



ESCUELA DE POSGRADO

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Calidad del Servicio y Satisfacción del Usuario en la
Aduana Aérea del Callao - 2017

PARA OPTAR EL GRADO ACADEMICO DE

Maestro en Gestión Pública

AUTOR:

Br. John Richard Casimiro Bravo

ASESORA:

Dra. Galia Susana Lescano López

SECCIÓN:

Gestión estratégica del Talento Humano

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Administración del Talento Humano

Perú - 2018

Dr. Rodolfo Talledo Reyes

Presidente

Dra. Milagritos Leonor Rodriguez Rojas

Secretario

Dra. Galia Susana Lescano Lopez

Vocal

Dedicatoria

A mis queridos hijos, Elizabeth, George y Kristen, a mi amada esposa Giovanna, por ser la guía y luz de nuestros esfuerzos.

Agradecimiento

A la Dra. Galia Lescano, sin su apoyo no hubiera sido posible la culminación de la presente investigación.

Declaración de Autoría

Yo, John Richard Casimiro Bravo, estudiante de la Escuela de Postgrado, Maestría en Gestión Pública, de la Universidad César Vallejo, Sede Lima; declaro el trabajo académico titulado “Calidad del Servicio del usuario de la Aduana Aérea del Callao - 2017”, presentada, en 88 folios para la obtención del grado académico de Maestro en Gestión Pública, es de mi autoría.

Por tanto, declaro lo siguiente:

- He mencionado todas las fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes, de acuerdo con lo establecido por las normas de elaboración de trabajos académicos.
- No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquellas expresamente señaladas en este trabajo.
- Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentado completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
- Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsqueda de plagios.
- De encontrar uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinen el procedimiento disciplinario.

Lima, 22 de junio del 2017

John Richard Casimiro Bravo

DNI: 09371390

Presentación

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento a las normas establecidas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Grado Profesional de Maestro en Gestión Pública, pongo a vuestra disposición la tesis titulada “Calidad del Servicio del usuario en la Aduana Aérea del Callao - 2017”.

Esta investigación de enfoque cuantitativo y diseño descriptivo comparativo sobre diferencias de grupos, intenta determinar si existe diferencias entre la sede aérea y la sede postal en cuanto a la calidad del servicio en base a dos muestras independientes y nace de considerar la calidad del servicio como el indicador más representativo del servicio de las entidades públicas.

El estudio está comprendido por siete capítulos, siendo el primer apartado la Introducción, donde se detalla el problema de la investigación, la justificación, los antecedentes, objetivos e Hipótesis, el marco teórico; en el segundo apartado se presenta el marco metodológico; en el tercer apartado presento los resultados; en el cuarto apartado, la discusión de la temática; en el quinto las conclusiones arribadas; en el sexto las recomendaciones, en el séptimo las referencias bibliográficas y anexos.

Señores miembros del Jurado, se espera cumplir con los requisitos de su aprobación.

Índice

	Página
Caratula	i
Página del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Índice de tablas	ix
Índice de figuras	x
Resumen	xi
Abstrac	xii
I. Introducción	14
1.1 Antecedentes	15
1.2 Fundamentación científica, técnica y humanista	22
1.3 Justificación	28
1.4 Problema	29
1.5 Hipótesis	30
1.6 Objetivos	31
II. Marco Metodológico	32
2.1 Variables	33
2.2 Operacionalización de las variables	34
2.3 Metodología	34
2.4 Tipos de estudio	35
2.5 Diseño	35
2.6 Población, muestra, y muestreo	36

2.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	38
2.8 Método de análisis de datos	40
2.9 Aspectos éticos	40
III. Resultados	41
IV. Discusión	56
V. Conclusiones	60
VI. Recomendaciones	64
VIII. Referencias	66
Anexos	
Anexo 1: Matriz de consistencia	72
Anexo 2: Operacionalización de las variables	74
Anexo 3: Cuestionario	75
Anexo 4: Base de datos	77

Lista de tablas

Tabla 1	Operacionalización de la variable: Calidad del Servicio	34
Tabla 2	Distribución porcentual del nivel de la calidad de servicio	42
Tabla 3	Distribución porcentual del nivel de los elementos tangibles	43
Tabla 4	Distribución porcentual del nivel de confiabilidad	44
Tabla 5	Distribución porcentual del nivel de capacidad de respuesta	45
Tabla 6	Distribución porcentual del nivel de seguridad	46
Tabla 7	Distribución porcentual del nivel de empatía	47
Tabla 8	Resumen de procesamiento de datos	48
Tabla 9	Prueba de normalidad	48
Tabla 10	Rangos	49
Tabla 11	Estadísticos de prueba	49
Tabla 12	Rangos	50
Tabla 13	Estadísticos de prueba	50
Tabla 14	Rangos	51
Tabla 15	Estadísticos de prueba	51
Tabla 16	Rangos	52
Tabla 17	Estadísticos de prueba	52
Tabla 18	Rangos	53
Tabla 19	Estadísticos de prueba	53

Lista de figuras

	Pág.
Figura 1: Nivel de la Calidad de servicio	42
Figura 2: Nivel de la dimensión elementos intangibles	43
Figura 3: Nivel de la dimensión confiabilidad	44
Figura 4: Nivel de la dimensión capacidad de respuesta	45
Figura 5 Nivel de la dimensión seguridad	46
Figura 6 Nivel de la dimensión empatía	47

Resumen

La presente investigación titulada “Calidad del Servicio del usuario en la Aduana Aérea del Callao - 2017”, tuvo como objetivo establecer el nivel de la calidad de servicio brindado tanto en la sede aérea como en la sede postal, luego del cual se determinó si existía diferencia significativa entre ambos.

La investigación se desarrolló bajo un diseño descriptivo comparativo, con enfoque cuantitativo, con dos muestras independientes que sumaban 382 usuarios de ambas sedes, se hizo uso del cuestionario servperf adaptado de 15 ítems con escala Likert de cinco puntos con una confiabilidad de 0.923 en el coeficiente de Alpha de Cronbach.

Los resultados descriptivos indican niveles del 75.7% y 74.4% de aceptación en la calidad de servicio percibido por los usuarios de la sede aérea y la sede postal respectivamente, obteniendo puntaje más bajo en la dimensión empatía con niveles del 55.9% y 29.5%.

En la prueba de hipótesis de diferencia de grupos con el uso del coeficiente de U Mann-Whitney se obtuvo un p-valor < 0.05 por lo cual, se rechazó la Hipótesis nula y se aceptó la Hipótesis alterna, en consecuencia con un nivel de significación del 5% se puede afirmar que existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la calidad del servicio.

Palabras claves: Calidad de servicio, diferencia de grupos

Abstract

The present research entitled "Quality of the User Service at Area del Callao - 2017", aimed to establish the level of quality of service provided both at the air base and at the post office, after which it was determined whether there was difference between the two.

The research was developed under a comparative descriptive design, with a quantitative approach, with two independent samples totaling 382 users of both sites, using the fifteen-point Likert-adapted 15-item Likert questionnaire with a confidence of 0.923 in the coefficient Of Cronbach's Alpha.

The descriptive results indicate levels of 75.7% and 74.4% of acceptance in the quality of service perceived by the users of the air and postal headquarters respectively, obtaining a lower score in the empathy dimension with levels of 55.9% and 29.5%.

In the test of hypothesis of difference of groups with the use of the Mann-Whitney U coefficient, a p-value <0.05 was obtained, therefore, the null hypothesis was rejected and the alternate hypothesis was accepted, consequently with a level of significance of 5% it can be affirmed that there is a difference between the headquarters of the Intendancy of Air and Postal Customs regarding the quality of the service.

Key words: Quality of service, difference of groups

I. Introducción

Introducción

La primera pregunta que uno se plantea es ¿porqué y para qué medir la calidad de los servicios públicos? La respuesta no puede ser otra que la opinión de los usuarios es importante para garantizar la cobertura y su buen funcionamiento, la evaluación no solo debe comprender su eficacia o su eficiencia, sino también es importante conocer que aspectos del servicio considera el usuario como relevante, que atributos son importantes y cuales a su juicio no aportan valor, por ello es prioritario efectuar la medición de la calidad del servicio en base a la percepción del usuario.

En la actualidad y a lo largo del tiempo el concepto de calidad del servicio ha evolucionado, hay múltiples enfoques, la calidad se puede definir en términos de excelencia, como también de ajuste de especificaciones, en términos de valor, y también como satisfacción de las expectativas de los usuarios o clientes, basándose en las expectativas y la percepción que tienen estos respecto del servicio recibido, y sobre todo es pertinente diferenciarlo de un producto propiamente dicho.

Reconocida la importancia de medir la calidad del servicio en las entidades públicas, nace otra interrogante ¿Cómo medirlos? En ese aspecto también hay múltiples enfoques, a nuestro entender el modelo Servperf que mejora el modelo Servqual es el adecuado para tal medición, partiendo de que sus autores entienden que existe una relación causal: es la satisfacción del cliente la que conduce a la calidad percibida del servicio, es decir, a mayor satisfacción del cliente mejor evaluación de la calidad del servicio.

Por otro lado, es de interés la comparación de los niveles de calidad de servicio entre las sedes aérea y postal de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal, que básicamente difieren en la atención de los envíos o paquetes postales, mientras que la aduana aérea entre otros regímenes atiende los envíos de entrega rápida transportados por empresas privadas Courier, la aduana postal atiende el servicio postal a cargo de una empresa pública Serpost, su diferencia está en el costo del servicio y en la rapidez de entrega, en los últimos años ha implementado una serie de mecanismos para reducir la duración del trámite de desaduanaje.

1.1 Antecedentes

1.1.1 Antecedentes internacionales

Ibarra y Casas (2014) en el trabajo de investigación "*Aplicación del modelo Servperf en los centros de atención Telcel, Hermosillo: una medición de la calidad en servicio*", cuyo objetivo fue "identificar qué factores determinan la satisfacción del cliente por medio de la calidad de servicio, aplicando el modelo Servperf, para demostrar si existe una relación positiva entre el servicio y el grado de satisfacción del cliente" (p.229), diseñaron una investigación con un enfoque cuantitativo de tipo documental y de campo, teniendo como población objeto del estudio a cinco centros de atención a clientes Telcel, ubicados en el municipio de Hermosillo en el estado de Sonora, México, de los cuales se extrajo una muestra de 385 clientes repartidos proporcionalmente a razón de 77 clientes por cada centro de atención. En este estudio se utilizó un cuestionario para medir la satisfacción a través de 15 ítems agrupados en las cinco dimensiones del modelo Servperf con una escala de respuesta del tipo Likert de cinco puntos desde el Totalmente en desacuerdo al Totalmente de acuerdo, dicho instrumento fue sometido a las pruebas de validez y confiabilidad, en las cuales obtuvo valores aceptables de 0.806 a 0.898 en el alfa de Cronbach, mientras que en la prueba de adecuación muestral Kaiser-Meyer-Olkin (coeficiente KMO) cada una de las dimensiones obtuvo valores de KMO mayores a 0.5 y en la prueba esférica de Bartlett el grado de significancia obtenido fue menor que 0.05, por tanto el instrumento se consideró válido. El resultado promedio general fue 3.97 que implica que el 79.72% de clientes estuvo de acuerdo con el servicio, siendo la distribución de las dimensiones la siguiente: (a) Elementos tangibles 4.07, (b) Confiabilidad 3.84, (c) Responsabilidad y capacidad de respuesta 3.92, (d) Seguridad 4.08 y (e) Empatía 4.02 con lo que se evidenció que, en cuanto a percepción, los clientes se inclinan mayoritariamente por las dimensiones relacionadas a la seguridad y a los elementos tangibles, lo que implica una mayor consideración a la atención en la solución de los problemas, de una forma rápida y confiable y a la comodidad de las instalaciones durante el tiempo de su atención. (p.247). En el lado opuesto se ubica la dimensión de confiabilidad que recibió una calificación menor, lo cual deja la percepción de que los empleados no poseen una identificación y alineamiento adecuado con la visión, misión y valores

de la compañía, es decir no muestran interés por realizar su trabajo, ni solucionar los problemas de los clientes, recomendándose por ello, la implementación de una cultura de servicio a través de un programa intensivo de capacitación enfocado a las nuevas tendencias de la industria de telecomunicaciones (pp.256-257).

Morillo y Morillo (2016) en el trabajo de investigación "*Satisfacción del usuario y calidad de servicio en alojamientos turísticos del estado Mérida, Venezuela*" estudió la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción de los usuarios en los alojamientos turísticos con la finalidad de mejorar la calidad del servicio para conseguir el retorno del turista, así como la llegada de nuevos turistas. Bajo un diseño de investigación no experimental de campo se definieron dos poblaciones; alojamientos turísticos y usuarios, para la primera se extrajo una muestra de 186 establecimiento de un total de 346 bajo un procedimiento de muestreo probabilístico estratificado; y para los usuarios se consideró dos periodos para la toma de información, la temporada alta y la baja, con un promedio de 52.083 usuarios se extrajo una muestra de 400 y 397 usuarios respectivamente. En este estudio se utilizó un cuestionario para medir la satisfacción basado en el modelo Servqual con una escala de respuesta del tipo Likert de cinco puntos en el que se incluyó temas como la satisfacción con las tarifas, la concordancia de los servicios con los atractivos turísticos locales, la fidelidad; el referido instrumento fue sometido a las pruebas de confiabilidad y validez, obteniendo valores superiores a 0.80 en el alfa de Cronbach. (pp.115-116). En cuanto a resultados, la calidad del servicio en las temporadas alta y baja es negativa tendiente a cero, evidenciando un leve déficit en la calidad del servicio, donde el nivel de expectativas supero ligeramente el nivel de percepciones, por la relación positiva los autores afirmaron que una forma de incidir en la satisfacción del usuario es elevando la calidad del servicio y viceversa, en ese sentido recomiendan realizar constantes mediciones principalmente en los establecimientos de mayor categoría, con lo cual a través de la implementación de mejoras se conseguirá una buena imagen y posicionamiento a largo plazo para la sustentabilidad social y económica de los establecimientos (p.127).

Ibarra, Paredes y Durazo (2016) en el trabajo de investigación "*Calidad en el servicio y satisfacción del pasajero en las aerolíneas de bajo costo en el estado de*

Sonora” realizado con el objeto de establecer una relación causal entre las dimensiones que miden la calidad del servicio y su impacto en la satisfacción del pasajero en las tres aerolíneas de bajo costo, Volaris, Interjet y Viva Aerobús que operan en el estado de Sonora, con la finalidad de utilizarlos como insumos para el diseño de estrategias dirigidas al incremento de la competitividad. El cuestionario utilizado consto de dos partes, la primera para recabar información general del pasajero, la segunda para medir la percepción de calidad del servicio, basado en el modelo Servperf a través de 22 ítems distribuidos en cinco dimensiones, con una escala de Likert de cinco puntos que va desde el Totalmente en desacuerdo hasta el Totalmente de acuerdo, la muestra consto de 765 pasajeros seleccionados en forma aleatoria en los aeropuertos y que hubieran volado en algunos de las tres compañías aéreas en un rango no menor de tres meses a la fecha de la realización de la encuesta, el estudio demostró la confiabilidad del instrumento con valores en el rango de 0.895 hasta 0.946 en el alfa de Cronbach para las cinco dimensiones del modelo. (pp.145-147). Igualmente, se constató que los pasajeros que vuelan en las aerolíneas materia del estudio tienen una percepción del servicio que va bueno a excelente, con un 86.4% de aceptación, resultando la Empatía como la dimensión que tuvo un mayor impacto positivo en la satisfacción de los pasajeros al obtener una correlación de Pearson del 70.9%, la relación causal fue parcialmente probada observándose que en el servicio, la calidad está asociada y contribuye a la propia satisfacción de los clientes, recomendándose centrar los esfuerzos en mejoras relacionadas con las demás dimensiones.(pp.153-154).

