



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA

Manejo de Procesos de Reclamos y Satisfacción de los Clientes en
la Empresa EMAPA San Martín SAC -Bellavista 2021

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
Maestro en Gestión Pública**

AUTOR:

Rafael Torres, Israel (ORCID: 0000-0003-4140-2877)

ASESOR:

Dr. Mamani Apaza, Juan de la Cruz (ORCID: 0000-0002-5177-8264)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Políticas Públicas

LIMA – PERÚ

2021

Dedicatoria

A Dios por darme la bendición de construir su iglesia, seguir su palabra, he decidido seguir a cristo.

A mis padres, Felicita y Segundo, por su esfuerzo y apoyo incondicional para concluir satisfactoriamente mi carrera profesional ingeniería civil y ahora la maestría en gestión pública.

A mis hermanos, Florentino, Rosa, Poilter, Fausto, Juan, Nelly y Sonia, por su gran apoyo y estima personal.

Israel

Agradecimiento

Agradecer a Dios por bendecirnos la vida, por guiarnos a lo largo de nuestra existencia, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

A todos los docentes de la maestría en gestión pública por la gran enseñanza en clases virtuales compartidos utilizando principios científicos y reglamentos, al Dr. Juan de la Cruz Mamani Apaza Asesor de nuestro proyecto de investigación quien ha guiado con su paciencia y perseverancia como docente, así como el agradecimiento especial a Sonia Edith, por su valioso aporte en ésta investigación.

El autor

Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de figura	vi
Resumen	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	6
III. METODOLOGÍA.....	18
3.1. Tipo y diseño de investigación	18
3.2. Variables y operacionalización	19
3.3. Población (criterios de selección), muestra y muestreo, unidad de análisis	20
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	22
3.5. Procedimientos	24
3.6. Método de análisis de datos.....	24
3.7. Aspectos éticos.....	25
IV. RESULTADOS.....	26
V. DISCUSIÓN	37
VI. CONCLUSIONES.....	41
VII. RECOMENDACIONES	42
REFERENCIAS	43
ANEXOS.....	50

Índice de tablas

Tabla 1 Nivel de manejo de procesos de reclamos.....	26
Tabla 2 Nivel de satisfacción de los clientes	27
Tabla 3 Prueba de normalidad.....	28
Tabla 4 Relación que existe entre el manejo de procesos de reclamos y la satisfacción de los clientes.....	29
Tabla 5 Relación que existe entre la clasificación del reclamo y la satisfacción de los clientes	31
Tabla 6 Relación que existe entre la recepción y registro del reclamo, y la satisfacción de los clientes.....	32
Tabla 7 Relación que existe entre la investigación y análisis del reclamo, y la satisfacción de los clientes	33
Tabla 8 Relación que existe entre la conciliación y respuesta del reclamo, y la satisfacción de los clientes	35

Índice de figura

Figura 1. Nivel de manejo de procesos de reclamos	26
Figura 2. Nivel de satisfacción de los clientes	27

Resumen

La investigación tuvo como objetivo general determinar de qué manera el manejo de procesos de reclamos se relaciona con la satisfacción de los clientes en la Empresa EMAPA San Martín – Bellavista 2021. El enfoque de la investigación fue cuantitativo, tipo básico, nivel descriptivo-correlacional, diseño no experimental de corte transversal. La población y muestra se conformó por 150 clientes de la empresa. Se ha utilizado como técnica la encuesta y se aplicó como instrumento dos cuestionarios. Resultados: Existe relación significativa entre la clasificación del reclamo, recepción y registro del reclamo, investigación y análisis del reclamo, y conciliación y respuesta del reclamo, se relacionan significativamente con la satisfacción de los clientes en la empresa pues la significancia alcanzó un valor de $<.001$ ($p \leq 0.05$) para todos los casos, donde los coeficientes fueron ,394; ,434; ,422; ,557 correspondientemente. Conclusión: Existe relación significativa entre el manejo de procesos de reclamos y la satisfacción de los clientes, dado que la significancia bilateral alcanzó un valor de $<.001$ ($p \leq 0.05$) y el coeficiente de correlación alcanzó un valor de ,505, por tanto, las variables se relacionan en un 25.50%.

Palabras clave: Calidad de atención, manejo de procesos de reclamos, satisfacción de los clientes.

Abstract

The general objective of the research was to determine how the handling of claims processes is related to customer satisfaction in the EMAPA San Martín - Bellavista 2021 Company. The focus of the research was quantitative, basic type, descriptive-correlational level, non-experimental cross-sectional design. The population and sample consisted of 150 clients of the company. The survey was used as a technique and two questionnaires were applied as an instrument. Results: There is a significant relationship between the classification of the claim, receipt and registration of the claim, investigation and analysis of the claim, and conciliation and response of the claim, they are significantly related to the satisfaction of the clients in the company since the significance reached a value of $< .001$ ($p \leq 0.05$) for all cases, where the coefficients were, 394; , 434; , 422; , 557 correspondingly. Conclusion: There is a significant relationship between the handling of complaints and customer satisfaction, since the bilateral significance reached a value of $<.001$ ($p \leq 0.05$) and the correlation coefficient reached a value of .505, therefore, the variables are related by 25.50%.

Keywords: Quality of care, handling of claims processes, customer satisfaction.

I. INTRODUCCIÓN

A nivel mundial las entidades privadas efectúan un sin número de acciones estratégicas con el propósito de mejorar o perfeccionar la calidad de servicio o producto que ofrecen, logrando de este modo cumplir con cada una de las expectativas de sus clientes para que los mismos se sientan satisfechos, sin embargo, en las entidades públicas, más que una estrategia, es un deber que cada uno de los colaboradores de las áreas o departamentos de los entes gubernamentales cumplan eficientemente sus funciones, específicamente aquellos que se encuentran directamente vinculados con los usuarios, siendo el principal factor para que muchas entidades públicas reciban de manera recurrente quejas o reclamos por parte de sus usuarios a consecuencia de la falta de eficiencia y profesionalidad de sus colaboradores durante la prestación de un servicio.

El caso suscitado en Ecuador, pues durante los últimos periodos la Empresa Eléctrica de Quito y la Empresa Metropolitana Pública de Agua Potable y Saneamiento, han venido presentando constantes quejas y reclamos por parte de sus usuarios, a causa del incremento y la acumulación en el cobro de tarifas como también por la deficiente calidad de servicio que brindan, sin embargo, dichas empresas al carecer de un eficiente manejo del proceso de los reclamos no logran atender en tiempo oportuno cada uno de los reclamos ostentados por sus usuario, es por ello que el nivel de satisfacción de los mismos se ha reflejado con una tendencia negativa. (El Comercio, 2020).

En el Perú, la satisfacción de un cliente cambia conforme a las diferentes situaciones del servicio, pues muchas veces las empresas prestadoras de servicio con la finalidad de captar mayor cantidad de cliente o usuarios promocionan una infinidad de propuestas beneficiadoras que al final no logran cumplir en su totalidad, generando de esta manera incomodidad y molestia por parte de los consumidores, el cual posteriormente conlleva en la presentación de quejas y reclamos ante una entidad con la cual presentan dichos inconvenientes, no obstante, es importante hacer mención que en muchos casos las empresas prestadoras de servicios carecen

de procesos eficientes y adecuados para poder manejar y atender en tiempo oportuno cada una de las quejas o reclamos de sus consumidores.

Durante los hechos acontecidos por la pandemia innumerables usuarios fueron los que presentaron quejas y reclamos ante las empresas prestadoras del servicio de luz y agua potable, a consecuencia de los errores que encontraban en la facturación y el incremento de tarifas en sus recibos pertenecientes a los meses de marzo, abril y mayo, sin embargo, los usuarios al notar que la empresa no atendía sus reclamos por vía telefónica o medios virtuales, decidieron acudir aglomeradamente a las sedes de cada empresa con el fin de protestar su molestia y disconformidad que tenían con respecto a la pésima calidad de servicio que les estaban brindando, quedando demostrado que ninguna de estas empresas contaba con un eficiente manejo de proceso de los reclamos, motivo por el cual la mayoría de sus usuarios se sentía totalmente insatisfechos con el servicio que les brindaban. (Pereira, 2020)

El Reglamento del Sistema Administrativo de Modernización de la Gestión Pública Decreto Supremo N° 123-2018-pcm según el artículo 8 integra la calidad de los servicios prestados que implican actividades del diseño y el proceso de los servicios, el acceso y la atención que ofrece la institución. Orientada al conocimiento de las necesidades de los usuarios, a expandir, diferenciar o relacionar los canales de atención, instaurar modelos de calidad, el uso de tecnologías de información en la interacción con las personas u otras entidades públicas (El Peruano, 2018).

En un contexto local, específicamente en la ciudad de Bellavista, el estudio se centra en la organización EMAPA San Martín SAC, constituida como una compañía municipal de derecho público – privado y dedicada a brindar el servicio de saneamiento vinculados al servicio de agua potable y alcantarillado, la empresa se encuentra reglamentada por la Superintendencia Nacional de Servicios de Saneamiento (SUNASS), velando de esta manera que la empresa cumpla de manera eficiente con las normas establecidas por la misma, sin embargo, durante los últimos periodos los usuarios y/o clientes mostraban en su mayoría insatisfacción y malestar con el servicio que brindaba la empresa, registrándose con ello el incremento de reclamos reportados por los usuarios a causa de la pésima calidad de servicio, pues

se sienten disgustados porque forma recurrente la empresa viene efectuando el corte del servicio de agua potable sin previo aviso alguno, provocando desabastecimiento.

Las causas por la cual se registraban recurrentes quejas o reclamos, era debido al incremento y alza de las tarifas y facturaciones elevadas, siendo el mayor problema que muchos de los pobladores vienen presentando, no obstante, pese a los recurrentes reclamos por parte de los usuarios bellavistanos, la empresa EMAPA San Martín SAC, no ha mostrado interés por brindar solución rápida y oportuna a cada uno de los reclamos, razón por la cual ha quedado confirmado que la deficiente calidad del servicio brindado por la empresa ha generado que el nivel de complacencia de los usuarios o clientes sea bajo. El presente estudio pretende determinar la relación que existe entre el manejo de procesos de los reclamos y la satisfacción de los clientes en la Empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista 2021.

De acuerdo a la realidad descrita se formuló como problema general: ¿Qué relación existe entre el manejo de procesos de reclamos y la satisfacción de los clientes en la Empresa EMAPA San Martín – Bellavista 2021?, también como problemas específicos se formularon las siguientes interrogantes: i) ¿Qué relación existe entre la clasificación del reclamo y la satisfacción de los clientes en la Empresa EMAPA San Martín – Bellavista 2021?, ii) ¿De qué manera la recepción y registro del reclamo se relaciona con la satisfacción de los clientes en la Empresa EMAPA San Martín – Bellavista 2021?, iii) ¿De qué manera la investigación y análisis del reclamo se relaciona con la satisfacción de los clientes en la Empresa EMAPA San Martín – Bellavista 2021?, y iv) ¿Cómo la conciliación y respuesta del reclamo se relaciona con la satisfacción de los clientes en la Empresa EMAPA San Martín – Bellavista 2021?

Con respecto a la justificación, el estudio se justifica por conveniencia, dado que se pretendió dar a conocer las falencias que se vienen suscitando en la administración de los procesos de reclamos y el nivel de satisfacción de los clientes o usuarios por el servicio que ofrece EMAPA San Martín SAC. Presenta relevancia social puesto que los resultados que se obtengan del estudio fueron de gran ayuda para que otras entidades prestadoras de servicio que presenten los mismos

inconvenientes puedan tomar decisiones asertivas que contribuyan en la mejora de la calidad de servicio para que con ello garantice la satisfacción de sus clientes o usuario. Presenta aporte teórico, puesto que la información que se presenta se apoya en el sustento y conocimiento de autores concedores del comportamiento de las variables en estudio.

El estudio muestra implicancias prácticas puesto que se ha buscado establecer la relación existente entre el manejo de procesos de los reclamos y la satisfacción de los clientes en la Empresa EMAPA San Martín - Bellavista 2021. Finalmente, presenta utilidad metodológica, dado que con el propósito de simplificar el proceso de la ejecución del estudio fue necesario emplear métodos científicos, empleando además instrumentos validados bajo la firma de expertos con el fin de contribuir en la recopilación de información necesaria para el desarrollo de cada uno de los objetivos propuestos, los mismos que se expusieron y detallaron en los resultados del estudio.

Conforme a la realidad estudiada, se planteó como objetivo general: Determinar de qué manera el manejo de procesos de reclamos se relaciona con la satisfacción de los clientes en la Empresa EMAPA San Martín – Bellavista 2021. Asimismo, se plantearon los siguientes objetivos específicos: i) Establecer la relación que existe entre la clasificación del reclamo y la satisfacción de los clientes en la Empresa EMAPA San Martín – Bellavista 2021; ii) Identificar de qué manera la recepción y registro del reclamo se relaciona con la satisfacción de los clientes en la Empresa EMAPA San Martín – Bellavista 2021; iii) Conocer de qué manera la investigación y análisis del reclamo se relaciona con la satisfacción de los clientes en la Empresa EMAPA San Martín – Bellavista 2021; y iv) Identificar cómo la conciliación y respuesta del reclamo se relaciona con la satisfacción de los clientes en la Empresa EMAPA San Martín – Bellavista 2021.

Se propuso como hipótesis general: H_i : Existe relación significativa entre el manejo de procesos de reclamos y la satisfacción de los clientes en la Empresa EMAPA San Martín – Bellavista 2021. Y como hipótesis específicas: H_1 : Existe relación significativa entre la clasificación del reclamo y la satisfacción de los clientes en la Empresa EMAPA San Martín – Bellavista 2021. H_2 : La recepción y registro del

reclamo se relaciona de manera significativa con la satisfacción de los clientes en la Empresa EMAPA San Martín – Bellavista 2021. H3: La investigación y análisis del reclamo se relaciona de manera significativa con la satisfacción de los clientes en la Empresa EMAPA San Martín – Bellavista 2021. H4: La conciliación y respuesta del reclamo se relaciona significativamente con la satisfacción de los clientes en la Empresa EMAPA San Martín – Bellavista 2021.

II. MARCO TEÓRICO

A nivel internacional, Alarcón-Mendoza (2020), en su artículo *Análisis de causas de ineficiencias en el servicio al cliente*. Artículo científico, Colombia. Planteó como objetivo general analizar la incidencia entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente. Investigación descriptiva a nivel explicativo con diseño no experimental, teniendo como muestra a 10 sujetos a los cuales se les aplicó el cuestionario. En tal sentido se concluyó que el inadecuado manejo del proceso de reclamos ha incidido de manera negativa en la satisfacción del cliente, ello por cuanto se confirmó que la asociatividad entre el manejo de reclamos y la satisfacción por parte de los clientes es alta, con una significancia bilateral cuyo p-valor estuvo representado por $0.008 < 0.05$, con un coeficiente de correlación Rho de Spearman de (0,749).

Cadena (2019), en su artículo *Gestión de procesos y satisfacción del usuario en centros de salud de los cantones Quito y Rumiñahui*. Artículo científico, Ecuador, cuyo propósito principal fue determinar en qué medida la gestión de procesos está relacionada con la satisfacción de los clientes. Enfoque cuantitativo, con nivel descriptivo-correlacional, de tipo básico con diseño no experimental, donde la muestra fueron 487 participantes, razón por la cual el instrumento para recopilar datos fue el cuestionario. Llegando a concluir que la gestión de procesos de quejas y reclamos se relaciona de manera significativa en el nivel de satisfacción del usuario, por cuanto se constató que la significancia bilateral cuyo p-valor alcanzado fue de $0.004 < 0.05$, con un coeficiente de correlación Rho de Spearman de (0,698), confirmándose una correlación positiva moderada, donde la satisfacción del usuario es influencia en un 48,72% por la gestión de procesos de quejas y reclamos.

Abril (2017), en su artículo *Estrategias para la recuperación del servicio en la satisfacción del cliente: Análisis de empresas de telefonía móvil*. Artículo científico, Ecuador. Cuyo objeto fue analizar la relación que existe entre las estrategias de recuperación del servicio y la satisfacción del cliente. Enfoque de tipo cuantitativo con un alcance descriptivo-correlacional, habiendo empleado como muestra a 384 personas a quienes se aplicaron el cuestionario. La conclusión general determinó que

si existe una relación significativa de las estrategias de mejora de los procesos de reclamos con la satisfacción del cliente, a través de la prueba estadística de Rho de Spearman se confirmó un grado de significancia cuyo p-valor fue de $0.003 < 0.05$, con un coeficiente de correlación ($r=0,830$), el cual indica una correlación positiva alta, lo cual indica que la satisfacción del cliente es influenciado en un 69% por las estrategias de mejora de los procesos de reclamos.

Cruz y Galán (2019), en su artículo *Determinantes del comportamiento de queja del consumidor en México*. Artículo científico, México. Su propósito fue describir las características del comportamiento y manejo de las quejas del consumidor y determinar cómo influye en la satisfacción del cliente. Enfoque cuantitativo, con una muestra de 450 clientes que presentaron sus quejas que se sujetaron a la aplicación del cuestionario. Concluyó que la consecución de las quejas presentadas por los consumidores dependía únicamente del nivel de entrada económica, residencia, tipificación del género y el grado de conciliaciones, en efecto, la falta de procedimientos para el manejo de reclamos generó un aumento de insatisfacción. Es por ello las características y manejo de los reclamos influyen significativamente en la satisfacción de los clientes, donde la significancia determinó un $p= 0.000 < 0.005$ (p-valor), con un coeficiente positivo alto de ($r=0,737$).

Bayo (2019), en su artículo *Análisis del nivel de satisfacción de los usuarios del transporte público (taxis) en la ciudad de Sucre*. Artículo científico, Bolivia. Tuvo como propósito determinar el grado de asociatividad existente entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios sobre el transporte público. La metodología fue exploratorio-descriptivo, la muestra fueron 336 usuarios encuestados a través del cuestionario. Se concluyó que las empresas no brindan un eficiente servicio ni satisfacen los patrones de calidad, asimismo se recalzó la inexistencia de una organización que se encargue del monitoreo y fiscalización del servicio que brindan cada una de estas empresas. Existe un alto grado de asociatividad entre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios, dado que se evidenció un nivel de significancia de $0.007 < 0.05$ con un coeficiente correlacional con valor fue (0,846), revelando una correlación positiva alta.

A nivel nacional, Santa Cruz (2020), en su artículo *Estrategias de calidad de servicio para la satisfacción del cliente de una empresa privada*. Artículo científico, Perú. Consideró como objeto evaluar la relación entre la variable estrategias de calidad de servicio y la variable satisfacción del cliente. Diseño no experimental y de tipo descriptivo propositivo, considerando como muestra a 240 clientes, optando por emplear un cuestionario. Llegando a concluir que se ofrece una deficiente calidad de servicio, pues los clientes manifestaron sentirse insatisfechos con el trato que les brindan los colaboradores, además la falta de interés en dar solución a las quejas o reclamos presentados ha generado que éstos opten por acudir a otras empresas. Se constató la relación significativa entre las variables, pues se identificó la significancia representada por un p-valor = 0.004 siendo menor a 0.05, además el coeficiente reflejó una correlación positiva alta de (0,873).

Bollet (2018), en su artículo *La calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, Pucallpa, 2018*. Artículo científico, Perú. Planteó como objetivo establecer la relación de las variables presentadas en la investigación. Estudio con alcance correlacional, diseño no experimental y de tipo aplicada. Consideró a 64 usuarios como la muestra, utilizando como instrumento el cuestionario. En lo que refiere a la fiabilidad del servicio y la satisfacción del usuario, se evidenció una relación alta y positiva con un p-valor = 0.000 y un coeficiente de (r=0,793). En cuanto al grado de respuesta a los reclamos y satisfacción de los usuarios, se confirmó una correlación positiva alta con una significancia de 0.000 con un coeficiente de (0,804). En general, existe relación positiva alta entre las variables pues la significancia fue 0.000 con un coeficiente de (0,896).

Burgos y Morocho (2018), en su estudio *Calidad del servicio y satisfacción del cliente de la empresa Alpecorp S.A., 2018*. Artículo científico, Perú, el cual se centró específicamente en conocer de qué manera la calidad del servicio vinculada a la gestión de reclamos influye en la satisfacción de los usuarios. Investigación correlacional, con diseño no experimental - transversal, considerando a 80 clientes como parte de su muestra, utilizando un cuestionario como instrumento. Concluyó

que, la calidad de servicio vinculado a la gestión de quejas y reclamos influyen significativa y positivamente en la satisfacción del cliente, ello por cuanto el nivel de significancia bilateral alcanzado fue de ($0.000 < 0.05$), con un coeficiente de correlación cuyo valor fue ($Rho=0,821$), indicando una relación directa pues al optimizar la calidad de servicio brindado con respecto a la gestión de quejas y reclamos, entonces el nivel de satisfacción del cliente será alto y óptimo.

Crispín (2020), en su artículo *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en los bancos privados*. Artículo científico, Perú. Pretendió establecer en qué medida la calidad de servicio influye en la satisfacción de los clientes. Enfoque cuantitativo con diseño no experimental, se empleó como instrumento el cuestionario aplicado a una muestra equivalente a 380 clientes. En la capacidad de respuesta y solución a las quejas de los clientes predomina el respaldo y compromiso que pueda tener una empresa con cada uno de sus consumidores finales durante la prestación de sus servicios, sin embargo, muchos bancos carecen de políticas o estrategias que garanticen una eficiente calidad de servicio, específicamente cuando se ven abatidos por quejas o reclamos por parte de sus clientes. Constató que la calidad de servicio y la satisfacción del usuario refleja una correlación positiva considerable, dado que el p-valor fue de 0.000 con un coeficiente de (0.702).

