

**UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN**



ESCUELA DE POSGRADO

TESIS

**CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN
DEL USUARIO DE LA BIBLIOTECA
CENTRAL Y VIRTUAL DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO
SÁNCHEZ CARRIÓN, HUACHO 2018**

PRESENTADO POR:

Marisela Yris Barrera Lizzetti

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN GESTIÓN
PÚBLICA**

ASESOR:

Dr. Cesar Marcelino Mazuelos Cardoza

HUACHO - 2019

**CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO DE LA
BIBLIOTECA CENTRAL Y VIRTUAL DE LA UNIVERSIDAD
NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN, HUACHO 2018**

Marisela Yris Barrera Lizzetti

TESIS DE MAESTRÍA

ASESOR: Dr. Cesar Marcelino Mazuelos Cardoza

**UNIVERSIDAD NACIONAL
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN
ESCUELA DE POSGRADO
MAESTRO EN GESTIÓN PÚBLICA**

HUACHO

2019



DEDICATORIA

Este trabajo de investigación se lo dedico a mi familia, por su apoyo constante en la realización de mis proyectos y porque me ayudan a alcanzar las metas que me propongo.

Marisela Yris Barrera Lizzetti

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios por la salud que me da y la fuerza interna para lograr mis metas.

Agradezco a mis familiares, mis padres y mis hijos quienes comprendieron las horas que no estuve a su lado por los estudios y que hoy llega a su fin con la realización de esta investigación que me permitirá obtener el grado de Maestra en Gestión Pública.

Gracias también a mis docentes de la Escuela de Posgrado de la UNJFSC y a las autoridades de esta casa superior de estudios que me dieron la oportunidad de seguir estudiante y perfeccionándome en mi profesión.

Y de manera muy especial a mi asesor de tesis, el doctor César Mazuelos Cardoza quien me ha orientado de la mejor manera para la finalización de la investigación.

Marisela Yris Barrera Lizzetti

ÍNDICE

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
CAPÍTULO I	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1 Descripción de la realidad problemática	1
1.2 Formulación del problema	1
1.2.1 Problema general	4
1.2.2 Problemas específicos	4
1.3 Objetivos de la investigación	5
1.3.1 Objetivo general	5
1.3.2 Objetivos específicos	5
1.4 Justificación de la investigación	5
1.5 Delimitaciones del estudio	6
1.6 Viabilidad del estudio	6
CAPÍTULO II	7
MARCO TEÓRICO	7
2.1 Antecedentes de la investigación	7
2.1.1 Investigaciones internacionales	7
2.1.2 Investigaciones nacionales	11
2.2 Bases teóricas	14
2.3 Bases filosóficas	43
2.4 Definición de términos básicos	47
2.5 Hipótesis de investigación	50
2.5.1 Hipótesis general	50
2.5.2 Hipótesis específicas	50
2.6 Operacionalización de las variables	50
CAPÍTULO III	53
METODOLOGÍA	53
3.1 Diseño metodológico	53
3.2 Población y muestra	54
3.2.1 Población	54

3.2.2	Muestra	54
3.3	Técnicas de recolección de datos	55
3.4	Técnicas para el procesamiento de la información	57
CAPÍTULO IV		58
RESULTADOS		58
4.1	Análisis de resultados	58
4.2	Contrastación de hipótesis	72
CAPÍTULO V		76
DISCUSIÓN		76
5.1	Discusión de resultados	76
CAPÍTULO VI		78
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		78
6.1	Conclusiones	78
6.2	Recomendaciones	79
REFERENCIAS		80
7.1	Fuentes documentales	80
7.2	Fuentes bibliográficas	82
7.3	Fuentes hemerográficas	82
7.4	Fuentes electrónicas	84
ANEXOS		85
Anexo 01. Matriz de consistencia.		86
Anexo 04: Base de Datos de satisfacción de Usuario		94

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Indicadores de rendimiento	30
Tabla 2. <i>Tabla de frecuencia que mide el nivel de la variable Calidad del servicio.</i>	58
Tabla 3. <i>Tabla de frecuencia que mide el nivel de la dimensión Valor afectivo del servicio.</i>	59
Tabla 4. <i>Tabla de frecuencia que mide el nivel de la dimensión La biblioteca como lugar.</i>	60
Tabla 5. <i>Tabla de frecuencia que mide el nivel de la dimensión Control de la información.</i>	61
Tabla 6. <i>Tabla de frecuencia que mide el nivel de la variable Satisfacción del usuario.</i> ..	62
Tabla 7. <i>Tabla de frecuencia que mide el nivel de la dimensión Expectativas del cliente.</i>	63
Tabla 8. <i>Tabla de frecuencia que mide el nivel de la dimensión Calidad percibida.</i>	64
Tabla 9. <i>Tabla de frecuencia que mide el nivel de la dimensión Valor percibido.</i>	65
Tabla 10. <i>Tabla de frecuencia que mide el nivel de la dimensión Queja del cliente.</i>	66
Tabla 11. <i>Tabla de frecuencia que mide el nivel de la dimensión Fidelidad.</i>	67
Tabla 12. <i>Tabla cruzada que mide la variable Calidad del servicio y la variable Satisfacción del usuario.</i>	68
Tabla 13. <i>Tabla cruzada que mide la dimensión Valor afectivo del servicio y la variable Satisfacción del usuario.</i>	69
Tabla 14. <i>Tabla cruzada que mide la dimensión La biblioteca como lugar y la variable Satisfacción del usuario.</i>	70
Tabla 15. <i>Tabla cruzada que mide la dimensión Control de la información y la variable Satisfacción del usuario.</i>	71
Tabla 16. <i>Coefficiente de correlación de Spearman de la variable Calidad del servicio y la variable Satisfacción del usuario.</i>	72
Tabla 17. <i>Coefficiente de correlación de Spearman de la dimensión Valor afectivo del servicio y la variable Satisfacción del usuario.</i>	73
Tabla 18. <i>Coefficiente de correlación de Spearman de la dimensión La biblioteca como lugar y la variable Satisfacción del usuario.</i>	74
Tabla 19. <i>Coefficiente de correlación de Spearman de la dimensión Control de la información y la variable Satisfacción del usuario.</i>	75

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Modelo de Calidad de servicio Servqual de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985).	22
Figura 2. Medición del ACSI.	39
Figura 3. Nivel de la variable Calidad del servicio.	58
Figura 4. Nivel de la dimensión Valor afectivo del servicio.	59
Figura 5. Nivel de la dimensión La biblioteca como lugar.	60
Figura 6. Nivel de la dimensión Control de la información.	61
Figura 7. Nivel de la variable Satisfacción del usuario.	62
Figura 8. Nivel de la dimensión Expectativas del cliente.	63
Figura 9. Nivel de la dimensión Calidad percibida.	64
Figura 10. Nivel de la dimensión Valor percibido.	65
Figura 11. Nivel de la dimensión Queja del cliente.	66
Figura 12. Nivel de la dimensión Fidelidad.	67
Figura 13. Cruce de la variable Calidad del servicio y la variable Satisfacción del usuario.	68
Figura 14. Cruce de la dimensión Valor afectivo del servicio y la variable Satisfacción del usuario.	69
Figura 15. Cruce de la dimensión La biblioteca como lugar y la variable Satisfacción del usuario.	70
Figura 16. Cruce de la dimensión Control de la información y la variable Satisfacción del usuario.	71

RESUMEN

La presente investigación lleva por título Calidad de servicio y satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018, tuvo como finalidad determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018. La metodología que se tomó en cuenta fue diseño no experimental, de corte transversal, descriptivo relacional, de tipo básica y enfoque cuantitativo. La población estuvo conformada por 1350 estudiantes que asistieron a la biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión en el semestre académico 2018-II, con una muestra de 245 estudiantes. Para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta y los instrumentos fueron: Encuesta LibQual para medir la variable Calidad del servicio de Association Of Research Libraryes (ARL) y la Encuesta de Satisfacción del usuario Modelo ACSI de Stephen M. Ross Business School de la Universidad de Michigan, American Society for Quality (ASQ), y la firma de consultoría Internacional CFI Group. Las conclusiones a las que se ha llegado es que existe relación significativa entre la calidad de servicio y satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018, habiéndose obtenido un nivel de significancia de 0.000 y un grado de correlación positiva alta de 0.783.

Palabras clave: Calidad de servicio, satisfacción del usuario

ABSTRACT

This research is entitled Quality of service and user satisfaction of the Central and Virtual Library of the National University José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018, was aimed at determining the relationship between quality of service and user satisfaction of the Library Central and Virtual of the José Faustino Sánchez Carrión National University, Huacho 2018. The methodology that was taken into account was non-experimental design, cross-sectional, relational descriptive, basic type and quantitative approach. The population was made up of 1350 students who attended the Central and Virtual Library of the José Faustino Sánchez Carrión National University in only in the 2018-II academic semester, with a sample of 245 students. For the data collection the survey technique was used and the instruments were: LibQual Survey to measure the variable Quality of Service of the Association of Research Library (ARL) and the User Satisfaction Survey Model ACSI of Stephen M. Ross Business School de la Universidad de Michigan, American Society for Quality (ASQ). The conclusions that have been reached is that there is a significant relationship between the quality of service and user satisfaction of the Central and Virtual Library of the José Faustino Sánchez Carrión National University, Huacho 2018, having obtained a level of significance of 0.000 and a correlation degree positive tall of 0.783.

Keywords: Quality of service, user satisfaction

INTRODUCCIÓN

La presente investigación titulada Calidad de servicio y satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018, nace por la situación que actualmente atraviesan las bibliotecas universitarias en nuestro país, debido a que se estuvo perdiendo la calidad en cuanto al servicio que se brindaba debido a que en algunos casos no estaban actualizadas o no tenían el orden riguroso que deben tener las bibliotecas para poder atender la demanda de los usuarios, en este caso los estudiantes universitarios, que requieren información relevante, actual y ágil para realizar los trabajos universitarios. Es en este contexto que en la Universidad José Faustino Sánchez Carrión se quiere aportar a mejorar más aun la calidad del servicio para lograr que los estudiantes se sientan satisfechos con el uso de la biblioteca y su visita a la misma sea gratificante por encontrarla debidamente equipada y con un personal que esté pendiente de sus necesidades y los atienda de la mejor manera.

