



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO  
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN GESTIÓN  
PÚBLICA**

Atención al usuario y formalización de reclamos en la Empresa  
Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A.,  
2022

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:**

Maestra en Gestión Pública

**AUTORA:**

Flores Reyna, Danny Melissa (ORCID:0000-0001-9876-5121)

**ASESORA:**

Dra. Palomino Alvarado, Gabriela Del Pilar (ORCID: 0000-0002-2126-2769)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Reforma y Modernización del Estado

**LÍNEA DE ACCIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA**

Fortalecimiento de la democracia, liderazgo y ciudadanía

**TARAPOTO – PERÚ**

**2022**

## **Dedicatoria**

A mis queridos padres Carlos y Milena, que son y serán siempre un soporte de motivación para lograr y cumplir cada uno de mis objetivos, a mis ángeles mi Papá Venancio y mi Arquitecto Bayo que desde el cielo me protegen.

**Melissa**

## **Agradecimiento**

A Dios todo poderoso, a mis familias de Flores y Reyna por su confianza y apoyo incondicional, y a mis compañeras de la maestría, por los ánimos para acompañar a culminar con éxito un logro más en mi vida.

**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      |
| <b>I. INTRODUCCIÓN .....</b>   | <b>1</b>  |
| <b>II. MARCO TEÓRICO.....</b>  | <b>4</b>  |
| <b>III. METODOLOGÍA .....</b>  | <b>26</b> |
| 3.1. Tipo y diseño de investigación .....  | 26        |
| 3.2. Variables y Operacionalización .....  | 26        |
| 3.3. Población (criterio de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis .. | 27        |
| 3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad .  | 28        |
| 3.5. Procedimiento .....   | 30        |
| 3.6. Método de análisis de datos .....   | 30        |
| 3.7. Aspectos éticos .....   | 30        |
| <b>IV.RESULTADOS .....</b>   | <b>32</b> |
| <b>V.DISCUSIÓN .....</b>   | <b>39</b> |
| <b>VI.CONCLUSIONES .....</b>   | <b>43</b> |
| <b>VII.RECOMENDACIONES .....</b>   | <b>45</b> |
| <b>REFERENCIAS .....</b>   | <b>46</b> |
| <b>ANEXOS.....</b>   | <b>55</b> |

## Índice de tablas

|          |  |    |
|----------|--|----|
| Tabla 1. | Nivel de atención al usuario .....                                 | 32 |
| Tabla 2. | Nivel de formalización de reclamos .....                           | 33 |
| Tabla 3. | Prueba de normalidad de las variables.....                         | 34 |
| Tabla 4. | Correlación entre la atención al usuario con la investigación..... | 35 |
| Tabla 5. | Correlación entre la atención al usuario con la negociación.....   | 37 |
| Tabla 6. | Correlación entre la atención al usuario con la decisión.....      | 39 |
| Tabla 7. | Correlación entre la atención al usuario y formalización.....      | 41 |

## Índice de figura

|           |   |    |
|-----------|---|----|
| Figura 1. | Figura de dispersión entre la atención al usuario y la investigación.....             | 31 |
| Figura 2. | Figura de dispersión entre la atención al usuario y la negociación...                 | 33 |
| Figura 3. | Figura de dispersión entre la atención al usuario y la decisión.....                  | 35 |
| Figura 4. | Figura de dispersión entre la atención al usuario y la formalización de reclamos..... | 38 |

## Resumen

La investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la atención al usuario y formalización de reclamos en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022. Investigación básica, diseño no experimental, transversal y descriptivo correlacional, cuya población fue de 33, 545 usuarios y la muestra 379. La técnica de recolección de datos fue la encuesta y como instrumento el cuestionario, el nivel de confiabilidad de atención al usuario fue de 0,979 y en la segunda variable formalización de reclamos fue de 0,985. Los resultados determinaron que el nivel de atención al usuario, se observó predominio en el nivel “Regular” 50 % seguido del nivel “Malo” 30 % y “Bueno” 20 %. La formalización de reclamos, se observó predominio en el nivel “Regular” 53 %, seguido de nivel “Malo” 27 % y “Bueno” 20 %. Concluyendo que, existe relación positiva y significativa muy alta entre la atención al usuario y formalización de reclamos en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022, ya que, el análisis estadístico de Rho de Spearman fue de 0. 984 (correlación positiva muy alta) y un p valor igual a 0,000 ( $p\text{-valor} \leq 0.01$ ); además, solo el 96.83 % de la atención al usuario influye en la formalización de reclamos.

Palabras clave: Atención, usuario, formalización, reclamo.

## Abstract

The objective of the research was to determine the relationship between user service and formalization of claims in the Sanitation Services Provider Company EMAPA San Martín S.A., 2022. Basic research, non-experimental, cross-sectional and descriptive correlational design, whose population was 33, 545 users and the sample 379. The data collection technique was the survey and the questionnaire as an instrument, the level of reliability of customer service was 0.979 and in the second variable formalization of claims was 0.985. The results determined that the level of attention to the user, predominance was observed in the "Regular" level 50% followed by the "Bad" level 30% and "Good" 20%. The formalization of claims, predominance was observed at the "Regular" level 53%, followed by "Bad" level 27% and "Good" 20%. Concluding that there is a very high positive and significant relationship between user service and formalization of claims in the Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022, since the statistical analysis of Spearman's Rho was 0.984 (very high positive correlation) and a p value equal to 0.000 ( $p\text{-value} \leq 0.01$ ); In addition, only 96.83% of user service influences the formalization of claims.

Keywords: Attention, user, formalization, claim.



## **I. INTRODUCCIÓN**

En referencia a los servicios de saneamiento y agua potable, se ha tratado de amplificar nuevas conexiones para poder seguir distribuyendo a más beneficiarios con estos servicios básicos e indispensables que debe de faltar, en todo lugar, contando con un nuevo aumento, ante una nueva inversión de proyecciones, que se desarrolla a nivel mundial, porque el agua es vida, que no debe de faltar en cada hogar, donde la organización encargada del servicio en apoyo de cada gobierno, introducen propuestas de qué manera llegar a más hogares con el servicio del agua (Paredes, 2020)

Por lo tanto, los esfuerzos se están acelerando en América Latina de generar nuevas inversiones en conexiones, así mismo renovar ciertas tuberías, que impiden que se transporte el agua por otros lugares, así mismo poder contar con el servicio básico en muchos lugares apartados de la ciudad, ya que son los más afectados, de poder disfrutar de estos beneficios, donde existen protestas, por no recibir el beneficio, lo cual la organización encargada del abastecimiento de agua, debe de buscar una alternativa de cómo generar la amplificación de agua, para procrear una calidad de vida satisfactoria, de poder contar con servicios básicos (Torres et al, 2019)

En Perú, sobre el agua para todos se entiende y es un servicio básico, porque el agua es vida, así mismo también se pide a la sociedad poder cuidar los ríos, mar, quebradas, al evitar arrojar desperdicios que pueda contaminar la salud de nosotros mismos, al mismo tiempo el medio ambiente, además de a poco con la orden del gobierno, se está logrando que más hogares disfruten de este beneficio, pese a que se encuentran en lugares apartados de la ciudad, se está habiendo posible de que todos puedan contar con esta alternativa de servicio indispensable para el ser humano (Valiente, 2020).

En la región San Martín, para el logro de la cobertura nacional del servicio, la agencia reguladora Sunass ha iniciado un proceso de descentralización de

funciones a los proveedores de servicios de plomería locales, supervisión regulatoria, dirección de comunicación y fortalecer la gestión del alcance de la oferta. Tiene como objetivo contribuir a que los prestadores de servicios sanitarios participen activamente en la gestión integral del recurso hídrico y promuevan el cuidado y ciclo integral del agua de la fuente (Rojas et al, 2020)

En la provincia de San Martín, el suministro de agua potable viene a ser algo vital para la ciudadanía y tiene como objetivo la sostenibilidad y mejora del suministro de agua potable con la finalidad de la promoción del bienestar de los ciudadanos y de esta manera generar mejoras en sus condiciones de vida, salud y eficiencia económica a largo plazo. Mantener y proteger los recursos hídricos a la luz de las medidas de cambio climático identificadas que afectan el suministro y uso sostenible de los recursos hídricos. El problema en cuanto al tema bordado, se dan debido a que las empresas prestadoras no están cumpliendo dentro de la atención y formalización de los reclamos comerciales y operacionales, de acuerdo a la normativa, los usuarios son atendidos, sin recibir una información y orientación clara y sencilla, afectando la formalización del reclamo por ende un procedimiento de reclamo deficiente, que a la larga no favorece al usuario reclamante.

Considerando lo anterior se formula el **problema general**: ¿Cuál es la relación entre la atención al usuario y formalización de reclamos en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022? Como **problemas específicos**: ¿Cuál es el nivel de atención al usuario en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022? ¿Cuál es el nivel de formalización de reclamos en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022? ¿Cuál es la relación entre la atención al usuario con la investigación en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022? ¿Cuál es la relación entre la atención al usuario con la negociación en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022? ¿Cuál es la relación entre la

atención al usuario con la decisión en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022?

Esta investigación tiene como **Justificación por conveniencia**, la investigación es importante y útil, debido a que, proporcionó la facilidad e información correcta de cómo realizar los reclamos comerciales y operacionales antes la empresa prestadora, la cual, ya no se vio vulnerado su derecho de reclamar, del mismo modo, el usuario debió cumplir con requisitos mínimos, como la presentación oportuna de su reclamo y de los recursos que tuvo a su disposición. Podemos mencionar a la **Justificación social**, tuvo relevancia en los usuarios los cuales se beneficiaron con la información y orientación brindada, se acercaron a realizar sus reclamos con el conocimiento claro, además conocieron sus obligaciones, el pago puntual, aprendieron a ahorrar el agua potable, a reutilizar, esto a su vez beneficiará a otros usuarios de la zona rural y pequeña rural. Los mismos que tendrán oportunidades en acceder a subsidios cruzados y no acumularán cobros por reconexión e interés y moras.

La **justificación teórica**, será la investigación donde se verificará el vacío en la normativa y el proceder de la empresa hacia la atención de los usuarios, surgieron a la reflexión y cerrando brechas en la relación usuario y empresa. **Justificación práctica**, de acuerdo con esta investigación, el organismo regulador monitoreará, unió esfuerzos para fiscalizar y supervisar a la empresa prestadora, quien brinda servicios a los usuarios de Tarapoto, cambió el pensar y conoció sus derechos y obligaciones, fundamentó sus reclamos y diferenció el uso de formatos para proceder con el problema comercial y operacional. Asimismo, el personal de la empresa prestadora tuvo las palabras claves y claras, para orientar al usuario y mantener un buen trato hacia los mismos. Mediante la **Justificación metodológica**, se han generado instrumentos de investigación los que podrán ser usados a futuro por otros investigadores, además que la investigación puede servir como base para futuras investigaciones.

Se plantea como **objetivo general**: Determinar la relación entre la atención al usuario y formalización de reclamos en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022. Como **específicos**: Identificar el nivel de atención al usuario en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022. Identificar el nivel de formalización de reclamos en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022. Identificar la relación entre la atención al usuario con la investigación en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022. Identificar la relación entre la atención al usuario con la negociación en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022. Identificar la relación entre la atención al usuario con la decisión en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022.

Como **hipótesis general**: H<sub>i</sub>: Existe relación significativa entre la atención al usuario y formalización de reclamos en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022. Como **específicas**: H<sub>1</sub>: El nivel de atención al usuario en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022, es bueno. H<sub>2</sub>: El nivel de formalización de reclamos en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022, es bueno. H<sub>3</sub>: Existe relación significativa entre la atención al usuario con la investigación en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022. H<sub>4</sub>: Existe relación significativa entre la atención al usuario con la negociación en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022. H<sub>5</sub>: Existe relación significativa entre la atención al usuario con la decisión en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022.

## II. MARCO TEÓRICO

En el plano **internacional** se citó a Zambrano & Vera (2020), con su estudio perteneciente al tipo básico integrando un diseño no experimental, consignó una

muestra de 87 usuarios mediante la encuesta y la aplicación del cuestionario. Concluyeron que, la relevancia se nota claramente, pero el 95,8% de los encuestados visitó el centro de salud por un servicio por primera vez este año, el 94,6% se mostró muy satisfecho con el servicio recibido y el 97,7% quedó satisfecho en 10 minutos. Se ha dado a notar que desde su apertura se ha visualizado con una alta gama de atención en toda área de consultas, además que los pacientes se han sentido a gusto sobre la calidad de servicio brindado, más que todo en el área de quirófano, la atención ha sido especializada, se ha percibido la comunicación de despejar sus dudas entre el doctor y el paciente.

Además, se consideró a Fariño et al. (2018), con su estudio perteneciente al tipo básico integrando un diseño no experimental, consignó una muestra de 384 usuarios mediante la encuesta y la aplicación del cuestionario. Concluyeron que, se ha podido determinar que el eje principal del estudio son 5 dimensiones de acorde al modelo SERVQUAL, y posterior al análisis de estas dimensiones, se ha podido determinar la brecha que existe entre ambas para ello, en el análisis de la encuesta realizadas por los mismos protagonistas de utilizar el servicio, ha resultado en su mayor porcentaje, que es validada y significativa la calidad de servicio que dan a brindar, quedando satisfecho por parte de los usuarios de poder regresar ante una nueva consulta, al mismo tiempo te orientan con todos los tramites con una paciencia que demuestran respeto y confianza.

También se incluyó a Salvatierra (2018), con su estudio perteneciente al tipo básico integrando un diseño no experimental, consignó una muestra de 38 personas mediante la encuesta y la aplicación del cuestionario. Concluyó que, El número total de solicitudes enviadas a las cuatro TTA en el área metropolitana de Tokio entre el 1 de febrero de 2013 y el 1 de septiembre de 2017 es de 55 en total. Desde una perspectiva global, solo se ha enviado 9.1. Fue a favor del reclamo del solicitante. El 90,9% restante no llegó a una conclusión satisfactoria por lo que marca las encuestas, arrojando como resultado que no tienen la capacidad para ayudar a orientar con las solicitudes de sus peticiones, al mismo

tiempo no aceleran con los tramites solicitados, donde el usuario reclama que no existe una calidad de servicio asertiva, que coopere con una atención de calidad, lo cual insisten que se mejore esta situación ante un cambio de organización.

Asimismo, Suárez et al (2019), con su estudio perteneciente al tipo básico integrando un diseño no experimental, consignó una muestra de 370 habitantes mediante la encuesta y la aplicación del cuestionario. Concluyeron que, con referencia a la calidad de atención brindada dentro del centro de salud, ésta se encuentra en un nivel regular de acordé al modelo SERVQUAL, y los usuarios ante sus sugerencias y reclamos, esperen que logren mejorar esta causa, en beneficio de todos, ya que es parte de un servicio, que el ciudadano está en todo su derecho de recibir, de la manera equitativa para todos, y que las atenciones se brinden de manera moderada, sin preferencia oportuna, al menos con la ley de los discapacitados, pueden ser atendidos de primera fila.

En tanto en el **ámbito nacional** se citó a Febres & Mercado (2020), con su estudio perteneciente al tipo básico integrando un diseño no experimental, consignó una muestra de 292 pacientes mediante la encuesta y la aplicación del cuestionario. Concluyeron que, los sistemas de salud se deben implementar de manera que ayude a realizar el registro de consultas más rápidos, así mismo que se cuenten con capacitaciones a las personas encargadas de utilizar estos sistemas, para no tener facultades a la hora de atender a un paciente con su nueva consulta, porque lo importante es dar a mostrar como profesional una calidad de servicio satisfactorio en los rostros de los pacientes, donde esto se puede ir mejorando ante una nueva planificación de estrategias de gestiones.

Aunado a ello se citó a Rivas (2018), con su estudio perteneciente al tipo básico integrando un diseño no experimental, consignó una muestra de 108 pacientes mediante la encuesta y la aplicación del cuestionario. Concluyó que, respecto a la calidad de atención que resultó eficiente en las encuestas como resultado de aprobación, lo cual recalcan la calidad se debe de mantener constante, por su

profesionalismo y educación que son preparados, para dar a mostrar la atención que se merecen en sus pacientes, que van en busca de su servicio de la manera urgente y necesaria. Además, comentan que cuentan con un centro de instalación moderna de garantizar seguridad y confianza al recibir el servicio de cualquier emergencia.

De igual modo se consideró a Túpac et al (2021), con su estudio perteneciente al tipo básico integrando un diseño no experimental, consignó una muestra de 151 usuarios mediante la encuesta y la aplicación del cuestionario. Concluyeron que, de acuerdo con la información recopilada, la correlación es positiva ( $p=0.781$ ), porque la encuesta de los pacientes son lo que hablan por sí solos, lo cual se sienten satisfechos y contentos de la atención que reciben, donde les muestran respeto, confianza, paciencia, para que el paciente se sienta protegido, que su salud es muy segura al permanecer en su establecimiento, siendo así rinde una atención significativa, además cuentas con una instalación moderna de equipos, para poder realizar atención con más calidad y amplia gama de servicios.

En un **ámbito local** se citó a Romero (2020), con su estudio perteneciente al tipo básico integrando un diseño no experimental, consignó una muestra de 50 pacientes mediante la encuesta y la aplicación del cuestionario. Concluyó que, en base a la información obtenida de la recopilación, se ha podido determinar que el servicio del Centro de Obstetricia Hospital II2 Tarapoto tiene una asociación no muy significativa como se espera visualizar dando como resultado con un valor de 0.554 \*\*. Lo cual se analiza que no hay una relación conectante entre la atención que debe de recibir cada usuario, lo cual se sienten inestable de poder acudir al lugar, lo cual solo acuden por necesidad económica en el Centro de Obstetricia del Hospital II2 Tarapoto.

Igualmente se incluyó a Pezo (2020), con su estudio perteneciente al tipo básico integrando un diseño no experimental, consignó una muestra de 70

colaboradores mediante la encuesta y la aplicación del cuestionario. Concluyó que, existe una relación con respecto a la carga procesal de las variables en la administración judicial de Maynas Tarapoto y la calidad de la atención, determinada por  $p= 0.891$ . La calidad de la atención por los resultados encontrados se ha procedido a informar mediante su propio análisis de evaluación, la calidad de servicio tiene problemas que muestran deficiencia, para los usuarios, por no contar con una atención inmediata y correspondida, si así lo exigen.

Por último, se citó a Huaita (2018), con su estudio perteneciente al tipo básico integrando un diseño no experimental, consignó una muestra de 80 usuarios mediante la encuesta y la aplicación del cuestionario. Concluyó que, de acuerdo con la información obtenida, se ha podido determinar la relación existente entre la gestión de reclamos y la satisfacción de los usuarios, asimismo, se obtuvo del coeficiente de correlación un valor de 0,746. Además, en su mayor porcentaje los usuarios muestran su molestia por la mala insignificancia de atención que dan a mostrar, ya que existe el buzón tanto para sugerencias y reclamos, donde fue de aquella carpeta que se logró rescatar información, así mismo la mayoría con su propia versión rechazó de tener una atención y servicio de calidad, lo cual no es correspondido.

En cuanto a la **atención al usuario**, según Flores & Delgado (2020) sustentan que la atención al usuario parte de las estrategias de la gestión administrativa como de iniciar con planificación, organización, para una adecuada impresión, donde garantice confianza con los usuarios, al mismo tiempo se pueda lograr que se sienta complacido con la atención brindada. Además, se define como un mecanismo de acceso, que proyecta la conducción de cualquier actividad mental cognitiva, y actúa como un filtro a través del cual se selecciona, prioriza, procesa y monitorea la información.



En este sentido, Zeithaml et al (1992) recalca que la atención es un accionar muy significativo en cualquier establecimiento que cuente con un negocio, servicio, y otras operaciones que tenga la intersección de un comprador y un vendedor, como la atención entre un paciente y un doctor, son muchas las versiones que están incluidas la atención, donde es parte de las estrategias de venta que incluye la calidad de atención como algo indispensable que se debe de organizar.

Para Palomo (2014) lo primero que se genera en la atención es transmitir la comunicación de manera moderada, como parte de impresionar o llamar la atención en el usuario, para proceder a preguntar qué es lo que desea, o que consulta quiere realizar. De acuerdo con Rojas & Calderón (2021) la atención al cliente es parte de una estrategia que está incluido en la teoría de estrategias de ventas, porque parte de eso, para poder involucrarse de cómo mediante la atención al cliente puede vender mi producto. (p. 37). Por su parte, Castellano et al. (2019) aluden que la atención al cliente es un acto que se debe de practicar para poder encontrar la manera de llamar la atención al cliente, lo cual los expertos vendedores ya saben cómo vender, por su experiencia que tienen en atender.

