	18	4	2	3	5	1	3
2	2	66	26	4	5	5	3	4	5	14	4	5	5	26	4	5	5	3	4	5
2	2	35	15	2	2	1	5	4	1	5	2	2	1	15	2	2	1	5	4	1
2	2	15	6	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1
2	2	48	19	3	3	4	3	4	2	10	3	3	4	19	3	3	4	3	4	2
2	2	31	13	3	1	1	1	4	3	5	3	1	1	13	3	1	1	1	4	3
2	2	58	23	2	5	5	4	3	4	12	2	5	5	23	2	5	5	4	3	4
2	2	15	6	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1
2	2	49	19	4	3	4	3	3	2	11	4	3	4	19	4	3	4	3	3	2
2	2	32	13	1	4	1	4	2	1	6	1	4	1	13	1	4	1	4	2	1
2	2	17	7	1	1	1	2	1	1	3	1	1	1	7	1	1	1	2	1	1
2	2	55	22	3	3	5	5	5	1	11	3	3	5	22	3	3	5	5	5	1
2	2	41	17	1	4	2	4	2	4	7	1	4	2	17	1	4	2	4	2	4
2	2	63	26	1	5	5	5	5	5	11	1	5	5	26	1	5	5	5	5	5
2	2	40	17	3	1	2	2	4	5	6	3	1	2	17	3	1	2	2	4	5
2	2	44	18	1	5	2	1	5	4	8	1	5	2	18	1	5	2	1	5	4
2	2	50	19	2	5	5	5	1	1	12	2	5	5	19	2	5	5	5	1	1
2	2	68	27	5	4	5	5	5	3	14	5	4	5	27	5	4	5	5	5	3
2	2	40	15	2	4	4	1	3	1	10	2	4	4	15	2	4	4	1	3	1
2	2	33	13	2	3	2	1	4	1	7	2	3	2	13	2	3	2	1	4	1
2	2	45	18	2	4	3	3	1	5	9	2	4	3	18	2	4	3	3	1	5

Satisfacción del usuario	Expectativa	p16	p17	p18	p19	Percepción	p20	p21	p22	Quejas	p23	p24	p25
10	4	1	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1
29	7	3	1	2	1	11	4	5	2	11	4	4	3
10	4	1	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1
30	16	5	2	5	4	9	1	3	5	5	2	2	1
35	15	5	5	4	1	14	5	5	4	6	1	3	2
27	9	1	2	5	1	11	4	4	3	7	4	2	1
10	4	1	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1
31	15	3	4	4	4	11	4	4	3	5	1	1	3
27	11	4	4	1	2	9	1	3	5	7	4	1	2