Huaita (2018), en su estudio *Relación de la gestión de quejas y reclamos y mejora de la satisfacción del usuario en la Dirección del Trabajo y Promoción del Empleo, Tarapoto, 2018*. Tesis de maestría, Perú. Planteó establecer la relación de la gestión de quejas o reclamos con la satisfacción del usuario. Tipo aplicada bajo un enfoque cuantitativo y se trabajó con 80 usuarios como muestra, se empleó como instrumento el cuestionario. Concluyó que la gestión de quejas y reclamos se relaciona de manera significativa y positiva con la satisfacción del usuario, puesto que la significancia alcanzada presentó un p-valor de $0.000 < 0.05$, con un coeficiente correlacional $r= 0,746$, enfatiza una asociatividad y relación positiva alta. La gestión de quejas es inadecuada en un 55 y el grado de satisfacción del cliente era bajo en un 60% a consecuencia de la deficiente capacidad de respuesta.

Enfoques conceptuales

Manejo de procesos de reclamos, Sánchez (2017), es el cúmulo de actividades que efectúa una empresa con el propósito de dar solución a todos aquellos inconvenientes que presentan los clientes en lo concerniente a los servicios que brinda. Uribe (2017), consiste en el accionar inmediato y progresivo que tienen como fin dar solución a los inconvenientes que se suscitan durante la prestación de servicios o la comercialización de un determinado producto según la percepción del cliente.

Sánchez y Morón (2019), puntualizan que es el desarrollo de acciones consecutivas previamente planificadas que involucra la participación de personal eficiente y capacitado para atender las dificultades que se suscitan durante la prestación de un determinado servicio, consiguiendo de este modo redimir la confianza de un consumidor o cliente satisfecho a través del mejoramiento de la calidad de servicio. Tag-Eldeen (2018), enfatiza que es el accionar que toda entidad debe efectuar para gestionar de manera eficiente las molestias que tienen sus clientes de acorde a la percepción que tienen sobre el servicio o bienes que ofrece. Bengül & Yilmaz (2018), aluden que es garantizar la efectividad en la cual se llevarán a cabo la atención o interés por brindar alternativas de solución que contribuyan en perfeccionar la calidad de servicio, cumpliendo de este modo las expectativas requeridas por parte de los clientes insatisfechos.

Kumar & Kaur (2020), puntualizan que consiste en desarrollar acciones que coadyuven en el perfeccionamiento de aquellos inconvenientes que pueda presentar durante la prestación de sus servicios o la enajenación de bienes. Agu (2018), las entidades que cuenten con un eficiente manejo del proceso de reclamos lograrán certificar la recuperación de la confianza de sus clientes insatisfechos, a través de la implementación de prácticas que desplieguen ciertos beneficios que se encuentren direccionados al mejoramiento de la calidad de servicio.

Para contar con una gestión o proceso para el manejo de las quejas o reclamos que presentan los clientes o usuarios de una empresa, Morgeson (2020), infieren que

es fundamental que toda entidad disponga de una gestión para el manejo de los reclamos, dado que permitirá reducir el riesgo de que tras cometer errores relacionados a la prestación de sus servicios, el cliente siga manteniendo vinculación directa con la empresa, como también tomar decisiones asertivas que contribuyan a la mejoría de la calidad del servicio a través del conocimiento de las expectativas de sus clientes o usuarios.

En objetivos del proceso de los reclamos, Shams (2020), puntualizan que el principal objetivo es fortalecer el vínculo existente entre el cliente y una entidad, logrando de esta manera asegurar la optimización de la calidad del servicio o cualquier tipo de producto que ofrezca la misma. Torres (2018), afirma que es importante para toda entidad ya que le permite certificar que los reclamos o quejas ostentado por los clientes logren ser correctamente atendidos, registrados y enmendados en tiempo oportuno, además permite conocer directamente las expectativas y la percepción que poseen los clientes del servicio o producto brindado.

Para lograr un eficiente manejo del proceso de quejas o reclamos, una entidad debe implementar una gestión de quejas o reclamos basado en la Normas ISO 10002. González y Arciniegas (2016), consiste en gestionar cada uno de los reclamos ostentados por ciertos consumidores, siendo de gran ayuda para la identificación del motivo por la cual se generaron dichos reclamos y establecer medidas necesarias que lograrán dar solución a las mismas. Arenal (2018), puntualiza que la Norma ISO 10002 pretende reglamentar y/o simplificar la gestión de reclamos de cualquier empresa, logrando así identificar las falencias que se presentan y desprestigian la calidad del servicio que ofrece la misma, asimismo el tratamiento de dichos reclamos será de gran ayuda, pues permitirá conocer los inconvenientes que presentan los clientes, siempre y cuando se tome en consideración la información obtenida.

Las ventajas de la gestión de reclamos bajo la Norma ISO 10002, Campiña y Fernández (2016), manifiestan que aquella entidad que proyecte actitudes objetivas y proactivas ante los reclamos de sus clientes tendrá la oportunidad de convertir dicha información en estrategias que faciliten la identificación de aquellas debilidades que

puedan estar afectando la calidad de servicio, logrando de esta manera la recuperación ineludible de la confianza y satisfacción del cliente. Campaña y Fernández (2016), precisan que los principales beneficios o ventajas que brinda una gestión eficiente de los reclamos son en primera instancia el incremento del potencial para el recobro de la confianza de los usuarios, resalta el compromiso que tiene la empresa por garantizar un nivel alto en cuanto a la calidad de servicio ofrecido para conseguir mayor satisfacción, igualmente permite aumentar la categorización de una empresa.

Muchas empresas tienden a ofenderse o molestarse cuando un cliente presenta una queja o reclamo sobre el servicio que éste brinda, Muñoz (2017), es preciso considerar ciertos pasos para manejar de manera eficiente un determinado reclamo, pues en primer lugar los colaboradores deberán efectuar a la brevedad posible el afrontamiento sosegado del reclamo, evitando mayor malestar de los mismos, posteriormente el colaborador deberá escuchar con atención el reclamo para transmitir interés e dar a conocer que para la empresa la principal prioridad es el cliente, consecutivamente se procederá a ofrecer las disculpas del caso haciendo énfasis que el inconveniente suscitado no volverá a presenciarse y se planteará una alternativa de solución para resolver la queja del cliente, y dar seguimiento para certificar la satisfacción del cliente después de la atención al reclamo.

Para evaluar el manejo de procesos de reclamos, Sánchez y Morón (2019), quienes puntualizan que para asegurar un eficiente proceso del manejo de los reclamos es necesario cumplir las siguientes actividades consideradas como dimensiones: primera dimensión la presentación y clasificación del reclamo, donde el personal procede a efectuar la clasificación de los reclamos según su tipología, sus indicadores, i) los reclamos comerciales y ii) los reclamos operacionales.

Como segunda dimensión se considera a la recepción y registro del reclamo, pretende contrastar la procedencia del reclamo, causas y documentos que la sustenta, sus indicadores, i) formas de presentación como por teléfono, página web o por escrito, ii) verificación de la solicitud según el tipo de reclamo, iii) registro de la

información y datos del usuario, iv) control de la información y datos que sustenta la causa, y v) registro del reclamo según las causas.

Como tercera dimensión se considera la investigación y análisis del reclamo, cuya etapa es en la cual el responsable del área de control documentario efectúa el análisis de cada uno de los reclamos reportados, para posteriormente efectuar la emisión de un informe técnico comercial en el que archivará la documentación correspondiente y fehaciente de los reclamos, procediendo después a la inspección física del inconveniente por el cual se generó el reclamo; teniendo como indicadores, i) el control de la información y datos del usuario que presenta el reclamo, ii) la contrastación sobre la legitimidad de la documentación que sustenta la causa del reclamo, iii) la derivación al área responsable según el tipo de reclamo, y iv) el reconocimiento físico del problema que causa la queja.

Como última dimensión se considera a la conciliación y respuesta del reclamo, que es la etapa que se encarga explícitamente de concluir el proceso del manejo de los reclamos, es decir, tras haber analizado cada uno de los casos por el cual se dieron origen a las quejas, el personal encargado procede a dar a conocer su veredicto sobre la decisión de solución de los inconvenientes que generaron que los usuarios presentaran sus reclamos; teniendo como indicadores: i) la verificación del expediente que sustenta el reclamo, ii) el aviso de la citación a reunión al usuario, iii) el cumplimiento de los plazos para la resolución y notificación de la decisión, y iv) la notificación de la decisión o respuesta del reclamo.

Satisfacción del cliente, Izquierdo (2019) alude que hace referencia a un alto nivel de percepción positiva que tiene un determinado cliente sobre la calidad de servicio o producto que le pueda ofrecer una empresa. Gil (2020), manifiesta que es la actitud confortable que muestra un determinado cliente o usuario sobre una empresa o el servicio que éste ofrece, resaltando siempre las cualidades y acciones eficientes de cada uno de los que conforman dicha empresa por haber logrado cumplir sus expectativas en cuanto a la calidad del servicio. Mateos (2019), lograr que un cliente se sienta satisfecho con el servicio que recibe, significa que cumple

con cada una de sus expectativas referente al servicio o producto que adquiere, siendo demostrado a través de su actitud perceptiva, pues si el servicio o bien no cumplió sus expectativas se obtendrá un cliente insatisfecho.

Philips (2020), afirman que la satisfacción del cliente dependerá del grado de cumplimiento de sus expectativas sobre la calidad de servicio o producto que le pueda ofrecer una determinada entidad. Zárraga (2018), es el grado valorativo de conformidad que se manifiesta al medir la eficiencia percibida de cualquier servicio o producto con las expectativas que el mismo espera recibir durante el ofrecimiento de un servicio o la adquisición de un determinado bien. Pérez y Villalobos (2016), infieren que es el nivel de conformidad y actitud positiva que siente un cliente por el servicio o producto que le brindó una empresa. Nápoles-Nápoles (2016), es el valor de complacencia percibido por un consumidor sobre la calidad de servicio ofrecido por una empresa. Yu-Cheng (2016), puntualiza que el grado de satisfacción de un comprador depende únicamente de la calidad del servicio o producto que le ofrezca una entidad.

En importancia de la satisfacción del cliente, Caballero (2020), aluden que es importante que un consumidor este satisfecho con el producto o servicio brindado por una entidad, puesto que depende únicamente de ello para que la misma siga creciendo dentro del mercado. Kawon (2017), manifiesta que el surgimiento de toda empresa dependerá específicamente de la satisfacción de sus clientes, por ello es importante y preciso que la calidad de servicio sea óptima.

Rashid & Rokade (2019), puntualizan que existen dos elementos relacionados a la satisfacción de los clientes, el primero que se centra en la apreciación que tiene el consumidor sobre la calidad de servicio, y el segundo que se centra en las expectativas que espera recibir el comprador durante la adquisición de un servicio. Suchánek (2017), manifiestan que existen tres elementos para lograr complacer al cliente, el primero que es el valor percibido, en segundo lugar, las expectativas y, por último, el grado de complacencia que tiene el cliente.

Sotomayor (2016), infiere que el nivel de satisfacción del cliente se evalúa según su categorización. Odia & Dakare (2019), concuerdan que un cliente insatisfecho es quien considera que el producto o servicio adquirido no cumplió sus expectativas, asimismo un cliente satisfecho refleja que la percepción que tiene sobre el producto o servicio adquirido concuerda con las expectativas esperadas. Miranda (2017), agrega que un cliente totalmente complacido, se generará cuando la percepción del mismo sobre la calidad de servicio brindado por una entidad haya superado las expectativas que tenía.

Los beneficios que se generan con la satisfacción del cliente, Carrizo (2017), puntualizan que generalmente el principal beneficio es que el consumidor vuelva a preferir los servicios o bienes que brinda una determinada empresa, ganando con ello la lealtad y fidelización de sus clientes, otro beneficio es que los clientes satisfechos recomendarán la mercancía o los servicios que ofrece la empresa a otros compradores, logrando de esta manera adquirir nuevos clientes, para culminar, también tendrá como beneficio resultados favorables en comparación con la competencia. Nobar & Rostamzadeh (2018), los beneficios que genera la satisfacción del cliente son puntualmente, la lealtad y fidelización del consumidor, promoción gratuita, mayor posicionamiento de mercado y rendimiento económico favorable.

Las desventajas que pueda generar la satisfacción del cliente, Gemechu (2019), infiere que muchas veces las empresas con el fin de satisfacer en su totalidad a sus compradores tienden a emplear estrategias equívocas que, en vez de generar mayores ganancias, simplemente le generan mayores gastos y costos que pueden poner en riesgo la rentabilidad de las mismas. Laumer (2017), manifiestan que la satisfacción de sus clientes no solo genera beneficios, sino que también, originan una serie de inconvenientes que repercuten continuamente en el desenvolvimiento y productividad de la empresa. Hadji & Degoulet (2016), aluden que el propósito de la satisfacción del cliente es específicamente garantizar el crecimiento de la empresa, sin embargo, los errores que se susciten por implementar estrategias poco fiables siempre traerán consigo pérdidas económicas que puedan poner en riesgo los resultados económicos de una empresa.

En los componentes que influyen en la satisfacción de los clientes, Kuei-Fang (2019), la calidad de servicio o producto, el precio, el desempeño del personal de una empresa, el tiempo y abastecimiento. Rita (2019), puntualizan que los factores que coadyuvarán a que un consumidor se sienta totalmente satisfecho se encuentran intrínsecamente relacionados a la calidad, precio, tiempo y la atención por parte de la empresa. Osarenkhoe (2017), manifiestan que la percepción de un cliente o usuario con respecto a los bienes y servicios ofrecidos, dependerá específicamente de cuatro principales factores, las cuales son la calidad, el tiempo, la eficiencia en la atención y el precio, pues si dichos factores cumplen las expectativas del consumidor el nivel de satisfacción será alto, pero si es todo lo contrario, el nivel de satisfacción será bajo.

Para evaluar la variable satisfacción del cliente, Gil (2020), quien puntualiza que la satisfacción del cliente depende únicamente de la percepción que tenga sobre la calidad del servicio o producto brindado por una entidad, para ello es necesario evaluar cada uno de sus componentes, los mismos que fueron considerados como las dimensiones. Como primera dimensión se mide el nivel de satisfacción de los consumidores según los elementos tangibles, el cual hace referencia a la percepción que tienen los clientes o usuarios sobre los elementos que posee una empresa, en tal sentido se consideran como indicadores: i) la infraestructura, el personal, materiales de apoyo.

Como segunda dimensión se evalúa la percepción que tiene el cliente respecto a la calidad de la prestación del servicio, el cual hace referencia a la percepción del nivel de capacidad con la que cuentan los empleados o la organización durante el desarrollo o la prestación de un servicio, teniendo de este modo indicadores, i) la eficiencia y eficacia; ii) la efectividad y celeridad en los procesos, iii) la aceptación de los reclamos.

Con respecto a la tercera dimensión se evalúa la percepción que tiene el cliente en cuanto a la capacidad de respuesta, el cual hace referencia a las cualidades que muestra el personal durante la prestación de un determinado servicio, teniendo de

este modo como indicadores: i) la atención rápida y expedita, y ii) la disposición del personal para responder dudas y las inquietudes que tienen los usuario o clientes.

Como cuarta dimensión se evalúa la satisfacción del cliente con respecto a la seguridad que le brinda la empresa, el cual consiste principalmente en la percepción de confianza que pueda tener el cliente tanto del servicio que le brinda la empresa como de la calidad de atención recibida por parte de esta, en tal sentido se considera como indicadores: i) la actitud del personal, y ii) el conocimiento de los procesos de reclamos.

Para concluir se considera como quinta dimensión la satisfacción que pueda tener el cliente con respecto a la empatía que muestran los colaboradores de la empresa, durante la prestación de un determinado servicio o durante el manejo del proceso de los reclamos que puedan ostentar los mismos, en ese sentido, se evalúa como indicador la atención personalizada.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

La investigación fue de tipo básica, se pretendió ampliar los conocimientos científicos de las variables a través de la recopilación de sustento teórico, con la finalidad de conocer de manera más amplia cada una de las características y cualidades de los hechos o acontecimientos que se vienen suscitando dentro de la empresa EMAPA San Martín SAC. CONCYTEC (2018), los estudios básicos tienen como propósito incrementar y generar mayor conocimiento sobre el comportamiento de las variables dentro de un determinado contexto, permitiendo con ello explicar de manera concisa los fundamentos de los fenómenos observables.

El estudio se desarrolló a nivel descriptivo-Correlacional, se describió cada una de las características y cualidades sobre comportamiento de las variables en estudio dentro de la realidad situacional de EMAPA San Martín SAC, permitiendo de esta manera conocer las falencias que se vienen presentando en la misma, asimismo presentó un nivel Correlacional, dado que tuvo como finalidad identificar el nivel de relación que existe entre el manejo de proceso de reclamos y la satisfacción de los clientes de la empresa a investigar. Arbaiza (2019), un estudio descriptivo-correlacional tiene como finalidad describir en primer lugar cada una de las características observables de las variables estudiadas para posteriormente determinar la relación o asociatividad que existe entre dos variables.

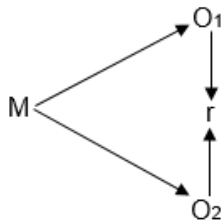
El estudio presentó un enfoque cuantitativo, puesto que se tiene como propósito medir cuantitativamente los hechos y acontecimientos que se suscitan dentro de la empresa en la cual se ejecuta la investigación, brindando de este modo mayor fiabilidad a los resultados que se obtengan.

El estudio reflejó un diseño no experimental, porque el estudio de la empresa EMAPA San Martín, se efectuó sin la necesidad de manipular de forma deliberada las variables, todo lo contrario, el análisis de los hechos y acontecimientos se dieron en su contexto real. Presenta un corte transversal, dado que los hechos observables fueron suscitados dentro de un determinado periodo de tiempo, es decir, durante el

año 2021. Valderrama (2019), manifiesta que el estudio de diseño no experimental transversal pretende analizar aquellos hechos y fenómenos de una realidad sin manipular intencionalmente las variables, es decir, se observan los fenómenos tal y cual se suscitan dentro de un tiempo determinado.

Es importante mencionar además que en el estudio se ha empleado el método deductivo, Andrade, Alejo y Armendariz (2018), este método permite realizar un análisis y razonamiento lógico detallado, por lo que en el estudio fue necesario emplear el método deductivo con el propósito de efectuar un estudio empleando premisas específicas con la finalidad de alcanzar una conclusión general.

En tal sentido el esquema a emplear fue:



Dónde:

M = 150 clientes atendidos por procesos de reclamos

O₁ = Manejo de procesos de reclamos

O₂ = Satisfacción de los clientes

r = Relación

3.2. Variables y operacionalización

Variable X: Manejo de procesos de reclamos

Definición conceptual: Es el desarrollo de acciones consecutivas previamente planificadas que involucra la participación de personal eficiente y capacitado para atender las dificultades que se suscitan durante la prestación de un determinado servicio, consiguiendo de este modo redimir la confianza de un consumidor o cliente

satisfecho a través del perfeccionamiento de la calidad del servicio. (Sánchez y Morón, 2019).

Definición operacional: Es el cúmulo de actividades que se efectúa con el fin de mitigar y dar solución inmediata a los inconvenientes que perciben los clientes en relación al servicio que brinda una determinada entidad. Sánchez y Morón (2019), teniendo como dimensiones (Clasificación del reclamo, Recepción y registro del reclamo, Investigación y análisis del reclamo, Conciliación y respuesta del reclamo), para la cual fue necesario aplicar como instrumento el cuestionario conformado por 28 ítems.

Escala de la variable: Ordinal

Variable Y: Satisfacción de los clientes

Definición conceptual: Es la actitud comfortable que muestra un determinado cliente o usuario sobre una empresa o el servicio que éste ofrece, resaltando siempre las cualidades y acciones eficientes de cada uno de los que conforman dicha empresa por haber logrado cumplir sus expectativas en cuanto a la calidad del servicio. (Gil, 2020).

Definición operacional: Es el accionar gratificante que pueda tener una persona sobre la calidad de servicio o producto que adquirió de una empresa. Gil, (2020), teniendo como dimensiones (Elementos tangibles, Prestación del servicio, Capacidad de respuesta, Seguridad, Empatía), elaborando de este modo un cuestionario constituido por 28 ítems con el fin de facilitar el proceso de recojo de los datos y la información.

Escala de la variable: Ordinal

3.3. Población (criterios de selección), muestra y muestreo, unidad de análisis

Población

La población estuvo compuesta por 150 clientes que presentaron sus reclamos y que fueron atendidos a través del proceso de reclamos de la empresa EMAPA San Martín perteneciente a Bellavista durante el periodo 2021. Arbaiza (2019), manifiesta

que la población es aquella parte representativa de todos los elementos de un determinado contexto que muestran cualidades similares y que contribuyen en la ejecución de un estudio.

- Criterios de inclusión: Los clientes de la ciudad de Bellavista que reportaron sus reclamos y que participaron de manera voluntaria en el estudio, los trabajadores de la organización en estudio vinculados a la atención de los procesos de reclamos.
- Criterios de exclusión: Los usuarios de la ciudad de Tarapoto, los colaboradores de la ciudad de Tarapoto y los colaboradores de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista que no tienen relación alguna con el manejo de procesos de reclamos.

Muestra

La muestra del estudio estuvo constituida por el total de la población, es decir, por los 150 clientes que presentaron sus reclamos y que fueron atendidos a través del proceso de reclamos en la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista durante el periodo 2021. Arbaiza (2019), la muestra es un fragmento de la población, considerado también con la unidad de análisis que participa en la ejecución del estudio.

Muestreo

En el estudio se aplicó un muestreo no probabilístico - censal, puesto que toda la población ha sido considerada como la muestra del trabajo investigativo. Valderrama (2019), la muestra censal es aquella en la cual se considera la totalidad de la población como participantes de la muestra.