Por estos motivos se desarrolló la presente investigación, la misma que para que se pueda entender mejor se ha dividido en capítulos cada uno de los cuales corresponde a una parte importante del trabajo de investigación y le da al lector la facilidad de entender mejor el procedimiento que se ha seguido en su elaboración.

A continuación, se explicará brevemente el contenido de cada uno de los capítulos que forman parte de la investigación:

En el capítulo I, se aborda la problemática actual de la calidad del servicio y la satisfacción del usuario, se formulan los problemas tanto general como específicos, se elabora el objetivo general y los específicos, se desarrolló la justificación de la investigación, las delimitaciones de la misma y se explica su viabilidad.

En el capítulo II, se presentan los antecedentes tanto internacionales como nacionales, se desarrolló el marco teórico, las bases filosóficas que sustentan la investigación, la definición de los términos más importantes, se han elaborado las hipótesis de investigación, tanto general como específicas y la matriz de Operacionalización de variables donde se hace un resumen de las variables con sus respectivas dimensiones e indicadores que son importantes para finalmente elaborar los instrumentos de recolección de datos.

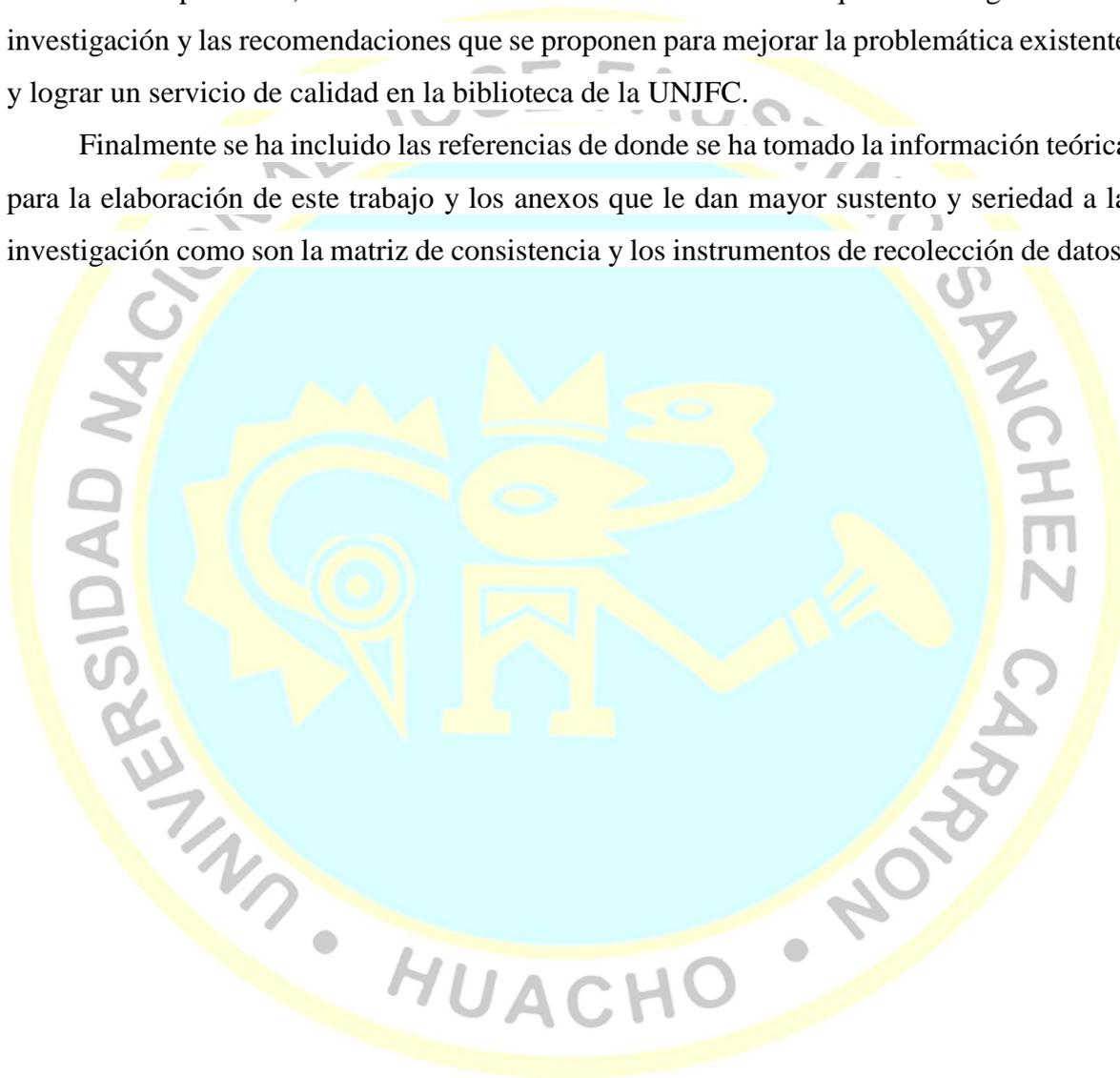
En el capítulo III, se ha desarrollado la metodología, la misma que contiene el diseño de investigación, la descripción de la población y la muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de datos y las técnicas que se utilizaron para el procesamiento de la investigación.

En el capítulo IV, se presentan los resultados de la investigación, en tablas y figuras con su respectiva interpretación y la contrastación de hipótesis que permiten corroborar finalmente las hipótesis planteadas en la investigación.

En el capítulo V, se ha desarrollado la discusión de resultados, contrastando los resultados obtenidos en la presente investigación con resultados de otras investigaciones similares tanto a nivel internacional como nacional.

En el capítulo VI, se han desarrollado las conclusiones a las que se ha llegado con la investigación y las recomendaciones que se proponen para mejorar la problemática existente y lograr un servicio de calidad en la biblioteca de la UNJFC.

Finalmente se ha incluido las referencias de donde se ha tomado la información teórica para la elaboración de este trabajo y los anexos que le dan mayor sustento y seriedad a la investigación como son la matriz de consistencia y los instrumentos de recolección de datos.



CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción de la realidad problemática

1.2 Formulación del problema

Actualmente uno de los problemas que más enfrenta el ámbito de la gestión pública en nuestro país es la insatisfacción que perciben los usuarios cuando asisten a las diferentes áreas de las instituciones públicas donde no reciben la atención que esperan y si esta situación se traslada a las bibliotecas universitarias, el problema no deja de ser por demás grave ya que los asiduos usuarios que son los estudiantes y quienes deberían recibir un adecuado servicio de esta área universitaria, en la mayoría de los casos afrontan diversas dificultades. En el entendido que satisfacción significa según Pereiro (2008) precisa que es “La percepción que el cliente tiene sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos. La satisfacción es un estado psicológico, y por tanto subjetivo, cuya obtención asegura fidelidad”.

Por este motivo, los servicios bibliotecarios de las universidades deben responder con dinamismo al reto que les impone los nuevos modelos curriculares, centrados en la participación del estudiante en los procesos de desarrollo de competencias para actuar proactivamente en los escenarios globales de la sociedad del conocimiento. Las bibliotecas universitarias deben dar el salto cualitativo para convertirse en centros de recursos para el aprendizaje y la investigación, lo cual requiere a su vez que la oferta de servicios esté pautada según las necesidades y expectativas de los usuarios-clientes (Caldera, Pirela, & Ortega, 2011, p. 345). Sin embargo, esta situación en la realidad está muy lejos de cubrir las expectativas de los usuarios quienes permanentemente presentan quejas por el servicio que reciben.

Y es en este contexto en el cual cabe mencionar que la calidad de un servicio siempre la define el cliente. Es decir, “que por muchas certificaciones de calidad que se tengan, si el usuario no está satisfecho, la biblioteca no trabaja con calidad. Por tanto, calidad y orientación al cliente son conceptos que van íntimamente vinculados.” (Aguilar, 2015, p. 3). Es necesario, que se evalúe cuáles son los factores que no están permitiendo que haya una atención de calidad para mejorar, ya que los estudiantes requieren para su formación profesional de una herramienta básica como es el material bibliográfico que encuentra en una biblioteca y que le permite ampliar sus conocimientos en las diferentes asignaturas que desarrolla.

Para un mejor estudio de las variables, se vio por conveniente realizar un análisis de los estudios realizados por Tomás Álvarez (1995) para la variable Calidad del servicio, que permitió establecer sus dimensiones del estudio y por Parazuraman, Zeithhalm y Berry (1985) quienes han construido todo un constructo teórico, establecieron una serie de componentes, y han llevado a aplicaciones empíricas que posteriormente revolucionarían la literatura en torno a la calidad subjetiva y la satisfacción, ellos sentarían las bases para futuros estudios de calidad y satisfacción como los de Cronin y Taylor que destacaron entre otros de mucha importancia en tema de calidad y satisfacción en servicios. No obstante, al hablar de calidad y satisfacción específicamente en el contexto del servicio bibliotecario era necesario replantear las dimensiones de estudio heredadas desde Parazuraman, Zeithhalm y Berry (1985), y plantear dimensiones adecuadas para dicho servicio dentro del ámbito académico universitario, puesto que para “priorizar necesidades y expectativas tenemos que considerar la función otorgada por la sociedad a la biblioteca” (Lozano, 2008, p. 151).

Por lo expuesto, se ha visto por conveniente investigar sobre la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios de la Biblioteca Central y Virtual (BCV) de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión, la misma que tiene la función de ofrecer servicios bibliográficos (físico y virtual) de calidad, dirigidos a contribuir con el logro de los fines de la universidad en cuanto a la formación académica y profesional que imparte; así como, en las actividades de investigación, extensión y proyección a la comunidad. La Biblioteca Central y Virtual de la UNJFSC actualmente, brinda los servicios de búsqueda en el catálogo automatizado – virtual, lectura en sala, servicio de internet, reprografía, fotocopiado e impresión. Asimismo, brinda el servicio de biblioteca bibliográfica, el uso de las salas de cómputo para acceder a servicios de búsqueda en línea, tanto de servidores externos como

de los catálogos institucionales y virtuales (Biblioplax), así como el uso del correo electrónico, además de ofrecer servicios transaccionales de solicitudes de emisión, actualizaciones, duplicados, anulaciones de certificados de negatividad. La BCyV presta servicio de videoteca hemeroteca y auditorio.