37	14	5	4	4	1	9	2	5	2	14	4	5	5
10	4	1	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1
33	12	5	2	1	4	11	1	5	5	10	4	3	3
30	16	5	2	5	4	7	4	1	2	7	1	1	5
27	14	4	3	5	2	7	4	2	1	6	4	1	1
30	12	4	2	2	4	6	2	3	1	12	5	3	4
31	11	5	1	3	2	11	3	4	4	9	2	5	2
32	9	1	2	2	4	12	4	5	3	11	5	3	3
31	11	1	4	4	2	10	2	4	4	10	5	4	1
34	17	4	4	4	5	10	1	5	4	7	2	1	4
17	5	1	2	1	1	6	3	1	2	6	2	1	3
10	4	1	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1
20	10	1	2	5	2	6	1	3	2	4	1	1	2
35	11	2	4	2	3	12	3	4	5	12	2	5	5
27	10	3	1	5	1	7	3	3	1	10	4	1	5
26	7	3	2	1	1	8	1	2	5	11	2	4	5
24	10	4	3	1	2	6	3	2	1	8	1	2	5
31	14	3	1	5	5	8	3	4	1	9	1	3	5
35	16	1	5	5	5	12	4	3	5	7	1	4	2
35	14	5	2	4	3	12	3	4	5	9	5	1	3
22	7	1	3	2	1	8	5	2	1	7	1	3	3
29	10	5	1	3	1	12	4	3	5	7	4	1	2
30	10	2	5	1	2	10	5	2	3	10	2	3	5
27	11	4	4	2	1	6	1	1	4	10	3	5	2
34	13	3	3	2	5	10	5	4	1	11	3	3	5
27	8	1	3	1	3	8	2	4	2	11	4	4	3
31	11	5	4	1	1	5	3	1	1	15	5	5	5
32	15	2	3	5	5	7	2	4	1	10	2	5	3
28	11	3	2	5	1	9	1	5	3	8	1	5	2
29	12	4	2	5	1	9	3	3	3	8	4	3	1
31	11	2	3	4	2	11	4	2	5	9	3	4	2
37	14	4	4	1	5	13	5	5	3	10	5	2	3
10	4	1	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1
34	10	1	3	2	4	14	4	5	5	10	2	5	3
34	14	4	5	2	3	8	3	1	4	12	5	3	4
29	12	2	1	5	4	6	1	1	4	11	1	5	5
33	16	5	5	3	3	9	3	1	5	8	5	2	1
29	11	4	1	1	5	10	3	2	5	8	1	2	5
10	4	1	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1
26	10	1	2	4	3	11	2	5	4	5	1	1	3
28	10	4	3	2	1	9	3	4	2	9	2	5	2
10	4	1	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1
26	9	3	3	1	2	4	1	1	2	13	5	3	5
29	12	2	4	1	5	7	4	1	2	10	5	1	4
24	12	5	1	5	1	9	3	5	1	3	1	1	1
27	14	3	3	5	3	7	5	1	1	6	2	3	1
27	10	3	4	2	1	10	1	5	4	7	2	1	4
36	14	5	3	2	4	12	5	2	5	10	2	3	5
28	11	4	3	1	3	7	1	1	5	10	1	4	5
22	9	1	4	1	3	6	2	3	1	7	4	1	2
30	10	1	2	5	2	8	2	3	3	12	3	5	4
32	11	1	1	4	5	8	5	2	1	13	5	5	3
31	15	5	2	3	5	7	1	1	5	9	1	5	3
10	4	1	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1
10	4	1	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1
34	15	3	2	5	5	11	3	3	5	8	3	4	1
34	14	5	3	2	4	8	1	5	2	12	3	4	5
40	18	5	4	4	5	10	1	4	5	12	4	4	4
37	17	5	5	2	5	9	3	4	2	11	3	3	5