Unidad de análisis: Clientes de la ciudad de Bellavista que presentaron sus reclamos ante la empresa EMAPA San Martín SAC - Bellavista.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Técnicas

Con la finalidad de facilitar el proceso de recopilación de información de la investigación se empleó la encuesta como técnica. Arbaiza (2019), la encuesta está conformada por un cúmulo de interrogantes que reflejan el comportamiento de las variables dentro de un determinado contexto.

Instrumentos

El instrumento que facilitó la recolección de datos de cada una de las variables fue el cuestionario, el mismo que estuvo dirigido a los clientes de la empresa EMAPA San Martín - Bellavista, en tal sentido para la variable manejo de procesos de reclamos se elaboraron 28 interrogantes en función a cada una de las dimensiones cuyas alternativas de respuesta estuvieron de acuerdo a la escala de Likert (Nunca=1, Casi nunca=2, A veces=3, Casi siempre=4 y Siempre=5), del mismo modo para la variable satisfacción de los clientes se elaboraron 28 interrogantes también en función a las dimensiones, cuyas respuestas estuvieron de acuerdo a la escala de Likert (Nunca=1, Casi nunca=2, A veces=3, Casi siempre=4 y Siempre=5). En tal sentido, Valderrama (2019), afirma que el cuestionario es aquella herramienta conformada por cierta cantidad de interrogantes relacionadas a las variables en estudio.

Validez

Para la validez de los instrumentos se ha considerado utilizar la técnica de juicio de expertos, los mismos que calificaron y dieron credibilidad a la aplicación de dichos instrumentos. Se ha contado con los siguientes especialistas:

Variable I: Manejo de procesos de reclamos			
Nº	Nombre y apellido	Especialidad	Opinión
1	Mg. Cinthia Milagros Chávez Ruiz	Magister en Gestión Pública	Aplicable
2	Mg. Hesselt Dávila Perea	Magister en Gestión Pública	Aplicable
3	Mg. Viviana Rojas Flores	Magister en Gestión Pública	Aplicable

Fuente: Ficha de validaciones

Variable II: Satisfacción del cliente			
N°	Nombre y apellido	Especialidad	Opinión
1	Mg. Cinthia Milagros Chávez Ruiz	Magister en Gestión Pública	Aplicable
2	Mg. Hesselt Dávila Perea	Magister en Gestión Pública	Aplicable
3	Mg. Viviana Rojas Flores	Magister en Gestión Pública	Aplicable

Fuente: Ficha de validaciones

Los resultados de la validez presentan concordancia entre los expertos; resultando una escala de validez fiable, el mismo que reúne las condiciones por la universidad César Vallejo para ser aplicado.

Confiabilidad

La confiabilidad de los cuestionarios se realizó mediante la prueba estadística Alfa de Cronbach, de los cuales resulto lo siguiente:

- *Manejo de procesos de reclamos*

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	20	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,891	28

- *Satisfacción del cliente*

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	20	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,885	28

Los cuestionarios resultaron ser fiables, puesto que los índices han reflejado una confiabilidad de escala alta para ambas variables (Manejo de procesos de reclamos, 0.891 y Satisfacción del cliente, 0.885), asimismo se cumple con los parámetros brindados por la Universidad Cesar Vallejo.

3.5. Procedimientos

En el estudio se realizó en primera instancia la elaboración de instrumentos que fueron debidamente validados, posterior a ello se procedió a la aplicación de cada uno de los instrumentos dirigidos a la muestra del estudio, seguidamente se procedió a codificar cada uno de los datos obtenidos de acuerdo a las alternativas propuestas, seguidamente los mismos fueron tabulados en el programa Microsoft Excel para posteriormente exportarlos al programa estadístico SPSS 25 con la finalidad de que los resultados estadísticos que se obtengan de los mismos reflejen confiabilidad y veracidad de la información durante el desarrollo de cada uno de los objetivos enunciados.

3.6. Método de análisis de datos

Los datos recopilados se analizaron a través de la aplicación del programa estadístico SPSS 25 con la finalidad de brindar mayor fiabilidad a la información que

se obtengan, asimismo para detallar cada uno de los resultados logrados en base a los objetivos propuestos se emplearon tablas para facilitar la interpretación y entendimiento de la información presentada, del mismo modo para identificar la relación entre las dos variables en estudio se utilizó el coeficiente de correlación de Pearson.

3.7. Aspectos éticos

El estudio guarda respectivo cuidado de los aspectos éticos y sigue las líneas de estudio establecidas por la Universidad César Vallejo, además la redacción e información presentada se encuentra debidamente citada en las referencias cumpliendo lo establecido por las normas APA, igualmente el estudio cumple con los siguiente criterios o principios éticos internacionales, es decir, se cumple con el principio de beneficencia, dado el estudio se efectuó sin causar daño moral a la sociedad o cualquier persona, asimismo refleja el principio de confidencialidad, puesto que la información que se obtenga del estudio fue empleado únicamente con fines académicos y porque los datos de los participantes que contribuyan en el estudio no fueron divulgados, por último se cumple con el principio de autonomía, por cuanto se respetó la decisión de cada uno de los sujetos que quiera participar de manera voluntario en el proceso de la investigación.

IV. RESULTADOS

Empleando el método descriptivo, se presentan los siguientes resultados:

Tabla 1

Nivel de manejo de procesos de reclamos

Escala de medición variable	Desde	Hasta	f	%
Bajo	28	64	25	17%
Medio	65	103	97	65%
Alto	104	140	28	19%
Total			150	100%

Fuente: Elaboración propia

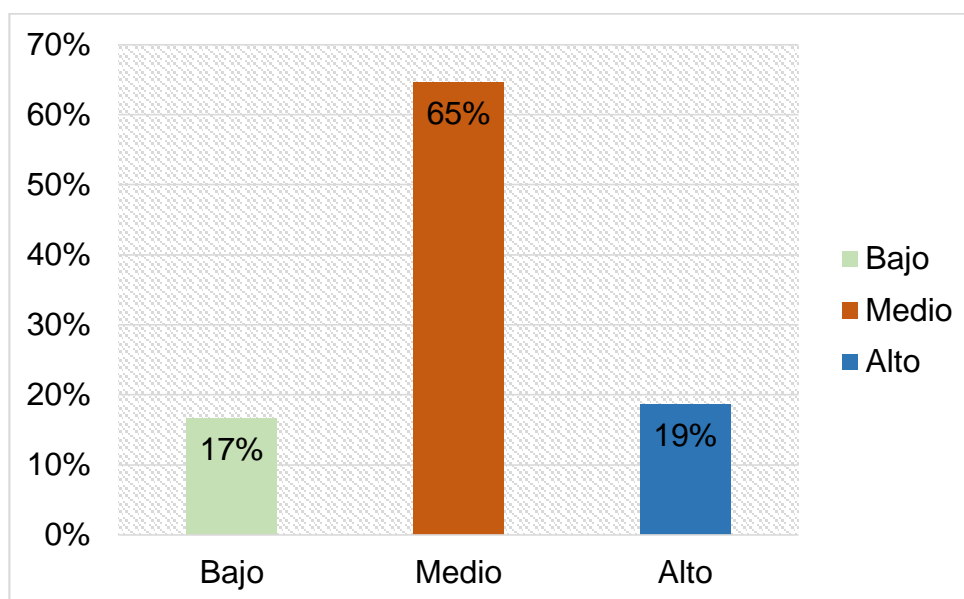


Figura 1. Nivel de manejo de procesos de reclamos

Fuente: Tabla 1

Interpretación

Según los datos presentados en la tabla anterior sobre el manejo de procesos de reclamos en la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista, se reconoce que

presenta un nivel medio en un 65%, alto en un 19% y bajo en un 17% debido a que los clientes refieren que no tienen conocimiento sobre el trámite o procedimiento que debe seguir para llevar a cabo el reclamo de forma apropiada de tal manera que se planteen soluciones asertivas y oportunas al problema presentado para que se resuelvan de forma imparcial y equitativa.

Tabla 2

Nivel de satisfacción de los clientes

Escala de medición variable	Desde	Hasta	f	%
Bajo	28	64	63	42%
Medio	65	103	60	40%
Alto	104	140	27	18%
Total			150	100%

Fuente: Elaboración propia

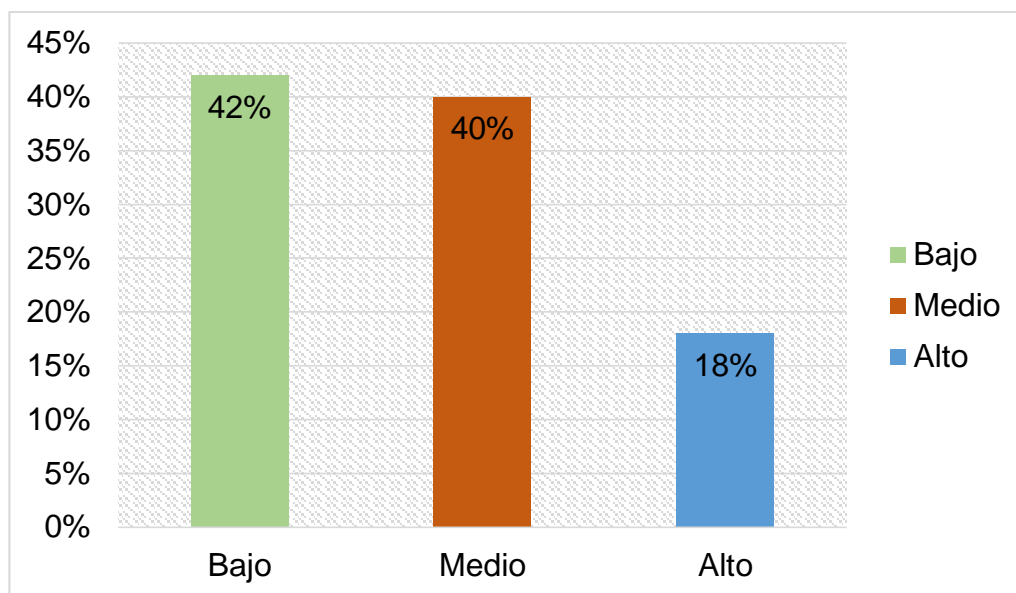


Figura 2. Nivel de satisfacción de los clientes

Fuente: Tabla 1

Interpretación

Según los datos presentados en la tabla anterior sobre la satisfacción de los clientes en la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista, se reconoce que presenta un nivel bajo en un 42%, medio en un 40% y alto en un 18% debido a que la empresa no cuenta con las instalaciones y recursos idóneos para que brindar una atención de calidad a los clientes, tampoco existe una buena capacidad de respuesta por parte de los colaboradores, por lo que todo ello ha ocasionado que los clientes no se sientan conformes con la atención que reciben.

Seguidamente, utilizando el método inferencial, se presenta lo siguiente:

Tabla 3

Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl.	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Manejo de procesos de reclamos	,105	150	<.001	,973	150	,005
Satisfacción del cliente	,160	150	<.001	,927	150	<.001

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: SPSS 28

Interpretación

Según la información estadística presentada en la tabla anterior, tras el desarrollo de la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk empleado en la investigación por contar con una muestra conformada por más de 50 sujetos, se evidencia que los datos no se han distribuido normalmente visto que la significancia obtuvo valores de ,005 y <.001 para las variables manejo de procesos de reclamos y satisfacción del cliente. Por tal motivo, el cálculo del coeficiente permitió conocer que se tiene que emplear el coeficiente de asociación y correlación lineal de Rho de Spearman para determinar la existencia o no relación entre las variables, así como para conocer el grado de relación existente entre ambas en caso corresponda.

Comprobación de las hipótesis

Hipótesis general

Hi: Existe relación significativa entre la primera variable el manejo de procesos de reclamos y segunda variable satisfacción de los clientes en la Empresa EMAPA San Martín – Bellavista 2021.

Regla de decisión:

Si: $p \leq 0.05$, se acepta Hi

Si: $p \geq 0.05$, se rechaza Hi

Tabla 4

Relación que existe entre el manejo de procesos de reclamos y la satisfacción de los clientes

			Manejo de procesos de reclamos	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Manejo de procesos de reclamos	Coeficiente de correlación. Sig. (bilateral) N.	1,000 . 150	,505 <.001 150
	Satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N.	,505 <.001 150	1,000 . 150

Fuente: SPSS 28

Interpretación

Según la información estadística presentada en la tabla anterior, se reconoce la existencia de una relación significativa entre el manejo de procesos de reclamos y la satisfacción de los clientes en la Empresa EMAPA San Martín - Bellavista 2021; porque la significancia bilateral alcanzó un valor de <.001, siendo tal valor menor al valor de $p=.05$, por lo que se cuenta con el sustento estadístico necesario para

aceptar la existencia de relación significativa entre las variables de estudio. En efecto, respecto al objetivo general propuesto para determinar de qué manera el manejo de procesos de reclamos se relaciona con la satisfacción de los clientes en la empresa, los clientes encuestados aseveraron que aquellos colaboradores que tienen en consideración los procesos concernientes a la clasificación pertinente de los documentos, la recepción y el registro asertivo de los mismos, la investigación de dificultades y el análisis detallado del usuario, la conciliación de parte y la respuesta oportuna de los reclamos efectuados suscita que ellos experimenten mayor satisfacción sobre la prestación de los servicios, además se sentir que la empresa tiene una buena capacidad de repuesta frente a las necesidades que presentan los clientes.

Del mismo modo, se reconoce que la correlación fue positiva moderada porque el coeficiente de correlación alcanzó un valor de ,505, situándose tal valor en el rango de 0,4 a 0,69.

Además, para conocer el grado del coeficiente determinante, se procede a efectuar el siguiente cálculo: $(,505)^2$, por lo que se deduce que el manejo de procesos de reclamos y la segunda variable satisfacción de los clientes se relacionan en un 25.50%.

Hipótesis específica 1

H1: Existe relación significativa entre la clasificación del reclamo y la satisfacción de los clientes en EMAPA San Martín – Bellavista 2021.

Regla principal de decisión:

Si: $p \leq 0.05$, se acepta H_1

Si: $p \geq 0.05$, se rechaza H_1

Tabla 5

Relación que existe entre la clasificación del reclamo y la satisfacción de los clientes

			Clasificación del reclamo	Satisfacción_ del cliente
Rho de Spearman	Clasificación del reclamo	Coeficiente de correlación.	1,000	,394
		Sig. (bilateral)	.	<.001
		N.	150	150
	Satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación	,394	1,000
		Sig. (bilateral)	<.001	.
		N.	150	150

Fuente: SPSS 28

Interpretación

Según la información estadística presentada en la tabla anterior, se muestra la existencia de una relación significativa entre la clasificación del reclamo y la satisfacción de los clientes en EMAPA San Martín - Bellavista 2021; porque la significancia bilateral alcanzó un valor de <.001, siendo tal valor menor al valor de $p=.05$, por lo que se cuenta con el sustento estadístico necesario para aceptar H1: Existe relación significativa entre la clasificación del reclamo y la segunda variable satisfacción de los clientes en EMAPA San Martín – Bellavista 2021.

En efecto al primer objetivo específico propuesto para establecer la relación que existe entre clasificación del reclamo y la segunda variable satisfacción de los clientes en la empresa, los clientes encuestados aseveraron que la adecuada orientación y explicación detallada por parte del personal respecto a los procesos que debe seguir para llevar a cabo su queja o reclamo de manera apropiada, en función a su tipología, conlleva a que los clientes se sientan mejor atendidos y más satisfechos con los servicios ofrecidos. Se evidencia que la correlación fue positiva baja porque el coeficiente de correlación alcanzó un valor de ,394, situándose tal valor en el rango de 0,2 a 0,39.

Hipótesis específica 2

H2: La recepción y registro del reclamo se relaciona de manera significativa con la satisfacción de los clientes en EMAPA San Martín – Bellavista 2021.

Regla principal de decisión:

Si: $p \leq 0.05$, se acepta H_1

Si: $p \geq 0.05$, se rechaza H_1

Tabla 6

Relación que existe entre la recepción y registro del reclamo, y la satisfacción de los clientes

			Recepción y registro del reclamo	Satisfacción del cliente
Rho de Spearman	Recepción y registro del reclamo	Coefficiente de correlación. Sig. (bilateral) N.	1,000 . 150	,434 <.001 150
	Satisfacción del cliente	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N.	,434 <.001 150	1,000 . 150

Fuente: SPSS 28

Interpretación

Según la información estadística presentada en la tabla anterior, se reconoce la existencia de una relación significativa entre la recepción y registro del reclamo, y la segunda variable satisfacción de los clientes en EMAPA San Martín - Bellavista 2021; porque la significancia bilateral alcanzó un valor de <.001, siendo tal valor menor al valor de $p=.05$, por lo que se cuenta con el sustento estadístico necesario para aceptar H2: La recepción y registro del reclamo se relaciona de manera significativa con la segunda variable satisfacción de los clientes en EMAPA San Martín – Bellavista 2021.

Respecto al segundo objetivo específico propuesto para identificar de qué manera la recepción y registro del reclamo se relaciona con la segunda variable satisfacción de los clientes en la empresa, los clientes encuestados aseveraron que los clientes que son atendidos de manera rápida y oportuna por los colaboradores competentes de la empresa, además cuando registran de forma inmediata el reclamo o queja presentada, experimentan tienen mejor percepción de esta y, por ende, el nivel de satisfacción que experimenta respecto a los servicios que ofrece la empresa incrementa considerablemente.

Del mismo modo, se reconoce que la correlación fue positiva moderada porque el coeficiente de correlación alcanzó un valor de ,434, situándose tal valor en el rango de 0,4 a 0,69.

Hipótesis específica 3

H3: La investigación y análisis del reclamo se relaciona de manera significativa con la segunda variable satisfacción de los clientes en EMAPA San Martín – Bellavista 2021.

Regla principal de decisión:

Si: $p \leq 0.05$, se acepta H_i

Si: $p \geq 0.05$, se rechaza H_i

Tabla 7

Relación que existe entre la investigación y análisis del reclamo, y la satisfacción de los clientes

			Investigación y análisis del reclamo	Satisfacción_ del cliente
Rho de Spearman	Investigación y análisis del reclamo	Coeficiente de correlación.	1,000	,422
		Sig. (bilateral)	.	<.001
		N.	150	150
	Satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación	,422	1,000

Sig. (bilateral)	<.001	.
N.	150	150

Fuente: SPSS 28

Interpretación

Según la información estadística presentada en la tabla anterior, se reconoce la existencia de una relación significativa entre la investigación y análisis del reclamo, y la satisfacción de los clientes en EMAPA San Martín - Bellavista 2021; porque la significancia bilateral alcanzó un valor de <.001, siendo tal valor menor al valor de $p=0.05$, por lo que se cuenta con el sustento estadístico necesario para aceptar H3: La investigación y análisis del reclamo se relaciona de manera significativa con la segunda variable satisfacción de los clientes en EMAPA San Martín – Bellavista 2021.

Respecto al tercer objetivo específico propuesto para conocer de qué manera la investigación y análisis del reclamo se relaciona con la segunda variable satisfacción de los clientes en la empresa, los clientes encuestados aseveraron que cuando el personal competente efectúa la verificación pertinente de los documentos presentados por los mismos al momento de realizar el reclamo o queja ocasiona que estos se sientan escuchados por la empresa, favoreciendo de esta manera con la buena percepción que estos tienen sobre la misma.

Se muestra que la correlación fue positiva moderada porque el coeficiente de correlación alcanzó un valor de ,422, situándose tal valor en el rango de 0,4 a 0,69.

Hipótesis específica 4

H4: La conciliación y respuesta del reclamo se relaciona significativamente con la segunda variable satisfacción de los clientes en EMAPA San Martín – Bellavista 2021.

Regla principal de decisión:

Si: $p \leq 0.05$, se acepta H_i

Si: $p \geq 0.05$, se rechaza H_i

Tabla 8

Relación que existe entre la conciliación y respuesta del reclamo, y la satisfacción de los clientes

			Conciliación y respuesta del reclamo	Satisfacción_ del cliente
Rho de Spearman	Conciliación y respuesta del reclamo	Coeficiente de correlación. Sig. (bilateral) N.	1,000 . 150	,557 <.001 150
	Satisfacción del cliente	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N.	,557 <.001 150	1,000 . 150

Fuente: SPSS 28

Interpretación

Según la información estadística presentada en la tabla anterior, se reconoce la existencia de una relación significativa entre la conciliación y respuesta del reclamo, y la segunda variable satisfacción de los clientes en EMAPA San Martín - Bellavista 2021; porque la significancia bilateral alcanzó un valor de $<.001$, siendo tal valor menor al valor de $p=.05$, por lo que se cuenta con el sustento estadístico necesario para aceptar H4: La conciliación y respuesta del reclamo se relaciona significativamente con la segunda variable satisfacción de los clientes en EMAPA San Martín – Bellavista 2021.

Respecto al cuarto objetivo específico propuesto para identificar cómo la conciliación y respuesta del reclamo se relaciona con la segunda variable satisfacción de los clientes en la empresa, los clientes encuestados aseveraron que cuando son informados de forma inmediata sobre las reuniones que debe llevar a cabo para resolver el reclamo presentado, teniendo en cuenta los plazos establecidos, ocasiona que se sientan escuchados y atendidos por sus colaboradores, lo cual conlleva a que se sientan más satisfechos con la empresa.

Del mismo modo, se reconoce que la correlación fue positiva moderada porque el coeficiente de correlación alcanzó un valor de ,557, situándose tal valor en el rango de 0,4 a 0,69.