En los últimos años, la Biblioteca Central y Virtual, ha experimentado una serie de mejoras en cuanto a infraestructura, ampliación de servicios, recursos materiales, material bibliográfico y recursos humanos. En la actualidad, los servicios que ofrece se han diversificado, y están orientados a sostener e incrementar el nivel académico de sus usuarios; no obstante, estos servicios no se han evaluado, bajo ningún estándar de calidad de los servicios, lo que genera un desconocimiento por parte del personal que labora en ella, sobre el grado de satisfacción de los usuarios, en cuanto a infraestructura, si bien las salas de lectura tienen ambientes amplios y adecuados para la lectura, los amplios accesos a ellas fueron diseñados pensando en brindar facilidades a personas con discapacidad, no obstante, existen insuficiencias relacionadas con el acceso del usuario a conexión eléctrica para cargar sus dispositivos en los diversos ambientes; sin embargo, sigue siendo insuficiente ante el creciente número de estudiantes. Esto se manifiesta con mayor claridad en la época de evaluaciones, ya que los alumnos al notar la insuficiente cantidad de espacios terminan estudiando en otros lugares de la universidad; esto revela también la necesidad de ampliar la sala de estudio para los usuarios. En lo que respecta a su colección bibliográfica y hemerográfica, el crecimiento ha sido constante y sostenido en el tiempo cualitativa y cuantitativamente. Las adquisiciones de material bibliográfico se realizan por pedido expreso del docente, quedando a criterio de ellos la cantidad de ejemplares que se adquiere, en algunas ocasiones solo se adquiere un ejemplar por título lo cual motiva, que los alumnos enfrenten dificultades para consultar el material que requieren. En el aspecto del personal, según reportes hay momentos de cierta insatisfacción del usuario, debido al cambio o rotación del mismo o debido a los permisos o vacaciones del personal sin dejar lista sus actividades (en algunos casos el nuevo) lo cual hace que se aplacen los plazos de emisión y actualizaciones de las resoluciones de negatividad, y esta situación trae como consecuencia atraso en los procedimientos administrativos y el reclamo y la insistencia del usuario ante estos desagradables sucesos provoca un mal trato de parte del personal.

Todo lo expuesto da un panorama de la problemática actual, y en base a la literatura revisada, se puede ver que existen una serie de dimensiones que permiten medir la calidad

de servicio, la misma que está determinada por “las características del producto o servicio que a su vez reafirman su capacidad de satisfacer a sus necesidades manifiestas o implícitas del cliente”. (Kotler, Addison, & Wesley, 2015, p. 230). Para lograr la satisfacción del usuario en los servicios bibliotecarios estos tendrán que cubrir las necesidades y expectativas detectadas en los usuarios con programas de calidad. Además, es importante recalcar que “para satisfacer a los clientes no basta con eliminar los motivos de insatisfacción o de quejas, es necesario asumir una actitud proactiva que conduzca a identificar los atributos de calidad que tienen impacto en la satisfacción del usuario” (Aguilar, 2015, p. 3).

Por lo tanto, la investigación pretende encontrar la relación de la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, y de esta manera proponer mejoras de los servicios que deben brindarse a los usuarios entendiendo que estos espacios son un centro de información y referencia acorde a las necesidades de estudiantes y docentes, contribuyendo de esta manera a consolidar el estándar 31 del modelo de acreditación de los programas académicos (SINEACE, 2016, pág. 26)

1.2.1 Problema general

¿Qué relación existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018?

1.2.2 Problemas específicos

¿Qué relación existe entre el valor afectivo del servicio y la satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018?

¿Qué relación existe entre la biblioteca como lugar y la satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018?

¿Qué relación existe entre el control de la información y la satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018?

1.3 Objetivos de la investigación

1.3.1 Objetivo general

Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018.

1.3.2 Objetivos específicos

Establecer la relación que existe entre el valor afectivo del servicio y la satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018.

Establecer la relación que existe entre la biblioteca como lugar y la satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018.

Establecer la relación que existe entre el control de la información y la satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018.

1.4 Justificación de la investigación

La presente investigación es útil, ya que ha permitido profundizar los conocimientos acerca de temas como la calidad del servicio que la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión que brinda a los estudiantes de la Biblioteca Central y Virtual, lo cual le sirve para tener la experticia en mejorar la problemática.

Además, al concluir la investigación, y habiéndose realizado siguiendo los pasos del método científico, este documento se ha convertido en un antecedente confiable además de ser revisado por otros investigadores interesados en el tema les ayude como guía para futuros trabajos de investigación.

1.5 Delimitaciones del estudio

La investigación se llevó a cabo en la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, ubicada en Av. Mercedes Indacochea N ° 600, provincia de Huaura, Distrito de Huacho, Departamento de Lima.

En esta investigación se recogió datos de los usuarios que han asistido a la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión durante el año 2018 -II.

La investigación desarrolló los fundamentos teóricos de la calidad de servicio, teniendo como contexto a la Biblioteca Central y Virtual, y la satisfacción del usuario quienes en este caso son en su mayoría estudiantes de la universidad.

1.6 Viabilidad del estudio

La investigación fue viable por cuanto se desarrolló en la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, siendo totalmente accesible para gestionar los permisos requeridos y para la recolección de los datos mediante la aplicación de los cuestionarios dirigidos a los usuarios.

Asimismo, en cuanto al financiamiento, los costos de los gastos que se han realizado en la investigación fue autofinanciado por la investigadora, desde el inicio hasta el término del trabajo.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación

2.1.1 Investigaciones internacionales

(Pérez, Lores, Pérez, Lores, & Díaz, 2014). *Evaluación de la calidad de los servicios bibliotecarios: un reto actual en bibliotecas médicas*. Hospital General Universitario Vladimir Ilich Lenin, Holguín, Cuba. El objetivo de la investigación fue determinar si la evaluación de los servicios constituye una herramienta valiosa para determinar si la biblioteca está respondiendo a las necesidades de los usuarios, teniendo en cuenta que la satisfacción constituye el objetivo primordial de cada centro de información; lo que permite establecer un diagnóstico, identificar limitantes y deficiencias para determinar en qué condiciones se encuentra y definir estrategias que permitan superarlas. La calidad de los servicios debe determinarse desde la satisfacción de los usuarios hasta los trabajos de origen interno, tomando como punto de partida la calidad de la gestión, los procesos técnicos y los resultados de la biblioteca como servicio. El objetivo del presente artículo fue establecer una panorámica de los aspectos a tener en cuenta para la evaluación de los servicios bibliotecarios. Las conclusiones a las que se llegaron fue que la evaluación de los servicios bibliotecarios en el entorno actual convierte a la institución en un contexto más competitivo, donde la misión fundamental se orienta hacia el desarrollo de servicios eficientes, brindados con una alta calidad, con una generación de nuevas habilidades y competencias, con un personal más comprometido, motivado, capacitado, y con estándares que garanticen las acciones adecuadas para la mejora continua.

(Álvarez, 2012). *Satisfacción de los clientes y usuarios con el servicio ofrecido en redes de supermercados Gubernamentales*. Universidad Católica Andrés Bello, Caracas,

Venezuela. El objetivo de la investigación fue determinar que la satisfacción de los clientes y usuarios se relacionan con el servicio ofrecido en redes de supermercados gubernamentales. Actualmente el Estado Venezolano ha tomado parte en el abastecimiento y venta de alimentos como una política para garantizar la soberanía alimentaria del país. Estas medidas han sido fortalecidas mediante la creación de nuevas redes de distribución y a través de la nacionalización de antiguas cadenas de supermercados. Dichas políticas inciden directamente en los consumidores por la diversidad, calidad y precios de los productos básicos requeridos por los clientes / ciudadanos a los cuales van dirigidos. Considerando estos factores, surgió la siguiente interrogante ¿cuál será la percepción, por parte de los clientes, de la calidad del servicio ofrecido en una red de supermercados del Gobierno? Para el abordaje de la investigación se tomó como referencia la red directa de comercialización tipo II y III de la Productora y Distribuidora Venezolana de Alimentos, S.A. (PDVAL) ubicada en el Distrito Capital, en donde se aplicó una encuesta para medir el grado de satisfacción de los clientes y usuarios con relación a la calidad del servicio ofrecido en dichos establecimientos. El estudio desarrollado se enmarcó en una investigación evaluativa, de nivel descriptivo, bajo un diseño de campo, no experimental y transeccional. Se aplicaron las técnicas de la observación y de la entrevista de tipo estructurada, y como instrumento la encuesta, tomando como base de medición la escala CALSUPER adaptación SERVQUAL para redes de supermercados, que se desarrolló considerando los indicadores de calidad y el impacto de la gestión gubernamental venezolana en el marco de la “Misión Alimentación”. El tamaño de la población estuvo conformado por 2.950 beneficiarios/día. El tamaño de la muestra se determinó de manera probabilística, con un nivel de confianza del 95% y estuvo conformada por 839 clientes que realizaron alguna compra en la red directa PDVAL del Distrito Capital. Los datos que se obtuvieron fueron organizados y agrupados utilizando técnicas cualitativas y cuantitativas para el análisis de los mismos obteniéndose un índice de calidad de servicio de -1,27 indicando que las percepciones de los clientes son más bajas que las expectativas en un 25,4% existiendo oportunidades de mejoras en las dimensiones evidencias físicas y fiabilidad, específicamente en la apariencia de los locales y el tiempo de espera en las cajas (p. xi).

(Herrera & López, 2012). Estudio de calidad de los servicios de la Biblioteca de la Universidad de Granada basado en Satisfacción de Usuarios (2012). Universidad de Granada, España. La finalidad de la investigación fue determinar las características del estudio de calidad de los servicios de la biblioteca de la Universidad de Granada basado en satisfacción

de los usuarios. Los estudios de usuarios, y más concretamente de la satisfacción de los mismos con los servicios, es algo nuevo en las bibliotecas universitarias españolas, de hecho, son muy pocas las que cuentan con estudios de este tipo. Incluso en países más avanzados que el nuestro, como pueda ser Francia, estos tipos de estudios son poco abundantes. Recientemente la Cour des comptes de Francia [2006] hacía constar que “las necesidades reales de los usuarios de las bibliotecas universitarias son desconocidas”. Y señalaba “la ausencia anormal de encuestas nacionales de satisfacción”. Por tanto, pensamos que el simple hecho de que una biblioteca realice estudios de este tipo, para conocer la opinión de sus usuarios y las expectativas que tienen, es una muestra de modernidad de las mismas, y que les permitirá orientar su gestión y planificación conociendo los deseos de sus usuarios, sean cuales sean los resultados que obtengan en el presente estudio. Los resultados obtenidos fueron que la mejor puntuación se obtiene para el Valor Afectivo del servicio (7.51) y la más baja para los espacios que ofertan las bibliotecas. Esta puntuación suele ser siempre la más baja de todas las que recibe la biblioteca, por tanto, es donde los usuarios son más críticos y están más insatisfechos.