Maza (2013) en la tesis *“Evaluación de la Calidad del Servicio que se proporciona en una tienda departamental exclusiva a través del nivel de satisfacción de sus clientes”*, evaluó la calidad del servicio proporcionado por la tienda departamental Almacenes Unidos identificando la importancia de los atributos que le confieren sus clientes con la finalidad de mejorar el plan estratégico de la empresa tendiente a elevar el nivel de satisfacción, el tipo de estudio es descriptivo basado en un caso de estudio, el diseño utilizado fue no experimental, transversal, con una población conformada por hombres y mujeres entre los 25 y 60 años, con ingresos de 11,000 a 82,000 pesos mensuales, niveles socioeconómicos A/B, C+, C, del cual se extrajo una muestra en base a fórmulas de población infinitas, con un porcentaje de

24.15% de rechazo y tasa de aceptación de 75.85% obtenidas de anteriores mediciones resultando 140 personas como personas a encuestar por medio de un cuestionario basado en el modelo Servperf con escala Likert de diez puntos, resultando con mayor puntuación los atributos de empatía, productos, infraestructura con un promedio de 8.62 a partir del cual esboza una propuesta de plan estratégico que involucra los recursos humanos, el aseguramiento de calidad y las operaciones de las tiendas (p.8).

Valencia (2015) en la tesis "*Determinantes de la satisfacción del cliente respecto de la calidad de servicio de Cartagena Solutions Propiedad Horizontal S.A.S*" realizó un estudio de carácter descriptivo, de corte transversal y correlacional, cuya población objetivo fue 150 del cual se determinó para la investigación una muestra de 59 clientes, aplicándose un cuestionario de 22 ítems basado con las dimensiones definidas y validadas por Parasuraman, Zeithaml y Berry con una escala Likert de diez puntos, los resultados demostraron que "los clientes vieron superadas sus expectativas respecto a la fiabilidad en el servicio y los elementos tangibles 1,1051 y 1,0381 respectivamente, pero se obtuvieron deficiencias en términos de la seguridad/garantía y en la empatía que perciben -0,7034 y -0,3320".(p.50), en cuanto a la satisfacción se determinó que el 88.1% se declaró satisfecho, siendo relevante que el 44.1% otorgo la máxima puntuación dentro de la escala, lo que "permitió concluir que "la fiabilidad y los elementos tangibles fueron las dimensiones mejor percibidas, es decir, el cliente valora la habilidad que tiene la organización para ejecutar el servicio prometido de forma adecuada y constante" (p.80), igualmente el estudio permitió definir que los clientes con una percepción muy alta están constituidos por varones, 40 a 49 años, estrato seis, técnicos o tecnólogos, en el lado contrario estuvieron los clientes de sexo femenino, 30 a 39 años, estrato 5, con educación secundaria, por tanto los esfuerzos a la mejora deben estar orientados al último sector mencionado (p.81).

1.1.2 Antecedentes nacionales

Redhead (2015) en la tesis "*Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Centro de Salud Miguel Grau Distrito de Chaclacayo 2013*" investigó si la calidad de servicio tiene una relación directa y significativa con la satisfacción del usuario, el tipo de investigación fue básico, pura o teórica, cuantitativa, usando el diseño descriptivo, no experimental, transeccional y correlacional, con una población de 19,417 usuarios del cual se extrajo una muestra representativa de 317 usuarios al que se le aplicó dos encuestas, el primero orientado a la variable calidad de servicio, de 22 ítems basado en el modelo servqual; y el segundo orientado a medir la variable satisfacción del cliente, de 12 ítems basado en el cuestionario de satisfacción del usuario de consultas externas SUCE, con escalas de cero a cuatro, desde totalmente en desacuerdo hasta el totalmente de acuerdo, los cuales fueron validados alcanzando el valor de 0.90 en el alfa de Cronbach lo que demostró una alta confiabilidad de los instrumentos, la hipótesis de la relación directa y significativa fue aceptada en base a los resultados del coeficiente de correlación de Spearman de 0.69 que permite afirmar que a una mayor calidad de servicio le correspondería una mayor satisfacción del usuario, y en cuanto a las dimensiones indica que con respecto a la satisfacción del usuario, la fiabilidad tiene una correlación positiva moderada de 0.588, la capacidad de respuesta 0.545, la seguridad 0.474, la empatía 0.602 lo que permite concluir que un incremento en cada una de estas dimensiones corresponde un incremento en la satisfacción del usuario (p.117), recomendándose una serie de acciones como, incremento de número de asientos en sala de espera, instruir el trato amable al personal administrativo, mediciones semestrales, folletos de prevención.

Bejarano (2016) en la tesis "*Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de administración tributaria y fiscalización de la Municipalidad Distrital de Santiago de Cao, año 2016*" investigó la relación entre las variables calidad de servicio y satisfacción del usuario, bajo un diseño no experimental y transversal con una población de 4,225 del que se extrajo una muestra de 339 con una probabilidad positiva de 0.6 y negativa de 0.4 en base a una muestra piloto de 50 usuarios, con el uso de dos cuestionarios, la primera basada en el modelo servqual para la medición de la calidad de servicio y la segunda una adaptación del usado por

Acosta y Chirkova (2011) para la medición de la satisfacción del usuario, siendo validados por dos expertos en la materia, mostrando una confiabilidad de 0.78 y 0.85 respectivamente en el coeficiente del Alpha de Cronbach, con escala Likert de cinco puntos, producto de la aplicación de los instrumentos, se obtuvo como resultados que el 59% de los usuarios percibe como regular al servicio de calidad mientras que el 41% lo percibe como bueno, en cuanto a la satisfacción del usuario, un 91% le otorga un nivel medio, 4% alto y un 5% bajo; por otro lado el valor de 0.117 en la prueba de correlación Spearman indica que se acepta la hipótesis planteada, de que la calidad de servicio tiene una relación significativa con la satisfacción del usuario, a mayor calidad de servicio es mayor la satisfacción de los usuarios.

Velarde (2016) en la tesis "*Calidad de servicio y la relación con la satisfacción de los clientes del centro de aplicación Productos Unión, del distrito de Lurigancho, durante el año 2016*" cuyo objetivo fue conocer la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario y los factores que influyen en ellos, a efectos de ser tomados en cuenta por la empresa como insumos para las decisiones de la organización, fue una investigación del tipo descriptiva y correlacional, de diseño no experimental, con una muestra no probabilística de 279 clientes que en el 2016 compraron algún producto del centro de aplicación Productos Unión, conformada por un primer grupo constituido por los distribuidores, directamente los dueños, que compran en el centro de aplicación Productos Unión y que luego lo revenderán en los puntos de venta de los distritos de lima; un segundo grupo por alumnos, clientes minoristas, vendedores independientes, trabajadores de la empresa, que compran los productos básicamente para consumo personal que en suma conforman la población ascendente a 715. Para medir la calidad de servicio se utilizó un instrumento basado en el modelo SERVQUAL en la cual determinó un Alfa de Cronbach (confiabilidad) de 0.957, el cuestionario fue de 22 ítems que recogen las dimensiones: elementos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía con una escala de Likert de cinco puntos; para medir la satisfacción del cliente se utilizó las tres dimensiones de Kotler (2003): rendimiento percibido, las expectativas y niveles de satisfacción que suman 17 ítems con escala Likert de cinco puntos. (pp.49-50). Mediante el análisis de estadístico de Chi

cuadrado se obtuvo el coeficiente de 178,314 y un p valor igual a 0,000 (p valor < 0,05) en base al cual se rechazó la hipótesis nula aceptando la hipótesis alterna, a mayor calidad de servicio, mayor satisfacción de los clientes y a menor calidad de servicio, menor satisfacción de los clientes. (p.57).

Huerta (2015) en la tesis *“Nivel de satisfacción de los usuarios atendidos en el tópico de medicina del servicio de emergencia del Hospital Nacional Arzobispo Loayza, Lima, Enero del 2015”* se trazó como objetivo: determinar el nivel de satisfacción de los usuarios para lo cual utilizo un diseño cualitativo, descriptivo, transversal, con un muestreo por conveniencia de 77 personas entre usuarios, acompañantes mayor a 18 años, instrumento utilizado un cuestionario de 22 ítems basado en el modelo Servperf con las dimensiones fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía, aspectos tangibles con escala de siete puntos, con los resultados siguientes: el 92.2% de los usuarios estuvieron satisfechos con la atención, las dimensiones de fiabilidad, seguridad, empatía y aspectos tangibles obtuvieron 94.3%, 89.6%, 89.6 % y 84.5%; respectivamente; concluyendo que el nivel de satisfacción global de los usuarios atendidos en el Tópico de Medicina fue de 92.2 %, y las variables con mayor insatisfacción fueron la atención en caja, admisión y laboratorio de emergencia, el trato del personal de emergencia y la limpieza y comodidad del servicio, recomendando prontitud en los resultados del laboratorio de emergencia, la realización de estudios analíticos en detalle sobre la satisfacción del usuario y la simplificación de los trámites en las áreas de caja y admisión para los usuarios con Seguro Integral de Salud (pp.38-39).

Ballón (2016) en la tesis *“Evaluación en la calidad de servicio y satisfacción del cliente en los hoteles de dos y tres estrellas de la ciudad de Abancay”* dedicada a analizar las variables de la calidad de servicio que influyen en la satisfacción del cliente, llevo a cabo una investigación no experimental, transversal del tipo explicativa con enfoque cuantitativo, utilizando un instrumento basado en el modelo Servperf para una población de 1,915 turistas con una muestra de 431, la encuesta de 21 ítems con escala Likert de cinco puntos, cuya validez fue aprobada por tres expertos con una confiabilidad de 0.887 basada en el Alpha de Cronbach, la correlación de Pearson señalo que, las variables independientes influyeron en la satisfacción del cliente, siendo la variable con mayor influencia en la satisfacción

del cliente, la empatía seguido de capacidad de respuesta elementos tangibles, recomendándose acciones de mejora como una mejor limpieza de las instalaciones, afinar la selección del personal, facilitar las operaciones de pago y reserva vía web (p.87-88).

1.2 Fundamentación científica, técnica o humanística

Existen diversas definiciones sobre los conceptos de calidad de servicio y la satisfacción del cliente o usuario en los que se establecen ciertas distinciones en cual cuanto a su relación y precedencia.

Para Zeithaml y Bitner (2000), ambos conceptos son diferentes resaltando que la principal diferencia es que la calidad es considerada una causa de la satisfacción (p.112). Del mismo parecer Gonzales y Brea (2006), señalo que la calidad es un antecedente importante de la satisfacción, sobre la cual se ejerce una influencia clara y significativa (p.41)

Otros autores tienen un enfoque diferente como Münch (1998), que señalo que la satisfacción precede a la calidad del servicio, y que esta última se alcanzara con la satisfacción total de las necesidades del cliente. Pizam y Ellis (1999), que la satisfacción del cliente es el principal criterio cuando se trata de determinar la calidad del producto o servicio y en el mismo sentido Hoffman y Bateson (2012), consideraron que la satisfacción del cliente contribuye a las percepciones del cliente sobre la calidad.

Lovelock (2010), afirmo que la satisfacción es un concepto amplio, y la calidad es un componente de la satisfacción del usuario, en la que además participan otros factores, esta última concepción fue corroborada también por Gonzales y Brea (2006), en su estudio sobre el servicio en el turismo termal, en el cual concluye que la calidad no es único elemento determinante de la satisfacción (p.112).

Otros autores piensan que la calidad conduce a la satisfacción, Gordon y Terrence (2000); otros, admiten que la satisfacción conduce a la calidad (Cronin y

Taylor, 1992). Negi (2009), señaló claramente que, en el servicio, la calidad está significativamente asociada y contribuye a la propia satisfacción de los clientes.

Sin embargo, la posición mayoritaria es que la satisfacción del cliente se basa en el nivel de la calidad del servicio que es entregado por los proveedores de servicios (Saravanan y Rao, 2007, p.42).

La satisfacción es el concepto general y calidad de servicio se refiere a los atributos específicos del servicio. Los atributos más importantes de la calidad del servicio son fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y tangibles, los cuales han sido considerados como dimensiones en las escalas Servqual y Servperf.

Parasuraman et al. (1985), sostienen que cuando la calidad del servicio percibida es alta, entonces ésta conducirá a aumentar la satisfacción del cliente, del mismo sentido opinan Sachdev y Verma (2002), que la evaluación de la calidad del servicio conduce a la satisfacción del cliente, al cual se añan Rust y Oliver (1994), quienes observaron que la satisfacción fue una respuesta de cumplimiento al cliente, una evaluación sobre la emoción y respuesta del cliente a un servicio.

1.2.1 Calidad de servicio

A lo largo de nuestra historia el ser humano ha mostrado un interés prioritario en controlar la calidad de los alimentos que consumía, en distinguir aquellos cuyo consumo le era beneficioso, de los otros que resultaban dañinos para la salud (Gutarra,2002), para ello procedía a la inspección de los alimentos y el resultado determinaba la calidad de los mismos, ya en los tiempos de los egipcios y aztecas se establecieron de algún modo, reglamentos que normalizaban la calidad de los productos (Hernández, 2010, p.19).

Ya en la edad media el mantenimiento de la calidad de los productos obligaba a la permanente capacitación de los artesanos y aprendices que a su vez inculcaba un sentido de identificación y orgullo por la calidad lograda (Gutarra, 2002), de esas prácticas se extendió la costumbre de colocar una marca al producto como elemento diferenciador y el interés de mantener e incrementar el prestigio asociada con la marca (Hernández, 2010, p.20).

Posteriormente en la revolución industrial, se inicia el desarrollo de los conceptos asociados a la calidad y al control del mismo, aplicándose no solamente a los productos sino también a los servicios.

Definiciones

Parasuraman et al. (1988), nos dicen que la calidad de servicio es un “juicio global del cliente acerca de la excelencia o superioridad del servicio que surge de la comparación entre las expectativas previas de los usuarios sobre el mismo y las percepciones acerca del desempeño del servicio recibido”.(p.16)

Crosby (1997) a su vez define a la calidad de servicio como un parámetro que sirve para conocer el nivel de excelencia que la empresa ha tomado para satisfacer a sus clientes (citado por Duque, 2005, p.68)

Para Grönroos (1994) calidad de servicio es el resultado de integrar la calidad total en tres tipos de dimensiones: calidad técnica, calidad funcional, e imagen corporativa que condicionan la percepción que un sujeto tiene de un objeto, sea este un producto o servicio (citado por Duque, 2005, p.68).

Zeithaml y Bitner (2002) la definen como “la amplitud de la discrepancia o diferencia que existe entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones” (citado por Duque, 2005, p.69)

Rust y Oliver (1994), señala además que, si la percepción es superior a las expectativas, el servicio se considera excelente; si las expectativas son iguales a las percepciones, el servicio se considera bueno y si las expectativas no se cumplen, el servicio será considerado malo, por tanto, concluye que Calidad de Servicio es una evaluación de qué tan bien un servicio entregado se ajusta a la expectativa del cliente (citado por Duque, 2005, p.68).