V. DISCUSIÓN

En relación con los resultados descriptivos, para distinguir el nivel de manejo de procesos de reclamos en EMAPA San Martín – Bellavista, la variable fue evaluada teniendo en cuenta cuatro acciones relevantes que deben seguirse iniciando por la clasificación del reclamo, seguido por la recepción y registro del reclamo, para continuar con la investigación y análisis del reclamo y terminar el proceso con la conciliación y respuesta del reclamo, Sánchez y Morón (2019), Los clientes indican que presenta un nivel medio en un 65%, alto en un 19% y bajo en un 17%, pues los colaboradores no brindar información confiable y suficiente sobre los pasos que debe seguir y la documentación a presentar al momento de realizar su reclamo, teniendo en cuenta el tipo de reclamo presentado; no se reciben los reclamos de forma inmediata ni se verifica si la documentación presentada cumple con las condiciones de suficiencia de tal manera que se pueda velar por la integridad del cliente y tampoco se escucha de forma atenta y asertiva el punto de vista del cliente que justifica el reclamo realizado; no se verifica la información contenida en la documentación presentada por el cliente que realizó el reclamo ni se comprueba la autenticidad de los inconvenientes que originaron el reclamo; no se notifican oportunamente sobre las reuniones que deben realizarse entre los representantes de la empresa y el cliente para que ambas partes realicen su descargo y concilien; entre otros.

Cruz y Galán (2019), quienes han concluido que existe un bajo nivel de efectividad en el manejo de quejas presentadas por los clientes por la ausencia de políticas y lineamientos a seguir durante el desarrollo de los procedimientos, y ello imposibilita que los colaboradores conozcan de forma precisa cada una de las acciones que deben realizar para recibir las quejas.

Así también, para distinguir el nivel de satisfacción del cliente en la Empresa EMAPA San Martín – Bellavista, la variable fue evaluada teniendo en consideración cinco aspectos definitivos tales como los elementos siguientes tangibles, la prestación del servicio básico, la capacidad de respuesta oportuna, la seguridad brindada y la empatía como usuario, tal y como sostiene Gil (2020). De acuerdo con tal premisa, los clientes indican que presenta un nivel bajo en un 42%, medio en un

40% y alto en un 18% pues la empresa no cuenta con las instalaciones óptimas y recursos de calidad necesarios para que los colaboradores puedan realizar sus actividades asignadas de modo conveniente; los colaboradores no absuelven todas las dudas e inquietudes de los clientes respecto al servicio que ofrece, lo cual impide que se cumplan sus expectativas; no se establece una buena comunicación entre el colaborador y cliente, no existe una atención inmediata por parte de estos para atender los reclamos y quejas, ni se interesan por escuchar las necesidades de los clientes; no existe una buena orientación ni se brinda la información necesaria sobre los servicios que se ofrece o los procesos que se deben seguir para desarrollar los trámites; no se brinda atención con empatía ni de forma oportuna y especializada hacia los clientes; entre otros.

Bayo (2019), quien ha concluido que existe un bajo nivel de satisfacción del consumidor de las empresas del sector objeto de estudio puesto que no se cumplen con los patrones de calidad estipulados, ello a causa de la inexistencia de profesionales competentes para realizar las acciones de monitoreo y seguimiento efectivo de los servicios prestados, así como la ausencia de personal idónea para recepcionar las quejas y reclamos presentados.

Referente a los resultados inferenciales, de manera general se reconoce que existe relación significativa entre la primera variable manejo de procesos de reclamos y segunda variable satisfacción de los clientes en EMAPA San Martín – Bellavista 2021, dado que la significancia bilateral alcanzó un valor de $<.001$ ($p \leq 0.05$) y el coeficiente de correlación alcanzó un valor de $.505$, por lo que se deduce que las variables se relacionan en un 25.50% en la empresa. Los resultados alcanzados son análogos al estudio de Santa Cruz (2020), quien ha concluido que la atención inadecuada e inoportuna por parte del personal hacia los clientes, la misma que abarca la capacidad de escucha, atención y empatía de los colaboradores, ocasiona que los clientes no puedan cumplir las expectativas deseadas y experimenten un bajo nivel de satisfacción, por lo cual pudo quedar demostrado que las variables se relacionan de forma considerable y directa en un 76.21% al obtener una significancia inferior a $.05$ y un coeficiente de correlación de $0,873$.

En lo que refiere al primer objetivo específico, existe relación significativa entre la clasificación del reclamo y la segunda variable satisfacción de los clientes en EMAPA San Martín – Bellavista 2021, dado que la significancia bilateral alcanzó un valor de $<.001$ ($p \leq 0.05$) y el coeficiente de correlación alcanzó un valor de ,394. Huaita (2018), quien ha concluido que la orientación precisa y pertinente respecto a los tipos de reclamos que pueden efectuar los usuarios a la organización origina que estos cuenten con los conocimientos suficientes para ejecutar los procesos correspondientes, conllevando a su vez que tales reclamos puedan ser resueltos con mayor celeridad y prontitud teniendo en consideración los plazos previstos.

Concerniente al segundo objetivo específico, la recepción y registro del reclamo se relaciona de manera significativa con la segunda variable satisfacción de los clientes en EMAPA San Martín – Bellavista 2021, dado que la significancia bilateral alcanzó un valor de $<.001$ ($p \leq 0.05$) y el coeficiente de asociación y correlación lineal alcanzó un valor de ,434. Cadena (2019), quien ha concluido que el seguimiento continuo de las actividades que se llevan a cabo dentro de una organización facilita el desarrollo de los trámites respectivos de distintas índoles y garantiza que sean resueltos de forma rápida y conveniente, contribuyendo así a que las personas usuarias se sientan totalmente satisfechos con el servicio óptimo brindado por la entidad, por lo que se reconoce que las variables influyen en un 48.72%.

También, referente al tercer objetivo específico, la investigación y análisis del reclamo se relaciona de manera significativa con la segunda variable satisfacción de los clientes en EMAPA San Martín – Bellavista 2021, dado que la significancia bilateral alcanzó un valor de $<.001$ ($p \leq 0.05$) y el coeficiente de asociación y correlación lineal alcanzó un valor de ,422. Burgos y Morocho (2018), quienes han concluido que el estudio y análisis oportuno de los factores o elementos que originan que procesos se lleven a cabo de forma irregular permite que se adopten mecanismos, además de ejecutarse las acciones o medidas correctivas necesarias para hacer frente a estas, evitando de esta manera que los colaboradores vuelvan a

cometer tales faltas e irregularidades que dificultan la buena calidad del servicio prestado por Emapa.

Para finalizar, relativo al cuarto objetivo específico, conciliación y respuesta del reclamo se relaciona significativamente con la segunda variable satisfacción de los clientes en EMAPA San Martín – Bellavista 2021, dado que la significancia bilateral alcanzó un valor de $<.001$ ($p \leq 0.05$) y el coeficiente de asociación y correlación lineal alcanzó un valor de ,557. Abril (2017), quien ha concluido que la aplicación de estrategias para la mejora del servicio coadyuva a que los clientes experimenten un mayor nivel de satisfacción pues garantiza que la prestación de servicios esté orientada a cubrir los requerimientos que presenta y, en caso de presentar posibles reclamos o exigencias ante la empresa u organización, permite que estos puedan ser resueltos prontamente con la finalidad de velar por la integridad y bienestar de los clientes.

VI. CONCLUSIONES

- 6.1.** Existe relación significativa entre las variables manejo de procesos de reclamos y satisfacción de los clientes en la Empresa EMAPA San Martín – Bellavista 2021, dado que la significancia bilateral alcanzó un valor de $<.001$ ($p \leq 0.05$) y el coeficiente de correlación alcanzó un valor de ,505, por lo que se deduce que el manejo de procesos de reclamos y la satisfacción de los clientes se relacionan en un 25.50%.
- 6.2.** Existe relación significativa entre la clasificación del reclamo con la segunda variable satisfacción de los clientes en la Empresa EMAPA San Martín – Bellavista 2021, dado que la significancia bilateral alcanzó un valor de $<.001$ ($p \leq 0.05$) y el coeficiente de asociación correlación obtuvo el valor de ,394.
- 6.3.** La recepción y registro del reclamo se relaciona de manera significativa con la segunda variable satisfacción de los clientes en la Empresa EMAPA San Martín – Bellavista 2021, dado que la significancia bilateral alcanzó un valor de $<.001$ ($p \leq 0.05$) y el coeficiente de asociación correlación obtuvo el valor de ,434.
- 6.4.** La investigación y análisis del reclamo se relaciona de manera significativa con la segunda variable satisfacción de los clientes en la Empresa EMAPA San Martín – Bellavista 2021, dado que la significancia bilateral alcanzó un valor de $<.001$ ($p \leq 0.05$) y el coeficiente de asociación correlación obtuvo el valor de ,422.
- 6.5.** La conciliación y respuesta del reclamo se relaciona significativamente con la segunda variable satisfacción de los clientes en la Empresa EMAPA San Martín – Bellavista 2021, dado que la significancia bilateral alcanzó un valor de $<.001$ ($p \leq 0.05$) y el coeficiente de asociación correlación obtuvo el valor de ,557.

VII. RECOMENDACIONES

- 7.1.**A la Empresa EMAPA San Martín, implementar mecanismos orientados a efectuar un seguimiento al manejo de procesos de reclamos de los diferentes tipos con la finalidad de contribuir con la buena atención a los clientes por parte de los colaboradores y asegurar que se sientan satisfechos con la labor de la institución.
- 7.2.**A la Empresa EMAPA San Martín, informar a los clientes sobre los tipos de reclamos existentes y los procedimientos que deben seguir al momento de efectuar el reclamo, según el tipo que corresponda, de tal manera que puedan ser atendidos de manera pronta y efectiva.
- 7.3.**A la Empresa EMAPA San Martín, realizar capacitaciones orientadas a que los colaboradores desarrollen actitudes positivas para lograr la vocación de servicio de tal forma que se garantice que los clientes sean atendidos de forma apropiada al momento de realizar el reclamo respectivo.
- 7.4.**A la Empresa EMAPA San Martín, ejecutar talleres informativos y de aprendizaje para que los colaboradores adquieran los conocimientos y aptitudes necesarias sobre las acciones que deben ejecutar para verificar la viabilidad del reclamo efectuado por el cliente, principalmente en base a la suficiencia de la información contenida en los documentos respectivos.
- 7.5.**A la Empresa EMAPA San Martín, aplicar acciones estratégicas que reduzcan los plazos de atención previstos para cada uno de los procesos que involucra la resolución y notificación de los reclamos presentados de forma justa e imparcial con la finalidad de que los clientes se sientan satisfechos con la atención que reciben.

REFERENCIAS

- Abril, G. (2017). Estrategias para la recuperación del servicio en la satisfacción del cliente: Análisis de empresas de telefonía móvil. *Revista Digital de Marketing Aplicado*, 2(19), 5-31. Obtenido de <https://doi.org/10.17979/redma.2017.02.019.4851>
- Agu, G., Chinedu, N., Ihegazie, S., & Ogwo, E. (2018). Understanding customer complaint behavior for sustainable business development: Evidence from Nigeria's Organized Road transport sector. *Journal of Economics and Management Sciences*, 1(3), 1-15. Obtenido de <https://doi.org/10.30560/jems.v1n3p1>
- Alarcón-Mendoza, V., Sarmiento-Campo, W., Mejía-Quiñones, J., Castaño-Álvarez, A., & Troncoso-Palacio, A. (2020). Análisis de causas de ineficiencias en servicio al cliente. *Revista Boletín de Innovación, Logística y Operaciones*, 2(1), 1-5. Obtenido de <http://doi.org/10.17981/bilo.2.1.2020.10>
- Andrade, F., Alejo, O., & Armendariz, C. (2018). Método inductivo y su refutación deductista. *Conrado*, 14(63), 117-122. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442018000300117
- Arbaiza, L. (2019). *Cómo elaborar una tesis de grado*. Alfaomega Esan Ediciones.
- Arenal, C. (2018). *Gestión de quejas y reclamaciones en materia de consumo*. Editorial Tutor Formación.
- Bayo, C., Valdez, W., & Bobarín, J. (2019). Análisis del nivel de satisfacción de los usuarios del transporte público (taxis) en la ciudad de Sucre. *Revista Investigación & Negocios*, 12(20), 149-171. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/pdf/riyn/v12n20/v12n20_a12.pdf
- Bengül, S. &. (2018). Effects of customer complaint management quality on business performance in service businesses: An application in Turkish banking sector. *Bogazici Journal Review of social, Economic and Administrative Studies*, 32(3), 77-100. Obtenido de <https://doi.org/10.21773/boun.32.2.4>

- Bollet, F., Oyola, S., & Ferrari, F. (2018). La calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, Pucallpa, 2018. *Revista de Investigación Científica Cultura Viva Amazónica*, 3(3), 75-81. Obtenido de <https://doi.org/10.37292/riccva.v3i03.125>
- Burgos, S., & Morocho, T. (2018). Calidad del servicio y satisfacción del cliente de la empresa Alpecorp S.A., 2018. *Revista de Investigación Valor Agregado*, 5(1), 22-39. Obtenido de <https://doi.org/10.17162/riva.v5i1.1279>
- Caballero, L., Cruz, N., & Arias, E. (2020). Procedimiento para medición y mejora de la satisfacción del cliente industrial en empresas de manufactura: Caso de una industria de calzado. *Revista Electrónica Cooperación Universidad Sociedad*, 5(1), 64-76. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7685077>
- Cadena, J., Cruz, V., León, J., & Cadena, G. (2019). Gestión de procesos y satisfacción del usuario en centros de salud de los cantones Quito y Rumiñahui. *Revista Espacios*,. *Revista Espacios*, 40(37), 1-23. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a19v40n37/a19v40n37p23.pdf>
- Campiña, G., & Fernández, M. (2016). *Gestión de quejas y reclamaciones en materia de consumo*. Ediciones Paraninfo.
- Carrizo, A., Freitas, P., & Ferreira, V. (2017). The effects of brand experiences on quality, satisfaction and loyalty: an empirical study in the telecommunications multiple-play service market. *INNOVAR Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 27(64), 26-36. Obtenido de <https://cutt.ly/5nrUXyl>
- CONCYTEC. (2018). *Compendio de normas para trabajos escritos*. Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación, CONCYTEC. Obtenido de https://portal.concytec.gob.pe/images/renacyt/reglamento_renacyt_version_final.pdf
- Crispín, J., Torero, N., & Martel, C. (2020). Calidad del servicio y satisfacción del cliente de los bancos privados. *Revista Desafíos*, 147-155. Obtenido de <https://doi.org/10.37711/desafios.2020.11.2.212>

- Cruz, I., & Galán, J. (2019). Determinantes del comportamiento de queja del consumidor en México. *Revista Acta Universitaria*, 29(1), 1-17. Obtenido de <https://cutt.ly/unrU91C>
- El Comercio. (2020). Quejas por el incremento en las tarifas de agua y electricidad se registraron este lunes 22 de junio en Quito. *El Comercio*. Obtenido de https://www.elcomercio.com/app_public.php/actualidad/quejas-incremento-tarifas-agua-electricidad.html
- El Peruano. (2018). Poder Ejecutivo - Presidencia del Consejo de Ministros - Decreto Supremo que aprueba el Reglamento del Sistema Administrativo de Modernización de la Gestión Pública Decreto Supremo N° 123-2018-pcm. *El Peruano*.
- Hadji, B., & Degoulet, P. (2016). Information system end-user satisfaction and continuance intention: A unified modeling approach. *Journal of Biomedical Informatics*, 61(1), 185-193. Obtenido de <https://doi.org/10.1016/j.jbi.2016.03.021>
- Huaita, C. (2018). *Relación de la gestión de quejas o reclamos y mejora de la satisfacción del usuario en la Dirección del Trabajo y Promoción del Empleo, Tarapoto, 2018*. Tesis de maestría, Universidad César Vallejo.
- Izquierdo, F. (2019). *Atención al cliente en el proceso comercial*. IC Editorial.
- Kawon, H. (2017). Customer satisfaction, service quality and customer value, years 2000-2015. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(1), 2-29. Obtenido de <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2015-0594>
- Kuei-Fang, H., Cheng-Hsun, H., & Min-Huey, C. (2019). Theoretical integration of user satisfaction and technology acceptance of the nursing process information system. *PlosOne*, 14(6), 1-14. Obtenido de <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0217622>
- Kumar, A., & Kaur, A. (2020). Complaint management – Review and additional insights. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 9(2), 1501-1509. Obtenido de <http://www.ijstr.org/final-print/feb2020/Complaint-Management-Review-And-Additional-Insights.pdf>

- Laumer, S., Maier, C., & Weitzel, T. (2017). Information quality, user satisfaction, and the manifestation of workarounds: a qualitative and quantitative study of enterprise content management system users. *European Journal of information Systems*, 26(4), 333-360. Obtenido de <https://doi.org/10.1057/s41303-016-0029->
- Mateos, M. (2019). *Atención al cliente y calidad en el servicio*. IC Editorial.
- Miranda, C., Margaca, D., Odete, P., & Ribeiro, H. (2017). The effects of customer satisfaction, service quality and perceived value on behavioural intentions in retail industry. *International Scientific Conference on Economic and Social Development*, 1(1), 330-342. Obtenido de <https://cutt.ly/TnrIxdp>
- Morgeson, F., Hult, T., Mithas, S., Keiningham, T., & Fornell, C. (2020). Turning complaining customers into Loyal Customers: Moderators of the complaint handling-customer loyalty relationship. *Journal of Marketing*, 84(5), 79-99. Obtenido de <https://doi.org/10.1177/0022242920929029>
- Muñoz, R. (2017). *Manual, tratamiento y gestión de quejas y reclamaciones*. Editorial CEP.
- Nápoles-Nápoles, L., Tamayo-García, P., & Moreno-Pino, M. (2016). Medición y mejora de la satisfacción del cliente interno en instituciones universitarias. *Revista Ciencias Holguín*, 22(2), 1-16. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1815/181545579003.pdf>
- Nobar, H., & Rostamzadeh, R. (2018). The impact of customer satisfaction, customer experience and customer loyalty on brand power: Empirical evidence from hotel industry. *Journal of Business economics and Management*, 19(2), 417-430. Obtenido de <https://cutt.ly/mnrIINb>
- Odia, E., & Dakare, O. (2019). Determinants of customer satisfaction with female market intermediaries. *International Journal of Management, Economics and Social Sciences*, 8(3), 136-156. Obtenido de <http://dx.doi.org/10.32327/IJMESS/8.3.2019.9>
- Osarenkhoe, A., Birungi, M., & Mbiito, J. (2017). Service quality as a mediator of customer complaint behaviour and customer loyalty. *International Review of*

- Management and Marketing*, 7(1), 197-208. Obtenido de <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1089777/FULLTEXT01.pdf>
- Pereira, G. (2020). *Incremento en el recibo de luz: Revisa las claves sobre el pago del servicio de energía eléctrica*. Obtenido de <https://elcomercio.pe/lima/sucesos/enel-luz-del-sur-cinco-claves-sobre-el-pago-de-recibos-de-luz-electrica-noticia/?ref=ecr>
- Pérez, E., & Villalobos, A. (2016). Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la empresa chifa-pollería mi triunfo Chiclayo. *Revista Científica Horizonte Empresarial*, 3(2), 1-10. Obtenido de <http://revistas.uss.edu.pe/index.php/EMP/article/view/379>
- Philips, O., Temitope, O., & Samuel, A. (2020). Complaint management and customer loyalty among aviation customers in Ekiti State, Nigeria. *British Journal of Management and Marketing Studies*, 3(1), 76-94. Obtenido de <https://cutt.ly/OnrIVBp>
- Poder Ejecutivo - Presidencia del Consejo de Ministros. (2018). Decreto Supremo que aprueba el Reglamento del Sistema Administrativo de Modernización de la Gestión Pública Decreto Supremo N° 123-2018-pcm. Obtenido de <https://sgp.pcm.gob.pe/wp-content/uploads/2019/01/DS-123-2018-PCM-Reglamento-del-Sistema-Administrativo-de-Modernizaci%C3%B3n-de-la-Gesti%C3%B3n-P%C3%BAblica.pdf>
- Rashid, A., & Rokade, V. (2019). Service quality influence customer satisfaction and loyalty: A study in organized food and grocery retail. *UKH Journal of Social Sciences*, 3(1), 50-61. Obtenido de <https://doi.org/10.25079/ukhjss.v3n1y2019.pp50-61>
- Rita, P., Oliveira, T., & Farisa, A. (2019). The impact of e-service quality and customer satisfaction on customer behavior in online shopping. *Journal Science Direct*, 5(10), 1-14. Obtenido de <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e02690>
- Sánchez, A., & Morón, V. (2019). *Tratamiento y gestión de quejas y reclamaciones*. Ideaspropias Editorial.
- Sánchez, P. (2017). *Gestión de quejas y reclamaciones en materia de consumo*. Editorial CEP.