(Caldera, Pirela, & Ortega, 2011). *Dimensiones para el estudio de la calidad de servicios en bibliotecas universitarias*. Universidad Complutense, Madrid. La finalidad de la investigación fue identificar las dimensiones tomadas en cuenta para el estudio de la calidad de servicios en bibliotecas universitarias. Se exponen algunas dimensiones que pueden orientar estudios sobre la calidad de servicios en bibliotecas universitarias, asumiendo como premisa los desafíos emergentes para la educación superior, que demandan servicios bibliotecarios, pautados según las necesidades de los usuarios y en sintonía con las demandas de los nuevos modelos curriculares, centrados en el aprendizaje autónomo y permanente de los estudiantes, para lo cual se requiere una mayor integración de los servicios bibliotecarios y de información con los procesos de formación y de investigación de las universidades. La metodología utilizada se apoya en técnicas de investigación documental, combinada con procedimientos de análisis, síntesis, comparación e integración de concepciones y planteamientos. Los resultados señalan que las dimensiones para estudiar la calidad de los servicios son: las expectativas de los usuarios sobre la calidad, la percepción que los usuarios construyen sobre de la calidad de servicio y la satisfacción. Como conclusión se plantea que los estudios sobre la calidad de los servicios en bibliotecas académicas son esenciales en este momento, por cuanto permiten obtener información valiosa sobre las posibles brechas entre lo que los usuarios esperan de los servicios y lo que

éstos finalmente reciben, de lo cual se podría deducir la articulación que presentan los servicios con las necesidades de los usuarios y con los desafíos planteados por los modelos curriculares, que están exigiendo mayor protagonismo de los estudiantes en los procesos de formación.

(Morillo, 2009). Calidad en el servicio y la satisfacción del usuario en Instituciones Financieras del Municipio Libertador del Estado de Mérida en Venezuela. Universidad de los Andes. El objetivo de la investigación fue determinar la relación existente entre la calidad en el servicio y la satisfacción del usuario en Instituciones Financieras del Municipio Libertador del Estado de Mérida en Venezuela. Comúnmente los términos calidad y satisfacción del cliente son usados indistintamente; en otras oportunidades se les imprime cierta distinción. A partir de una revisión documental sobre la vinculación existente entre ambos términos, se pretende corroborar la relación entre éstos en la realidad específica del servicio personal prestado en las agencias de las instituciones financieras, las cuales enfrentan constantes retos en su ardua labor de diferenciación mediante calidad y satisfacción a sus clientes. Para el logro del objetivo trazado se diseñó una investigación cuantitativa y de campo, donde se recolectaron datos provenientes de un muestreo probabilístico practicado en una población conformada por la totalidad de agencias de instituciones financieras ubicado en el municipio Libertador del estado Mérida. Se concluye, a partir de análisis estadísticos inferenciales bivariadas, con la existencia de una asociación positiva entre los niveles de satisfacción del usuario de dichos servicios y la calidad del servicio, medida esta última a través de la escala de Servqual (p. 199).

(Alén G & Fraiz B, 2006). *Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del consumidor*. Universidad de Vigo, España. Cuyo objetivo fue analizar la influencia de la calidad del servicio percibida en el establecimientos termales sobre el nivel de satisfacción para conocer en qué medida el nivel de calidad de servicio percibido contribuye y determinar el nivel de satisfacción de los usuarios, por medio de la contrastación empírica del modelo de las relaciones causales bidireccionales (revisión literaria) mediante un instrumento adaptado para la investigación dividido en 3 áreas: la descripción del perfil socioeconómico, medida de calidad percibida Servqual y medida de satisfacción con un ítem único ,teniendo un tamaño muestral de 270 encuestas validas , la metodología de ecuaciones estructurales, Concluye que (1) la calidad de servicio es un antecedente importante de la satisfacción sobre la que ejerce una influencia clara y significativa (0,740) basándose en los resultados sugiere

que los establecimientos termales prioricen dando mayor importancia a la calidad percibida por que mejorará la satisfacción del usuario.(2) no se ha podido comprobar la relación bidireccional entre ambas variables sin embargo esto no significa que la relación no exista ,ya que la metodología de ecuaciones estructurales parte de la premisa de que las relaciones entre las variables son lineales y otros autores sostienen que entre ambas variables existen efectos no lineales.(3) se ha constatado que la calidad de servicio no es el único elemento determinante de la satisfacción puesto que solo explica el 55% de su variabilidad por lo cual se contrasta positivamente esta hipótesis . la variable valor percibido por el consumidor es una variable a tener en cuenta en los estudios sobre calidad y satisfacción.

2.1.2 Investigaciones nacionales

(Guillermo, 2018). *Calidad de servicio percibido y satisfacción del usuario en la Subgerencia de Bienestar social y Participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe*, 2018. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho, Perú. El objetivo de la investigación fue determinar la relación existente entre ambas variables analizando cada dimensión del calidad de servicio en un estudio de enfoque cuantitativo de diseño no experimental , de alcance correlacional , para ello aplicó cuestionarios obtenidos en base al modelo Servqual de calidad de servicio y otro de satisfacción del usuario, siendo 32 ítems en total, cada instrumento se aplicó a una muestra 120 usuarios externos , los resultados del contraste de Hipótesis de Rho Spearman indicaron la existencia de una buena correlación positiva a nivel general con una magnitud de $r = 0,771$, la satisfacción del usuario evidencia también una buena correlación con la dimensión fiabilidad $r_s = 0,603$, con la dimensión respuesta $r_s = 0,724$, aseguramiento $r_s = 0,733$, empatía $r_s = 0,679$ y una correlación moderada con la dimensión tangibles $r_s = 0,509$, de lo cual se infiere que el servicio entregado en dichas oficinas resultan en altos niveles de satisfacción del usuario y que este último varía en directamente con la calidad del servicio en dichas oficinas.

(Chicana, 2016). *Gestión de la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de Migraciones*. Lima 2016. Universidad César Vallejo, Lima, Perú. Tuvo como objetivo determinar los niveles de la gestión de la calidad de servicio y la satisfacción del usuario. La problemática radica en la gestión de la calidad del servicio y la insatisfacción de los usuarios que acuden a la institución, para realizar trámites documentarios de temas migratorios y que desean una atención de calidad. La investigación

fue de tipo básica, de nivel descriptivo multivariable, de diseño no experimental, conformada por dos muestras, la primera por 160 servidores públicos y la segunda muestra fueron 376 usuarios, ambas muestras son de la Superintendencia Nacional de Migraciones, Lima 2016, con un muestreo probabilístico estratificado, se recogió la información mediante una encuesta de opinión a través de dos cuestionarios. Los datos fueron procesados mediante estadística descriptiva llegando a la conclusión general que entre los niveles bajo y moderado alcanzan un total 75,6 %, por lo que se puede evaluar como deficiente la gestión de la calidad de servicio. Además, se observó que los niveles bajo y moderado alcanzan un total 76,3 %, por lo que se evalúa como una gestión ineficiente en la satisfacción del usuario. Luego se dieron las recomendaciones que ayudarán a brindar una mejor calidad del servicio y por ende la satisfacción del usuario.

(Peralta, 2016). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario de la Unidad de Trámite Documentario de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho, Perú.* El objetivo general de la presente investigación fue determinar de qué manera la calidad de servicio influye en la satisfacción del usuario de la Unidad de Trámite Documentario de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión 2016. La investigación realizada es de diseño no experimental, transversal, descriptivo explicativo. La población está conformada por alumnos, docentes y administrativos lo cual es una población de 16209 personas la técnica es la encuesta y el instrumento cuestionario. Para el procedimiento de la información se empleó el Statical Package for the Social Sciences – SPSS versión N°24. Los resultados detallan que el nivel de significancia es de $p=0.000 < 0.05$ se demuestra que la calidad del servicio influye en la satisfacción de los usuarios de la Unidad de Trámite Documentario (p. ix).

(Ramírez, 2016). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario del área de Farmacia del Hospital Santa Gema de Yurimaguas, 2016.* Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú. El objetivo de la investigación fue determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en el contexto del servicio público de salud, La investigación fue de tipo descriptivo correlacional, el autor usó como instrumento un cuestionario de calidad de que analiza los factores: confiabilidad, tangibilidad, seguridad y empatía, y un cuestionario de satisfacción que analiza los factores: Humana, técnico-científica, Entorno. Aplicado a una muestra probabilística de 30 usuarios en el periodo de un mes. Sus datos fueron analizados con el coeficiente R de Pearson cuyos resultados determinan una relación directa y positiva

con un coeficiente de $r=0.2705$ entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario. es decir, cuanto mejor es el servicio brindado, mayor es la satisfacción de los pacientes.

(Mandamiento, 2015). Calidad en el Servicio a los usuarios brindado por el Personal de la Unidad de Almacén Central de La Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión – 2015, Huacho, Perú. El propósito de la investigación fue demostrar la influencia que tiene la calidad en la variable servicio a los usuarios del Personal de la Unidad de Almacén Central de La Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, desde un enfoque cuantitativo, diseño de investigación no experimental, transversal, explicativo causal. La muestra de estudio estuvo conformada por los 38 usuarios elegidos a juicio. a quienes se aplicaron los instrumentos, el primer instrumento de calidad analiza los factores accesibilidad, credibilidad y puntualidad, mientras que el segundo instrumento de servicio analiza los factores eficiencia, efectividad y eficacia. los resultados fueron analizados mediante el estadístico chi-cuadrado, y se llegó a la conclusión que existe influencia de la calidad en el servicio a los usuarios obteniendo un nivel de significancia de 0,018.