En tanto, Terrero et al. (2017) lo catalogan como un proceso de actividades que se debe de organizar de forma conjunta, donde se pueda aplicar técnicas, para empezar a brindar una atención como se merece tu cliente, y como ellos lo esperan, para así poder llegar a tu producto, la atención al cliente es la primera impresión que uno logra antes de vender. Según Valenzuela et al (2019) La atención es parte de las expectativas que supervisa el cliente, acerca de un negocio, para poder lograr ingresos, o contar con la fidelidad de clientes, porque la calidad de atención es parte del éxito de una empresa, lo cual lo determinan los clientes, ellos son los protagonistas y supervisores para contar con nuevas puertas de mercado y para formar la cadena de nuevos clientes.

Siguiendo a Rojas et al. (2020) La atención a los clientes es un primer punto que la organización debe tener en cuenta, donde debe contar con una capacitación a su equipo de trabajo, de cómo deben de expresarse, que gestos mostrar, ante un cliente, porque la atención es un punto que los clientes valoran, antes de comprar un producto, eso es la primera comunicación para poder redactar acerca de tu producto, así mismo lograr conseguir cerrar grandes negocios de facturación de ventas. Según Bustamante et al. (2020) si evaluamos algunas teorías actualizadas que se realizan en diferentes organizaciones, se puede visualizar que para lograr el éxito se parte de mostrar una calidad de atención al cliente, donde existen varias técnicas que se deben de aplicar, para lograr una eficiencia como liderazgo, principios, valores, cultura organizacional, lo cual haga referencia para el reflejo de tu imagen institucional, lo cual esto trasmite en los trabajadores para poder realizar sus actividades de manera eficiente, lo cual trasmitan en la atención al cliente.

Ante esto, una las técnicas rescatadas y aplicadas por las empresas en la actualidad, es realizar un previo estudio sobre sus clientes, de conocer más sobres sus expectativas y necesidades que buscan en tu empresa, que requisitos le falta lograr, para quedar complacidos y así poder brindar lo mejor. La atención solo busca lograr que obtengas más consumidores, para poder tener más productividad, como se dice, de qué vale que tengas un local de lujo, con buenos productos, si no te preocupas en brindar una atención de calidad al cliente, cuando eso es un factor primordial para tener el ingreso a tu negocio, porque mediante la atención trasmite que te preocupas de que el cliente elija tu marca, una y mil veces (Varela, 2015).

De igual modo, Pérez & Villalobos (2016) manifiestan que servicio y atención son dos factores que van de la mano, para poder operar, lo cual uno apunta al cliente, y lo otro al tipo de servicio que consigues brindar, de qué manera y que tipo de interés lo acoges para forjar tu éxito como persona y empresa. Por otro lado, Cevallos et al. (2018) añade, que mediante la atención al usuario das a mostrar

el servicio, lo cual ya va calificando por parte del cliente, que tan bueno eres atendiendo, o como logras convencer al cliente de que regrese otra vez, son cuestiones de técnicas como parte de las estrategias de ventas que aluden de determinar previas evaluaciones de los comportamientos que genera cada cliente, donde actúas diferente con cada uno de ellos, mediante la atención logras el consumo de tu producto o servicio, por eso es importante trabajar en cada día para ser mejores, con respecto de analizar la atención al cliente, como parte básica de todo negocio, para lograr tener compras, y mediante eso se genera producción, y rentabilidad.

Bajo este devenir de ideas, Coronel et al. (2019) sostienen atención con calidad, cumple una la función de captación, y lo otro es el valor que transmite para lograr la impresión en los clientes, pero para mostrar una atención de calidad al cliente, es contar con la motivación, seguridad, paciencia, carisma, para que tu cliente se contagie de tu gran ánimo de atención, el cliente siempre espera algo mejor en una tienda, donde no solo es el producto, es de cómo le ofreces el producto, de cómo lo recibes, al mismo tiempo te preocupas en preguntar en que te puedo atender, o cuál es tu duda ante este producto para poderte ayudar, son pequeñas preguntas claves que se debe tener en cuenta.

En cambio, Mejías et al. (2018) establece que, mediante la buena atención, logres que el cliente sienta que te preocupas en que pueda llevar lo mejor, de que logres que se relacione con el producto para su mayor confianza, donde a lo largo esto ya se convierta en algo habitual al poder contar con una calidad de atención, además parte de como la organización se esfuerce en permanecer con la misma estrategia, porque los clientes ya se acostumbran que obtengan lo mejor de tu empresa. (Godoy, 2011) De acorde con Monroy & Urcádiz (2018), destacan los siguientes puntos: Necesidades del cliente. Es parte de una razón por lo que el cliente acude por tu producto, sea un bien o un servicio, donde su consumo se vuelva repetitivo, porque ya conoce el lugar donde lograr satisfacerse, y cumplir sus necesidades, mediante la compra de un producto, ya tiene entendido que es

el único lugar que va encontrar su producto, lo cual la empresa no debe de fallar en contar en su estándar.

Mientras Torres et al. (2018) recalca que la atención es primero, ante todo, lo cual las organizaciones deben implementar al salir al mercado, porque la competencia se basa en todo aspecto, para lograr contar con clientes fieles, es parte de un esfuerzo que se hace posible, de poder lograr con un trabajo en equipo, donde se pueda contar con un liderazgo, mediante la atención también se muestra principios y valores.

En cuanto al valor del talento humano en la atención, Rangel & Ramírez (2017) indican que es de vital importancia porque suma valor, mediante la atención que le brindas también a tu equipo laboral, concerniendo la inversión en capacitaciones, donde exista un líder que les motive, les conduzca a un buen camino, sea su guía en todo momento, eso hace parte de que el trabajador de a mostrar el interés de brindar una calidad de atención, porque dice el dicho, que si cuidas a tus trabajadores ellos se encargaran de cuidar a tus clientes.

En ese aspecto también está de acuerdo Morocho & Burgos (2018) que el cuidado de los trabajadores, realza de poder dominar la atención del cliente, un trabajador motivado por su líder, ese mismo pudor transmite a los clientes, y el cliente capta su atención, donde logra que regrese otra vez a comprar, porque le gusta la manera como lo recibes mejor dicho, como lo atiendes, y así esto se va formando una cadena de evaluación y aceptación por parte de los clientes, porque si se logró esta parte, ya es seguro que consigas nuevos clientes, y que crezca tu mercado.

Además, Paredes (2020) logra planificar en su organización una empresa, donde todo este esfuerzo se refleja en lograr la satisfacción en el cliente, un cliente que ingresa contento a la puerta de negocio y sale contento, es porque tener una buena atención, y tuvo una buena compra, son dos cosas a la vez, si ya se tiene

una atención de calidad, se tiene que seguir trabajando en ello, para no perder la cordura de lograr consentir o seguir siendo elegido por tus clientes. Así mismo en su síntesis a su investigación, Sánchez & Sánchez (2016) determinan que la coyuntura de la atención de calidad parte de que tan organizados estés, para iniciar tus actividades de funcionamiento en tu negocio, o cómo estás dispuesto a generar ingresos, y en que estrategias te vas afianzar, una vez logrado contar con una lista de clientes dignos de tu producto, ya es importante poder contar conocer sus expectativas como un pequeño estudio, donde ya conoces que es lo que busca y prefiere tu cliente, de saber cuál es la razón porque te sigue eligiendo, para poder seguir trabajando en ello, y no perder a tu cliente de separarse de seguir consumiendo.

Por su parte Torres et al. (2019), manifiestan que al abordar la atención al cliente, por lo cual está relacionado como: a) la demanda de qué tipo de servicio, es más compatible y esté a su disposición y posibilidad para poder adquirirlo, también depende del sustento económico b) la Meta del servicio también se refleja en los principios y valores que brindas al momento de comunicarte con el cliente, donde dos factores son importante ante tanta demanda menos oferta, y mayor oferta menos demanda, lo cual hace efecto un producto o servicio, en la competencia de mercado. c) el nivel de servicio que dices que es efectivo al adquirirlo, lo cual garantizas en la compra del cliente, para poder cumplir su expectativa de aceptación.

Así mismo Betancourt et al (2018) nos dice que el gran esfuerzo que has puesto al formar una buena organización, de tal manera ya has logrado conocer más acerca de tus clientes, ya conoces sus necesidades, además ya sabes de qué manera complacerlo, o ya sabes lo que busca, y cuál es su compra de siempre, donde ya se genera una comunicación confiable, lo cual has logrado poco a poco, donde tus clientes se conviertan es tu punto de atención, que siempre han querido obtener.

Según Torres et al. (2018), las actividades desarrolladas por las entidades públicas con la finalidad de brindar una calidad de atención óptima hacia el usuario, debe estar cimentada en las diferentes bases y lineamientos organizacionales, los cuales hagan posible el perfeccionamiento continuo de los procesos y la utilización de los recursos para generar servicio de calidad, asimismo, se debe considerar la necesidad de capacitar constantemente los colaboradores con la finalidad de actualizar sus conocimientos para ejercer sus responsabilidades de manera correcta el cual se verá reflejado al momento de atender las necesidades de los usuarios; es importante integrar la visión de servicio en los colaboradores del área de atención, teniendo en cuenta que esto debe recopilar las necesidades y los puntos de vista de los usuarios para otorgar el servicio adecuado que satisfaga las necesidades y reservados problemas suscitados.

En este sentido, cobra relevancia la necesidad de aplicar un plan de capacitaciones debidamente planificado y sustentado para la utilización de los recursos financieros organizacionales referente al mejoramiento de los conocimientos laborales de las personas, todo ello permitirá generar una mejora continua de la calidad de atención ofrecida. Adicionalmente, se debe considerar la aplicación de procesos de evaluación para determinar el nivel de desempeño de cada uno de los colaboradores respecto a la atención brindada, de modo que se pueda obtener resultados resaltantes para mejorar los problemas actuales, de esta manera se fortalecerá la atención ofrecida público.

Para Paredes (2020), muchos usuarios han reportado de las organizaciones, sobre todo las entidades públicas no cumplen de manera eficiente los estándares de calidad a relacionados con la atención brindada, el cual no solamente genera malestar sino que crea un ambiente de tensión que no es propicio para generar confianza en la población, por lo tanto, es necesario el despliegue de procesos para analizar la situación problemática interna y determinar aquellos factores están generando un mal desempeño de los colaboradores en el área de atención,

de esta manera se permitiera procedimientos estratégicos relevantes para mejorar los resultados referentes a este tema; uno de las soluciones puede estar relacionado con las capacitaciones constantes en la medición de los resultados para determinar el nivel de impacto de esta estrategia sobre la calidad, de esta manera se permitiera tomar acciones correctivas en el tiempo oportuno propiciando el fortalecimiento de la mejora continua. Los jefes de área tienen una responsabilidad muy importante dentro de este tema, debido a que sólo responsable de planificar aquellos procedimientos de evaluación continua, no solamente del desempeño de los colaboradores, sino que también debe medir el nivel de satisfacción en el público para cotejar la información y establece la necesidad de mejorar.

Asimismo, Betancour (2017) es importante trabajar creando estrategias, para seguir siendo elegidos, y contar con el seguimiento ante el lanzamiento de un nuevo producto, donde tus clientes formen parte de tu crecimiento, donde sean ellos que te sugieran, quienes recomienden por los demás, donde a pesar de la competencia te busquen a ti porque siempre existe algo que le hace diferente, por lo que tus clientes te siguen eligiendo, pese que tu producto existe en otro lugar. Mientras los autores Espinosa & Parra (2020) manifiestan que las necesidades del cliente son muy amplias y complicadas de rescatar, pero también se dice que en un producto puedes lograr captar su mayor satisfacción.

Para los autores Rojas et al. (2020) quienes hace referencia que esta atención a clientes es un punto fundamental que debe de tomar en cuenta cualquier organización, y para el desarrollo del mismo debe contar con personal capacitado para desarrollar sus funciones de la manera más conveniente posible, donde el colaborador debe encontrarse capacitado respecto. A la manera de expresar los gestos que se utilizan durante el cliente para que éste se sienta atendido y satisfecho con la atención que se le ha brindado, debido a que la atención es un punto de referencia importante que tienen los clientes para retornar a una organización por un determinado servicio o producto, Es por ello que, si se llevan

una buena primera impresión, resulta factible que regresen en más oportunidades.

De acorde con Bustamante et al. (2020) la atención de los clientes con el paso de los tiempos ha ido cobrando mayor importancia, puesto que de una buena atención depende que el cliente se encuentre satisfecho con la organización y esto generará que regrese en futuras oportunidades para la adquisición de determinados servicios o productos que oferta; si el usuario consumidor se lleva una percepción positiva de la organización o empresa resulta factible que se le comente a terceros a fin de que hagan uso de los bienes o productos que oferta generando a su vez el incremento de la clientela.

Ante esto, una las técnicas rescatadas y aplicadas por las empresas en la actualidad, es realizar un previo estudio sobre sus clientes, de conocer más sobre sus expectativas y necesidades que buscan en tu empresa, que requisitos le falta lograr, para quedar complacidos y así poder brindar lo mejor. La atención solo busca lograr que obtengas más consumidores, para poder tener más productividad, como se dice, de qué vale que tengas un local de lujo, con buenos productos, si no te preocupas en brindar una atención de calidad al cliente, cuando eso es un factor primordial para tener el ingreso a tu negocio, porque mediante la atención transmite que te preocupas de que el cliente elija tu marca, una y mil veces. (Bustamante et al, 2020)

De manera similar, lo expuesto por Pérez & Villalobos (2016) quienes han referido que los servicios y la atención son puntos fundamentales que se encuentran interrelacionados, para poder operar, lo cual uno apunta al cliente, y lo otro al tipo de servicio que consigues brindar, de qué manera y que tipo de interés lo acoges para forjar tu éxito como persona y empresa.

Para Cevallos et al. (2018) refiere que a través de la atención das a mostrar el servicio, lo cual ya va calificando por parte del cliente, que tan bueno eres



atendiendo, o como logras convencer al cliente de que regrese otra vez, son cuestiones de técnicas como parte de las estrategias de ventas que aluden de determinar previas evaluaciones de los comportamientos que genera cada cliente, donde actúas diferente con cada uno de ellos, mediante la atención logras el consumo de tu producto o servicio, por eso es importante trabajar en cada día para ser mejores, con respecto de analizar la atención al cliente, como parte básica de todo negocio, para lograr tener compras, y mediante eso se genera producción, y rentabilidad.

Bajo este devenir de ideas, Coronel et al. (2019) sostienen atención con calidad, cumple una la función de captación, y lo otro es el valor que transmite para lograr la impresión en los clientes, pero para mostrar una atención de calidad al cliente, es contar con la motivación, seguridad, paciencia, carisma, para que tu cliente se contagie de tu gran ánimo de atención, el cliente siempre espera algo mejor en una tienda, donde no solo es el producto, es de cómo le ofreces el producto, de cómo lo recibes, al mismo tiempo te preocupas en preguntar en que te puedo atender, o cuál es tu duda ante este producto para poderte ayudar, son pequeñas preguntas claves que se debe tener en cuenta.

n cambio, Mejías et al. (2018) Establece que, mediante la buena atención, logres que el cliente sienta que te preocupas en que pueda llevar lo mejor, de que logres que se relacione con el producto para su mayor confianza, donde a lo largo esto ya se convierta en algo habitual al poder contar con una calidad de atención, además parte de como la organización se esfuerce en permanecer con la misma estrategia, porque los clientes ya se acostumbran que obtengan lo mejor de tu empresa. (Godoy, 2011) De acorde con Monroy & Urcádiz (2018), necesidades del cliente. Es parte de una razón por lo que el cliente acude por tu producto, sea un bien o un servicio, donde su consumo se vuelva repetitivo, porque ya conoce el lugar donde lograr satisfacerse, y cumplir sus necesidades, mediante la compra de un producto, ya tiene entendido que es el único lugar que va encontrar su producto, lo cual la empresa no debe de fallar en contar en su estándar.

En cuanto a sus dimensiones, Flores & Delgado (2020) menciona. Primera dimensión: **Elementos tangibles**. Depende como este construido o armado las instalaciones de organización, lo cual se relaciona todo lo que incluye en lo interno y lo externo de la empresa. Segunda dimensión: **Fiabilidad**. Capacidad para poder ofrecer un producto garantizado, donde se logre la confianza de consumir tu producto. Tercera dimensión: **Capacidad de respuesta** es voluntad que dispone al empezar un negocio, para poder responder las dudas que encuentra el cliente en tu producto. Cuarta dimensión: **Seguridad**. Es lo más efectivo que se puede impactar en un cliente, lo cual es la primera recomendación que encaja al realizar una compra. Quinta dimensión: **Empatía**. La atención individual que generas en cada cliente, lo cual es sentirse cómodo por parte del cliente, ya que solo te concentras es sus expectativas que quiere que le puedas complacer al comprar un producto.

En cuanto a la **formalización de reclamos**, según la Resolución De Consejo Directivo N° 066- 2006-Sunass –Cd (2006), es aquel proceso que realiza el usuario, originado por los problemas bien operacionales o ya sea comercial, que genera una afectación de manera indirecta en la facturación o generan una limitación en el acceso individual a ciertos servicios. La ISO 10002:2004 afirma que brinda orientación para implementar un proceso de manejo de quejas, lo cual se debe de respetar la opinión de los demás y es parte de una normativa que le exige al dueño del negocio poder contar y brindar si el cliente lo exige, donde se puede redactar sus inquietudes o quejas por parte de la empresa, lo cual mediante ley se exige que se pueda remediar esta causa.

Así mismo cuestiona Cruz & Galán (2019) los reclamos son aquellas expresiones formales que el cliente transcribe, lo cual la mayoría son negativas, pero en parte son problemas que se necesita mejorar. En cambio, Jiménez (2014) sintetiza es un libro que toda empresa necesita contar, y lo cual no se debe de negar al cliente, para no llegar a mayores problemas, provocando así mismo una mala

imagen de tu negocio, donde no es recomendable si ya cuentas con una buena lista de clientes, porque ya es un poco complicado lograr su confianza nuevamente, ante una causa inoportuna. Desde otro ángulo, Álamo et al. (2020) Indican que la gestión de reclamos está orientada en poder mejorar para obtener tener su confianza nuevamente de un cliente, porque los reclamos no siempre se puede tomar como algo malo, porque es una pequeña sugerencia que el cliente pudo notar, y no le gustó, por eso accedió al reclamo, para poder remendar ese error y que otro día no vuelva a suceder, por eso en la mayoría de lugares existe el buzón o libro de reclamaciones, para contar con la participación del cliente.

En esa línea, Shimabuku et al. (2014) Destaca que el proceso de reclamo posibilita a un nuevo implemento de actividades, donde se debe de trabajar más para enmendar el error, porque el reclamo de los clientes sugiere que algo fue incomodo, bien se puede ser por el trato que demostraste, o por vender un producto inoportuno, donde el cliente puede contar con diferentes reacciones, al acceder su reclamo, pero para evitar estos tipos de errores, es importante contar con la capacitación de tus colaboradores, para cuidar de tus clientes. Por otra parte, Alarcón et al. (2020) recalca que la importancia de evitar la lista de reclamaciones, es esforzarte en brindar servicios con calidad, para satisfacer a tus clientes, seguir trabajando conjuntamente con tu equipo, para lograr buenos resultados, porque al contar con un reclamo, bien el cliente regresa o ya no regresa, si es que regresa fue porque quiere que mejores, también de cómo fue la causa para acceder al reclamo, y como actúo frente a esto, suele suceder diferentes situaciones, lo importante es que se debe de trabajar con mecanismo y estrategias para evitar estos sucesos.

En cambio, Torres et al. (2015) hace referencia que la importancia radica en tener la posibilidad de mejorar, además que tus clientes están siendo partícipes de tu crecimiento como empresa, porque quiere que brindes lo mejor, y que puedes hacerlo, además estas situaciones suele suceder por la mala atención brindada por parte de los trabajadores, donde sucede mucha veces que se contrata

personal incompetente, sin estar preparados para poder desarrollar el compromiso de lidiar con la atención del cliente, lo cual eso es muy importante que la empresa debe de trabajar en conjunto con su equipo, para contar con un trabajo coordinado, y estar en comunicación sobre las actividades que se están desarrollando.

En tanto, Salazar (2015) afirma que las políticas de contar con un libro de reclamaciones en cada establecimiento, es parte de una obligación, que debe contar todo margen comercial, o empresa que brinda servicios, ya que es un derecho que como cliente exige para poder detallar la razón de su reclamo, y ante no contar con este libro, se puede llegar a tener con una sanción, ya que existe organismos, de proteger al cliente o consumidor.

También, Guevara (2014) Indica que es un elemento obligatorio e importante, el acceso de un libro de reclamaciones, a veces también sucede que algunos clientes no tienen mucho conocimiento sobre la función de los libros de reclamaciones, que mejor acceden de decir las cosas de frente con el dueño de la empresa, siendo más explícita y directo en su reclamo, al mismo tiempo, que se escuchada de inmediata, y que el dueño de la empresa tenga la posibilidad de mejorar muy pronto, y al mismo tiempo se puede solucionar su problema del cliente, para el día que regrese nuevamente, se lo agradezcas por sugerir este cambio, porque le permitió al dueño ser más atento con su clientes, así mismo tener cuidado con sus productos.