- Santa Cruz, M., Collantes, A., & Nauca, E. (2020). Estrategias de calidad de servicio para la satisfacción del cliente de una empresa privada. *Revista Científica Epistemia*, 4(2), 1-10. Obtenido de <https://doi.org/10.26495/re.v4i2.1322>
- Shams, G., Rehman, M., & Samad, S. (2020). The impact of the magnitude of service failure and complaint handling on satisfaction and brand credibility in the banking industry. *J Financ Serv Mark*, 25(1), 25-34. Obtenido de <https://doi.org/10.1057/s41264-020-00070-0>
- Sotomayor, A. (2016). La calidad del servicio y la satisfacción del cliente de La Sede Central del Gobierno Regional de Moquegua, 2014. *Revista Ciencia y Tecnología para el Desarrollo – UJCM*, 2(3), 58-67. Obtenido de <https://revistas.ujcm.edu.pe/index.php/rctd/article/view/41>
- Suchánek, P., Richter, J., & Králová, M. (2017). Customer satisfaction with quality of products of food business. *Prague Economic Papers*, 26(1), 19-35. Obtenido de <https://doi.org/10.18267/j.pep.595>
- Tag-Eldeen, A. (2018). Assessing the impact of complaints management system in Hospitality Organizations in Egypt: A customer-organization perspective. *Journal of Tourism & Management Research*, 3(2), 306-317. Obtenido de <https://cutt.ly/FnrOtOG>
- Torres, C. (2018). *Tratamiento de las quejas y reclamaciones de clientes de servicios financieros*. IC Editorial.
- Uribe, M. (2017). *Gerencia del servicio: Alternativa para la competitividad* (3° ed.). Ediciones de la U.
- Valderrama, S. (2019). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica: Cuantitativa, cualitativa y mixta* (11° ed.). Editorial San Marcos.
- Yu-Cheng, L., Yu-Che, W., Shu-Chiung, L., Yi-Fang, H., Chih-Hung, C., & Sang-Bing, T. (2016). An empirical research on customer satisfaction study: A consideration of different levels of performance. *Springer Plus*, 5(1577), 1-9. Obtenido de <https://doi.org/10.1186/s40064-016-3208-z>
- Zárraga, L., Molina, V., & Corona, E. (2018). La satisfacción del cliente basado en la calidad del servicio a través de la eficiencia del personal y eficiencia del servicio: Un estudio empírico de la Industria Restaurantera. *RECAI Revista de Estudios*

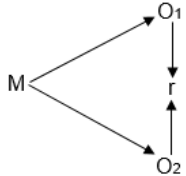
en *Contaduría*, 7(18), 46-66. Obtenido de
<https://recai.uaemex.mx/article/view/9268/8377>

ANEXOS

Matriz de consistencia

Título: Manejo de procesos de reclamos y satisfacción de los clientes en la Empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista 2021

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Técnica e Instrumentos
<p>Problema general ¿Qué relación existe entre el manejo de procesos de reclamos y la satisfacción de los clientes en la Empresa EMAPA San Martín – Bellavista 2021?</p> <p>Problemas específicos: ¿Qué relación existe entre la clasificación del reclamo y la satisfacción de los clientes en la Empresa EMAPA San Martín – Bellavista 2021? ¿De qué manera la recepción y registro del reclamo se relaciona con la satisfacción de los clientes en la Empresa EMAPA San Martín – Bellavista 2021? ¿De qué manera la investigación y análisis del reclamo se relaciona con la satisfacción de los clientes en la Empresa EMAPA San Martín – Bellavista 2021? ¿Cómo la conciliación y respuesta del reclamo se relaciona con la satisfacción de los clientes en la Empresa EMAPA San Martín – Bellavista 2021?</p>	<p>Objetivo general Determinar de qué manera el manejo de procesos de reclamos se relaciona con la satisfacción de los clientes en la Empresa EMAPA San Martín – Bellavista 2021.</p> <p>Objetivos específicos Establecer la relación que existe entre la clasificación del reclamo y la satisfacción de los clientes en la Empresa EMAPA San Martín – Bellavista 2021. Identificar de qué manera la recepción y registro del reclamo se relaciona con la satisfacción de los clientes en la Empresa EMAPA San Martín – Bellavista 2021. Conocer de qué manera la investigación y análisis del reclamo se relaciona con la satisfacción de los clientes en la Empresa EMAPA San Martín – Bellavista 2021. Identificar cómo la conciliación y respuesta del reclamo se relaciona con la satisfacción de los clientes en la Empresa EMAPA San Martín – Bellavista 2021.</p>	<p>Hipótesis general Hi: Existe relación significativa entre el manejo de procesos de reclamos y la satisfacción de los clientes en la Empresa EMAPA San Martín – Bellavista 2021. Ho: No existe relación significativa entre el manejo de procesos de reclamos y la satisfacción de los clientes en la Empresa EMAPA San Martín – Bellavista 2021.</p> <p>Hipótesis específicas H1: Existe relación significativa entre la clasificación del reclamo y la satisfacción de los clientes en la Empresa EMAPA San Martín – Bellavista 2021. H2: La recepción y registro del reclamo se relaciona de manera significativa con la satisfacción de los clientes en la Empresa EMAPA San Martín – Bellavista 2021. H3: La investigación y análisis del reclamo se relaciona de manera significativa con la satisfacción de los clientes en la Empresa EMAPA San Martín – Bellavista 2021. H4: La conciliación y respuesta del reclamo se relaciona significativamente con la satisfacción de los clientes en la Empresa EMAPA San Martín – Bellavista 2021.</p>	<p style="text-align: center;">Técnica Encuesta</p> <p style="text-align: center;">Instrumentos Cuestionario</p>

Diseño de investigación	Población y muestra	Variables y dimensiones																
<p>El estudio fue de tipo No Experimental, con diseño correlacional.</p> <p>Esquema:</p>  <p>Donde: M = Muestra O₁ = Manejo de procesos de reclamos O₂ = Satisfacción de los clientes r = Relación</p>	<p>Población Estuvo conformada por 150 clientes que presentaron sus reclamos y que fueron atendidos a través del proceso de reclamos en la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista durante el periodo 2021</p> <p>Muestra Estuvo conformada por la totalidad de la población, es decir, por los 150 clientes que presentaron sus reclamos y que fueron atendidos a través del proceso de reclamos en la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista durante el periodo 2021.</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="1199 272 1373 310">Variables</th> <th data-bbox="1377 272 1736 310">Dimensiones</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="1199 313 1373 532" rowspan="3">Manejo de procesos de reclamos</td> <td data-bbox="1377 313 1736 342">Clasificación del reclamo</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1377 345 1736 407">Recepción y registro del reclamo</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1377 410 1736 472">Investigación y análisis del reclamo</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1199 532 1373 691" rowspan="4">Satisfacción de los clientes</td> <td data-bbox="1377 475 1736 537">Conciliación y respuesta del reclamo</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1377 540 1736 570">Elementos tangibles</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1377 573 1736 602">Prestación del servicio</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1377 605 1736 634">Capacidad de respuesta</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1199 695 1373 763"></td> <td data-bbox="1377 638 1736 667">Seguridad</td> </tr> <tr> <td data-bbox="1199 766 1373 766"></td> <td data-bbox="1377 670 1736 699">Empatía</td> </tr> </tbody> </table>		Variables	Dimensiones	Manejo de procesos de reclamos	Clasificación del reclamo	Recepción y registro del reclamo	Investigación y análisis del reclamo	Satisfacción de los clientes	Conciliación y respuesta del reclamo	Elementos tangibles	Prestación del servicio	Capacidad de respuesta		Seguridad		Empatía
Variables	Dimensiones																	
Manejo de procesos de reclamos	Clasificación del reclamo																	
	Recepción y registro del reclamo																	
	Investigación y análisis del reclamo																	
Satisfacción de los clientes	Conciliación y respuesta del reclamo																	
	Elementos tangibles																	
	Prestación del servicio																	
	Capacidad de respuesta																	
	Seguridad																	
	Empatía																	

Matriz de operacionalización de variables

Variables de estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Escala de medición
X Manejo de procesos de reclamos	Es el desarrollo de acciones consecutivas previamente planificadas que involucra la participación de personal eficiente y capacitado para atender las dificultades que se suscitan durante la prestación de un determinado servicio, consiguiendo de este modo redimir la confianza de un consumidor o cliente satisfecho a través de la optimización de la calidad del servicio. (Sánchez y Morón, 2019)	Es el cúmulo de actividades que se efectúa con el fin de mitigar y dar solución inmediata a los inconvenientes que perciben los clientes en relación al servicio que brinda una determinada entidad.	Clasificación del reclamo	<ul style="list-style-type: none"> - Reclamos comerciales - Reclamos operacionales 	Ordinal
			Recepción y registro del reclamo	<ul style="list-style-type: none"> - Formas de presentación del reclamo - Verificación de la solicitud según el tipo de reclamo - Registro de la información y datos del usuario - Control de la información y datos que sustentan la causa del reclamo - Registro del reclamo según las causas originadas 	
			Investigación y análisis del reclamo	<ul style="list-style-type: none"> - Control de la información y datos del usuario que presenta el reclamo - Contrastación sobre la legitimidad de la documentación que sustenta la causa del reclamo. - Derivación al área responsable según el tipo de reclamo - Inspección física del problema que origina el reclamo 	
			Conciliación y respuesta del reclamo	<ul style="list-style-type: none"> - Verificación del expediente que sustenta el reclamo - Aviso de la citación a reunión al usuario. - Cumplimiento de los plazos para la resolución y notificación de la decisión - Notificación de la decisión o respuesta del reclamo 	
Y Satisfacción del cliente	Es la actitud confortable que muestra un determinado cliente o usuario sobre una empresa o el servicio que éste ofrece, resaltando siempre las cualidades y acciones eficientes de cada uno de los que conforman dicha empresa por haber logrado cumplir sus expectativas en cuanto a la calidad del servicio. (Gil, 2020)	Es el accionar gratificante que pueda tener una persona sobre la calidad de servicio o producto que adquirió de una empresa	Elementos tangibles	<ul style="list-style-type: none"> - Infraestructura - Personal - Materiales de apoyo 	Ordinal
			Prestación del servicio	<ul style="list-style-type: none"> - Eficiencia y eficacia - Efectividad y celeridad en los procesos - Aceptación de los reclamos 	
			Capacidad de respuesta	<ul style="list-style-type: none"> - Atención rápida y expedita - Disposición del personal para responder dudas e inquietudes 	
			Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> - Actitud del personal - Conocimiento de los procesos de reclamos 	
			Empatía	<ul style="list-style-type: none"> - Atención personalizada 	

Fuente: Elaboración propia

Instrumentos de recolección de datos



Cuestionario para evaluar el manejo de procesos de los reclamos

El presente instrumento tiene como propósito conocer de qué manera se vienen efectuando el manejo de procesos de los reclamos en la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista desde la percepción de cada uno de los usuarios y/o clientes. Para ello se le solicita que responda de manera objetiva y coherente cada una de las interrogantes presentadas, marcando con una (x), la alternativa que usted crea conveniente teniendo en consideración las escalas valorativas señaladas. Cabe señalar que la información que se obtenga del mismo será utilizada únicamente para fines académicos.

Escala	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
Valor	1	2	3	4	5

N°	MANEJO DE PROCESOS DE RECLAMOS	Escalas				
		1	2	3	4	5
D1	Clasificación del reclamo					
01	¿Cuándo usted presenta un reclamo tiene conocimiento si es del tipo comercial u operacional?					
02	¿El personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista le indica a que tipo pertenece su reclamo?					
03	¿Considera que el proceso del manejo de los reclamos es engorroso según su tipología?					
04	¿El personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista le explica de manera detallada los procesos que debe seguir según el tipo de reclamo que presenta?					
05	¿Le brindan facilidades de cómo realizar una queja o reclamo dentro del establecimiento?					
06	¿Con que frecuencia ha observado que los procesos de queja se realizan manteniendo el profesionalismo ético?					
D2	Recepción y registro del reclamo					
07	¿Cuándo usted presenta un reclamo el personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista le indica los pasos que debe seguir?					

08	¿Al presentar un reclamo el personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista le indica la documentación que debe consignar?					
09	¿El personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista cumple con verificar si la solicitud que usted presenta se encuentra conforme según el tipo de reclamo?					
10	¿El personal que recibe su reclamo efectúa de manera inmediata el registro de sus datos personales?					
11	¿El personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista efectúa el control de la información y datos que sustenta las causa por la cual usted presenta su reclamo?					
12	¿El personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista le avisa que su reclamo ha sido registrado y reportado al área correspondientes según las causas sustentadas?					
13	¿Con que frecuencia usted percibe que sus quejas han sido escuchadas o escuchados de forma adecuada por el responsable?					
14	¿Encuentra usted practicidad en el momento de la elaboración y la resolución de la queja o reclamo?					
D3	Investigación y análisis del reclamo					
15	¿El personal efectúa el control de la información y datos de los usuarios que presentan sus reclamos con respecto al servicio que brinda la empresa?					
16	¿El personal efectúa la contrastación sobre la legitimidad de la documentación que sustenta la causa del reclamo presentado?					
17	¿El personal de la empresa tras verificar la documentación que sustenta su reclamo le informa si los mismos son fehacientes y procedentes?					
18	¿Cuándo presenta un reclamo el personal de la empresa le deriva de manera inmediata al área responsable según el tipo de reclamo?					
19	¿La empresa envía a un personal calificado a inspeccionar de manera física el problema que dio origen a su reclamo?					
20	¿Con que frecuencia le mantienen informado sobre el proceso de su queja o reclamo?					
21	¿Con que frecuencia ha observado usted que el personal con que cuenta la entidad en el área de reclamos es la más idónea (o)?					
D4	Conciliación y respuesta del reclamo					

22	¿Usted verifica si el expediente que sustenta su reclamo es atendido de manera inmediata por la empresa?					
23	¿La empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista le avisa mediante una citación la fecha de la reunión a la cual debe apersonarse para efectuar su descargo en relación al reclamo presentado?					
24	¿La empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista se demora en atender sus reclamos?					
25	¿La empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista Cumple con los plazos para la resolución y notificación de la decisión?					
26	¿La empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista le notifica de forma oportuna sobre la decisión que tomaron con respecto al reclamo presentado?					
27	¿Con qué frecuencia ha podido observar que en el manejo de alguna queja se ha resuelto de manera imparcial y equitativa?					
28	¿Con que frecuencia percibe usted que los reclamos resueltos hasta la fecha se hayan llevado con total imparcialidad?					



Cuestionario para evaluar la satisfacción

El presente instrumento tiene como propósito conocer el grado de satisfacción de los clientes con respecto a la calidad de servicio que brinda la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista. Para ello se le solicita que responda de manera objetiva y coherente cada una de las interrogantes presentadas, marcando con una (x), la alternativa que usted crea conveniente teniendo en consideración las escalas valorativas señaladas. Cabe señalar que la información que se obtenga del mismo será utilizada únicamente para fines académicos.

Escala	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
Valor	1	2	3	4	5

N°	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Escalas				
D1	Elementos tangibles	1	2	3	4	5
01	¿Considera que las instalaciones en donde se encuentra la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista son adecuadas?					
02	¿Los ambientes de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista, se encuentran siempre limpias?					
03	¿Considera usted que las personas que trabajan en la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista tienen pleno conocimiento de lo que realizan?					
04	¿Considera usted que los materiales de apoyo que se utilizan en la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista son de calidad y se encuentran al alcance de los colaboradores?					
05	¿Considera que los mobiliarios de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista cuentan con buen estado?					
06	¿Considera que la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista esta implementada de los recursos necesarios?					
D2	Prestación del servicio					

07	¿Considera usted que los colaboradores de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista desarrollan sus funciones de manera rápida y precisa?					
08	¿Al momento que realiza sus preguntas sobre sus dudas en cuanto al servicio que brinda la empresa EMAPA San Martín SAC–Bellavista, el personal que le atiende resuelve sus dudas de manera clara?					
09	¿Considera que el servicio que brinda la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista cumple con cada una de sus expectativas?					
10	¿La empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista toma en cuenta sus reclamos o quejas?					
D3	Capacidad de respuesta					
11	¿Con qué frecuencia ha observado que el personal mantiene una buena comunicación con los clientes?					
12	¿Con qué frecuencia ha podido observar que los trabajadores cuentan con la capacidad de escucha?					
13	¿Considera que la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista atiende sus quejas o reclamos de manera inmediata?					
14	¿El personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista muestra interés y atención a sus quejas o reclamos?					
15	¿El personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista se ofusca cuando usted presenta alguna queja o reclamo?					
16	¿En la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista existe disponibilidad inmediata de colaboradores para atender sus inquietudes en relación al servicio brindado?					
D4	Seguridad					
17	¿Con qué frecuencia ha observado que el personal se muestra competente en la realización de su trabajo?					
18	¿Con que frecuencia ha observado que el personal se muestra disponible y seguro al realizar su labor?					
19	¿El personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista muestra siempre actitud positiva cuando usted presenta alguna queja sobre el servicio que brinda?					
20	¿El personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista muestra amabilidad durante la atención al cliente?					
21	¿Considera que el personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista se encuentra totalmente capacitado?					

22	¿Considera que el personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista tiene conocimiento de los procesos de reclamos?					
D5	Empatía					
23	¿En la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista existe personal dispuesto a brindarle atención personalizada?					
24	¿Ha evidenciado si la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista dispone de un área en la cual brinde atención personalizada?					
25	¿Cuándo usted presenta un reclamo, el personal de la empresa se dispone a querer atenderlo inmediatamente?					
26	¿Con qué frecuencia ha notado que la atención que se le brinda es diferenciada?					
27	¿Con qué frecuencia ha podido observar que el cumplimiento con los horarios es el adecuado?					
28	¿Con que frecuencia ha podido observar que cuando le cuentan algo personal, eres capaz de sentir lo que puede estar sintiendo el otro (a) en ese momento?					

Validación de instrumentos



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE Manejo de procesos de reclamos y satisfacción de los clientes

VARIABLE 1: Manejo de procesos de reclamos

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSION 1: CLASIFICACIÓN DEL RECLAMO								
1	¿Cuándo usted presenta un reclamo tiene conocimiento si es del tipo comercial u operacional?	X		X		X		
2	¿El personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista le indica a que tipo pertenece su reclamo?	X		X		X		
3	¿Considera que los procesos del manejo de los reclamos son engorrosos según su tipología?	X		X		X		
4	¿El personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista le explica de manera detallada los procesos que debe seguir según el tipo de reclamo que presenta?	X		X		X		
5	¿Le brindan facilidades de cómo realizar una queja o reclamo dentro del establecimiento?	X		X		X		
6	¿Con que frecuencia ha observado que los procesos de queja se realizan manteniendo el profesionalismo ético?	X		X		X		
DIMENSION 2: RECEPCIÓN Y REGISTRO DEL RECLAMO								
7	¿Cuándo usted presenta un reclamo el personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista le indica los pasos que debe seguir?	X		X		X		
8	¿Al presentar un reclamo el personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista le indica la documentación que debe consignar?	X		X		X		
9	¿El personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista cumple con verificar si la solicitud que usted presenta se encuentra conforme según el tipo de reclamo?	X		X		X		
10	¿El personal que recibe su reclamo efectúa de manera inmediata el registro de sus datos personales?	X		X		X		
11	¿El personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista efectúa el control de la información y datos que sustenta las causas por la cual usted presenta su reclamo?	X		X		X		
12	¿El personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista le avisa que su reclamo ha sido registrado y reportado al área correspondiente según las causas sustentadas?	X		X		X		
13	¿Con que frecuencia usted percibe que sus quejas han sido escuchadas o escuchados de forma adecuada por el responsable?	X		X		X		
14	¿Encuentra usted practicidad en el momento de la elaboración y la resolución de la queja o reclamo?	X		X		X		
DIMENSION 3: INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DEL RECLAMO								
15	¿El personal efectúa el control de la información y datos de los usuarios que presentan sus reclamos con respecto al servicio que brinda la empresa?	X		X		X		
16	¿El personal efectúa la contrastación sobre la legitimidad de la documentación que sustenta la causa del reclamo presentado?	X		X		X		
17	¿El personal de la empresa tras verificar la documentación que sustenta su reclamo le informa si los mismos son fehacientes y procedentes?	X		X		X		
18	¿Cuándo presenta un reclamo el personal de la empresa le deriva de manera inmediata al área responsable según el tipo de reclamo?	X		X		X		
19	¿La empresa envía a un personal calificado a inspeccionar de manera física el problema que dio origen a su reclamo?	X		X		X		

20	¿Con que frecuencia le mantienen informado sobre el proceso de su queja o reclamo?	X		X		X	
21	¿Con que frecuencia ha observado usted que el personal con que cuenta la entidad en el área de reclamos es la más idónea (o)?	X		X		X	
DIMENSION 4: CONCILIACIÓN Y RESPUESTA DEL RECLAMO							
22	¿Usted verifica si el expediente que sustenta su reclamo es atendido de manera inmediata por la empresa?	X		X		X	
23	¿La empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista le avisa mediante una citación la fecha de la reunión a la cual debe apersonarse para efectuar su descargo en relación al reclamo presentado?	X		X		X	
24	¿La empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista se demora en atender sus reclamos?	X		X		X	
25	¿La empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista Cumple con los plazos para la resolución y notificación de la decisión?	X		X		X	
26	¿La empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista le notifica de forma oportuna sobre la decisión que tomaron con respecto al reclamo presentado?	X		X		X	
27	¿Con qué frecuencia ha podido observar que en el manejo de alguna queja se ha resuelto de manera imparcial y equitativa?	X		X		X	
28	¿Con que frecuencia percibe usted que los reclamos resueltos hasta la fecha se hayan llevado con total imparcialidad?	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Cintia Milagros Chavez Ruiz DNI: 44499333

Especialidad del validador: Gestion Publica

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

18 de 05 del 2021

 Mg. Cintia Milagros Chavez Ruiz
 ING. RNR - FORESTALES CIP: 152154
 MAGISTER EN GESTION PUBLICA
 DNI N° 44499333

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE Manejo de procesos de reclamos y satisfacción de los clientes

VARIABLE 2: Satisfacción del cliente

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Sí	No	Sí	No	Sí	No	
DIMENSIÓN 1: ELEMENTOS TANGIBLES								
1	¿Considera que las instalaciones en donde se encuentra la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista son adecuadas?	X		X		X		
2	¿Los ambientes de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista, se encuentran siempre limpias?	X		X		X		
3	¿Considera usted que las personas que trabajan en la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista tienen pleno conocimiento de lo que realizan?	X		X		X		
4	¿Considera usted que los materiales de apoyo que se utilizan en la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista son de calidad y se encuentran al alcance de los colaboradores?	X		X		X		
5	¿Considera que los mobiliarios de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista cuentan con buen estado?	X		X		X		
6	¿Considera que la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista esta implementada de los recursos necesarios?	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: PRESTACIÓN DEL SERVICIO								
7	¿Considera usted que los colaboradores de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista desarrollan sus funciones de manera rápida y precisa?	X		X		X		
8	¿Al momento que realiza sus preguntas sobre sus dudas en cuanto al servicio que brinda la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista, el personal que le atiende resuelve sus dudas de manera clara?	X		X		X		
9	¿Considera que el servicio que brinda la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista cumple con cada una de sus expectativas?	X		X		X		
10	¿La empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista toma en cuenta sus reclamos o quejas?	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA								
11	¿Con qué frecuencia ha observado que el personal mantiene una buena comunicación con los clientes?	X		X		X		
12	¿Con qué frecuencia ha podido observar que los trabajadores cuentan con la capacidad de escucha?	X		X		X		
13	¿Considera que la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista atiende sus quejas o reclamos de manera inmediata?	X		X		X		
14	¿El personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista muestra interés y atención a sus quejas o reclamos?	X		X		X		
15	¿El personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista se ofusca cuando usted presenta alguna queja o reclamo?	X		X		X		
16	¿En la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista existe disponibilidad inmediata de colaboradores para atender sus inquietudes en relación al servicio brindado?	X		X		X		

DIMENSIÓN 4: SEGURIDAD							
17	¿Con qué frecuencia ha observado que el personal se muestra competente en la realización de su trabajo?	X		X		X	
18	¿Con que frecuencia ha observado que el personal se muestra disponible y seguro al realizar su labor?	X		X		X	
19	¿El personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista muestra siempre actitud positiva cuando usted presenta alguna queja sobre el servicio que brinda?	X		X		X	
20	¿El personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista muestra amabilidad durante la atención al cliente?	X		X		X	
21	¿Considera que el personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista se encuentra totalmente capacitado?	X		X		X	
22	¿Considera que el personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista tiene conocimiento de los procesos de reclamos?	X		X		X	
DIMENSIÓN 5: EMPATÍA							
23	¿En la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista existe personal dispuesto a brindarle atención personalizada?	X		X		X	
24	¿Ha evidenciado si la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista dispone de un área en la cual brinde atención personalizada?	X		X		X	
25	¿Cuándo usted presenta un reclamo, el personal de la empresa se dispone a querer atenderlo inmediatamente?	X		X		X	
26	¿Con qué frecuencia ha notado que la atención que se le brinda es diferenciada?	X		X		X	
27	¿Con qué frecuencia ha podido observar que el cumplimiento con los horarios es el adecuado?	X		X		X	
28	¿Con que frecuencia ha podido observar que cuando le cuentan algo personal, eres capaz de sentir lo que puede estar sintiendo el otro (a) en ese momento?	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Cintia Milagros Chavez Ruiz. DNI: 44499333.