(Pilco, 2014), en su investigación denominado Evaluación de la calidad de los servicios de la Biblioteca de Pregrado de la Universidad ESAN: Aplicación de la Metodología LibQual+. Cuyo objetivo fue de Evaluar la calidad de los servicios que brinda la Biblioteca de pregrado de la Universidad ESAN, aplicando la metodología LibQual+. en el periodo académico 2014-1. En cuanto a su metodología es de tipo descriptivo, enfoque cuantitativo; así como tuvo como población a los alumnos de pregrado de las 03 facultades de Ciencias empresariales, Derecho y ciencias sociales e Ingeniería de y 09 carreras profesionales de acuerdo al horario de atención y una muestra de 384 estudiante que realizan préstamos a domicilio. Asimismo ha utilizado la metodología LibQual+ con una aplicación de un cuestionario. Conclusiones: Ellos evidenciaron que el nivel de la calidad de sus servicios percibido por sus usuarios es medianamente satisfecho; es decir no cumplen a cabalidad sus expectativas, debido a que se establece en el análisis de la evaluación que aprueba por muy poco margen dos de las tres dimensiones evaluadas como son: “compromiso con el servicio” y “control de la información”; en cuanto a la dimensión “biblioteca como lugar” esta obtuvo una percepción negativa.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Calidad del servicio.

Definiciones sobre Calidad.

Según Kotler y Armstrong (2003) la calidad se vincula con el valor y la satisfacción del cliente. En un sentido más amplio, la calidad es definida como la totalidad de aspectos y características de un producto o servicio que se relacionan con su habilidad de satisfacer las necesidades del cliente (p. 12).

El fundamento del concepto de calidad actual nació en la industria armamentística durante la segunda guerra mundial, y después de terminada la guerra, se aplicó al mundo industrial; por ello existe abundante literatura sobre calidad en esta área donde encontramos muchas definiciones de este concepto; sin embargo, a pesar de la complejidad de algunas de ellas, todas contienen siempre, implícitamente, dos conceptos: Cumplimiento de unas especificaciones (de acuerdo con unas normas) y adecuación de los servicios a las expectativas y necesidades de los clientes (usuarios, pacientes, estudiantes...) para que éstos generen satisfacción (Arias, 2016, pág. 4)

Por lo tanto, la calidad está íntimamente ligada a la satisfacción que genere en los usuarios. Se refiere a las características que le permiten compararla con cualquier otro servicio u objeto y que la hacen superior. Actualmente las empresas, organizaciones y personas en el mundo han tomado a la calidad como un estándar deseado y que permite posicionarse y ser mejor en el mercado.

Servicio.

“Conjunto de actividades de naturaleza casi siempre intangible que se realiza a través de la interacción entre el cliente y el empleado y/o instalaciones físicas de servicio, con el objetivo de satisfacerle un deseo o necesidad” (EcuRed, s.f.) (párr. 3)

Hay algunas características de los servicios que están intrínsecamente ligadas a la definición misma de servicio, y que se deben tener presentes en el momento de plantear mejoras de calidad:

a) Intangibilidad.

Los servicios no se pueden almacenar. La rapidez de respuesta ("*just in time*") se convierte en un elemento fundamental de la calidad. Hay que prever qué haremos cuando nos aumente súbitamente la demanda del servicio (vg: en una biblioteca universitaria, cuando llegan los exámenes y aumenta la demanda del servicio de préstamo de materiales bibliográficos) (Arias, 2016, pág. 4)

Esta característica se refiere a que los servicios no se pueden ver, degustar, tocar, escuchar u oler antes de comprarse, por tanto, tampoco pueden ser almacenados, ni colocados en el escaparate de una tienda para ser adquiridos y llevados por el comprador (como sucede con los bienes o productos físicos). Por ello, esta característica de los servicios es la que genera mayor incertidumbre en los compradores porque no pueden determinar con anticipación y exactitud el grado de satisfacción que tendrán luego de rentar o adquirir un determinado servicio. Por ese motivo, según Philip Kotler, a fin de reducir su incertidumbre, los compradores buscan incidir en la calidad del servicio. Hacen inferencias acerca de la calidad, con base en el lugar, el personal, el equipo, el material de comunicación, los símbolos y el servicio que ven. Por tanto, la tarea del proveedor de servicios es "administrar los indicios", "hacer tangible lo intangible" (Thompson, 2006).

Un servicio no se puede ver hasta que se esté ejecutando por eso es difícil medirlo como se hace con un bien, esta es la razón por la cual se índice en las características de calidad del servicio para llamar la atención del cliente o usuario y se genere la necesidad de su uso.

b) Heterogeneidad.

“Los servicios son difíciles de estandarizar y esto dificulta un nivel de calidad uniforme. De hecho, los servicios de calidad deben ser equitativamente heterogéneos (vg: hay que tratar a la gente de forma personalizada)” (Arias, 2016, pág. 4)

Variabilidad, significa que los servicios tienden a estar menos estandarizados o uniformados que los bienes. Es decir, que cada servicio depende de quién los presta, cuando y donde, debido al factor humano; el cual, participa en la producción y entrega. Para el

comprador, esta condición significa que es difícil pronosticar la calidad antes del consumo. Para superar esta situación, los proveedores de servicios pueden estandarizar los procesos de sus servicios y capacitarse o capacitar continuamente a su personal en todo aquello que les permita producir servicios estandarizados de tal manera, que puedan brindar mayor uniformidad, y, en consecuencia, generar mayor confiabilidad.

Significa que por más que se dé un mismo servicio, este va ser diferente porque cada individuo que presta un servicio le imprime su toque personal, sus características que van a variar de uno a otro y va depender de diversos factores que acompañan el servicio en sí, como el estado de ánimo, la salud física, la simpatía que se genere con el cliente o usuario, el lugar, la hora, etc.

c) Inseparabilidad.

La producción y el consumo del servicio se realizan simultáneamente. Es más, lo que existe es la oferta del servicio, pero hasta que un usuario no requiere el mismo, éste no se ejecuta (vg: el servicio de información de una unidad no se desempeña hasta que no es requerido por un usuario) (Arias, 2016, pág. 4)

Los bienes se producen, se venden y luego se consumen. En cambio, los servicios con frecuencia se producen, venden y consumen al mismo tiempo, en otras palabras, su producción y consumo son actividades inseparables. Por tanto, la interacción proveedor-cliente es una característica especial de la mercadotecnia de servicios: Tanto el proveedor como el cliente afectan el resultado (Thompson, 2006).

Es decir que la producción, la venta o el consumo de un producto son actividades que se producen al mismo tiempo y ninguna se puede desligar de la otra. Una persona que requiere un servicio va por este y lo adquiere en el mismo momento que lo va utilizar. Por ejemplo, si requiero servicios de una biblioteca, se va producir la interacción bibliotecólogo-usuario para que se lleve a cabo el servicio.

d) Carácter perecedero.

O imperdurabilidad. Se refiere a que los servicios no se pueden conservar, almacenar o guardar en inventario. Por tanto, la imperdurabilidad no es un

problema cuando la demanda de un servicio es constante, pero si la demanda es fluctuante puede causar problemas. Por ese motivo, el carácter perecedero de los servicios y la dificultad resultante de equilibrar la oferta con la fluctuante demanda plantea retos de promoción, planeación de productos, programación y asignación de precios a los ejecutivos de servicios (Thompson, 2006).

Los servicios si no se brindan, no se pueden recuperar en tiempo. Es decir, si una biblioteca no tiene usuarios un día entonces no puede almacenar ese tiempo para atender en otro momento, simplemente se pierden. Por eso se debe promocionar el servicio que se brinda a través de una buena publicidad y hacer que los usuarios permanentemente tengan la necesidad de contar con ese servicio. En este contexto la calidad del servicio juega un rol muy importante.

Definición de calidad del servicio.

“La mayoría de las definiciones se concentran en alcanzar las necesidades y los requerimientos de los consumidores, así como en revisar de qué manera el servicio prestado cumple con las expectativas de los clientes” Lewis y Boom (1982) citado en (Ibarra & Casas, 2015)

Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1985) y Dávila, Coronado y Cerecer (2012) denomina calidad del servicio a la dirección y grado de discrepancia entre la percepción del cliente y sus expectativas, en términos de las dimensiones de la calidad del servicio que pueden afectar el comportamiento futuro de los consumidores (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985, pág. 178)

“Las organizaciones buscan responder a las necesidades de los usuarios diseñando y ofreciendo servicios los cuales cubren importancia para el usuario y se convierten en diferenciadores entre las organizaciones” (Zeithaml citado por (Davila, Coronado, & Cerecer, 2012)

Paralelo a esta propuesta, Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1985) argumentan que “dicha calidad se encuentra en función de la diferencia entre expectativa y desempeño a lo largo de un sistema establecido de dimensiones de calidad” (Davila, Coronado, & Cerecer, 2012)

Por otro lado, es evidente que en la literatura existe una relación entre las fórmulas de calidad y expectativas “se puede constatar dos conceptos que se relacionan con la fórmula de la calidad del servicio; por un lado, las expectativas (Cadotte et al., 1987; Cronin y Morris, 1989; Powers, 1988; Swartz y Brown, 1989) y, por otro, las percepciones (Becker y Wellings, 1990; Bertrand, 1989; Grönroos, 1988; Hensel y Baumgarten, 1988; LeBlanc y Nguyen, 1988)” (Ibarra & Casas, 2015)

También es considerada como “La amplitud de la diferencia que existe entre las expectativas o deseos de los clientes y su percepción de superación por el servicio prestado” (Álvarez T. , 1995).

De lo mencionado se concluye que la calidad del servicio está ligada a la satisfacción de las necesidades y de las expectativas que tiene el cliente o usuario relacionadas con los aspectos básicos del servicio brindados garantizando un cierto nivel de rendimiento que lo hacen atractivo.

Determinantes de la calidad de servicio.

Aunque hubieron otros autores que investigaron las determinantes de la calidad de servicio (Gronroos ,1984; Lehtinen y Lehtinen,1982; Eiglier y Langeard, 1989 citados en (Arrivillaga, Gomez, Pinto, Sanchez, & Vargas, 2012) sin duda destacó la Escuela Norteamericana, (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985), elaboraron una serie de criterios con los que los clientes juzgan la calidad de un servicio, este aporte es la referencia más común para determinar las dimensiones de la calidad de servicio en la actualidad.