En relación a la expresión de los reclamos, Poma et al. (2021) precisan que dentro de toda empresa u organización nos referimos a empresas muy amplias, que cuentan con un área especialmente para reclamos por parte de los clientes, ante el reclamo de un mal producto, o la mala atención que rescató por parte de un trabajador de la empresa, estos son los motivos más frecuentes, entonces está área se encarga de solucionar y remediar el caso, para que el cliente vuelva a confiar en la empresa, al mismo tiempo logran entregar un pequeño valor

agregado como ofrecer las disculpas por el caso sucedido, siendo parte de una estrategia de la empresa, para no perder su visita.

De igual modo, Valiente (2020) sobre las escrituras de reclamos que se adjunta en un periodo determinado, lo cual es poder analizar la causa del error, para seguir trabajando en ese problema lo cual tuvo su consecuencia. Para los autores Montaña et al. (2016) quienes exponen que cuando una organización hace frente a un reclamo por parte de algún usuario cliente, esta debe averiguar dónde es la parte del problema que ha originado el reclamo a fin de poder solucionarlo y lograr que en el futuro no se vuelvan a plantear situaciones similares, mejorando de esta manera la atención de manera general para aquellos usuarios o clientes. En razón a ello, los autores Culqui et al. (2021), al contar con buena atención y que los clientes salen satisfechos, por recibir la mejor atención como se merecen, la identificación de metas y objetivos debe ser en base de mejorar las quejas y reclamos que produce el cliente.

Con referencia a un sistema de quejas y reclamos, los autores Siachoque & Martínez (2012) refieren que es parte de un suceso que se dan en diversas empresas y entidades de diversos ámbito ya sean públicos o privados son percances imprevistos, donde uno no se da cuenta que puede ocurrir, al mismo tiempo, ante una falla técnica, o contar con una organización mal distribuido con sus funciones, lo cual puede ser error humano, o casos fortuitos, lo cual se acredita a presentarse quejas por la persona que contrata. Entre los componentes que inciden en la presencia o no de los reclamos; de acuerdo con Cerdá et al. (2018) Son muchos sucesos, más notorios como: las cualidades de los usuarios; el clima económico; la trascendencia del servicio o producto; las circunstancias en que se manifiesta, un sinfín de cosas, que el cliente no note efectivo o sea de su agrado como lo indica, las quejas pueden suceder ante cualquier punto de vista en desacuerdo, donde es por parte de una mala organización, o las fallas son el producto, cosas que varían de acuerdo al lugar, y actos presentados.

Asimismo, para Matamoros & Guerra (2017) se refiere al tipo de quejas que se pueden registrar en un libro de reclamos, donde algunas pueden ser muy complejas, y lo otro algo que se puede solucionar de inmediato, porque para las dudas hay que aclararlas con el cliente, donde el cliente es quien dispone para poder contar con una mejor atención, y está en su derecho como cliente. Los autores Ruiz et al. (2021) establece que los reclamos mayormente son dirigidos de manera verbalmente, son poco ya visto en escrituras físicas, como los libros de reclamaciones, y más que ahora existe lo digital o mediante la llamada inmediata, son cosas que han ido mejorando para resolver tus dudas y reclamos acerca de algún bien o servicio, es por ello que en algunos casos no son atendidos de la manera correcta, puesto que no queda registrado de una manera física y no se puede seguir el trámite que está realizado.

En cuanto a Becerril & Villa (2018) quienes han mencionado que la organización o empresa debe de estar pendiente de los reclamos y quejas que se pueden presentar por parte de sus clientes, al mismo tiempo de poder atenderles personalmente, para poder llegar a un arreglo, al mismo tiempo unas disculpas del caso para no volverse a repetir, y trabajar mejor en ese caso, para poder impedir que el cliente acuda a otro lugar, o no esté de acuerdo que no lo hayas atendido de buena manera su queja Vegas (2019) la ISO representa una normativa a aplicarse de manera interna, donde en su mayor texto se enfoca, sobre satisfacer las expectativas del cliente, teniendo como consideración, acerca de cómo mostrar una mejor organización, produciendo liderazgo y mecanismos como refuerzo de trabajo en equipo.

De acorde con Cruz & Galán (2019) los reclamos son aquellas expresiones formales que el cliente transcribe, lo cual la mayoría son negativas, pero en parte son problemas que se necesita mejorar, dentro de la empresa y esto ayuda a que los jefes conozcan las insatisfacciones que presentan los usuarios a fin de diseñar planes de mejora Jiménez (2014) señala que la empresa necesita contar,

y lo cual no se debe de negar al cliente, para no llegar a mayores problemas, provocando así mismo una mala imagen de tu negocio, donde no es recomendable si ya cuentas con una buena lista de clientes, porque ya es un poco complicado lograr su confianza nuevamente, ante una causa inoportuna. Desde otro ángulo, Álamo et al. (2020) Indican que la gestión de reclamos está orientada en poder mejorar para obtener tener su confianza nuevamente de un cliente, porque los reclamos no siempre se puede tomar como algo malo, porque es una pequeña sugerencia que el cliente pudo notar, y no le gustó, por eso accedió al reclamo, para poder remendar ese error y que otro día no vuelva a suceder, por eso en la mayoría de lugares existe el buzón o libro de reclamaciones, para contar con la participación del cliente.

En esa línea, Shimabuku et al. (2014) destaca que el proceso de reclamo posibilita a un nuevo implemento de actividades, donde se debe de trabajar más para enmendar el error, porque el reclamo de los clientes sugiere que algo fue incomodo, bien se puede ser por el trato que demostraste, o por vender un producto inoportuno, donde el cliente puede contar con diferentes reacciones, al acceder su reclamo, pero para evitar estos tipos de errores, es importante contar con la capacitación de tus colaboradores, para cuidar de tus clientes. Por otra parte, Alarcón et al. (2020) recalca que la importancia de evitar la lista de reclamaciones, es esforzarte en brindar servicios con calidad, para satisfacer a tus clientes, seguir trabajando conjuntamente con tu equipo, para lograr buenos resultados, porque al contar con un reclamo, bien el cliente regresa o ya no regresa, si es que regresa fue porque quiere que mejores, también de cómo fue la causa para acceder al reclamo, y como actúo frente a esto, suele suceder diferentes situaciones, lo importante es que se debe de trabajar con mecanismo y estrategias para evitar estos sucesos.

En cambio, Torres et al. (2015) hace referencia que la importancia radica en tener la posibilidad de mejorar, además que tus clientes están siendo partícipes de tu crecimiento como empresa, porque quiere que brindes lo mejor, y que puedes

hacerlo, además estas situaciones suele suceder por la mala atención brindada por parte de los trabajadores, donde sucede mucha veces que se contrata personal incompetente, sin estar preparados para poder desarrollar el compromiso de lidiar con la atención del cliente, lo cual eso es muy importante que la empresa debe de trabajar en conjunto con su equipo, para contar con un trabajo coordinado, y estar en comunicación sobre las actividades que se están desarrollando.

Además, Salazar (2015) afirma que las políticas de contar con un libro de reclamaciones en cada establecimiento, es parte de una obligación, que debe contar todo margen comercial, o empresa que brinda servicios, ya que es un derecho que como cliente exige para poder detallar la razón de su reclamo, y ante no contar con este libro, se puede llegar a tener con una sanción, ya que existe organismos, de proteger al cliente o consumidor. También, Guevara (2014) Indica que es un elemento obligatorio e importante, el acceso de un libro de reclamaciones, a veces también sucede que algunos clientes no tienen mucho conocimiento sobre la función de los libros de reclamaciones, que mejor acceden de decir las cosas de frente con el dueño de la empresa, siendo más explícita y directo en su reclamo, al mismo tiempo, que se escuchada de inmediata, y que el dueño de la empresa tenga la posibilidad de mejorar muy pronto, y al mismo tiempo se puede solucionar su problema del cliente, para el día que regrese nuevamente, se lo agradezcas por sugerir este cambio, porque le permitió al dueño ser más atento con su clientes, así mismo tener cuidado con sus productos.

Así, según la Resolución De Consejo Directivo N° 066- 2006-Sunass –Cd (2006) y su guía del usuario menciona. Primero dimensión: **Investigación (inspección al predio)**. Es una etapa donde se realiza las inspecciones en el predio y la caja de registro del medidor con los formatos 5 ° y N° 6 (interna y externa) de acorde al reclamo de clase comercial que fuese presentado por el usuario, con visitas del personal para poder recoger y evaluar la problemática suscitada. Los



resultados se registrarán en un acta cuya copia de los formatos se entregará al usuario o la persona que se encuentre presente durante la constancia.

**Negociación (conciliación).** Se aplica el formato N° 4, al presentarse el reclamo, la EPS citará al usuario a una reunión que se realizará al décimo día hábil, posterior a la presentación del reclamo. Esta etapa es el proceso donde ambas partes (usuario y EPS) pueden llegar a un acuerdo y poner fin al conflicto suscitado a través de un acuerdo, dicha conciliación es de mutuo acuerdo entre las partes y respetada por medio de un convenio escrito, asimismo se entregará al usuario el resumen histórico de sus recibos y una cartilla informativa.

**Decisión.** Etapa final de la primera instancia, en donde se realiza la evaluación de las pruebas recopiladas para poder determinar a través de una resolución, si el reclamo es fundado o infundado. La Resolución en primera instancia deberá expedirse dentro los treinta (30) días hábiles siguientes de presentado el reclamo, la notificación de la misma se realizará dentro de los cinco (5) días hábiles posteriores de expedida la resolución. Dentro de los quince (15) días hábiles siguientes a la fecha de notificada la resolución el usuario podrá presentar sus recursos impugnatorios, recurso de reconsideración, si el usuario desea presentar una nueva prueba (Formato N° 8) o el recurso de apelación (Formato N°9), el cual será enviado al Tribunal Administrativo de Solución de Reclamos de los Usuarios (TRASS)

### III. METODOLOGÍA

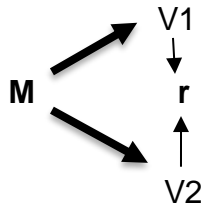
#### 3.1. Tipo y diseño de investigación

**Tipo de investigación:** Básica, se encontró enfocada en la recopilación de datos desde la muestra seleccionada, para analizarlos posteriormente. (Concytec, 2018).

**Diseño de investigación:**

**No experimental**, dado que no se ha ejecutado manipulación alguna de variables, solo se procedió a la recopilación de información en su hábitat natural. (Sampieri et al., 2018). Además, es correlacional, debido a que la investigación se encontró orientada a evaluar el grado de relación entre variables (Arias, 2012) y es transversal, la investigación se realizó dentro de un lapso de tiempo (Cortes & Iglesias, 2004).

Para la presente investigación se utilizó el siguiente diseño:



**Dónde:**

M: Muestra

V1: Atención al usuario

V2: formalización de reclamos

r: relación entre ambas variables

#### 3.2. Variables y Operacionalización

V1: Atención al usuario

V2: formalización de reclamos

### **3.3. Población (criterio de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis**

**Población:** Para Niño (2011) comprende a todos los elementos sometidos al estudio, los cuales se asemeja en diferentes aspectos relevantes.

La población general, estuvo conformada por 33,545 usuarios que hacen uso del servicio de agua potable y alcantarillado del distrito de Tarapoto, información obtenida del INEI (2015).

La población de estudio estuvo conformada por 33,545 usuarios, el cual fueron aquellos usuarios que cuentan con más de 6 meses de servicio.

#### **Criterios de inclusión:**

- Usuarios con una vigencia mayor a 6 meses
- Usuarios residentes en Tarapoto

#### **Criterios de exclusión:**

- Trabajadores de Emapa San Martín.

**Muestra:** Para Baena (2017) subconjunto de la población donde se ejecutó la investigación.

La determinación de la muestra se llevó a cabo de la siguiente forma:

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

Z = 1,96  
 E = 0,05  
 p = 0,5  
 q = 0,5  
 N = 33545

|     |               |   |             |   |              |
|-----|---------------|---|-------------|---|--------------|
| n = | <u>3,8416</u> | * | <u>0,25</u> | * | <u>52681</u> |
|     | 0,0025        | * | 52681       | + | 0,9604       |

|     |                   |            |
|-----|-------------------|------------|
| n = | <u>50595,7928</u> | <b>379</b> |
|     | 132,66            |            |

Se trabajó con una **muestra de 379 usuarios**.

**Técnica de muestreo:** Muestreo probabilístico aleatorio simple.

**Unidad de análisis:** Fue un usuario del servicio de agua y alcantarillado.

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

Técnica

Se utilizó la técnica denominada encuesta. Según Guillén & Valderrama (2013) es la técnica a través de la que se realizó la recopilación de datos a través de un cuestionario diseñado y correctamente validado.

## Instrumentos

Se utilizó el cuestionario para la recopilación de datos desde la muestra.

Para medir la atención al usuario estuvo conformado por 17 ítems con una escala ordinal. Fue necesario realizar la baremación en tres niveles para el análisis de la variable **Malo (17 – 39), regular (40 – 61) y bueno (62 – 85)**.

Para medir la formalización de reclamos estuvo conformado por 14 ítems con una escala ordinal. Fue necesario realizar la baremación en tres niveles para el análisis de la variable: **Malo (14 – 32), regular (33 – 50) y bueno (51 – 70)**

## Validez

Se utilizó al juicio de expertos para realizar el análisis respectivo y emitir sus valores para determinar el promedio final, tal como se detalla como sigue:

| Variable                  | Nº | Especialidad | Promedio de validez | Opinion del experto |
|---------------------------|----|--------------|---------------------|---------------------|
| Atención al usuario       | 1  | Metodologo   | 4.3                 | Aplicable           |
|                           | 2  | Especialista | 4.8                 | Aplicable           |
|                           | 3  | Especialista | 4.9                 | Aplicable           |
| Formalización de reclamos | 1  | Metodologo   | 4.5                 | Aplicable           |
|                           | 2  | Especialista | 4.3                 | Aplicable           |
|                           | 3  | Especialista | 4.7                 | Aplicable           |

*Fuente: Elaboración propia.*

En cuanto a la primera variable, se obtuvo un promedio de 4.6, mientras que, para la segunda, el promedio fue de 4.5; de esta manera se acredita un alto nivel de validez para la aplicabilidad de los instrumentos.

## **Confiabilidad**

Para el análisis estadístico de confiabilidad de la variable de confiabilidad de atención al usuario se utilizó el Alfa de Cronbach teniendo un valor de 0,979, el cual se encuentra adjunto en los anexos.

Para el análisis estadístico de confiabilidad de la variable de formalización de reclamos se utilizó el Alfa de Cronbach teniendo un valor de 0,985, el cual se encuentra adjunto en los anexos.

### **3.5. Procedimiento**

Primero, se estableció el problema que guiará el estudio, luego, se congregó las bases teóricas y los diversos antecedentes que fueron relevantes sobre las variables, las cuales procedieron desde fuentes primarias y secundarias confiables; posteriormente se llevó a cabo la determinación de los cuestionarios para la recolección de acuerdo a cada una de las variables; la información obtenida, fue tabulada mediante la estadística de tipo descriptiva; estos resultados fueron contrastados con aquellos consignados dentro del marco teórico; para finalmente realizar las conclusiones y recomendaciones de acorde a los objetivos previamente estipulados.

### **3.6. Método de análisis de datos**

Fue necesario la utilización del SPSS v.25 para llevar a cabo este procedimiento, el cual se utilizó la estadística descriptiva empleándose tablas y fugas estadísticas y la estadística inferencial, se utilizó la prueba de normalidad de Kolmogorov, dado el resultado se aplicó el coeficiente de correlación de Spearman para el cálculo de la correlación, dichos valores oscilan entre -1 y 1 respectivamente.

### **3.7. Aspectos éticos**

La presente investigación fue desarrollada a través del estricto cumplimiento de los principios éticos internacionales que se manejó. Por lo

que se encontró orientado en: principio de beneficencia, se estableció generar beneficio en la entidad materia de estudio, debido a que afrontó actualmente una situación problemática por lo cual se le brindaron los resultados de la investigación que le ayuda a superar dicha situación; el principio de no maleficencia, no generó perjuicios o daos ya sea en el objeto de estudio como en los investigados; principio el de justicia, se consideró respetar sus derechos y brindar un buen trato a los sujetos participantes del presente estudio; el principio de autonomía, se consideró respetar la libre expresión y elección voluntaria de los participantes, de formar parte de la investigación; principio de integridad científica, la investigación fue desarrollo exclusivamente con fines académicos. Además, se ha cumplido con la guía de la Universidad y finalmente, se realizó de acorde a la normativa APA actualizada.

### III. RESULTADOS

4.1. Identificar el nivel de atención al usuario en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022.

**Tabla 1.**

*Nivel de atención al usuario*

| <b>Niveles</b> | <b>intervalo</b> | <b>Nº</b>  | <b>%</b>     |
|----------------|------------------|------------|--------------|
| Malo           | 17 – 39          | 113        | 30 %         |
| Regular        | 40 – 61          | 191        | 50 %         |
| Bueno          | 62 - 85          | 75         | 20 %         |
| <b>Total</b>   |                  | <b>379</b> | <b>100 %</b> |

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los usuarios de la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín.

#### **Interpretación:**

De la tabla 1, se observa el nivel de atención al usuario, observándose predominio en el nivel “Regular” en 50 % (191), seguido del nivel “Malo” 30 % (113) y “Bueno” 20 %. (75).



**4.2.** Identificar el nivel de formalización de reclamos en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022.

**Tabla 2.**

Nivel de formalización de reclamos

| <b>Niveles</b> | <b>intervalo</b> | <b>Nº</b>  | <b>%</b>     |
|----------------|------------------|------------|--------------|
| Malo           | 14 – 32          | 103        | 27 %         |
| Regular        | 33 – 50          | 201        | 53 %         |
| Bueno          | 51 - 70          | 75         | 20 %         |
| <b>Total</b>   |                  | <b>379</b> | <b>100 %</b> |

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los usuarios de la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín.

**Interpretación:**

De la tabla 2, se observa el nivel de formalización de reclamos, observándose predominio en el nivel “Regular” 53 % (201), seguido de nivel “Malo” 27 % (103) y “Bueno” 20 % (75).

## Prueba de normalidad

Tabla 3.

Prueba de normalidad de las variables

|                                      | Kolmogorov - Smirnov |     |      |
|--------------------------------------|----------------------|-----|------|
|                                      | Estadístico          | gl  | Sig. |
| <b>Atención al usuario</b>           | ,181                 | 379 | ,000 |
| Elementos tangibles                  | ,150                 | 379 | ,000 |
| Fiabilidad                           | ,195                 | 379 | ,000 |
| Capacidad de respuesta               | ,187                 | 379 | ,000 |
| Seguridad                            | ,182                 | 379 | ,000 |
| Empatía                              | ,181                 | 379 | ,000 |
| <b>Formalización de reclamos</b>     | ,100                 | 379 | ,000 |
| Investigación (inspección al predio) | ,150                 | 379 | ,000 |
| Negociación (conciliación)           | ,195                 | 379 | ,000 |
| Decisión                             | ,187                 | 379 | ,000 |

### Interpretación:

Dado que el valor de sig. = 0,000 para variable atención al usuario y 0,000 para la variable formalización de reclamos es  $< 0,05$ , se rechaza la  $H_0$  y se acepta la  $H_a$ , que indica que la muestra no tiene una distribución normal, por lo tanto, aplicaremos la estadística no paramétrica, es decir el coeficiente de correlación de Spearman.

**4.3.** Identificar la relación entre la atención al usuario con la investigación en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022.

**Tabla 4.**

Correlación entre la atención al usuario con la investigación.

|                 |                     | Atención al                |               |        |
|-----------------|---------------------|----------------------------|---------------|--------|
|                 |                     | usuario                    | Investigación |        |
| Rho de Spearman | Atención al usuario | Coeficiente de correlación | 1,000         | ,985** |
|                 |                     | Sig. (bilateral)           | .             | ,000   |
|                 |                     | N                          | 379           | 379    |
|                 | Investigación       | Coeficiente de correlación | ,985**        | 1,000  |
|                 |                     | Sig. (bilateral)           | ,000          | .      |
|                 |                     | N                          | 379           | 379    |

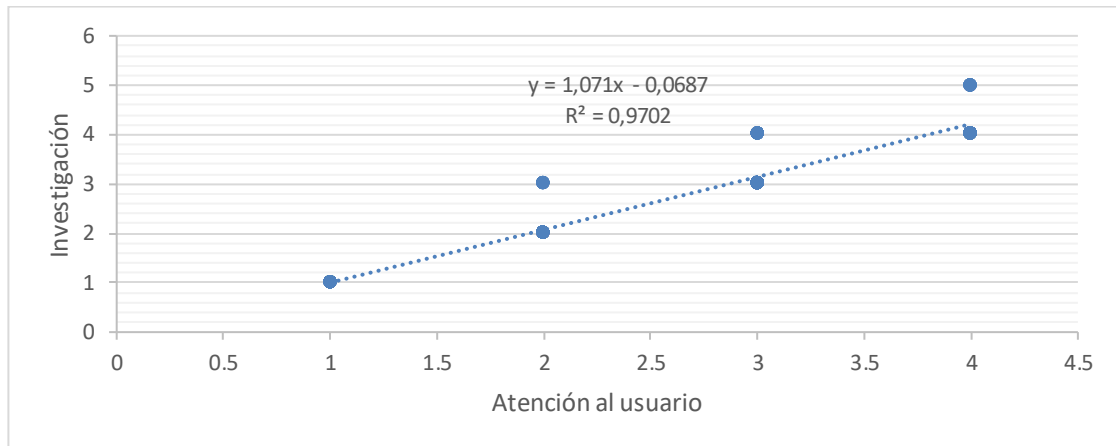
\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los usuarios de la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín.