Especialidad del validador: Gestion Pública

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

18 de 05 del 2021



Mg. Cintia Milagros Chavez Ruiz
ING. RN. FORESTALES CIP 152154
MAGISTER EN GESTION PUBLICA
DNI N° 44499333

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE Manejo de procesos de reclamos y satisfacción de los clientes

VARIABLE 1: Manejo de procesos de reclamos

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSION 1: CLASIFICACIÓN DEL RECLAMO								
1	¿Cuándo usted presenta un reclamo tiene conocimiento si es del tipo comercial u operacional?	X		X		X		
2	¿El personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista le indica a que tipo pertenece su reclamo?	X		X		X		
3	¿Considera que los procesos del manejo de los reclamos son engorrosos según su tipología?	X		X		X		
4	¿El personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista le explica de manera detallada los procesos que debe seguir según el tipo de reclamo que presenta?	X		X		X		
5	¿Le brindan facilidades de cómo realizar una queja o reclamo dentro del establecimiento?	X		X		X		
6	¿Con que frecuencia ha observado que los procesos de queja se realizan manteniendo el profesionalismo ético?	X		X		X		
DIMENSION 2: RECEPCIÓN Y REGISTRO DEL RECLAMO								
7	¿Cuándo usted presenta un reclamo el personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista le indica los pasos que debe seguir?	X		X		X		
8	¿Al presentar un reclamo el personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista le indica la documentación que debe consignar?	X		X		X		
9	¿El personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista cumple con verificar si la solicitud que usted presenta se encuentra conforme según el tipo de reclamo?	X		X		X		
10	¿El personal que recibe su reclamo efectúa de manera inmediata el registro de sus datos personales?	X		X		X		
11	¿El personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista efectúa el control de la información y datos que sustenta las causas por la cual usted presenta su reclamo?	X		X		X		
12	¿El personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista le avisa que su reclamo ha sido registrado y reportado al área correspondiente según las causas sustentadas?	X		X		X		
13	¿Con que frecuencia usted percibe que sus quejas han sido escuchadas o escuchados de forma adecuada por el responsable?	X		X		X		
14	¿Encuentra usted practicidad en el momento de la elaboración y la resolución de la queja o reclamo?	X		X		X		
DIMENSION 3: INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DEL RECLAMO								
15	¿El personal efectúa el control de la información y datos de los usuarios que presentan sus reclamos con respecto al servicio que brinda la empresa?	X		X		X		
16	¿El personal efectúa la contrastación sobre la legitimidad de la documentación que sustenta la causa del reclamo presentado?	X		X		X		
17	¿El personal de la empresa tras verificar la documentación que sustenta su reclamo le informa si los mismos son fehacientes y procedentes?	X		X		X		
18	¿Cuándo presenta un reclamo el personal de la empresa le deriva de manera inmediata al área responsable según el tipo de reclamo?	X		X		X		
19	¿La empresa envía a un personal calificado a inspeccionar de manera física el problema que dio origen a su reclamo?	X		X		X		

20	¿Con que frecuencia le mantienen informado sobre el proceso de su queja o reclamo?	X		X		X	
21	¿Con que frecuencia ha observado usted que el personal con que cuenta la entidad en el área de reclamos es la más idónea (o)?	X		X		X	
DIMENSION 4: CONCILIACIÓN Y RESPUESTA DEL RECLAMO							
22	¿Usted verifica si el expediente que sustenta su reclamo es atendido de manera inmediata por la empresa?	X		X		X	
23	¿La empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista le avisa mediante una citación la fecha de la reunión a la cual debe apersonarse para efectuar su descargo en relación al reclamo presentado?	X		X		X	
24	¿La empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista se demora en atender sus reclamos?	X		X		X	
25	¿La empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista Cumple con los plazos para la resolución y notificación de la decisión?	X		X		X	
26	¿La empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista le notifica de forma oportuna sobre la decisión que tomaron con respecto al reclamo presentado?	X		X		X	
27	¿Con qué frecuencia ha podido observar que en el manejo de alguna queja se ha resuelto de manera imparcial y equitativa?	X		X		X	
28	¿Con que frecuencia percibe usted que los reclamos resueltos hasta la fecha se hayan llevado con total imparcialidad?	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable** **Aplicable después de corregir** [] **No aplicable** []

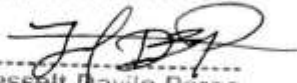
Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: HESELT DAVILA PEREA. DNI: 45081201

Especialidad del validador: GESTION PÚBLICA

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

.....18.....de.....05.....del 20.21



 Mg. Hessel Davila Perea
 ING. CIVIL - CIP 198620
 MAGISTER EN GESTION PUBLICA
 DNI N° 45081201

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE Manejo de procesos de reclamos y satisfacción de los clientes

VARIABLE 2: Satisfacción del cliente

Nº	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		SI	No	SI	No	SI	No	
DIMENSIÓN 1: ELEMENTOS TANGIBLES								
1	¿Considera que las instalaciones en donde se encuentra la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista son adecuadas?	X		X		X		
2	¿Los ambientes de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista, se encuentran siempre limpias?	X		X		X		
3	¿Considera usted que las personas que trabajan en la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista tienen pleno conocimiento de lo que realizan?	X		X		X		
4	¿Considera usted que los materiales de apoyo que se utilizan en la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista son de calidad y se encuentran al alcance de los colaboradores?	X		X		X		
5	¿Considera que los mobiliarios de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista cuentan con buen estado?	X		X		X		
6	¿Considera que la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista esta implementada de los recursos necesarios?	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: PRESTACIÓN DEL SERVICIO								
7	¿Considera usted que los colaboradores de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista desarrollan sus funciones de manera rápida y precisa?	X		X		X		
8	¿Al momento que realiza sus preguntas sobre sus dudas en cuanto al servicio que brinda la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista, el personal que le atiende resuelve sus dudas de manera clara?	X		X		X		
9	¿Considera que el servicio que brinda la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista cumple con cada una de sus expectativas?	X		X		X		
10	¿La empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista toma en cuenta sus reclamos o quejas?	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA								
11	¿Con qué frecuencia ha observado que el personal mantiene una buena comunicación con los clientes?	X		X		X		
12	¿Con qué frecuencia ha podido observar que los trabajadores cuentan con la capacidad de escucha?	X		X		X		
13	¿Considera que la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista atiende sus quejas o reclamos de manera inmediata?	X		X		X		
14	¿El personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista muestra interés y atención a sus quejas o reclamos?	X		X		X		
15	¿El personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista se ofusca cuando usted presenta alguna queja o reclamo?	X		X		X		
16	¿En la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista existe disponibilidad inmediata de colaboradores para atender sus inquietudes en relación al servicio brindado?	X		X		X		

DIMENSIÓN 4: SEGURIDAD							
17	¿Con qué frecuencia ha observado que el personal se muestra competente en la realización de su trabajo?	X		X		X	
18	¿Con que frecuencia ha observado que el personal se muestra disponible y seguro al realizar su labor?	X		X		X	
19	¿El personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista muestra siempre actitud positiva cuando usted presenta alguna queja sobre el servicio que brinda?	X		X		X	
20	¿El personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista muestra amabilidad durante la atención al cliente?	X		X		X	
21	¿Considera que el personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista se encuentra totalmente capacitado?	X		X		X	
22	¿Considera que el personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista tiene conocimiento de los procesos de reclamos?	X		X		X	
DIMENSIÓN 5: EMPATÍA							
23	¿En la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista existe personal dispuesto a brindarle atención personalizada?	X		X		X	
24	¿Ha evidenciado si la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista dispone de un área en la cual brinde atención personalizada?	X		X		X	
25	¿Cuándo usted presenta un reclamo, el personal de la empresa se dispone a querer atenderlo inmediatamente?	X		X		X	
26	¿Con qué frecuencia ha notado que la atención que se le brinda es diferenciada?	X		X		X	
27	¿Con qué frecuencia ha podido observar que el cumplimiento con los horarios es el adecuado?	X		X		X	
28	¿Con que frecuencia ha podido observar que cuando le cuentan algo personal, eres capaz de sentir lo que puede estar sintiendo el otro (a) en ese momento?	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir No aplicable


Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: HESSELT DAVILA PEREA DNI: 45081201

Especialidad del validador: GESTIÓN PÚBLICA

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

..... 18 de 05 del 2021



 Mg. Hesselt Davila Perea
 ING. CIVIL - CIP 198620
 MAGISTER EN GESTION PUBLICA
 DNI N° 45081201

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE Manejo de procesos de reclamos y satisfacción de los clientes

VARIABLE 1: Manejo de procesos de reclamos

Nº	DIMENSIONES / Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSION 1: CLASIFICACIÓN DEL RECLAMO								
1	¿Cuándo usted presenta un reclamo tiene conocimiento si es del tipo comercial u operacional?	X		X		X		
2	¿El personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista le indica a que tipo pertenece su reclamo?	X		X		X		
3	¿Considera que los procesos del manejo de los reclamos son engorrosos según su tipología?	X		X		X		
4	¿El personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista le explica de manera detallada los procesos que debe seguir según el tipo de reclamo que presenta?	X		X		X		
5	¿Le brindan facilidades de cómo realizar una queja o reclamo dentro del establecimiento?	X		X		X		
6	¿Con que frecuencia ha observado que los procesos de queja se realizan manteniendo el profesionalismo ético?	X		X		X		
DIMENSION 2: RECEPCIÓN Y REGISTRO DEL RECLAMO								
7	¿Cuándo usted presenta un reclamo el personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista le indica los pasos que debe seguir?	X		X		X		
8	¿Al presentar un reclamo el personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista le indica la documentación que debe consignar?	X		X		X		
9	¿El personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista cumple con verificar si la solicitud que usted presenta se encuentra conforme según el tipo de reclamo?	X		X		X		
10	¿El personal que recibe su reclamo efectúa de manera inmediata el registro de sus datos personales?	X		X		X		
11	¿El personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista efectúa el control de la información y datos que sustenta las causas por la cual usted presenta su reclamo?	X		X		X		
12	¿El personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista le avisa que su reclamo ha sido registrado y reportado al área correspondiente según las causas sustentadas?	X		X		X		
13	¿Con que frecuencia usted percibe que sus quejas han sido escuchadas o escuchados de forma adecuada por el responsable?	X		X		X		
14	¿Encuentra usted practicidad en el momento de la elaboración y la resolución de la queja o reclamo?	X		X		X		
DIMENSION 3: INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DEL RECLAMO								
15	¿El personal efectúa el control de la información y datos de los usuarios que presentan sus reclamos con respecto al servicio que brinda la empresa?	X		X		X		
16	¿El personal efectúa la contrastación sobre la legitimidad de la documentación que sustenta la causa del reclamo presentado?	X		X		X		
17	¿El personal de la empresa tras verificar la documentación que sustenta su reclamo le informa si los mismos son fehacientes y procedentes?	X		X		X		
18	¿Cuándo presenta un reclamo el personal de la empresa le deriva de manera inmediata al área responsable según el tipo de reclamo?	X		X		X		
19	¿La empresa envía a un personal calificado a inspeccionar de manera física el problema que dio origen a su reclamo?	X		X		X		

20	¿Con que frecuencia le mantienen informado sobre el proceso de su queja o reclamo?	X		X		X	
21	¿Con que frecuencia ha observado usted que el personal con que cuenta la entidad en el área de reclamos es la más idónea (o)?	X		X		X	
DIMENSION 4: CONCILIACIÓN Y RESPUESTA DEL RECLAMO							
22	¿Usted verifica si el expediente que sustenta su reclamo es atendido de manera inmediata por la empresa?	X		X		X	
23	¿La empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista le avisa mediante una citación la fecha de la reunión a la cual debe apersonarse para efectuar su descargo en relación al reclamo presentado?	X		X		X	
24	¿La empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista se demora en atender sus reclamos?	X		X		X	
25	¿La empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista Cumple con los plazos para la resolución y notificación de la decisión?	X		X		X	
26	¿La empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista le notifica de forma oportuna sobre la decisión que tomaron con respecto al reclamo presentado?	X		X		X	
27	¿Con qué frecuencia ha podido observar que en el manejo de alguna queja se ha resuelto de manera imparcial y equitativa?	X		X		X	
28	¿Con que frecuencia percibe usted que los reclamos resueltos hasta la fecha se hayan llevado con total imparcialidad?	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable** [X] **Aplicable después de corregir** [] **No aplicable** []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Rojas Flores Viviana DNI: 43516352

Especialidad del validador: Exten. Pública

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

..... 18 de 05 del 2021

Viviana

 Mg. Viviana Rojas Flores
 ING. CIVIL - CIP 203760
 MAGISTER EN GESTION PUBLICA
 DNI N° 43516352

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE Manejo de procesos de reclamos y satisfacción de los clientes

VARIABLE 2: Satisfacción del cliente

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: ELEMENTOS TANGIBLES								
1	¿Considera que las instalaciones en donde se encuentra la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista son adecuadas?	X		X		X		
2	¿Los ambientes de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista, se encuentran siempre limpias?	X		X		X		
3	¿Considera usted que las personas que trabajan en la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista tienen pleno conocimiento de lo que realizan?	X		X		X		
4	¿Considera usted que los materiales de apoyo que se utilizan en la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista son de calidad y se encuentran al alcance de los colaboradores?	X		X		X		
5	¿Considera que los mobiliarios de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista cuentan con buen estado?	X		X		X		
6	¿Considera que la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista esta implementada de los recursos necesarios?	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: PRESTACIÓN DEL SERVICIO								
7	¿Considera usted que los colaboradores de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista desarrollan sus funciones de manera rápida y precisa?	X		X		X		
8	¿Al momento que realiza sus preguntas sobre sus dudas en cuanto al servicio que brinda la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista, el personal que le atiende resuelve sus dudas de manera clara?	X		X		X		
9	¿Considera que el servicio que brinda la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista cumple con cada una de sus expectativas?	X		X		X		
10	¿La empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista toma en cuenta sus reclamos o quejas?	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA								
11	¿Con qué frecuencia ha observado que el personal mantiene una buena comunicación con los clientes?	X		X		X		
12	¿Con qué frecuencia ha podido observar que los trabajadores cuentan con la capacidad de escucha?	X		X		X		
13	¿Considera que la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista atiende sus quejas o reclamos de manera inmediata?	X		X		X		
14	¿El personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista muestra interés y atención a sus quejas o reclamos?	X		X		X		
15	¿El personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista se ofusca cuando usted presenta alguna queja o reclamo?	X		X		X		
16	¿En la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista existe disponibilidad inmediata de colaboradores para atender sus inquietudes en relación al servicio brindado?	X		X		X		

DIMENSIÓN 4: SEGURIDAD							
17	¿Con qué frecuencia ha observado que el personal se muestra competente en la realización de su trabajo?	X		X		X	
18	¿Con qué frecuencia ha observado que el personal se muestra disponible y seguro al realizar su labor?	X		X		X	
19	¿El personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista muestra siempre actitud positiva cuando usted presenta alguna queja sobre el servicio que brinda?	X		X		X	
20	¿El personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista muestra amabilidad durante la atención al cliente?	X		X		X	
21	¿Considera que el personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista se encuentra totalmente capacitado?	X		X		X	
22	¿Considera que el personal de la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista tiene conocimiento de los procesos de reclamos?	X		X		X	
DIMENSIÓN 5: EMPATÍA							
23	¿En la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista existe personal dispuesto a brindarle atención personalizada?	X		X		X	
24	¿Ha evidenciado si la empresa EMAPA San Martín SAC – Bellavista dispone de un área en la cual brinde atención personalizada?	X		X		X	
25	¿Cuándo usted presenta un reclamo, el personal de la empresa se dispone a querer atenderlo inmediatamente?	X		X		X	
26	¿Con qué frecuencia ha notado que la atención que se le brinda es diferenciada?	X		X		X	
27	¿Con qué frecuencia ha podido observar que el cumplimiento con los horarios es el adecuado?	X		X		X	
28	¿Con qué frecuencia ha podido observar que cuando le cuentan algo personal, eres capaz de sentir lo que puede estar sintiendo el otro (a) en ese momento?	X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable** [X] **Aplicable después de corregir** [] **No aplicable** []

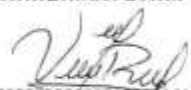
Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Rojas Flores Viviana DNI: 43516352

Especialidad del validador: Gestión Pública

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

11 de 05 del 2021


 Mg. Viviana Rojas Flores
 ING. CIVIL - CIP 205760
 MAGISTER EN GESTION PUBLICA
 DNI N° 43516352

Firma del Experto Informante.

Constancia de autorización donde se ejecutó la investigación.

"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"

CONSTANCIA

Por el presente documento se hace constar que el Ing. ISRAEL RAFAEL TORRES, DNI 46557048, estudiante de la Universidad Cesar Vallejo – Filial Lima Norte, de Maestría en Gestión Pública, viene realizando el estudio de investigación titulado "MANEJO DE PROCESOS DE RECLAMOS Y SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES EN LA EMPRESA EMAPA SAN MARTÍN SAC -BELLAVISTA 2021" para optar el grado de maestro.

Se expide la presente constancia a solicitud del interesado para los fines académicos.

Atentamente:

Bellavista 28 de junio de 2021.