Inicialmente se identificaron 10 dimensiones de esta variable que van interrelacionadas y cuya importancia varía dependiendo del tipo de servicio y cliente (Arrivillaga, Gomez, Pinto, Sanchez, & Vargas, 2012, p. 2). A continuación, se explican estas 10 dimensiones:

Elementos tangibles, tales como la apariencia de las instalaciones físicas, el mantenimiento y la modernidad de los equipos, los aspectos de los materiales de comunicación y las apariencias físicas de las personas.

Fiabilidad, Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. entendido como la capacidad de cumplir bien a la primera con los compromisos adquiridos.

Capacidad de respuesta, que determina disponibilidad para atender a los clientes con rapidez, Capacidad de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido.

Profesionalidad, Alude a que las personas posean las destrezas requeridas y el conocimiento de la ejecución del servicio, las actitudes y aptitudes necesarias para la correcta prestación del servicio.

Cortesía, entendida como amabilidad, atención, consideración y respeto con el que el cliente es tratado por el personal de contacto

Credibilidad, indicativa de la veracidad y honestidad en la prestación del servicio.

Seguridad, como inexistencia de peligros, riesgos o dudas.

Accesibilidad, representativa de la facilidad en el contacto.

Comunicación, Mantener a los clientes informados en un lenguaje que puedan entender, así como escucharlos. como indicador es la habilidad para escuchar al cliente, mantenerlo informado y utilizar un mismo lenguaje.

Comprensión del cliente, para denominar el esfuerzo de conocer al cliente y sus necesidades (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985, pág. 47)

Estas dimensiones permiten medir la calidad del servicio de manera general, y han sido establecidas siguiendo criterios rigurosos de clasificación que en la actualidad toman en cuenta todas las organizaciones que brindan servicios para mantenerse en el mercado y ganar cada vez más clientes.

Modelos de medición de la Calidad del servicio.

- a) SERVQUAL.

Definición.

La escala SERVQUAL se desarrolló en el año 1985 por los profesores Parasuraman, Zeithaml y Berry. Esta escala consta de dos partes, la primera mide las Expectativas de los clientes sobre el servicio prestado en la organización de un sector específico y la segunda mide las percepciones de los clientes sobre los servicios de una organización en particular (Miranza González, Chamorro Mera, & Rubio Lacoba, 2007).

La preocupación por alcanzar estándares de calidad cada vez más altos por las organizaciones que brindan servicios ha permitido que se investigue la forma de medir esta calidad que posiciona en lugares privilegiados a quienes la poseen. Fruto de estas investigaciones es que se crea este modelo llamado Servqual que son las siglas en inglés de “Service Quality” (calidad del servicio) y se ha organizado en cinco dimensiones que se explicarán a continuación.

Dimensiones del modelo SERVQUAL.

Este modelo presenta una serie de dimensiones que subyacen a los juicios de los consumidores sobre la calidad de servicio.

El modelo **SERVQUAL** plantea la existencia de cinco dimensiones de calidad de servicio:

- 1. Aspectos tangibles:** la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación deben proyectar la calidad del servicio.
- 2. Fiabilidad:** prestación del servicio prometido de modo fiable y preciso.
- 3. Capacidad de respuesta:** disposición del personal para ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido.
- 4. Seguridad:** conocimientos, atención y habilidades mostradas por los empleados para inspirar credibilidad y confianza.
- 5. Empatía:** ponerse en el lugar del cliente mediante la atención individualizada.

Dichas dimensiones son comunes a diferentes servicios; por ejemplo, el significado de la calidad para un consumidor sería el mismo, independientemente de que esté evaluando una biblioteca o un hospital (Arias, 2016, pág. 16)

El modelo Servqual por años ha sido un referente ideal para medir la calidad del servicio y sigue vigente hasta nuestros días en todo el mundo. Las organizaciones y empresas se guían de estas dimensiones para ofertar sus servicios y asegurar la satisfacción de quienes reciben el servicio.

Proceso de creación.

Los datos que llevaron a la creación de este modelo, fueron recabados mediante 12 entrevistas a grupos focales, tres de cada uno de los sectores Bancario, tarjetas de crédito, seguridad y reparación de productos y mantenimiento en Estados Unidos. La

información que obtuvieron mediante entrevistas destaca que la percepción de la calidad en un servicio está relacionada con el cumplimiento de las expectativas y que hay factores que afectan a estas últimas (comunicación boca a boca y otras), dicha información fue utilizada para encontrar las causas potenciales de esas deficiencias en la calidad de los servicios.

En este contexto los autores definen la calidad en el servicio como “la amplitud de la discrepancia o diferencia que existe entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones” y definen a los factores que intuyen en las expectativas como:

Lo que los usuarios escuchan de los otros usuarios (comunicación boca a oído o boca a boca); por ejemplo, de recomendaciones de vecinos o amigos.

Las necesidades personales de los clientes que, hasta cierto punto, pueden condicionar sus expectativas.

La extensión de las experiencias que se han tenido con el uso de un servicio puede intuir en el nivel de las expectativas del cliente. Por ejemplo, en el caso de corredores de bolsa importan más sus conocimientos técnicos y efectividad que su apariencia personal.

La comunicación externa de los proveedores del servicio juega un papel clave en la conformación de las expectativas del cliente. (Arias, 2016, pág. 16)

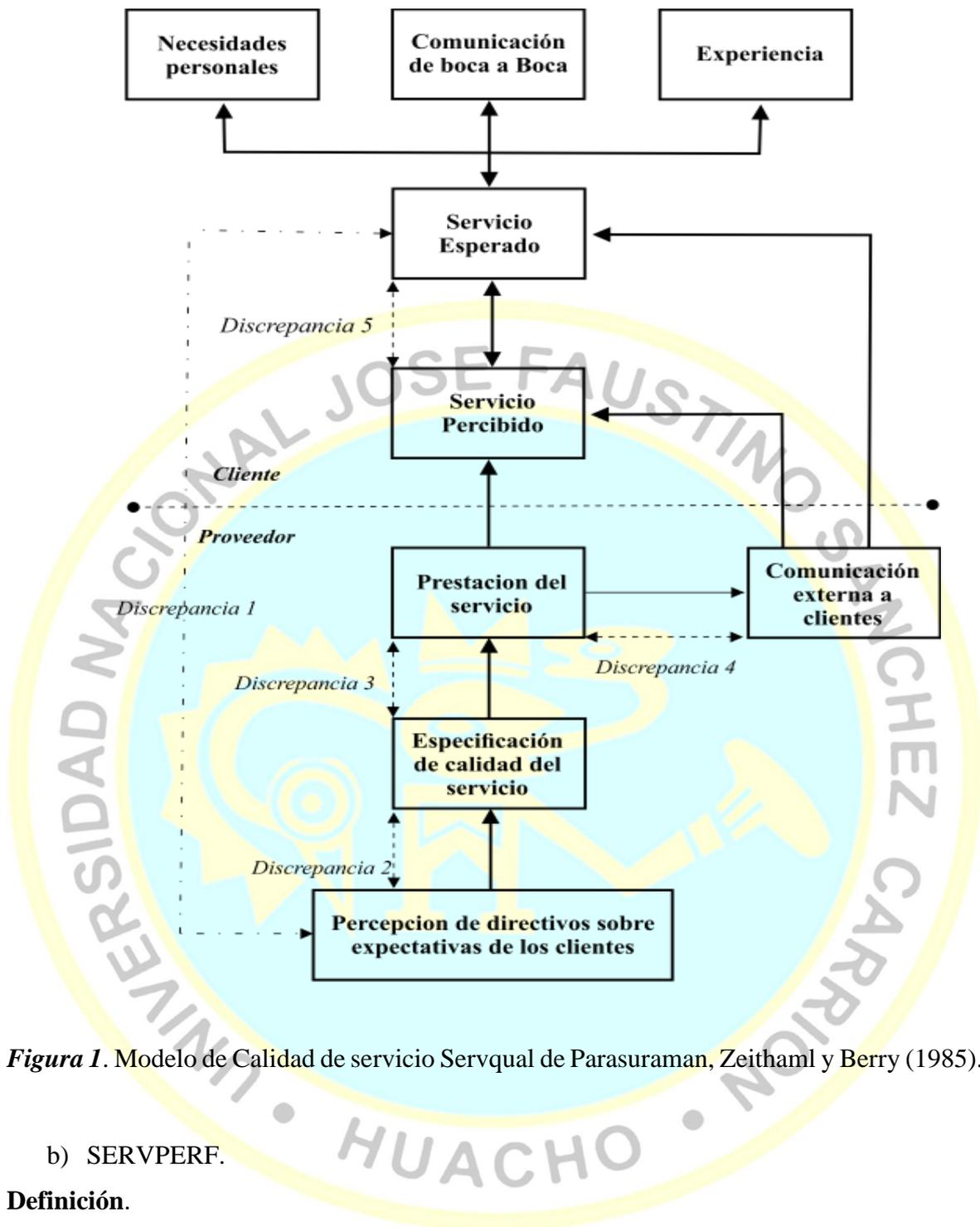


Figura 1. Modelo de Calidad de servicio Servqual de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985).

b) SERVPERF.

Definición.

El modelo Servperf utiliza exclusivamente la percepción como una buena aproximación a la satisfacción del cliente, definida ésta como “el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas” Kotler, (2006, p.40) en (Ibarra & Casas, 2015)

A diferencia del modelo Servqual, este modelo se centra en el estado de ánimo del usuario y según eso mide su percepción que tiene con respecto al servicio brindado. Esta

sigla en inglés significa “Service Performance” (rendimiento del servicio) y mide confiabilidad, resolución de problemas, interacción personal e imagen. Este modelo le hace una crítica al modelo Servqual en relación a la dimensión expectativas.

Proceso de creación.

Surge a raíz de unas críticas realizadas al modelo Servqual específicamente sobre la escala para medir expectativas, propuesto por (Cronin & Taylor, 1994) como resultado de un estudio empírico aplicado en ocho empresas de servicios, donde los autores concluyen que el modelo Servqual no es el más adecuado para medir la Calidad del Servicio.