31	10	3	5	1	1	11	3	5	3	10	3	5	2
25	11	1	5	3	2	7	4	2	1	7	2	1	4
40	16	5	4	4	3	11	4	4	3	13	4	5	4
29	15	4	5	5	1	9	3	1	5	5	1	1	3
29	13	3	4	1	5	4	2	1	1	12	3	4	5
36	16	5	4	5	2	10	4	4	2	10	3	2	5
32	12	2	4	5	1	10	1	4	5	10	1	5	4
33	12	4	3	2	3	9	1	5	3	12	4	5	3
26	12	4	2	1	5	10	5	3	2	4	2	1	1
21	7	2	2	1	2	6	2	2	2	8	2	2	4
28	10	4	2	2	2	10	3	3	4	8	1	5	2
31	13	4	4	1	4	8	4	2	2	10	2	4	4
33	7	2	1	1	3	11	5	1	5	15	5	5	5
33	12	2	2	3	5	11	2	4	5	10	2	3	5
31	16	4	4	4	4	8	1	5	2	7	3	1	3
28	11	2	2	5	2	12	4	4	4	5	1	2	2
32	12	3	3	4	2	12	3	5	4	8	2	2	4
32	13	5	3	3	2	8	2	1	5	11	2	4	5
34	13	3	4	4	2	8	2	5	1	13	5	4	4
31	10	2	1	3	4	10	4	4	2	11	3	4	4
39	15	5	2	5	3	12	3	5	4	12	5	2	5
26	5	1	1	2	1	12	4	5	3	9	2	4	3
31	15	5	2	5	3	9	4	1	4	7	3	3	1
30	13	2	4	4	3	8	2	5	1	9	1	5	3
25	7	1	2	3	1	10	2	5	3	8	2	2	4
30	12	2	5	4	1	9	4	2	3	9	3	1	5
33	9	2	3	1	3	11	1	5	5	13	5	3	5
25	10	4	1	1	4	7	3	1	3	8	2	5	1
29	12	3	1	5	3	9	5	3	1	8	1	2	5
23	10	4	2	2	2	5	3	1	1	8	5	1	2
28	12	4	1	2	5	9	3	1	5	7	2	4	1
33	13	4	5	3	1	8	3	1	4	12	5	4	3
32	13	4	4	2	3	6	1	4	1	13	5	3	5
34	13	2	5	5	1	9	5	2	2	12	2	5	5
30	14	5	1	3	5	4	1	2	1	12	5	2	5
24	13	1	5	4	3	7	5	1	1	4	1	2	1
21	10	5	2	1	2	3	1	1	1	8	2	4	2
41	18	5	5	5	3	12	4	4	4	11	4	5	2
29	11	3	2	3	3	9	3	2	4	9	3	5	1
28	13	2	2	4	5	4	1	1	2	11	3	3	5
35	12	1	5	1	5	11	2	4	5	12	3	5	4
37	16	1	5	5	5	11	4	4	3	10	4	1	5
34	14	1	5	4	4	6	1	1	4	14	4	5	5
33	14	4	2	4	4	9	1	5	3	10	2	5	3
33	15	2	5	4	4	9	2	2	5	9	4	2	3
32	15	5	3	2	5	8	3	3	2	9	1	3	5
35	15	3	5	3	4	8	2	2	4	12	5	4	3
26	14	5	3	5	1	7	3	2	2	5	2	2	1
33	15	5	5	1	4	11	3	4	4	7	1	5	1
35	14	3	4	4	3	13	3	5	5	8	3	3	2
30	12	2	5	3	2	9	3	4	2	9	3	4	2
25	9	2	3	1	3	7	3	2	2	9	1	5	3
26	9	4	2	1	2	10	2	5	3	7	1	5	1
34	13	2	3	3	5	12	5	2	5	9	3	4	2
26	12	2	5	3	2	8	1	3	4	6	2	2	2
34	13	3	3	5	2	12	5	2	5	9	2	3	4
35	14	4	4	4	2	11	4	4	3	10	5	1	4
28	8	4	1	2	1	11	4	4	3	9	3	4	2
30	14	3	4	4	3	8	1	3	4	8	4	2	2