Sr. Fernando Manco Lopez
JEFE (E)
UNIDAD OPERATIVA
BELLAVISTA

Base de datos estadísticos

Manejo de procesos de reclamos																																	
	Clasificación del reclamo						D1	Recepción y registro del reclamo							D2	Investigación y análisis del reclamo							D3	Conciliación y respuesta del reclamo								D4	V1
	P1	P2	P3	P4	P5	P6		P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13		P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20		P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28		
S1	3	5	3	5	3	3	22	3	3	5	3	3	5	3	5	30	3	5	3	5	3	5	3	27	5	3	5	3	4	3	2	25	104
S2	1	3	2	1	2	1	10	1	3	2	5	1	5	5	1	23	1	4	1	3	1	1	3	14	1	5	3	2	2	2	3	18	65
S3	3	3	3	1	1	1	12	2	2	3	3	3	2	2	2	19	2	3	3	1	2	1	3	15	3	2	2	2	2	2	2	15	61
S4	5	5	5	1	5	1	22	2	5	5	5	5	5	5	3	35	2	5	3	5	5	5	5	30	5	5	5	5	3	2	5	30	117
S5	5	3	5	1	5	1	20	2	1	5	5	5	5	3	3	29	2	5	1	5	3	5	5	26	5	5	3	2	3	2	1	21	96
S6	2	3	3	2	3	1	14	3	2	3	3	1	3	2	2	19	3	3	2	3	1	3	2	17	3	3	2	2	2	3	2	17	67
S7	5	5	3	1	5	3	22	3	3	3	5	5	5	5	1	30	3	5	1	5	1	5	5	25	5	5	5	1	1	3	3	23	100
S8	2	2	3	3	4	4	18	2	3	3	4	4	2	3	4	25	2	4	3	4	3	3	4	23	4	2	3	3	4	2	3	21	87
S9	2	4	3	3	4	3	19	3	4	3	3	3	5	4	3	28	3	3	3	3	4	3	3	22	3	5	3	4	3	3	4	25	94
S10	3	2	2	2	3	2	14	2	3	2	4	3	3	3	3	23	2	2	2	3	3	3	3	18	4	3	3	3	3	2	3	21	76
S11	2	1	1	1	1	3	9	3	1	1	5	1	5	1	1	18	3	3	2	5	4	2	5	24	1	5	2	3	2	3	3	19	70
S12	5	5	5	1	5	1	22	3	1	5	5	5	5	3	1	28	3	4	3	5	5	5	5	30	5	5	3	3	1	3	1	21	101
S13	4	2	3	4	1	2	16	3	4	3	5	3	5	1	5	29	3	1	1	5	5	5	5	25	3	5	1	5	5	3	4	26	96
S14	5	5	5	3	5	5	28	2	2	5	3	3	2	5	3	25	2	5	5	5	3	3	4	27	3	3	4	4	3	4	4	25	105
S15	2	3	3	2	3	1	14	2	3	2	3	2	2	4	3	21	3	2	1	3	3	4	3	19	2	2	3	1	2	3	3	16	70
S16	2	2	1	1	2	1	9	2	3	1	3	3	3	3	4	22	2	2	3	3	2	2	3	17	3	3	3	1	4	2	3	19	67
S17	5	2	2	3	2	2	16	3	2	2	2	3	3	3	2	20	3	3	3	2	2	3	2	18	3	3	3	3	2	3	2	19	73
S18	5	3	1	2	4	2	17	3	5	1	4	3	5	3	5	29	3	3	2	5	4	4	4	25	3	5	3	1	5	3	5	25	96
S19	2	2	1	3	2	1	11	2	2	1	3	3	2	3	3	19	2	2	1	3	3	3	3	17	3	2	3	2	3	2	2	17	64
S20	2	2	5	5	2	5	21	5	4	5	5	3	2	5	3	32	4	2	5	3	3	4	5	26	3	4	3	5	3	4	4	26	105
S21	5	1	1	2	5	1	15	2	2	1	2	2	2	3	3	17	2	1	1	4	5	2	2	17	2	3	3	1	3	2	2	16	65
S22	2	2	2	4	2	3	15	2	2	2	2	3	3	4	3	21	2	3	2	2	3	2	3	17	2	3	2	3	1	3	3	17	70
S23	5	2	4	3	4	3	21	3	3	4	3	4	4	4	4	29	3	4	3	5	4	4	3	26	4	4	4	3	4	3	3	25	101
S24	2	2	3	2	3	1	13	2	2	3	3	3	3	3	1	20	2	2	1	3	3	3	3	17	3	3	3	3	1	2	2	17	67
S25	5	2	2	1	2	1	13	2	1	2	5	2	2	4	3	21	2	2	1	3	1	1	5	15	2	2	4	1	3	2	1	15	64
S26	5	3	5	3	3	4	23	3	3	4	3	4	3	5	3	28	3	3	4	3	3	3	3	22	4	3	4	3	4	4	5	27	100
S27	2	3	2	3	1	3	14	1	1	2	1	5	1	3	3	17	1	1	1	3	3	2	1	12	5	1	3	1	3	1	1	15	58
S28	2	2	1	2	2	3	12	4	3	4	5	4	5	5	4	34	5	5	1	5	3	1	5	25	1	1	3	5	3	3	3	19	90
S29	2	2	1	3	2	1	11	2	2	1	3	3	2	3	3	19	2	2	1	3	3	3	3	17	3	2	3	2	3	2	2	17	64
S30	5	3	5	1	3	3	20	3	3	5	5	5	5	5	3	34	3	5	3	6	1	1	5	24	5	5	5	5	3	3	3	29	107

S31	5	3	2	1	4	2	17	3	2	2	1	1	5	3	5	22	3	2	1	5	5	5	1	22	1	5	3	1	5	3	2	20	81
S32	2	3	3	3	2	3	16	3	3	3	3	3	3	3	4	25	3	3	3	3	2	3	3	20	3	3	3	3	4	3	3	22	83
S33	5	5	1	1	5	1	18	3	5	1	5	3	5	4	3	29	3	1	5	5	5	5	5	29	1	5	4	5	3	3	4	25	101
S34	5	5	4	3	5	3	25	3	5	5	5	5	5	5	4	37	3	5	1	5	5	5	5	29	5	5	5	3	4	3	5	30	121
S35	2	3	2	1	2	1	11	2	1	2	3	1	3	3	1	16	2	3	3	3	4	3	1	19	3	3	1	5	2	2	1	17	63
S36	5	5	5	5	5	1	26	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	1	5	5	5	5	31	5	5	5	5	5	5	5	35	132
S37	5	1	1	1	5	1	14	1	2	1	5	1	2	1	1	14	1	4	1	1	5	5	5	22	1	2	1	1	1	1	2	9	59
S38	3	3	2	3	5	1	17	1	2	2	3	3	3	1	3	18	1	1	1	3	1	2	3	12	3	3	1	2	3	1	2	15	62
S39	2	2	1	1	2	1	9	2	3	1	3	3	3	3	4	22	2	2	3	3	2	2	3	17	3	3	3	1	4	2	3	19	67
S40	1	2	3	1	2	3	12	2	3	3	2	3	3	3	5	24	3	4	1	4	4	5	3	24	3	4	3	1	4	3	2	20	80
S41	5	5	5	1	5	1	22	2	5	5	5	5	5	3	3	33	2	5	1	5	5	5	5	28	5	5	3	5	3	2	5	28	111
S42	3	3	2	3	3	1	15	1	3	2	2	2	2	1	1	14	1	3	1	2	1	2	2	12	2	2	1	1	1	1	3	11	52
S43	5	5	5	1	5	1	22	1	5	5	5	5	5	5	3	34	1	5	1	5	5	5	5	27	5	5	5	3	3	1	5	27	110
S44	2	2	1	1	2	1	9	2	3	1	3	3	3	3	4	22	2	2	3	3	2	2	3	17	3	3	3	1	4	2	3	19	67
S45	5	5	5	1	5	1	22	1	3	5	5	5	5	5	5	34	1	5	1	5	5	5	5	27	5	5	5	5	5	1	3	29	112
S46	2	2	1	3	2	1	11	2	2	1	3	3	2	3	3	19	2	2	1	3	3	3	3	17	3	2	3	2	3	2	2	17	64
S47	5	5	2	3	3	2	20	3	3	2	3	2	3	2	2	20	3	4	3	3	3	3	3	22	2	3	2	2	2	3	3	17	79
S48	5	5	5	4	5	5	29	5	5	5	5	5	5	1	5	36	5	5	1	5	5	5	5	31	5	5	1	1	5	5	5	27	123
S49	5	1	3	5	5	3	22	5	4	3	3	1	5	3	3	27	1	3	3	3	3	3	5	21	3	4	3	2	1	5	1	19	89
S50	5	5	2	5	5	3	25	5	2	5	3	5	5	5	2	32	5	3	3	5	2	2	5	25	3	4	3	2	3	1	5	21	103
S51	5	5	2	5	3	2	22	5	3	3	3	1	3	1	3	22	4	3	3	3	3	3	5	24	5	4	3	4	3	3	5	27	95
S52	5	1	2	3	3	2	16	1	4	3	3	1	1	5	3	21	5	4	2	5	3	3	3	25	5	4	1	3	3	3	3	22	84
S53	3	1	2	2	2	3	13	3	2	3	2	3	3	3	2	21	3	2	3	3	2	2	2	17	5	3	2	2	2	1	4	19	70
S54	5	4	3	5	5	3	25	5	4	3	2	3	4	1	2	24	4	2	3	3	2	2	1	17	5	4	2	2	2	1	5	21	87
S55	1	1	3	3	1	2	11	1	3	3	2	1	3	1	1	15	1	3	3	2	1	1	1	12	1	3	1	1	1	1	1	9	47
S56	5	4	1	5	5	3	23	5	4	3	3	5	5	5	3	33	5	3	2	5	3	3	4	25	5	5	3	3	3	3	5	27	108
S57	5	1	2	5	3	1	17	1	3	4	3	4	5	5	3	28	4	2	2	4	3	3	5	23	5	4	3	1	3	3	5	24	92
S58	5	1	1	5	5	3	20	5	3	3	3	1	5	5	3	28	4	2	3	4	3	3	5	24	5	4	3	1	3	2	5	23	95
S59	5	5	3	5	5	3	26	5	4	3	3	5	5	5	3	33	5	3	2	4	3	3	5	25	5	3	3	5	3	1	5	25	109
S60	5	1	3	5	5	5	24	5	2	2	3	2	5	4	2	25	2	2	5	5	2	2	5	23	5	5	2	5	2	2	5	26	98
S61	5	3	3	5	3	3	22	5	2	4	2	1	5	2	2	23	4	2	2	3	2	2	1	16	5	2	2	2	2	3	5	21	82
S62	5	2	3	5	5	3	23	3	3	3	2	1	5	3	1	21	3	1	2	1	1	1	1	10	5	4	3	2	1	2	1	18	72
S63	5	1	1	1	1	2	11	1	3	3	2	1	1	4	3	18	1	1	3	2	3	3	2	15	4	3	2	1	3	3	2	18	62
S64	3	2	1	5	5	3	19	5	4	4	3	1	5	1	2	25	5	2	2	4	2	2	5	22	2	4	3	2	3	1	1	16	82

S65	5	5	3	3	5	4	25	3	4	4	2	3	4	2	5	27	1	4	2	3	5	3	4	22	3	3	5	3	4	5	3	26	100
S66	3	1	2	2	2	3	13	3	2	3	2	3	3	3	2	21	3	2	3	3	2	2	2	17	5	3	2	2	2	1	5	20	71
S67	5	3	2	5	1	2	18	3	3	4	3	1	1	4	2	21	4	3	2	5	2	2	5	23	5	3	2	1	3	1	3	18	80
S68	5	2	3	5	5	3	23	3	3	3	2	1	5	3	1	21	3	1	2	1	1	1	1	10	5	4	3	2	1	2	1	18	72
S69	1	2	2	2	2	3	12	3	2	3	4	3	4	2	3	24	4	3	2	2	4	3	3	21	2	3	3	3	3	4	3	21	78
S70	5	1	2	5	3	1	17	1	3	4	3	4	5	5	3	28	4	2	2	4	4	3	5	24	5	4	3	1	3	3	5	24	93
S71	5	1	1	5	5	3	20	5	3	3	4	1	5	5	3	29	4	2	3	4	3	3	5	24	5	4	4	1	3	2	5	24	97
S72	5	5	3	5	5	3	26	3	4	3	3	5	3	5	3	29	5	3	2	4	3	4	3	24	5	3	3	5	3	1	4	24	103
S73	5	1	3	5	5	3	22	5	4	3	3	1	5	3	3	27	1	3	3	3	3	3	5	21	3	4	3	2	1	5	1	19	89
S74	5	5	2	5	5	3	25	3	2	5	3	5	5	5	2	30	5	3	3	5	2	2	5	25	3	4	4	2	3	1	5	22	102
S75	1	1	2	2	3	2	11	2	3	3	2	1	3	1	3	18	2	3	2	3	2	3	2	17	2	2	3	2	2	3	2	16	62
S76	5	1	2	5	2	3	18	1	3	3	4	1	3	5	2	22	1	1	3	1	2	2	1	11	5	3	3	1	3	1	5	21	72
S77	5	1	2	3	2	2	15	1	3	2	3	1	1	2	3	16	2	2	2	2	3	3	3	17	1	2	1	3	2	3	2	14	62
S78	3	1	2	2	2	3	13	3	2	3	2	3	3	3	2	21	3	2	3	3	2	2	2	17	5	3	2	2	2	1	5	20	71
S79	5	3	2	5	1	2	18	3	3	4	3	1	1	4	2	21	4	3	2	5	2	2	5	23	5	3	2	1	3	1	3	18	80
S80	2	5	5	2	5	5	24	2	5	5	3	2	5	5	3	30	5	2	5	2	5	5	5	29	5	5	5	3	5	1	5	29	112
S81	2	3	3	3	5	5	21	3	5	1	3	2	4	5	3	26	5	2	5	2	5	5	1	25	5	5	1	1	4	1	4	21	93
S82	1	5	2	3	1	5	17	2	5	1	2	1	3	5	2	21	5	1	5	1	2	5	3	22	2	2	2	2	3	3	1	15	75
S83	2	1	1	3	1	2	10	1	2	1	3	1	3	1	3	15	1	2	1	3	3	2	3	15	3	3	3	4	3	3	4	23	63
S84	2	3	4	2	5	5	21	2	5	5	5	2	3	5	3	30	5	2	5	2	3	5	5	27	5	3	3	2	5	1	5	24	102
S85	1	3	2	3	1	1	11	1	1	1	1	1	3	1	1	10	1	1	1	1	2	5	3	14	3	2	2	3	3	2	3	18	53
S86	2	3	3	3	3	3	17	2	5	1	1	2	3	2	1	17	1	2	1	2	3	5	5	19	5	5	1	3	5	1	5	25	78
S87	3	4	3	4	5	5	24	3	5	3	4	3	5	5	4	32	5	4	3	2	4	5	4	27	2	3	4	2	4	3	4	22	105
S88	1	3	2	3	1	2	12	2	3	1	2	1	2	3	2	16	3	1	3	1	2	5	2	17	3	3	2	3	2	3	3	19	64
S89	3	3	1	3	5	2	17	1	3	5	3	3	2	5	2	24	5	3	5	2	3	5	3	26	2	2	3	2	2	2	3	16	83
S90	3	5	1	3	1	5	18	1	5	1	3	3	3	5	2	23	5	3	5	3	2	5	1	24	5	1	1	3	3	1	5	19	84
S91	2	5	5	3	5	5	25	1	5	2	3	3	5	5	2	26	5	3	5	2	3	5	5	28	5	3	1	3	4	3	5	24	103
S92	3	5	3	3	4	5	23	1	5	1	1	3	4	3	1	19	5	3	5	3	2	1	3	22	5	1	5	3	1	1	5	21	85
S93	3	3	3	3	1	3	16	1	2	1	3	3	3	3	1	17	1	2	3	3	2	1	3	15	2	3	3	2	2	1	2	15	63
S94	5	5	3	4	3	3	23	2	3	4	3	2	3	2	4	23	3	4	3	2	3	5	4	24	5	4	5	3	4	4	5	30	100
S95	2	5	2	3	1	5	18	3	5	4	1	2	4	5	3	27	5	2	5	2	4	5	3	26	3	3	4	2	2	3	3	20	91
S96	1	3	1	3	5	1	14	3	1	1	1	3	1	1	1	12	1	3	1	1	3	1	3	13	3	3	2	3	3	3	2	19	58
S97	3	6	5	3	5	5	27	3	5	1	3	3	5	5	2	27	5	3	5	3	4	5	3	28	5	3	5	3	3	2	5	26	108
S98	3	1	5	2	5	5	21	4	5	5	1	2	4	5	1	27	5	2	5	3	3	5	3	26	2	3	3	2	2	1	3	16	90
S99	3	1	5	3	5	5	22	3	5	5	2	2	5	5	2	29	5	2	5	3	4	5	3	27	2	3	3	2	2	1	3	16	94
S100	3	5	1	3	5	5	22	1	5	5	3	3	4	5	2	28	5	3	5	3	3	5	5	29	5	5	3	2	1	1	4	21	100
S101	3	5	1	3	1	5	18	1	5	1	3	3	3	5	2	23	5	3	5	3	2	5	3	26	3	5	5	5	5	1	5	29	96
S102	2	5	5	3	5	5	25	1	5	2	3	3	5	5	2	26	5	3	5	2	3	5	4	27	4	4	4	3	4	3	5	27	105

S103	3	5	3	3	4	5	23	1	5	1	1	3	4	3	1	19	5	3	5	3	2	1	3	22	3	3	1	2	2	1	3	15	79
S104	2	5	1	3	5	5	21	5	5	1	2	1	1	5	1	21	3	1	5	2	2	1	2	16	2	4	3	2	2	1	3	17	75
S105	3	3	5	4	1	4	20	1	5	1	3	4	5	3	1	23	3	4	5	3	2	5	1	23	3	3	3	2	2	1	3	17	83
S106	2	3	3	3	3	3	17	2	5	1	1	2	3	2	1	17	1	2	1	2	3	5	5	19	1	3	3	1	1	1	3	13	66
S107	2	3	2	3	5	5	20	1	5	2	2	3	5	5	3	26	5	3	3	2	3	5	1	22	5	5	3	5	5	1	5	29	97
S108	5	5	5	5	5	5	30	5	3	1	3	5	5	5	5	32	5	5	5	5	5	5	5	35	3	5	5	1	5	5	5	29	126
S109	1	1	5	1	3	2	13	1	2	1	1	3	2	5	1	16	1	5	1	5	5	1	1	19	1	3	4	1	4	1	1	15	63
S110	2	1	3	3	3	3	15	1	1	1	2	2	3	3	2	15	1	3	3	2	2	2	2	15	2	2	3	3	1	2	1	14	59
S111	5	5	5	5	5	5	30	1	5	1	2	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	3	33	2	5	5	3	5	5	5	30	122
S112	3	3	2	5	3	5	21	3	2	3	2	3	2	2	3	20	3	2	3	2	2	1	3	16	2	1	5	2	2	2	2	16	73
S113	1	3	3	5	3	3	18	2	3	1	3	2	3	3	1	18	3	3	3	3	2	3	2	19	3	2	3	2	3	1	3	17	72
S114	4	5	5	5	5	3	27	3	5	3	4	3	4	5	4	31	5	5	5	5	5	4	3	32	4	4	5	3	5	4	5	30	120
S115	3	3	4	2	2	3	17	3	4	4	2	3	3	4	3	26	3	4	4	2	3	3	4	23	2	3	4	3	4	3	3	22	88
S116	4	3	3	2	4	3	19	3	4	3	3	4	3	3	4	27	3	3	3	5	3	3	3	23	3	4	3	3	3	4	3	23	92
S117	3	3	3	3	2	2	16	2	3	2	2	3	2	3	3	20	3	3	3	3	3	3	3	21	2	3	2	2	3	3	3	18	75
S118	4	1	5	2	1	1	14	1	1	3	3	1	1	5	4	19	1	5	1	5	1	1	1	15	3	1	3	1	5	4	1	18	66
S119	5	5	5	5	5	5	30	1	5	1	3	1	5	5	5	26	5	5	5	5	3	3	1	27	3	1	4	3	5	5	5	26	109
S120	5	5	5	4	2	3	24	4	1	2	3	4	3	5	5	27	5	5	3	5	1	5	5	29	3	4	1	1	5	5	5	24	104
S121	3	3	3	2	2	1	14	3	2	1	2	2	1	3	3	17	3	3	3	2	3	2	3	19	2	2	2	1	3	3	3	16	66
S122	4	4	5	2	4	3	22	1	5	1	3	4	3	5	4	26	4	5	1	5	4	1	5	25	3	4	4	1	5	4	4	25	98
S123	2	2	3	2	2	1	12	1	2	1	2	3	1	3	2	15	2	3	3	3	3	1	4	19	2	3	2	3	3	2	2	17	63
S124	3	3	2	5	3	4	20	3	2	4	3	4	2	4	2	24	3	2	4	3	4	3	3	22	4	3	4	3	2	5	3	24	90
S125	4	4	4	5	3	1	21	2	4	2	3	5	1	4	4	25	4	4	3	5	3	1	5	25	3	5	3	2	5	4	4	26	97
S126	3	3	3	2	2	3	16	3	2	3	2	2	3	2	3	20	2	3	2	3	3	2	3	18	2	3	2	1	3	2	3	16	70
S127	3	3	3	2	2	3	16	3	2	3	2	2	3	3	3	21	3	3	3	2	3	3	3	20	3	4	3	3	3	4	3	23	80
S128	5	5	5	5	1	1	22	2	5	1	2	5	1	5	5	26	5	5	5	5	5	1	3	29	2	5	1	1	4	5	5	23	100
S129	5	5	5	5	5	5	30	4	2	3	5	5	5	5	5	34	5	5	3	3	5	5	5	31	5	5	5	1	5	5	5	31	126
S130	4	4	3	5	2	4	22	3	4	3	3	3	4	3	4	27	4	3	4	4	4	3	4	26	3	3	4	3	5	4	4	26	101
S131	3	3	3	2	2	3	16	2	3	1	2	2	3	3	3	19	3	3	3	3	3	3	1	19	2	2	2	1	3	3	3	16	70
S132	1	1	5	5	2	2	16	1	2	1	2	1	2	5	1	15	1	5	2	2	4	1	3	18	2	1	2	1	3	1	1	11	60
S133	3	3	3	2	2	1	14	3	3	1	2	3	1	3	3	19	3	3	1	3	3	3	3	19	2	3	2	1	3	3	3	17	69
S134	3	2	1	2	3	2	13	3	1	3	1	1	2	1	3	15	2	1	5	1	3	1	3	16	1	1	1	1	3	3	2	12	56
S135	5	5	5	5	5	1	26	2	1	1	5	3	1	5	5	23	5	5	1	5	5	5	3	29	5	3	5	1	5	5	5	29	107
S136	3	2	1	5	5	3	19	5	4	4	3	1	5	1	2	25	5	2	2	4	2	2	5	22	2	4	3	2	3	1	1	16	82
S137	1	1	1	1	1	1	6	3	4	3	2	3	1	2	1	19	1	1	2	2	1	1	1	9	3	3	1	1	1	3	1	13	47
S138	3	1	2	2	2	3	13	3	2	3	2	3	3	3	2	21	3	2	3	3	2	2	2	17	5	3	2	2	2	1	5	20	71
S139	5	3	2	5	1	2	18	3	3	4	3	1	1	4	2	21	4	3	2	5	2	2	5	23	5	3	2	1	3	1	3	18	80
S140	5	2	3	5	5	3	23	3	3	3	2	1	5	3	1	21	3	1	2	1	1	1	1	10	5	4	3	2	1	2	1	18	72