Los autores reconocen que, el modelo Servqual en teoría es correcto, pero en la práctica dificulta los resultados. Principalmente por la dificultad de los entrevistados para verbalizar sus expectativas, discriminando poco entre los distintos ítems. en una escala de valoración estas son siempre muy elevadas, siendo raro que alguien declare que esperaba un servicio malo, en especial cuando ya lo ha experimentado; se pregunta la percepción después, para este caso la calidad de las opiniones recibidas mejora, pero se redunda respecto a las percepciones (Ibarra & Casas, 2015).

c) LIBQUAL.

Definición.

El sistema LibQual es una herramienta que fue desarrollada en el año 2000 por la Association of Research Libraries (ARL), en colaboración con la Texas A&M University (TAMU). Esta herramienta permite evaluar la percepción que tienen los usuarios de la calidad de los servicios ofertados por las bibliotecas, y conocer sus expectativas en relación con estos servicios.

El sistema SERVQUAL, utilizado desde hace años en la empresa privada, sirvió de base para el desarrollo de esta herramienta adaptada a las bibliotecas de investigación y se presenta en formato electrónico como un cuestionario en línea (Arias, 2016, p. 31).

Con los años se creó un modelo de medición llamado LibQual que en inglés las siglas significan “Library Quality”, es decir Calidad de biblioteca, a través del cual se mide la calidad del servicio, pero ya non de manera general sino específicamente para el ámbito de

las bibliotecas y es usado en la actualidad por todas las bibliotecas del mundo con la finalidad de ir mejorando progresivamente uno de los servicios más importantes que brindan las universidades a sus estudiantes y que tiene que ver con su perfeccionamiento profesional.

Objetivos del LibQual.

La herramienta LibQual está orientada a desarrollar una cultura de excelencia en la biblioteca, ya que permite comprender mejor las percepciones de los usuarios; de esta manera, la herramienta ayuda a determinar mejor las mejoras que se deben realizar en los servicios y a orientar las acciones y el desarrollo estratégico de las bibliotecas. Si el sondeo se efectúa de manera recurrente (cada año, por ejemplo), ésta permite medir el camino recorrido en un intervalo de tiempo dado (Arias, 2016, pág. 31)

Los objetivos de LibQual son:

Desarrollar una cultura de excelencia en la disposición de los servicios de biblioteca.

Ayudar a las bibliotecas a comprender mejor la percepción que tienen sus usuarios sobre la calidad de los servicios ofertados.

Colegir e interpretar, de manera sistemática y en un periodo suficientemente largo, la apreciación sobre los servicios expresada por el usuario.

Ofrecer a las bibliotecas una herramienta que le permite compararse con otras bibliotecas u organizaciones similares.

Conocer y adaptar las buenas prácticas a partir de los éxitos de otras bibliotecas.

Mejorar las competencias de análisis del personal de las bibliotecas, tanto en el plano de la interpretación de los resultados, como de la puesta en marcha de acciones (Arias, 2016, pág. 31)

Al aplicarse esta herramienta para medir la calidad del servicio de las bibliotecas, permite corregir errores en todos los aspectos que comprende el servicio, mejorar y convertirse en una herramienta idónea para los estudiantes. Por eso es recomendable aplicarla periódicamente para ir comparando los resultados, ver que falta mejorar o en que se está fallando y corregir la causa.

Dimensiones de calidad del servicio de bibliotecas.

Para medir la calidad del servicio de una biblioteca se toma en cuenta la encuesta LibQual, la misma que agrupa tres grandes dimensiones o aspectos: (a) valor afectivo del servicio, (b) la biblioteca como lugar y (c) control de la información.

a) Valor afectivo del servicio.

Corresponde al aspecto humano del servicio brindado por la biblioteca. Los ítems de esta dimensión miden la percepción de los usuarios sobre la cortesía mostrada por los empleados y la capacidad que tienen para generar confianza y seguridad en los usuarios (Huamán, Alfaro, & Vílchez, 2008, pág. 3)

Los hábitos de estudio adquiridos por los estudiantes en el bachillerato impactan en la frecuencia con la cual los mismos estudiantes utilizarán la biblioteca de su universidad. Otros factores que impactan significativamente el uso de la biblioteca universitaria observados por esta autora son la interacción de alumnos y profesores y la realización de actividades académicas que implican la realización de trabajos escritos (Hernández, 2013, pág. 15)

Esta dimensión explica la manera como los usuarios van siendo atraídos por el servicio de biblioteca, a través del servicio que brinda que le es útil y la forma como se da que involucra la atención del personal que está a cargo y que hace que el usuario se sienta cómodo y satisfecho.

b) La biblioteca como lugar.

“Esta dimensión está vinculada con la imagen de la biblioteca como un espacio para el trabajo intelectual, la reflexión y las tareas analíticas. En ese sentido, está vinculado con la percepción de los ambientes y la distribución de los espacios” (Huamán, Alfaro, & Vílchez, 2008, pág. 3)

Lugar de trabajo de los estudiantes y de socialización de la información y el conocimiento, con el diseño de nuevos espacios para el trabajo individual y en grupo, con la participación en la implantación y difusión de las tecnologías de la información y comunicación dentro de sus instalaciones y en las aulas y laboratorios,

y la participación en la formación de los estudiantes en el uso de estas tecnologías (Hernández, 2013)

Otro aspecto igual de importante al momento de medir la calidad del servicio de una biblioteca es la infraestructura, el lugar que es destinado para esta área dentro de las universidades. Debe ser acogedor, iluminado, amplio, con una temperatura ambiente adecuada, etc. Que haga la estadía de los usuarios interesante.

c) Control de la información.

“Se refiere a la visión que tiene el usuario de las colecciones de la biblioteca, en términos de cobertura, disponibilidad, actualidad, etc.” (Huamán, Alfaro, & Vílchez, 2008, pág. 3)

Otro factor de posible impacto en el uso de la biblioteca universitaria es la posesión y desarrollo, por parte de los usuarios, de las llamadas habilidades informativas. Éstas son las características o competencias que deben desarrollar las personas para que puedan ser llamadas "alfabetas en el uso de la información", como lo describe la American Library Association (ALA) citado en (Hernández, 2013)

Actualmente una persona que no está familiarizada con la tecnología de la información se le denomina analfabeto informático y no tiene las posibilidades de desenvolverse adecuadamente, ya que las bibliotecas en la actualidad han implementado su campo informático y sus características son totalmente distintas a las de antes. Por lo tanto, si no se es experto en el uso de la tecnología entonces se tendrá dificultades para aprovechar la herramienta biblioteca en toda su magnitud.

Este último modelo es que se ha considerado para el sustento teórico de la investigación, por lo que se ha desarrollado específicamente para bibliotecas.

El servicio de biblioteca.

El servicio en la biblioteca universitaria comprende el conjunto de las acciones que realiza la biblioteca para cumplir con sus objetivos de difusión, especialmente de los recursos de información, los cuales deben ser planificados atendiendo a las necesidades de la comunidad de usuarios a la que sirve la biblioteca (Nuñez, 2015, pág. 62)

El Glosario ALA de Bibliotecología y Ciencias de la Información (1988), define el servicio de biblioteca como:

El término genérico que se aplica a todas las actividades que llevan a cabo las bibliotecas y a los programas dirigidos por éstas a sus grupos de usuarios. Puede abarcar una gran variedad de servicios, como son: públicos, de información y de préstamo y están determinados por los objetivos de cada biblioteca (Nuñez, 2015, pág. 62)

Una biblioteca tiene como principal función proveer a los usuarios de material de información actualizado que le permita ampliar sus conocimientos acerca de un determinado tema en sus diferentes modalidades, como puede ser en forma física o virtual, para lectura, en sala, préstamo para casa, etc., según sea lo que mejor convenga al usuario. También le ayuda al docente como soporte y herramienta para profundizar sus temas y en el campo de la investigación, sin lugar a dudas la biblioteca cuenta con lo necesario para desarrollar investigación en el aspecto de la teoría.

El Reglamento de Servicios Bibliotecarios de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO, 2007) afirma que:

La biblioteca con su gran poder de acceso universal al conocimiento, ofrece a sus usuarios de este siglo oportunidades más democráticas, lo que significa que hay más libertad y es menos dogmática. Proporcionar la información adecuada en el momento oportuno, es el objetivo que persiguen los servicios bibliotecarios de toda universidad, por lo que se intenta poner a circular todos y cada uno de los recursos de información, a través de los diversos tipos de préstamos y servicios especializados que van desde la orientación hasta la recuperación específica de documentos impresos o en línea (Nuñez, 2015, pág. 36)

“El servicio que presta la biblioteca es de soporte a la docencia, al estudio y la investigación que desarrolla la universidad, a través de su comunidad universitaria” (Nuñez, 2015, pág. 63). Por tanto, es responsabilidad de la biblioteca, garantizar la disponibilidad de la información y de la documentación necesaria para el desarrollo del estudio, la docencia, la investigación y la extensión universitaria.

Servicios de una biblioteca universitaria.

Los servicios más comunes en una biblioteca universitaria según Núñez (2015) son:

Préstamo en sala: el servicio de préstamo en sala proporciona a los usuarios los recursos de información de la biblioteca, como su nombre lo indica, para su consulta en sala. Son documentos que por su tipología o frecuencia de uso se restringen a las instalaciones de la biblioteca.

Préstamos a domicilio: es el servicio al que tiene derecho el personal docente e Investigador, estudiantes y personal administrativo de la universidad que soliciten recursos en préstamo para ser consultado fuera de la biblioteca.

Catálogo de Acceso Público en Línea (OPAC): contiene los recursos de información que conforman las colecciones de la biblioteca.

Página Web: es el documento que contiene recursos de información impresos y digitales, sonido, vídeo, enlaces, imágenes, y muchas otras informaciones de la biblioteca.

Servicios de Referencia: consiste, en suministrar información, orientar a los usuarios en el uso y localización de los recursos de información de la biblioteca.

Acceso a Bases de Datos: es un servicio que la biblioteca de este siglo ofrece mediante acceso a bases de datos en texto completo, especializado y multidisciplinario a sus usuarios. Por lo general son por suscripción y de libre acceso.

Préstamo Interbibliotecario: se define como el proceso a través del cual la biblioteca obtiene de otras bibliotecas préstamo de documentos que no están en su colección, con el fin de satisfacer las necesidades de información de su comunidad de usuarios.