Más recientemente, López (2013) concluyo que:

Es el hábito desarrollado que debe incorporar una empresa a fin de identificar las necesidades y expectativas de sus clientes para lograr satisfacer las mismas con los atributos del producto o servicio requerido (p.36).

Enfoque de Calidad de Servicio

Escuela Nórdica

La escuela nórdica resulta cronológicamente anterior a la escuela norteamericana y se enfoca en comparar el servicio esperado y el servicio recibido, uno de sus miembros más representativos Grönroos (1984), propuso un modelo con tres componentes que han evolucionado con el tiempo, y del que se puede resumir en lo siguiente:

Calidad técnica, “representa el servicio recibido por los usuarios como consecuencia de la compra”. (p.63)

Calidad funcional, “representa el cómo el usuario recibe y experimenta el servicio, relacionada con la forma en la cual se ha prestado el servicio a los usuarios por el personal del establecimiento”. (p.63)

La calidad organizativa o imagen corporativa, “representa el resultado de cómo el usuario percibe la empresa a través del servicio que presta, afecta su percepción de la calidad del servicio y está asociada a la imagen que se forma sobre la organización” .(p.63)

Escuela Norteamericana

Modelo Servqual

Basados en parte en los trabajos de la escuela nórdica y muy en particular en las investigaciones llevadas a cabo por Grönroos, Parasuraman, Zeithaml y Berry, desarrollaron su modelo conceptual basado en las discrepancias que se materializo en un instrumento de medida que denominaron servqual.

Según Serrano y López (2007), este modelo explica que el juicio global del cliente es el resultado de la comparación entre las expectativas previas de los clientes y las percepciones acerca del desempeño del servicio que ha recibido.

La esencia de este modelo implica la identificación de las causas de un servicio deficiente, denominados Gaps o brechas como patrón de medida de la calidad de servicio (Garza, Badii, y Abreu, 2008) que influyen en la percepción:

El GAP 1 según Garza, Badii y Abreu (2008), es la discrepancia entre las expectativas de los clientes y las percepciones que la empresa tiene sobre esas expectativas, constituyéndose en la principal razón por las que la calidad del servicio puede ser percibida como deficiente (p.7).

El GAP 2 de acuerdo a Civera (2008), es la discrepancia entre las percepciones de los directivos y las especificaciones o normas de calidad (p.8).

El GAP 3 según Civera (2008), es la discrepancia entre las especificaciones de la calidad del servicio y la prestación del servicio que es el servicio realmente ofrecido (p.8).

El GAP 4 según Garza, Badii y Abreu (2007), refiere a la discrepancia entre el servicio real y lo que se comunica a los clientes sobre él (p.8)

El GAP 5, según Duque (2005), es la discrepancia entre las expectativas del consumidor sobre la calidad del servicio y las percepciones que tiene del servicio (p.73).

Modelo Servperf

Este modelo fue desarrollado por Cronin y Taylor para medir la calidad del servicio, se basa en el Servqual y del que afirman ser más efectivo al eliminar la cuestión de medir las expectativas y enfocarse en las percepciones de los clientes al momento de recibir un servicio determinado.

Dimensiones

Para el desarrollo de la investigación se consideró el instrumento Servperf, cuyas dimensiones son las siguientes:

Dimensión 1: Elementos tangibles

Según Parasuraman et al. (1988) es “la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación”.(p.7)

Según el Ministerio de Salud (2011) “son los aspectos físicos que el usuario percibe de la institución. Están relacionados con las condiciones y apariencia física de las

instalaciones, equipos, personal, material de comunicación, limpieza y comodidad”.(p.1)

Según la Agencia de Evaluación y Calidad del MHFP de España (2014) “Son las facilidades físicas y materiales, así como aspectos del personal de servicio” (p.25)

Dimensión 2: Capacidad de respuesta

Según Parasuraman et al. (1988), es la “disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido “(p.7).

Según el Ministerio de Salud (2011) es la “disposición de servir a los usuarios y proveerles un servicio rápido y oportuno frente a una demanda con una respuesta de calidad y en un tiempo aceptable” (p.1)

Según la Agencia de Evaluación y Calidad del MHFP de España (2014) “representa la voluntad de ayuda a los clientes y la capacidad de proporcionar un servicio ágil y rápido” (p.26)

Dimensión 3: Confiabilidad

Según Parasuraman et al. (1988) es la “habilidad para realizar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa”. (p.7)

Según el Ministerio de Salud (2011) “es la capacidad para cumplir exitosamente con el servicio ofrecido”.(p.2)

Según la Agencia de Evaluación y Calidad del MHFP de España (2014) es la “capacidad para cumplir con lo cometido y hacerlo sin errores”. (p.26)

Dimensión 4: Seguridad

Según Parasuraman et al. (1988) son los “Conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza” (p.7)

Según el Ministerio de Salud (2011) “Evalúa la confianza que genera la actitud del servidor... demostrando conocimiento, privacidad, cortesía, habilidad para comunicarse e inspirar confianza” (p.2)

Según la Agencia de Evaluación y Calidad del MHFP de España (2014) son “los aspectos relacionados con el trato dispensado, el conocimiento y profesionalidad de los empleados y su capacidad para inspirar confianza y seguridad” (p.26)

Dimensión 5: Empatía

Según Parasuraman et al. (1988) es la “atención individualizada que ofrecen los empleados a sus clientes” (p.7)

Según el Ministerio de Salud (2011) “Es la capacidad que tiene una persona para ponerse en el lugar de otra persona y entender y atender adecuadamente las necesidades del otro” (p.2)

Según la Agencia de Evaluación y Calidad del MHFP de España (2014) “representa la atención esmerada e individualizada que facilita el servicio” (p.26)

1.3 Justificación

Un servicio público tiene como fin prioritario satisfacer la necesidad de sus ciudadanos, por ello cuando nos referimos a la calidad del servicio, debemos tener en cuenta que el juez principal de que tan bueno o deficiente ha sido el servicio es el propio usuario, quien a su vez resulta ser la razón esencial de la existencia del servicio. Por ello la calidad en los servicios públicos constituye una obligación fundamental de la administración pública y como tal debe ser evaluado.

En este proceso de evaluación, el usuario considera únicamente sus propias expectativas y luego de recibido el servicio compara si los resultados se ajustaron a ellos, es decir que la evaluación que realiza el usuario basado en percepciones es su verdad, no necesariamente la verdad, pero es de gran importancia conocerla para la toma de decisiones tendientes a la mejora del servicio.

1.3.1 Teórica

El presente trabajo pretende afianzar los conocimientos sobre la relación entre dos variables de gran importancia en la actualidad, el nivel de calidad y la satisfacción del usuario en base a dos instrumentos de gran aceptación como son el modelo SERVPERF y el modelo de las expectativas bajo los principios de Kotler, que

de algún modo servirán como referencia metodológica para futuras investigaciones en entidades similares.

1.3.2 Practica

Los resultados revelaran cuan satisfecho se encuentra el usuario y como percibe el nivel de calidad de servicio en una entidad pública, si bien las empresas o instituciones confían en que el nivel de servicio ofrecido es de la mejor calidad posible, los usuarios no necesariamente comparten la misma percepción, por eso es de gran utilidad este tipo de investigaciones, Los resultados permitirán conocer aspectos del servicio que requieran una mejora o su mantenimiento, que podrían incidir en el incremento de la satisfacción del usuario y la imagen institucional de la entidad.

1.3.3 Social

Todo esfuerzo orientado a la mejora del nivel de calidad de servicio de las entidades públicas constituye un tema de interés para beneficio de los usuarios y para los que están encargados de su gestión.

1.4 Formulación del problema

1.4.1 Problema general

¿Existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la calidad del servicio?

1.4.2 Problemas específicos

Problema específico 1

¿Existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión elementos tangibles?

Problema específico 2

¿Existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión confiabilidad?

Problema específico 3

¿Existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión capacidad de respuesta?

Problema específico 4

¿Existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión seguridad?

Problema específico 5

¿Existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión empatía?

1.5 Hipótesis**1.5.1 Hipótesis general**

Existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la calidad del servicio.

1.5.2 Hipótesis específicas**Hipótesis específica 1**

Existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión elementos tangibles.

Hipótesis específica 2

Existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión confiabilidad.

Hipótesis específica 3

Existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión capacidad de respuesta

Hipótesis específica 4

Existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión seguridad.

Hipótesis específica 5

Existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión empatía.

1.6 Objetivos

1.6.1 Objetivo general

Determinar si existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto en la calidad del servicio.

1.6.2 Objetivos específicos

Objetivo específico 1

Determinar si existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión elementos tangibles.

Objetivo específico 2

Determinar si existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión confiabilidad.

Objetivo específico 3

Determinar si existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión capacidad de respuesta.

Objetivo específico 4

Determinar si existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión seguridad.

Objetivo específico 5

Determinar si existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión empatía.

II. Marco Metodológico

2.1 Variables

Variable es "cualquier característica o cualidad de la realidad que es susceptible de asumir diferentes valores, es decir, que puede variar, aunque para un objeto determinado que se considere puede tener un valor fijo". (Sabino, 1980, p.58)

2.1.1 Calidad de servicio

Definición conceptual

Según Cronin y Taylor (1992), la calidad de servicio "es lo que el cliente percibe del nivel de desempeño del servicio prestado" (citado por Duque, 2005, p.74).

Definición operacional

Escala Servperf que consiste en la información suministrada por los usuarios respecto de las cinco dimensiones que caracterizan a la calidad de servicio: (a) elementos tangibles; (b) capacidad de respuesta; (c) confiabilidad; (d) seguridad y (e) empatía a través de un cuestionario de quince ítems adaptado del modelo Servperf diseñado por Cronin y Taylor.

2.2 Operacionalización de las variables

Tabla 1

Operacionalización de la variable: Calidad del Servicio

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala	Niveles
Elementos tangibles	¿La aduana cuenta con equipos modernos para su atención?	1 - 3		
	¿Los ambientes de la aduana y los almacenes estuvieron limpios y cómodos?			
	¿Los funcionarios de aduana estuvieron debidamente uniformados y presentables?			
Confiabilidad	¿Fue atendido en el orden establecido?	4 - 6		Por mejorar
	¿Cuándo tuvo un inconveniente mostraron sincero interés en ayudarlo?			(15 - 39)
	¿Culminaron su atención en el tiempo establecido?			(1) Totalmente en desacuerdo
Capacidad de Respuesta	¿Contaron con el personal suficiente para atenderlo?	7 - 9		En proceso
	¿Su atención fue rápida?			(2) En desacuerdo
	¿Los funcionarios de aduana nunca estuvieron demasiado ocupados para responder sus inquietudes?			(3) Indiferente
Seguridad	¿Su atención fue personalizada?	10 - 12		(40 - 51)
	¿Los funcionarios de aduana le inspiraron confianza?			(4) De acuerdo
	¿Los funcionarios de aduana fueron amables en su atención?			(5) Totalmente de acuerdo
Empatía	¿Los funcionarios de aduana tuvieron el conocimiento adecuado para la atención?	13 - 15		Acceptable
	¿Su atención fue personalizada?			(52 - 75)
	¿los horarios de atención le fueron convenientes?			
	¿Comprendieron sus necesidades específicas?			

Fuente : Elaboracion propia

2.3 Metodología

Según (Hernández, Fernández y Baptista, 2014) “la investigación es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema”. (p.4)

La presente investigación se basó en el enfoque cuantitativo que “utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías”. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.4)

2.4 Tipo de estudio

El presente estudio es básico, dado que se pretende determinar la relación entre las variables. Al respecto, Zorrilla (1993) refiriéndose al tipo de investigación, afirma:

La básica denominada también pura o fundamental, “busca el progreso científico, acrecentar los conocimientos teóricos, sin interesarse directamente en sus posibles aplicaciones o consecuencias prácticas”.(Citado por Grajales, 2002, p.1)

2.5 Diseño de la investigación

De acuerdo a (Hernández, Fernández y Baptista, 2014) “el diseño es el plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación y responder al planteamiento”. (p.128), define también que una “investigación no experimental es un estudio que se realiza sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” (p.152).

Por el diseño la investigación es no experimental, ya que se basó en las observaciones de los hechos en estado natural sin la intervención o manipulación del investigador.

La investigación fue transversal o transaccional debido a que se recopiló datos en un momento único. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.154)

Es un tipo de estudio comparativo puesto que se pretende comparar el estado en que se encuentra los fenómenos de la realidad. En este caso si existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la calidad del servicio.

A continuación, mostraremos la representación gráfica de nuestro diseño.

$M_1 \dots\dots\dots O_1$

$M_2 \dots\dots\dots O_2$

Dónde:

M_1 Representa la muestra de los usuarios de la sede Aérea

M_2 Representa la muestra de los usuarios de la sede Postal

O_1 Las observaciones de la variable calidad de servicio en la sede Aérea

O_2 Las observaciones de la variable calidad de servicio en la sede Postal

Al final demostraremos si:

$O_1 = O_2$

$O_1 \neq O_2$

2.6 Población, muestra, muestreo

2.6.1 Población

Para Arias (2006), la población es “un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda limitada por el problema y por el objetivo de estudio” (p. 81)

La población del presente estudio está constituida por 62,522 usuarios que han realizado algún trámite u operación aduanera de manera directa o de manera indirecta a través de un apoderado, agente de aduana, Courier u otro operador autorizado en las sedes de la Intendencia de la Aduana Aérea y Postal, primer trimestre del 2017.

2.6.2 Muestra

Según Bernal (2006), “la muestra es la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuarán la medición y la observación de las variables objeto de estudio”. (p.165)

El tamaño de la muestra fue calculado en base a la formula, resultando 382:

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

Dónde:

Z (1,96): Valor de la distribución normal, para un nivel de confianza de (1- α)

P (0,5): Proporción de éxito.

Q (0,5): Proporción de fracaso (Q=1-P)

ε (0,05): Tolerancia al error

N (62,522): Tamaño de la población.

n: Tamaño de la muestra

Número de usuarios de la Sede Aerea : 49,756 (80%)

Número de usuarios de la Sede Postal : 12,766 (20%)

Tamaño de la muestra proporcional:

Sede Aerea = 304

Sede Postal = 78

En razón a su proporcionalidad la muestra estuvo constituida por 304 usuarios de la sede Aérea y 78 de la sede Postal.

2.6.3 Muestreo

Para Valderrama (2013), el muestreo es “tomar parte o porción de una población o universo como representativa de dicha población o universo” (p. 25).

El tipo de muestreo de la presente investigación es el probabilístico que según Valderrama (2013), “son aquellos muestreos que utilizan la selección aleatoria para seleccionar a los casos, participantes o sujetos que serán estudiados” (p.27).

2.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica según Falcón y Herrera (2005), “es el procedimiento o forma particular de obtener datos o información” (p.12).

En el presente estudio se ha utilizado la técnica de la encuesta y su instrumento el cuestionario que ha sido aplicada a 382 usuarios en distintos lugares de Lima y Callao con el propósito de recoger información de la variable calidad de servicio.

2.7.1 Instrumento

Falcón y Herrera (2005) señalaron que los instrumentos son “dispositivos o formatos en papel o digital, que se utilizan para obtener, registrar o almacenar información” (p. 12).

Según Carrasco (2013), la encuesta “es una técnica para la indagación, exploración y recolección de datos, mediante preguntas formuladas directa o indirectamente a los sujetos que constituyen una unidad de análisis” (p. 318).

Se usó un cuestionario medido en la escala de Likert de cinco puntos para cinco dimensiones de la variable nivel de servicio.

