

**UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN**



ESCUELA DE POSGRADO

TESIS

**EMPATÍA DEL PROFESIONAL DE SALUD Y
SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA
CLÍNICA DENTAL BUCCARIS, DISTRITO
DE SAYÁN**

PRESENTADO POR:

KATERIN STEFANY SUDARIO AGUERO

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRA EN GERENCIA DE
SERVICIOS DE SALUD**

ASESOR:

M(a). IRINA PATRICIA CALVO RIVERA


M(a) I. Patricia Calvo Rivera
DOCENTE

HUACHO - 2021

**EMPATÍA DEL PROFESIONAL DE SALUD Y SATISFACCIÓN DE
LOS USUARIOS DE LA CLÍNICA DENTAL BUCCARIS, DISTRITO
DE SAYÁN**

KATERIN STEFANY SUDARIO AGUERO

TESIS DE MAESTRÍA

ASESOR: M(a). IRINA PATRICIA CALVO RIVERA

**UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
ESCUELA DE POSGRADO
MAESTRA EN GERENCIA DE SERVICIOS DE SALUD
HUACHO
2021**



DEDICATORIA

Mi tesis la dedico a mis padres Lilia Agüero Tenorio y Evaristo Sudario Basilio, puesto que siempre me apoyaron en mi formación académica.

Katerin Stefany Sudario Agüero

AGRADECIMIENTO

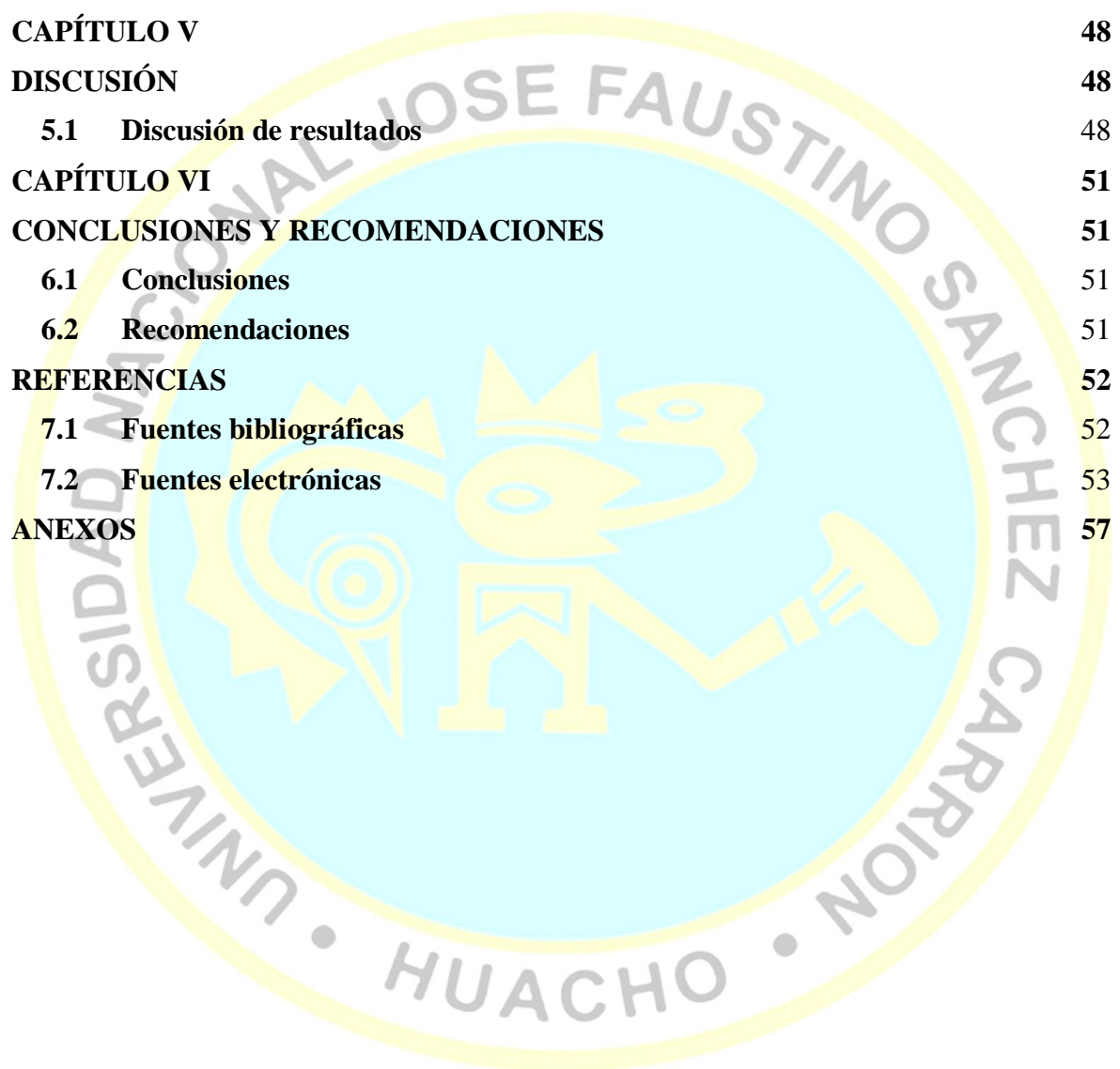
Agradezco a la M(a). Irina Patricia Calvo Rivera, por haberme brindado su apoyo en todo el proceso referente a mi trabajo de investigación.



ÍNDICE

| | |
|--|-------------|
| DEDICATORIA | iii |
| AGRADECIMIENTO | iv |
| RESUMEN | vii |
| ABSTRACT | viii |
| 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 | 3 |
| 1.3.1 Objetivo general | 3 |
| 1.3.2 Objetivos específicos | 3 |
| 1.4 Justificación de la investigación | 3 |
| 1.5 Delimitaciones del estudio | 4 |
| 1.6 Viabilidad del estudio | 4 |
| CAPÍTULO II | 5 |
| MARCO TEÓRICO | 5 |
| 2.1 Antecedentes de la investigación | 5 |
| 2.1.1 Investigaciones internacionales | 5 |
| 2.1.2 Investigaciones nacionales | 7 |
| 2.2 Bases teóricas | 8 |
| 2.3 Bases filosóficas | 26 |
| 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 | 28 |
| CAPÍTULO III | 31 |
| METODOLOGÍA | 31 |
| 3.1 Diseño metodológico | 31 |
| 3.2 Población y muestra | 31 |
| 3.2.1 Población | 31 |

| | | |
|---------------------------------------|--|-----------|
| 3.2.2 | Muestra | 31 |
| 3.3 | Técnicas de recolección de datos | 32 |
| 3.4 | Técnicas para el procesamiento de la información | 32 |
| CAPÍTULO IV | | 33 |
| RESULTADOS | | 33 |
| 4.1 | Análisis de resultados | 33 |
| 4.2 | Contrastación de hipótesis | 44 |
| CAPÍTULO V | | 48 |
| DISCUSIÓN | | 48 |
| 5.1 | Discusión de resultados | 48 |
| CAPÍTULO VI | | 51 |
| CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | | 51 |
| 6.1 | Conclusiones | 51 |
| 6.2 | Recomendaciones | 51 |
| REFERENCIAS | | 52 |
| 7.1 | Fuentes bibliográficas | 52 |
| 7.2 | Fuentes electrónicas | 53 |
| ANEXOS | | 57 |



RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general establecer de qué manera la empatía del profesional de salud influye en la satisfacción de los usuarios de la Clínica Dental Buccaris, distrito de Sayán. Con respecto a la metodología, la investigación fue de tipo básico, de nivel correlacional, contó con diseño no experimental y fue de enfoque cuantitativo. La población se conformó por 192 usuarios, de los cuales 128 usuarios conformaron la muestra. Para la obtención de datos se utilizó la técnica de la encuesta. Los resultados respecto a la primera variable: empatía, el 53,1% indicaron que evidencian un nivel regular y el 22,7% mencionó que su nivel está en un grado bajo. Respecto a la segunda variable: satisfacción del usuario, el 64,1% evidenciaron una satisfacción promedio y el 23,4% plasmaron una mala satisfacción. La investigación concluyó que existe una correlación positiva alta y muy significativa ($p = 0,00 < 0,05$; $\rho = 0,62$), por lo que se concluye que la empatía del profesional de salud influye significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Clínica Dental Buccaris, distrito de Sayán.

Palabras clave: empatía emocional y empatía cognitiva.

ABSTRACT

The general objective of the research was to establish how the empathy of the health professional influences the satisfaction of the users of the Buccaris Dental Clinic, Sayán district. Regarding the methodology, the research was of a basic type, of a correlational level, it had a non-experimental design and was of a quantitative approach. The population was made up of 192 users, of which 128 users made up the sample. To obtain data, the survey technique was used. The results regarding the first variable: empathy, 53.1% indicated that they show a regular level and 22.7% mentioned that their level is at a low degree. Regarding the second variable, 64.1% showed average satisfaction and 23.4% showed poor satisfaction. The research concluded that there is a high and very significant positive correlation ($p = 0.00 < 0.05$; $\rho = 0.62$), which is why it is concluded that the empathy of the health professional significantly influences user satisfaction from the Buccaris Dental Clinic, Sayán district.

Keywords: emotional empathy and cognitive empathy.

INTRODUCCIÓN

Hoy en día, en instituciones del sector público y privado dedicados al sector salud, hay un interés ascendente por tener mejores conocimientos relacionados con la satisfacción del usuario, para mejorarla. Se hace cada vez más común la analizar la satisfacción del usuario desde su perspectiva. Desde ello, se puede conseguir del usuario diferentes definiciones y posturas con respecto a la atención recibida. Y una de estas actitudes es la empatía, pues al tomar en cuenta lo que otras personas con las que se está tratando siente, hacer llegar a un mejor plano en las relaciones interpersonales, se brinda una atención de alta calidad y, por ende, lograr una adecuada satisfacción del usuario.

Tomar acción con empatía no representa ser consecuente con las personas, es más, se puede estar en desacuerdo y seguir siendo empáticos. Es por ello que identificando las carencias de las demás personas se podrá mejorar los actos, considerando que se den con buenas intenciones. Pero ello se va aprendiendo constantemente, ya que cada persona es un mundo diferente y se debe entablar comunicación y actuar acorde a las carencias que posea.

Las empresas no existirían si no se tiene a usuarios o clientes satisfechos, por ello, cada organización tiene que evaluar la satisfacción de los mencionados.

Considerando lo mencionado, la presente investigación estableció como objetivo general establecer de qué manera la empatía del profesional de salud influye en la satisfacción de los usuarios de la Clínica Dental Buccaris, distrito de Sayán.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

En el entorno global, diversos estudios han identificado problemáticas referentes a la satisfacción del usuario, Potes (2019) concluyó que fenómenos tales como los tiempos de espera excesivos, agendas de servicio inadecuados o el diferimiento de citas tienen repercusiones directas en la atención lo que genera como consecuencia la insatisfacción del usuario. Asimismo, estudios realizados sobre empatía, como el de Guilera (2017), indica que principalmente los profesionales de la salud, por lo general no son empáticos y esto se debe a diferentes circunstancias que dañan la relación con los pacientes, debido a su trato descortés, esto tiene efectos en el diagnóstico del paciente.

En el ámbito nacional, Quispe (2020) concluyó que a causa de la alta demanda de pacientes el personal de salud es insuficiente por lo que generó la insatisfacción de los usuarios externos, factor que fue necesario evaluar para proyectar actos y planes beneficiosos de la institución. Además, Chumbe y Marchen (2018), en función de sus resultados, identificaron una relación negativa entre las actitudes, habiendo destacado la empatía y el rendimiento laboral de los enfermeros que, sin duda, repercuten en el desempeño laboral, así como en el clima organizacional.

Hoy en día, en instituciones del sector público y privado dedicados al sector salud, hay un interés ascendente por tener mejores conocimientos relacionados con la satisfacción del usuario, para mejorarla. Se hace cada vez más común analizar la satisfacción del usuario desde su perspectiva. Desde ello, se puede conseguir del usuario diferentes definiciones y posturas con respecto a la atención recibida. Y una

de estas actitudes es la empatía, pues al tomar en cuenta lo que otras personas con las que se está tratando siente, hacer llegar a un mejor plano en las relaciones interpersonales, se brinda una atención de alta calidad y, por ende, lograr una adecuada satisfacción del usuario. De este modo, considerando lo antes dicho, la presente investigación tiene como objetivo establecer de qué manera la empatía del profesional de salud influye en la satisfacción de los usuarios de la Clínica Dental Buccaris, distrito de Sayán.

En la Clínica Dental Buccaris se ha detectado bajos niveles de satisfacción al usuario debido a diferentes factores que no se está tomando en cuenta tales como la falta de cortesía y amabilidad de parte de algunos problemas; el usuario siente que el personal no escucha con atención sobre sus molestias y preocupaciones; el personal no brinda una información precisa y clara sobre su recuperación, lo que genera incertidumbre en los usuarios; debido a los inapropiados programas de atención hay un tiempo de espera muy prolongado, lo que ha ocasionado que el usuario opte por volver a programar su cita sintiéndose incómodo y no siente el usuario un ambiente de confianza ya que el personal no se preocupa por su comodidad.

En la Clínica Dental Buccaris también se ha podido identificar problemas en relación a la empatía por parte del personal de salud ya que les resulta complicado ver las cosas desde la perspectiva de los usuarios; el personal se ha visto afectado por los intensos problemas familiares y para el personal no tiene un valor significativo crear lazos afectivos con los usuarios; el usuario no aprecia sentimientos de preocupación por parte del personal por lo que es difícil entablar una relación con cercana con este.

Si la Clínica Dental Buccaris no centra esfuerzos por mejorar los puntos antes mencionados afectará el flujo de usuarios a atender. Como también implicaría una disminución de la credibilidad para la institución.

Por ello es relevante para la Clínica Dental Buccaris fomentar actividades de motivación enfocadas en el aumento de satisfacción del usuario, que contenga la aplicación de actitudes y conductas empáticas por parte de los profesionales de salud de la institución.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿De qué manera la empatía del profesional de salud influye en la satisfacción de los usuarios de la Clínica Dental Buccaris, distrito de Sayán?

1.2.2 Problemas específicos

- a. ¿Cuál es la influencia de la empatía cognitiva del profesional de salud en la satisfacción de los usuarios de la Clínica Dental Buccaris, distrito de Sayán?
- b. ¿Cómo influye la empatía emocional del profesional de salud en la satisfacción de los usuarios de la Clínica Dental Buccaris, distrito de Sayán?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Establecer de qué manera la empatía del profesional de salud influye en la satisfacción de los usuarios de la Clínica Dental Buccaris, distrito de Sayán.

1.3.2 Objetivos específicos

- a. Determinar cuál es la influencia de la empatía cognitiva del profesional de salud en la satisfacción de los usuarios de la Clínica Dental Buccaris, distrito de Sayán.
- b. Conocer cómo influye la empatía emocional del profesional de salud en la satisfacción de los usuarios de la Clínica Dental Buccaris, distrito de Sayán.

1.4 Justificación de la investigación

Justificación teórica: La investigación consideró conceptos y teorías relacionadas a las variables de estudio, con los cuales se pudo entender a mayor profundidad la relación entre ambas variables consideradas: la empatía y la satisfacción de los usuarios, por medio de las conclusiones y recomendaciones elaboradas a partir de los resultados obtenidos.

Justificación metodológica: La investigación facilitó una herramienta de recolección de datos que ayude a evaluar las variables: empatía y satisfacción de los usuarios, instrumento que presentó su validez y confiabilidad correspondiente.

Justificación por su conveniencia: La investigación ayudó a conocer como la empatía del profesional de salud vino influyendo en la satisfacción de los usuarios de la Clínica Dental Buccaris, distrito de Sayán, esto plasmado en resultados y conclusiones, escritos que ayudan a la misma clínica reconocer sus debilidades y así mejorar.

Justificación por su relevancia social: Al ayudar a la clínica a mejorar respecto a sus debilidades, podrá brindar una mejor atención a los usuarios de la Clínica Dental Buccaris, distrito de Sayán.

Justificación práctica: La investigación propuso recomendaciones para tratar de mejorar la problemática presentada.

1.5 Delimitaciones del estudio

Delimitación espacial: Clínica Dental Buccaris, distrito de Sayán, provincia de Huaura, departamento de Lima.

Delimitación temporal: enero del año 2021 a diciembre del año 2021.

Delimitación social: usuarios de la Clínica Dental Buccaris, distrito de Sayán.

Delimitación semántica: Empatía y satisfacción de los usuarios.

La empatía es la capacidad más emotiva, la cual comprende afectos fuertes de afección y padecimiento (Esquerda, Yuguero, Viñas y Pifarré, 2016).

La satisfacción al usuario es una expectativa posiblemente pueda suceder (Kotler y Keller, 2012).

1.6 Viabilidad del estudio

La presente investigación se elaboró ya que se contó con los recursos necesarios, como los financieros, humanos, materiales, tiempo y la autorización de la clínica en mención.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Investigaciones internacionales

Díaz (2019), en su investigación: “Empatía de estudiantes de enfermería. Validez y fiabilidad de la versión española de la escala de empatía JSE - HPS”, Universidad de Castilla - La Mancha. España, determinó como objetivo: adaptar transculturalmente y validar la escala de empatía The Jefferson Scale of Empathy for Empathy for Health Professions Student Version (JSE – HPS versión) en el contexto de la lengua española, para estudiantes universitarios de enfermería. Con respecto a los aspectos metodológicos, fue una investigación descriptiva, la población se conformó por 30 estudiantes. El autor concluyó considerando que la media de empatía es la muestra de los alumnos, la cual se halla más reportados en la literatura. Por otra parte, para comprender ciertos atributos de los individuos más empáticos, que se asocia con una clase de escucha enfocada en los individuos y esa información, es relevante, puesto que el tipo de escucha puede entrenarse.

Aragadvay (2017), en su investigación: “Satisfacción del usuario externo del Hospital Básico Moderno de Riobamba”, Universidad Técnica de Ambato. Ecuador, consideró como objetivo: establecer el nivel de satisfacción del usuario externo en base a índice de calidad del servicio. Con respecto a los aspectos metodológicos, fue una investigación deductiva, bajo un enfoque cualicuantitativo y una modalidad de investigación de campo, de tipo descriptivo. Utilizó el cuestionario. La población se conformó por 123 usuarios externos. El autor concluyó considerando que los usuarios externos tiene una inadecuada percepción de calidad de atención del nosocomio, ya que tuvieron malas atenciones o estas no superaron sus expectativas.

Guilera (2017), en su investigación: “Empatía en estudiantes de medicina: estudio psicométrico, de evolución y propuestas de intervención psicoeducativa”, Universidad de Lleida. España, determinó como objetivo: estudiar la empatía en estudiantes de medicina desde una perspectiva psicométrica, biométrica, de evolución, y valorar propuestas de asesoramiento y de intervención psicoeducativa. Con respecto a los aspectos metodológicos, fue una investigación no experimental, transversal, correlacional, la población se conformó por 151 alumnos voluntarios, se utilizó el cuestionario. El autor concluyó considerando que las personas de sexo femenino, alumnos que se inclinan a los individuos y cursos avanzados, son más empáticos.

Quispe (2017), en su investigación: “Satisfacción de los usuarios externos en el área de Hospitalización del servicio de cirugía del Hospital General Martín Icaza”, Universidad Regional Autónoma de los Andes. Ecuador, estableció como objetivo: implementar estrategias para elevar el nivel de satisfacción de los usuarios. Con respecto a los aspectos metodológicos, fue una investigación descriptiva con corte transversal, abordaje cuali-cuantitativo, de campo y bibliográfico, la población se conformó por 400 pacientes hospitalizados, se utilizó la encuesta. El autor concluyó considerando que mostraron alrededor de 40% de usuarios externos terminaron del servicio de cirugía con poca satisfacción y un 20% sin satisfacción, ya que no existen materiales, medicinas, el suficiente acceso a los exámenes complementarios, ya que no tuvieron el alimento, todas estas afecciones condujeron a estos usuarios a adquirir de su dinero para solventar sus carencias.

Vargas (2013) en su investigación: “Estudio de satisfacción del Usuario Externo e Interno en los servicios de salud del Patronato Provincial de Pichincha”, Universidad San Francisco de Quito. Ecuador, determinó como objetivo: identificar y analizar los factores asociados al nivel de satisfacción de los usuarios internos y externos. Con respecto a los aspectos metodológicos, fue de diseño descriptivo, analítico transversal, la población se conformó por usuarios internos y externos de los 12 centros de salud, se utilizó la encuesta. El autor concluyó considerando que la satisfacción de los usuarios tanto internos como externos se encontró en un grado alto, indicando que el Patronato ofrece calidad de atención.

2.1.2 Investigaciones nacionales

Villacorta (2019), en su investigación: “Empatía del profesional de enfermería relacionado a la adherencia al tratamiento en pacientes con tuberculosis en el Centro de Salud Gustavo Lanatta Lujan Collique - Comas 2019”, Universidad César Vallejo. Perú, estableció como objetivo: determinar si existe relación entre la empatía del profesional de enfermería. Con respecto a los aspectos metodológicos, fue de diseño no experimental y tipo correlacional, la población se conformó por 52 pacientes con diagnóstico de tuberculosis, se utilizó la encuesta. El autor concluyó considerando que sí existe una relación cercana entre la empatía del profesional de Enfermería a la adhesión en pacientes con tuberculosis del nosocomio.

Flores, Lermo y Payton (2018), en su investigación: “La empatía y su relación con el desempeño laboral del profesional de enfermería en la unidad de cuidados intensivos de la Clínica Ortega Huancayo, 2018”, Universidad Nacional del Callao. Perú, consideró como objetivo: determinar la relación de la empatía con el desempeño laboral en el cuidado del paciente. Con respecto a los aspectos metodológicos, fue aplicada, descriptiva, transversal, prospectiva, con un diseño no experimental, la población fue conformada por 25 profesionales de enfermería, se utilizó la encuesta. El autor concluyó considerando que hay una relación entre las variables en estudio, es decir si existe poca empatía a poco desempeño en el trabajo y viceversa.

Saavedra (2018), en su investigación: “Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los usuarios del seguro social de salud - Red Asistencial Essalud Tarapoto, 2018”, Universidad Peruana Unión. Perú, estableció como objetivo: determinar la relación que existe entre calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios. Con respecto a los aspectos metodológicos, fue correlacional, contó con diseño no experimental, la población fue conformada por 473 usuarios, así mismo la muestra fue de 212 usuarios, se utilizó el cuestionario. El autor concluyó considerando que ambas variables poseen relación significativa.