**Interpretación:**

La tabla 4 muestra correlación entre la atención al usuario y la investigación, obteniendo el valor de  $Rho=0,985$ ;  $p= 0,000$ ); mediante esta información se procedió a considerar el rechazo del planteamiento de la hipótesis nula y dar paso a la aceptación de la alternativa mediante la cual se afirma la correlación.

**Figura 1.** Figura de dispersión entre la atención al usuario y la investigación.



*Fuente: Base de datos obtenido del SPSS V.25*

### **Interpretación:**

La figura 1 permite observar que existe un coeficiente de determinación de 0.9702 evidenciándose que el 97.02 % de la investigación en la formalización de reclamos, depende de la atención al usuario.

4.4. Identificar la relación entre la atención al usuario con la negociación en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022.

**Tabla 5.**

Correlación entre la atención al usuario con la negociación.

|                 |                     | Atención al                |             |        |
|-----------------|---------------------|----------------------------|-------------|--------|
|                 |                     | usuario                    | Negociación |        |
| Rho de Spearman | Atención al usuario | Coeficiente de correlación | 1,000       | ,973** |
|                 |                     | Sig. (bilateral)           | .           | ,000   |
|                 |                     | N                          | 379         | 379    |
|                 | Negociación         | Coeficiente de correlación | ,973**      | 1,000  |
|                 |                     | Sig. (bilateral)           | ,000        | .      |
|                 |                     | N                          | 379         | 379    |

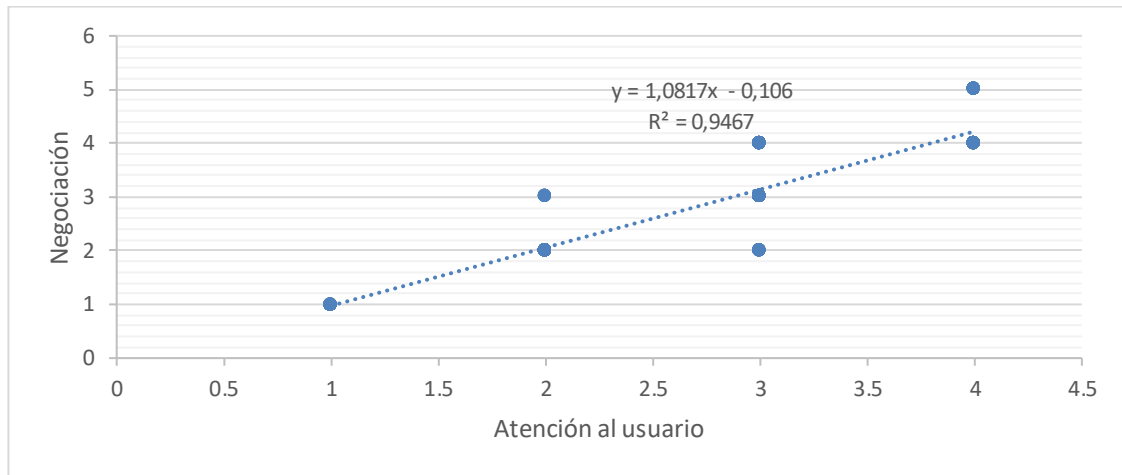
\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los usuarios de la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín.

**Interpretación:**

La tabla 5 muestra correlación entre la atención al usuario y la negociación, obteniendo el valor de  $Rho=0,973$ ;  $p= 0,000$ ); mediante esta información se procedió a considerar el rechazo del planteamiento de la hipótesis nula y dar paso a la aceptación de la alternativa mediante la cual se afirma la correlación.

**Figura 2.** Figura de dispersión entre la atención al usuario y la negociación.



*Fuente: Base de datos obtenido del SPSS V.25*

### **Interpretación:**

La figura 2 permite observar que existe un coeficiente de determinación de 0.9467 evidenciándose que el 94.67 % de la negociación en la formalización de reclamos, depende de la atención al usuario.

**4.5.** Identificar la relación entre la atención al usuario con la decisión en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022.

**Tabla 6.**

Correlación entre la atención al usuario con la decisión.

|                 |                     | Atención al                |          |        |
|-----------------|---------------------|----------------------------|----------|--------|
|                 |                     | usuario                    | Decisión |        |
| Rho de Spearman | Atención al usuario | Coeficiente de correlación | 1,000    | ,963** |
|                 |                     | Sig. (bilateral)           | .        | ,000   |
|                 |                     | N                          | 379      | 379    |
|                 | Decisión            | Coeficiente de correlación | ,963**   | 1,000  |
|                 |                     | Sig. (bilateral)           | ,000     | .      |
|                 |                     | N                          | 379      | 379    |

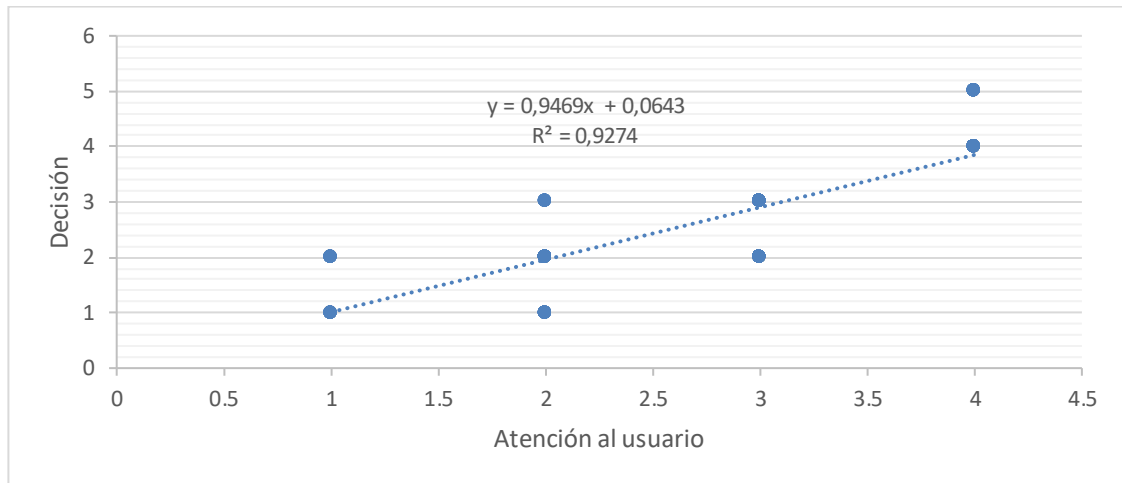
\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los usuarios de la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín.

**Interpretación:**

La tabla 6 muestra correlación entre la atención al usuario y la decisión, obteniendo el valor de  $Rho=0,963$ ;  $p= 0,000$ ); mediante esta información se procedió a considerar el rechazo del planteamiento de la hipótesis nula y dar paso a la aceptación de la alternativa mediante la cual se afirma la correlación.

**Figura 3.** Figura de dispersión entre la atención al usuario y la decisión.



*Fuente: Base de datos obtenido del SPSS V.25*

### **Interpretación:**

La figura 3 permite observar que existe un coeficiente de determinación de 0.9274 evidenciándose que el 92.74 % de la decisión en la formalización de reclamos, depende de la atención al usuario.



**4.6.** Determinar la relación entre la atención al usuario y formalización de reclamos en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022.

**Tabla 7.**

Correlación entre la atención al usuario y formalización de reclamos.

|                 |                           |                            | Atención al usuario | Formalización de reclamos |
|-----------------|---------------------------|----------------------------|---------------------|---------------------------|
| Rho de Spearman | Atención al usuario       | Coeficiente de correlación | 1,000               | ,984**                    |
|                 |                           | Sig. (bilateral)           | .                   | ,000                      |
|                 |                           | N                          | 379                 | 379                       |
|                 | Formalización de reclamos | Coeficiente de correlación | ,984**              | 1,000                     |
|                 |                           | Sig. (bilateral)           | ,000                | .                         |
|                 |                           | N                          | 379                 | 379                       |

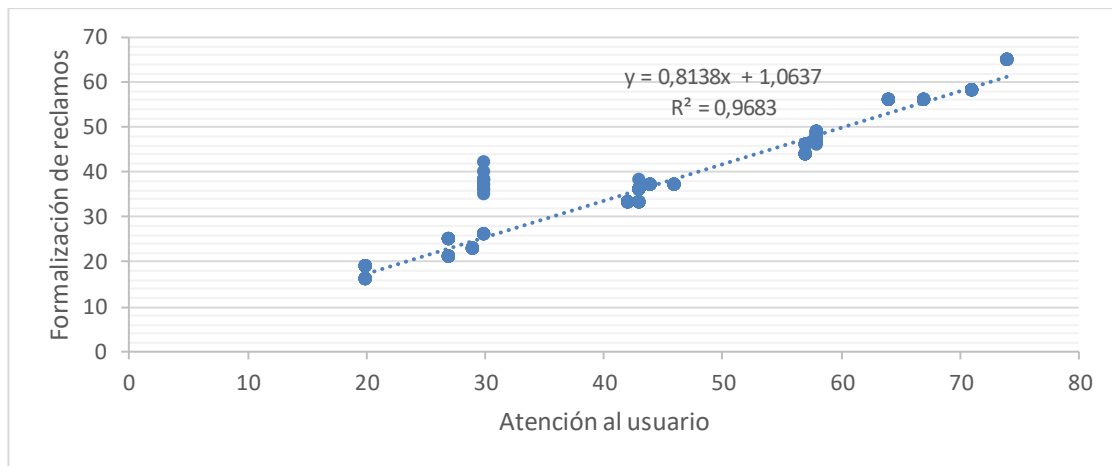
\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

**Fuente:** Cuestionario aplicado a los usuarios de la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín.

**Interpretación:**

La tabla 7 muestra correlación entre las variables atención al usuario y formalización de reclamos, obteniendo el valor de  $Rho=0,984$ ;  $p= 0,000$ ); mediante esta información se procedió a considerar el rechazo del planteamiento de la hipótesis nula y dar paso a la aceptación de la alternativa mediante la cual se afirma la correlación.

**Figura 4.** Figura de dispersión entre la atención al usuario y la formalización de reclamos.



Fuente: Base de datos obtenido del SPSS V.25

### Interpretación:

La figura 4 permite observar que existe un coeficiente de determinación de 0.9683 evidenciándose que el 96.83 % de la atención al usuario, depende de la formalización de reclamos.

## V. DISCUSIÓN

En este capítulo se contrasta los resultados, teniendo que, el nivel de atención al usuario, se observa predominio en el nivel “Regular” en 50 %, seguido del nivel “Malo” 30 %, y “Bueno” 20 %, debido a que, la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín no cuenta con instalaciones físicas seguras y modernas que permita brindar un servicio eficiente a los usuarios, la entidad no posee equipos tecnológicos modernos y no cuenta con los materiales necesarios para prestar el servicio, dicho resultado coinciden con Zambrano & Vera (2020), indican que, la relevancia se nota claramente, pero el 95,8% de los encuestados visitó el centro de salud por un servicio por primera vez este año, el 94,6% se mostró muy satisfecho con el servicio recibido y el 97,7% quedó satisfecho en 10 minutos.

Se ha dado a notar que desde su apertura se ha visualizado con una alta gama de atención en toda área de consultas, además que los pacientes se han sentido a gusto, más que todo en el área de quirófano, la atención ha sido especializada, se ha percibido la comunicación de despejar sus dudas entre el doctor y el paciente. Además Fariño et al. (2018), hace mención que, el eje principal del estudio son 5 dimensiones de acorde al modelo SERVQUAL, y posterior al análisis de estas dimensiones, se ha podido determinar la brecha que existe entre ambas para ello, en el análisis de la encuesta realizadas por los mismos protagonistas de utilizar el servicio, ha resultado en su mayor porcentaje, que es validada y significativa la calidad de servicio que dan a brindar, quedando satisfecho por parte de los usuarios de poder regresar ante una nueva consulta, al mismo tiempo te orientan con todos los tramites con una paciencia que demuestran respeto y confianza.

Asimismo, Suárez et al. (2019), se refiere que, se encuentra en un nivel regular de acordé al modelo SERVQUAL, y los usuarios ante sus sugerencias y reclamos, esperen que logren mejorar esta causa, en beneficio de todos, ya que es parte de un servicio, que el ciudadano está en todo su derecho de recibir, de

la manera equitativa para todos, y que las atenciones se brinden de manera moderada, sin preferencia oportuna, al menos con la ley de los discapacitados, pueden ser atendidos de primera fila, bajo la misma línea Febres & Mercado (2020), manifiestan que, los sistemas de salud se deben implementar de manera que ayude a realizar el registro de consultas más rápidos, así mismo que se cuenten con capacitaciones a las personas encargadas de utilizar estos sistemas, para no tener facultades a la hora de atender a un paciente con su nueva consulta, porque lo importante es dar a mostrar como profesional una calidad de servicio satisfactorio en los rostros de los pacientes, donde esto se puede ir mejorando ante una nueva planificación de estrategias de gestiones.

En ese mismo contexto, Túpac et al. (2021), se refiere que, de acuerdo con la información recopilada, la correlación es positiva ( $p=0.781$ ), porque la encuesta de los pacientes son lo que hablan por sí solos, lo cual se sienten satisfechos y contentos de la atención que reciben, donde les muestran respeto, confianza, paciencia, para que el paciente se sienta protegido, que su salud es muy segura al permanecer en su establecimiento, siendo así rinde una atención significativa, además cuenta con una instalación moderna de equipos, para poder realizar atención con más calidad y amplia gama de servicios.

Además, el nivel de formalización de reclamos, se observa predominio en el nivel "Regular" 53 %, seguido de nivel "Malo" 27 % y "Bueno" 20 %, debido a que, la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín no cuenta con plataformas (física y virtual) para que el usuario pueda emitir sin inconvenientes sus reclamos y pueda presentar sus pruebas, la Empresa no prevé información necesaria sobre las inspecciones internas en los predios, dicho resultado coinciden con Salvatierra (2018), se refiere que, El número total de solicitudes enviadas a las cuatro TTA en el área metropolitana de Tokio entre el 1 de febrero de 2013 y el 1 de septiembre de 2017 es de 55 en total. Desde una perspectiva global, solo se ha enviado 9.1. Fue a favor del reclamo del solicitante. El 90,9% restante no llegó a una conclusión satisfactoria por lo que marca las

encuestas, arrojando como resultado que no tienen la capacidad para ayudar a orientar con las solicitudes de sus peticiones, al mismo tiempo no aceleran con los tramites solicitados, donde el usuario reclama que no existe una calidad de servicio asertiva, que coopere con una atención de calidad.

Lo cual insisten que se mejore esta situación ante un cambio de organización, asimismo Rivas (2018), hace mención que, respecto a la calidad de atención que resultó eficiente en las encuestas como resultado de aprobación, lo cual recalcan la calidad se debe de mantener constante, por su profesionalismo y educación que son preparados, para dar a mostrar la atención que se merecen en sus pacientes, que van en busca de su servicio de la manera urgente y necesaria. Además, comentan que cuentan con un centro de instalación moderna de garantizar seguridad y confianza al recibir el servicio de cualquier emergencia, en cuanto Huaita (2018), se refiere que, de acuerdo con la información obtenida, se ha podido determinar la relación existente entre la gestión de reclamos y la satisfacción de los usuarios, asimismo, se obtuvo del coeficiente de correlación un valor de 0,746, es decir, muestra una fuerte correlación positiva. Además, en su mayor porcentaje los usuarios muestran su molestia por la mala insignificancia de atención que dan a mostrar, ya que existe el buzón tanto para sugerencias y reclamos, donde fue de aquella carpeta que se logró rescatar información, así mismo la mayoría con su propia versión rechazó de tener una atención y servicio de calidad, lo cual no es correspondido.

Así mismo, existe relación positiva y significativa muy alta entre la atención al usuario con la investigación en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022, ya que el análisis estadístico de Rho de Spearman fue de 0.985 (perteneciente a una relación positiva y a la vez muy alta) y un p valor igual a 0,000 ( $p\text{-valor} \leq 0.01$ ); además, solo el 97.02 % de la atención al usuario influye en la investigación, además existe relación positiva y significativa muy alta entre la atención al usuario con la negociación en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A.,

2022, ya que el análisis estadístico de Rho de Spearman fue de 0.973 (perteneciente a una relación positiva y a la vez muy alta) y un p valor igual a 0,000 ( $p\text{-valor} \leq 0.01$ ); por ello, solo el 94.67 % de la atención al usuario influye en la negociación.

Además existe relación positiva y significativa muy alta entre la atención al usuario con la decisión en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022, ya que el análisis estadístico de Rho de Spearman fue de 0.963 (perteneciente a una relación positiva y a la vez muy alta) y un p valor igual a 0,000 ( $p\text{-valor} \leq 0.01$ ); por ello, solo el 92.74 % de la atención al usuario influye en la decisión, además existe relación positiva y significativa muy alta entre la atención al usuario y formalización de reclamos en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022, ya que el análisis estadístico de Rho de Spearman fue de 0.984 (perteneciente a una relación positiva y a la vez muy alta) y un p valor igual a 0,000 ( $p\text{-valor} \leq 0.01$ ); además, solo el 96.83 % de la atención al usuario influye en la formalización de reclamos, dicho resultado coinciden con Pezo (2020), se refiere que, existe una relación con respecto a la carga procesal de las variables en la administración judicial de Maynas Tarapoto y la calidad de la atención, determinada por un coeficiente de correlación de 0.891 (perteneciente a una relación positiva y a la vez muy alta) y un valor de p de 0.000 (valor de  $p < 0.05$ ).

La calidad de la atención por los resultados encontrados se ha procedido a informar mediante su propio análisis de evaluación, la calidad de servicio tiene problemas que muestran deficiencia, para los usuarios, por no contar con una atención inmediata y correspondida, si así lo exigen.

## **VI. CONCLUSIONES**

- 6.1.** Existe relación positiva y significativa muy alta entre la atención al usuario y formalización de reclamos en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022, ya que el análisis estadístico de Rho de Spearman fue de 0.984 (perteneciente a una relación positiva y a la vez muy alta) y un p valor igual a 0,000 ( $p\text{-valor} \leq 0.01$ ); además, solo el 96.83 % de la atención al usuario influye en la formalización de reclamos.
- 6.2.** El nivel de atención al usuario, se observa predominio en el nivel “Regular” en 50 %, seguido del nivel “Malo” 30 % y “Bueno” 20 %.
- 6.3.** El nivel de formalización de reclamos, se observa predominio en el nivel “Regular” 53 %, seguido de nivel “Malo” 27 % y “Bueno” 20 %.
- 6.4.** Existe relación positiva y significativa muy alta entre la atención al usuario con la investigación en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022, ya que el análisis estadístico de Rho de Spearman fue de 0.985 (perteneciente a una relación positiva y a la vez muy alta) y un p valor igual a 0,000 ( $p\text{-valor} \leq 0.01$ ); además, solo el 97.02 % de la atención al usuario influye en la investigación.
- 6.5.** Existe relación positiva y significativa muy alta entre la atención al usuario con la negociación en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022, ya que el análisis estadístico de Rho de Spearman fue de 0.973 (perteneciente a una relación positiva y a la vez muy alta) y un p valor igual a 0,000 ( $p\text{-valor} \leq 0.01$ ); además, solo el 94.67 % de la atención al usuario influye en la negociación.
- 6.6.** Existe relación positiva y significativa muy alta entre la atención al usuario con la decisión en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022, ya que el análisis estadístico de Rho de Spearman fue de 0.963 (perteneciente a una relación positiva y a la vez muy

alta) y un p valor igual a 0,000 ( $p\text{-valor} \leq 0.01$ ); además, solo el 92.74 % de la atención al usuario influye en la decisión.