2.7.2 Ficha Técnica

Nombre:	Cuestionario de calidad de servicio SERVPERF
Autor:	Cronin y Taylor
Año:	1992
Objetivo:	Realizar la medición de la calidad del servicio de la

Aduana Aérea del Callao.

Aplicación:	Directa
Duración:	15 minutos
Estructura:	La escala consta de 15 ítems para cinco dimensiones con 05 alternativas de respuesta de opción múltiple, de tipo Likert, como: Totalmente en desacuerdo (1), En desacuerdo (2), Indiferente (3), De acuerdo (4) y Totalmente de acuerdo (5).

2.7.3 Validez y confiabilidad

Validez

Según Valderrama (2013), la validez “es el grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir” (p. 52).

Para Hernández, et al (2010), “la validez es el grado en que un instrumento en verdad mide la variable que pretende medir”. (p.201)

El instrumento fue diseñado por Cronin y Taylor (1992) y ha sido utilizado y validado por numerosos autores e investigadores en diversos países y aplicado a diversos sectores, para el caso particular de la medición en entidades públicas que han servido como referencia para el presente estudio, se tiene el de la Agencia de Evaluación y Calidad del Ministerio de Hacienda desarrollado el 2014 y Fomento Publico de España y el de Ministerio de Salud del Perú desarrollado el 2011.

Confiabilidad

Núñez (2012) menciona que “la confiabilidad de la prueba es el grado de coincidencia de los resultados cuando se repite la aplicación de la prueba a unas mismas personas (u otros objetos), en igualdad de condiciones”.(p.54) en ese sentido el cuestionario SERVPERF ha demostrado una alta confiabilidad en los estudios de sus autores y numerosos investigadores que han hecho uso de ello, desde el año 1992 en el que fue diseñado por Cronin y Taylor.

2.8 Método de análisis de datos

Se utilizó el software estadístico SPSS para los resultados descriptivos y los inferenciales como las tablas de frecuencia, la prueba de confiabilidad con el coeficiente del alfa de Cronbach, la prueba de normalidad Kolmogórov-Smirnov, del que resulto no tener una distribución normal, lo que conlleva a la aplicación de la prueba de U de Mann Whitney para evaluar la hipótesis de la diferencia entre grupos.

Los resultados que se obtengan después del procesamiento estadístico de los datos serán representados mediante gráficos para facilitar su interpretación.

2.9 Aspectos éticos

Los datos de esta investigación son exclusivamente para fines estadísticos garantizándose la confidencialidad en las encuestas con observación de las normas académicas de la universidad.

III. Resultados

3.1 Resultados descriptivos

3.1.1 Calidad de Servicio

Tabla 2

Distribución porcentual del nivel de la calidad de servicio

Nivel de Calidad de Servicio		Sede		Total
		Aerea	Postal	
Nivel de Calidad de Servicio	Por mejorar	7,6%	9,0%	7,9%
	En proceso	16,8%	16,7%	16,8%
	Aceptable	75,7%	74,4%	75,4%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

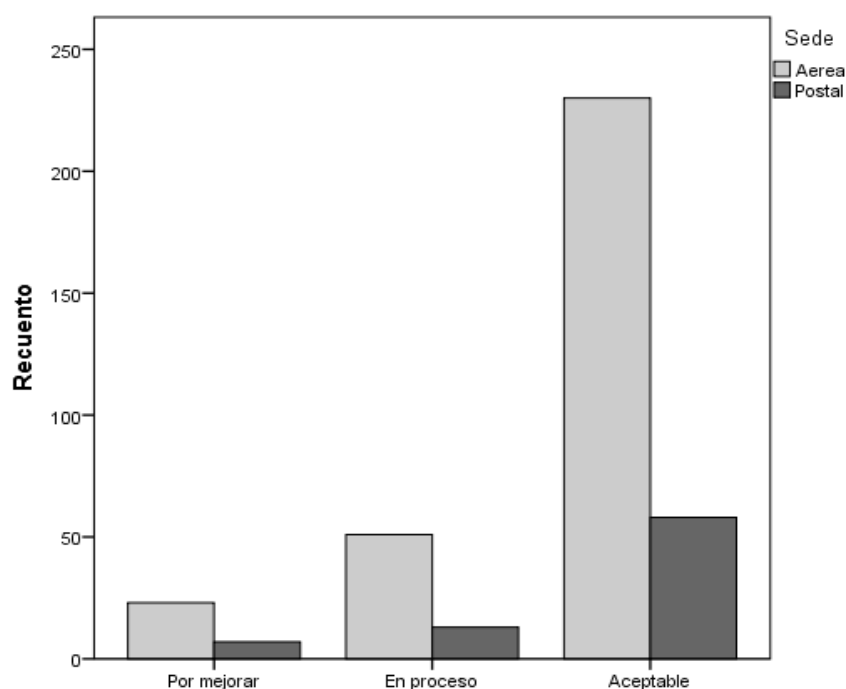


Figura 1. Nivel de la Calidad de servicio

Interpretación: De la tabla y figura precedentes, se observa que existen diferencias entre ambas sedes en cuanto a los niveles por mejorar y aceptable, un 75.7% de los usuarios percibe como aceptable el nivel de servicio recibido de la sede aérea en contraparte un 9.0% considera que la sede postal debe mejorar su servicio.

Dimensión 1: Elementos tangibles

Tabla 3

Distribución porcentual del nivel de los elementos tangibles

		Sede		Total
		Aerea	Postal	
Nivel de Elementos Tangibles	Por mejorar	7,6%	6,4%	7,3%
	En proceso	7,2%	29,5%	11,8%
	Aceptable	85,2%	64,1%	80,9%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

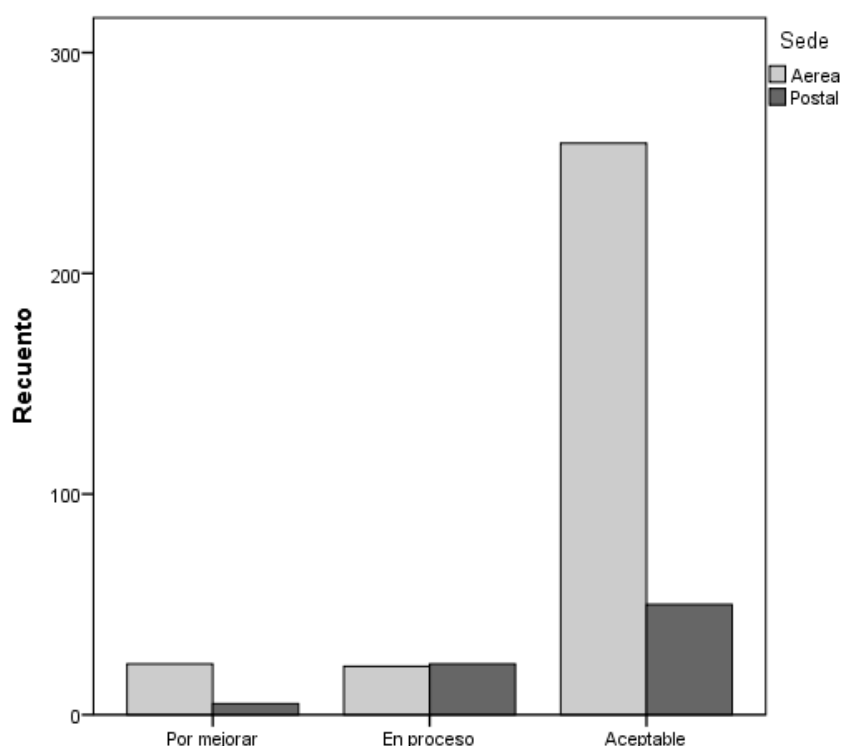


Figura 2. Nivel de la dimensión elementos intangibles

Interpretación: De la tabla y figura precedentes, se observa que ambas sedes obtienen resultados diferentes, la sede aérea tiene un mayor grado de aceptación que la sede postal, 85.2% vs. 64.1% con un margen de 21.1% de diferencia, en contraparte un 29.5% considera que la sede postal se encuentra en proceso de lograr un nivel aceptable evidenciando que hay aspecto de mejora.

Dimensión 2: Confiabilidad

Tabla 4

Distribución porcentual del nivel de confiabilidad

		Sede		Total
		Aerea	Postal	
Nivel de Confiabilidad	Por mejorar	7,9%	7,7%	7,9%
	En proceso	18,1%	16,7%	17,8%
	Aceptable	74,0%	75,6%	74,3%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

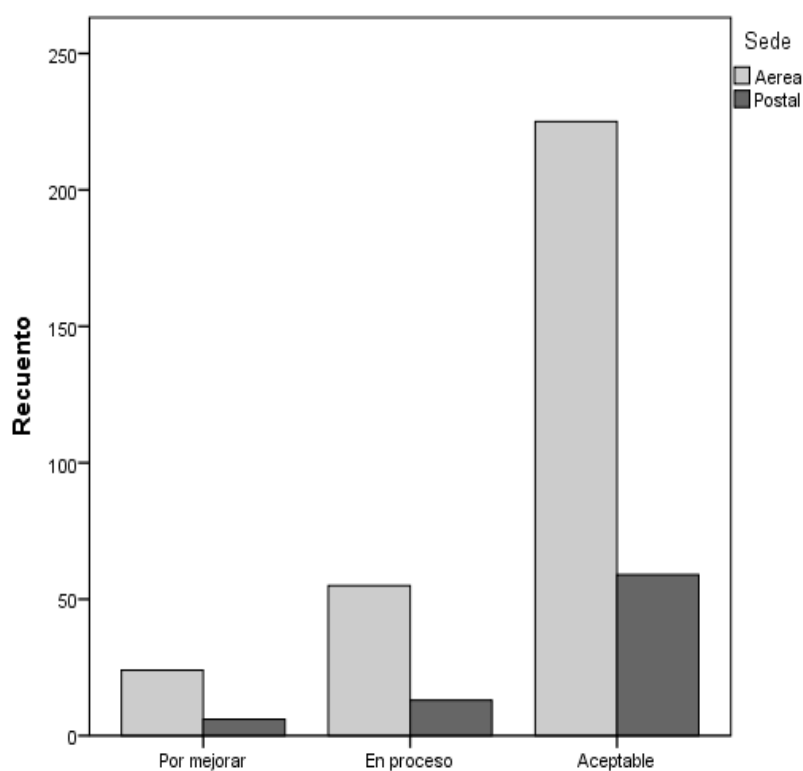


Figura 3. Nivel de la dimensión confiabilidad

Interpretación: De la tabla y figura precedentes, se observa que ambas sedes obtienen resultados similares, un 74.0% y 75.6% respectivamente considera como aceptable a la dimensión confiabilidad mientras que un 7.9% y 7.7% respectivamente considera que hay aspectos de mejora.

Dimensión 3: Capacidad de Respuesta

Tabla 5

Distribución porcentual del nivel de capacidad de respuesta

		Sede		Total
		Aerea	Postal	
Nivel de Capacidad de respuesta	Por mejorar	8,2%	7,7%	8,1%
	En proceso	20,4%	19,2%	20,2%
	Aceptable	71,4%	73,1%	71,7%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

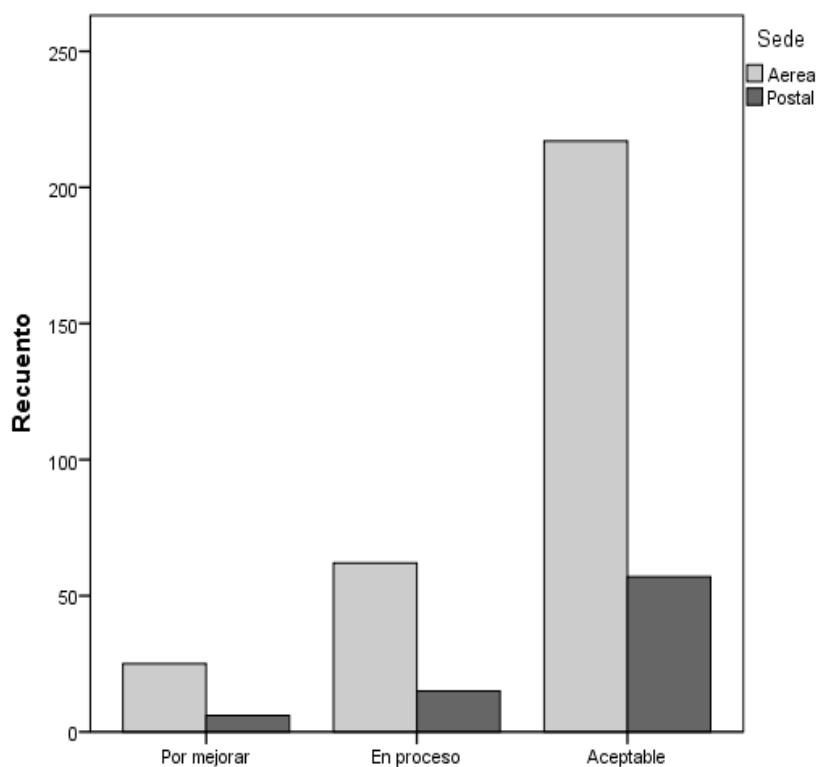


Figura 4. Nivel de la dimensión capacidad de respuesta

Interpretación: De la tabla y figura precedentes, se observa que ambas sedes obtienen resultados similares, un 71.4% y 73.1% respectivamente considera como aceptable a los elementos intangibles mientras que un 7.9% y 7.7% considera que hay aspectos de mejora.

Dimensión 4: Seguridad

Tabla 6

Distribución porcentual del nivel de seguridad

Nivel de Seguridad		Sede		Total
		Aerea	Postal	
Nivel de Seguridad	Por mejorar	7,9%	7,7%	7,9%
	En proceso	19,1%	15,4%	18,3%
	Aceptable	73,0%	76,9%	73,8%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

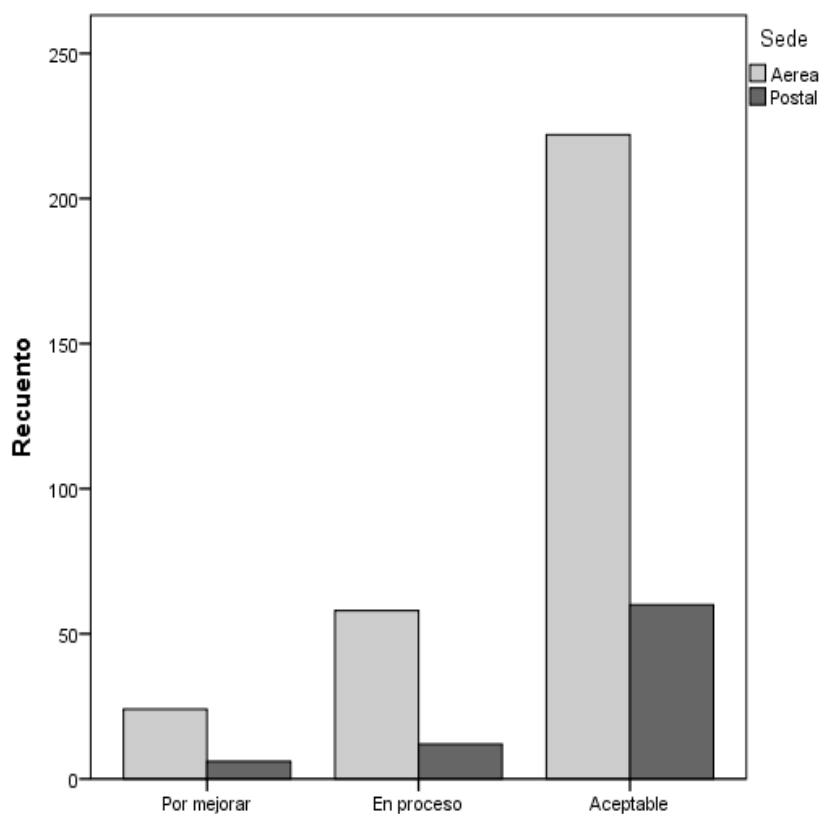


Figura 5. Nivel de la dimensión seguridad

Interpretación: De la tabla y figura precedentes, se observa que ambas sedes obtienen resultados similares, un 73.0% y 76.9% respectivamente considera como aceptable al nivel de la dimensión seguridad mientras que un 7.9% y 7.7% respectivamente considera que hay aspectos de mejora.