Arana (2017), en su investigación: “Empatía del profesional de enfermería, relacionado a la satisfacción del paciente con la comunicación - servicio de salud mental, Hospital Central Luis N. Sáenz, marzo 2017”, Universidad Inca Garcilaso de la Vega. Perú, designó como objetivo: determinar la relación entre empatía del profesional de enfermería relacionado a la satisfacción del paciente. Con respecto a

los aspectos metodológicos, fue aplicada, la población fue conformada por 7 enfermeras y 30 pacientes hospitalizados, se utilizó la entrevista y el cuestionario. El autor concluyó considerando que ambas variables poseen relación significativa.

Mendocilla (2015) en su investigación: “Factores que influyen en la satisfacción de los usuarios externos Hospital Nacional Alberto Sabogal Sologuren”, Universidad San Martín de Porres. Perú, estableció como objetivo: identificar los factores que influyen en la satisfacción de los usuarios externos. Con respecto a los aspectos metodológicos, fue descriptivo, transversal, observacional, prospectivo, la población fue conformada por 100 usuarios, se utilizó la encuesta. El autor concluyó considerando que existe un grado aprobable de satisfacción del usuario externo con la atención.

2.2 Bases teóricas

Variable independiente: Empatía

A. Definiciones

Esquerda, Yuguero, Viñas y Pifarré (2016) mencionan que la empatía es la capacidad más emotiva, la cual comprende afectos fuertes de afección y padecimiento.

Arango, Clavijo, Puerta y Sánchez (2014) mencionan que la empatía es la capacidad más intelectual la cual comprende la habilidad de la persona en entender vivencias e incertidumbres del paciente, además de informar dicho entendimiento con el propósito de apoyar.

Alles (2012) menciona que es la acción de reconocer los afectos del otro individuo sin la intervención de estos.

Filipetti, López y Richaud (2012) consideran que es la acción colectivo compleja, mejor dicho, es una vivencia afectiva que únicamente encuentra valor en lo colectivo y donde se observa diversos afectos a la vez.

B. Dimensiones

De acuerdo con Carpena (2016) es posible que la empatía sea emocional y cognitiva. La empatía que nos hace más humano implica estos dos al mismo tiempo, con un vínculo e intervención afectiva a fondo con otro individuo, asistida de un análisis intelectual, cumpliendo una postura dinámica cuyo propósito es mitigar el

padecimiento si se generan afectos penosos. Estos dos elementos de empatía atraviesan recorridos cerebrales distintas.

- Empatía cognitiva: Es la habilidad de entender la perspectiva o situación cognitiva de otra persona (Carpena, 2016).
- Empatía emocional: Es la habilidad de reaccionar frente a un afecto apropiado a las situaciones cognitivas de la otra persona (Carpena, 2016).

C. Neuronas espejo y teoría de la mente en la explicación de la empatía

García, González y Maestú (2011) señalan que la empatía es la habilidad de un individuo para experimentar condiciones psíquicas de los demás individuos, entendiendo y sus compartiendo sus ideas y afectos. Las neuronas espejo explican respecto a la neurociencia básica y la teoría de la mente plantea una explicación mentalista sobre la psicología cognoscitiva.

Los estudios sobre neuronas espejo muestra que la empatía, y principalmente la cognición social no son simplemente una metacognición social, mejor dicho, un saber determinado y diseñado acerca de los contenidos psíquicos de otros individuos. Efectivamente podemos dar una explicación sobre la conducta de los otros aprovechando los mecanismos psíquicos más complejos y la capacidad de los seres humanos en mentalizar, aunque muchas de las situaciones de interacción social se tiene un acceso directo en la mente del otro y sus contenidos experienciales por medio de las neuronas espejo.

Los mecanismos de simulación realizados por las neuronas espejo menos aún puede explicar la cognición social. La habilidad de mentalizar y leer la mente de los demás necesita la movilización grandes zonas del cerebro, que para la mayoría de especialistas va más allá de la teoría de la mente. Los procesos, más tácitos, directos de la simulación de las neuronas espejo, del mismo modo que los mecanismos más explícitos, diseñados solamente por mentalización y la teoría de la mente no son recíprocamente exclusivo.

El cerebro humano parece estar diseñado para fijar relaciones estructurales funcionales entre la condición neuro mental y la condición del otro individuo. Esta habilidad es parte del legado evolutivo y memoria filética de las personas. El código genético permite formar teorías sobre las demás mentes, ya que el cerebro humano

se desarrolló en escenarios sociales difíciles, en donde la cooperación de las demás personas resultaba la capacidad crítica para sobrevivencia como personas y especie.

Los procesos especulares congénitos que nacen con un niño se van hilando y creciendo por medios de las interacciones colectivas. Las redes neuronales se forman con el desarrollo y la vivencia y al mismo tiempo las conexiones nerviosas no empleadas se pierden. Es posible que el neonato imite los gestos de sus progenitores; a los doce meses puede prever y comprender las intenciones de las acciones que contempla; a los dieciocho meses tiene la capacidad de seguir acciones y emularlas conscientemente; entre los cuatro a cinco años ha realizado una compleja teoría de la mente. El individuo madura en empatía, dominio, adecuación individual y colectivo, al mismo tiempo que sus sistemas neurales son cada vez más complejos.

Los mecanismos neurales se vuelven a estructurar y configurar desde las vivencias, hasta lograr integrar algunos mecanismos neurales que ayuden a la percepción – acción, así como las intenciones y los afectos, cada vez más complejos y distinguidos, explicado en la teoría de la mente. En las fases iniciales de desarrollo los mecanismos especulares posibilitan un entendimiento e interacción con la otra persona a partir de una forma que puede clasificarse como procedimental, implícita y pragmática. A través de la formación y vivencias de socialización los sistemas neurales añaden novedosos formatos de representación más concretos, semántico y sensatos, haciendo posible leer la mente de la otra persona y la propia autoconciencia, el entendimiento e interacción colectiva, la teoría de la mente.

La habilidad empática se desarrolla lo largo de la vida, desde los mecanismos neurales, se almacenan datos y vivencias acerca de las propias condiciones anímicas. Las propias vivencias son esenciales para entender los afectos de los demás. Si con anterioridad hemos vivenciado hechos similares comprenderemos las condiciones anímicas de una persona, sus ideas, intenciones, afectos, y prever sus conductas. Nuestra propia vida afectiva es el sustento para entender y compartir los afectos de los otros. La empatía tiene un elemento natural, aunque es sensible a la socialización y educación.

El estudio de la neurociencia ha cambiado en gran medida los saberes acerca de los seres humanos. Los estudios sobre neuronas espejo y la teoría de la mente nos brindan panoramas optimistas para evolucionar el saber, diagnóstico y curación a ciertos síndromes, como el autismo.

D. Características de la empatía

Arango, Clavijo, Puerta y Sánchez (2014), el término empatía nace de la palabra griega *empathia*, se conoce además con el término de inteligencia interpersonal, nombre impuesto por Howard Gardner y hace referencia a la capacidad mental de un individuo a entender las condiciones emocionales de otro individuo.

Para seguir entendiendo el tema es importante dividir dos términos que por lo general suelen confundirse, siendo tanto la empatía como la simpatía. La primera trata sobre la capacidad y la segunda sobre el proceso donde la persona puede percibir los estados de ánimo de otra persona, sin necesariamente comprenderlos. (Arango, Clavijo, Puerta y Sánchez, 2014).

La Inteligencia emocional hace referencia a una estructura que abarca las habilidades de las personas para entablar diálogos con otras personas con determinados afectos, siendo: conciencia de sí mismo (entendimiento del principio de los afectos, monitoreo afectivo (formación para manejar los afectos de manera positiva, incentivo (incentivar a las demás personas) y gestión de vínculos (relacionarse de manera respetuosa con los demás y así mismo). La quinta destreza, es la empatía, es aquella que hace posible que capturemos los afectos de los demás y hacer que se sientan menos solos. No quiere decir que sea un talento, cada persona si tiene las intenciones la desarrollará, solo se necesita abrir la mente y hacer intentos por ver la vida de los demás desde su punto de vista y no desde nuestros ojos. Es importante que se dejen de lado las críticas morales para que exista la empatía, la simpatía y antipatía.

Es el esfuerzo para cumplir un proceso de entendimiento intelectual que posibilite entender los afectos de la otra persona. Por dichos motivos, son unos instrumentos que sacan provecho los especialistas en psicología en sus actividades profesionales de acercarse a sus pacientes (Arango, Clavijo, Puerta y Sánchez, 2014).

Mejor dicho, la empatía consiste en tener la habilidad mental para saber el estado de ánimo de otra persona, con el cual se pueden entender las decisiones que toma ante determinadas situaciones o la forma en la que realiza sus actividades. Con la empatía, aparte de lo mencionado, la persona logra ponerse en el lugar de la otra persona, para entender de mejor manera lo que esta está viviendo. Es importante enfatizar que para desarrollar la empatía se necesita algo de inteligencia, por tal motivo, aquellos que sufren del síndrome de Asperger, autismo o alguna otra psicopatía no pueden. (Arango, Clavijo, Puerta y Sánchez, 2014).

E. Regulación emocional de la empatía

Filipetti, López y Richaud (2012) mencionan que la regulación emocional y la adaptabilidad cognitiva son elementos fundamentales de la empatía, pues hace posible tener una diferencia concreta entre los propios afectos y de los demás.

De acuerdo al patrón propuesto por Hadjikhani (2014), frente a la sensación de la pena impropia, primeramente, se activan zonas cerebrales de aviso emocional, que causan zozobra lo que genera sentir esos afectos como propios. En segundo lugar, se activan las zonas cerebrales que procesan y hacen posible comprender los afectos experimentados, Asimismo, se activan áreas enfocadas en reconocer los gestos y lenguaje corporal. En tercer lugar, de dicho patrón, es la regulación de emociones por medio de procesos de reevaluación para conocer si es posible encender una alarma y pasar o no a la etapa de comportamiento, la cual comprende acercarnos a otro individuo que está en un proceso de dolor y expresar emociones y apoyarlo.

En el caso de las personas autistas podemos observar una alarma afectiva más alta y poco entendimiento del afecto, una elevada carencia de la regulación de afectos y un ascenso en acciones de reevaluación y feedback, que obstaculiza el proceso. No es posible que reduzcan la alarma afectiva que consta el proceso inicial repercutiendo en que no puedan acceder a la etapa del comportamiento. Las

personas que sufren lo mencionado no pueden mostrar actitudes de apoyo y pueden ser considerados como individuos sin empatía, que no sienten preocupación ni sufren por los demás. Por dicha razón, una forma de ayudarlos a integrarse a la sociedad es instruir a los individuos con buenos valores de empatía a reconocer sistemáticamente los gestos de las emociones esenciales (Filipetti, López y Richaud, 2012).

Inmediatamente después de conseguirlo orientarse al paciente, y poner en práctica al elemento intelectual empático, es posible distinguir entre “uno mismo” y el “otro”. En dicha etapa es donde se canalizan afectos de historias reales vinculadas a “uno mismo” y el paciente que articula nuestra reacción. Si queremos tener un comportamiento idóneo de apoyo al malestar y dolor del paciente, se resalta aprender un enfoque de hechos no verdaderos, por medio de hechos simulados y por medio de la habilidad de la fantasía. El autor Rogers conceptualiza la empatía como la capacidad de notar la estructura interna de otro individuo con exactitud, aunque sin perder nunca el rol “como si”. La fantasía facilita tener el rol de “como si” y de este modo lograr un comportamiento de apoyo empático auténtico en un hecho verdadero (Filipetti, López y Richaud, 2012).

F. El curso de avance de la empatía

Galvis (2015), si un individuo siente mucha angustia y al ver a otro su condición anímica cambia totalmente por solo estar con esta, está experimentando la empatía. No es importante para esto que los dos individuos pasen por hechos similares, sino que uno de ellos sepa comprender los recados no verbales, y asimismo los verbales, que el otro individuo emite y muestre acciones de lo que el otro requiere para sentirse comprendido. Por lo general, un problema que se presenta si dos individuos intentan comunicarse, es si uno de ellos debe retraer afectos o incluso hacer bromas hará que la otra se sienta segura. Hecho que sucede porque dicho individuo atraviesa por algunos obstáculos, entre estos, los afectos y del otro individuo. Para lograr un vínculo empático idóneo es necesario hallar a individuos que expresen sus afectos y no ponernos en las siguientes posturas:

- No darle la relevancia necesaria a lo que le aqueja o le da incertidumbre a dicho individuo, buscando la forma de poner en ridículo sus afectos e imponer motivos para no tener estos afectos.
- Tener prejuicios antes de un diálogo, evaluando la forma de manifestarse del otro individuo en relación a sus ideas, aproximarse a este con distintas creencias e ideas.
- Emplear enunciados como "así no vas a lograr nada", "¿por qué siempre terminas haciendo lo mismo?", "etc".
- Poseer afectos de lástima con la otra persona.
- Tener una postura positiva, comparando lo que atraviesa la persona con otras que nosotras ya hemos atravesamos.
- Demás posturas parecidas. Con este modo de actuar lo que conseguiremos es que el individuo afectado se aleje, que entre a su burbuja y tenga la idea de no hablar del tema con tal individuo. Para que la conservación sea empática es importante que el interlocutor se olvide de sí mismo, así como de sus virtudes y haga intentos por acercarse a la otra persona.

Debemos resaltar lo más importante que tiene una persona, lo cual es el poder de hablar de sus afectos, un instrumento crucial para sobrevivir en la sociedad. Saber cómo manifestar lo que sentimos es algo que debe ser aprendido desde la infancia y es crucial para lograr una adecuada comunicación afectiva. Los progenitores son aquellos quienes tienen el rol de ayudar a sus hijos a descubrir y comprender sus afectos y como la de otros.

Las personas que no puedan expresar sus afectos, es poco probable que desarrollen la empatía con una persona de su medio, ya que no podrán ver al mundo desde una perspectiva afectiva (Galvis, 2015).

G. Elementos que se relacionan con la empatía

Balart (2013) menciona que aquel individuo empático, desarrolla la habilidad cognitiva de experimentar los sentimientos del otro individuo, lo que hace posible comprender su conducta y da el poder de comunicarse positivamente con la otra persona, respetando sus ideas, puntos de vista y buscando consensos entre ambos.

a. Escucha activa

Se trata de escuchar atentamente a la otra persona tanto en su diálogo verbal como no verbal, con los ojos, la tonalidad de su voz, comportamiento, entre otros. Para que podemos generar una adecuada escucha activa, es importante estar muy conscientes, para poder asimilar las reacciones del exterior. (Balart, 2013).

La mente de la persona por medio del juicio separa, selecciona, descarta, consiente o no en base a sus parámetros o criterios formados desde la infancia y desarrollados por medio de experiencias, personalidad, etc. Por lo tanto, si la persona juzga sin considerar su propia conciencia, se desconectará del diálogo con la otra persona (ideas, afectos, principios, expectativas, entre otros), distanciándose de ser empática. Escuchar de forma activa es una acción cognitiva, de la misma forma que pensar, hacer juicios, adivinar u otra acción que realiza la mente. Y aun cuando creamos lo opuesto, no es posible realizar dos actos cognitivos a la vez (Balart, 2013).

b. Entendimiento

Significa observar abiertamente los afectos o sensaciones de las demás personas, sin juzgarlas, en cambio, enfatizando que cualquier persona puede estar en la situación en la que se encuentra la persona. Aquellas personas que han sido formadas desde la infancia con mucho afecto pueden tener mayor facilidad de entendimiento sobre los demás, representando oportunidades para ayudar a las personas de superar situaciones complicadas que estén viviendo (Balart, 2013).

c. Asertividad

La asertividad ayuda a las personas a comprender a las demás considerando sus propios principios, conocimientos, pensamientos, afectos y necesidades sin faltar el respeto o sin incomodar, valorando su perspectiva. Este elemento va justamente después del entendimiento, ya que así la persona podrá respetar la perspectiva y necesidades del otro, logrando así el respeto recíproco (Balart, 2013).

H. Comunicación empática

Esquerda, Yuguero, Viñas y Pifarré (2016), consideran que representa la capacidad de las personas de entablar diálogos entre sí, posibilitando la comprensión de manera adecuada. Ello representa deducir o entender los afectos de las demás personas, reflejando simpatía. Con la empatía las personas pueden desarrollar progresivamente su inteligencia emocional y reconocer y apreciar los sentimientos de los demás, procurando mejorar la relación.

Asimismo, la conciencia aporta mucho para desarrollar las capacidades intrapersonales que se abarca por medio de la inteligencia emocional, con ello y en el contexto social, se puede dar paso a la conciencia social, la cual representa la empatía, con la cual se puede identificar y considerar las carencias y afectos, generando la perceptibilidad. En cambio, si la persona no tiene conciencia emocional se considerará por los demás como una persona ignorante que no percibe y entiende el lado emocional de las personas, esto es fruto de la carencia de audición emocional (Esquerda, Yuguero, Viñas y Pifarré, 2016).

Considerando lo mencionado, la empatía viene a ser el “radar colectivo”, puesto que es la forma de identificar y contactarse con las demás personas, donde se enfatizan los vínculos correspondientes. Estos vínculos no solo se abarcan o se mantienen mediante palabras o actos verbales, ya que existen otros mecanismos con mayor jerarquía e importancia, los cuales se presentan continuamente (Esquerda, Yuguero, Viñas y Pifarré, 2016).

Las personas tienen múltiples maneras de expresar sus afectos, siendo por gestos, tono de voz, movimiento de los ojos, silencio.

Como se sabe, las personas no pueden leer la mente de las demás personas con las que se relaciona, sin embargo, es posible leer o intuir lo que sienten o piensen, siendo elementos invisibles. Es por ello que las personas empáticas son personas con habilidades para leer los indicios o lo que pretenden demostrar los demás, identificando y entendiendo las carencias o afectos en cualquier lugar o situación. En aquellos momentos donde se desdibuja el vínculo, las personas empáticas pueden utilizar o considerar el feedback, para seguir entendiendo a los demás, puesto que en caso contrario perjudicaría el vínculo. También, las personas empáticas tienen la capacidad de escucha activa, ya que identifican y aceptan las

carencias de los demás y escucha sus opiniones sin juzgar, sabe en qué momento intervenir y en qué momento no. Con esto, se puede controlar de manera constructiva los afectos de los demás (Esquerda, Yuguero, Viñas y Pifarré, 2016).

Las personas a través de la lectura de carencias de los demás pueden mejorar sus acciones, considerando que las realicen con buenas intenciones. Pero se debe aprender continuamente, debido a que cada persona es muy distinta de la otra y se debe entender las carencias de cada una (Esquerda, Yuguero, Viñas y Pifarré, 2016).

Variable dependiente: Satisfacción del usuario

A. Definiciones

Sánchez (2015) considera que se da cuando una persona se siente dichosa y está de acuerdo con el servicio recibido, ya que llena sus carencias, caprichos y aspiraciones.

Schiffman y Wisenblit (2015) consideran que representa las percepciones de los usuarios considerando la relación entre el rendimiento demostrado por los productos adquiridos o servicios prestados con las expectativas de los usuarios.

Palomo (2014) lo define como fruto de cotejar las expectativas anticipadas del usuario, colocadas en los bienes y/o prestaciones y en los procedimientos y apariencia de la compañía.

Hoffman y Bateson (2012) consideran que es cotejar la sensación y expectativa de la prestación pronosticada.

B. Dimensiones

Kotler y Keller (2012) consideran las siguientes:

a. Expectativas

Kotler y Keller (2012) señalan que son los hechos o resultados que se espera que sucedan o se logren de la forma esperada.

b. Percepción

Kotler y Keller (2012) señalan que es la captación de estímulos por medio de los sentidos de las personas.

c. Quejas

Kotler y Keller (2012) señalan que son las manifestaciones de los usuarios o clientes donde expresan a la empresa su incomodidad o insatisfacción con el servicio prestado.

C. Importancia de la satisfacción del usuario

Hoffman y Bateson (2012) mencionan que las empresas u organizaciones deben medir la satisfacción de los usuarios, ya que de ello depende su éxito. No es recomendable que esperen hasta que los usuarios presenten quejas para recién investigar la satisfacción de los mencionados. Asimismo, consideran los resultados de investigaciones en torno a ello, determinando que muchas empresas no saben cuales son los clientes insatisfechos, también las personas promedio comentan sus quejas a aproximadamente unas 10 personas de su entorno, aquellas que se sienten satisfechas porque las empresas lograron solucionar sus quejas comentan ello a otras 5 personas y aquellos clientes quejosos quizá regresen a las empresas, estos son los que no demuestran formalmente sus expresiones, sino por gestos, también comentan su incomodidad a otros y prefieren comprar en otras empresas (Hoffman y Bateson, 2012).

Si las empresas logran que los usuarios compartan opiniones positivas sobre el servicio brindado, se puede considerar como un medio con el cual se pueden ganar clientes fieles o captar potenciales clientes (Hoffman y Bateson, 2012).

D. Tipos de usuarios

Schiffman y Wisenblit (2015) consideran que los usuarios con mayor satisfacción son aquellos que hacen comentarios beneficiosos a otros usuarios, a menudo son “usuarios de por vida”.

Por lo contrario, aquellos no complacidos irán de forma inmediata con la competencia. Por otra parte, los usuarios no complacidos tienen recomendaciones negativas y en ocasiones exagerados.

Una investigación, relacionó los grados de satisfacción del usuario con el comportamiento y reconoció diversas clases de usuarios:

- Los leales son usuarios bastante complacidos y continuarán adquiriendo.