27	11	3	2	4	2	9	1	4	4	7	3	2	2
30	14	4	4	4	2	10	3	3	4	6	1	1	4
34	13	1	4	3	5	9	4	3	2	12	2	5	5
30	10	2	3	3	2	9	4	1	4	11	5	3	3
29	14	1	5	5	3	8	1	2	5	7	1	1	5
28	8	4	1	1	2	11	5	1	5	9	3	2	4
29	12	5	1	4	2	8	4	2	2	9	4	2	3
32	10	5	1	3	1	8	1	3	4	14	5	5	4
31	11	3	5	2	1	13	3	5	5	7	1	3	3
31	13	5	2	3	3	7	1	2	4	11	4	4	3
34	14	5	4	2	3	7	2	3	2	13	4	4	5
24	12	3	3	1	5	7	3	2	2	5	1	1	3
32	13	3	1	4	5	8	3	1	4	11	3	3	5
32	14	2	5	3	4	8	5	2	1	10	5	2	3
30	9	2	4	2	1	13	5	5	3	8	4	3	1
35	12	5	3	3	1	10	2	4	4	13	3	5	5
36	17	5	4	3	5	7	4	1	2	12	2	5	5
24	7	1	3	1	2	7	3	1	3	10	4	4	2
24	10	4	1	4	1	7	5	1	1	7	3	3	1
27	9	2	1	4	2	11	5	1	5	7	1	5	1
28	14	4	3	4	3	8	2	3	3	6	1	3	2
32	8	2	2	2	2	13	5	5	3	11	4	4	3
32	12	3	1	4	4	9	3	5	1	11	3	5	3
30	11	1	5	1	4	9	1	3	5	10	4	3	3
10	4	1	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1
38	12	5	3	2	2	12	5	2	5	14	5	4	5
30	14	1	5	4	4	6	3	2	1	10	4	4	2
22	11	1	3	5	2	5	2	1	2	6	1	4	1
25	9	2	2	3	2	6	2	2	2	10	2	4	4
36	14	4	2	4	4	11	4	3	4	11	4	5	2
28	16	4	5	2	5	7	5	1	1	5	2	1	2
33	11	5	3	1	2	12	5	3	4	10	4	3	3
27	9	1	4	2	2	7	2	3	2	11	4	3	4
29	9	4	3	1	1	11	4	3	4	9	2	2	5
32	10	2	1	5	2	10	3	4	3	12	4	5	3
32	15	4	4	3	4	9	1	5	3	8	2	1	5
29	9	1	1	4	3	8	1	4	3	12	2	5	5
24	17	5	3	5	4	3	1	1	1	4	1	1	2
10	4	1	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1
33	16	3	3	5	5	9	2	4	3	8	3	2	3
35	14	4	3	4	3	10	4	2	4	11	4	3	4
27	12	2	5	3	2	10	4	5	1	5	1	2	2
10	4	1	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1
36	14	4	1	5	4	11	5	4	2	11	5	2	4
10	4	1	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1
32	13	4	1	5	3	10	5	4	1	9	4	2	3
29	8	2	1	3	2	10	5	2	3	11	3	5	3
28	12	3	5	2	2	6	1	2	3	10	5	2	3
10	4	1	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1
33	14	5	1	3	5	10	5	3	2	9	4	4	1
22	6	1	1	1	3	8	2	4	2	8	3	1	4
32	9	3	2	3	1	8	2	2	4	15	5	5	5
23	10	5	2	1	2	8	3	1	4	5	2	2	1
31	12	3	4	3	2	12	3	4	5	7	1	3	3
35	17	2	5	5	5	9	4	1	4	9	2	3	4
29	14	5	3	1	5	7	2	1	4	8	3	4	1
26	8	2	1	3	2	9	4	4	1	9	2	2	5
32	11	3	3	1	4	10	1	5	4	11	4	5	2
10	4	1	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1

29	16	5	4	3	4	7	2	2	3	6	2	3	1
28	13	3	2	3	5	7	3	3	1	8	5	1	2
30	15	3	3	5	4	7	3	1	3	8	1	2	5
33	16	3	5	5	3	9	4	4	1	8	3	3	2
31	9	2	3	2	2	10	5	2	3	12	3	5	4
25	10	3	1	1	5	9	3	2	4	6	4	1	1
34	14	4	3	5	2	8	2	4	2	12	4	5	3
32	14	5	4	2	3	7	1	2	4	11	2	4	5
19	9	2	1	2	4	5	2	1	2	5	2	2	1
36	13	5	3	4	1	15	5	5	5	8	2	4	2
40	18	5	5	4	4	10	3	5	2	12	5	4	3
35	13	5	4	1	3	12	4	3	5	10	3	4	3
27	12	3	2	4	3	7	2	4	1	8	1	3	4
32	13	1	4	3	5	12	4	4	4	7	2	4	1
30	9	5	1	1	2	9	1	5	3	12	3	4	5
29	10	2	2	3	3	8	2	5	1	11	4	4	3
30	9	1	1	2	5	10	4	3	3	11	4	4	3
26	12	5	1	3	3	7	1	1	5	7	1	5	1
36	12	1	5	3	3	11	2	4	5	13	3	5	5
17	7	1	2	2	2	5	1	2	2	5	1	2	2
37	13	3	5	4	1	12	3	5	4	12	3	5	4
22	10	3	1	2	4	6	3	1	2	6	3	1	2
23	9	2	4	1	2	7	2	4	1	7	2	4	1
31	13	5	2	2	4	9	5	2	2	9	5	2	2
28	10	3	3	3	1	9	3	3	3	9	3	3	3
22	8	4	2	1	1	7	4	2	1	7	4	2	1
28	10	3	2	4	1	9	3	2	4	9	3	2	4
25	9	2	5	1	1	8	2	5	1	8	2	5	1
31	11	4	2	4	1	10	4	2	4	10	4	2	4
30	12	2	4	3	3	9	2	4	3	9	2	4	3
32	12	1	5	4	2	10	1	5	4	10	1	5	4
32	12	5	4	1	2	10	5	4	1	10	5	4	1
31	11	4	2	4	1	10	4	2	4	10	4	2	4
19	7	1	2	3	1	6	1	2	3	6	1	2	3
16	8	1	2	1	4	4	1	2	1	4	1	2	1
26	12	1	5	1	5	7	1	5	1	7	1	5	1
20	8	1	4	1	2	6	1	4	1	6	1	4	1
28	10	3	5	1	1	9	3	5	1	9	3	5	1
25	9	1	5	2	1	8	1	5	2	8	1	5	2
31	13	3	4	2	4	9	3	4	2	9	3	4	2
10	4	1	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1
34	14	4	5	1	4	10	4	5	1	10	4	5	1
25	9	5	1	2	1	8	5	1	2	8	5	1	2
26	10	1	3	4	2	8	1	3	4	8	1	3	4
10	4	1	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1
16	6	1	1	3	1	5	1	1	3	5	1	1	3
18	8	2	2	1	3	5	2	2	1	5	2	2	1
29	11	2	4	3	2	9	2	4	3	9	2	4	3
22	10	1	4	1	4	6	1	4	1	6	1	4	1
20	8	1	4	1	2	6	1	4	1	6	1	4	1
23	11	1	4	1	5	6	1	4	1	6	1	4	1
38	16	5	4	2	5	11	5	4	2	11	5	4	2
42	16	5	3	5	3	13	5	3	5	13	5	3	5
45	17	5	4	5	3	14	5	4	5	14	5	4	5
36	14	5	5	1	3	11	5	5	1	11	5	5	1
28	12	2	2	4	4	8	2	2	4	8	2	2	4
29	13	1	2	5	5	8	1	2	5	8	1	2	5
46	18	5	5	4	4	14	5	5	4	14	5	5	4
19	7	3	1	2	1	6	3	1	2	6	3	1	2