Dimensión 5: Empatía

Tabla 7

Distribución porcentual del nivel de empatía

		Sede		Total
		Aerea	Postal	
Nivel de Empatía	Por mejorar	11,5%	12,8%	11,8%
	En proceso	32,6%	57,7%	37,7%
	Aceptable	55,9%	29,5%	50,5%
Total		100,0%	100,0%	100,0%

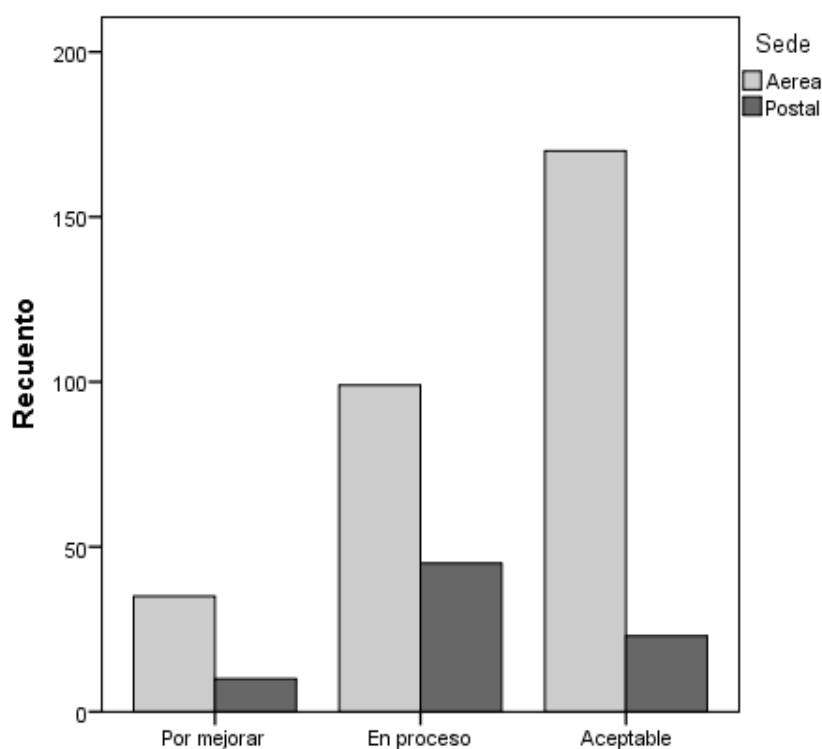


Figura 6. Nivel de la dimensión empatía

Interpretación: De la tabla y figura precedentes, se observa que ambas sedes obtienen resultados diferentes, la sede aérea tiene un mayor grado de aceptación que la sede postal, 55.9% vs. 29.1% con un margen de 26.8% de diferencia, en contraparte un 57.7% considera que la sede postal se encuentra en proceso de lograr un nivel aceptable evidenciando que hay aspecto de mejora.

3.2 Contrastación de hipótesis

Hipótesis general de la investigación

H₀: No existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la calidad del servicio.

H₁: Existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la calidad del servicio

Tabla 8

Rangos

	Sede	N	Rango promedio	Suma de rangos
Calidad de Servicio	Aerea	304	199,01	60499,50
	Postal	78	162,22	12653,50
	Total	382		

Tabla 9

Estadísticos de prueba

	Calidad de Servicio
U de Mann-Whitney	9572,500
W de Wilcoxon	12653,500
Z	-2,633
Sig. asintótica (bilateral)	,008

a. Variable de agrupación: Sede

Estadístico utilizado: U de Mann-Whitney

se asume un nivel de significación (α) = 5%

valor calculado = 9,572.50

p-valor = 0.008

Como $p < 0.05$ entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Con un nivel de significación del 5% se puede afirmar que existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la calidad del servicio.

Hipótesis específica 1

H₀: No existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión elementos tangibles.

H₁: Existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión elementos tangibles.

Tabla 10

Rangos

	Sede	N	Rango promedio	Suma de rangos
Elementos Tangibles	Aerea	304	202,38	61525,00
	Postal	78	149,08	11628,00
	Total	382		

Tabla 11

Estadísticos de prueba

	Elementos Tangibles
U de Mann-Whitney	8547,000
W de Wilcoxon	11628,000
Z	-4,059
Sig. asintótica (bilateral)	,000

a. Variable de agrupación: Sede

Estadístico utilizado: U de Mann-Whitney

se asume un nivel de significación (α) = 5%

valor calculado = 8,547.00

p-valor = 0.000

Como $p < 0.05$ entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Con un nivel de significación del 5% se puede afirmar que existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión elementos tangibles.

Hipótesis específica 2

H₀: No existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión confiabilidad.

H₁: Existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión confiabilidad.

Tabla 12

Rangos

	Sede	N	Rango promedio	Suma de rangos
Confiabilidad	Aerea	304	190,86	58021,50
	Postal	78	193,99	15131,50
	Total	382		

Tabla 13

Estadísticos de prueba

	Confiabilidad
U de Mann-Whitney	11661,500
W de Wilcoxon	58021,500
Z	-,231
Sig. asintótica (bilateral)	,817

a. Variable de agrupación: Sede

Estadístico utilizado: U de Mann-Whitney

se asume un nivel de significación (α) = 5%

valor calculado = 11,661.50

p-valor = 0.0817

Como $p > 0.05$ entonces no se rechaza la Hipótesis nula.

Con un nivel de significación del 5% no se puede afirmar que exista diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión confiabilidad.

Hipótesis específica 3

H₀: No existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión capacidad de respuesta.

H₁: Existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión capacidad de respuesta.

Tabla 14

Rangos

	Sede	N	Rango promedio	Suma de rangos
Capacidad de Respuesta	Aerea	304	190,85	58017,50
	Postal	78	194,04	15135,50
	Total	382		

Tabla 15

Estadísticos de prueba

	Capacidad de Respuesta
U de Mann-Whitney	11657,500
W de Wilcoxon	58017,500
Z	-,233
Sig. asintótica (bilateral)	,816

a. Variable de agrupación: Sede

Estadístico utilizado: U de Mann-Whitney

se asume un nivel de significación (α) = 5%

valor calculado = 11,657.50

Como $p > 0.05$ entonces no se rechaza la Hipótesis nula.

Con un nivel de significación del 5% no se puede afirmar que exista diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión capacidad de respuesta.

Hipótesis específica 4

H₀: No existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión seguridad.

H₁: Existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión seguridad.

Tabla 16

Rangos

	Sede	N	Rango promedio	Suma de rangos
Seguridad	Aerea	304	191,08	58087,00
	Postal	78	193,15	15066,00
	Total	382		

Tabla 17

Estadísticos de prueba

	Seguridad
U de Mann-Whitney	11727,000
W de Wilcoxon	58087,000
Z	-,152
Sig. asintótica (bilateral)	,879

a. Variable de agrupación: Sede

Estadístico utilizado: U de Mann-Whitney

se asume un nivel de significación (α) = 5%

valor calculado = 11,727.00

Como $p > 0.05$ entonces no se rechaza la Hipótesis nula.

Con un nivel de significación del 5% no se puede afirmar que exista diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión Seguridad.

Hipótesis específica 5

H₀: No existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión empatía.

H₁: Existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión empatía.

Tabla 18

Rangos

	Sede	N	Rango promedio	Suma de rangos
Empatia	Aerea	304	201,70	61317,00
	Postal	78	151,74	11836,00
	Total	382		

Tabla 19

Estadísticos de prueba

	Empatia
U de Mann-Whitney	8755,000
W de Wilcoxon	11836,000
Z	-3,629
Sig. asintótica (bilateral)	,000

a. Variable de agrupación: Sede

Estadístico utilizado: U de Mann-Whitney

se asume un nivel de significación (α) = 5%

valor calculado = 8,755.00

p-valor = 0.000

Como $p < 0.05$ entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Con un nivel de significación del 5% se puede afirmar que existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión empatía.

IV. Discusión

Los resultados de la prueba de U de Mann-Whitney confirmaron la hipótesis sobre la existencia de diferencias entre las sedes aérea y postal en cuanto a la dimensión elementos tangibles, los aspectos medidos comprendieron el contar con equipos modernos para su atención, ambientes cómodos y limpios, funcionarios debidamente uniformados y presentables, si bien en ambos los porcentajes de aprobación son aceptables, los usuarios perciben que los niveles de calidad del servicio son diferentes, en comparación a resultados de otras mediciones como las realizadas en el municipio distrital de Santiago de Cao en el 2016 así como en el de Ubcui, Bahía en el 2015 para la misma dimensión alcanzaron de 25% y 31.7% respectivamente, es decir cifras muy por debajo del 85.2% de la sede aérea y 64.1% para la sede postal, en ese ámbito el nivel de la calidad del servicio para esta dimensión está muy vinculado al nivel de inversión tecnológico y mobiliario, así como el gasto en proporcionar uniformes para los servidores de aduana, podríamos señalar la relación directa siguiente: a mayor inversión, mayor calidad de servicio percibido por el usuario.

A diferencia de la dimensión elementos tangibles donde no tiene participación la actitud del servidor o funcionario, ocurre lo contrario en la dimensión empatía, los resultados de la prueba de U de Mann-Whitney confirmaron la hipótesis sobre la existencia de diferencias entre las sedes aérea y postal en cuanto a la dimensión empatía, los aspectos medidos comprendieron la atención personalizada, la conveniencia de los horarios de atención y la comprensión de las necesidades específicas de los usuario, la sede aérea y la sede postal obtuvieron el 55.9% y 29.5% de aprobación, resultados que resultan inferiores a los obtenidos en el municipio distrital de Santiago de Cao en el 2016 así como en el de Ubcui, Bahía en el 2015, donde obtuvieron 73% y 44.7% respectivamente, en diversas mediciones del sector salud superan el 60% de aprobación, en esta dimensión el usuario valora que el funcionario realice acciones o diligencias fuera del procedimiento normal, sin embargo dicha flexibilidad tiene limitación en aduanas debido a la rigidez de sus procedimientos de calidad, en el marco teórico se ratifica que la actitud de la persona que presta el servicio es determinante para una mejor valoración del servicio recibido, como lo señala Redhead (2015) existe correlación directa entre la empatía y la satisfacción de los usuarios.

En cuanto a la dimensión confiabilidad, donde se evaluó si se respetó el orden de atención para los usuarios, si se proporcionó ayuda cuando el usuario presento un inconveniente y si se culminó la atención en el tiempo programado, los resultados de la prueba de U de Mann-Whitney no encontraron diferencias significativas entre la sede aérea y la sede postal, en ambos casos tres de cuatro usuarios se sintieron satisfechos con la atención, solo un 7.9% considero que había aspectos de mejora, a nivel operativo el Ministerio de Salud (2011) considera que la confiabilidad es la capacidad para cumplir exitosamente con el servicio ofrecido igualmente la Agencia de Evaluación y Calidad del MHFP de España señala que es la capacidad para cumplir con lo cometido y hacerlo sin errores, en ese sentido, se considera el nivel alcanzado es más que aceptable y responde al esfuerzo de los servidores, en estudios anteriores como el realizado por Huerta (2015) en el Hospital Nacional Arzobispo Loayza, servicio de emergencia revelo que 94.3% de personas atendidas se mostraron satisfechas, evidenciándose una adecuada relación médico paciente, marcando una pauta de que en esta dimensión si es posible alcanzar niveles altos de calidad en las entidades públicas.

En relación a la dimensión seguridad, la medición considero si los funcionarios le inspiraron confianza, si estos fueron amables durante la atención y si estos mostraron tener el conocimiento adecuado para el desempeño de sus funciones, los resultados de la prueba de U de Mann-Whitney no encontraron diferencias significativas entre la sede aérea y la sede postal, 73.0% y 76.9% respectivamente fueron los porcentajes de aceptación, este nivel es superior al alcanzado por tienda departamental exclusiva según medición realizada por Maza (2013), la igualdad en ambas sedes se explica de algún modo en el mismo grado de capacitación recibido, no ocurre así con el nivel de 47.66% alcanzado por el Hospital de Lambayeque en estudio realizado por Niño (2012).

Según definición operativa del Ministerio de Salud (2011) capacidad de respuesta es la disposición de servir a los usuarios y proveerles un servicio rápido y oportuno frente a una demanda con una respuesta de calidad y en un tiempo aceptable, lo que involucra que el servicio debe cumplir con términos de eficacia y eficiencia, los resultados de la prueba de U de Mann-Whitney no encontraron diferencias significativas entre la sede aérea y la sede postal, en ambos casos los

porcentajes de aprobación fueron 71.4% y 73.1% respectivamente solo un 8.1% considero que había aspectos de mejora, es relevante que los usuarios percibieran que hubo personal suficiente para su atención, en comparación con otras entidades, se tiene que según Huerta (2015) el porcentaje de usuarios satisfechos en el Hospital Arzobispo Loayza fue 94.8%, en el Hospital Cayetano Heredia 52.5%, Hospital Sergio Bernales 37.56% y Hospital San Juan de Lurigancho 25.3% se desprende que entre entidades de salud similares los resultados son diferentes lo que no ocurre con las entidades aduaneras en la dimensión capacidad de respuesta.

En el nivel general considerando todos las dimensiones los resultados de la prueba de U de Mann-Whitney confirmaron la hipótesis sobre la existencia de diferencias entre las sedes aérea y postal en cuanto a la calidad del servicio, lo cual se encuentra explicado por las diferencias halladas en los niveles de las dimensiones elementos tangibles y la empatía, al que debe añadirse un elemento más, algunas características del propio usuario, como el de estar dispuesto asumir costos adicionales por el servicio de envío de entrega rápida que resulta mayor al costo de transporte de un envío postal, habiéndose comprobado la hipótesis planteada, el proceso desarrollado en el presente estudio pudiera servir de referencia para entidades públicas o privadas con problemática similar.

V. Conclusiones

- Primero.** Con un nivel de significación del 5% se puede afirmar que existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la calidad del servicio, en merito a lo cual queda confirmada la hipótesis general planteada en el presente estudio.
- Segundo.** Con un nivel de significación del 5% se puede afirmar que existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión elementos tangibles, en merito a lo cual queda confirmada la hipótesis específica primera planteada en el presente estudio.
- Tercero.** Con un nivel de significación del 5% se puede afirmar que no existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión confiabilidad, en merito a lo cual queda rechazada la hipótesis específica segunda planteada en el presente estudio.
- Cuarto.** Con un nivel de significación del 5% se puede afirmar que no existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión capacidad de respuesta, en merito a lo cual queda rechazada la hipótesis específica tercera planteada en el presente estudio.
- Quinto.** Con un nivel de significación del 5% se puede afirmar que no existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión seguridad, en merito a lo cual queda rechazada la hipótesis específica cuarta planteada en el presente estudio.
- Sexto.** Con un nivel de significación del 5% se puede afirmar que existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión empatía, en merito a lo cual queda confirmada la hipótesis específica quinta planteada en el presente estudio.