- Los apóstoles son usuarios leales que sus vivencias en la empresa fueron mejor de lo esperado y que, por ende, hacen comentarios en beneficio de esta a demás usuarios. Es necesario que las empresas pongan más atención a los apóstoles y formular tácticas para estos (Schiffman y Wisenblit, 2015).
- Los desertores se muestran insensibles o poco complacidos con la empresa, y son más propensos por comprar un bien a un precio inferior. Las empresas deben tener un ascenso considerable en la satisfacción del usuario para que sea usuarios fieles (Schiffman y Wisenblit, 2015).
- Los terroristas son aquellas que han pasado por malos momentos con la empresa y realizan malas recomendaciones de la misma. Es necesario que las empresas tomen acciones para deshacerse de estos (Schiffman y Wisenblit, 2015).
- Los rehenes son usuarios no complacidos que siguen adquiriendo productos de la empresa ya que está en un sector monopolizado o tiene precios inferiores a los de la competencia; sus quejas son usuales, brindarle atención es complicado y genera un alto costo. Las empresas deben eliminar a los rehenes, al negarse en dar respuesta a sus quejas (Schiffman y Wisenblit, 2015).
- Los mercenarios son usuarios bastante complacidos, aunque en verdad no son fieles hacia la empresa, de tal forma que pueden abandonar por impulso si encuentran precios inferiores en la competencia, con el que ponen en duda el vínculo de complacencia y fidelidad. Las organizaciones deben evaluarse y hallar la forma de nutrir lazos entre los dos elementos (Schiffman y Wisenblit, 2015).

E. Resolver las insatisfacciones del usuario

Ríos (2015) señala que cualquier reclamo que hacen los usuarios son carencias no complacidas. Por ende, cualquier empresa estará a prueba, cuando se presenten hechos disconformes por los usuarios.

Los reclamos deben ser considerados como ventaja; una oportunidad que se toma para identificar fragilidades de la compañía (Ríos, 2015).

No debemos pasar por alto un reclamo, en cambio, resulta pertinente solicitar que los usuarios manifiesten sus opiniones, para identificar aquellos errores o defectos para así poder brindar los servicios de mejor manera. Escuchando al usuario, es un inicio para obtener su fidelidad. Actuar bruscamente solo representará una imagen equívoca para la empresa (Ríos, 2015).

Todo reclamo debe ser tomado con atención. Por lo general, los usuarios que reclaman no les importan las excusas. Lo recomendable es que en el instante de los reclamos se pidan ideas para saber la mejor al que accederán los usuarios aquejados (Ríos, 2015).

Aun cuando crea que el inconveniente es poco para la queja, los usuarios si reclaman es porque no se sienten satisfechos, y esto origina incomodidad o inconvenientes para los mismos. Es por ello que las empresas no deben dejar de lado los reclamos de los usuarios (Ríos, 2015).

Los competidores plantean opciones muy atractivas, debido a esto usuarios no satisfechos deciden ir por la competencia, teniendo en cuenta que para estos es más fácil esta alternativa que presentar un reclamo. El reclamo, para la mayoría de individuos no satisfechos, es un hecho incómodo (Ríos, 2015).

F. La percepción del usuario respecto a la atención recibida

Fernández y Fernández (2015) hace mención que el saber del usuario y lo que lo impulsa a comprar es un elemento crucial para saber de este la cual se obtiene con solo analizar la base de datos que guarda la empresa. Por medio de eso, la empresa consigue datos sobre la frecuencia de compra y las carencias de los usuarios, aunque no es suficiente, ya que debemos contar con otros métodos para saber exactamente lo que desea el usuario, para saber si está o no fidelizado con la empresa.

Para identificar la percepción de los usuarios sobre la atención brindada y su satisfacción sobre ello, se debe medir el grado de satisfacción, ya que brinda datos útiles para que la empresa determine las carencias del usuario, al realizar la comparación el crecimiento o fracaso del servicio, a saber la forma de reconocerse con la empresa y, por ende, será de ayuda a identificar cambios requeridos y, por ende, incrementar la rentabilidad (Fernández y Fernández, 2015).

El modo más efectivo para saber si los usuarios se sienten satisfechos por los servicios brindados es mediante cuestionarios y el servicio de atención (Fernández y Fernández, 2015).

En el área de servicio de atención al usuario se dan cabida a los reclamos de los usuarios y devoluciones (si fuera el caso), asimismo, se evalúa la atención brindada y aquellos factores que originaron la insatisfacción o el grado de satisfacción demostrada, para posteriormente implementar el seguimiento y monitoreo correspondiente (Fernández y Fernández, 2015).

Un cuestionario nos da luces para lograr información de una gran muestra, ya son un gran número de individuos al que puede realizarse. Es además una herramienta veloz, pues posibilita analizar atributos de la prestación y conocer sobre qué quiere el público (Fernández y Fernández, 2015).

G. Control de satisfacción del usuario

Kotler y Keller (2012) mencionan que la mayor parte de las organizaciones evalúan la forma en la que brindan el trato adecuado a los usuarios, con ello logran la satisfacción de los mismos, donde posteriormente identifican los elementos determinantes para poder tomar las medidas o acciones de cambio correspondientes, sobre todo en aspectos como el marketing.

Las organizaciones inteligentes constantemente evalúan la satisfacción de sus usuarios, ya que la consideran como un elemento fundamental para retenerlos, ya que, si los clientes se sienten satisfechos, decidirán quedarse en esa organización, además podrían aportar ideas o sugerencias para que las organizaciones mejoren su servicio. Y, al tener una mayor satisfacción de los clientes, estos podrán adquirir mayor cantidad de productos, beneficiando a las organizaciones, ya que obtendrán una mayor rentabilidad (Kotler y Keller, 2012).

Se debe tener en cuenta que la complacencia no depende o no se relaciona estrictamente con la fidelidad de los clientes. Por ejemplo, si se evalúa la satisfacción de los cliente considerando una escala del 1 al 5, la primera escala significa que no se sienten satisfechos y es muy probable que se vayan a otras empresas competidoras, hasta podrían hablar mal de la empresa, en la escala 2 al 4, los clientes se sienten satisfechos, pero no completamente, ya que si reciben mejores ofertas de otras empresas no tendrán inconvenientes para irse, y la escala

5, representa que se siente muy satisfecho, logrando que comenten a las personas con las que se relaciona lo bueno que ofrece la empresa, haciendo que compren solamente en la misma; generando beneficios importantes para la empresa (Kotler y Keller, 2012).

Pero aun así las empresas deben identificar cómo los clientes evalúan el desempeño de estas, ya que los criterios que utilice un cliente no serán iguales a los que use otro cliente. Por ejemplo, en una entrega que se realiza antes del tiempo establecido, hará sentir al cliente satisfecho, mientras que quizá para otro cliente, no. (Kotler y Keller, 2012).

H. Pros de la satisfacción al usuario

Hoffman y Bateson (2012) mencionan que, en determinadas ocasiones, se dirá que los clientes tienen expectativas complicadas, donde otros consideran que son expectativas excéntricas, todo ello se menciona para aclarar que lograr la satisfacción de los clientes es complicado, pero si se logra, los beneficios para las empresas serían grandes.

También, si las empresas tienen calificaciones positivas sobre la satisfacción de los usuarios, están en la capacidad de competir con las empresas competidoras en los precios. Se tiene que, los clientes aceptarían pagar un precio mayor si el producto de una empresa logra satisfacer sus necesidades, para así no irse a las otras empresas. Además, aquellas empresas que logran satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes son las que brindan un adecuado ambiente laboral a sus trabajadores, donde se desarrollan diversas culturas y donde se presentan retos, para así mejorar las destrezas de los trabajadores y mediante un mejor desempeño puedan ser recompensados de mejor manera (Hoffman y Bateson, 2012).

E. Calidad y satisfacción del usuario

Velasco (2010) considera que aquellos elementos o factores que influyen en la percepción de la calidad por parte de los trabajadores han ocasionado que las investigaciones al respecto sean dificultosas, pero son relevantes puesto que la calidad es un tema crucial para las empresas.

Son dificultosas ya que los clientes no expresan continuamente su satisfacción, solo algunos mediante reclamos a las empresas, y es que el acto de no expresar sus incomodidades o reclamaciones puede generar una situación grave donde los clientes ya no compran productos en la empresa, teniendo así clientes perdidos y, por ende, menor cantidad de ingresos; además que pueden mencionar aspectos negativos a las personas con las que se relaciona, percibiendo estas una mala imagen de la empresa. (Velasco, 2010).

En cambio, si los clientes o usuarios si se sienten satisfechos con los productos que compra de las empresas, comentará su experiencia a las personas de su entorno, representando “recomendaciones”. (Velasco, 2010).

F. Diferencia entre fidelización y satisfacción

Palomo (2014) considera que:

No es igual la fidelización con la satisfacción de los clientes, pero esta última si es previa para la fidelización, ya que si las empresas tienen clientes fieles se consideran mayormente como usuarios, en cambio, los compradores no satisfechos son usuarios fieles. Un ejemplo de esto es cuando una persona participa de una asesoría, y si esta logra sentirse satisfecha, puede que regrese más veces, pero no le asegura a la empresa que ha sido fidelizado. (Palomo, 2014).

Se tiene que muchas empresas prefieren identificar potenciales clientes o nuevos clientes que retener a los que ya son sus clientes, siendo un error, ya que es más rentable retener a los clientes que ya se tienen que a buscar nuevos clientes o usuarios (Palomo, 2014).

Un objetivo fundamental para las empresas es captar nuevos clientes o usuarios, pero logran obtener una mayor rentabilidad si logran fidelizarlos, aun considerando si se de en una corta cantidad de tiempo (Palomo, 2014).

La fidelización de los clientes representa el interés a profundidad de las empresas para enfocarse en los factores determinantes con los que pueden fidelizarlos, sobre todo es lograr que compren de nuevo; para ello se deben considerar los siguientes elementos: (Palomo, 2014).

- Ofrecer los productos con las condiciones adecuadas.
- Ofrecer los productos adecuados a los clientes o usuarios adecuados.
- Ofrecer los productos adecuados en las situaciones o momentos necesarios.
- Ofrecer los productos adecuados a precios adecuados.

Para poder cumplir los mencionados elementos, se debe conocer a los clientes, sus necesidades, para poder determinar las acciones pertinentes y satisfacerlas, con la diferencia que todo ello se realiza considerando el establecimiento de vínculos o relaciones afectivas que logren perdurar a través del tiempo. Con ello, tanto el cliente como la empresa serán beneficiadas. (Palomo, 2014).

Para que las empresas logren los vínculos mencionados deben estudiar las necesidades y superar las expectativas, también deben establecer un trato amable y cercano, implementar canales de comunicación personalizados, personalizar los productos a vender y corregir los errores. (Palomo, 2014).

G. La interacción con el usuario y la evaluación de su nivel de satisfacción

Deulofeu (2012) considera que, si las empresas logran que los usuarios adquieran un servicio de buena manera, se podrá producir una retroalimentación positiva y que gradualmente puede mejorar las conductas tanto de los trabajadores como de los mismos usuarios, logrando así la satisfacción de ambos.

a. Participación del cliente como agente productor de servicio

Deulofeu (2012) considera que los clientes pueden tener distintas participaciones en el servicio que las empresas brindan, siendo los siguientes:

- Especificación del servicio: Donde los usuarios pueden reclamar a las empresas por los servicios a domicilio solicitados (Deulofeu, 2012).
- Control de calidad: Donde la relación de los trabajadores con los clientes se da durante la prestación del servicio (Deulofeu, 2012).
- Mantenimiento de carácter: Donde los comercios de nuevos diseños se inician de varias formas, pero se dirigen o tratan de manera cerrada. (Deulofeu, 2012).

- Elaboración y mejora del sistema completo de servicios: Donde el nivel de los servicios que se brinda se relaciona de manera directa con las demandas o necesidades de los clientes. (Deulofeu, 2012).
- Compra y venta del servicio o venta a otros individuos: Abarca la compra o venta de manera directa o presencial (Deulofeu, 2012).

Por medio de las participaciones mencionadas, las empresas podrán simplificar sus operaciones, también podrán reducir los costes de los trabajadores, e incrementar su eficacia, con ello podrán establecer menores precios a los productos, beneficiándose los usuarios (Deulofeu, 2012).

Los clientes también desempeñan otros roles, por ejemplo, en el comercio, además de importar su presencia importa la relación o vínculo físico que se tenga con ellos (Deulofeu, 2012). Además:

Los clientes, al culminar el proceso del servicio, pueden contar su experiencia a otros, y con ello pueden inventar el mercado de la empresa.

Ante lo mencionado, algunas empresas estudian e implementan acciones o mecanismos para mejorar la calidad de servicio, donde enfatizan la participación de los usuarios en las distintas fases productivas.

b. Posibilidades de aumentar la participación

Deulofeu (2012) considera las siguientes:

- La cultura de los usuarios

Abarca los principios, actitudes y comportamientos que demuestran los usuarios, los cuales se encuentran ligados o vinculados a la participación de los trabajadores, puesto que si estos demuestran un adecuado trato y desempeño, se podrá propiciar un ambiente dinámico o de interacción con los usuarios, en cambio, si no demuestran un trato y desempeño adecuado, no se logrará entablar interacciones dinámicas con los usuarios. Por ello, depende de las capacidades de las empresas adoptar el papel beneficioso, es decir, lograr que los trabajadores estén capacitados y demuestren un adecuado trato y desarrollen de manera correcta sus actividades (Deulofeu, 2012).

- Las condiciones del servicio

Las condiciones del servicio que ofrece la empresa deben ser accesibles y no muy complejas, puesto que así los usuarios podrán participar, en caso contrario, se les dificultará participar (Deulofeu, 2012).

- Características del comportamiento del usuario

Aquí se tiene la fidelidad de los usuarios y su disponibilidad o acceso para utilizar el servicio de la empresa.

2.3 Bases filosóficas

Arango, Clavijo, Puerta y Sánchez (2014), el término empatía nace de la palabra griega *empathia*, se conoce además con el término de inteligencia interpersonal, nombre impuesto por Howard Gardner y hace referencia a la capacidad mental de un individuo a entender las condiciones emocionales de otro individuo.

Para seguir entendiendo el tema es importante dividir dos términos que por lo general suelen confundirse, siendo tanto la empatía como la simpatía. La primera trata sobre la capacidad y la segunda sobre el proceso donde la persona puede percibir los estados de ánimo de otra persona, sin necesariamente comprenderlos (Arango, Clavijo, Puerta y Sánchez, 2014).

La Inteligencia emocional hace referencia a una estructura que abarca las habilidades de las personas para entablar diálogos con otras personas con determinados afectos, siendo: conciencia de sí mismo (entendimiento del principio de los afectos, monitoreo afectivo (formación para manejar los afectos de manera positiva, incentivo (incentivar a las demás personas) y gestión de vínculos (relacionarse de manera respetuosa con los demás y así mismo). La quinta destreza, es la empatía, es aquella que hace posible que capturemos los afectos de los demás y hacer que se sientan menos solos. No quiere decir que sea un talento, cada persona si tiene las intenciones la desarrollará, solo se necesita abrir la mente y hacer intentos por ver la vida de los demás desde su punto de vista y no desde nuestros ojos. Es importante que se dejen de lado las críticas morales para que exista la empatía, la simpatía y antipatía.

Es el esfuerzo para cumplir un proceso de entendimiento intelectual que posibilite entender los afectos de la otra persona. Por dichos motivos, son unos instrumentos que sacan provecho los especialistas en psicología en sus actividades profesionales de acercarse a sus pacientes (Arango, Clavijo, Puerta y Sánchez, 2014).

Mejor dicho, la empatía consiste en tener la habilidad mental para saber el estado de ánimo de otra persona, con el cual se pueden entender las decisiones que toma ante determinadas situaciones o la forma en la que realiza sus actividades. Con la empatía, aparte de lo mencionado, la persona logra ponerse en el lugar de la otra persona, para entender de mejor manera lo que esta está viviendo. Es importante enfatizar que para desarrollar la empatía se necesita algo de inteligencia, por tal motivo, aquellos que sufren del síndrome de Asperger, autismo o alguna otra psicopatía no pueden. (Arango, Clavijo, Puerta y Sánchez, 2014).

2.4 Definición de términos básicos

Empatía

Es la capacidad más emotiva, la cual comprende afectos fuertes de afección y padecimiento (Esquerda, Yuguero, Viñas y Pifarré, 2016).

Empatía cognitiva

Es la habilidad de entender la perspectiva o situación cognitiva de otra persona (Carpena, 2016).

Empatía emocional

Es la habilidad de reaccionar frente a un afecto apropiado a las situaciones cognitivas de la otra persona (Carpena, 2016).

Satisfacción del usuario

Es cuando una persona se siente dichosa y está de acuerdo con el servicio recibido, ya que llena sus carencias, caprichos y aspiraciones (Sánchez, 2015).

Expectativas

Son los hechos o resultados que se espera que sucedan o se logren de la forma esperada (Kotler y Keller, 2012).

Percepción

Es la captación de estímulos por medio de los sentidos de las personas (Kotler y Keller, 2012).

Quejas

Son las manifestaciones de los usuarios o clientes donde expresan a la empresa su incomodidad o insatisfacción con el servicio prestado (Kotler y Keller, 2012).

2.5 Hipótesis de investigación

2.5.1 Hipótesis general

La empatía del profesional de salud influye significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Clínica Dental Buccaris, distrito de Sayán.

2.5.2 Hipótesis específicas

- a. La empatía cognitiva del profesional de salud influye significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Clínica Dental Buccaris, distrito de Sayán.
- b. La empatía emocional del profesional de salud influye significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Clínica Dental Buccaris, distrito de Sayán.

2.6 Operacionalización de las variables

| Variable independiente | Dimensiones | Indicadores |
|-------------------------------|--------------------------|---|
| EMPATÍA | <i>Empatía cognitiva</i> | <ul style="list-style-type: none">- Comprensión de la opinión del usuario.- Adopción del punto de vista del usuario.- Identificación de las necesidades.- Comprensión de los problemas.- Tendencia a ver las cosas desde la perspectiva del usuario.- Facilidad de ponerse en el lugar del usuario.- Capacidad de conocer los pensamientos del usuario. |
| | <i>Empatía emocional</i> | <ul style="list-style-type: none">- Comprensión del estado emocional.- Interés en los problemas del usuario.- Identificación de los sentimientos del usuario. |

| | | |
|--|--|--|
| | | <ul style="list-style-type: none"> - Sentimientos de compasión. - Preocupación por el usuario. - Capacidad de reconocimiento del sufrimiento del usuario. |
|--|--|--|

Fuente: Carpena (2016).

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

Fuente: Kotler y Keller (2012).



CAPÍTULO III METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

Fue básica, ya que en la investigación se generaron conocimientos por medio de teorías y conocimientos científicos previos, para conocer de manera más clara la realidad problemática (Díaz, Escalona, Castro, León y Ramírez, 2013).

Fue de nivel correlacional, ya que determinó la relación de las variables (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Fue de diseño no experimental, ya que no se modificaron las variables consideradas (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Contó con enfoque cuantitativo, ya que se utilizó la estadística para realizar las conclusiones correspondientes, además que se utilizaron escalas numéricas para valorar la problemática (Muñoz, 2011).

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población

Se consideró a 192 usuarios de la Clínica Dental Buccaris, distrito de Sayán.

3.2.2 Muestra

Para hallarla se utilizó la siguiente fórmula:

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

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:

$$n = \frac{3.8416 * 0.5 * 0.5 * 74}{0.0025(192 - 1) + 3.8416 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 128.84$$

La muestra se encuentra representada por 128 usuarios de la Clínica Dental Buccaris, distrito de Sayán.

3.3 Técnicas de recolección de datos

Se utilizó como técnica a la encuesta y como instrumento, al cuestionario, el cual se enfocó en recopilar datos de las variables consideradas.

3.4 Técnicas para el procesamiento de la información

Se utilizó la prueba de normalidad de Kolmogorov – Smirnov, asimismo se utilizó el Rho de Spearman. También se utilizó el software SPSS y los resultados se presentaron mediante tablas y figuras.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Análisis de resultados

A. Resultados univariante

Tabla 1

Resultado de las dimensiones de la empatía

| | Alta | | Regular | | Baja | |
|-------------------|------|-------|---------|-------|------|-------|
| | f | % | f | % | f | % |
| Empatía cognitiva | 33 | 25.8% | 66 | 51.6% | 29 | 22.7% |
| Empatía emocional | 24 | 18.8% | 73 | 57.0% | 31 | 24.2% |

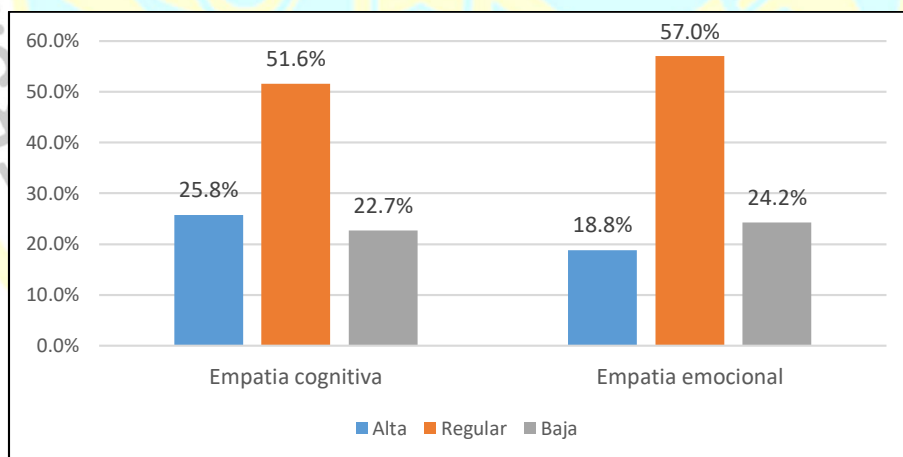


Figura 1. Dimensiones de la empatía.

Tabla 1, en referencia a la empatía cognitiva el 25,8% de los encuestados calificaron que el personal de enfermería presenta un nivel alto, el 51,6% indicaron que evidencian un nivel regular y el 22,7% mencionó que su nivel está en un grado bajo. Por otra parte, en la empatía emocional el 18,8% mencionó que el personal de enfermería posee una alta empatía, el 57% respondió que presentan en un nivel regular y el 24,2% manifestaron que está en un grado bajo.