## **VII. RECOMENDACIONES**

- 7.1.** Al jefe de la gerencia general, profesionalizar la labor que desarrollan los colaboradores a través de capacitaciones constantes sobre la importancia de proporcionar una atención de calidad a los usuarios de tal manera que se atiende oportunamente sus inquietudes, quejas y reclamos.
- 7.2.** Al jefe de la gerencia operacional, mejorar las condiciones físicas que engloban la atención dentro del establecimiento de tal modo que se disponga de un servicio libre de errores, se satisfaga oportunamente los requerimientos de los usuarios y se brinde una atención individualizada y amable.
- 7.3.** Al jefe de la gerencia comercial, diseñar un plan de gestión de reclamos donde se establezca tácitamente los pasos y etapas que sigue dicho proceso de tal manera que los usuarios tengan conocimiento sobre el tiempo en el que se atenderá su reclamo y se genere una expectativa real acerca del trámite efectuado.
- 7.4.** Al jefe de la gerencia comercial, hacer cumplir a los colaboradores de atención al usuario, call center y ventanilla, los procedimientos de atención de reclamos en virtud de generar soluciones eficientes a los usuarios que presenten incomodidades recurrentes con el servicio, esto se puede desarrollar mediante el fortalecimiento de canales de atención tanto físicos como virtuales y a través de la investigación meticulosa de los causales que ocasionan las fallas en el servicio.
- 7.5.** Al jefe de la gerencia comercial, poner en marcha acciones de mejora en los procesos de atención como es la etapa de negociación con los usuarios de tal modo que se genere un acuerdo de ambas partes, y culminar con el reclamo en primera instancia administrativa.

- 7.6.** Al jefe de la gerencia comercial, diseñar un instrumento de medición que permita valorar el grado de satisfacción del usuario respecto a la atención que se brinda dentro del establecimiento, se conozca las deficiencias que presenta respecto a la gestión de reclamos y se mejore el proceso de toma de decisiones en pos de orientar las acciones internas hacia la excelencia en el servicio.

## REFERENCIAS

- Álamo, I., Matzumura, J. & Gutiérrez, H. (2020). *Patient complaints in the adult emergency department of a tertiary referral hospital*. Revista médica humana. <http://www.scielo.org.pe/pdf/rfmh/v20n2/2308-0531-rfmh-20-02-246.pdf>
- Alarcón, V., Sarmiento, W., Mejía, J., Castaño, A. & Troncoso, A. (2020). *Analysis of inefficiencies in customer service*. Revista Boletín de innovación, logística y operaciones. <https://revistascientificas.cuc.edu.co/bilo/article/view/3048/2887>
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica* (6ta ed.). Editorial Episteme. [https://www.researchgate.net/publication/301894369\\_EL\\_PROYECTO\\_DE\\_INVESTIGACION\\_6a\\_EDICION/link/572c1b2908ae2efbdfdbde004/download](https://www.researchgate.net/publication/301894369_EL_PROYECTO_DE_INVESTIGACION_6a_EDICION/link/572c1b2908ae2efbdfdbde004/download)
- Babativa, C. (2017). *Investigación cuantitativa*. Fundación Universitaria del Área Andina. <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/3544/Investigaci%C3%B3n%20cuantitativa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Baena, G. (2017). *Metodología de la Investigación*. (3 ra ed). Grupo Editorial Patria. [https://www.academia.edu/40075208/Metodolog%C3%ADa\\_de\\_la\\_investigaci%C3%B3n\\_Grupo\\_Editorial\\_Patria](https://www.academia.edu/40075208/Metodolog%C3%ADa_de_la_investigaci%C3%B3n_Grupo_Editorial_Patria)
- Becerril, I. & Villa, G. (2018). *Reestructuración del sistema de atención a quejas y reclamos*. Revista Ciencia Administrativa. <http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=2&sid=f34b7812-2201-4c02-a6c0-230d7773f940%40sdc-vsessmgr03&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZQ%3d%3d#AN=138598749&db=bth>
- Betancour, F. (2017). *Characterization of the Service and Customer Support in the Informal Businesses Located in the Tachina Rural Parish*. Revista Científica Hallazgos. <http://revistas.pucese.edu.ec/hallazgos21/>

- Betancourt, F., Bautista, A. & Suárez, P. (2018). *Characterization of service and customer service in informal businesses of the Esmeraldas Cantón*. Revista Hallazgos 21. <https://revistas.pucese.edu.ec/hallazgos21/article/view/217/123>
- Blanco, P. (2001). *Atención al Cliente*. México: Pirámide.
- Bustamante, M., Zerda, E., Obando, F. & Michelle, T. (2020). *From the expectations to the perception of quality of health services in Guayas, Ecuador*. Información Tecnológica. <https://doi.org/10.4067/s0718-07642020000100161>
- Calabuig, F., Burillo, P., Crespo, J. & Mundina, J. (2010). *Satisfaction, Quality And Perceived Value In Spectators Of Athletics*. Universidad de Valencia, España. <http://cdeporte.rediris.es/revista/revista40/artsatisfaccion182.pdf>
- Castellano, S., Peña, O. & Suárez, D. (2019). *Quality of service in maternal-pediatric centers of Zulia state in Venezuela*. Revista Venezolana de Gerencia. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/290/29059356006/29059356006.pdf>
- Causado, E., Charris, A. & Guerrero, E., (2019). *Continuous Improvement of Customer Service Through ServQual and Petri Network in Santa Marta Restaurant – Colombia*. Universidad del Magdalena, Colombia. <https://www.scielo.cl/pdf/infotec/v30n2/0718-0764-infotec-30-02-00073.pdf>
- Cerdá, L., Santibáñez, A., Asensio del Arco, E. & Martínez, A. 2018. *Indicators to Improve the Health Care to Patients according to Lean Six Sigma: the Case of the Gustavo Fricke Hospital (Chile)*. Revista Gerencia y Políticas De Salud. <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/gerepolsal/article/view/24406>
- Cevallos, R., Carreño, D., Peña, I. & Pinagorte, K. (2018). *Evaluation of quality service: a step closer to objectivity*. Revista San Gregorio. <http://revista.sangregorio.edu.ec/index.php/REVISTASANGREGORIO/article/view/709/5-RODRIGO>
- Concytec (2018). *Reglamento de calificación, clasificación y registro de los investigadores del sistema nacional de ciencia, tecnología e innovación tecnológica - Reglamento RENACYT*.

[https://portal.concytec.gob.pe/images/renacyt/reglamento\\_renacyt\\_version\\_final.pdf](https://portal.concytec.gob.pe/images/renacyt/reglamento_renacyt_version_final.pdf)

Coronel, J., Basantes, R. & Vinueza, A. (2019). *A study of the quality of service in seafood restaurants*. Revista Espacios. <http://www.revistaespacios.com/a19v40n07/a19v40n07p09.pdf>

Cortes, M. e Iglesias, M. (2004). *Generalidades sobre metodología de la Investigación* (1ra ed.). Universidad Autónoma del Carmen. [http://www.unacar.mx/contenido/gaceta/ediciones/metodologia\\_investigacion.pdf](http://www.unacar.mx/contenido/gaceta/ediciones/metodologia_investigacion.pdf)

Cruz, I. & Galán, J. (2019). *Determinants of consumer complaint behavior in Mexico*. Revista Acta Universitaria. <http://www.scielo.org.mx/pdf/au/v29/2007-9621-au-29-e2076.pdf>

Culqui, M., Cieza, A., Puican, V. & Callao, M. (2021). *The quality of service in the attention of complaints to users of public institutions in Peru*. Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/1287/1760>

Espinosa, J. & Parra, C. (2020). *Quality management in customer service*. Cooperativa Chone Ltda. Polo del conocimiento. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7554392.pdf>

Fariño, J., Cercado, A., Vera, E., Valle, J. & Ocoña, A. (2018). *Satisfaction of the users and the quality of care provided in the operational units of primary health care*. Revista Espacios. Ecuador. <http://ww.revistaespacios.com/a18v39n32/a18v39n32p22.pdf>

Febres, R. & Mercado, M. (2020). *Patient satisfaction and quality of care of the internal medicine service of hospital Daniel Alcides Carrión. Huancayo – Perú*. Universidad Peruana Los Andes, Huancayo, Perú. <http://www.scielo.org.pe/pdf/rfmh/v20n3/2308-0531-rfmh-20-03-397.pdf>

- Flores, C. & Delgado, J. (2020). *Management by results to improve the quality of service in public entities*. Universidad Cesar Vallejo, Perú.  
<https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/150/181>
- Godoy, J. (2011). *The human capital in customer service and the quality of service*. Universidad Central de Venezuela, Venezuela.  
<https://www.redalyc.org/pdf/2190/219022148002.pdf>
- Guillen, O. & Valderrama, S. (2013). Guía Para Elaborar La Tesis Universitaria Escuela De Posgrado. Ando Educando, 150.  
[https://www.academia.edu/37024919/GU%C3%8DA\\_PARA\\_ELABORAR\\_LA\\_TESIS\\_UNIVERSITARIA\\_ESCUELA\\_DE\\_POSGRADO](https://www.academia.edu/37024919/GU%C3%8DA_PARA_ELABORAR_LA_TESIS_UNIVERSITARIA_ESCUELA_DE_POSGRADO)
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta ed.). McGraw-Hill. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- 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 Cesar Vallejo, Tarapoto, Perú.  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/26043/Huaita\\_RCPA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/26043/Huaita_RCPA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- ISO 10002:2004 (2004), *Gestión de la calidad. Satisfacción del cliente. Directrices para el tratamiento de las quejas en las organizaciones*.  
<http://www.informacionpublicapgr.gob.sv/descargables/sia/normativa-internacional/ISO%2010002%20Ed%202004QUEJAS.pdf>
- Jiménez, F. (2014). *Effects of the Customer Care System Financial Consumer (SAC) in the treatment of the legal requirement of financial consumer education*. Revista Civilizar.  
<https://revistas.usergioarboleda.edu.co/index.php/ceye/article/view/266>
- Matamoros, R. & Guerra, C. (2017). *Level of customer satisfaction in the private banking sector of Guayaquil, regarding claims reception channels*. Universidad Politécnica Salesiana- Ecuador.

<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/14885/1/UPS-GT002014.pdf>

Mejías, A., Godoy, E. & Piña, R. (2018). *Impact of the quality of services on customer satisfaction in a maintenance company*. Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado, Venezuela.

<https://revistas.uclave.org/index.php/Compendium/article/view/1656/945>

Monroy, M. & Urcádiz, F. (2018). *Service Quality incidence on commensal's satisfaction in restaurants La Paz, Mexico*. Investigación Administrativa.

<https://doi.org/10.35426/iav48n123.06>

Montaña, M., Morales, J., Moreno, E., Olmos, L., Ortiz, L., Ovalle, J. & Ramírez, D. (2016). *Percepción del proceso de quejas y reclamos en una facultad de medicina*. Revista Carta Comunitaria.

<https://revistas.juanncorpas.edu.co/index.php/cartacomunitaria/article/view/202/190>

Morocho, T. & Burgos, S. (2018). *Quality of services and customer satisfaction of the company Alpecorp S.A., 2018*. Revista Valor Agregado.

[https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri\\_va/article/view/1279](https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_va/article/view/1279)

Niño, V. (2011). *Metodología de la Investigación: Diseño y ejecución*. (2 da ed.). Ediciones de la U.

[https://www.academia.edu/35258714/METODOLOGIA\\_DE\\_LA\\_INVESTIGACION\\_DISENO\\_Y\\_EJECUCION](https://www.academia.edu/35258714/METODOLOGIA_DE_LA_INVESTIGACION_DISENO_Y_EJECUCION)

Palomo, M. (2014), *Atención al cliente*. Formación Profesional Básica.

[https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=WWWgBwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT9&dq=pAlomo+Mart%C3%ADnez,\(2014\),&ots=63958oDGbO&sig=vt3YvSRCyzHErqXbQZEPqPRJ2PU#v=onepage&q=pAlomo%20Mart%C3%ADnez%2C%20\(2014\)%2C&f=false](https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=WWWgBwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT9&dq=pAlomo+Mart%C3%ADnez,(2014),&ots=63958oDGbO&sig=vt3YvSRCyzHErqXbQZEPqPRJ2PU#v=onepage&q=pAlomo%20Mart%C3%ADnez%2C%20(2014)%2C&f=false)

Paredes, L. (2020). *Calidad de atención y satisfacción del usuario externo del centro de salud de zona rural peruana*. Revista Recien.

<https://revista.cep.org.pe/index.php/RECIEN/article/view/2/4>

- Pérez, E. & Villalobos, A. (2016). *Relationship between the quality of service and customer satisfaction in the company Chifa\_Polleria Mi Triumph Chiclayo*. Revista Científica Horizonte Empresarial. <http://revistas.uss.edu.pe/index.php/EMP/article/view/379>
- Pezo, V. (2020), *Carga procesal y calidad de atención en la administración de justicia del Poder Judicial Subsede Maynas Tarapoto, San Martín, 2019*. (Tesis de maestría), Universidad Cesar Vallejo, Tarapoto, Perú. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/47918/Pezo\\_FVV-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/47918/Pezo_FVV-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Poma, I., Ecccoña, A. & Silva, R. (2021). *Analysis of complaints and claims reported in the customer service of a cookie manufacturing Company*. Revista Agroindustrial Science. <https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/agroindsience/article/view/3443/4118>
- Rangel, E. & Ramírez, M. (2017). *Perception of the diner about the restaurants of the Outstanding Host program at Av. Revolución de Tijuana*. Revista Interamericana de Ambiente y Turismo. <https://doi.org/10.4067/s0718-235x2017000200138>
- Reglamento del Defensor del Cliente Financiero (2013), [https://dcf.bancaparatodos.com.pe/Publicacion/Download/?p=DCF\\_Reglamento\\_2013.doc](https://dcf.bancaparatodos.com.pe/Publicacion/Download/?p=DCF_Reglamento_2013.doc)
- Rivas, M. (2018). *Quality of attention from the perspective of the patient and the family caregiver in the Hogar Clínica San Juan de Dios – Chiclayo*. Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, Perú. <http://revistas.untrm.edu.pe/index.php/RICS/article/download/289/310>
- Rojas, C. & Calderón, P. (2021). *Proper handling of customer service to achieve satisfaction and loyalty*. Revista E- Idea Journal of business sciences. <https://revista.estudioidea.org/ojs/index.php/eidea/article/view/91/127>
- Rojas, C., Niebles, W., Pacheco, C. & Hernández, H. (2020). *Quality service as a key element of social responsibility in small and medium size enterprises*. Información Tecnológica. <https://doi.org/10.4067/s0718-07642020000400221>



- Romero, J. (2020), *Calidad de atención y satisfacción del usuario en el servicio Centro Obstétrico del Hospital II-2 Tarapoto, 2020*. (Tesis de maestría), Universidad Cesar Vallejo, Tarapoto, Perú.  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/57805/Romero\\_MJDJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/57805/Romero_MJDJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Ruiz, A., Valiente, Y. & Díaz, F. (2021). *Management Complaints and claims system and its influence on the quality of medical care in an outpatient clinic Albrecht Hospital Trujillo*. Revista Ciencia y Tecnología.  
<https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/PGM/article/view/3828>
- Salazar, X. (2015), *Políticas de formalización en américa latina*.  
[https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms\\_645159.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/documents/publication/wcms_645159.pdf)
- Salvatierra, C. (2018). *Special tax claim procedure against violations to taxpayer's rights: Case law criteria*. Derecho Público Iberoamericano, Chile.  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6707934.pdf>
- Shimabuku, R., Fernández, D., Granados, K., Maldonado, R. & Nakachi, G. (2014). *External user's complaints in a national reference pediatric cen*. Revista Anales de la facultad de medicina. [redalyc.org/pdf/379/37932447006.pdf](http://redalyc.org/pdf/379/37932447006.pdf)
- Siachoque, D. & Martínez, D. (2012). *Improvement to the "customer and operator support" process in the ministerial office of Information and Communications Technology*. Revista Signos.  
<https://revistas.usantotomas.edu.co/index.php/signos/article/view/942/1225>
- Suárez, G., Robles, R., Serrano, G., Serrano, H. Armijo, A. & Anchundia, R. (2019). *Perceived quality of care in CAI III health center Universidad*. Estatal de Milagro, Ecuador.  
<https://www.inspilip.gob.ec/wp-content/uploads/2019/03/Satisfacci%C3%B3n-de-usuarios-y-calidad-.pdf>
- Terrero, G., Fernández, F. & Estévez, Y. (2017). *La calidad en la atención al cliente: propuesta principal del plan de Marketing de servicios para el Palacio de Computación del municipio Guantánamo*. Revista Caribeña de Ciencias

Sociales <https://www.eumed.net/rev/caribe/2017/08/calidad-atencion-cliente.html>

Torres, C., Salete, M. & Sepúlveda, J. (2018). *Health service quality perception in the city of Arica, Chile: towards an improvement plan*. Revista de ingeniería industrial. <http://revistas.ubiobio.cl/index.php/RI/article/view/3812/3613>

Torres, M., Rojas, S. & Robayo, O. (2015). *Identification of levels in the quality services from petitions, complaints and claims in bank in Colombia 2007-2014*. Revista Libre Empresa. <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/libreempresa/article/view/861>

Torres, O., Enríquez, J. & Vallejos, A. (2019). *Attention to the client: an analysis to the service provided by restaurants in the city of Ibarra – Ecuador*. HOLOPRAXIS Ciencia, Tecnología e Innovación. <https://www.revistaholopraxis.com/index.php/ojs/article/view/104>

Túpac, N., Quispe, M., Alomia, D. & Geraldo, L. (2021). *Quality of care and its relationship with patient loyalty at the Paredes-Cusco clinic*. Revistas Pakamuros. <http://revistas.unj.edu.pe/index.php/pakamuros/article/view/238/308>

Valenzuela, et al. (2019), *La atención al cliente, el servicio, el producto y el precio como variables determinantes de la satisfacción del cliente en una pyme de servicios*. (artículo científico), Universidad de los Llanos, Colombia. <https://revistageon.unillanos.edu.co/index.php/geon/article/view/159/155>

Valenzuela, N., Buentello, C., Gomez, L. & Villareal, V. (2019). *Customer service, service, product and price as determining variables of customer satisfaction in a service SME*. Revista GEON. <https://revistageon.unillanos.edu.co/index.php/geon/article/view/159/155>

Valiente, Y. (2020). *Quality of service and its relationship with user satisfaction at Hospital High complexity “Virgen de la Puerta”*. Revista Científica Anuario Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

[https://anuarioeco.uo.edu.cu/index.php/aeco/article/view/5167#:~:text=Se%20concluye%20que%20existe%20una,est%C3%A1ndar%20\(P%20%3C%200.001\).](https://anuarioeco.uo.edu.cu/index.php/aeco/article/view/5167#:~:text=Se%20concluye%20que%20existe%20una,est%C3%A1ndar%20(P%20%3C%200.001).)