Séptimo. Para la sede aérea los porcentajes de aceptación fueron:

Elementos tangibles	85.2%
Confiabilidad	74.0%
Capacidad de respuesta	71.4%
Seguridad	73.0%
Empatía	55.9%

Octavo. Para la sede postal los porcentajes de aceptación fueron:

Elementos tangibles	64.1%
Confiabilidad	75.6%
Capacidad de respuesta	73.1%
Seguridad	76.9%
Empatía	29.5%

Noveno. De los resultados de la investigación tanto en la sede postal como la sede aérea es posible concluir que, de cuatro usuarios, tres consideran como aceptable el nivel de la calidad de servicio, lo cual es resaltante, y deja a la administración aduanera con la tarea de mejorar la percepción en ese 25% restante. En cuanto a las dimensiones de la calidad del servicio, son los elementos tangibles los que obtiene un mayor puntaje de aceptación de 85.2% en la sede aérea, ello indica que los usuarios valoran que dicha sede cuente con equipos modernos, que las instalaciones sean cómodas y limpias y que los funcionarios estén debidamente uniformados y presentables. La dimensión empatía resulto la de menos puntuación en la sede postal, solo un 29.5% lo considero como aceptable, es decir de cada tres usuarios, dos estuvieron satisfechos, ello implica que perciben que su atención no fue personalizada, que los horarios de atención no les resultaron convenientes y que los funcionarios no comprendieron sus necesidades específicas.

Decimo. Dos de las cinco dimensiones presentan una marcada diferencia entre ambas sedes, las dimensiones elementos tangibles y la dimensión empatía, esa diferencia es producto de las comparaciones de las valoraciones respecto a la limpieza y comodidad de las instalaciones, así como el hecho de que los usuarios percibieron que la aduana no comprendió sus necesidades específicas. Los puntos fuertes de ambas sedes fueron el de contar con el número de funcionarios suficientes para la atención de los usuarios, seguido de que estos funcionarios fueron percibidos como debidamente uniformados y presentables, y en tercer orden, que los mismos fueron amables durante el proceso de atención. Los resultados estadísticos confirman la hipótesis acerca de la diferencia entre ambas sedes en cuanto a la calidad de servicio, así también permite distinguir en que dimensiones se acentúa tal diferencia, lo cual resulta de mucha utilidad al momento de implementar las acciones de mejora.

VI. Recomendaciones

- Primero.** Se recomienda acciones que permitan el sostenimiento del nivel de aceptación de la calidad del servicio, como el perfeccionamiento de los procesos del importa fácil y la reducción de los porcentajes de control en los envíos de entrega rápida.
- Segundo.** Considerando que la dimensión empatía fue la menos valorada, y que ella comprende en gran medida la atención individualizada que se ofrece a los usuarios y aspectos en los que es fundamental la actitud que asume el funcionario frente al usuario, convendría la realización de un programa de capacitación practica de atención de usuarios dirigido a todos aquellos que tenga contacto con los mismos.
- Tercero.** Si bien la aduana cuenta con procedimientos de calidad donde se estandarizan los procesos y tramites asumiendo que el usuario debe adecuarse a los mismos, es pertinente que a la luz de los resultados se deben realizar acciones orientadas al usuario para que este perciba que su atención fue personalizada y que se comprendieron sus necesidades específicas, no basta que el servicio brindado sea de calidad y se ajuste a las especificaciones establecidas, sino que además debe satisfacer las otras necesidades específicas de cada usuario.
- Cuarto.** Continuar con mediciones periódicas de la percepción de los usuarios con la finalidad de identificar mejoras en el proceso y detectar las variaciones en las expectativas de los usuarios.

VII.Referencias Bibliográficas

Referencias bibliográficas

- Agencia de evaluación y calidad, (2014). *Guía para la realización de estudios de análisis de la demanda y de evaluación de la satisfacción de los usuarios*. Madrid: Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas.
- Arias, F. (2006). *Proyecto de Investigación: Introducción a la Metodología Científica*. Venezuela: Editorial Episteme, C.A.
- Ballón, S. (2016). *Evaluación en la calidad de servicio y satisfacción del cliente en los hoteles de dos y tres estrellas de la ciudad de Abancay* (Tesis). Lima, Universidad ESAN.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. Colombia: Universidad de la Sabana.
- Bejarano, L., García A., y Calvanapon F. (2016). *Calidad de servicio y satisfacción de los usuarios de administración tributaria y fiscalización de la Municipalidad Distrital de Santiago de Cao, año 2016* (Tesis). Lima, Universidad Cesar Vallejo.
- Brea, F. y González, A. (2006). Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del consumidor: Su evaluación en el ámbito del turismo termal. *Investigaciones Europeas Empresa*. 12,1. 251-272.
- Carrasco, S. (2009) *Metodología de investigación científica: Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. Lima: Ed. San Marcos.
- Civera, M. (2008). *Análisis de la relación entre calidad y satisfacción en el ámbito hospitalario en función del modelo de gestión establecido*. (Tesis doctoral). España, Universitat Jaume.
- Cronin, J. y Taylor, S. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, 56, 55-68.

- Cronin, J. y Taylor, S. (1994). SERVPERF versus SERVQUAL: reconciling performance based and perceptions minus expectations measurement of service quality. *Journal of Marketing*, 58, 125-131.
- Duque, E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Revista de Ciencias Sociales y Administrativas*, 15(25), 64-80.
- Duque, E. y Diosa, Y. (2014). Evolución conceptual de los modelos de medición de la percepción de calidad del servicio: Una mirada desde la educación superior. *Suma de Negocios*, 5 (12): 180-191.
- Falcón, J. y Herrera, R. (2005). *Análisis del dato Estadístico (guía didáctica)*. Caracas, Venezuela: Universidad Bolivariana de Venezuela.
- Garza, E., Badii, M., y Abreu, J. (2007). Mejoramiento de la calidad de servicios mediante el modelo de las discrepancias entre las expectativas de los clientes y las percepciones de la empresa. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 1, 1–64.
- Gordon H. y Terrence L. (2000). Customer satisfaction with services: putting perceived value into the equation. *Journal of Services Marketing*, 14(5), 392-410.
- Grajales, T. (2002). *La metodología de la Investigación histórica: una crisis compartida*. Argentina: Universidad Adventista del Plata Libertador San Martín.
- Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44.
- Gutarra, V. (2002). *Implementación de los círculos de calidad en el Instituto Superior Tecnológico – ITEC*. (Tesis), Lima: Universidad Mayor de San Marcos.
- Hernández, P. (2011). *La importancia de la satisfacción del usuario*. México: Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas.

- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: Editorial McGraw-Hill.
- Hoffman, D. y Bateson, J. (2002). *Fundamentos de Marketing de Servicios*, México: Thompson.
- Huerta, E. (2015). *Nivel de satisfacción de los usuarios atendidos en el tópico de medicina del servicio de emergencia del Hospital Nacional Arzobispo Loayza, Lima, enero del 2015*. (Tesis) Lima, Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Ibarra, L., y Casas, E. (2015). Aplicación del modelo Servperf en los centros de atención Telcel, Hermosillo: una medición de la calidad en servicio. *Contaduría y Administración*, 60, 229-260.
- Ibarra, L., Paredes, D., y Durazo, M. (2016) Calidad en el servicio y satisfacción del pasajero en las aerolíneas de bajo costo en el estado de Sonora. *TRANSITARE-Revista de Turismo, Economía y Negocios*, vol.2, 133-164.
- López, M. (2013). Importancia de la calidad del servicio al cliente para el funcionamiento de las empresas. *Revista del Departamento de Contaduría y Finanzas*, 1-36.
- Lovelock, C. y Wirtz, J. (2011). *Marketing de Servicios*. México: Pearson.
- Maza, B. (2013). *Evaluación de la Calidad del Servicio que se proporciona en una tienda departamental exclusiva a través del nivel de satisfacción de sus clientes*. (Tesis maestría) México, Instituto Politécnico Nacional.
- MINSA (2011). *Guía técnica para la evaluación de la satisfacción del usuario externo en los establecimientos de salud y servicios médicos de apoyo*. Lima: Ministerio de Salud.
- Morillo, M. y Morillo, M. (2016) Satisfacción del usuario y calidad de servicio en alojamientos turísticos del estado Mérida, Venezuela. *RCS-Revista de Ciencias Sociales*, vol. XXII, 2, 111-131.

- Münch, L. (1998). *Más allá de la excelencia y de la calidad total*. México: Editorial Trillas.
- Negi, R. (2009). Determining customer satisfaction through perceived service quality: A study of Ethiopian mobile users. *International Journal of Mobile Marketing*, 4(1), 31-38.
- Oliver, R. (1994). A conceptual model of service quality and service satisfaction: compatible goals, different concepts. *Advances in Services Marketing and Management*, 65-85.
- Parasuraman, A., Berry, L., y Zeithaml, V. (1991). Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale. *Journal of Retailing*, 67(4), 420-450.
- Parasuraman, A., Berry, L., y Zeithaml, V. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Parasuraman, A., Berry, L., y Zeithaml, V. (1988). The service-quality puzzle. *Business Horizons*, September/October, 35-43.
- Parasuraman, A., Berry, L., y Zeithaml, V. (1985). Quality counts in services, too. *Business Horizons*. May-June, 44-52.
- Pizam, A. y Ellis, T. (1999). Customer satisfaction and its measurement in hospitality enterprises. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 11(7), 326-339.
- Redhead, R. (2015). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en el Centro de Salud Miguel Grau Distrito de Chaclacayo 2013* (Tesis). Lima, Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Sabino, A. (1992) *El proceso de investigación*. Caracas: Ed. Panapo.
- Sachdev, S. y Verma, H. (2002). Customer expectations and service quality dimensions consistency. A study of select industries. *Journal of Management Research*, April, 43-52.

- Saravanan, R. y Rao, K. (2007). Measurement of service quality from the customer's perspective—An empirical study. *Total Quality Management, 18*(4), 435-449.
- Serrano A. (2007). Gestión de calidad y turismo: revisión e implicaciones para futuras investigaciones. *Cuadernos de turismo 20*, 251-266.
- Valderrama, S. (2013). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica cuantitativa, cualitativa y mixta*. Lima: San Marcos.
- Valencia, K. (2015). *Determinantes de la satisfacción del cliente respecto de la calidad de servicio de Cartagena Solutions Propiedad Horizontal S.A.S.* (Tesis), Bolívar, Universidad de Cartagena.
- Velarde, C., Medina, D. y De la Cruz A. (2016). *Calidad de servicio y la relación con la satisfacción de los clientes del centro de aplicación Productos Unión, del distrito de Lurigancho, durante el año 2016.* (Tesis). Lima, Universidad Peruana Unión.
- Zeithaml, V. y Bitner M. (2000). *Services marketing: integrating customer focus across firms*. Boston: McGraw-Hill.
- Zorrilla S. (1993). *Metodología de la investigación*, México: McGraw-Hill.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

Matriz de consistencia							
Título: Calidad del Servicio del usuario en la Aduana Aérea del Callao -2017 Autor: Br. John Richard Casimiro Bravo							
Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores				
Problema General: ¿Existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la calidad del servicio? Problemas Específicos: ¿Existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión elementos tangibles? ¿Existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión confiabilidad? ¿Existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión capacidad de respuesta? ¿Existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana	Objetivo general: Determinar si existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto en la calidad del servicio. Objetivos específicos: Determinar si existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión elementos tangibles. Determinar si existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión confiabilidad. Determinar si existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión capacidad de respuesta. Determinar si existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y	Hipótesis general: Existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la calidad del servicio. Hipótesis específicas: Existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión elementos tangibles. Existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión confiabilidad. Existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión capacidad de respuesta. Existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión seguridad. Existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión empatía.	Variable: Calidad de servicio				
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Niveles o rangos
			Elementos tangibles	¿La aduana cuenta con equipos modernos para su atención? ¿Los ambientes de la aduana y los almacenes estuvieron limpios y cómodos? ¿Los funcionarios de aduana estuvieron debidamente uniformados y presentables? ¿Fue atendido en el orden establecido? ¿Cuándo tuvo un inconveniente mostraron sincero interés en ayudarlo? ¿Culminaron su atención en el tiempo establecido? ¿Contaron con el personal suficiente para atenderlo? ¿Su atención fue rápida?	1,2,3	1. Totalmente en desacuerdo. 2. En desacuerdo 3. Indiferente 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo	15 - 39 Por mejorar 40 - 51 En proceso 52 -75 Aceptable
			Confiabilidad	¿Los funcionarios de aduana nunca estuvieron demasiado ocupados para responder sus inquietudes? ¿los funcionarios de aduana le inspiraron confianza? ¿Los funcionarios de aduana fueron amables en	4,5,6		
Capacidad de respuesta			7,8,9				

<p>Aérea y Postal en cuanto a la dimensión seguridad?</p> <p>¿Existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión empatía?</p>	<p>Postal en cuanto a la dimensión seguridad.</p> <p>Determinar si existe diferencia entre las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y Postal en cuanto a la dimensión empatía.</p>		<p>Seguridad</p> <p>Empatía</p>	<p>su atención?</p> <p>¿Los funcionarios de aduana tuvieron el conocimiento adecuado para la atención?</p> <p>¿Su atención fue personalizada?</p> <p>¿los horarios de atención le fueron convenientes?</p> <p>¿Comprendieron sus necesidades específicas?</p>	10,11,12		
Tipo y diseño de investigación	Población y muestra	Técnicas e instrumentos		Estadística a utilizar			
<p>Tipo: Básico</p> <p>Alcance: enfoque cuantitativo</p> <p>Diseño: No experimental, transversal, descriptivo comparativo, diferencia de grupos</p> <p>Método: Hipotético deductivo</p>	<p>Población: 62,522</p> <p>Tipo de muestreo: No probabilístico por conveniencia</p> <p>Tamaño de muestra: 382</p>	<p>Variable 1: Calidad de servicio</p> <p>Técnicas: Cuestionario</p> <p>Instrumentos: Escala Servperf adaptada</p> <p>Autor: Joseph Cronin y Steven Taylor Año: 1992 Monitoreo: John Casimiro Ámbito de Aplicación: Lima y Callao Forma de Administración: Directa</p>		<p>DESCRIPTIVA: Distribución porcentual, Tabla de contingencia</p> <p>INFERENCIAL: Prueba de confiabilidad (Alpha de Cronbach), Prueba de distribución normal (Kolmogórov-Smirnov), Hipótesis de diferencia de grupos (U de Mann Whitney)</p>			

ANEXO 2: Operacionalización de la variable

Operacionalización de la variable: Calidad del Servicio

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala	Niveles
Elementos tangibles	¿La aduana cuenta con equipos modernos para su atención?	1 - 3		
	¿Los ambientes de la aduana y los almacenes estuvieron limpios y cómodos?			
Confiabilidad	¿Los funcionarios de aduana estuvieron debidamente uniformados y presentables?	4 - 6		Por mejorar
	¿Fue atendido en el orden establecido?			(15 - 39)
Capacidad de Respuesta	¿Cuándo tuvo un inconveniente mostraron sincero interés en ayudarlo?	7 - 9	(1) Totalmente en desacuerdo	En proceso
	¿Culminaron su atención en el tiempo establecido?		(2) En desacuerdo	
	¿Contaron con el personal suficiente para atenderlo?	(3) Indiferente	(4) De acuerdo	(40 - 51)
	¿Su atención fue rápida?			
Seguridad	¿Los funcionarios de aduana nunca estuvieron demasiado ocupados para responder sus inquietudes?	10 - 12	(5) Totalmente de acuerdo	Aceptable
	¿los funcionarios de aduana le inspiraron confianza?			(52 - 75)
Empatía	¿Los funcionarios de aduana fueron amables en su atención?	13 - 15		
	¿Los funcionarios de aduana tuvieron el conocimiento adecuado para la atención?			
Empatía	¿Su atención fue personalizada?	13 - 15		
	¿los horarios de atención le fueron convenientes?			
	¿Comprendieron sus necesidades específicas?			