Tabla 2

Resultado de los indicadores de la empatía cognitiva

| | N | | CN | | AV | | CS | | S | |
|--|----|-------|----|-------|----|-------|----|-------|----|-------|
| | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % |
| 1. El profesional se interesa por conocer la opinión del usuario. | 39 | 30.5% | 26 | 20.3% | 16 | 12.5% | 21 | 16.4% | 26 | 20.3% |
| 2. El profesional ve las cosas desde el punto de vista del usuario. | 43 | 33.6% | 23 | 18.0% | 21 | 16.4% | 20 | 15.6% | 21 | 16.4% |
| 3. El profesional se identifica con las necesidades del usuario. | 53 | 41.4% | 20 | 15.6% | 10 | 7.8% | 26 | 20.3% | 19 | 14.8% |
| 4. El profesional comprende los problemas del usuario. | 46 | 35.9% | 13 | 10.2% | 18 | 14.1% | 24 | 18.8% | 27 | 21.1% |
| 5. El profesional tiende a ver las cosas desde la perspectiva del usuario. | 31 | 24.2% | 38 | 29.7% | 12 | 9.4% | 27 | 21.1% | 20 | 15.6% |
| 6. El profesional tiene la facilidad de ponerse en el lugar del usuario. | 28 | 21.9% | 35 | 27.3% | 23 | 18.0% | 22 | 17.2% | 20 | 15.6% |
| 7. El profesional tiene la capacidad de tomarse el tiempo para conocer los pensamientos del usuario. | 14 | 10.9% | 32 | 25.0% | 41 | 32.0% | 23 | 18.0% | 18 | 14.1% |

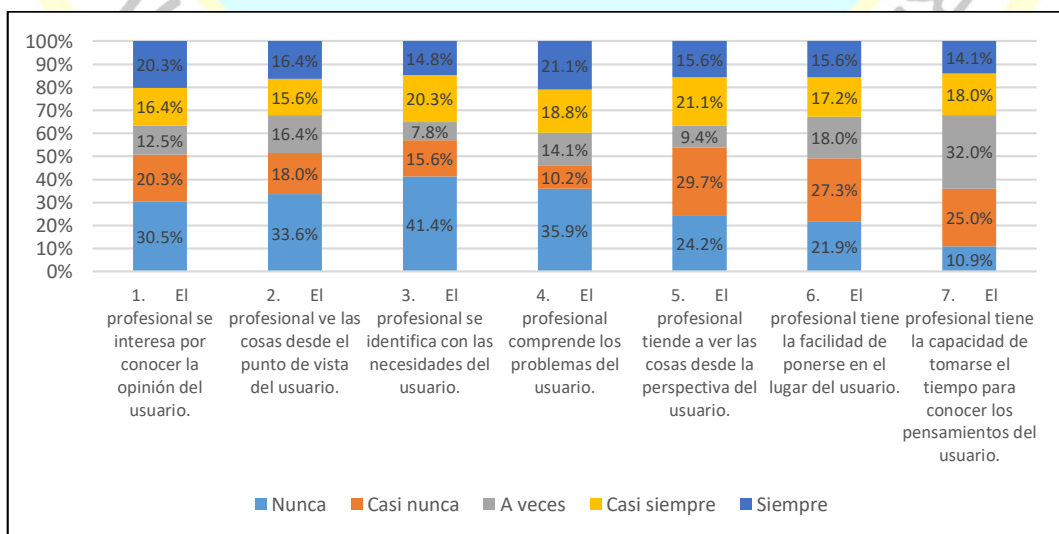


Figura 2. Indicadores de la empatía cognitiva.

Tabla 2, los aspectos de la empatía cognitiva se presenta a continuación las debilidades como en el caso del 50,8% no le interesa por conocer la opinión del usuario, en el 51,6% mencionó que no ve las cosas desde el punto de vista del usuario, por otra parte, el 57% ratificó que no se identifica con las necesidades del usuario. En el caso del 46,1% mencionó que no comprende los problemas del usuario, por otra parte, el 53,9% mencionó que no tiende a ver las cosas desde la perspectiva del usuario. En cuanto al 49,2% indicó que no tiene la facilidad de ponerse en el lugar del usuario. Finalmente, el 35,9% mencionó que no tiene la capacidad de tomarse el tiempo para conocer los pensamientos del usuario.

Tabla 3

Resultado de los indicadores de la empatía emocional

| | N | | CN | | AV | | CS | | S | |
|--|----|-------|----|-------|----|-------|----|-------|----|-------|
| | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % |
| 8. El profesional tiene la capacidad de comprender el estado emocional del usuario. | 50 | 39.1% | 21 | 16.4% | 19 | 14.8% | 17 | 13.3% | 21 | 16.4% |
| 9. El profesional se interesa por los problemas del usuario. | 26 | 20.3% | 40 | 31.3% | 22 | 17.2% | 23 | 18.0% | 17 | 13.3% |
| 10. El profesional identifica los sentimientos del usuario. | 20 | 15.6% | 44 | 34.4% | 19 | 14.8% | 24 | 18.8% | 21 | 16.4% |
| 11. El profesional muestra tener sentimientos de compasión por los problemas que pueda presentar el usuario. | 37 | 28.9% | 29 | 22.7% | 23 | 18.0% | 23 | 18.0% | 16 | 12.5% |
| 12. El profesional se preocupa por el usuario. | 24 | 18.8% | 33 | 25.8% | 27 | 21.1% | 25 | 19.5% | 19 | 14.8% |
| 13. El profesional tiene la capacidad de reconocer y respetar el sufrimiento del usuario. | 53 | 41.4% | 15 | 11.7% | 19 | 14.8% | 19 | 14.8% | 22 | 17.2% |

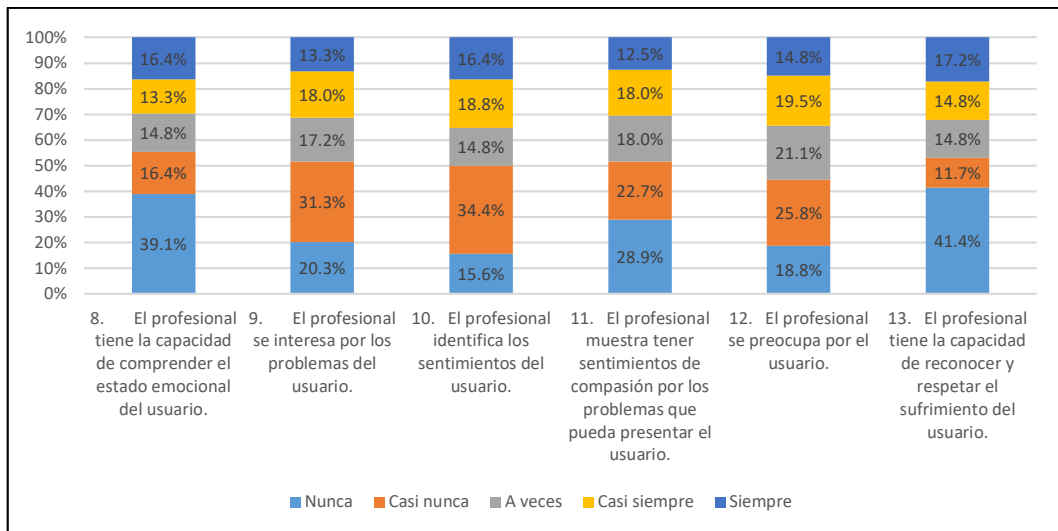


Figura 3. Indicadores de la empatía emocional.

Tabla 3, en los aspectos de la empatía cognitiva se presenta a continuación las debilidades como en el caso del 55,5% no tiene la capacidad de comprender el estado emocional del usuario, en el 51,6% mencionó que no se interesa por los problemas del usuario, por otra parte, el 57% ratificó que no identifica los sentimientos del usuario. En el caso del 46,1% mencionó que no comprende los problemas del usuario, por otra parte, el 51,6% mencionó que no muestra tener sentimientos de compasión por los problemas que pueda presentar el usuario. En cuanto al 44,6% indicó que no se preocupa por el usuario. Finalmente, el 53,1% mencionó que no tiene la capacidad de reconocer y respetar el sufrimiento del usuario.

Tabla 4
Resultado de la empatía

| | f | % |
|-------------|-----|-------|
| Válido Alta | 31 | 24,2 |
| Regular | 68 | 53,1 |
| Baja | 29 | 22,7 |
| Total | 128 | 100,0 |

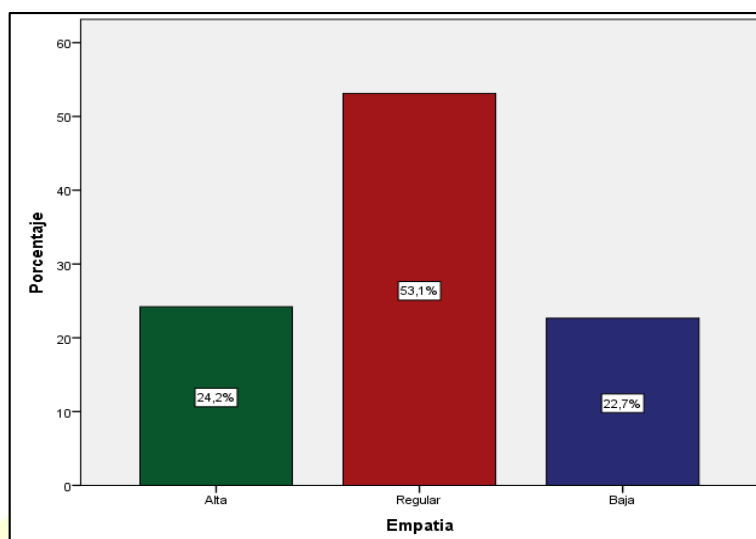


Figura 4. Dimensiones de la empatía.

Tabla 4, en referencia a la empatía el 24,2% de los encuestados calificaron que el personal de enfermería presenta una alta empatía, el 53,1% indicaron que evidencian un nivel regular y el 22,7% mencionó que su nivel está en un grado bajo.

Tabla 5

Resultado de las dimensiones de la satisfacción del usuario

| | Buena | | Promedio | | Mala | |
|-------------|-------|-------|----------|-------|------|-------|
| | f | % | f | % | f | % |
| Expectativa | 28 | 21.9% | 65 | 50.8% | 35 | 27.3% |
| Percepción | 31 | 24.2% | 58 | 45.3% | 39 | 30.5% |
| Quejas | 35 | 27.3% | 48 | 37.5% | 45 | 35.2% |

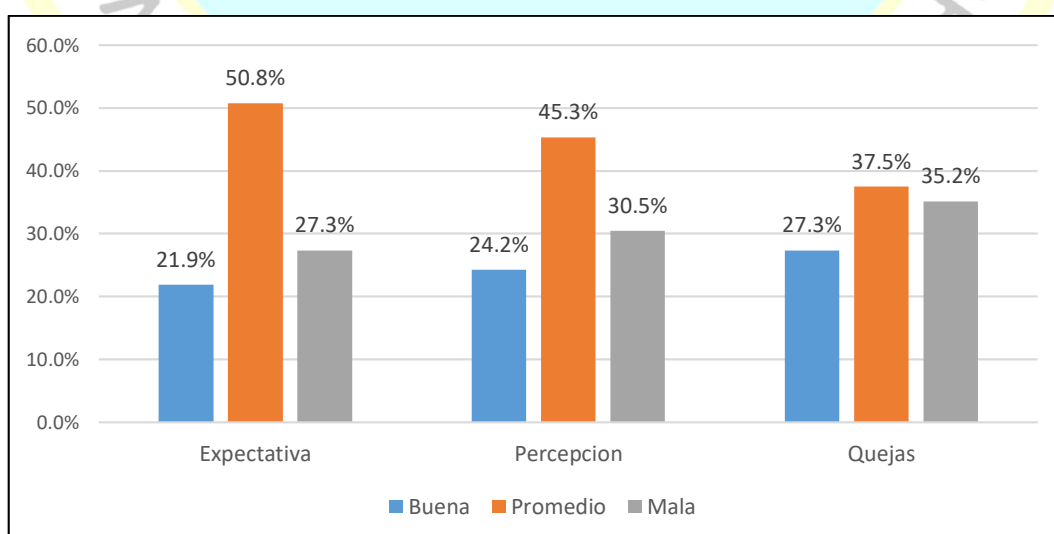


Figura 5. Dimensiones de la satisfacción del usuario.

Tabla 5, en la expectativa el 21,9% de los usuarios presentan una buena satisfacción, el 50,8% evidenciaron una satisfacción promedio y el 27,3% plasmaron una mala satisfacción. En segundo lugar, con respecto a la percepción el 24,2% de los usuarios presentan una buena satisfacción, el 45,3% evidenciaron una satisfacción promedio y el 30,5% plasmaron una mala satisfacción. Por último, en referencia a las quejas el 27,3% de los usuarios presentan una buena satisfacción, el 37,5% evidenciaron una satisfacción promedio y el 35,2% plasmaron una mala satisfacción.

Tabla 6
Resultado de los indicadores de la expectativa

| | N | | CN | | AV | | CS | | S | |
|--|----|-------|----|-------|----|-------|----|-------|----|-------|
| | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % |
| 14. Se siente satisfecho con las experiencias previas con la clínica. | 22 | 17.2% | 48 | 37.5% | 22 | 17.2% | 19 | 14.8% | 17 | 13.3% |
| 15. Debido a la satisfacción que siente por la atención recibida, es posible que recomiende a terceros. | 55 | 43.0% | 21 | 16.4% | 16 | 12.5% | 19 | 14.8% | 17 | 13.3% |
| 16. Se siente satisfecho con la información y la explicación del profesional con respecto a los cuidados que recibirá. | 49 | 38.3% | 18 | 14.1% | 25 | 19.5% | 18 | 14.1% | 18 | 14.1% |
| 17. Siente confianza hacia a clínica. | 45 | 35.2% | 31 | 24.2% | 15 | 11.7% | 22 | 17.2% | 15 | 11.7% |

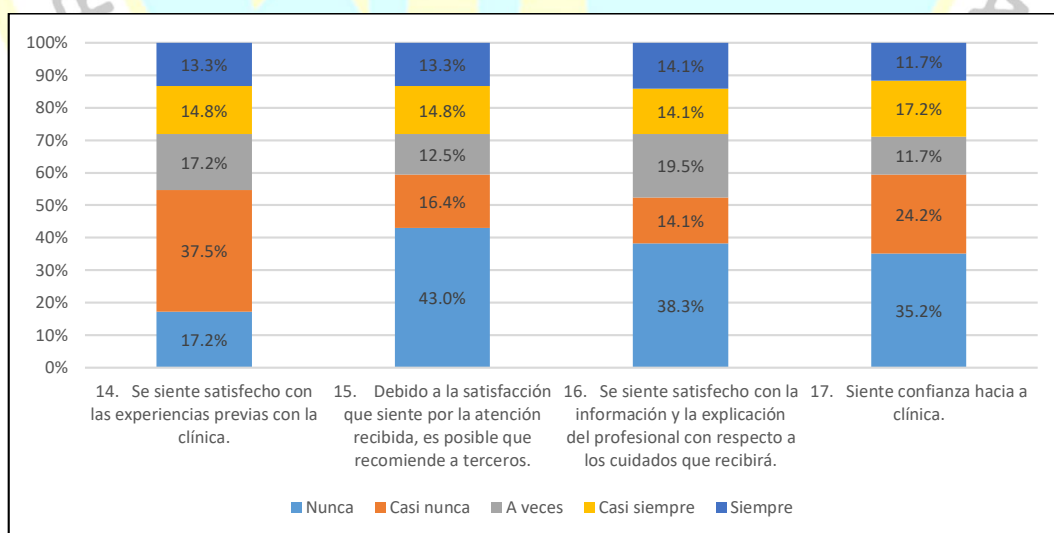


Figura 6. Indicadores de la expectativa.

Tabla 6, en cuanto a la expectativa el 54,7% demuestra que no se siente satisfecho con las experiencias previas con la clínica, en el caso del 59,4% indicó que, por la atención recibida, no es posible que recomiende a terceros, en el caso del 57,1% mencionó que no se siente satisfecho con la información y la explicación del profesional con respecto a los cuidados que recibirá y el 59,4% indicaron que no siente confianza hacia a clínica.

Tabla 7
Resultado de los indicadores de la percepción

| | N | | CN | | AV | | CS | | S | |
|---|----|-------|----|-------|----|-------|----|-------|----|-------|
| | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % |
| 18. El personal inspira confianza para que usted se sienta seguro. | 21 | 16.4% | 49 | 38.3% | 30 | 23.4% | 20 | 15.6% | 8 | 6.3% |
| 19. Se siente satisfecho con la rapidez que el profesional le brinda la información que usted necesita. | 43 | 33.6% | 26 | 20.3% | 18 | 14.1% | 16 | 12.5% | 25 | 19.5% |
| 20. Por lo general, el profesional le brinda el servicio en el momento esperado. | 29 | 22.7% | 36 | 28.1% | 22 | 17.2% | 20 | 15.6% | 21 | 16.4% |

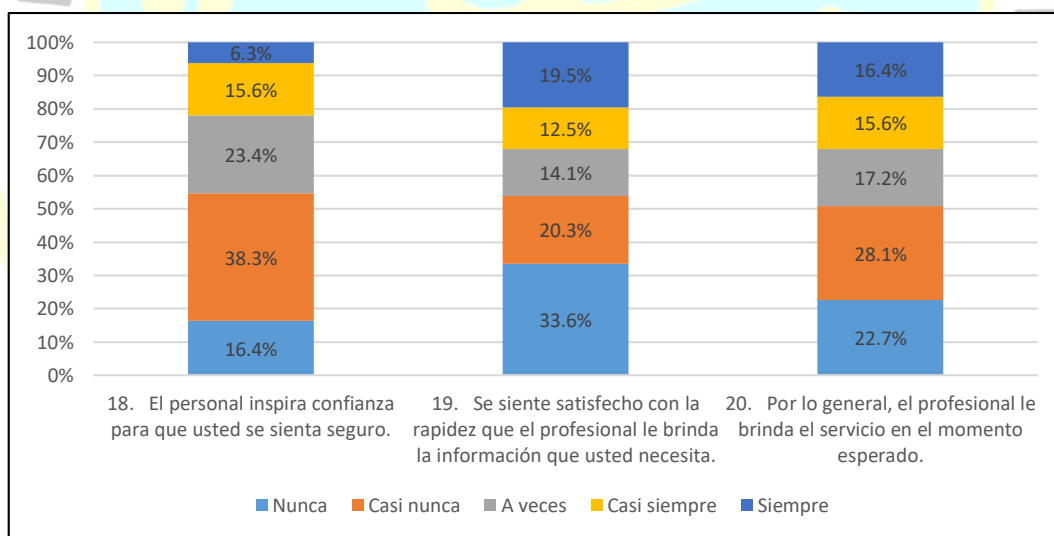


Figura 7. Indicadores de la percepción.

Tabla 7, en cuanto a la expectativa el 54,7% demuestra que el personal no inspira confianza para que usted se sienta seguro, en el caso del 53,9% indicó que no se siente satisfecho con la rapidez que el profesional le brinda la información que usted necesita y en el caso del 50,8% mencionó que el profesional no le brinda el servicio en el momento esperado.

Tabla 8

Resultado de los indicadores de la quejas

| | N | | CN | | AV | | CS | | S | |
|---|----|-------|----|-------|----|-------|----|-------|----|-------|
| | f | % | f | % | f | % | f | % | f | % |
| 21. Frente a cualquier queja o reclamo, el profesional siempre encuentra una solución rápida. | 47 | 36.7% | 23 | 18.0% | 21 | 16.4% | 20 | 15.6% | 17 | 13.3% |
| 22. Encuentra facilidades para exponer sus quejas. | 33 | 25.8% | 39 | 30.5% | 16 | 12.5% | 16 | 12.5% | 24 | 18.8% |

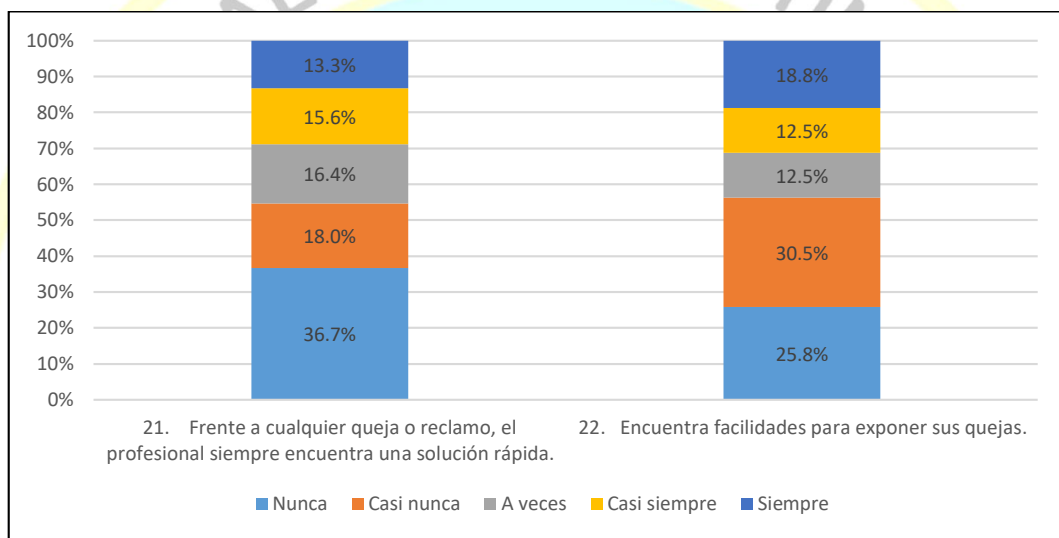


Figura 8. Indicadores de las quejas.

Tabla 8, en cuanto a la expectativa el 54,7% demuestra que, frente a cualquier queja o reclamo, el profesional no siempre encuentra una solución rápida y en el caso del 56,3% indicó que no se encuentra facilidades para exponer sus quejas.