34	12	3	5	3	1	11	3	5	3	11	3	5	3
28	12	4	3	1	4	8	4	3	1	8	4	3	1
33	13	5	2	3	3	10	5	2	3	10	5	2	3
31	13	2	5	2	4	9	2	5	2	9	2	5	2
17	9	1	2	1	5	4	1	2	1	4	1	2	1
38	16	1	5	5	5	11	1	5	5	11	1	5	5
39	15	4	5	3	3	12	4	5	3	12	4	5	3
22	8	3	1	3	1	7	3	1	3	7	3	1	3
37	15	5	1	5	4	11	5	1	5	11	5	1	5
26	10	2	3	3	2	8	2	3	3	8	2	3	3
32	14	4	2	3	5	9	4	2	3	9	4	2	3
45	17	4	5	5	3	14	4	5	5	14	4	5	5
20	10	2	2	1	5	5	2	2	1	5	2	2	1
10	4	1	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1
33	13	3	3	4	3	10	3	3	4	10	3	3	4
16	6	3	1	1	1	5	3	1	1	5	3	1	1
40	16	2	5	5	4	12	2	5	5	12	2	5	5
10	4	1	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1
36	14	4	3	4	3	11	4	3	4	11	4	3	4
22	10	1	4	1	4	6	1	4	1	6	1	4	1
11	5	1	1	1	2	3	1	1	1	3	1	1	1
38	16	3	3	5	5	11	3	3	5	11	3	3	5
25	11	1	4	2	4	7	1	4	2	7	1	4	2
38	16	1	5	5	5	11	1	5	5	11	1	5	5
20	8	3	1	2	2	6	3	1	2	6	3	1	2
25	9	1	5	2	1	8	1	5	2	8	1	5	2
41	17	2	5	5	5	12	2	5	5	12	2	5	5
47	19	5	4	5	5	14	5	4	5	14	5	4	5
31	11	2	4	4	1	10	2	4	4	10	2	4	4
22	8	2	3	2	1	7	2	3	2	7	2	3	2
30	12	2	4	3	3	9	2	4	3	9	2	4	3

**XXX
ASESOR**

**XXX
PRESIDENTE**

**XXX
SECRETARIO**

**XXX
VOCAL**