Varela, A. (2015), Lengua escrita y atención al cliente. Universidad de Murcia, España.  
<https://revistas.um.es/ril/article/view/246961/186951>

Vegas, R. (2019). *Regulations Ntc 10002 In The Management Of Complaints And Claims, Case: Prodelin Ltda.* Revista Avances: Investigación en ingeniería.  
<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/15902/Articulo%20Final%20formato%20universidad%20Libre%20Rafael%20Alejandro%20Vargas.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Zambrano, E. & Vera, T. (2020). *User perception of the quality of nursing staff care in the naval hospital surgery area.* Universidad Estatal de Milagros, Ecuador.  
<https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/2086/2112>

Zeithaml, V., Parasumary, A. y Berry, L. (1992). *Calidad total en la gestión de sercicios.*  
[https://www.academia.edu/29423776/CALIDAD\\_TOTAL\\_EN\\_LA\\_GESTIÓN\\_DE\\_SERVICIOS](https://www.academia.edu/29423776/CALIDAD_TOTAL_EN_LA_GESTIÓN_DE_SERVICIOS)

# **ANEXOS**

## MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

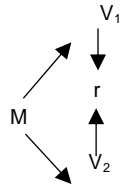
| Variables                     | Definición conceptual  | Definición operacional  | Dimensiones                          | Indicadores                                       | Escala de medición |
|-------------------------------|--|---|--------------------------------------|---|--------------------|
| V1: Atención al usuario       | Es parte de las estrategias de la gestión administrativa como de iniciar con planificación, organización, para una adecuada impresión, donde garantice confianza con los usuarios, al mismo tiempo se pueda lograr que se sienta complacido con la atención brindada (Flores & Delgado 2020) | Falta la consideración del investigador. Se medirá mediante un cuestionario                               | Elementos tangibles                  | Instalaciones físicas                             | Ordinal            |
|                               |  |   |                                      | Equipos   |                    |
|                               |  |   |                                      | Personal  |                    |
|                               |  |   |                                      | Materiales de comunicación                        |                    |
|                               |  |   | Fiabilidad                           | Servicio prometido                                |                    |
|                               |  |   |                                      | Cumplimiento de promesas                          |                    |
|                               |  |   |                                      | Soluciones integrales                             |                    |
|                               |  |   | Capacidad de respuesta               | Disposición y voluntad para ayudar a los usuarios |                    |
|                               |  |   |                                      | Interés x solucionar inconvenientes               |                    |
|                               |  |   |                                      | Proposición de alternativas                       |                    |
|                               |  |   |                                      | Rapidez en el servicio                            |                    |
|                               |  |   | Seguridad                            | Conocimientos                                     |                    |
|                               |  |   |                                      | Credibilidad                                      |                    |
| Confianza                     |  |   |                                      |   |                    |
| Empatía                       | Atención individualizada   |   |                                      |   |                    |
|                               | Conocimiento del problema  |   |                                      |   |                    |
|                               | Mejoramiento del servicio  |   |                                      |   |                    |
| V2: Formalización de reclamos | Es aquel proceso que realiza el usuario, originado por los problemas bien operacionales o ya sea comercial, que afectan indirectamente a la facturación o limitan el acceso individual a los servicios Resolución De Consejo Directivo N° 066- 2006-Sunass –Cd (2006).                       | Falta la consideración del investigador. Se medirá mediante un cuestionario sus dimensiones e indicadores | Investigación (inspección al predio) | Realización de pruebas                            | Ordinal            |
|                               |  |   |                                      | Inspección interna                                |                    |
|                               |  |   |                                      | Inspección externa                                |                    |
|                               |  |   |                                      | Tipos de reclamos                                 |                    |
|                               |  |   | Negociación (conciliación)           | Acuerdos entre ambas partes                       |                    |
|                               |  |   |                                      | Resolución de conflictos                          |                    |
|                               |  |   | Decisión                             | Informe técnico de control                        |                    |
| Declaración de del reclamo    |  |   |                                      |   |                    |

## Matriz de consistencia

### Atención al usuario con la decisión en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022

| Formulación del problema  | Objetivos  | Hipótesis   | Técnica e Instrumentos   |
|---|--|---|--|
| <p><b>Problema general.</b><br/>¿Cuál es la relación entre la atención al usuario y la formalización de reclamos en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022?</p> <p><b>Problemas específicos:</b><br/>¿Cuál es el nivel de atención al usuario en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022?</p> <p>¿Cuál es el nivel de formalización de reclamos en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022?</p> <p>¿Cuál es la relación entre la atención al usuario con la investigación en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022?</p> <p>¿Cuál es la relación entre la atención al usuario con la negociación en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022?</p> <p>¿Cuál es la relación entre la atención al usuario con la decisión en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022?</p> | <p><b>Objetivo General:</b><br/>Determinar la relación entre la atención al usuario y la formalización de reclamos en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022.</p> <p><b>Objetivos Específicos:</b><br/>Identificar el nivel de atención al usuario en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022.</p> <p>Identificar el nivel de formalización de reclamos en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022.</p> <p>Identificar la relación entre la atención al usuario con la investigación en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022.</p> <p>Identificar la relación entre la atención al usuario con la negociación en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022.</p> <p>Identificar la relación entre la atención al usuario con la decisión en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022.</p> | <p><b>Hipótesis general:</b><br/>H1: Existe relación significativa entre la atención al usuario y formalización de reclamos en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022.</p> <p><b>Hipótesis específicas:</b><br/>H1: El nivel de atención al usuario en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022, es bueno.</p> <p>H2: El nivel de formalización de reclamos en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022, es bueno.</p> <p>H3: Existe relación significativa entre la atención al usuario con la investigación en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022.</p> <p>H4: Existe relación significativa entre la atención al usuario con la negociación en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022.</p> <p>H5: Existe relación significativa entre la atención al usuario con la decisión en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022.</p> | <p><b>Técnica</b></p> <p>Encuesta</p> <p><b>Instrumentos</b></p> <p>Cuestionario</p> |
| <b>Diseño de investigación</b>  | <b>Población y muestra</b>   | <b>Variables y dimensiones</b>  |  |

**Diseño de investigación.** Tipo no experimental de corte transversal



Donde:  
 M = Muestra  
 V1= Atención al usuario  
 V2= Formalización de reclamos  
 r = Relación entre variable

**Población**

Estará conformado por los 33,545 usuarios.

**Muestra**

Estará conformado por 379 usuarios.

| Variables                 | Dimensiones                          |
|---------------------------|--------------------------------------|
| Atención al usuario       | Elementos tangibles                  |
|                           | Fiabilidad                           |
|                           | Capacidad de respuesta               |
|                           | Seguridad                            |
| Formalización de reclamos | Empatía                              |
|                           | Investigación (inspección al predio) |
|                           | Negociación (conciliación)           |
|                           | Decisión                             |

## Instrumento de recolección de datos

### Cuestionario: Atención al usuario

#### Datos generales:

Nº de cuestionario: ..... Fecha de recolección: ...../...../.....

Introducción:

Estimado (a) amigo (a) en esta oportunidad recurro a usted con la finalidad de pedirle su apoyo para responder al siguiente cuestionario que tiene como objetivo identificar el nivel de atención al usuario.

Instrucciones:

Marque con una X la opción acorde a lo que piensa, para cada una de las siguientes interrogantes. Recuerde que no existen respuestas verdaderas o falsas por lo que sus respuestas son resultado de su apreciación personal, además, la respuesta que vierta es totalmente reservada y se guardará confidencialidad. Por último, considere la siguiente escala de medición:

| Escala de medición |   |
|--------------------|---|
| Nunca              | 1 |
| Casi nunca         | 2 |
| A veces            | 3 |
| Casi siempre       | 4 |
| Siempre            | 5 |

| Nº                                    | ÍTEM DE ATENCIÓN  | ESCALA |   |   |   |   |
|---------------------------------------|---|--------|---|---|---|---|
|                                       |   | 1      | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <b>DIMENSIÓN: Elementos tangibles</b> |   |        |   |   |   |   |
| 01                                    | ¿La Empresa cuenta con instalaciones físicas seguras que le permite brindar un servicio eficiente a los usuarios? |        |   |   |   |   |
| 02                                    | ¿La entidad posee equipos tecnológicos modernos y cuenta con los materiales necesarios para prestar el servicio?  |        |   |   |   |   |
| 03                                    | El personal de EMAPA San Martín muestra interés por cumplir con lo ofrecido dentro del plazo estipulado.          |        |   |   |   |   |



|  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|
| 04                                       | ¿La entidad posee herramientas de comunicación eficiente para difundir información relevante al personal y a los usuarios? |  |  |  |  |  |
| <b>DIMENSIÓN: Fiabilidad</b>             |  |  |  |  |  |  |
| 05                                       | ¿El personal brinda un servicio oportuno y confiable?  |  |  |  |  |  |
| 06                                       | ¿El personal se esfuerza por cumplir con las promesas que realiza a los usuarios?  |  |  |  |  |  |
| 07                                       | El personal de EMAPA San Martín brinda soluciones integrales a los trámites y procesos solicitados.                        |  |  |  |  |  |
| <b>DIMENSIÓN: Capacidad de respuesta</b> |  |  |  |  |  |  |
| 08                                       | El personal muestra disposición para ayudar a los usuarios en sus problemas y dificultades.                                |  |  |  |  |  |
| 09                                       | ¿El personal se interesa por conocer las inquietudes y necesidades de los usuarios?  |  |  |  |  |  |
| 10                                       | ¿El personal propone alternativas de solución en función a los problemas que presenta el usuario?                          |  |  |  |  |  |
| 11                                       | ¿El personal ofrece un servicio rápido, sin largas colas ni esperas?   |  |  |  |  |  |
| <b>DIMENSIÓN: Seguridad</b>              |  |  |  |  |  |  |
| 12                                       | El personal tiene los conocimientos suficientes para responder a las consultas de los usuarios.                            |  |  |  |  |  |
| 13                                       | ¿El personal inspira credibilidad en la información que facilita al usuario?   |  |  |  |  |  |
| 14                                       | ¿El personal genera confianza en la atención que brinda a los usuarios y en los trámites que realiza?                      |  |  |  |  |  |
| <b>DIMENSIÓN: Empatía</b>                |  |  |  |  |  |  |
| 15                                       | El personal ofrece una atención personalizada a los usuarios.  |  |  |  |  |  |
| 16                                       | El personal se preocupa por los mejores intereses de los usuarios y resolver sus problemas.                                |  |  |  |  |  |
| 17                                       | El personal como parte del mejoramiento del servicio ofrece una atención amable, respetuosa y empática.                    |  |  |  |  |  |

## Cuestionario 02: Formalización de reclamos

### Cuestionario: Formalización de reclamos

#### Datos generales:

N° de cuestionario: ..... Fecha de recolección: ...../...../.....

#### Introducción:

Estimado (a) amigo (a) en esta oportunidad recorro a usted con la finalidad de pedirle su apoyo para responder al siguiente cuestionario que tiene como objetivo identificar el nivel de formalización de reclamos.

#### Instrucciones:

Marque con una X la opción acorde a lo que piensa, para cada una de las siguientes interrogantes. Recuerde que no existen respuestas verdaderas o falsas por lo que sus respuestas son resultado de su apreciación personal, además, la respuesta que vierta es totalmente reservada y se guardará confidencialidad. Por último, considere la siguiente escala de medición:

| Escala de medición |   |
|--------------------|---|
| Nunca              | 1 |
| Casi nunca         | 2 |
| A veces            | 3 |
| Casi siempre       | 4 |
| Siempre            | 5 |

| N°   | ÍTEMS DE FORMALIZACIÓN DE RECLAMOS  | ESCALA |   |   |   |   |
|--|---|--------|---|---|---|---|
|  |   | 1      | 2 | 3 | 4 | 5 |
| <b>DIMENSIÓN:</b> Investigación (inspección al predio) |   |        |   |   |   |   |
| 01   | ¿La empresa cuenta con plataformas (física y virtual) para que el usuario pueda emitir sin inconvenientes sus reclamos y presentar sus pruebas? |        |   |   |   |   |

|  |   |  |  |  |  |  |
|--|---|--|--|--|--|--|
| 02   | ¿La empresa prevé información necesaria sobre las inspecciones internas en los predios?   |  |  |  |  |  |
| 03   | ¿La empresa prevé información necesaria sobre las inspecciones externas del servicio que oferta?  |  |  |  |  |  |
| 04   | ¿El personal de turno explica al usuario que tipo de reclamo debe hacer de acuerdo con su caso?   |  |  |  |  |  |
| 05   | ¿El personal comprende los motivos del reclamo y se muestran dispuesto a mejorar las falencias detectadas en aras de garantizar la eficiencia del servicio? |  |  |  |  |  |
| 06   | El personal valora y analiza los reclamos emitidos por los usuarios y se plantean medidas de corrección inmediatas.   |  |  |  |  |  |
| <b>DIMENSIÓN: Negociación (conciliación)</b> |   |  |  |  |  |  |
| 07   | ¿El personal de turno brinda respuesta adecuada frente a los reclamos y quejas efectuadas por los usuarios?   |  |  |  |  |  |
| 08   | ¿El personal de turno emite soluciones puntuales a los reclamos expuestos por los usuarios ante la entidad?   |  |  |  |  |  |
| 09   | ¿Se llega a buenos acuerdos entre el usuario y la institución?  |  |  |  |  |  |
| 10   | ¿La respuesta emitida por la empresa sobre el reclamo es justa?   |  |  |  |  |  |
| 11   | ¿Se llega a conciliaciones exitosas entre ambas partes?   |  |  |  |  |  |
| <b>DIMENSIÓN: Decisión</b>                   |   |  |  |  |  |  |
| 12   | ¿La entidad presenta algún informe de manera física y virtual sobre la conclusión del reclamo?  |  |  |  |  |  |
| 13   | ¿Se notifica al usuario en su domicilio fiscal sobre la respuesta del reclamo emitida por la entidad?   |  |  |  |  |  |
| 14   | ¿La respuesta resolución emitida por la empresa le genera satisfacción?   |  |  |  |  |  |

## Validez del contenido

### INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

#### I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto : Mg., Francis Stefanny Flores Rojas  
 Institución donde labora : SUNARP -Taripto  
 Especialidad : Magister en Gestión Pública  
 Instrumento de evaluación : Cuestionario Atención al usuario  
 Autor del instrumento : Br., Danny Melissa Flores Reyna

#### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

| CRITERIOS            | INDICADORES   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5  |
|----------------------|---|---|---|---|---|----|
| CLARIDAD             | Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.  |   |   |   |   | X  |
| OBJETIVIDAD          | Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable, en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.   |   |   |   |   | X  |
| ACTUALIDAD           | El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: <b>Atención al usuario.</b>   |   |   |   |   | X  |
| ORGANIZACIÓN         | Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permitan hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación. |   |   |   |   | X  |
| SUFICIENCIA          | Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.  |   |   |   | X |    |
| INTENCIONALIDAD      | Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio: <b>Atención al usuario.</b>   |   |   |   |   | X  |
| CONSISTENCIA         | La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.   |   |   |   |   | X  |
| COHERENCIA           | Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: <b>Atención al usuario.</b>   |   |   |   |   | X  |
| METODOLOGÍA          | La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.   |   |   |   |   | X  |
| PERTINENCIA          | La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.   |   |   |   |   | X  |
| <b>PUNTAJE TOTAL</b> |   |   |   |   |   | 40 |

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

#### III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Los criterios de evaluación del instrumento son adecuados, por lo que es válido para su aplicación.

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

49

Taripto, 30 de mayo de 2022


**INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA**

**II. DATOS GENERALES**

Apellidos y nombres del experto : Mg., Francis Stefanny Flores Rojas  
 Institución donde labora : SUNARP -Tarapoto  
 Especialidad : Magister en Gestión Pública  
 Instrumento de evaluación : Cuestionario Formalización de reclamos  
 Autor del instrumento : Br. Danny Melissa Flores Reyna

**III. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

| CRITERIOS            | INDICADORES  | 1 | 2 | 3 | 4  | 5 |
|----------------------|--|---|---|---|----|---|
| CLARIDAD             | Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.   |   |   |   | X  |   |
| OBJETIVIDAD          | Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable, en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.  |   |   |   |    | X |
| ACTUALIDAD           | El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: <b>Formalización de reclamos.</b>  |   |   |   |    | X |
| ORGANIZACIÓN         | Los ítems del instrumento reflejan organización lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación. |   |   |   |    | X |
| SUFICIENCIA          | Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.   |   |   |   |    | X |
| INTENCIONALIDAD      | Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio: <b>Formalización de reclamos.</b>  |   |   |   |    | X |
| CONSISTENCIA         | La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.  |   |   |   |    | X |
| COHERENCIA           | Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: <b>Formalización de reclamos.</b>  |   |   |   |    | X |
| METODOLOGÍA          | La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.  |   |   |   |    | X |
| PERTINENCIA          | La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.  |   |   |   |    | X |
| <b>PUNTAJE TOTAL</b> |  |   |   |   | 49 |   |

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

**IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD.**

Los criterios de evaluación del instrumento son adecuados, por lo que es válido para su aplicación.

**PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

49

Tarapoto, 30 de mayo de 2022

  
 Danny Melissa Flores Reyna  
 Magister en Gestión Pública  
 UNP 202021

**INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA**

**I. DATOS GENERALES**

Apellidos y nombres del experto : Dr., Héctor Manuel Suarez Ríos  
 Institución donde labora : Universidad Nacional de San Martín  
 Especialidad : Doctor en Gestión Pública  
 Instrumento de evaluación : Cuestionario: Atención al usuario  
 Autor del instrumento : Br., Danny Melissa Flores Reyna

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

**MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)**

| CRITERIOS            | INDICADORES   | 1 | 2 | 3 | 4         | 5 |
|----------------------|---|---|---|---|-----------|---|
| CLARIDAD             | Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.  |   |   |   |           | X |
| OBJETIVIDAD          | Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable, en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.   |   |   |   |           | X |
| ACTUALIDAD           | El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: <b>Atención al usuario.</b>   |   |   |   |           | X |
| ORGANIZACIÓN         | Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación. |   |   |   |           | X |
| SUFICIENCIA          | Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.  |   |   |   |           | X |
| INTENCIONALIDAD      | Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio: <b>Atención al usuario.</b>   |   |   |   |           | X |
| CONSISTENCIA         | La información que se recoja a través de los ítems del instrumento permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.  |   |   |   |           | X |
| COHERENCIA           | Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: <b>Atención al usuario.</b>   |   |   |   |           | X |
| METODOLOGÍA          | La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.   |   |   |   |           | X |
| PERTINENCIA          | La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.   |   |   |   | X         |   |
| <b>PUNTAJE TOTAL</b> |   |   |   |   | <b>49</b> |   |

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

**III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD**

Los criterios de evaluación del instrumento son adecuados, coherentes y claros con el propósito al tema de investigación; por lo que es válido para su aplicación.

**PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

**49**



Tarapoto, 31 de mayo de 2022

**INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA**

**II. DATOS GENERALES**

Apellidos y nombres del experto : Dr., Héctor Manuel Suarez Ríos  
 Institución donde labora : Universidad Nacional de San Martín  
 Especialidad : Doctor en Gestión Pública  
 Instrumento de evaluación : Cuestionario: Formalización de reclamos  
 Autor del instrumento : Br. Danny Melissa Flores Reyna

**III. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

| CRITERIOS            | INDICADORES   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5         |
|----------------------|---|---|---|---|---|-----------|
| CLARIDAD             | Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.  |   |   |   |   | X         |
| OBJETIVIDAD          | Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable, en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.   |   |   |   |   | X         |
| ACTUALIDAD           | El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: <b>Formalización de reclamos</b>  |   |   |   |   | X         |
| ORGANIZACIÓN         | Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación. |   |   |   |   | X         |
| SUFICIENCIA          | Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.  |   |   |   |   | X         |
| INTENCIONALIDAD      | Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio: <b>Formalización de reclamos.</b>   |   |   |   |   | X         |
| CONSISTENCIA         | La información que se recoja a través de los ítems del instrumento permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.  |   |   |   |   | X         |
| COHERENCIA           | Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: <b>Formalización de reclamos</b>  |   |   |   |   | X         |
| METODOLOGÍA          | La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.   |   |   |   |   | X         |
| PERTINENCIA          | La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.   |   |   |   | X |           |
| <b>PUNTAJE TOTAL</b> |   |   |   |   |   | <b>49</b> |

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente", sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

**IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD.**

Los criterios de evaluación del instrumento son adecuados, coherentes y claros con el propósito al tema de investigación; por lo que es válido para su aplicación.

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

49

Tarapoto, 31 de mayo de 2022



HÉCTOR MANUEL SUAREZ RÍOS  
 DR. EN GESTIÓN PÚBLICA Y GOBERNABILIDAD  
 DNI 38687785

## INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

### I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Dr. Delgado Bardales, José Manuel  
Institución donde labora : Universidad Cesar Vallejo  
Especialidad : Doctor en Gestión Universitaria  
Instrumento de evaluación : Cuestionario: Atención al usuario  
Autor (s) del instrumento (s) : Dr. Flores Reyna, Danny Melissa

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

| CRITERIOS            | INDICADORES   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5         |
|----------------------|---|---|---|---|---|-----------|
| CLARIDAD             | Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.  |   |   |   |   | X         |
| OBJETIVIDAD          | Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable Atención al usuario, en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.                                       |   |   |   |   | X         |
| ACTUALIDAD           | El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: <b>Atención al usuario</b>  |   |   |   |   | X         |
| ORGANIZACIÓN         | Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación. |   |   |   | X |           |
| SUFICIENCIA          | Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable: dimensiones e indicadores.  |   |   |   |   | X         |
| INTENCIONALIDAD      | Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio: <b>Atención al usuario</b>  |   |   |   | X |           |
| CONSISTENCIA         | La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.   |   |   |   | X |           |
| COHERENCIA           | Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: <b>Atención al usuario</b>  |   |   |   |   | X         |
| METODOLOGÍA          | La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.   |   |   |   |   | X         |
| PERTINENCIA          | La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.   |   |   |   | X |           |
| <b>PUNTAJE TOTAL</b> |   |   |   |   |   | <b>46</b> |

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

### III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Instrumento válido para su aplicación

PROMEDIO DE VALORACIÓN: **4.6 = excelente**

Tarapoto, 27 de junio de 2022

  
Dr. José Manuel Delgado Bardales  
DOCENTE POS GRADO



## INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

### I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Dr. Delgado Bardales, José Manuel  
 Institución donde labora : Universidad César Vallejo  
 Especialidad : Doctor en Gestión Universitaria  
 Instrumento de evaluación : Cuestionario: Formalización de reclamos  
 Autor (s) del instrumento (s) : Br. Flores Reyna, Danny Melissa

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

⊕ MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

| CRITERIOS            | INDICADORES   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5  |
|----------------------|---|---|---|---|---|----|
| CLARIDAD             | Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.  |   |   |   |   | X  |
| OBJETIVIDAD          | Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable Formalización de reclamos, en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.                                 |   |   |   |   | X  |
| ACTUALIDAD           | El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológica, innovación y legal inherente a la variable <b>Formalización de reclamos</b> .   |   |   |   |   | X  |
| ORGANIZACIÓN         | Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación. |   |   |   | X |    |
| SUFICIENCIA          | Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.  |   |   |   |   | X  |
| INTENCIONALIDAD      | Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio: <b>Formalización de reclamos</b> .  |   |   |   | X |    |
| CONSISTENCIA         | La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.   |   |   |   | X |    |
| COHERENCIA           | Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable: <b>Formalización de reclamos</b> .  |   |   |   |   | X  |
| METODOLOGÍA          | La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.   |   |   |   |   | X  |
| PERTINENCIA          | La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.   |   |   |   | X |    |
| <b>PUNTAJE TOTAL</b> |   |   |   |   |   | 46 |

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

### III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Instrumento válido para su aplicación

PROMEDIO DE VALORACIÓN: **4.6 = excelente**

Tarapoto, 27 de junio de 2022

  
 Dr. José Manuel Delgado Bardales  
 DOCENTE POS GRADO

# AUTORIZACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

**EMAPA SAN MARTÍN S.A.**



Tarapoto, 09 de junio de 2022.