Tabla 9

Resultado de la satisfacción del usuario

| | | f | % |
|--------|----------|-----|-------|
| Válido | Buena | 16 | 12,5 |
| | Promedio | 82 | 64,1 |
| | Mala | 30 | 23,4 |
| | Total | 128 | 100,0 |

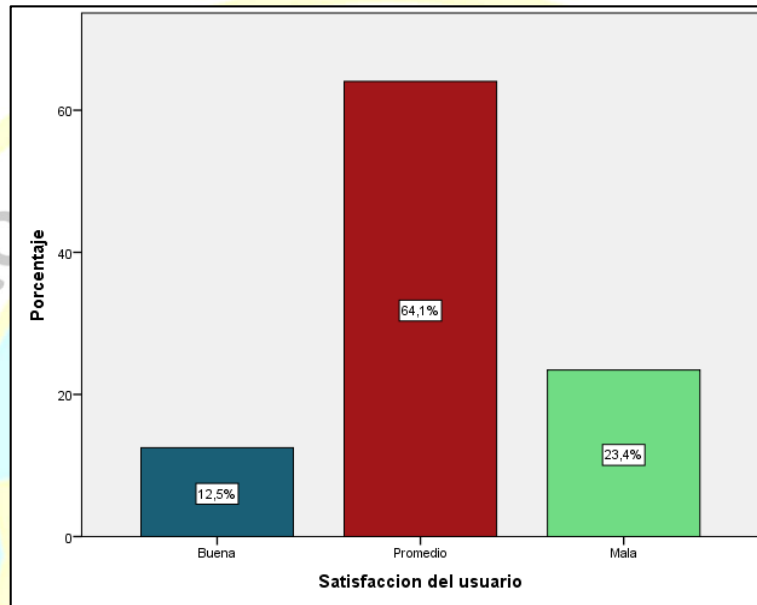


Figura 9. Satisfacción del usuario.

Tabla 9, en la expectativa el 12,5% de los usuarios presentan una buena satisfacción, el 64.1% evidenciaron una satisfacción promedio y el 23,4% plasmaron una mala satisfacción.

B. Análisis bivariado

Tabla 10

Resultado de las dimensiones de empatía según la satisfacción del usuario

| | | Satisfacción del usuario | | | | | |
|-------------------|---------|--------------------------|-------|----------|-------|------|-------|
| | | Buena | | Promedio | | Mala | |
| | | f | % | f | % | f | % |
| Empatía cognitiva | Alta | 5 | 3.9% | 28 | 21.9% | 0 | 0.0% |
| | Regular | 11 | 8.6% | 54 | 42.2% | 1 | 0.8% |
| | Baja | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 29 | 22.7% |
| Empatía emocional | Alta | 2 | 1.6% | 22 | 17.2% | 0 | 0.0% |
| | Regular | 14 | 10.9% | 59 | 46.1% | 0 | 0.0% |
| | Baja | 0 | 0.0% | 1 | .8% | 30 | 23.4% |

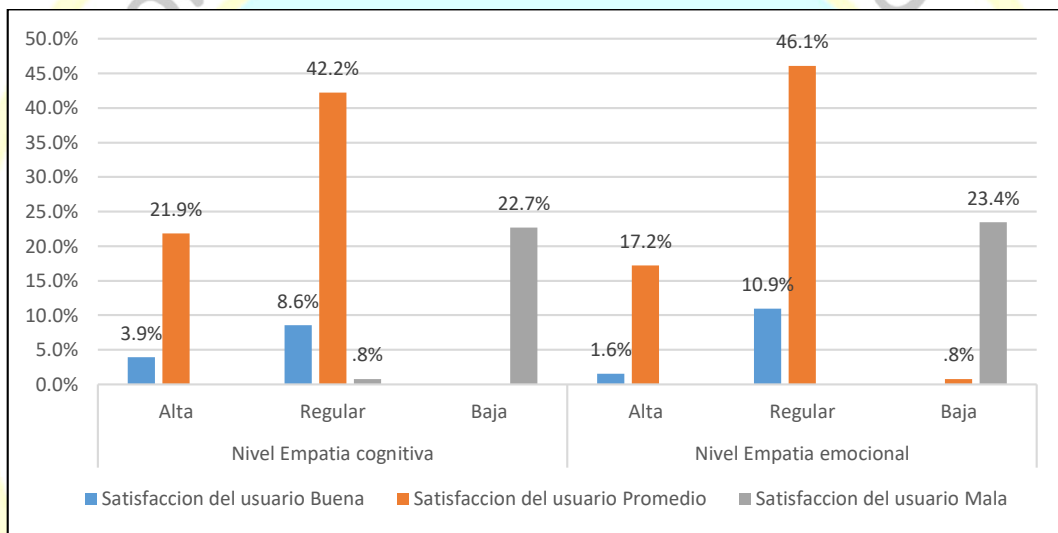


Figura 10. Dimensiones de la empatía según la Satisfacción del usuario.

Tabla 10, del total de encuestados que calificó la empatía cognitiva del personal de enfermería en un nivel alto el 3,9% manifestó una alta satisfacción y el 21,9% presentó una satisfacción promedio. Por otro lado, del total de encuestados que indicó que el personal de enfermería demuestra una empatía en un grado regular el 8,6% presenta una satisfacción alta, el 42,2% una satisfacción promedio y el 0,8% evidencia una satisfacción mala. Por último, del total de encuestados que calificó la empatía del personal de enfermería en un nivel bajo el 22,7% presenta una mala satisfacción. Consecuentemente en la empatía emocional del personal de enfermería en un nivel alto el 1,6% manifestó una alta satisfacción y el 17,2%

presentó una satisfacción promedio. Por otro lado, del total de encuestados que indicó que el personal de enfermería demuestra una empatía en un grado regular el 10,9% presenta una satisfacción alta y el 46,1% una satisfacción promedio. Por último, del total de encuestados que calificó la empatía del personal de enfermería en un nivel bajo el 0,8% determinó una satisfacción promedio y el 22,7% presenta una mala satisfacción.

Tabla 11

Resultado de la empatía según la satisfacción del usuario

| | | Satisfacción del usuario | | | | | |
|------------------|---------|--------------------------|------|----------|-------|------|-------|
| | | Buena | | Promedio | | Mala | |
| | | f | % | f | % | f | % |
| Nivel de Empatía | Alta | 5 | 3.9% | 26 | 20.3% | 0 | 0.0% |
| | Regular | 11 | 8.6% | 56 | 43.8% | 1 | .8% |
| | Baja | 0 | 0.0% | 0 | 0.0% | 29 | 22.7% |

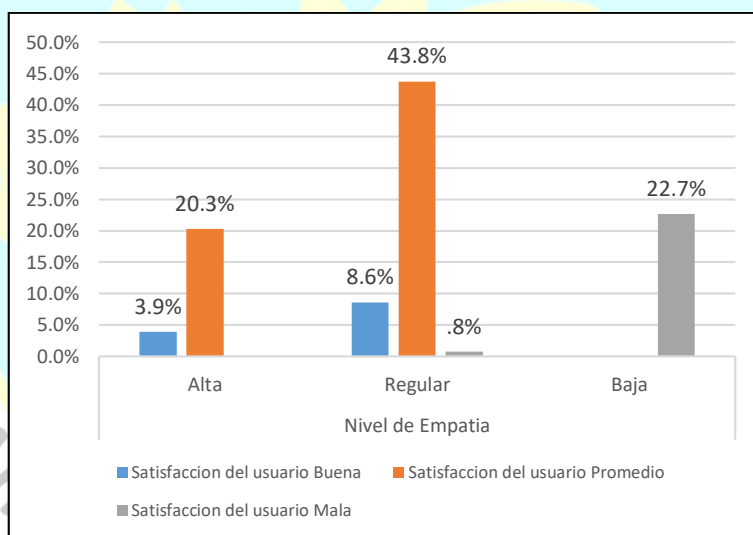


Figura 11. La empatía según la Satisfacción del usuario.

Tabla 11, del total de encuestados que calificó la empatía del personal de enfermería en un nivel alto el 3,9% manifestó una alta satisfacción y el 20,3% presentó una satisfacción promedio. Por otro lado, del total de encuestados que indicó que el personal de enfermería demuestra una empatía en un grado regular el 8,6% presenta una satisfacción alta, el 43,8% una satisfacción promedio y el 0,8% evidencia una satisfacción mala. Por último, del total de encuestados que calificó la empatía del personal de enfermería en un nivel bajo el 22,7% presenta una mala satisfacción.

C. Prueba de normalidad

Se utilizó la prueba Kolmogorov-Smirnov(a) para los resultados, posteriormente, considerando la distribución de los datos obtenidos, se utilizó la prueba estadística: Rho de Spearman, considerando como nivel de significancia: 0,05.

Tabla 12
Pruebas de normalidad

| | Kolmogorov-Smirnov ^a | | |
|--------------------------|---------------------------------|-----|------|
| | Estadístico | gl | Sig. |
| Empatía | .169 | 128 | .000 |
| Empatía cognitiva | .148 | 128 | .000 |
| Empatía emocional | .133 | 128 | .000 |
| Satisfacción del usuario | .157 | 128 | .000 |

a. Corrección de significación de Lilliefors

4.2 Contrastación de hipótesis

Hipótesis General

Tabla 13
Correlación de Rho de Spearman entre la empatía del profesional y la satisfacción del usuario

| | | Empatía | Satisfacción del usuario |
|------------------|--------------------------|-----------------------------|--------------------------|
| Rho de Spearman | Empatía | Coefficiente de correlación | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 |
| | N | | 128 |
| | Satisfacción del usuario | Coefficiente de correlación | ,62** |
| Sig. (bilateral) | | ,000 | . |
| N | | 128 | |

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

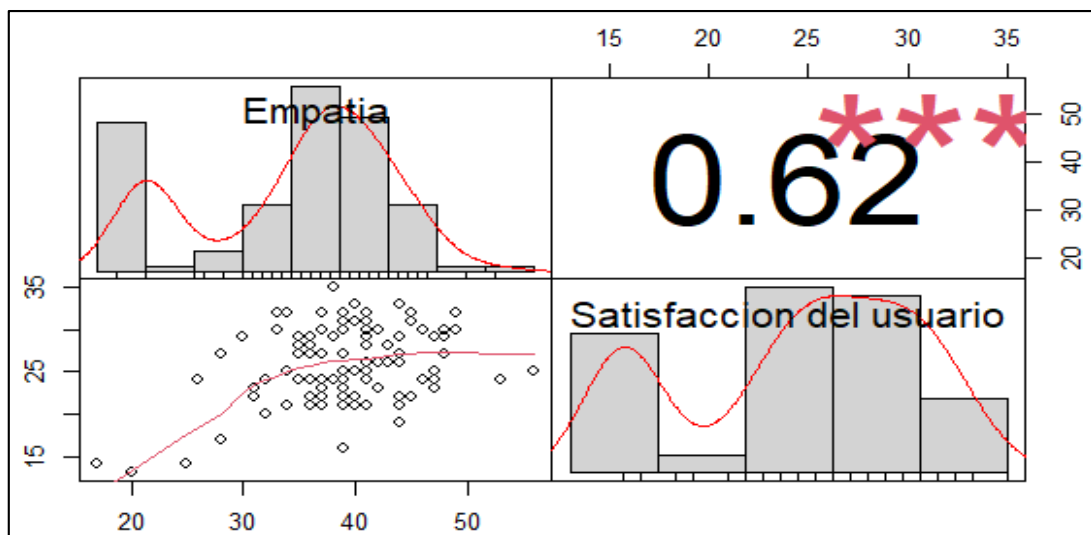


Figura 12. Empatía y satisfacción del usuario.

La Tabla 13 registra los valores del coeficiente y la significancia, por eso permite aceptar la hipótesis:

La empatía del profesional de salud influye significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Clínica Dental Buccaris, distrito de Sayán.

Hipótesis específica 1

Tabla 14

Correlación de Rho de Spearman entre la empatía cognitiva del profesional y la satisfacción del usuario

| | | Empatía cognitiva | Satisfacción del usuario |
|--------------------------|----------------------------|-------------------|--------------------------|
| Rho de Spearman | Empatía cognitiva | | |
| | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,63** |
| | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | N | 128 | 128 |
| Satisfacción del usuario | Satisfacción del usuario | | |
| | Coeficiente de correlación | ,627** | 1,000 |
| | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | N | 128 | 128 |

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

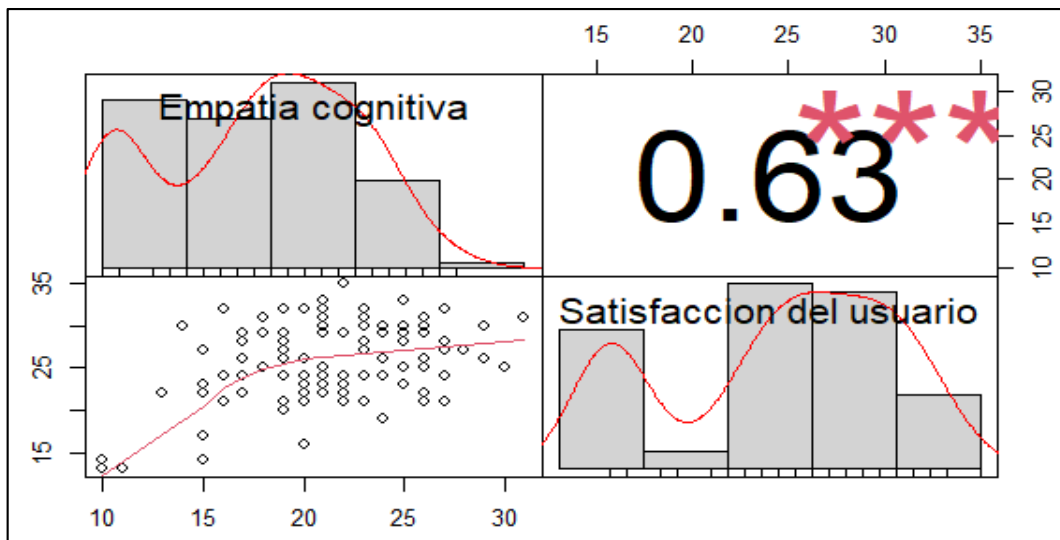


Figura 13. Empatía cognitiva y satisfacción del usuario.

La Tabla 14 registra los valores del coeficiente y la significancia, por eso permite aceptar la hipótesis:

La empatía cognitiva del profesional de salud influye significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Clínica Dental Buccaris, distrito de Sayán.

Hipótesis específica 2

Tabla 15

Correlación de Rho de Spearman entre la empatía emocional del profesional y la satisfacción del usuario

| | | Empatía emocional | Satisfacción del usuario |
|-----------------|--------------------------|-------------------|--------------------------|
| Rho de Spearman | Empatía emocional | 1,000 | ,56** |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 |
| | | N | 128 |
| | Satisfacción del usuario | ,56** | 1,000 |
| | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | N | 128 | 128 |

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

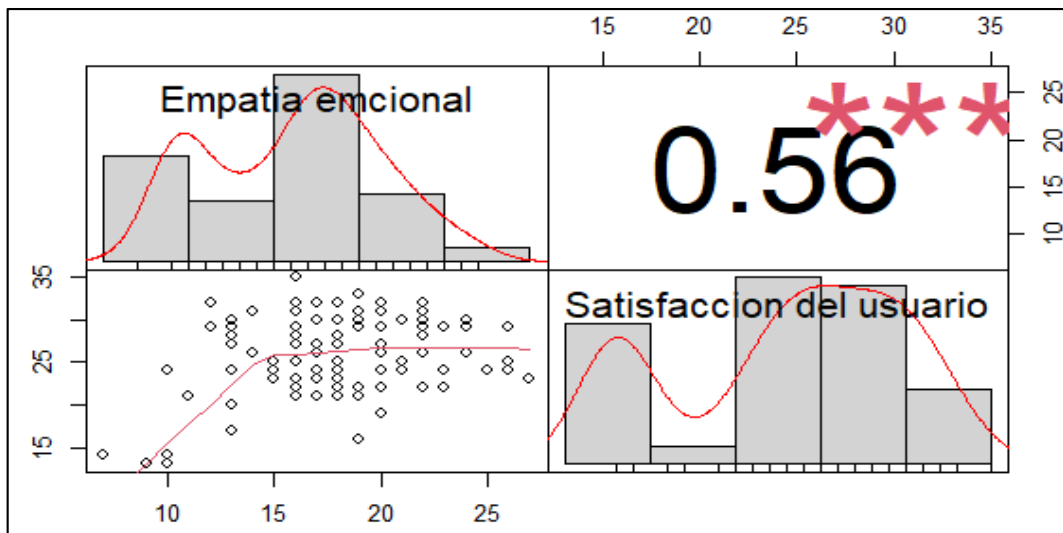
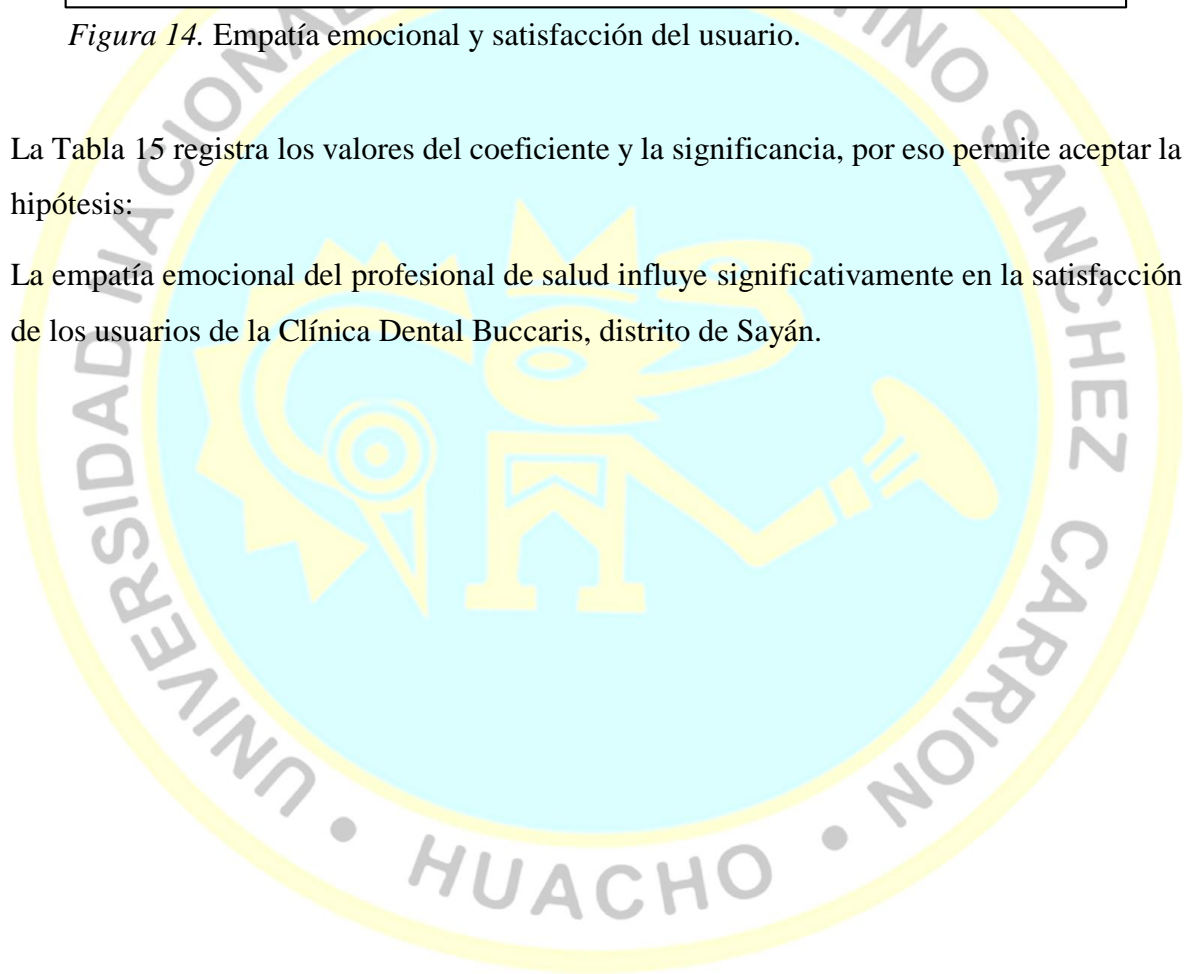


Figura 14. Empatía emocional y satisfacción del usuario.

La Tabla 15 registra los valores del coeficiente y la significancia, por eso permite aceptar la hipótesis:

La empatía emocional del profesional de salud influye significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Clínica Dental Buccaris, distrito de Sayán.



CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

5.1 Discusión de resultados

La presente investigación se proyectó como objetivo principal: Establecer de qué manera la empatía del profesional de salud influye en la satisfacción de los usuarios de la Clínica Dental Buccaris, distrito de Sayán; cuyos hallazgos inferenciales tenemos en la prueba estadística de Rho de Spearman es de 0.62 evidenciando un grado positivo moderado con un nivel de significancia $p = 0.00 < 0.05$. En este contexto, podemos precisar que hoy en día, tanto en instituciones públicas como privadas dedicadas al sector salud, hay un interés creciente por tener mejores conocimientos relacionados con la satisfacción del usuario, para mejorarla. Se hace cada vez más común la evaluación de la satisfacción del usuario desde su perspectiva. A partir de ello, se puede obtener del usuario diferentes conceptos y actitudes en relación a la atención recibida. Y una de estas actitudes es la empatía, pues al tomar en cuenta lo que otras personas con las que se está tratando siente, hacer llegar a un mejor plano en las relaciones interpersonales, se brinda una atención de alta calidad y, por consiguiente, lograr una adecuada satisfacción del usuario. Según en el ámbito internacional, diversos estudios han identificado problemáticas referentes a la satisfacción del usuario, Potes (2019) concluyó que fenómenos tales como los tiempos de espera excesivos, horarios de servicio inadecuados o el diferimiento de citas tienen repercusiones directas en la atención lo que genera como consecuencia la insatisfacción del usuario. Asimismo, estudios realizados sobre empatía, como el de Guilera (2017), indica que principalmente los profesionales de la salud, por lo general no son empáticos y esto se debe a diferentes circunstancias que dañan la relación con los pacientes, debido a su trato poco amable, esto repercute en pronóstico clínico del paciente. Por otro lado, en el ámbito nacional, Quispe

(2020) concluyó que debido a la alta demanda de pacientes el personal de salud es insuficiente por lo que generó la insatisfacción de los usuarios externos, factor que fue necesario evaluar para plantear actos y planes beneficiosos de la institución. Además, Chumbe y Marchen (2018), en función a sus resultados, identificaron una relación negativa entre las actitudes, habiendo destacado la empatía y el rendimiento laboral de los enfermeros que, sin duda, repercuten en el desempeño laboral, así como en clima organizacional.