S141	5	5	3	5	5	3	26	5	4	3	3	5	5	5	3	33	5	3	2	4	3	3	5	25	5	3	3	5	3	1	5	25	109
S142	5	1	3	5	5	3	22	5	4	3	3	1	5	3	3	27	1	3	3	3	3	3	5	21	3	4	3	2	1	5	1	19	89
S143	5	5	2	5	5	3	25	5	2	5	3	5	5	5	2	32	5	3	3	5	2	2	5	25	3	4	3	2	3	1	4	20	102
S144	5	5	2	5	3	2	22	5	3	3	3	1	3	1	3	22	4	3	3	3	3	3	5	24	5	4	3	4	3	3	5	27	95
S145	5	1	2	3	3	2	16	1	4	3	3	3	2	5	3	24	5	4	3	5	3	3	3	26	5	4	3	3	3	3	3	24	90
S146	3	5	5	5	2	3	23	3	5	3	5	3	3	3	5	30	3	5	3	3	3	3	3	23	5	3	2	2	2	5	5	24	100
S147	5	4	3	5	5	3	25	5	4	3	2	3	4	1	2	24	4	2	3	3	2	2	1	17	5	4	2	2	2	1	5	21	87
S148	2	3	3	1	3	1	13	5	3	3	2	3	2	3	2	23	3	3	2	4	3	2	3	20	3	2	3	2	2	2	1	15	71
S149	5	4	2	3	3	2	19	4	4	3	3	4	4	5	3	30	5	4	2	5	4	4	3	27	4	4	4	3	2	4	3	24	100
S150	3	1	2	2	2	3	13	3	2	3	2	3	3	3	2	21	3	2	3	3	2	2	2	17	5	3	2	2	2	1	5	20	71

Satisfacción del cliente																													
	Elementos tangibles						Prestación del servicio				Capacidad de respuesta						Seguridad						Empatía						V2
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	
S1	1	1	5	5	5	3	2	5	3	3	1	5	1	3	5	5	5	5	5	5	4	1	5	1	5	4	5	2	100
S2	1	1	3	3	3	3	2	1	2	1	3	3	1	2	1	4	5	5	2	1	2	1	3	3	1	2	3	1	63
S3	1	1	3	4	5	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	4	2	1	2	1	2	1	3	1	2	3	54
S4	3	1	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	1	5	4	3	5	5	5	5	3	5	5	1	5	3	5	5	115
S5	1	1	5	5	5	5	1	5	5	1	1	5	1	5	5	3	5	5	5	5	1	1	5	1	3	1	1	1	88
S6	2	1	2	2	3	2	2	3	2	2	2	1	1	2	2	3	3	3	3	2	2	2	1	1	1	2	2	2	56
S7	2	2	3	5	5	5	3	5	5	1	1	5	1	5	3	5	5	5	5	5	1	1	5	1	1	3	1	1	90
S8	1	3	5	5	5	5	1	2	5	2	1	3	1	5	5	5	5	5	1	5	1	1	3	1	5	5	5	5	96
S9	5	3	3	5	5	5	2	5	5	1	2	5	1	5	5	5	3	5	5	5	1	2	5	1	5	3	5	3	105
S10	1	1	2	1	3	2	3	1	2	1	3	3	3	2	3	2	2	3	1	2	1	3	3	3	3	3	2	1	60
S11	1	3	5	5	5	5	1	5	1	1	1	1	3	1	1	5	5	5	5	1	1	1	1	3	1	3	1	1	72
S12	1	1	4	5	5	5	5	1	5	3	5	5	1	5	5	1	5	5	1	5	3	5	5	1	5	5	5	5	107
S13	2	1	5	5	5	3	5	4	3	4	5	5	1	3	5	1	5	3	4	3	4	5	5	1	5	1	5	5	103
S14	4	3	4	5	5	5	4	2	3	3	4	3	2	3	3	4	3	4	3	3	5	4	3	4	3	4	3	4	100
S15	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	1	3	1	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	1	3	1	62
S16	2	1	2	2	2	3	3	2	3	1	3	2	1	3	3	3	2	3	2	3	1	3	2	1	2	3	3	2	63
S17	3	1	4	4	4	5	4	3	2	1	2	5	4	2	5	1	4	5	3	2	3	4	5	2	1	2	4	5	90
S18	1	2	5	5	5	3	2	3	3	1	2	1	2	3	4	1	4	4	3	3	2	2	1	2	1	2	4	4	75
S19	1	1	3	4	5	1	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	4	2	2	1	1	2	2	3	1	2	3	55
S20	2	3	2	2	3	5	1	2	5	5	3	2	5	5	5	2	3	5	3	5	5	3	3	5	3	4	5	4	100
S21	2	1	2	2	3	2	2	3	2	2	2	1	1	2	2	3	3	3	3	2	2	2	1	1	1	2	2	2	56
S22	1	1	2	1	3	2	3	1	2	1	3	3	3	2	3	2	2	3	1	2	1	3	3	3	3	3	2	1	60
S23	1	1	5	5	5	5	1	5	5	3	1	3	3	5	5	5	4	5	5	5	3	1	3	3	5	5	3	3	103
S24	2	1	2	2	3	2	2	3	2	2	2	1	1	2	2	3	3	3	3	2	2	2	1	1	1	2	2	2	56
S25	1	1	3	5	3	5	1	1	2	2	1	5	5	5	3	1	1	2	1	5	1	1	5	5	1	3	1	1	71
S26	4	5	4	5	3	4	3	5	3	4	3	4	3	2	3	5	3	3	4	4	5	3	3	4	3	3	4	4	103
S27	2	1	3	4	5	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	4	2	1	1	1	2	1	3	3	2	3	52
S28	1	1	3	5	5	5	1	5	1	2	1	5	5	1	1	3	3	5	5	1	2	1	5	5	1	5	3	3	84
S29	1	1	2	1	3	2	3	1	2	1	3	3	3	2	3	2	2	3	1	2	1	3	3	3	3	3	2	1	60
S30	1	1	5	5	5	5	1	5	5	1	1	5	1	5	5	5	5	5	5	5	1	1	5	1	1	5	2	2	94
S31	1	1	3	4	5	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	4	2	1	1	1	2	1	3	1	2	3	49
S32	1	1	4	5	5	3	4	5	1	1	4	1	2	1	2	3	5	5	5	1	1	4	1	2	1	4	5	5	82

S33	4	3	3	4	3	5	4	3	5	3	5	4	3	2	3	4	2	3	3	2	5	5	5	4	4	5	4	5	105	
S34	1	1	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	1	5	5	4	5	3	5	4	119	
S35	1	1	1	5	5	1	1	5	2	1	1	1	5	2	1	1	1	1	5	2	1	1	1	1	5	1	5	3	4	64
S36	1	1	5	5	5	1	5	5	5	1	5	5	5	5	1	4	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	115
S37	1	1	3	4	5	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	4	2	1	1	1	2	1	3	1	2	3	49	
S38	1	1	2	5	2	3	2	2	2	1	2	5	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	3	1	3	2	2	3	59	
S39	2	1	4	5	5	1	5	4	2	1	5	5	3	2	2	1	5	5	4	2	1	5	5	3	5	2	5	5	95	
S40	1	2	1	2	1	5	1	1	3	2	1	3	1	3	1	2	3	2	1	3	2	1	3	1	2	3	1	2	54	
S41	3	1	5	5	5	5	3	4	3	3	4	3	3	3	5	3	3	5	4	3	3	3	4	3	3	3	5	3	100	
S42	2	1	2	2	3	2	2	3	2	2	2	1	1	2	2	3	3	3	3	2	2	2	1	1	1	3	1	2	56	
S43	1	1	2	1	3	2	3	1	2	1	3	3	3	2	3	2	2	3	1	2	1	3	3	3	3	3	2	1	60	
S44	1	5	5	5	5	5	1	5	1	1	1	2	1	1	1	1	1	5	5	1	1	1	1	1	1	2	5	2	67	
S45	1	1	5	5	5	5	1	5	5	1	1	5	1	5	5	5	5	5	5	5	1	1	5	1	5	5	5	5	104	
S46	1	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	64	
S47	2	1	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	1	1	3	2	2	63	
S48	1	1	4	5	5	5	2	5	5	1	2	1	5	5	5	1	3	5	5	5	1	2	1	5	4	2	5	5	96	
S49	1	2	5	5	5	3	2	3	3	1	2	1	2	3	4	1	4	4	3	3	2	2	1	2	1	2	4	4	75	
S50	1	1	3	4	5	1	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	4	2	2	1	1	2	2	3	1	2	3	55	
S51	1	3	2	1	3	5	1	1	5	5	1	2	5	5	5	1	1	5	1	5	5	1	2	5	1	1	5	1	79	
S52	2	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	1	2	2	3	3	2	3	2	2	2	1	3	3	3	2	4	63	
S53	1	1	2	1	3	2	3	1	2	1	3	3	3	2	3	2	2	3	1	2	1	3	3	3	3	3	2	1	60	
S54	1	1	5	5	5	5	1	5	5	3	1	3	3	5	5	5	4	4	5	5	3	1	3	3	4	4	3	3	100	
S55	2	1	2	2	3	2	2	3	2	2	2	1	1	2	2	3	3	3	3	2	2	2	1	1	1	2	2	2	56	
S56	1	1	5	5	5	5	1	1	5	1	1	5	5	5	3	1	1	5	1	5	1	1	5	5	1	5	1	1	82	
S57	1	1	2	1	3	2	3	1	2	1	3	3	3	2	3	2	2	3	1	2	1	3	3	3	3	3	2	1	60	
S58	3	3	3	4	5	4	3	2	3	2	4	2	1	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	5	2	3	80	
S59	1	1	3	5	5	5	1	5	1	2	1	5	5	1	1	3	3	5	5	1	2	1	5	5	1	5	3	3	84	
S60	1	1	2	1	3	2	3	1	2	1	3	3	3	2	3	2	2	3	1	2	1	3	3	3	3	3	2	1	60	
S61	1	1	5	5	5	5	1	5	5	1	1	5	1	5	5	5	5	5	5	5	1	1	5	1	1	5	2	2	94	
S62	1	1	3	4	5	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	4	2	1	1	1	2	1	3	1	2	3	49	
S63	1	1	4	5	5	3	4	5	1	1	4	1	2	1	2	3	5	5	5	1	1	4	1	2	1	4	5	5	82	
S64	1	1	2	1	3	2	3	1	2	1	3	3	3	2	3	2	2	3	1	2	1	3	3	3	3	3	2	1	60	
S65	1	1	5	5	5	5	5	5	4	1	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	1	5	5	5	5	3	5	5	119	
S66	1	1	1	5	5	1	1	5	2	1	1	1	5	2	1	1	1	1	5	2	1	1	1	5	1	5	3	4	64	

S67	1	1	5	5	5	1	5	5	5	1	5	5	5	5	1	4	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	115
S68	1	1	3	4	5	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	4	2	1	1	1	2	1	3	1	2	3	49	
S69	1	1	3	5	2	3	2	2	2	1	2	5	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	5	1	3	2	2	3	62	
S70	2	1	4	5	5	1	5	4	2	1	5	5	3	2	2	1	5	5	4	2	1	5	5	3	5	2	5	5	95	
S71	3	2	3	2	3	5	2	1	3	2	1	3	1	3	1	2	3	2	2	3	2	1	3	1	2	3	1	3	63	
S72	1	1	5	5	5	5	3	4	3	3	3	3	3	3	5	3	3	5	4	3	3	3	3	3	1	1	5	2	91	
S73	4	4	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	4	3	4	4	4	80	
S74	1	1	2	1	3	2	3	1	2	1	3	3	3	2	3	2	2	3	1	2	1	3	3	3	3	3	2	1	60	
S75	1	5	5	5	5	5	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	1	1	1	1	1	1	2	5	2	66	
S76	1	1	5	5	5	5	1	5	5	1	1	5	1	5	5	5	5	5	5	5	1	1	5	1	5	5	5	5	104	
S77	1	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	64	
S78	2	1	2	2	3	2	2	3	2	2	2	1	1	2	2	3	3	3	3	2	2	2	1	1	1	2	2	2	56	
S79	1	1	4	5	5	5	2	5	5	1	2	1	5	5	5	1	3	5	5	5	1	2	1	5	4	2	5	5	96	
S80	1	1	5	5	5	3	2	5	3	1	1	5	1	3	5	5	5	5	5	5	1	1	5	1	5	1	5	2	92	
S81	1	2	3	3	3	3	2	1	2	3	1	3	3	2	1	3	5	5	2	3	2	1	3	2	1	2	1	2	65	
S82	1	1	2	1	3	2	3	1	2	1	3	3	3	2	3	2	2	3	1	2	1	3	3	3	3	3	2	1	60	
S83	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	1	3	4	3	3	2	3	2	3	3	3	1	3	2	3	2	72	
S84	1	1	5	5	5	5	1	5	5	1	1	5	1	5	5	3	5	5	5	5	1	1	5	1	3	1	1	1	88	
S85	2	1	2	2	3	2	2	3	2	2	2	1	1	2	2	3	3	3	3	2	2	2	1	1	1	2	2	2	56	
S86	2	2	3	5	5	5	3	5	5	1	1	5	1	5	3	5	5	5	5	5	1	1	5	1	1	3	1	1	90	
S87	1	3	5	5	5	5	1	2	5	2	1	3	1	5	5	5	5	5	3	5	2	2	3	3	5	5	5	5	102	
S88	5	3	3	5	5	5	2	5	5	1	2	5	1	5	5	5	3	5	5	5	2	2	5	1	5	3	5	3	106	
S89	1	1	2	1	3	2	3	1	2	1	3	3	3	2	3	2	2	3	1	2	1	3	3	3	3	3	2	1	60	
S90	1	3	5	5	5	5	1	5	1	1	1	1	3	1	1	5	5	5	5	1	1	1	1	3	1	3	1	1	72	
S91	1	1	4	5	5	5	5	1	5	3	5	5	1	5	5	1	5	5	1	5	3	5	5	1	5	5	5	5	107	
S92	2	1	5	5	5	3	5	4	3	4	5	5	1	3	5	1	5	3	4	3	4	5	5	1	5	1	5	5	103	
S93	1	2	4	5	5	5	4	1	2	1	4	3	2	1	1	1	2	4	1	1	1	4	3	2	1	1	1	1	64	
S94	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	3	4	5	4	4	5	5	4	3	5	4	3	5	3	5	5	5	121	
S95	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	71	
S96	1	1	4	4	4	5	4	3	2	1	4	5	1	2	5	1	4	5	3	2	1	4	5	1	1	2	5	5	85	
S97	1	1	2	1	3	2	3	1	2	1	3	3	3	2	3	2	2	3	1	2	1	3	3	3	3	3	2	1	60	
S98	1	1	3	4	5	1	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	4	2	2	1	1	2	2	3	1	2	3	55	
S99	1	3	2	1	3	5	1	1	5	5	1	2	5	5	5	1	1	5	1	5	5	1	2	5	1	1	5	1	79	
S100	2	1	2	2	3	2	2	3	2	2	2	1	1	2	2	3	3	3	3	2	2	2	1	1	1	2	2	2	56	
S101	1	1	2	1	3	2	3	1	2	1	3	3	3	2	3	2	2	3	1	2	1	3	3	3	3	3	2	1	60	
S102	1	1	5	3	5	3	1	5	5	3	1	3	3	5	3	5	4	3	5	5	3	1	3	3	2	5	3	3	92	
S103	2	1	2	2	3	2	2	3	2	2	2	1	1	2	2	3	3	3	3	2	2	2	1	1	1	2	2	2	56	
S104	1	1	5	5	5	5	1	1	5	1	1	5	5	5	3	1	1	5	1	5	1	1	5	5	1	5	1	1	82	

S105	3	3	2	1	3	2	3	1	2	1	3	3	3	2	3	2	2	3	1	2	1	3	3	3	3	2	1	64	
S106	4	4	3	4	5	3	1	2	3	1	2	2	2	1	2	2	1	4	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	70
S107	1	1	3	5	5	5	1	5	1	2	1	5	5	1	1	3	3	5	5	1	2	1	5	5	1	5	3	3	84
S108	1	1	2	1	3	2	3	1	2	1	3	3	3	2	3	2	2	3	1	2	1	3	3	3	3	3	2	1	60
S109	1	1	5	5	5	5	1	5	5	1	1	5	1	5	5	5	5	5	5	5	1	1	5	1	1	5	2	2	94
S110	1	1	3	4	5	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	4	2	1	1	1	2	1	3	1	2	3	49
S111	1	1	4	5	5	3	4	5	1	1	4	1	2	1	2	3	5	5	5	1	1	4	1	2	1	4	5	5	82
S112	2	2	2	1	1	2	3	1	2	1	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	1	3	3	3	3	3	2	3	63
S113	1	1	5	3	5	5	5	5	4	1	5	5	3	4	3	5	3	3	5	4	1	5	3	5	5	3	3	5	105
S114	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	130
S115	1	1	5	5	5	1	5	5	5	1	5	5	5	5	1	4	2	5	2	5	1	5	5	3	3	3	3	5	101
S116	1	1	3	4	5	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	4	2	1	1	1	2	1	3	1	2	3	49
S117	1	1	3	5	2	3	2	2	2	1	2	5	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	5	1	3	2	2	3	62
S118	2	1	4	5	5	1	5	4	2	1	5	5	3	2	2	1	5	5	4	2	1	5	5	3	5	2	5	5	95
S119	1	2	1	2	1	5	1	1	3	2	1	3	1	3	1	2	3	2	1	3	2	1	3	1	2	3	1	2	54
S120	1	1	5	5	5	5	3	4	3	3	3	3	3	3	5	3	3	5	4	3	3	3	3	3	1	1	5	2	91
S121	2	1	2	2	3	2	2	3	2	2	2	1	1	2	2	3	3	3	3	2	2	2	1	1	1	2	2	2	56
S122	3	3	2	3	3	2	3	1	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	1	2	3	3	3	3	3	3	2	2	71
S123	1	5	5	5	5	5	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	1	1	1	1	1	1	2	5	2	66
S124	1	1	5	5	5	5	1	5	5	1	1	5	1	5	5	5	5	5	5	5	1	1	5	1	5	5	5	5	104
S125	1	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	64
S126	2	1	2	2	3	2	2	3	2	2	2	1	1	2	2	3	3	3	3	2	2	2	1	1	1	2	2	2	56
S127	1	1	4	5	5	5	2	5	5	1	2	1	5	5	5	1	3	5	5	5	1	2	1	5	4	2	5	5	96
S128	3	4	5	5	5	3	4	3	4	4	3	4	2	3	4	3	4	4	4	3	4	2	3	4	3	4	4	4	102
S129	3	4	3	4	5	5	4	4	3	5	4	4	3	3	4	3	5	4	4	3	5	3	4	3	5	5	4	5	111
S130	4	3	2	4	3	3	3	3	5	5	3	2	5	5	5	4	3	5	3	3	5	2	2	5	2	3	5	3	100
S131	2	1	2	2	3	2	2	3	2	2	2	1	1	2	2	3	3	3	3	2	2	2	1	1	1	2	2	2	56
S132	1	1	2	1	3	2	3	1	2	1	3	3	3	2	3	2	2	3	1	2	1	3	3	3	3	3	3	1	61
S133	1	1	5	5	5	5	1	5	5	3	1	3	3	5	5	5	4	5	5	5	3	1	3	3	5	5	3	3	103
S134	2	1	2	2	3	2	2	3	2	2	2	1	1	2	2	3	3	3	3	2	2	2	1	1	1	2	2	2	56
S135	1	1	5	5	5	5	1	1	5	1	1	5	5	5	3	1	1	5	1	5	1	1	5	5	1	5	1	1	82
S136	1	1	2	1	3	2	3	1	2	1	3	3	3	2	3	2	2	3	1	2	1	3	3	3	3	3	2	1	60
S137	1	1	3	4	5	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	4	2	1	1	1	2	1	3	1	2	3	49
S138	1	1	3	5	5	5	1	5	1	2	1	5	5	1	1	3	3	5	5	1	2	1	5	5	1	5	3	3	84
S139	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	1	70
S140	1	1	5	5	5	5	1	5	5	1	1	5	1	5	5	5	5	5	5	5	1	1	5	1	1	5	2	2	94
S141	1	1	2	1	3	2	3	1	2	1	3	3	3	2	3	2	2	3	1	2	1	3	3	3	3	3	2	1	60
S142	1	1	4	5	5	3	4	5	1	1	4	1	2	1	2	3	5	5	5	1	1	4	1	2	1	4	5	5	82

S143	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	2	4	3	4	2	3	4	3	4	4	3	4	4	97
S144	1	1	5	5	3	5	3	5	4	1	5	5	3	4	4	5	4	5	5	4	1	4	5	5	4	3	5	3	107
S145	4	1	4	5	5	2	4	5	2	3	4	4	5	2	3	4	3	4	5	2	3	4	3	5	3	5	3	4	101
S146	1	1	5	5	5	1	3	5	5	1	3	5	5	3	1	4	5	5	5	3	1	5	5	3	4	5	3	5	102
S147	3	2	3	2	3	1	3	2	3	3	1	2	1	3	3	3	1	4	2	3	2	3	2	2	3	4	2	3	69
S148	1	1	3	5	2	3	2	2	2	1	2	5	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	5	1	3	2	2	3	62
S149	2	3	4	5	5	3	5	4	2	1	5	5	3	2	2	1	5	5	4	2	3	5	5	3	5	4	5	5	103
S150	1	2	1	2	1	5	1	1	3	2	1	3	1	3	1	2	3	2	1	3	2	1	3	1	2	3	1	2	54