Anexo 3: Cuestionario



CUESTIONARIO SOBRE CALIDAD DE SERVICIO EN ADUANAS

La presente encuesta trata sobre su opinión sobre la calidad del servicio recibido en las sedes de la Intendencia de Aduana Aérea y **solo ha sido concebido para fines académicos** como parte integrante de un trabajo de investigación.

Instrucciones

Lea detenidamente las preguntas formuladas y responda con sinceridad marcando con un aspa en la alternativa correspondiente, por favor no escriba su nombre, sus respuestas son confidenciales y quedaran en el anonimato.

Escala:

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

Se agradeceré su participación y no olvidar responder **todas** las preguntas:

Sede: Aérea Postal

	Elementos Tangibles	1	2	3	4	5
1	¿La aduana cuenta con equipos modernos para su atención?					
2	¿Los ambientes de la aduana y los almacenes estuvieron limpios y cómodos?					
3	¿Los funcionarios de aduana estuvieron debidamente uniformados y presentables?					
	Confiabilidad	1	2	3	4	5
4	¿Fue atendido en el orden establecido?					
5	¿Cuándo tuvo un inconveniente mostraron sincero interés en ayudarlo?					
6	¿Culminaron su atención en el tiempo establecido?					

Capacidad de respuesta		1	2	3	4	5
7	¿Contaron con el personal suficiente para atenderlo?					
8	¿Su atención fue rápida?					
9	¿Los funcionarios de aduana nunca estuvieron demasiado ocupados para responder sus inquietudes?					
Seguridad		1	2	3	4	5
10	¿los funcionarios de aduana le inspiraron confianza?					
11	¿Los funcionarios de aduana fueron amables en su atención?					
12	¿Los funcionarios de aduana tuvieron el conocimiento adecuado para la atención?					
Empatía		1	2	3	4	5
13	¿Su atención fue personalizada?					
14	¿los horarios de atención le fueron convenientes?					
15	¿Comprendieron sus necesidades específicas?					

Anexo 4: Base de datos

ID	Sede	p1	p2	p3	TANG	p4	p5	p6	CONF	p7	p8	p9	RESP	p10	p11	p12	SEGU	p13	p14	p15	EMPA	CALIDAD
1	1	4	4	4	12	3	3	4	10	4	4	4	12	4	5	4	13	4	3	4	11	58
2	1	4	3	4	11	2	3	4	9	4	2	3	9	3	3	3	9	4	2	2	8	46
3	1	5	4	5	14	3	4	5	12	5	4	5	14	5	5	5	15	5	4	4	13	68
4	1	3	3	4	10	3	3	3	9	4	2	3	9	3	4	4	11	4	3	3	10	49
5	1	4	4	4	12	3	3	3	9	4	3	3	10	3	4	4	11	4	3	3	10	52
6	1	4	4	4	12	3	3	3	9	4	3	3	10	4	4	4	12	4	4	3	11	54
7	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	5	4	13	4	4	4	12	61
8	1	5	4	4	13	3	4	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	60
9	1	5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	4	12	60
10	1	4	5	5	14	4	4	4	12	4	4	3	11	4	5	4	13	4	4	4	12	62
11	1	5	4	4	13	2	3	3	8	4	2	3	9	3	3	3	9	4	2	2	8	47
12	1	5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	5	13	4	4	4	12	63
13	1	5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	5	13	4	4	4	12	63
14	1	4	4	4	12	3	4	3	10	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	57
15	1	4	4	5	13	4	3	4	11	4	4	4	12	5	5	5	15	4	5	4	13	64
16	1	5	4	5	14	4	3	4	11	4	4	3	11	3	5	5	13	5	5	4	14	63
17	1	5	5	5	15	4	4	5	13	5	5	4	14	5	4	5	14	5	4	4	13	69
18	1	5	4	4	13	3	4	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	60
19	1	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	4	12	5	3	3	11	5	4	4	13	59
20	1	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	4	12	58
21	2	3	2	4	9	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	2	8	52
22	2	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	15
23	1	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	14	4	5	5	14	5	5	4	14	72
24	1	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	3	13	5	5	5	15	5	4	4	13	71
25	1	3	2	2	7	2	2	2	6	2	2	2	6	3	2	2	7	4	2	1	7	33
26	2	4	4	5	13	4	5	5	14	4	5	3	12	4	5	5	14	4	4	3	11	64
27	1	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	58
28	1	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	3	11	57

ID	Sede	p1	p2	p3	TANG	p4	p5	p6	CONF	p7	p8	p9	RESP	p10	p11	p12	SEGU	p13	p14	p15	EMPA	CALIDAD
29	2	4	4	5	13	5	5	5	15	5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	4	14	71
30	1	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	3	4	4	11	4	5	3	12	58
31	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11	3	4	3	10	56
32	1	4	3	3	10	3	3	3	9	3	2	2	7	3	3	3	9	3	3	2	8	43
33	2	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	4	14	5	5	5	15	4	4	3	11	69
34	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	3	11	58
35	1	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11	5	4	4	13	4	4	3	11	58
36	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	3	4	4	11	4	4	3	11	57
37	1	2	2	2	6	1	2	2	5	1	3	3	7	3	1	1	5	1	1	2	4	27
38	2	4	4	5	13	5	5	5	15	5	5	4	14	5	5	5	15	4	4	4	12	69
39	2	3	4	5	12	5	4	5	14	5	5	4	14	5	5	5	15	4	4	4	12	67
40	1	4	3	3	10	3	3	3	9	3	2	3	8	3	3	3	9	3	3	2	8	44
41	1	5	5	5	15	5	4	5	14	5	5	4	14	5	5	5	15	4	5	3	12	70
42	1	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	58
43	1	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	3	11	57
44	2	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	3	10	58
45	2	3	3	4	10	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	2	9	55
46	2	3	3	4	10	3	3	4	10	3	3	3	9	3	4	3	10	3	3	2	8	47
47	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	2	10	4	4	4	12	4	4	3	11	57
48	1	3	2	3	8	3	3	2	8	3	3	3	9	3	3	3	9	4	3	2	9	43
49	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	3	4	4	11	4	4	3	11	57
50	2	4	3	3	10	3	3	3	9	3	2	3	8	3	3	3	9	3	3	2	8	44
51	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	59
52	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	2	10	3	4	4	11	4	4	3	11	56
53	1	5	4	5	14	5	4	4	13	5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	4	14	70
54	1	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	58
55	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	3	11	58
56	1	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11	3	4	4	11	4	4	3	11	56
57	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	4	11	4	5	5	14	4	4	3	11	60
58	1	3	2	3	8	3	3	2	8	3	2	3	8	3	3	3	9	3	3	2	8	41
59	1	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	5	15	74

ID	Sede	p1	p2	p3	TANG	p4	p5	p6	CONF	p7	p8	p9	RESP	p10	p11	p12	SEGU	p13	p14	p15	EMPA	CALIDAD
60	1	3	2	2	7	2	2	2	6	2	2	4	8	3	2	2	7	2	2	1	5	33
61	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	3	4	4	11	4	3	3	10	56
62	2	3	3	4	10	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	3	10	55
63	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	2	10	57
64	1	5	4	5	14	5	4	4	13	5	5	4	14	5	5	4	14	5	4	4	13	68
65	2	4	4	5	13	5	4	4	13	5	5	4	14	5	5	5	15	4	4	4	12	67
66	1	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	14	5	4	5	14	5	5	4	14	72
67	1	2	2	2	6	1	1	2	4	1	3	2	6	3	1	1	5	2	1	1	4	25
68	1	3	2	2	7	2	2	2	6	2	2	2	6	3	2	2	7	2	2	1	5	31
69	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	59
70	1	4	4	5	13	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	2	10	58
71	1	5	4	5	14	5	4	4	13	5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	4	14	70
72	1	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	3	13	5	5	5	15	5	5	4	14	72
73	1	4	3	4	11	3	3	4	10	3	3	2	8	3	4	3	10	3	3	2	8	47
74	1	4	4	5	13	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11	3	4	3	10	57
75	1	4	3	4	11	3	3	3	9	3	2	2	7	3	3	3	9	3	3	1	7	43
76	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	59
77	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	3	11	58
78	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	3	11	58
79	2	3	2	3	8	3	3	2	8	3	3	2	8	3	3	3	9	2	2	1	5	38
80	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	3	4	3	10	3	4	3	10	55
81	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	59
82	2	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	3	9	57
83	1	3	2	3	8	3	3	2	8	3	2	3	8	3	3	3	9	3	2	2	7	40
84	1	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	3	13	5	5	5	15	5	5	5	15	73
85	2	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	3	2	3	8	54
86	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	3	11	58
87	1	5	5	5	15	5	4	5	14	5	5	3	13	5	5	4	14	5	4	3	12	68
88	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	4	3	3	10	57
89	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11	4	3	3	10	56
90	1	4	4	4	12	4	3	3	10	4	4	3	11	4	4	5	13	4	4	3	11	57

ID	Sede	p1	p2	p3	TANG	p4	p5	p6	CONF	p7	p8	p9	RESP	p10	p11	p12	SEGU	p13	p14	p15	EMPA	CALIDAD
91	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	4	3	3	10	57
92	1	5	5	5	15	5	4	5	14	5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	5	15	73
93	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	3	11	58
94	2	1	1	2	4	1	2	2	5	1	2	2	5	1	1	1	3	1	1	2	4	21
95	2	3	4	3	10	3	2	3	8	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	3	9	51
96	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	59
97	1	3	2	3	8	3	3	2	8	3	2	2	7	3	3	3	9	3	3	2	8	40
98	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	5	13	4	4	4	12	4	4	3	11	60
99	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	2	9	2	4	3	9	54
100	1	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	5	13	4	4	4	12	4	4	3	11	59
101	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	3	4	11	4	4	3	11	57
102	1	3	2	2	7	2	2	2	6	2	3	2	7	3	2	2	7	2	2	1	5	32
103	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	3	11	58
104	1	3	2	2	7	2	2	2	6	2	3	2	7	3	2	2	7	2	2	1	5	32
105	1	4	4	5	13	4	5	5	14	5	4	2	11	4	4	4	12	4	4	3	11	61
106	2	3	3	4	10	4	4	4	12	4	4	2	10	4	4	4	12	3	3	3	9	53
107	1	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	3	11	57
108	1	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	3	13	5	5	4	14	5	5	4	14	71
109	1	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	14	5	5	5	15	5	4	3	12	71
110	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	2	10	57
111	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	2	10	3	4	4	11	2	2	2	6	51
112	2	4	3	3	10	3	3	3	9	3	2	3	8	3	3	3	9	3	3	2	8	44
113	2	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	4	13	3	4	3	10	59
114	1	5	5	5	15	5	4	5	14	5	5	3	13	5	5	5	15	5	5	4	14	71
115	2	3	3	4	10	4	4	4	12	3	4	3	10	3	4	4	11	4	3	3	10	53
116	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11	58
117	1	4	4	4	12	4	4	3	11	2	2	2	6	4	4	4	12	4	4	3	11	52
118	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	3	10	4	4	4	12	4	4	3	11	57
119	1	3	2	2	7	2	2	2	6	2	3	2	7	3	2	2	7	2	2	1	5	32
120	2	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	3	9	57
121	2	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	2	3	3	8	55

ID	Sede	p1	p2	p3	TANG	p4	p5	p6	CONF	p7	p8	p9	RESP	p10	p11	p12	SEGU	p13	p14	p15	EMPA	CALIDAD
122	1	4	3	4	11	3	3	3	9	3	2	3	8	3	3	3	9	3	3	2	8	45
123	2	3	3	5	11	5	5	5	15	5	5	4	14	5	5	5	15	5	4	4	13	68
124	2	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	3	10	58
125	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11	4	3	1	8	54
126	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	4	5	3	12	59
127	2	4	4	5	13	5	4	5	14	5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	4	14	70
128	1	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	3	13	5	5	5	15	5	5	4	14	72
129	1	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11	57
130	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	3	11	58
131	2	2	2	2	6	1	1	2	4	1	3	3	7	3	1	1	5	2	1	1	4	26
132	2	4	4	5	13	5	5	5	15	5	5	2	12	4	5	5	14	4	4	4	12	66
133	2	4	3	4	11	3	3	3	9	3	2	3	8	3	3	4	10	3	3	2	8	46
134	1	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	3	11	4	4	4	12	3	4	3	10	56
135	1	5	4	5	14	5	4	4	13	5	5	4	14	5	5	4	14	5	4	4	13	68
136	1	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	5	15	74
137	2	3	4	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	58
138	1	4	3	3	10	3	3	2	8	3	2	3	8	3	3	3	9	3	3	1	7	42
139	1	3	2	3	8	3	3	2	8	3	3	3	9	3	3	3	9	3	2	2	7	41
140	1	5	5	5	15	5	4	4	13	4	5	4	13	5	5	5	15	5	5	4	14	70
141	1	4	3	4	11	3	3	3	9	3	2	3	8	3	3	3	9	2	2	2	6	43
142	1	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	5	13	4	3	3	10	58
143	2	3	2	3	8	3	3	2	8	3	2	3	8	3	3	3	9	3	3	2	8	41
144	1	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	14	4	5	5	14	5	5	4	14	72
145	1	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	3	11	4	4	4	12	4	2	2	8	54
146	2	4	4	5	13	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	4	3	4	11	69
147	1	3	2	3	8	3	3	2	8	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	2	8	42
148	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	3	4	4	11	4	4	2	10	56
149	2	4	4	4	12	3	3	4	10	4	4	4	12	4	3	5	12	4	4	3	11	57
150	1	4	4	4	12	3	3	3	9	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	3	11	55
151	1	4	3	3	10	3	3	3	9	3	2	3	8	3	3	3	9	3	3	2	8	44
152	1	3	2	2	7	2	2	2	6	2	3	3	8	3	2	2	7	2	2	1	5	33