## **CARTA N° 386-2022-EMAPA-SM-SA-GG**

SEÑORA:

**Danny Melissa Flores Reyna**

Estudiante de Maestría en Gestión Pública en la Universidad César Vallejo  
Ciudad -

Asunto : Comunica Autorización para realizar Investigación de Tesis de Maestría y recolección de datos en la Empresa Prestadora.

Referencia : Solicito Autorización de Investigación para Tesis de Maestría y recolección de datos.

Es grato dirigirme a usted para saludarlo cordialmente y al mismo tiempo comunicarle que la vuestra institución Emapa San Martín S.A., ha Autorizado a su persona la realización de su tesis "Atención al usuario y formalización de reclamos en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022" y poder realizar la recolección de datos en las instalaciones de local comercial de la Empresa Prestadora.

Sin otro particular, me suscribo de usted.

Atentamente



**ING. MARGOT VÁSQUEZ PANDURO**  
**Gerente General**

C.D. Andino  
182454

- 🌐 [www.emapasanmartin.com](http://www.emapasanmartin.com)
- 📍 Jr. Federico Sánchez N° 900
- ☎ 942718385 - 982085216
- 📍 Emapa San Martín

## Base de datos

### V1: Atención al usuario

| Nº | p1 | p2 | p3 | p4 | p5 | p6 | p7 | p8 | p9 | p10 | p11 | p12 | p13 | p14 | p15 | p16 | p17 | Total | Categoría |
|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|-----------|
| 1  | 2  | 3  | 3  | 2  | 2  | 2  | 3  | 3  | 3  | 2   | 2   | 3   | 2   | 3   | 3   | 2   | 3   | 43    | Regular   |
| 2  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4   | 3   | 3   | 3   | 3   | 4   | 3   | 3   | 57    | Regular   |
| 3  | 1  | 1  | 1  | 2  | 2  | 1  | 1  | 1  | 1  | 2   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 20    | Malo      |
| 4  | 1  | 2  | 2  | 2  | 1  | 1  | 2  | 2  | 2  | 1   | 1   | 2   | 1   | 2   | 2   | 1   | 2   | 27    | Malo      |
| 5  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3   | 3   | 4   | 3   | 4   | 3   | 3   | 4   | 58    | Regular   |
| 6  | 1  | 2  | 2  | 2  | 2  | 1  | 2  | 2  | 2  | 2   | 1   | 2   | 1   | 2   | 2   | 1   | 2   | 29    | Malo      |
| 7  | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 67    | Bueno     |
| 8  | 3  | 2  | 3  | 2  | 3  | 3  | 2  | 2  | 3  | 3   | 3   | 2   | 3   | 2   | 3   | 3   | 2   | 44    | Regular   |
| 9  | 4  | 4  | 5  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 1  | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 64    | Bueno     |
| 10 | 5  | 4  | 5  | 4  | 5  | 5  | 4  | 4  | 1  | 5   | 5   | 4   | 5   | 4   | 5   | 5   | 4   | 74    | Bueno     |
| 11 | 4  | 4  | 4  | 5  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4  | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 71    | Bueno     |
| 12 | 3  | 2  | 4  | 3  | 2  | 3  | 2  | 2  | 4  | 2   | 3   | 2   | 3   | 2   | 4   | 3   | 2   | 46    | Regular   |
| 13 | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 2  | 3  | 3  | 4  | 2   | 2   | 3   | 2   | 3   | 2   | 2   | 3   | 42    | Regular   |
| 14 | 4  | 3  | 4  | 2  | 3  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3   | 4   | 3   | 4   | 3   | 4   | 4   | 3   | 58    | Regular   |
| 15 | 2  | 2  | 1  | 1  | 2  | 2  | 2  | 2  | 1  | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 1   | 2   | 2   | 30    | Malo      |
| 16 | 2  | 3  | 3  | 2  | 2  | 2  | 3  | 3  | 3  | 2   | 2   | 3   | 2   | 3   | 3   | 2   | 3   | 43    | Regular   |
| 17 | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4   | 3   | 3   | 3   | 3   | 4   | 3   | 3   | 57    | Regular   |
| 18 | 1  | 1  | 1  | 2  | 2  | 1  | 1  | 1  | 1  | 2   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 20    | Malo      |
| 19 | 1  | 2  | 2  | 2  | 1  | 1  | 2  | 2  | 2  | 1   | 1   | 2   | 1   | 2   | 2   | 1   | 2   | 27    | Malo      |
| 20 | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3   | 3   | 4   | 3   | 4   | 3   | 3   | 4   | 58    | Regular   |
| 21 | 2  | 3  | 3  | 2  | 2  | 2  | 3  | 3  | 3  | 2   | 2   | 3   | 2   | 3   | 3   | 2   | 3   | 43    | Regular   |
| 22 | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 3  | 3  | 3  | 4  | 4   | 3   | 3   | 3   | 3   | 4   | 3   | 3   | 57    | Regular   |
| 23 | 1  | 1  | 1  | 2  | 2  | 1  | 1  | 1  | 1  | 2   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 20    | Malo      |
| 24 | 1  | 2  | 2  | 2  | 1  | 1  | 2  | 2  | 2  | 1   | 1   | 2   | 1   | 2   | 2   | 1   | 2   | 27    | Malo      |
| 25 | 3  | 4  | 3  | 4  | 3  | 3  | 4  | 4  | 3  | 3   | 3   | 4   | 3   | 4   | 3   | 3   | 4   | 58    | Regular   |
| 26 | 1  | 2  | 2  | 2  | 2  | 1  | 2  | 2  | 2  | 2   | 1   | 2   | 1   | 2   | 2   | 1   | 2   | 29    | Malo      |
| 27 | 4  | 4  | 4  | 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 67    | Bueno     |
| 28 | 3  | 2  | 3  | 2  | 3  | 3  | 2  | 2  | 3  | 3   | 3   | 2   | 3   | 2   | 3   | 3   | 2   | 44    | Regular   |
| 29 | 4  | 4  | 5  | 3  | 3  | 4  | 4  | 4  | 1  | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 64    | Bueno     |
| 30 | 5  | 4  | 5  | 4  | 5  | 5  | 4  | 4  | 1  | 5   | 5   | 4   | 5   | 4   | 5   | 5   | 4   | 74    | Bueno     |
| 31 | 4  | 4  | 4  | 5  | 5  | 4  | 4  | 4  | 4  | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 71    | Bueno     |
| 32 | 3  | 2  | 4  | 3  | 2  | 3  | 2  | 2  | 4  | 2   | 3   | 2   | 3   | 2   | 4   | 3   | 2   | 46    | Regular   |
| 33 | 2  | 3  | 2  | 2  | 2  | 2  | 3  | 3  | 4  | 2   | 2   | 3   | 2   | 3   | 2   | 2   | 3   | 42    | Regular   |
| 34 | 4  | 3  | 4  | 2  | 3  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3   | 4   | 3   | 4   | 3   | 4   | 4   | 3   | 58    | Regular   |
| 35 | 2  | 2  | 1  | 1  | 2  | 2  | 2  | 2  | 1  | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 1   | 2   | 2   | 30    | Malo      |

|    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |         |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|---------|
| 36 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 43 | Regular |
| 37 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 57 | Regular |
| 38 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 20 | Malo    |
| 39 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 27 | Malo    |
| 40 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 58 | Regular |
| 41 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 43 | Regular |
| 42 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 57 | Regular |
| 43 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 20 | Malo    |
| 44 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 27 | Malo    |
| 45 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 58 | Regular |
| 46 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 29 | Malo    |
| 47 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 67 | Bueno   |
| 48 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 44 | Regular |
| 49 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 1 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 64 | Bueno   |
| 50 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 1 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 74 | Bueno   |
| 51 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 71 | Bueno   |
| 52 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 46 | Regular |
| 53 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 42 | Regular |
| 54 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 58 | Regular |
| 55 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 30 | Malo    |
| 56 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 43 | Regular |
| 57 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 57 | Regular |
| 58 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 20 | Malo    |
| 59 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 27 | Malo    |
| 60 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 58 | Regular |
| 61 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 43 | Regular |
| 62 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 57 | Regular |
| 63 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 20 | Malo    |
| 64 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 27 | Malo    |
| 65 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 58 | Regular |
| 66 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 29 | Malo    |
| 67 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 67 | Bueno   |
| 68 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 44 | Regular |
| 69 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 1 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 64 | Bueno   |
| 70 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 1 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 74 | Bueno   |
| 71 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 71 | Bueno   |
| 72 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 46 | Regular |
| 73 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 42 | Regular |
| 74 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 58 | Regular |
| 75 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 30 | Malo    |
| 76 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 43 | Regular |

|     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |         |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|---------|
| 77  | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 57 | Regular |
| 78  | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 20 | Malo    |
| 79  | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 27 | Malo    |
| 80  | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 58 | Regular |
| 81  | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 43 | Regular |
| 82  | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 57 | Regular |
| 83  | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 20 | Malo    |
| 84  | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 27 | Malo    |
| 85  | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 58 | Regular |
| 86  | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 29 | Malo    |
| 87  | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 67 | Bueno   |
| 88  | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 44 | Regular |
| 89  | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 1 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 64 | Bueno   |
| 90  | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 1 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 74 | Bueno   |
| 91  | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 71 | Bueno   |
| 92  | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 46 | Regular |
| 93  | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 42 | Regular |
| 94  | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 58 | Regular |
| 95  | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 30 | Malo    |
| 96  | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 43 | Regular |
| 97  | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 57 | Regular |
| 98  | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 20 | Malo    |
| 99  | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 27 | Malo    |
| 100 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 58 | Regular |
| 101 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 43 | Regular |
| 102 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 57 | Regular |
| 103 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 20 | Malo    |
| 104 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 27 | Malo    |
| 105 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 58 | Regular |
| 106 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 29 | Malo    |
| 107 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 67 | Bueno   |
| 108 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 44 | Regular |
| 109 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 1 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 64 | Bueno   |
| 110 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 1 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 74 | Bueno   |
| 111 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 71 | Bueno   |
| 112 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 46 | Regular |
| 113 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 42 | Regular |
| 114 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 58 | Regular |
| 115 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 30 | Malo    |
| 116 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 43 | Regular |
| 117 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 57 | Regular |



|     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |         |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|---------|
| 159 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 27 | Malo    |
| 160 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 58 | Regular |
| 161 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 43 | Regular |
| 162 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 57 | Regular |
| 163 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 20 | Malo    |
| 164 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 27 | Malo    |
| 165 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 58 | Regular |
| 166 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 29 | Malo    |
| 167 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 67 | Bueno   |
| 168 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 44 | Regular |
| 169 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 1 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 64 | Bueno   |
| 170 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 1 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 74 | Bueno   |
| 171 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 71 | Bueno   |
| 172 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 46 | Regular |
| 173 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 42 | Regular |
| 174 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 58 | Regular |
| 175 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 30 | Malo    |
| 176 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 43 | Regular |
| 177 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 57 | Regular |
| 178 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 20 | Malo    |
| 179 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 27 | Malo    |
| 180 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 58 | Regular |
| 181 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 43 | Regular |
| 182 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 57 | Regular |
| 183 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 20 | Malo    |
| 184 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 27 | Malo    |
| 185 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 58 | Regular |
| 186 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 29 | Malo    |
| 187 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 67 | Bueno   |
| 188 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 44 | Regular |
| 189 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 1 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 64 | Bueno   |
| 190 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 1 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 74 | Bueno   |
| 191 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 71 | Bueno   |
| 192 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 46 | Regular |
| 193 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 42 | Regular |
| 194 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 58 | Regular |
| 195 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 30 | Malo    |
| 196 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 43 | Regular |
| 197 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 57 | Regular |
| 198 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 20 | Malo    |
| 199 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 27 | Malo    |

|     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |         |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|---------|
| 200 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 58 | Regular |
| 201 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 43 | Regular |
| 202 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 57 | Regular |
| 203 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 20 | Malo    |
| 204 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 27 | Malo    |
| 205 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 58 | Regular |
| 206 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 29 | Malo    |
| 207 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 67 | Bueno   |
| 208 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 44 | Regular |
| 209 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 1 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 64 | Bueno   |
| 210 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 1 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 74 | Bueno   |
| 211 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 71 | Bueno   |
| 212 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 46 | Regular |
| 213 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 42 | Regular |
| 214 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 58 | Regular |
| 215 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 30 | Malo    |
| 216 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 43 | Regular |
| 217 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 57 | Regular |
| 218 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 20 | Malo    |
| 219 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 27 | Malo    |
| 220 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 58 | Regular |
| 221 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 43 | Regular |
| 222 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 57 | Regular |
| 223 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 20 | Malo    |
| 224 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 27 | Malo    |
| 225 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 58 | Regular |
| 226 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 29 | Malo    |
| 227 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 67 | Bueno   |
| 228 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 44 | Regular |
| 229 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 1 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 64 | Bueno   |
| 230 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 1 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 74 | Bueno   |
| 231 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 71 | Bueno   |
| 232 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 46 | Regular |
| 233 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 42 | Regular |
| 234 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 58 | Regular |
| 235 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 30 | Malo    |
| 236 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 43 | Regular |
| 237 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 57 | Regular |
| 238 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 20 | Malo    |
| 239 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 27 | Malo    |
| 240 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 58 | Regular |



|     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |         |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|---------|
| 241 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 43 | Regular |
| 242 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 58 | Regular |
| 243 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 20 | Malo    |
| 244 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 27 | Malo    |
| 245 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 44 | Regular |
| 246 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 1 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 64 | Bueno   |
| 247 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 1 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 74 | Bueno   |
| 248 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 71 | Bueno   |
| 249 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 46 | Regular |
| 250 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 42 | Regular |
| 251 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 58 | Regular |
| 252 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 30 | Malo    |
| 253 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 43 | Regular |
| 254 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 57 | Regular |
| 255 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 20 | Malo    |
| 256 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 27 | Malo    |
| 257 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 58 | Regular |
| 258 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 43 | Regular |
| 259 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 57 | Regular |
| 260 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 20 | Malo    |
| 261 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 27 | Malo    |
| 262 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 58 | Regular |
| 263 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 29 | Malo    |
| 264 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 67 | Bueno   |
| 265 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 44 | Regular |
| 266 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 1 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 64 | Bueno   |
| 267 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 1 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 74 | Bueno   |
| 268 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 71 | Bueno   |
| 269 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 46 | Regular |
| 270 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 42 | Regular |
| 271 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 58 | Regular |
| 272 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 30 | Malo    |
| 273 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 43 | Regular |
| 274 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 57 | Regular |
| 275 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 20 | Malo    |
| 276 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 27 | Malo    |
| 277 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 58 | Regular |
| 278 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 43 | Regular |
| 279 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 57 | Regular |
| 280 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 20 | Malo    |
| 281 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 27 | Malo    |

|     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |         |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|---------|
| 282 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 58 | Regular |
| 283 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 29 | Malo    |
| 284 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 67 | Bueno   |
| 285 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 44 | Regular |
| 286 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 1 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 64 | Bueno   |
| 287 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 1 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 74 | Bueno   |
| 288 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 71 | Bueno   |
| 289 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 46 | Regular |
| 290 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 42 | Regular |
| 291 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 58 | Regular |
| 292 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 30 | Malo    |
| 293 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 43 | Regular |
| 294 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 57 | Regular |
| 295 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 20 | Malo    |
| 296 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 27 | Malo    |
| 297 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 58 | Regular |
| 298 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 43 | Regular |
| 299 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 57 | Regular |
| 300 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 20 | Malo    |
| 301 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 27 | Malo    |
| 302 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 58 | Regular |
| 303 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 29 | Malo    |
| 304 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 67 | Bueno   |
| 305 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 44 | Regular |
| 306 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 1 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 64 | Bueno   |
| 307 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 1 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 74 | Bueno   |
| 308 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 71 | Bueno   |
| 309 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 46 | Regular |
| 310 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 42 | Regular |
| 311 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 58 | Regular |
| 312 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 30 | Malo    |
| 313 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 43 | Regular |
| 314 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 57 | Regular |
| 315 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 20 | Malo    |
| 316 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 27 | Malo    |
| 317 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 58 | Regular |
| 318 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 43 | Regular |
| 319 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 57 | Regular |
| 320 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 20 | Malo    |
| 321 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 27 | Malo    |
| 322 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 58 | Regular |

|     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |         |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|---------|
| 323 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 29 | Malo    |
| 324 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 67 | Bueno   |
| 325 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 44 | Regular |
| 326 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 1 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 64 | Bueno   |
| 327 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 1 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 74 | Bueno   |
| 328 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 71 | Bueno   |
| 329 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 46 | Regular |
| 330 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 42 | Regular |
| 331 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 58 | Regular |
| 332 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 30 | Malo    |
| 333 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 43 | Regular |
| 334 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 57 | Regular |
| 335 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 20 | Malo    |
| 336 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 27 | Malo    |
| 337 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 58 | Regular |
| 338 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 43 | Regular |
| 339 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 57 | Regular |
| 340 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 20 | Malo    |
| 341 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 27 | Malo    |
| 342 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 58 | Regular |
| 343 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 29 | Malo    |
| 344 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 67 | Bueno   |
| 345 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 44 | Regular |
| 346 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 1 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 64 | Bueno   |
| 347 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 1 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 74 | Bueno   |
| 348 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 71 | Bueno   |
| 349 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 46 | Regular |
| 350 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 42 | Regular |
| 351 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 58 | Regular |
| 352 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 30 | Malo    |
| 353 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 43 | Regular |
| 354 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 57 | Regular |
| 355 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 20 | Malo    |
| 356 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 27 | Malo    |
| 357 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 58 | Regular |
| 358 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 43 | Regular |
| 359 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 57 | Regular |
| 360 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 20 | Malo    |
| 361 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 27 | Malo    |
| 362 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 58 | Regular |
| 363 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 29 | Malo    |

|            |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |           |                |              |
|------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|-----------|----------------|--------------|
| <b>364</b> | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4         | <b>67</b>      | <b>Bueno</b> |
| <b>365</b> | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | <b>44</b> | <b>Regular</b> |              |
| <b>366</b> | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 1 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | <b>64</b> | <b>Bueno</b>   |              |
| <b>367</b> | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 1 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | <b>74</b> | <b>Bueno</b>   |              |
| <b>368</b> | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | <b>71</b> | <b>Bueno</b>   |              |
| <b>369</b> | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | <b>46</b> | <b>Regular</b> |              |
| <b>370</b> | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | <b>42</b> | <b>Regular</b> |              |
| <b>371</b> | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | <b>58</b> | <b>Regular</b> |              |
| <b>372</b> | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | <b>30</b> | <b>Malo</b>    |              |
| <b>373</b> | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | <b>43</b> | <b>Regular</b> |              |
| <b>374</b> | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | <b>57</b> | <b>Regular</b> |              |
| <b>375</b> | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | <b>20</b> | <b>Malo</b>    |              |
| <b>376</b> | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | <b>27</b> | <b>Malo</b>    |              |
| <b>377</b> | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | <b>58</b> | <b>Regular</b> |              |
| <b>378</b> | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | <b>43</b> | <b>Regular</b> |              |
| <b>379</b> | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | <b>58</b> | <b>Regular</b> |              |