La presente investigación se proyectó como primer objetivo específico: Establecer de qué manera la empatía cognitiva del profesional de salud influye en la satisfacción de los usuarios de la Clínica Dental Buccaris, distrito de Sayán; cuyos hallazgos inferenciales tenemos en la prueba estadística de Rho de Spearman es de 0.63 evidenciando un grado positivo moderado con un nivel de significancia $p = 0.00 < 0.05$. En este contexto Balart (2013), mencionó que aquel individuo empático, desarrolla la habilidad cognitiva de experimentar los sentimientos del otro individuo, lo que hace posible comprender su conducta y da el poder de comunicarse positivamente con la otra persona, respetando sus ideas, puntos de vista y buscando consensos entre ambos. Por tal motivo, los individuos empáticos por lo general logran el éxito, puesto que la empatía ayuda a los vínculos entre personas, los consensos, la habilidad de convencer y la formación del carisma. Por consiguiente, en los resultados descriptivos se demuestra que el 42.2% que calificó la empatía del personal en un nivel regular presenta una satisfacción promedio, esto debido a que en la Clínica Dental Buccaris se ha podido identificar problemas ya que les resulta que el personal no tiene un interés de crear lazos afectivos con los usuarios o que el usuario no aprecia sentimientos de preocupación por parte del personal por lo que es difícil entablar una relación cercana con este. Dichos resultados son similares a Quispe (2017) en su investigación concluyó que alrededor de 40% de usuarios externos terminaron del servicio de cirugía con poca satisfacción y un 20% sin satisfacción, ya que no existen materiales, medicinas, el suficiente acceso a los exámenes complementarios, ya que no tuvieron el alimento, todas estas afecciones condujeron a estos usuarios a adquirir de su dinero para solventar sus carencias.

La presente investigación se proyectó como segundo objetivo específico: Establecer de qué manera la empatía emocional del profesional de salud influye en la satisfacción de los usuarios de la Clínica Dental Buccaris, distrito de Sayán; cuyos hallazgos inferenciales tenemos en la prueba estadística de Rho de Spearman es de 0.56 evidenciando un grado positivo moderado con un nivel de significancia $p = 0.00 < 0.05$. En este contexto Galvis (2015) menciona si un individuo siente mucha angustia y al ver a otro su condición anímica cambia totalmente por solo estar con esta, está experimentado la empatía. No es importante para esto que los dos individuos, pasen por hechos similares, sino que uno de ellos sepa comprender los recados no verbales, y asimismo los verbales, que el otro individuo emite y muestre acciones de lo que el otro requiere para sentirse comprendido. Por lo general, un problema que se presenta si dos individuos intentan comunicarse es si uno de estos debe retraer afectos o incluso hacer bromas hará que la otra se sienta segura. Hecho que sucede porque dicho individuo atraviesa por algunos obstáculos entre esta, los afectos y del otro individuo. Por consiguiente, en los resultados descriptivos se demuestra que el 46.1% que calificó la empatía del personal en un nivel regular presenta una satisfacción promedio, esto debido a que en la Clínica Dental Buccaris se ha podido identificar problemas ya que les resulta que el personal no tiene la capacidad de comprender el estado emocional del usuario provocando que el usuario no sienta un ambiente de confianza y mucho menos comodidad. Estos resultados coinciden en la investigación de Arana (2017) donde concluyó que ambas variables poseen relación significativa.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

Se concluye que la empatía cognitiva del profesional de salud influye significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Clínica Dental Buccaris, distrito de Sayán. Es decir, a medida que el personal se identifique con los usuarios para entablar una relación cercana para conocer sus necesidades será mayor la satisfacción que siente por la atención recibida.

Se concluye que la empatía emocional del profesional de salud influye significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Clínica Dental Buccaris, distrito de Sayán. Es decir, a medida que el personal tenga la capacidad de reconocer y comprender el estado emocional del usuario será mayor la seguridad que sienta por el servicio esperado.

Por lo tanto

Se concluye que la empatía del profesional de salud influye significativamente en la satisfacción de los usuarios de la Clínica Dental Buccaris, distrito de Sayán.

6.2 Recomendaciones

Reforzar en el personal de enfermería la adquisición de habilidades y desarrollo de actitudes en la interacción humana para entablar una relación cercana y conocer las necesidades de sus pacientes.

Implementar talleres enfocados en el fortalecimiento de la capacidad del personal de enfermería en reconocer y comprender el estado emocional del usuario con el fin que se vea reflejado una mayor seguridad en el usuario por el servicio esperado.

REFERENCIAS

7.1 Fuentes bibliográficas

- Alles, M. (2012). *Dirección Estratégica de Recursos Humanos*. Buenos Aires, Argentina: Granica.
- Carpena, A. (2016). *La empatía es posible. Educación emocional para una sociedad empática*. Bilbao: Desclée De Brouwer.
- Chiavenato, I. (2017). *Administración de recursos humanos* (10 ed.). España: Mc Graw Hill.
- Deulofeu, J. (2012). *Gestión de calidad total en el retail. Con la implicación de personas y satisfacción del cliente y la sociedad*. Madrid: Ediciones Piramide.
- Fernández, D., & Fernández, E. (2015). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. España: Paraninfo.
- Hoffman, K., & Bateson, J. (2012). *Marketing de servicios. Conceptos, estrategias y casos* (4 ed.). México: Cengage Learning.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de marketing* (14 ed.). México: Pearson.
- Muñoz, C. (2011). *Como elaborar y asesorar una investigación de tesis* (2 ed.). México: Pearson.
- Palomo, M. (2014). *Atención al cliente*. España, España: Paraninfo.
- Ríos, R. (2015). *El Talento Humano en los Sistemas de Gestión*. Colombia: Icontec internacional.
- Sánchez, P. (2015). *Comunicación y atención al cliente*. España: Editex.
- Velasco, J. (2010). *Gestión de la calidad. Mejora continua y sistemas de gestión. Teoría y práctica*. (2 ed.). Madrid: Pirámide.

7.2 Fuentes electrónicas

- Aragadvay, S. (2017). *Satisfacción del usuario externo del Hospital Básico Moderno de Riobamba*. Tesis de maestría, Universidad Técnica de Ambato, Ambato. Recuperado el 03 de marzo de 2021, de <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/26492/1/44%20GIS.pdf>
- Arana, R. (2017). *Empatía del profesional de enfermería, relacionado a la satisfacción del paciente con la comunicación - servicio de salud mental, Hospital Central Luis N. Sáenz, marzo 2017*. Tesis de grado, Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Lima. Recuperado el 03 de marzo de 2021, de http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/2590/SEG.ESPEC._ROSA%20MAR%C3%8DA%20ARANA%20TONSMANN.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Arango, O., Clavijo, S., Puerta, I., & Sánchez, J. (2014). Formación académica, valores, empatía y comportamientos socialmente responsables en estudiantes universitarios. *Revista la Educación Superior*, 49(169), 89–105. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0185276015000072>
- Balart, M. (mayo de 2013). La empatía: La clave para conectar con los demás. *Observatorio de Recursos Humanos*. Obtenido de https://www.gref.org/nuevo/articulos/art_250513.pdf
- Chumbe, K., & Marchena, F. (2018). *Inteligencia emocional y empatía en estudiantes de enfermería que realizan prácticas pre - profesionales de la Universidad Privada Norbert Wiener, Lima - 2018*. Tesis de licenciatura, Universidad Norbert Wiener, Lima. Recuperado el 03 de marzo de 2021, de <http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2658/TESIS%20Chumbe%20Katty%20-%20Marchena%20Fidelicia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Deulofeu, J. (2012). *Gestión de calidad total en el retail. Con la implicación de personas y satisfacción del cliente y la sociedad*. Madrid: Ediciones Piramide.
- Díaz, M. (2019). *Empatía de estudiantes de enfermería. Validez y fiabilidad de la versión española de la escala de empatía JSE - HPS*. Tesis doctoral,

Universidad de Castilla - La Mancha, Cuenca. Recuperado el 03 de marzo de 2021, de <https://ruidera.uclm.es/xmlui/handle/10578/23303>

Esquerda, M., Yuguero, O., Viñas, J., & Pifarré, J. (2016). La empatía médica, ¿nace o se hace? Evolución de la empatía en estudiantes de medicina. *Atención Primaria*, 41, 8-14. Obtenido de <https://www.elsevier.es/es-revista-atencion-primaria-27-articulo-la-empatia-medica-nace-o-S021265671500058X>

Filipetti, V., López, M., & Richaud, M. (2012). Aproximación Neuropsicológica al constructo de empatía: Aspectos cognitivos y neuroanatómicos. *Cuadernos de Neuropsicología*(6), 63-83. Obtenido de http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-41232012000100006

Flores, I., Lermo, L., & Payton, J. (2018). *La empatía y su relación con el desempeño laboral del profesional de enfermería en la unidad de cuidados intensivos de la Clínica Ortega Huancayo, 2018*. Tesis de grado, Universidad Nacional del Callao, Callao. Recuperado el 3 de marzo de 2021, de http://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/UNAC/2986/Flores%20De%20la%20cruz%2c%20Lermo%20Villanueva%20y%20Paytan%20La%20rosa_%20da%20especialidad%20enfermeria_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Galvis, M. (2015). Teorías y modelos de enfermería usadas en la enfermería psiquiátrica. *Revista cuidarte*, 6, 11-20. Obtenido de <http://www.insm.gob.pe/investigacion/archivos/estudios/2012%20ASM%20>

Guilera, L. (2017). Experimentar empatía en estudiantes de medicina: deprivación sensorial. *Fundación Educativa Médica*, 20(2), 53-55. Recuperado el 03 de marzo de 2021, de <https://repositori.udl.cat/handle/10459.1/62665>

Guilera, T. (2017). *Empatía en estudiantes de medicina: estudio psicométrico, de evolución y propuestas de intervención psicoeducativa*. Tesis doctoral, Universidad de Lleida, Lleida. Recuperado el 03 de marzo de 2021, de <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/457873/Ttg11de1.pdf?sequence=5>

Khan, M., & Majoka, M. (2017). Emotional Intelligence and Job Performance of High School Female Teachers. *Pakistan Journal of Psychological Research*, 333-351. Recuperado el 20 de abril de 2020, de https://www.researchgate.net/publication/322314838_Emotional_Intelligence_and_Job_Performance_of_High_School_Female_Teachers

Mendocilla, K. (2015). *Factores que influyen en la satisfacción de los usuarios externos Hospital Nacional Alberto Sabogal Sologuren*. Tesis de maestría, Universidad San Martín de Porres, Lima. Recuperado el 03 de marzo de 2021, de https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/2128/mendocilla_kp.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Potes, H. (2019). *Tiempos de espera y satisfacción de los usuarios del área de terapia física y rehabilitación del hospital de niños Roberto Gilbert Elizalde*. Tesis de maestría, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil. Recuperado el 03 de marzo de 2021, de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/13982>

Quispe, J. (2020). *Grado de satisfacción laboral del usuario interno de la clínica Santa Teresa – Abancay 2020*. Tesis de maestría, Universidad San Ignacio de Loyola. Recuperado el 03 de marzo de 2021, de <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/11169>

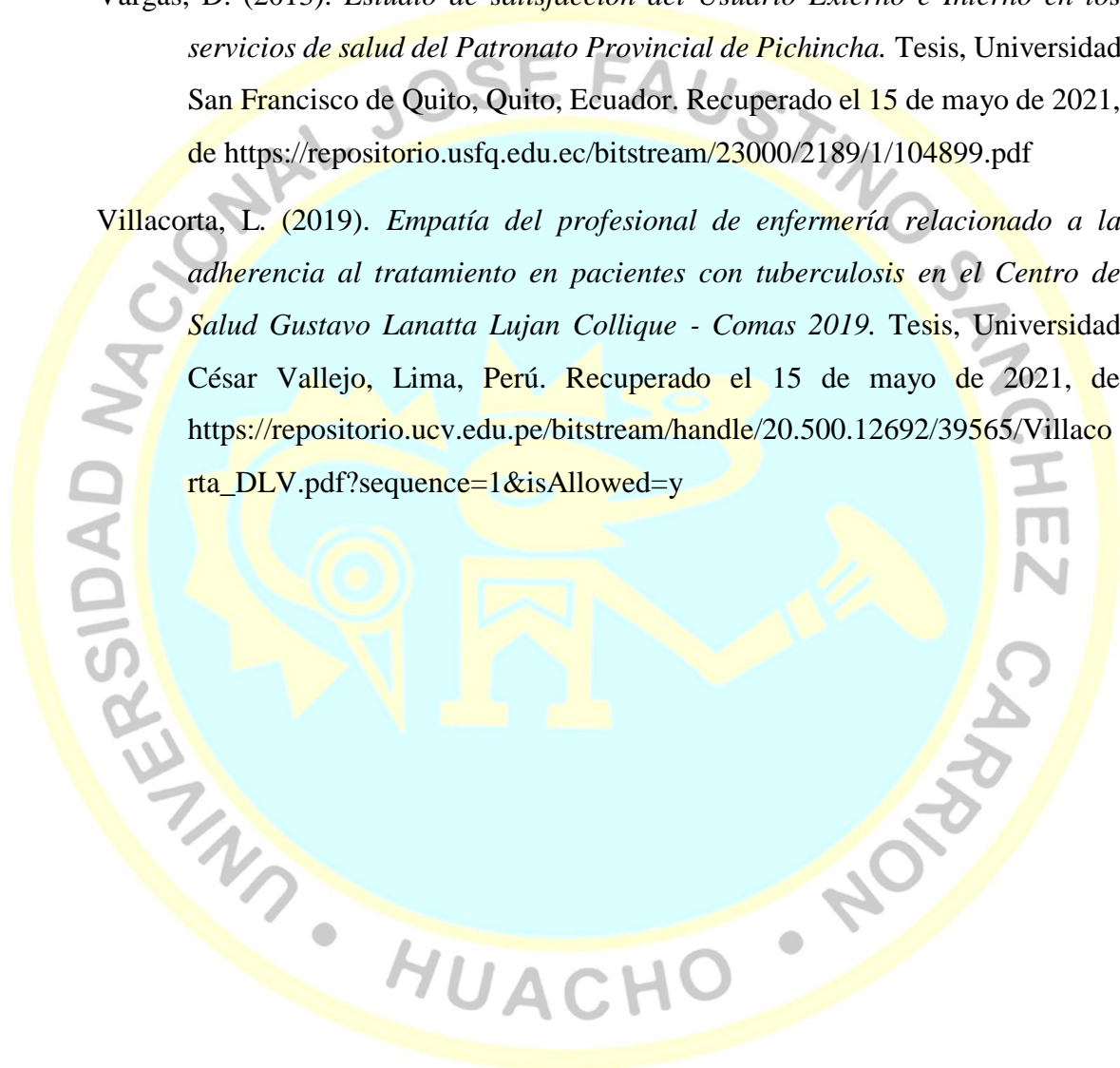
Quispe, V. (2017). *Satisfacción de los usuarios externos en el área de Hospitalización del servicio de cirugía del Hospital General Martin Icaza*. Tesis de maestría, Universidad Regional Autónoma de los Andes, Ambato. Recuperado el 03 de marzo de 2021, de <http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/7655/1/PIUAMSS003-2018.pdf>

Saavedra, H. (2018). *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los usuarios del seguro social de salud - Red Asistencial Essalud Tarapoto, 2018*. Tesis de grado, Universidad Peruana Unión, Tarapoto. Recuperado el 03 de marzo de 2021, de https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/1695/Humberto_Tesis_Licenciatura_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Singh, I., & Jha, A. (2012). Teacher Effectiveness in Relation to Emotional Intelligence Among Medical. *Europe's Journal of Psychology*, 667-685. Recuperado el 20 de abril de 2020, de https://www.researchgate.net/publication/271347939_Teacher_Effectiveness_in_Relation_to_Emotional_Intelligence_Among_Medical_and_Engineering_Faculty_Members

Vargas, D. (2013). *Estudio de satisfacción del Usuario Externo e Interno en los servicios de salud del Patronato Provincial de Pichincha*. Tesis, Universidad San Francisco de Quito, Quito, Ecuador. Recuperado el 15 de mayo de 2021, de <https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/2189/1/104899.pdf>

Villacorta, L. (2019). *Empatía del profesional de enfermería relacionado a la adherencia al tratamiento en pacientes con tuberculosis en el Centro de Salud Gustavo Lanatta Lujan Collique - Comas 2019*. Tesis, Universidad César Vallejo, Lima, Perú. Recuperado el 15 de mayo de 2021, de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/39565/Villacorta_DLV.pdf?sequence=1&isAllowed=y



ANEXOS

ANEXO N°01 - CUESTIONARIO

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

a. Género

| | |
|-----------|--|
| Masculino | |
| Femenino | |

II. Instrucciones

En el siguiente cuadro de preguntas marcar con una equis “X” según corresponda, teniendo en cuenta el cuadro de calificación siguiente:

| CUADRO DE CALIFICACIÓN | |
|------------------------|---|
| Siempre | 5 |
| Casi siempre | 4 |
| A veces | 3 |
| Casi nunca | 2 |
| Nunca | 1 |

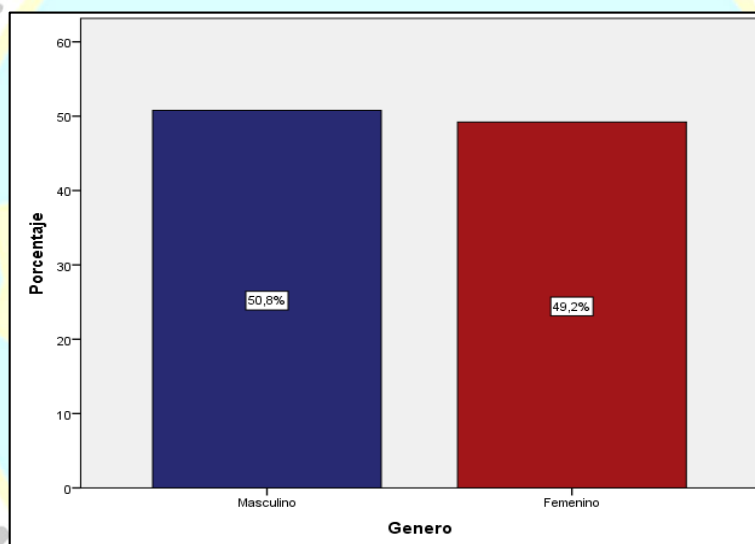
| ITEM | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|---|---|---|---|---|
| EMPATÍA EMOCIONAL | | | | | |
| DIMENSIÓN 01 | | | | | |
| 1. El profesional se interesa por conocer la opinión del usuario. | | | | | |
| 2. El profesional ve las cosas desde el punto de vista del usuario. | | | | | |
| 3. El profesional se identifica con las necesidades del usuario. | | | | | |
| 4. El profesional comprende los problemas del usuario. | | | | | |
| 5. El profesional tiende a ver las cosas desde la perspectiva del usuario. | | | | | |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| 6. El profesional tiene la facilidad de ponerse en el lugar del usuario. | | | | | |
| 7. El profesional tiene la capacidad de tomarse el tiempo para conocer los pensamientos del usuario. | | | | | |
| DIMENSIÓN 02 | | | | | |
| 8. El profesional tiene la capacidad de comprender el estado emocional del usuario. | | | | | |
| 9. El profesional se interesa por los problemas del usuario. | | | | | |
| 10. El profesional identifica los sentimientos del usuario. | | | | | |
| 11. El profesional muestra tener sentimientos de compasión por los problemas que pueda presentar el usuario. | | | | | |
| 12. El profesional se preocupa por el usuario. | | | | | |
| 13. El profesional tiene la capacidad de reconocer y respetar el sufrimiento del usuario. | | | | | |
| SATISFACCIÓN DEL USUARIO | | | | | |
| DIMENSIÓN 01 | | | | | |
| 14. Se siente satisfecho con las experiencias previas con la clínica. | | | | | |
| 15. Debido a la satisfacción que siente por la atención recibida, es posible que recomiende a terceros. | | | | | |
| 16. Se siente satisfecho con la información y la explicación del profesional con respecto a los cuidados que recibirá. | | | | | |
| 17. Siente confianza hacia a clínica. | | | | | |
| DIMENSIÓN 02 | | | | | |
| 18. El personal inspira confianza para que usted se sienta seguro. | | | | | |
| 19. Se siente satisfecho con la rapidez que el profesional le brinda la información que usted necesita. | | | | | |
| 20. Por lo general, el profesional le brinda el servicio en el momento esperado. | | | | | |
| DIMENSIÓN 03 | | | | | |
| 21. Frente a cualquier queja o reclamo, el profesional siempre encuentra una solución rápida. | | | | | |
| 22. Encuentra facilidades para exponer sus quejas. | | | | | |

ANEXO N°02 – DATOS GENERALES

Género de los trabajadores

| | | f | % |
|--------|-------|-----|-------|
| Válido | M | 65 | 50,8 |
| | F | 63 | 49,2 |
| | Total | 128 | 100,0 |



Se muestra que el 50,9% de los encuestados son del género masculino y el 49,2% son del género femenino.

ANEXO N°03 – BAREMACIÓN

| | BAJO | REGULAR | ALTO |
|-------------------|-------------|----------------|-------------|
| Empatía | Menos de 21 | Entre 21 a 42 | Más de 42 |
| Empatía cognitiva | Menos de 12 | Entre 12 a 23 | Más de 23 |
| Empatía emocional | Menos de 11 | Entre 11 a 20 | Más de 20 |

| | MALA | PROMEDIO | BUENA |
|--------------------------|-------------|-----------------|--------------|
| Satisfacción del usuario | Menos de 15 | Entre 16 a 30 | Más de 30 |
| Expectativas | Menos de 7 | Entre 7 a 13 | Más de 13 |
| Percepción | Menos de 6 | Entre 6 a 10 | Más de 10 |
| Quejas | Menos de 4 | Entre 4 a 6 | Más de 6 |

ANEXO N° 04 – VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

VALIDACION DEL CUESTIONARIO

| Prueba de KMO y Bartlett | | |
|---|---------------------|---------|
| Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo | | ,805 |
| Prueba de esfericidad de Bartlett | Aprox. Chi-cuadrado | 1034,47 |
| | gl | 3 |
| | Sig. | ,000 |

| Comunalidades | | |
|----------------------|---------|------------|
| | Inicial | Extracción |
| P1 | 1.000 | ,931 |
| P2 | 1.000 | ,745 |
| P3 | 1.000 | ,818 |
| P4 | 1.000 | ,953 |
| P5 | 1.000 | ,959 |
| P6 | 1.000 | ,917 |
| P7 | 1.000 | ,861 |
| P8 | 1.000 | ,709 |
| P9 | 1.000 | ,587 |
| P10 | 1.000 | ,883 |
| P11 | 1.000 | ,960 |
| P12 | 1.000 | ,803 |
| P13 | 1.000 | ,967 |
| P14 | 1.000 | ,905 |
| P15 | 1.000 | ,981 |
| P16 | 1.000 | ,621 |
| P17 | 1.000 | ,947 |
| P18 | 1.000 | ,746 |
| P19 | 1.000 | ,739 |
| P20 | 1.000 | ,686 |
| P21 | 1.000 | ,743 |
| P22 | 1.000 | ,545 |

Método de extracción: análisis de componentes principales.

CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO

| Estadísticas de fiabilidad | |
|-----------------------------------|----------------|
| Alfa de Cronbach | N de elementos |
| ,974 | 22 |



ANEXO N° 05 – DATA DE LA VALIDACIÓN Y CONFIABILIDAD

| P | P | P | P | P | P | P | P | P | P | P1 | P1 | P1 | P1 | P1 | P1 | P1 | P1 | P1 | P2 | P2 | P2 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 0 | 1 | 2 |
| 5 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 5 | 1 | 5 | 2 | 5 | 3 | 1 | 3 | 5 | 1 | 3 | 5 | 2 | 2 | 5 |
| 5 | 5 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 3 | 1 | 5 |
| 5 | 5 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 5 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| 5 | 5 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 5 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | 3 |
| 5 | 5 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 5 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 | 2 | 1 |
| 5 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 5 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 4 | 1 | 1 |
| 3 | 1 | 5 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 5 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 5 | 2 | 1 |
| 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 5 | 5 | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 3 | 2 | 4 | 1 | 2 |
| 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 5 | 1 |
| 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 5 | 5 | 2 |
| 1 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 |
| 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 | 5 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 |
| 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 5 | 1 | 2 | 5 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 3 | 5 |
| 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 5 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 |
| 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 5 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 5 | 1 |
| 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 3 | 1 | 5 | 4 | 1 |
| 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 5 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 4 |
| 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 5 | 1 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 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 | 1 | 1 | 1 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 1 | 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 | 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 |

ANEXO N° 06 – BASE DE DATOS

| Gen ero | Emp atía | Nivel de empatía | Empatía cognitiva | Nivel de Empatía cognitiva | p 1 | p 2 | p 3 | p 4 | p 5 | p 6 | p 7 | Empatía emocional | Nivel de empatía emocional | p 8 | p 9 | p 10 | p 11 | p 12 | p 13 |
|------------|-------------|---------------------|----------------------|----------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|----------------------|----------------------------------|--------|--------|---------|---------|---------|---------|
| 1 | 17 | Baja | 10 | Baja | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 7 | Baja | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 |
| 2 | 36 | Regular | 13 | Regular | 2 | 1 | 1 | 5 | 1 | 2 | 1 | 23 | Alta | 4 | 4 | 2 | 5 | 3 | 5 |
| 1 | 25 | Regular | 15 | Regular | 2 | 4 | 1 | 2 | 2 | 1 | 3 | 10 | Baja | 2 | 1 | 1 | 3 | 2 | 1 |
| 2 | 41 | Regular | 25 | Alta | 3 | 5 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 16 | Regular | 1 | 3 | 5 | 4 | 2 | 1 |
| 1 | 47 | Alta | 20 | Regular | 1 | 1 | 4 | 3 | 4 | 2 | 5 | 27 | Alta | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 |
| 1 | 34 | Regular | 18 | Regular | 2 | 4 | 1 | 3 | 4 | 3 | 1 | 16 | Regular | 5 | 1 | 4 | 1 | 1 | 4 |
| 2 | 32 | Regular | 19 | Regular | 3 | 2 | 4 | 1 | 4 | 3 | 2 | 13 | Regular | 3 | 1 | 3 | 4 | 1 | 1 |
| 2 | 20 | Baja | 10 | Baja | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 10 | Baja | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 |
| 1 | 38 | Regular | 22 | Regular | 4 | 4 | 1 | 3 | 1 | 4 | 5 | 16 | Regular | 3 | 1 | 5 | 2 | 2 | 3 |
| 2 | 36 | Regular | 23 | Regular | 4 | 2 | 5 | 4 | 3 | 4 | 1 | 13 | Regular | 3 | 1 | 3 | 1 | 4 | 1 |
| 1 | 38 | Regular | 26 | Alta | 2 | 2 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 12 | Regular | 1 | 1 | 3 | 1 | 5 | 1 |
| 1 | 47 | Alta | 26 | Alta | 5 | 4 | 5 | 4 | 1 | 4 | 3 | 21 | Alta | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 |
| 2 | 20 | Baja | 10 | Baja | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 10 | Baja | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 |
| 2 | 41 | Regular | 23 | Regular | 1 | 5 | 1 | 5 | 1 | 5 | 5 | 18 | Regular | 1 | 3 | 5 | 1 | 4 | 4 |
| 1 | 37 | Regular | 20 | Regular | 3 | 3 | 2 | 2 | 5 | 1 | 4 | 17 | Regular | 2 | 3 | 4 | 2 | 5 | 1 |
| 2 | 20 | Baja | 10 | Baja | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 10 | Baja | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 |
| 2 | 36 | Regular | 19 | Regular | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 1 | 17 | Regular | 1 | 2 | 5 | 1 | 3 | 5 |
| 2 | 44 | Alta | 24 | Alta | 2 | 3 | 5 | 5 | 3 | 4 | 2 | 20 | Regular | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 |
| 2 | 37 | Regular | 19 | Regular | 1 | 3 | 5 | 3 | 4 | 1 | 2 | 18 | Regular | 3 | 1 | 2 | 5 | 3 | 4 |
| 2 | 20 | Baja | 10 | Baja | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 10 | Baja | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 |
| 1 | 33 | Regular | 14 | Regular | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 5 | 2 | 19 | Regular | 5 | 5 | 1 | 2 | 5 | 1 |
| 2 | 39 | Regular | 23 | Regular | 1 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 2 | 16 | Regular | 1 | 4 | 4 | 3 | 3 | 1 |
| 2 | 20 | Baja | 10 | Baja | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 10 | Baja | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 |
| 2 | 20 | Baja | 10 | Baja | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 10 | Baja | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 |
| 2 | 45 | Alta | 27 | Alta | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 | 3 | 3 | 18 | Regular | 2 | 2 | 4 | 5 | 4 | 1 |
| 2 | 20 | Baja | 10 | Baja | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 10 | Baja | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 |
| 2 | 40 | Regular | 22 | Regular | 2 | 5 | 2 | 1 | 4 | 4 | 4 | 18 | Regular | 2 | 3 | 1 | 3 | 5 | 4 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|----|---------|----|---------|---|---|---|---|---|---|---|----|---------|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 37 | Regular | 24 | Alta | 5 | 1 | 4 | 5 | 4 | 2 | 3 | 13 | Regular | 3 | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 |
| 1 | 38 | Regular | 17 | Regular | 4 | 1 | 2 | 5 | 1 | 2 | 2 | 21 | Alta | 4 | 1 | 3 | 5 | 5 | 3 |
| 1 | 36 | Regular | 17 | Regular | 2 | 2 | 5 | 2 | 2 | 1 | 3 | 19 | Regular | 1 | 4 | 5 | 4 | 2 | 3 |
| 1 | 33 | Regular | 21 | Regular | 5 | 2 | 1 | 5 | 3 | 2 | 3 | 12 | Regular | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 |
| 1 | 31 | Regular | 15 | Regular | 1 | 1 | 3 | 3 | 4 | 2 | 1 | 16 | Regular | 5 | 1 | 2 | 1 | 4 | 3 |
| 1 | 28 | Regular | 15 | Regular | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 5 | 13 | Regular | 1 | 4 | 3 | 1 | 1 | 3 |
| 1 | 42 | Regular | 21 | Regular | 5 | 3 | 4 | 1 | 2 | 5 | 1 | 21 | Alta | 5 | 3 | 3 | 4 | 1 | 5 |
| 2 | 20 | Baja | 10 | Baja | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 10 | Baja | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 |
| 2 | 41 | Regular | 19 | Regular | 5 | 4 | 1 | 1 | 1 | 5 | 2 | 22 | Alta | 2 | 3 | 5 | 2 | 5 | 5 |
| 2 | 20 | Baja | 10 | Baja | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 10 | Baja | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 |
| 1 | 38 | Regular | 18 | Regular | 1 | 3 | 5 | 1 | 2 | 1 | 5 | 20 | Regular | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 1 | 20 | Baja | 11 | Baja | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 9 | Baja | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| 1 | 39 | Regular | 23 | Regular | 4 | 1 | 3 | 4 | 5 | 5 | 1 | 16 | Regular | 3 | 1 | 1 | 4 | 3 | 4 |
| 1 | 20 | Baja | 11 | Baja | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 9 | Baja | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| 2 | 20 | Baja | 10 | Baja | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 10 | Baja | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 |
| 1 | 43 | Alta | 26 | Alta | 3 | 5 | 2 | 5 | 4 | 3 | 4 | 17 | Regular | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 5 |
| 2 | 39 | Regular | 20 | Regular | 4 | 1 | 4 | 4 | 5 | 1 | 1 | 19 | Regular | 4 | 5 | 5 | 3 | 1 | 1 |
| 1 | 20 | Baja | 11 | Baja | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 9 | Baja | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| 1 | 20 | Baja | 11 | Baja | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 9 | Baja | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| 1 | 20 | Baja | 11 | Baja | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 9 | Baja | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| 2 | 48 | Alta | 24 | Alta | 5 | 1 | 5 | 4 | 2 | 3 | 4 | 24 | Alta | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 2 |
| 2 | 41 | Regular | 23 | Regular | 4 | 3 | 1 | 4 | 5 | 4 | 2 | 18 | Regular | 5 | 2 | 4 | 5 | 1 | 1 |
| 2 | 43 | Alta | 19 | Regular | 1 | 2 | 1 | 5 | 2 | 4 | 4 | 24 | Alta | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 1 |
| 1 | 45 | Alta | 26 | Alta | 1 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 19 | Regular | 4 | 2 | 5 | 1 | 2 | 5 |
| 2 | 42 | Regular | 25 | Alta | 5 | 4 | 3 | 5 | 1 | 5 | 2 | 17 | Regular | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 |
| 1 | 39 | Regular | 22 | Regular | 1 | 4 | 1 | 4 | 5 | 4 | 3 | 17 | Regular | 2 | 4 | 1 | 5 | 3 | 2 |
| 2 | 44 | Alta | 27 | Alta | 4 | 3 | 5 | 3 | 2 | 5 | 5 | 17 | Regular | 1 | 2 | 2 | 3 | 5 | 4 |
| 2 | 53 | Alta | 27 | Alta | 5 | 5 | 4 | 5 | 2 | 3 | 3 | 26 | Alta | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | 20 | Baja | 11 | Baja | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 9 | Baja | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| 1 | 40 | Regular | 20 | Regular | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 | 20 | Regular | 3 | 4 | 1 | 5 | 3 | 4 |
| 1 | 28 | Regular | 15 | Regular | 1 | 3 | 2 | 2 | 1 | 5 | 1 | 13 | Regular | 3 | 2 | 1 | 4 | 1 | 2 |
| 2 | 41 | Regular | 21 | Regular | 5 | 1 | 2 | 4 | 1 | 5 | 3 | 20 | Regular | 2 | 4 | 2 | 3 | 5 | 4 |
| 1 | 20 | Baja | 11 | Baja | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 9 | Baja | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| 1 | 45 | Alta | 31 | Alta | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 14 | Regular | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 |
| 1 | 37 | Regular | 20 | Regular | 1 | 3 | 4 | 5 | 1 | 4 | 2 | 17 | Regular | 5 | 2 | 4 | 3 | 1 | 2 |
| 1 | 20 | Baja | 11 | Baja | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 9 | Baja | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| 2 | 49 | Alta | 25 | Alta | 4 | 1 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 24 | Alta | 5 | 2 | 4 | 5 | 3 | 5 |
| 1 | 35 | Regular | 20 | Regular | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 15 | Regular | 5 | 2 | 4 | 1 | 2 | 1 |
| 2 | 48 | Alta | 28 | Alta | 5 | 5 | 2 | 4 | 5 | 3 | 4 | 20 | Regular | 5 | 4 | 4 | 1 | 1 | 5 |
| 1 | 43 | Alta | 27 | Alta | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 16 | Regular | 2 | 2 | 5 | 2 | 2 | 3 |
| 2 | 56 | Alta | 30 | Alta | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 2 | 26 | Alta | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 1 | 49 | Alta | 27 | Alta | 4 | 1 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 22 | Alta | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 |
| 2 | 47 | Alta | 26 | Alta | 5 | 3 | 2 | 4 | 5 | 3 | 4 | 21 | Alta | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 1 |
| 1 | 20 | Baja | 11 | Baja | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 9 | Baja | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| 2 | 42 | Regular | 20 | Regular | 4 | 4 | 1 | 3 | 2 | 5 | 1 | 22 | Alta | 4 | 5 | 2 | 4 | 2 | 5 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|----|---------|----|---------|---|---|---|---|---|---|---|----|---------|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 20 | Baja | 11 | Baja | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 9 | Baja | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| 2 | 44 | Alta | 27 | Alta | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 17 | Regular | 1 | 4 | 4 | 3 | 4 | 1 |
| 1 | 39 | Regular | 23 | Regular | 4 | 5 | 1 | 1 | 3 | 5 | 4 | 16 | Regular | 1 | 3 | 5 | 2 | 1 | 4 |
| 1 | 39 | Regular | 19 | Regular | 5 | 4 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 20 | Regular | 1 | 4 | 4 | 5 | 1 | 5 |
| 1 | 41 | Regular | 21 | Regular | 4 | 1 | 4 | 5 | 2 | 2 | 3 | 20 | Regular | 4 | 3 | 5 | 2 | 1 | 5 |
| 2 | 48 | Alta | 22 | Regular | 5 | 1 | 5 | 5 | 4 | 1 | 1 | 26 | Alta | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 |
| 2 | 35 | Regular | 17 | Regular | 1 | 2 | 1 | 1 | 5 | 4 | 3 | 18 | Regular | 4 | 1 | 5 | 3 | 2 | 3 |
| 1 | 35 | Regular | 19 | Regular | 2 | 4 | 3 | 1 | 1 | 3 | 5 | 16 | Regular | 1 | 4 | 1 | 4 | 2 | 4 |
| 2 | 44 | Alta | 22 | Regular | 1 | 5 | 1 | 4 | 4 | 3 | 4 | 22 | Alta | 5 | 2 | 5 | 2 | 3 | 5 |
| 2 | 41 | Regular | 17 | Regular | 1 | 1 | 1 | 4 | 3 | 4 | 3 | 24 | Alta | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 1 | 20 | Baja | 11 | Baja | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 9 | Baja | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| 1 | 20 | Baja | 11 | Baja | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 9 | Baja | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| 1 | 20 | Baja | 11 | Baja | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 9 | Baja | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| 2 | 31 | Regular | 15 | Regular | 5 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 16 | Regular | 1 | 3 | 5 | 3 | 1 | 3 |
| 2 | 44 | Alta | 24 | Alta | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 20 | Regular | 5 | 2 | 1 | 3 | 5 | 4 |
| 1 | 41 | Regular | 19 | Regular | 3 | 3 | 1 | 4 | 4 | 1 | 3 | 22 | Alta | 3 | 5 | 3 | 2 | 4 | 5 |
| 2 | 41 | Regular | 23 | Regular | 4 | 5 | 2 | 1 | 4 | 4 | 3 | 18 | Regular | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 |
| 2 | 39 | Regular | 19 | Regular | 3 | 2 | 4 | 1 | 2 | 4 | 3 | 20 | Regular | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 1 | 34 | Regular | 16 | Regular | 1 | 1 | 5 | 1 | 4 | 3 | 1 | 18 | Regular | 5 | 5 | 3 | 2 | 1 | 2 |
| 2 | 44 | Alta | 25 | Alta | 4 | 5 | 4 | 2 | 3 | 2 | 5 | 19 | Regular | 3 | 4 | 1 | 3 | 5 | 3 |
| 2 | 35 | Regular | 22 | Regular | 3 | 4 | 1 | 4 | 5 | 1 | 4 | 13 | Regular | 1 | 5 | 1 | 4 | 1 | 1 |
| 2 | 32 | Regular | 19 | Regular | 3 | 1 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 13 | Regular | 1 | 4 | 1 | 4 | 1 | 2 |
| 2 | 34 | Regular | 16 | Regular | 1 | 1 | 4 | 1 | 4 | 1 | 4 | 18 | Regular | 5 | 2 | 1 | 2 | 3 | 5 |
| 2 | 36 | Regular | 23 | Regular | 2 | 2 | 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 13 | Regular | 3 | 1 | 5 | 1 | 1 | 2 |
| 1 | 39 | Regular | 21 | Regular | 5 | 3 | 1 | 4 | 1 | 5 | 2 | 18 | Regular | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 |
| 1 | 40 | Regular | 18 | Regular | 1 | 5 | 2 | 2 | 2 | 1 | 5 | 22 | Alta | 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 2 | 39 | Regular | 26 | Alta | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 1 | 2 | 13 | Regular | 3 | 4 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| 2 | 30 | Regular | 18 | Regular | 2 | 1 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 12 | Regular | 1 | 2 | 5 | 1 | 1 | 2 |
| 1 | 20 | Baja | 11 | Baja | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 9 | Baja | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| 1 | 20 | Baja | 11 | Baja | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 9 | Baja | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| 1 | 47 | Alta | 25 | Alta | 5 | 3 | 5 | 4 | 1 | 4 | 3 | 22 | Alta | 5 | 5 | 2 | 4 | 5 | 1 |
| 2 | 39 | Regular | 21 | Regular | 5 | 4 | 1 | 5 | 1 | 3 | 2 | 18 | Regular | 1 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 |
| 2 | 45 | Alta | 26 | Alta | 3 | 4 | 5 | 2 | 2 | 5 | 5 | 19 | Regular | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 1 |
| 1 | 37 | Regular | 19 | Regular | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 18 | Regular | 3 | 5 | 1 | 4 | 4 | 1 |
| 1 | 43 | Alta | 25 | Alta | 4 | 3 | 1 | 5 | 2 | 5 | 5 | 18 | Regular | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 |
| 1 | 40 | Regular | 21 | Regular | 3 | 5 | 1 | 5 | 3 | 1 | 3 | 19 | Regular | 2 | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 |
| 2 | 46 | Alta | 21 | Regular | 4 | 5 | 4 | 3 | 1 | 2 | 2 | 25 | Alta | 5 | 2 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 2 | 48 | Alta | 26 | Alta | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 22 | Alta | 4 | 5 | 4 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | 39 | Regular | 23 | Regular | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 5 | 2 | 16 | Regular | 2 | 4 | 4 | 1 | 3 | 2 |
| 1 | 39 | Regular | 21 | Regular | 5 | 3 | 3 | 1 | 5 | 1 | 3 | 18 | Regular | 2 | 3 | 4 | 1 | 4 | 4 |
| 2 | 40 | Regular | 25 | Alta | 1 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 | 4 | 15 | Regular | 1 | 3 | 1 | 2 | 3 | 5 |
| 1 | 43 | Alta | 29 | Alta | 4 | 5 | 2 | 5 | 5 | 4 | 4 | 14 | Regular | 5 | 1 | 1 | 2 | 4 | 1 |
| 1 | 26 | Regular | 16 | Regular | 2 | 4 | 4 | 3 | 1 | 1 | 1 | 10 | Baja | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 |
| 2 | 37 | Regular | 19 | Regular | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 1 | 4 | 18 | Regular | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 5 |
| 1 | 37 | Regular | 17 | Regular | 1 | 1 | 2 | 3 | 1 | 4 | 5 | 20 | Regular | 5 | 5 | 5 | 3 | 1 | 1 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|----|---------|----|---------|---|---|---|---|---|---|---|----|---------|---|---|---|---|---|---|
| 2 | 36 | Regular | 19 | Regular | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 | 17 | Regular | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 5 |
| 1 | 20 | Baja | 11 | Baja | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 9 | Baja | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| 2 | 44 | Alta | 21 | Regular | 1 | 1 | 2 | 5 | 5 | 2 | 5 | 23 | Alta | 2 | 2 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 2 | 37 | Regular | 26 | Alta | 5 | 1 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 11 | Regular | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 |
| 2 | 41 | Regular | 22 | Regular | 3 | 3 | 1 | 4 | 4 | 2 | 5 | 19 | Regular | 2 | 2 | 3 | 5 | 4 | 3 |
| 2 | 41 | Regular | 25 | Alta | 5 | 3 | 4 | 5 | 2 | 2 | 4 | 16 | Regular | 1 | 2 | 2 | 4 | 5 | 2 |
| 1 | 46 | Alta | 29 | Alta | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 17 | Regular | 3 | 4 | 2 | 1 | 2 | 5 |
| 1 | 20 | Baja | 11 | Baja | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 9 | Baja | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| 1 | 20 | Baja | 11 | Baja | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 | 9 | Baja | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| 1 | 37 | Regular | 22 | Regular | 2 | 5 | 4 | 1 | 2 | 3 | 5 | 15 | Regular | 2 | 1 | 3 | 3 | 5 | 1 |
| 2 | 47 | Alta | 24 | Alta | 5 | 5 | 2 | 2 | 3 | 2 | 5 | 23 | Alta | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |

| Satisfacción del usuario | Nivel de satisfacción | Expectativas | Nivel de expectativa | P14 | P15 | P16 | P17 | Percepción | Nivel de percepción | P18 | P19 | P20 | Quejas | nivel quejas | P21 | P22 |
|--------------------------|-----------------------|--------------|----------------------|-----|-----|-----|-----|------------|---------------------|-----|-----|-----|--------|--------------|-----|-----|
| 14 | Mala | 6 | Mala | 1 | 2 | 1 | 2 | 5 | Mala | 1 | 2 | 2 | 3 | Mala | 2 | 1 |
| 22 | Promedio | 8 | Promedio | 2 | 1 | 3 | 2 | 9 | Promedio | 2 | 3 | 4 | 5 | Promedio | 1 | 4 |
| 14 | Mala | 6 | Mala | 2 | 1 | 1 | 2 | 5 | Mala | 2 | 1 | 2 | 3 | Mala | 1 | 2 |
| 29 | Promedio | 11 | Promedio | 1 | 3 | 3 | 4 | 12 | Buena | 4 | 4 | 4 | 6 | Promedio | 3 | 3 |
| 23 | Promedio | 5 | Mala | 1 | 2 | 1 | 1 | 12 | Buena | 3 | 5 | 4 | 6 | Promedio | 1 | 5 |
| 25 | Promedio | 11 | Promedio | 5 | 1 | 4 | 1 | 9 | Promedio | 1 | 5 | 3 | 5 | Promedio | 1 | 4 |
| 20 | Promedio | 4 | Mala | 1 | 1 | 1 | 1 | 10 | Promedio | 4 | 5 | 1 | 6 | Promedio | 3 | 3 |
| 13 | Mala | 6 | Mala | 2 | 1 | 1 | 2 | 4 | Mala | 2 | 1 | 1 | 3 | Mala | 2 | 1 |
| 35 | Buena | 18 | Buena | 4 | 5 | 5 | 4 | 11 | Buena | 3 | 4 | 4 | 6 | Promedio | 5 | 1 |
| 28 | Promedio | 10 | Promedio | 2 | 3 | 2 | 3 | 9 | Promedio | 1 | 5 | 3 | 9 | Buena | 5 | 4 |
| 29 | Promedio | 13 | Promedio | 5 | 3 | 4 | 1 | 10 | Promedio | 4 | 3 | 3 | 6 | Promedio | 3 | 3 |
| 25 | Promedio | 14 | Buena | 4 | 4 | 5 | 1 | 4 | Mala | 2 | 1 | 1 | 7 | Buena | 5 | 2 |
| 13 | Mala | 6 | Mala | 2 | 1 | 1 | 2 | 4 | Mala | 2 | 1 | 1 | 3 | Mala | 2 | 1 |
| 24 | Promedio | 11 | Promedio | 4 | 2 | 2 | 3 | 5 | Mala | 1 | 2 | 2 | 8 | Buena | 5 | 3 |
| 21 | Promedio | 6 | Mala | 1 | 2 | 1 | 2 | 12 | Buena | 4 | 3 | 5 | 3 | Mala | 2 | 1 |
| 13 | Mala | 6 | Mala | 2 | 1 | 1 | 2 | 4 | Mala | 2 | 1 | 1 | 3 | Mala | 2 | 1 |
| 24 | Promedio | 8 | Promedio | 1 | 1 | 2 | 4 | 14 | Buena | 5 | 5 | 4 | 2 | Mala | 1 | 1 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|----------|----|----------|---|---|---|---|----|----------|---|---|---|---|----------|---|---|
| 26 | Promedio | 12 | Promedio | 2 | 4 | 5 | 1 | 6 | Promedio | 4 | 1 | 1 | 8 | Buena | 4 | 4 |
| 24 | Promedio | 12 | Promedio | 3 | 3 | 4 | 2 | 9 | Promedio | 4 | 3 | 2 | 3 | Mala | 2 | 1 |
| 13 | Mala | 6 | Mala | 2 | 1 | 1 | 2 | 4 | Mala | 2 | 1 | 1 | 3 | Mala | 2 | 1 |
| 30 | Promedio | 15 | Buena | 5 | 5 | 4 | 1 | 11 | Buena | 3 | 5 | 3 | 4 | Promedio | 3 | 1 |
| 32 | Buena | 13 | Promedio | 3 | 4 | 4 | 2 | 10 | Promedio | 3 | 2 | 5 | 9 | Buena | 4 | 5 |
| 13 | Mala | 6 | Mala | 2 | 1 | 1 | 2 | 4 | Mala | 2 | 1 | 1 | 3 | Mala | 2 | 1 |
| 13 | Mala | 6 | Mala | 2 | 1 | 1 | 2 | 4 | Mala | 2 | 1 | 1 | 3 | Mala | 2 | 1 |
| 32 | Buena | 16 | Buena | 5 | 3 | 5 | 3 | 11 | Buena | 4 | 4 | 3 | 5 | Promedio | 3 | 2 |
| 13 | Mala | 6 | Mala | 2 | 1 | 1 | 2 | 4 | Mala | 2 | 1 | 1 | 3 | Mala | 2 | 1 |
| 21 | Promedio | 10 | Promedio | 2 | 1 | 5 | 2 | 9 | Promedio | 3 | 2 | 4 | 2 | Mala | 1 | 1 |
| 30 | Promedio | 13 | Promedio | 3 | 1 | 5 | 4 | 11 | Buena | 5 | 1 | 5 | 6 | Promedio | 1 | 5 |
| 24 | Promedio | 10 | Promedio | 1 | 5 | 1 | 3 | 9 | Promedio | 4 | 2 | 3 | 5 | Promedio | 4 | 1 |
| 29 | Promedio | 14 | Buena | 3 | 2 | 4 | 5 | 9 | Promedio | 3 | 5 | 1 | 6 | Promedio | 1 | 5 |
| 32 | Buena | 12 | Promedio | 3 | 5 | 2 | 2 | 12 | Buena | 3 | 4 | 5 | 8 | Buena | 5 | 3 |
| 23 | Promedio | 8 | Promedio | 2 | 4 | 1 | 1 | 7 | Promedio | 3 | 1 | 3 | 8 | Buena | 3 | 5 |
| 27 | Promedio | 15 | Buena | 4 | 5 | 1 | 5 | 8 | Promedio | 5 | 2 | 1 | 4 | Promedio | 3 | 1 |
| 30 | Promedio | 12 | Promedio | 4 | 2 | 2 | 4 | 12 | Buena | 4 | 5 | 3 | 6 | Promedio | 4 | 2 |
| 13 | Mala | 6 | Mala | 2 | 1 | 1 | 2 | 4 | Mala | 2 | 1 | 1 | 3 | Mala | 2 | 1 |
| 28 | Promedio | 11 | Promedio | 1 | 4 | 4 | 2 | 14 | Buena | 5 | 5 | 4 | 3 | Mala | 2 | 1 |
| 13 | Mala | 6 | Mala | 2 | 1 | 1 | 2 | 4 | Mala | 2 | 1 | 1 | 3 | Mala | 2 | 1 |
| 29 | Promedio | 8 | Promedio | 3 | 1 | 3 | 1 | 15 | Buena | 5 | 5 | 5 | 6 | Promedio | 1 | 5 |
| 13 | Mala | 5 | Mala | 2 | 1 | 1 | 1 | 5 | Mala | 2 | 1 | 2 | 3 | Mala | 1 | 2 |
| 27 | Promedio | 9 | Promedio | 5 | 1 | 1 | 2 | 11 | Buena | 3 | 3 | 5 | 7 | Buena | 4 | 3 |
| 13 | Mala | 5 | Mala | 2 | 1 | 1 | 1 | 5 | Mala | 2 | 1 | 2 | 3 | Mala | 1 | 2 |
| 13 | Mala | 6 | Mala | 2 | 1 | 1 | 2 | 4 | Mala | 2 | 1 | 1 | 3 | Mala | 2 | 1 |
| 26 | Promedio | 12 | Promedio | 5 | 2 | 4 | 1 | 9 | Promedio | 2 | 3 | 4 | 5 | Promedio | 1 | 4 |
| 16 | Promedio | 8 | Promedio | 1 | 1 | 3 | 3 | 4 | Mala | 1 | 2 | 1 | 4 | Promedio | 1 | 3 |
| 13 | Mala | 5 | Mala | 2 | 1 | 1 | 1 | 5 | Mala | 2 | 1 | 2 | 3 | Mala | 1 | 2 |
| 13 | Mala | 5 | Mala | 2 | 1 | 1 | 1 | 5 | Mala | 2 | 1 | 2 | 3 | Mala | 1 | 2 |
| 13 | Mala | 5 | Mala | 2 | 1 | 1 | 1 | 5 | Mala | 2 | 1 | 2 | 3 | Mala | 1 | 2 |
| 29 | Promedio | 13 | Promedio | 5 | 1 | 3 | 4 | 12 | Buena | 2 | 5 | 5 | 4 | Promedio | 3 | 1 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|----------|----|----------|---|---|---|---|----|----------|---|---|---|----|----------|---|---|
| 30 | Promedio | 13 | Promedio | 4 | 1 | 5 | 3 | 11 | Buena | 4 | 2 | 5 | 6 | Promedio | 5 | 1 |
| 26 | Promedio | 11 | Promedio | 1 | 3 | 3 | 4 | 7 | Promedio | 2 | 4 | 1 | 8 | Buena | 3 | 5 |
| 31 | Buena | 14 | Buena | 3 | 4 | 2 | 5 | 11 | Buena | 1 | 5 | 5 | 6 | Promedio | 1 | 5 |
| 23 | Promedio | 11 | Promedio | 3 | 4 | 1 | 3 | 7 | Promedio | 1 | 3 | 3 | 5 | Promedio | 1 | 4 |
| 24 | Promedio | 11 | Promedio | 2 | 2 | 3 | 4 | 10 | Promedio | 2 | 3 | 5 | 3 | Mala | 1 | 2 |
| 21 | Promedio | 9 | Promedio | 1 | 2 | 1 | 5 | 8 | Promedio | 3 | 1 | 4 | 4 | Promedio | 2 | 2 |
| 24 | Promedio | 13 | Promedio | 2 | 2 | 5 | 4 | 7 | Promedio | 1 | 3 | 3 | 4 | Promedio | 3 | 1 |
| 13 | Mala | 5 | Mala | 2 | 1 | 1 | 1 | 5 | Mala | 2 | 1 | 2 | 3 | Mala | 1 | 2 |
| 22 | Promedio | 10 | Promedio | 1 | 2 | 3 | 4 | 10 | Promedio | 3 | 5 | 2 | 2 | Mala | 1 | 1 |
| 17 | Promedio | 8 | Promedio | 3 | 3 | 1 | 1 | 6 | Promedio | 1 | 4 | 1 | 3 | Mala | 1 | 2 |
| 31 | Buena | 16 | Buena | 5 | 1 | 5 | 5 | 11 | Buena | 4 | 5 | 2 | 4 | Promedio | 3 | 1 |
| 13 | Mala | 5 | Mala | 2 | 1 | 1 | 1 | 5 | Mala | 2 | 1 | 2 | 3 | Mala | 1 | 2 |
| 31 | Buena | 13 | Promedio | 1 | 4 | 3 | 5 | 10 | Promedio | 1 | 5 | 4 | 8 | Buena | 3 | 5 |
| 32 | Buena | 17 | Buena | 4 | 5 | 4 | 4 | 9 | Promedio | 2 | 2 | 5 | 6 | Promedio | 1 | 5 |
| 13 | Mala | 5 | Mala | 2 | 1 | 1 | 1 | 5 | Mala | 2 | 1 | 2 | 3 | Mala | 1 | 2 |
| 30 | Promedio | 14 | Buena | 3 | 5 | 4 | 2 | 8 | Promedio | 3 | 3 | 2 | 8 | Buena | 5 | 3 |
| 24 | Promedio | 11 | Promedio | 3 | 4 | 3 | 1 | 6 | Promedio | 1 | 4 | 1 | 7 | Buena | 3 | 4 |
| 27 | Promedio | 12 | Promedio | 3 | 3 | 2 | 4 | 6 | Promedio | 4 | 1 | 1 | 9 | Buena | 4 | 5 |
| 28 | Promedio | 14 | Buena | 5 | 3 | 3 | 3 | 11 | Buena | 2 | 5 | 4 | 3 | Mala | 2 | 1 |
| 25 | Promedio | 14 | Buena | 5 | 3 | 5 | 1 | 7 | Promedio | 1 | 4 | 2 | 4 | Promedio | 2 | 2 |
| 32 | Buena | 15 | Buena | 5 | 2 | 3 | 5 | 12 | Buena | 3 | 4 | 5 | 5 | Promedio | 3 | 2 |
| 25 | Promedio | 8 | Promedio | 3 | 1 | 2 | 2 | 7 | Promedio | 1 | 2 | 4 | 10 | Buena | 5 | 5 |
| 13 | Mala | 5 | Mala | 2 | 1 | 1 | 1 | 5 | Mala | 2 | 1 | 2 | 3 | Mala | 1 | 2 |
| 26 | Promedio | 10 | Promedio | 3 | 3 | 3 | 1 | 10 | Promedio | 4 | 2 | 4 | 6 | Promedio | 4 | 2 |
| 13 | Mala | 5 | Mala | 2 | 1 | 1 | 1 | 5 | Mala | 2 | 1 | 2 | 3 | Mala | 1 | 2 |
| 27 | Promedio | 12 | Promedio | 2 | 3 | 3 | 4 | 9 | Promedio | 4 | 2 | 3 | 6 | Promedio | 1 | 5 |
| 31 | Buena | 12 | Promedio | 2 | 5 | 2 | 3 | 11 | Buena | 3 | 5 | 3 | 8 | Buena | 4 | 4 |
| 32 | Buena | 15 | Buena | 5 | 2 | 4 | 4 | 12 | Buena | 2 | 5 | 5 | 5 | Promedio | 1 | 4 |
| 32 | Buena | 16 | Buena | 4 | 2 | 5 | 5 | 11 | Buena | 4 | 2 | 5 | 5 | Promedio | 3 | 2 |
| 29 | Promedio | 12 | Promedio | 3 | 4 | 3 | 2 | 12 | Buena | 5 | 5 | 2 | 5 | Promedio | 1 | 4 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|----------|----|----------|---|---|---|---|----|----------|---|---|---|----|----------|---|---|
| 28 | Promedio | 14 | Buena | 5 | 4 | 1 | 4 | 7 | Promedio | 3 | 1 | 3 | 7 | Buena | 2 | 5 |
| 27 | Promedio | 15 | Buena | 4 | 4 | 5 | 2 | 5 | Mala | 2 | 1 | 2 | 7 | Buena | 5 | 2 |
| 22 | Promedio | 9 | Promedio | 4 | 2 | 1 | 2 | 7 | Promedio | 3 | 2 | 2 | 6 | Promedio | 3 | 3 |
| 26 | Promedio | 9 | Promedio | 1 | 5 | 2 | 1 | 10 | Promedio | 3 | 3 | 4 | 7 | Buena | 5 | 2 |
| 13 | Mala | 5 | Mala | 2 | 1 | 1 | 1 | 5 | Mala | 2 | 1 | 2 | 3 | Mala | 1 | 2 |
| 13 | Mala | 5 | Mala | 2 | 1 | 1 | 1 | 5 | Mala | 2 | 1 | 2 | 3 | Mala | 1 | 2 |
| 13 | Mala | 5 | Mala | 2 | 1 | 1 | 1 | 5 | Mala | 2 | 1 | 2 | 3 | Mala | 1 | 2 |
| 22 | Promedio | 8 | Promedio | 2 | 1 | 3 | 2 | 11 | Buena | 3 | 4 | 4 | 3 | Mala | 1 | 2 |
| 19 | Promedio | 7 | Promedio | 4 | 1 | 1 | 1 | 7 | Promedio | 1 | 3 | 3 | 5 | Promedio | 1 | 4 |
| 29 | Promedio | 15 | Buena | 4 | 2 | 5 | 4 | 8 | Promedio | 3 | 2 | 3 | 6 | Promedio | 2 | 4 |
| 24 | Promedio | 13 | Promedio | 5 | 2 | 5 | 1 | 5 | Mala | 2 | 2 | 1 | 6 | Promedio | 2 | 4 |
| 24 | Promedio | 11 | Promedio | 2 | 2 | 2 | 5 | 7 | Promedio | 1 | 5 | 1 | 6 | Promedio | 5 | 1 |
| 21 | Promedio | 14 | Buena | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | Mala | 2 | 2 | 1 | 2 | Mala | 1 | 1 |
| 33 | Buena | 15 | Buena | 3 | 5 | 2 | 5 | 8 | Promedio | 2 | 1 | 5 | 10 | Buena | 5 | 5 |
| 29 | Promedio | 15 | Buena | 2 | 5 | 4 | 4 | 6 | Promedio | 3 | 2 | 1 | 8 | Buena | 3 | 5 |
| 24 | Promedio | 14 | Buena | 4 | 4 | 1 | 5 | 8 | Promedio | 3 | 1 | 4 | 2 | Mala | 1 | 1 |
| 32 | Buena | 11 | Promedio | 2 | 2 | 5 | 2 | 12 | Buena | 3 | 4 | 5 | 9 | Buena | 4 | 5 |
| 27 | Promedio | 12 | Promedio | 4 | 3 | 1 | 4 | 8 | Promedio | 1 | 2 | 5 | 7 | Buena | 4 | 3 |
| 25 | Promedio | 8 | Promedio | 1 | 1 | 3 | 3 | 8 | Promedio | 3 | 2 | 3 | 9 | Buena | 4 | 5 |
| 31 | Buena | 12 | Promedio | 3 | 4 | 2 | 3 | 10 | Promedio | 1 | 5 | 4 | 9 | Buena | 4 | 5 |
| 30 | Promedio | 15 | Buena | 5 | 5 | 4 | 1 | 7 | Promedio | 2 | 2 | 3 | 8 | Buena | 4 | 4 |
| 29 | Promedio | 16 | Buena | 2 | 5 | 4 | 5 | 11 | Buena | 2 | 4 | 5 | 2 | Mala | 1 | 1 |
| 13 | Mala | 5 | Mala | 2 | 1 | 1 | 1 | 5 | Mala | 2 | 1 | 2 | 3 | Mala | 1 | 2 |
| 13 | Mala | 5 | Mala | 2 | 1 | 1 | 1 | 5 | Mala | 2 | 1 | 2 | 3 | Mala | 1 | 2 |
| 29 | Promedio | 10 | Promedio | 2 | 1 | 5 | 2 | 14 | Buena | 5 | 4 | 5 | 5 | Promedio | 3 | 2 |
| 23 | Promedio | 10 | Promedio | 4 | 1 | 2 | 3 | 7 | Promedio | 4 | 1 | 2 | 6 | Promedio | 3 | 3 |
| 22 | Promedio | 11 | Promedio | 1 | 1 | 4 | 5 | 7 | Promedio | 2 | 4 | 1 | 4 | Promedio | 2 | 2 |
| 27 | Promedio | 10 | Promedio | 3 | 4 | 1 | 2 | 9 | Promedio | 2 | 3 | 4 | 8 | Buena | 3 | 5 |
| 28 | Promedio | 13 | Promedio | 3 | 5 | 4 | 1 | 8 | Promedio | 1 | 4 | 3 | 7 | Buena | 4 | 3 |
| 33 | Buena | 12 | Promedio | 1 | 5 | 2 | 4 | 13 | Buena | 4 | 5 | 4 | 8 | Buena | 4 | 4 |
| 24 | Promedio | 9 | Promedio | 2 | 4 | 1 | 2 | 10 | Promedio | 3 | 5 | 2 | 5 | Promedio | 4 | 1 |
| 30 | Promedio | 15 | Buena | 2 | 5 | 3 | 5 | 5 | Mala | 2 | 1 | 2 | 10 | Buena | 5 | 5 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|----------|----|----------|---|---|---|---|----|----------|---|---|---|----|----------|---|---|
| 21 | Promedio | 9 | Promedio | 4 | 1 | 3 | 1 | 8 | Promedio | 3 | 4 | 1 | 4 | Promedio | 2 | 2 |
| 22 | Promedio | 7 | Promedio | 1 | 1 | 3 | 2 | 7 | Promedio | 3 | 1 | 3 | 8 | Buena | 5 | 3 |
| 25 | Promedio | 10 | Promedio | 3 | 1 | 3 | 3 | 8 | Promedio | 4 | 1 | 3 | 7 | Buena | 4 | 3 |
| 26 | Promedio | 15 | Buena | 3 | 4 | 5 | 3 | 6 | Promedio | 1 | 3 | 2 | 5 | Promedio | 4 | 1 |
| 24 | Promedio | 5 | Mala | 1 | 1 | 2 | 1 | 11 | Buena | 4 | 3 | 4 | 8 | Buena | 3 | 5 |
| 27 | Promedio | 10 | Promedio | 2 | 2 | 3 | 3 | 12 | Buena | 4 | 3 | 5 | 5 | Promedio | 1 | 4 |
| 22 | Promedio | 8 | Promedio | 4 | 1 | 2 | 1 | 6 | Promedio | 2 | 3 | 1 | 8 | Buena | 5 | 3 |
| 21 | Promedio | 14 | Buena | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | Mala | 1 | 2 | 2 | 2 | Mala | 1 | 1 |
| 13 | Mala | 5 | Mala | 2 | 1 | 1 | 1 | 5 | Mala | 2 | 1 | 2 | 3 | Mala | 1 | 2 |
| 29 | Promedio | 11 | Promedio | 5 | 1 | 4 | 1 | 15 | Buena | 5 | 5 | 5 | 3 | Mala | 1 | 2 |
| 21 | Promedio | 8 | Promedio | 1 | 3 | 3 | 1 | 7 | Promedio | 3 | 2 | 2 | 6 | Promedio | 1 | 5 |
| 21 | Promedio | 6 | Mala | 1 | 3 | 1 | 1 | 5 | Mala | 2 | 2 | 1 | 10 | Buena | 5 | 5 |
| 25 | Promedio | 10 | Promedio | 1 | 2 | 2 | 5 | 9 | Promedio | 3 | 3 | 3 | 6 | Promedio | 4 | 2 |
| 30 | Promedio | 19 | Buena | 5 | 5 | 5 | 4 | 6 | Promedio | 1 | 2 | 3 | 5 | Promedio | 2 | 3 |
| 13 | Mala | 5 | Mala | 2 | 1 | 1 | 1 | 5 | Mala | 2 | 1 | 2 | 3 | Mala | 1 | 2 |
| 13 | Mala | 5 | Mala | 2 | 1 | 1 | 1 | 5 | Mala | 2 | 1 | 2 | 3 | Mala | 1 | 2 |
| 23 | Promedio | 9 | Promedio | 4 | 3 | 1 | 1 | 7 | Promedio | 3 | 2 | 2 | 7 | Buena | 5 | 2 |
| 24 | Promedio | 9 | Promedio | 4 | 1 | 3 | 1 | 9 | Promedio | 3 | 5 | 1 | 6 | Promedio | 4 | 2 |





M(a). Irina Patricia Calvo Rivera
ASESOR

Dra. Viviana Ines Vellon Flores
PRESIDENTE

Dr. Gustavo Augusto Sipan Valerio
SECRETARIO

M(o). Oscar Carlos Otazu Montes
VOCAL