ID	Sede	p1	p2	p3	TANG	p4	p5	p6	CONF	p7	p8	p9	RESP	p10	p11	p12	SEGU	p13	p14	p15	EMPA	CALIDAD
153	1	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	3	11	4	3	4	11	4	4	3	11	56
154	2	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	2	10	57
155	1	5	5	5	15	5	4	5	14	5	5	4	14	5	5	5	15	4	5	3	12	70
156	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	3	10	4	4	2	10	56
157	1	4	3	3	10	3	3	3	9	3	2	2	7	3	3	4	10	3	3	2	8	44
158	1	3	2	2	7	2	2	2	6	2	2	2	6	3	2	2	7	2	2	1	5	31
159	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	2	10	58
160	1	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11	4	3	4	11	4	4	3	11	56
161	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	3	3	3	9	56
162	1	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	3	11	57
163	1	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	5	13	4	5	3	12	60
164	1	4	4	4	12	3	4	4	11	3	4	3	10	4	4	4	12	4	4	3	11	56
165	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	3	3	3	9	2	3	1	6	50
166	2	3	3	4	10	4	4	4	12	4	4	3	11	3	4	4	11	4	4	3	11	55
167	1	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11	57
168	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	2	10	57
169	2	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	3	3	3	9	56
170	2	3	3	4	10	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11	4	4	3	11	55
171	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	3	4	3	10	3	4	3	10	55
172	2	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	1	8	56
173	1	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11	4	5	5	14	4	5	3	12	60
174	1	3	2	2	7	2	2	2	6	2	3	2	7	3	2	2	7	2	2	1	5	32
175	1	4	4	5	13	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11	3	4	3	10	57
176	1	5	4	5	14	5	4	4	13	5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	4	14	70
177	2	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	3	10	4	3	4	11	4	3	2	9	54
178	1	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	14	5	5	5	15	5	4	2	11	70
179	1	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	2	10	57
180	1	4	3	4	11	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	4	12	2	2	1	5	51
181	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	3	10	3	3	3	9	55
182	2	3	3	4	10	4	4	3	11	4	4	3	11	3	4	4	11	3	3	3	9	52
183	1	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	4	3	12	72

ID	Sede	p1	p2	p3	TANG	p4	p5	p6	CONF	p7	p8	p9	RESP	p10	p11	p12	SEGU	p13	p14	p15	EMPA	CALIDAD
184	1	4	3	4	11	3	3	3	9	3	2	3	8	3	3	3	9	3	3	2	8	45
185	2	3	2	2	7	2	2	2	6	2	3	2	7	3	2	2	7	2	2	1	5	32
186	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	2	10	3	4	4	11	4	4	3	11	56
187	2	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11	4	4	4	12	4	3	2	9	55
188	1	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	4	12	4	3	3	10	4	4	3	11	56
189	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11	4	4	3	11	57
190	1	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	2	10	4	4	4	12	3	3	2	8	53
191	1	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	3	9	56
192	1	4	4	3	11	4	4	3	11	4	4	3	11	3	3	4	10	4	4	3	11	54
193	1	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	14	5	5	4	14	5	5	4	14	72
194	1	2	2	2	6	2	2	2	6	2	3	3	8	3	2	2	7	2	2	1	5	32
195	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	3	4	3	10	57
196	1	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11	3	4	4	11	4	4	3	11	56
197	1	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	14	5	5	5	15	4	5	3	12	71
198	2	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	3	9	56
199	1	3	2	3	8	3	3	2	8	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	2	8	42
200	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	59
201	1	4	3	4	11	3	3	3	9	3	2	3	8	3	3	3	9	3	3	2	8	45
202	1	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	3	13	5	5	5	15	4	4	3	11	69
203	1	5	4	5	14	5	4	4	13	5	5	4	14	4	5	5	14	5	5	4	14	69
204	2	3	2	4	9	4	4	4	12	4	3	3	10	4	4	4	12	3	3	3	9	52
205	1	5	4	5	14	5	4	4	13	5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	4	14	70
206	1	2	2	2	6	1	2	2	5	1	3	3	7	3	1	1	5	1	1	1	3	26
207	1	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	14	5	5	5	15	4	4	3	11	70
208	1	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	14	5	4	5	14	5	5	4	14	72
209	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	4	10	4	4	3	11	57
210	2	3	2	2	7	2	2	2	6	2	2	3	7	3	2	2	7	2	2	1	5	32
211	1	3	2	2	7	2	2	2	6	2	2	2	6	3	2	2	7	2	2	1	5	31
212	1	5	5	5	15	5	4	5	14	5	5	3	13	5	5	5	15	4	4	3	11	68
213	1	4	4	5	13	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	2	9	58
214	1	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	58

ID	Sede	p1	p2	p3	TANG	p4	p5	p6	CONF	p7	p8	p9	RESP	p10	p11	p12	SEGU	p13	p14	p15	EMPA	CALIDAD
215	2	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	3	11	4	4	4	12	4	3	3	10	56
216	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	3	4	4	11	4	3	2	9	55
217	1	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	3	11	57
218	1	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	4	12	4	4	3	11	58
219	1	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	14	5	5	5	15	5	4	3	12	71
220	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	5	13	4	4	3	11	60
221	1	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	2	10	57
222	2	3	4	4	11	4	4	4	12	4	4	3	11	3	4	4	11	4	3	2	9	54
223	2	4	4	5	13	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	4	11	4	3	2	9	57
224	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	4	11	4	3	3	10	57
225	1	4	4	4	12	4	3	4	11	4	3	4	11	4	4	5	13	4	4	3	11	58
226	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	59
227	2	3	2	4	9	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	3	2	1	6	50
228	2	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11	57
229	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	2	10	4	4	4	12	3	3	3	9	55
230	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	3	4	3	10	57
231	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	3	11	58
232	1	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	3	13	4	5	5	14	4	4	3	11	68
233	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	3	11	4	4	2	10	56
234	1	4	3	4	11	3	3	3	9	3	2	3	8	3	3	3	9	3	3	2	8	45
235	1	5	5	5	15	5	4	5	14	5	5	5	15	4	5	4	13	5	5	4	14	71
236	1	5	4	5	14	5	4	4	13	5	5	4	14	4	5	5	14	5	5	5	15	70
237	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	5	4	4	13	4	4	3	11	59
238	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	3	4	4	11	4	4	3	11	57
239	1	4	4	4	12	3	3	4	10	4	4	5	13	4	4	4	12	3	4	3	10	57
240	1	3	2	2	7	2	2	2	6	2	2	2	6	3	2	2	7	2	2	1	5	31
241	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	3	10	4	3	3	10	4	4	3	11	55
242	1	4	2	3	9	3	3	2	8	3	2	2	7	3	3	3	9	4	3	2	9	42
243	2	3	2	4	9	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	4	11	3	4	3	10	54
244	1	3	2	2	7	2	2	2	6	2	3	2	7	3	2	2	7	2	2	1	5	32
245	2	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11	4	4	4	12	3	3	3	9	55

ID	Sede	p1	p2	p3	TANG	p4	p5	p6	CONF	p7	p8	p9	RESP	p10	p11	p12	SEGU	p13	p14	p15	EMPA	CALIDAD
246	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11	4	4	3	11	57
247	1	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11	4	4	4	12	4	3	3	10	56
248	1	4	3	4	11	3	3	4	10	3	3	3	9	3	4	3	10	3	2	1	6	46
249	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	3	4	4	11	3	3	3	9	55
250	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	3	4	4	11	4	3	3	10	56
251	1	4	4	3	11	3	2	2	7	2	4	3	9	4	4	4	12	4	4	3	11	50
252	1	4	3	4	11	3	3	3	9	3	2	2	7	3	3	3	9	3	3	2	8	44
253	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	3	4	3	10	57
254	2	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	3	9	57
255	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	3	4	3	10	3	4	3	10	55
256	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	3	4	2	9	56
257	2	3	3	4	10	4	4	4	12	4	4	3	11	4	3	3	10	4	4	3	11	54
258	1	5	4	5	14	5	4	4	13	5	5	3	13	5	5	4	14	5	5	4	14	68
259	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	2	10	58
260	1	4	3	4	11	3	3	3	9	3	2	3	8	3	3	3	9	3	3	2	8	45
261	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	3	10	58
262	1	4	3	4	11	3	3	4	10	3	3	3	9	3	4	3	10	3	3	2	8	48
263	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	2	10	58
264	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	2	10	58
265	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	2	10	57
266	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	2	10	57
267	2	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	3	11	58
268	1	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	2	10	56
269	2	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	3	4	4	11	4	4	3	11	57
270	1	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	58
271	1	3	2	3	8	3	3	2	8	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	2	8	42
272	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	3	10	4	4	4	12	4	4	2	10	56
273	1	5	5	5	15	5	5	5	15	5	4	4	13	5	5	5	15	5	5	3	13	71
274	1	4	3	4	11	3	3	3	9	3	2	3	8	3	3	3	9	3	3	2	8	45
275	1	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	3	11	57
276	1	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	3	13	72

ID	Sede	p1	p2	p3	TANG	p4	p5	p6	CONF	p7	p8	p9	RESP	p10	p11	p12	SEGU	p13	p14	p15	EMPA	CALIDAD
277	1	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	3	13	4	5	5	14	4	4	3	11	68
278	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11	3	3	3	9	55
279	1	4	4	2	10	3	4	4	11	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	3	11	55
280	2	3	3	4	10	4	3	4	11	4	4	4	12	4	3	4	11	3	2	2	7	51
281	2	3	3	3	9	3	3	2	8	3	3	2	8	3	3	3	9	4	3	2	9	43
282	2	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	2	10	2	2	4	8	3	3	2	8	50
283	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	2	10	57
284	1	2	2	2	6	2	2	2	6	2	3	3	8	3	2	2	7	2	2	1	5	32
285	1	2	2	2	6	1	2	2	5	1	3	3	7	3	1	1	5	2	1	2	5	28
286	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	3	11	58
287	1	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	3	13	72
288	1	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11	4	3	4	11	3	4	3	10	55
289	1	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	2	2	1	5	17
290	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	5	5	14	4	4	3	11	61
291	1	5	5	5	15	5	4	4	13	5	5	4	14	5	5	4	14	5	4	3	12	68
292	1	4	4	5	13	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	3	11	59
293	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11	58
294	2	3	2	3	8	3	3	2	8	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	43
295	2	4	3	5	12	5	5	5	15	5	5	3	13	5	4	5	14	5	5	4	14	68
296	2	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11	4	4	4	12	3	3	3	9	55
297	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	3	11	58
298	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	3	4	4	11	4	4	3	11	57
299	1	4	4	5	13	4	4	4	12	4	5	3	12	3	4	5	12	4	4	3	11	60
300	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	2	10	2	3	4	9	4	4	3	11	54
301	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	2	10	4	4	4	12	4	4	3	11	57
302	1	4	3	4	11	3	3	3	9	3	2	3	8	3	3	4	10	3	3	2	8	46
303	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	4	3	3	10	57
304	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	3	4	11	4	4	3	11	57
305	1	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	3	11	2	3	4	9	4	4	3	11	54
306	2	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	4	3	3	10	57
307	1	1	1	2	4	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	2	4	17

ID	Sede	p1	p2	p3	TANG	p4	p5	p6	CONF	p7	p8	p9	RESP	p10	p11	p12	SEGU	p13	p14	p15	EMPA	CALIDAD
308	1	5	4	5	14	5	4	4	13	5	5	3	13	4	5	5	14	5	4	4	13	67
309	1	4	3	3	10	3	3	2	8	3	2	3	8	3	3	3	9	3	3	2	8	43
310	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	5	4	13	4	4	4	12	5	4	3	12	61
311	2	3	3	2	8	2	2	2	6	2	3	2	7	3	2	2	7	2	2	1	5	33
312	1	4	4	3	11	2	4	4	10	4	3	2	9	4	2	4	10	2	4	3	9	49
313	1	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	3	11	4	4	3	11	4	4	3	11	56
314	1	4	4	4	12	4	3	3	10	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	3	10	56
315	2	4	3	4	11	3	3	3	9	3	2	3	8	3	3	3	9	3	2	2	7	44
316	2	4	4	5	13	5	5	5	15	5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	2	12	69
317	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	3	11	58
318	2	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	3	3	3	9	56
319	1	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	3	4	3	10	56
320	1	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11	2	3	2	7	4	3	3	10	51
321	1	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	4	14	73
322	1	4	3	4	11	3	3	4	10	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	48
323	1	5	5	5	15	5	4	5	14	5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	3	13	71
324	1	4	4	4	12	4	3	4	11	3	4	3	10	4	5	5	14	3	4	3	10	57
325	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11	58
326	1	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	14	4	5	5	14	5	5	5	15	73
327	1	3	2	3	8	3	3	2	8	3	2	3	8	3	3	3	9	4	3	2	9	42
328	1	5	4	5	14	5	4	5	14	5	4	5	14	5	5	4	14	5	5	3	13	69
329	1	5	4	5	14	5	4	4	13	5	5	4	14	4	5	5	14	5	5	3	13	68
330	1	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	3	13	4	5	4	13	5	5	4	14	70
331	1	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	58
332	1	4	3	4	11	3	3	3	9	3	2	3	8	3	3	3	9	3	3	2	8	45
333	1	4	3	4	11	3	4	3	10	4	2	4	10	2	3	4	9	4	4	3	11	51
334	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	3	11	58
335	2	4	3	4	11	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	4	10	3	3	2	8	47
336	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	59
337	1	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	2	10	56
338	1	4	4	4	12	4	3	3	10	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	3	11	56

ID	Sede	p1	p2	p3	TANG	p4	p5	p6	CONF	p7	p8	p9	RESP	p10	p11	p12	SEGU	p13	p14	p15	EMPA	CALIDAD
339	2	3	4	4	11	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	3	10	56
340	2	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	2	10	57
341	1	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	58
342	1	4	4	4	12	4	3	3	10	4	4	3	11	3	4	3	10	3	2	1	6	49
343	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	5	5	5	15	4	5	3	12	62
344	1	4	2	3	9	3	3	2	8	3	2	3	8	3	3	3	9	3	3	2	8	42
345	2	4	4	5	13	5	5	5	15	5	5	4	14	5	5	5	15	4	4	4	12	69
346	1	4	3	4	11	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	2	8	46
347	1	5	4	5	14	5	4	4	13	5	5	3	13	4	4	5	13	4	5	3	12	65
348	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	59
349	1	2	2	2	6	2	2	2	6	2	3	2	7	3	2	2	7	2	2	1	5	31
350	1	4	2	3	9	3	3	2	8	3	2	3	8	3	3	3	9	3	3	2	8	42
351	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	59
352	2	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	3	11	57
353	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	59
354	1	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	2	10	56
355	1	4	3	4	11	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	2	2	7	45
356	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	2	10	4	4	4	12	4	4	3	11	57
357	1	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	3	15
358	2	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	2	10	57
359	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	2	10	58
360	1	4	4	4	12	4	3	4	11	3	3	3	9	4	4	3	11	4	3	2	9	52
361	2	3	3	4	10	4	3	3	10	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	3	10	54
362	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	5	5	5	15	4	5	3	12	62
363	1	4	2	3	9	3	3	2	8	3	2	3	8	3	3	3	9	3	3	2	8	42
364	1	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	4	14	73
365	1	4	3	4	11	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	2	8	46
366	1	5	4	5	14	5	4	4	13	5	5	3	13	4	4	5	13	4	5	2	11	64
367	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	59
368	1	2	2	2	6	2	2	2	6	2	3	3	8	3	2	2	7	2	2	2	6	33
369	1	4	2	3	9	3	3	2	8	3	2	3	8	3	3	3	9	3	3	2	8	42

ID	Sede	p1	p2	p3	TANG	p4	p5	p6	CONF	p7	p8	p9	RESP	p10	p11	p12	SEGU	p13	p14	p15	EMPA	CALIDAD
370	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	59
371	2	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11	4	4	4	12	3	3	3	9	55
372	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	59
373	1	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	3	11	58
374	1	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	3	11	57
375	1	4	3	4	11	3	3	3	9	3	2	3	8	3	3	3	9	3	2	2	7	44
376	1	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	3	13	72
377	2	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	3	11	58
378	2	3	4	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	3	9	56
379	1	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11	3	4	3	10	55
380	1	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	58
381	1	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	4	14	73
382	1	4	3	4	11	3	3	4	10	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	2	8	47