## V2: Formalización de reclamos

| Nº | pr1 | pr2 | pr3 | pr4 | pr5 | pr6 | pr7 | pr8 | pr9 | pr10 | pr11 | pr12 | pr13 | pr14 | Total | Categoría |
|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|------|------|------|------|-------|-----------|
| 1  | 2   | 2   | 3   | 2   | 3   | 3   | 2   | 3   | 3   | 3    | 3    | 3    | 2    | 2    | 36    | Regular   |
| 2  | 4   | 3   | 3   | 3   | 3   | 4   | 3   | 3   | 3   | 4    | 3    | 3    | 4    | 3    | 46    | Regular   |
| 3  | 2   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1    | 1    | 1    | 2    | 1    | 16    | Malo      |
| 4  | 1   | 1   | 2   | 1   | 2   | 2   | 1   | 2   | 2   | 2    | 1    | 2    | 1    | 1    | 21    | Malo      |
| 5  | 3   | 3   | 4   | 3   | 4   | 3   | 3   | 4   | 4   | 3    | 3    | 4    | 3    | 3    | 47    | Regular   |
| 6  | 2   | 1   | 2   | 1   | 2   | 2   | 1   | 2   | 2   | 2    | 1    | 2    | 2    | 1    | 23    | Malo      |
| 7  | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 56    | Bueno     |
| 8  | 3   | 3   | 2   | 3   | 2   | 3   | 3   | 2   | 2   | 3    | 3    | 2    | 3    | 3    | 37    | Regular   |
| 9  | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 4   | 5    | 4    | 4    | 3    | 4    | 56    | Bueno     |
| 10 | 5   | 5   | 4   | 5   | 4   | 5   | 5   | 4   | 4   | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 65    | Bueno     |
| 11 | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4    | 4    | 4    | 5    | 4    | 58    | Bueno     |
| 12 | 2   | 3   | 2   | 3   | 2   | 4   | 3   | 2   | 2   | 4    | 3    | 2    | 2    | 3    | 37    | Regular   |
| 13 | 2   | 2   | 3   | 2   | 3   | 2   | 2   | 3   | 3   | 2    | 2    | 3    | 2    | 2    | 33    | Regular   |
| 14 | 3   | 4   | 3   | 4   | 3   | 4   | 4   | 3   | 3   | 4    | 4    | 3    | 3    | 4    | 49    | Regular   |
| 15 | 2   | 2   | 2   | 2   | 2   | 1   | 2   | 2   | 2   | 1    | 2    | 2    | 2    | 2    | 26    | Malo      |
| 16 | 2   | 2   | 3   | 2   | 3   | 3   | 2   | 3   | 3   | 3    | 1    | 2    | 2    | 2    | 33    | Regular   |
| 17 | 4   | 3   | 3   | 3   | 3   | 4   | 3   | 3   | 3   | 4    | 1    | 3    | 4    | 3    | 44    | Regular   |
| 18 | 2   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1    | 3    | 2    | 2    | 1    | 19    | Malo      |
| 19 | 1   | 1   | 2   | 1   | 2   | 2   | 1   | 2   | 2   | 2    | 4    | 3    | 1    | 1    | 25    | Malo      |
| 20 | 3   | 3   | 4   | 3   | 4   | 3   | 3   | 4   | 4   | 3    | 4    | 4    | 3    | 3    | 48    | Regular   |
| 21 | 2   | 2   | 3   | 2   | 3   | 3   | 2   | 3   | 3   | 3    | 3    | 3    | 2    | 2    | 36    | Regular   |
| 22 | 4   | 3   | 3   | 3   | 3   | 4   | 3   | 3   | 3   | 4    | 3    | 3    | 4    | 3    | 46    | Regular   |
| 23 | 2   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1   | 1    | 1    | 1    | 2    | 1    | 16    | Malo      |
| 24 | 1   | 1   | 2   | 1   | 2   | 2   | 1   | 2   | 2   | 2    | 1    | 2    | 1    | 1    | 21    | Malo      |
| 25 | 3   | 3   | 4   | 3   | 4   | 3   | 3   | 4   | 4   | 3    | 3    | 4    | 3    | 3    | 47    | Regular   |
| 26 | 2   | 1   | 2   | 1   | 2   | 2   | 1   | 2   | 2   | 2    | 1    | 2    | 2    | 1    | 23    | Malo      |
| 27 | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 56    | Bueno     |
| 28 | 3   | 3   | 2   | 3   | 2   | 3   | 3   | 2   | 2   | 3    | 3    | 2    | 3    | 3    | 37    | Regular   |
| 29 | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 4   | 5    | 4    | 4    | 3    | 4    | 56    | Bueno     |
| 30 | 5   | 5   | 4   | 5   | 4   | 5   | 5   | 4   | 4   | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 65    | Bueno     |
| 31 | 5   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4    | 4    | 4    | 5    | 4    | 58    | Bueno     |
| 32 | 2   | 3   | 2   | 3   | 2   | 4   | 3   | 2   | 2   | 4    | 3    | 2    | 2    | 3    | 37    | Regular   |
| 33 | 2   | 2   | 3   | 2   | 3   | 2   | 2   | 3   | 3   | 2    | 2    | 3    | 2    | 2    | 33    | Regular   |
| 34 | 3   | 4   | 3   | 4   | 3   | 4   | 4   | 3   | 3   | 4    | 4    | 3    | 3    | 4    | 49    | Regular   |
| 35 | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 1   | 2   | 2   | 3   | 3    | 2    | 3    | 2    | 3    | 35    | Regular   |
| 36 | 2   | 2   | 3   | 2   | 3   | 3   | 2   | 3   | 3   | 3    | 1    | 2    | 2    | 2    | 33    | Regular   |
| 37 | 4   | 3   | 3   | 3   | 3   | 4   | 3   | 3   | 3   | 4    | 1    | 3    | 4    | 3    | 44    | Regular   |

|    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |         |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|---------|
| 38 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 1 | 19 | Malo    |
| 39 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 1 | 1 | 25 | Malo    |
| 40 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 48 | Regular |
| 41 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 36 | Regular |
| 42 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 46 | Regular |
| 43 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 16 | Malo    |
| 44 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 21 | Malo    |
| 45 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 47 | Regular |
| 46 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 23 | Malo    |
| 47 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 56 | Bueno   |
| 48 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 37 | Regular |
| 49 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 56 | Bueno   |
| 50 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 65 | Bueno   |
| 51 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 58 | Bueno   |
| 52 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 37 | Regular |
| 53 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 33 | Regular |
| 54 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 49 | Regular |
| 55 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 36 | Regular |
| 56 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 33 | Regular |
| 57 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 1 | 3 | 4 | 3 | 44 | Regular |
| 58 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 1 | 19 | Malo    |
| 59 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 1 | 1 | 25 | Malo    |
| 60 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 48 | Regular |
| 61 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 36 | Regular |
| 62 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 46 | Regular |
| 63 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 16 | Malo    |
| 64 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 21 | Malo    |
| 65 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 47 | Regular |
| 66 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 23 | Malo    |
| 67 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 56 | Bueno   |
| 68 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 37 | Regular |
| 69 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 56 | Bueno   |
| 70 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 65 | Bueno   |
| 71 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 58 | Bueno   |
| 72 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 37 | Regular |
| 73 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 33 | Regular |
| 74 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 49 | Regular |
| 75 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 38 | Regular |
| 76 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 38 | Regular |
| 77 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 1 | 3 | 4 | 3 | 44 | Regular |
| 78 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 1 | 19 | Malo    |

|     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |         |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|---------|
| 79  | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 1 | 1 | 25 | Malo    |
| 80  | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 48 | Regular |
| 81  | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 36 | Regular |
| 82  | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 46 | Regular |
| 83  | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 16 | Malo    |
| 84  | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 21 | Malo    |
| 85  | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 47 | Regular |
| 86  | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 23 | Malo    |
| 87  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 56 | Bueno   |
| 88  | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 37 | Regular |
| 89  | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 56 | Bueno   |
| 90  | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 65 | Bueno   |
| 91  | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 58 | Bueno   |
| 92  | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 37 | Regular |
| 93  | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 33 | Regular |
| 94  | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 49 | Regular |
| 95  | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 36 | Regular |
| 96  | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 33 | Regular |
| 97  | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 1 | 3 | 4 | 3 | 44 | Regular |
| 98  | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 1 | 19 | Malo    |
| 99  | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 1 | 1 | 25 | Malo    |
| 100 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 48 | Regular |
| 101 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 36 | Regular |
| 102 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 46 | Regular |
| 103 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 16 | Malo    |
| 104 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 21 | Malo    |
| 105 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 47 | Regular |
| 106 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 23 | Malo    |
| 107 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 56 | Bueno   |
| 108 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 37 | Regular |
| 109 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 56 | Bueno   |
| 110 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 65 | Bueno   |
| 111 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 58 | Bueno   |
| 112 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 37 | Regular |
| 113 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 33 | Regular |
| 114 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 49 | Regular |
| 115 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 37 | Regular |
| 116 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 33 | Regular |
| 117 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 1 | 3 | 4 | 3 | 44 | Regular |
| 118 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 1 | 19 | Malo    |
| 119 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 1 | 1 | 25 | Malo    |

|     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |         |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|---------|
| 120 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 48 | Regular |
| 121 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 36 | Regular |
| 122 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 46 | Regular |
| 123 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 16 | Malo    |
| 124 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 21 | Malo    |
| 125 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 47 | Regular |
| 126 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 23 | Malo    |
| 127 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 56 | Bueno   |
| 128 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 37 | Regular |
| 129 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 56 | Bueno   |
| 130 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 65 | Bueno   |
| 131 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 58 | Bueno   |
| 132 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 37 | Regular |
| 133 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 33 | Regular |
| 134 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 49 | Regular |
| 135 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 38 | Regular |
| 136 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 33 | Regular |
| 137 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 1 | 3 | 4 | 3 | 44 | Regular |
| 138 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 1 | 19 | Malo    |
| 139 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 1 | 1 | 25 | Malo    |
| 140 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 48 | Regular |
| 141 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 36 | Regular |
| 142 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 46 | Regular |
| 143 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 16 | Malo    |
| 144 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 21 | Malo    |
| 145 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 47 | Regular |
| 146 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 23 | Malo    |
| 147 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 56 | Bueno   |
| 148 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 37 | Regular |
| 149 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 56 | Bueno   |
| 150 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 65 | Bueno   |
| 151 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 58 | Bueno   |
| 152 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 37 | Regular |
| 153 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 33 | Regular |
| 154 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 49 | Regular |
| 155 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 38 | Regular |
| 156 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 33 | Regular |
| 157 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 1 | 3 | 4 | 3 | 44 | Regular |
| 158 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 1 | 19 | Malo    |
| 159 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 1 | 1 | 25 | Malo    |
| 160 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 48 | Regular |



|     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |         |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|---------|
| 161 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 36 | Regular |
| 162 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 46 | Regular |
| 163 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 16 | Malo    |
| 164 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 21 | Malo    |
| 165 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 47 | Regular |
| 166 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 23 | Malo    |
| 167 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 56 | Bueno   |
| 168 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 37 | Regular |
| 169 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 56 | Bueno   |
| 170 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 65 | Bueno   |
| 171 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 58 | Bueno   |
| 172 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 37 | Regular |
| 173 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 33 | Regular |
| 174 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 49 | Regular |
| 175 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 42 | Regular |
| 176 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 33 | Regular |
| 177 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 1 | 3 | 4 | 3 | 44 | Regular |
| 178 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 1 | 19 | Malo    |
| 179 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 1 | 1 | 25 | Malo    |
| 180 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 48 | Regular |
| 181 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 36 | Regular |
| 182 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 46 | Regular |
| 183 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 16 | Malo    |
| 184 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 21 | Malo    |
| 185 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 47 | Regular |
| 186 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 23 | Malo    |
| 187 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 56 | Bueno   |
| 188 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 37 | Regular |
| 189 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 56 | Bueno   |
| 190 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 65 | Bueno   |
| 191 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 58 | Bueno   |
| 192 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 37 | Regular |
| 193 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 33 | Regular |
| 194 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 49 | Regular |
| 195 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 40 | Regular |
| 196 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 33 | Regular |
| 197 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 1 | 3 | 4 | 3 | 44 | Regular |
| 198 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 1 | 19 | Malo    |
| 199 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 1 | 1 | 25 | Malo    |
| 200 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 48 | Regular |
| 201 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 36 | Regular |

|     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |         |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|---------|
| 202 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 46 | Regular |
| 203 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 16 | Malo    |
| 204 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 21 | Malo    |
| 205 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 47 | Regular |
| 206 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 23 | Malo    |
| 207 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 56 | Bueno   |
| 208 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 37 | Regular |
| 209 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 56 | Bueno   |
| 210 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 65 | Bueno   |
| 211 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 58 | Bueno   |
| 212 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 37 | Regular |
| 213 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 33 | Regular |
| 214 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 49 | Regular |
| 215 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 37 | Regular |
| 216 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 33 | Regular |
| 217 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 1 | 3 | 4 | 3 | 44 | Regular |
| 218 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 1 | 19 | Malo    |
| 219 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 1 | 1 | 25 | Malo    |
| 220 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 48 | Regular |
| 221 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 36 | Regular |
| 222 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 46 | Regular |
| 223 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 16 | Malo    |
| 224 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 21 | Malo    |
| 225 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 47 | Regular |
| 226 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 23 | Malo    |
| 227 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 56 | Bueno   |
| 228 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 37 | Regular |
| 229 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 56 | Bueno   |
| 230 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 65 | Bueno   |
| 231 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 58 | Bueno   |
| 232 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 37 | Regular |
| 233 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 33 | Regular |
| 234 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 49 | Regular |
| 235 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 26 | Malo    |
| 236 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 33 | Regular |
| 237 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 1 | 3 | 4 | 3 | 44 | Regular |
| 238 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 1 | 19 | Malo    |
| 239 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 1 | 1 | 25 | Malo    |
| 240 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 48 | Regular |
| 241 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 36 | Regular |
| 242 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 46 | Regular |

|     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |         |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|---------|
| 243 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 16 | Malo    |
| 244 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 21 | Malo    |
| 245 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 37 | Regular |
| 246 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 56 | Bueno   |
| 247 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 65 | Bueno   |
| 248 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 58 | Bueno   |
| 249 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 37 | Regular |
| 250 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 33 | Regular |
| 251 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 49 | Regular |
| 252 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 26 | Malo    |
| 253 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 33 | Regular |
| 254 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 1 | 3 | 4 | 3 | 44 | Regular |
| 255 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 1 | 19 | Malo    |
| 256 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 1 | 1 | 25 | Malo    |
| 257 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 48 | Regular |
| 258 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 36 | Regular |
| 259 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 46 | Regular |
| 260 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 16 | Malo    |
| 261 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 21 | Malo    |
| 262 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 47 | Regular |
| 263 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 23 | Malo    |
| 264 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 56 | Bueno   |
| 265 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 37 | Regular |
| 266 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 56 | Bueno   |
| 267 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 65 | Bueno   |
| 268 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 58 | Bueno   |
| 269 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 37 | Regular |
| 270 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 33 | Regular |
| 271 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 49 | Regular |
| 272 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 26 | Malo    |
| 273 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 33 | Regular |
| 274 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 1 | 3 | 4 | 3 | 44 | Regular |
| 275 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 1 | 19 | Malo    |
| 276 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 1 | 1 | 25 | Malo    |
| 277 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 48 | Regular |
| 278 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 36 | Regular |
| 279 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 46 | Regular |
| 280 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 16 | Malo    |
| 281 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 21 | Malo    |
| 282 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 47 | Regular |
| 283 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 23 | Malo    |



|     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |         |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|---------|
| 325 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 37 | Regular |
| 326 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 56 | Bueno   |
| 327 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 65 | Bueno   |
| 328 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 58 | Bueno   |
| 329 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 37 | Regular |
| 330 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 33 | Regular |
| 331 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 49 | Regular |
| 332 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 26 | Malo    |
| 333 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 33 | Regular |
| 334 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 1 | 3 | 4 | 3 | 44 | Regular |
| 335 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 1 | 19 | Malo    |
| 336 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 1 | 1 | 25 | Malo    |
| 337 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 48 | Regular |
| 338 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 36 | Regular |
| 339 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 46 | Regular |
| 340 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 16 | Malo    |
| 341 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 21 | Malo    |
| 342 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 47 | Regular |
| 343 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 23 | Malo    |
| 344 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 56 | Bueno   |
| 345 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 37 | Regular |
| 346 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 56 | Bueno   |
| 347 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 65 | Bueno   |
| 348 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 58 | Bueno   |
| 349 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 37 | Regular |
| 350 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 33 | Regular |
| 351 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 49 | Regular |
| 352 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 26 | Malo    |
| 353 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 33 | Regular |
| 354 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 1 | 3 | 4 | 3 | 44 | Regular |
| 355 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 1 | 19 | Malo    |
| 356 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 1 | 1 | 25 | Malo    |
| 357 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 48 | Regular |
| 358 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 36 | Regular |
| 359 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 46 | Regular |
| 360 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 16 | Malo    |
| 361 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 21 | Malo    |
| 362 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 47 | Regular |
| 363 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 23 | Malo    |
| 364 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 56 | Bueno   |
| 365 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 37 | Regular |

|            |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |           |                |
|------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|-----------|----------------|
| <b>366</b> | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | <b>56</b> | <b>Bueno</b>   |
| <b>367</b> | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | <b>65</b> | <b>Bueno</b>   |
| <b>368</b> | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | <b>58</b> | <b>Bueno</b>   |
| <b>369</b> | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | <b>37</b> | <b>Regular</b> |
| <b>370</b> | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | <b>33</b> | <b>Regular</b> |
| <b>371</b> | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | <b>49</b> | <b>Regular</b> |
| <b>372</b> | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | <b>26</b> | <b>Malo</b>    |
| <b>373</b> | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | <b>33</b> | <b>Regular</b> |
| <b>374</b> | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 1 | 3 | 4 | 3 | <b>44</b> | <b>Regular</b> |
| <b>375</b> | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 1 | <b>19</b> | <b>Malo</b>    |
| <b>376</b> | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 1 | 1 | <b>25</b> | <b>Malo</b>    |
| <b>377</b> | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | <b>48</b> | <b>Regular</b> |
| <b>378</b> | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | <b>36</b> | <b>Regular</b> |
| <b>379</b> | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | <b>46</b> | <b>Regular</b> |

## **Análisis de confiabilidad de las variables.**

### **Análisis de confiabilidad de atención al usuario**

---

| <b>Resumen de procesamiento de casos</b> |                       |     |       |
|--|-----------------------|-----|-------|
|  |                       | N   | %     |
| Casos                                    | Válido                | 379 | 100,0 |
|  | Excluido <sup>a</sup> | 0   | ,0    |
|  | Total                 | 379 | 100,0 |

---

---

| <b>Estadísticas de fiabilidad</b> |                |  |
|-----------------------------------|----------------|--|
| Alfa de Cronbach                  | N de elementos |  |
| ,979                              | 17             |  |

---

### **Análisis de confiabilidad de formalización de reclamos**

---

| <b>Resumen de procesamiento de casos</b> |                       |     |       |
|--|-----------------------|-----|-------|
|  |                       | N   | %     |
| Casos                                    | Válido                | 379 | 100,0 |
|  | Excluido <sup>a</sup> | 0   | ,0    |
|  | Total                 | 379 | 100,0 |

---

---

| <b>Estadísticas de fiabilidad</b> |                |  |
|-----------------------------------|----------------|--|
| Alfa de Cronbach                  | N de elementos |  |
| ,985                              | 14             |  |

---

## Baremo intervalo de las variables

### Variable 1:

|             |           |
|-------------|-----------|
| Nro. Ítems  | <b>17</b> |
| Punt Mínimo | 17        |
| Punt Máximo | 85        |
| Diferencia  | 68        |
| Intervalos  | 23        |

|         | intervalo |    | f          | %   |
|---------|-----------|----|------------|-----|
| Malo    | 17        | 39 | <b>113</b> | 30  |
| Regular | 40        | 61 | 191        | 50  |
| Bueno   | 62        | 85 | 75         | 20  |
| TOTAL   |           |    | 379        | 100 |

### Variable 2:

|             |           |
|-------------|-----------|
| Nro. Ítems  | <b>14</b> |
| Punt Mínimo | 14        |
| Punt Máximo | 70        |
| Diferencia  | 56        |
| Intervalos  | 19        |

|         | intervalo |    | f          | %   |
|---------|-----------|----|------------|-----|
| Malo    | 14        | 32 | <b>103</b> | 27  |
| Regular | 33        | 50 | 201        | 53  |
| Bueno   | 51        | 70 | 75         | 20  |
| TOTAL   |           |    | 379        | 100 |





**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO  
MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA**

**Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, PALOMINO ALVARADO GABRIELA DEL PILAR, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TARAPOTO, asesor de Tesis titulada: "Atención al usuario y formalización de reclamos en la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento EMAPA San Martín S.A., 2022", cuyo autor es FLORES REYNA DANNY MELISSA, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

TARAPOTO, 11 de Agosto del 2022

| <b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>   | <b>Firma</b>  |
|--|---|
| PALOMINO ALVARADO GABRIELA DEL PILAR<br><b>DNI:</b> 00953069<br><b>ORCID</b> 0000-0002-2126-2769 | Firmado digitalmente por:<br>DPALOMINOAL el 11-08-<br>2022 17:34:09 |

Código documento Trilce: TRI - 0410410