Programa de formación de usuarios y/o Alfabetización Informacional: este es parte consustancial de la misión de la biblioteca. Tiene como objetivo, formar usuarios autosuficientes, para localizar e identificar recursos de información tanto presenciales como en línea.

Servicio de multimedia: ofrece a los usuarios sonido grabado o imágenes en movimiento, sonido e imágenes, además, contiene texto y gráficas animadas.

Servicio de Internet: la biblioteca facilita a la comunidad de usuarios computadoras para acceder a los recursos de información, para fines de estudio e investigación.

Todos estos servicios son los que actualmente brinda la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad, que se combina el servicio tradicional al que se estuvo acostumbrado por muchos años y el servicio virtual que es característico y propio de la sociedad actual.

Evaluación de los servicios de Biblioteca.

La evaluación es una parte fundamental de cualquier proceso administrativo de sistema, (institución o actividad) ya que se interviene durante el inicio y durante el final del proceso.

La evaluación del servicio en las bibliotecas ayuda a determinar qué acciones tomar, establece que se debe cambiar y como cambiarlas, Es decir, como menciona Pegaza (1989) facilita los elementos para la toma de decisiones y con ellos contribuye eficientemente al cumplimiento de las tareas del organismo al cual sirve (Chiong, 2012, pág. 13)

La norma internacional ISO se basa en un conjunto de indicadores de rendimiento y ofrece pautas para su utilización como herramientas para evaluar la calidad y efectividad de los servicios y las actividades bibliotecarias, así como el uso de los recursos. Y según Chiong “en la ISO 11620 existe una serie de indicadores de rendimiento Bibliotecarios que tienen como objetivo facilitar la evaluación de bibliotecas de todas las clases” (Chiong, 2012, p. 13).

Para saber lo que se pretende evaluar es importante conocer el tipo de evaluación que se realizará, en este caso se trata de una evaluación del servicio, cuyo objetivo según Lancaster (1980) es: Conocer que tanto satisface el servicio de información a las necesidades de los usuarios, estableciendo dos formas de realizar esta evaluación a nivel micro y macro, específicamente la micro evaluación es aquella que responde al análisis y diagnóstico que busca determinar el nivel actual del servicio y las acciones que podrían emprenderse para incrementar el servicio (Chiong, 2012, págs. 14-15)

Algunos indicadores de rendimiento según Luis Daniel (Chiong, 2012) en relación a la medición de la calidad del servicio de la Biblioteca son los siguientes:

Tabla 1. *Indicadores de rendimiento*

Indicadores de rendimiento
Uso y disponibilidad de la biblioteca.
Porcentaje de inscripciones en la biblioteca
Asistencia a los actos de la biblioteca per cápita
Visitas a la biblioteca per cápita
Porcentaje de usuarios activos
Puestos de lectura per cápita
Uso y disponibilidad de materiales.
Circulación per cápita
Porcentaje de títulos localizados
Porcentaje de materias localizadas
Porcentaje de localización por hojear
Velocidad de suministro
Media ponderada por hora de apertura semanales
Acceso a los materiales.
Capacidad básica de la biblioteca para suministrar materiales
Análisis de la colección.
Encuesta de fracasos en la búsqueda sobre catálogo
Tasa de crecimiento anual a los usuarios
Documentos que circulan y no circulan
Porcentaje: tasa de crecimiento o decrecimiento que tiene un determinado recurso en la biblioteca durante un año
Sección de referencia.
Transacciones de referencia per cápita
Porcentaje de transacciones finalizadas
Indicadores de costos.
Aplicables a todos los servicios de la biblioteca (préstamo, adquisiciones, referencia, etc.)

Nota: Indicadores obtenidos del estudio de (Chiong, 2012, pág. 39)

Sistema de Bibliotecas de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

Definición

Se denomina Sistema de Bibliotecas al conjunto de bibliotecas de la UNJFSC adscritas a la Oficina de la Biblioteca Central y Virtual. La Biblioteca Central y Virtual es el ente rector del Sistema de Bibliotecas (UNJFSC, 2018, p. 1).

Objetivos.

El Sistema de Bibliotecas tiene como objetivos:

- 1) Ofrecer servicios Bibliográficos (físico y virtual) de calidad, dirigidos a contribuir con el logro de los fines de la Universidad en cuanto a la formación académica y profesional que imparte; así como, en las actividades de investigación, extensión y proyección a la comunidad.
- 2) Establecer normas dirigidas al procesamiento técnico, conservación y diseminación de la información que contiene el material bibliográfico.
- 3) Expedir, a través de la Oficina de la Biblioteca Central y Virtual, el Certificado de Negatividad de Tesis (Ley 30220, RS. 009-2015-SUNEDU y Reglamento de Grados y Títulos) (UNJFSC, 2018, págs. 1-2)

Funciones.

Las funciones del Sistema son:

Establecer los planes y políticas de organización, integración y desarrollo de las Bibliotecas de la UNJFSC.

Normar el procesamiento técnico, conservación y adquisición de los materiales de las Bibliotecas, así como sus servicios bibliográficos.

Promover el uso de un sistema integrado de información que se traduzca en un solo Catálogo en Línea de Acceso Público (OPAC por sus siglas en inglés y denominado Biblioplax) para toda la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.

Fomentar y asegurar la capacitación y el perfeccionamiento permanentes de su capital humano.

La Biblioteca Central y Virtual expedirá el Certificado de Negatividad de Tesis, previa presentación de la constancia del nombre y contenido inédito de la Tesis, otorgado por la Oficina de Grados y Títulos de cada facultad (UNJFSC, 2018, págs. 2-3)

En la actualidad la Biblioteca de la UNJFSC entró en un proceso de modernidad, lo que viene siendo beneficioso para toda la comunidad universitaria, sin embargo, hay aspectos del servicio que deben ir mejorando paulatinamente, para lo cual se tiene que medir la calidad del mismo periódicamente, es por eso que se hace necesario conocerla en su reglamento para saber acerca de sus objetivos y funciones.

2.2.2 Satisfacción del usuario.

Antes de referirnos a la satisfacción del usuario es necesario decir que esta es el resultado de la relación existente entre los proveedores de un servicio y los usuarios, de esta manera es entendida como “la conformidad expresada por el usuario en función de las expectativas que este tiene respecto a la atención que recibe en las diferentes áreas que integran a todas las dimensiones de la calidad” (Castillo S., 2011)

Kotler, Addison, & Wesley mencionan que la satisfacción del cliente depende del *desempeño percibido* del producto, en relación con las expectativas del comprador. Si el desempeño del producto no cubre las expectativas, el cliente se sentirá insatisfecho, en este sentido cuando el desempeño del producto excede las expectativas, el cliente se sentirá satisfecho (Kotler, Addison, & Wesley, 2015, pág. 14)

La satisfacción del usuario expresa “un juicio de valor subjetivo de la atención recibida.” (Ministerio de Salud, 2011, pág. 12) la definición propuesta por Poll y Boekhorst se refiere a esta variable como una “medida por medio de la cual se quiere valorar” (Rey, 2000, pág. 140) en términos de efectividad, si la organización cumple con ofrecer—desde la perspectiva del usuario- los servicios de calidad.

Finalmente, la satisfacción del usuario es “la percepción que el cliente tiene sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos. La satisfacción es un estado psicológico, y por tanto subjetivo, cuya obtención asegura fidelidad. La satisfacción del cliente es a la organización, lo que la felicidad es a la persona” (Pereiro, 2008)

Por lo tanto, es necesario conocer la satisfacción del usuario para medir la calidad del servicio y esta relación es clara, primero se da la calidad del servicio y luego se mide esta calidad a través de la satisfacción de quienes reciben el servicio. Es allí donde ambas

variables de estudio son inseparables tal como lo describen los diferentes autores que se están analizando.

Aspectos en los que influye la satisfacción del usuario.

La satisfacción del usuario es el resultado más importante de prestar servicios de buena calidad, dado que influye de manera determinante en su comportamiento. Para estos autores la satisfacción del cliente puede influir en:

El hecho que el usuario procure o no procure atención.

El lugar al cual acuda para recibir atención.

El hecho de que esté dispuesto a pagar por los servicios.

El hecho de que el usuario siga o no siga las instrucciones del prestador de servicios.

El hecho de que el usuario regrese o no regrese al prestador de servicios.

El hecho de que el usuario recomiende o no recomiende los servicios a los demás (Del banco T y Daley, en Huiza (2006)).

Estos aspectos son los que se deben tomar en cuenta para que se mejore la atención de los usuarios y así queden satisfechos después de haber pasado por una experiencia de atención en la biblioteca. Si se logran que estos aspectos permanezcan o se desarrollen en los usuarios, entonces la calidad del servicio se va asegurando.

Delimitación del concepto

Más difícil que ubicar su origen es definirla, incluso varios autores (Shi; Holahan y Jurkat, 2004; Vogt, 2004; Griffiths, Johnson y Hartley, 2007 citados en (Hernandez, 2011) afirman que “existe una carencia de marcos teóricos sobre la satisfacción de usuarios”. Éstos últimos nos proveen de algunas definiciones:

Es un estado que experimenta el usuario dentro de su cabeza, una respuesta que puede ser tanto intelectual como emocional.

Estado de la mente que representa la mezcla de las respuestas materiales y emocionales del usuario hacia el contexto de búsqueda de información.

El cumplimiento completo de una necesidad o deseo; el logro de un fin deseado.

Por su parte Vogt (2004) citado en (Hernandez, 2011) nos dice que: “[...] es el resultado de un proceso permanente de comparación entre la experiencia y las percepciones subjetivas, en un lado, y los objetivos y las expectativas, en el otro” (Hernandez, 2011, pág. 353)

Por lo tanto, la satisfacción no es la misma en todos los usuarios, porque va depender de la percepción y de las expectativas que cada uno tenga del servicio, sin embargo, se puede estandarizar algunas características que se deben resaltar permanentemente en el servicio a fin de que sea conocido el servicio incidiendo en la calidad de lo que ofrece, donde lo ofrece, quienes lo ofrecen, etc.

Satisfacción del usuario en la biblioteca.

La satisfacción del usuario con respecto al funcionamiento y a los atributos de un sistema de información está directamente relacionada con el uso del sistema. Algunos autores sugieren que existe un nivel de satisfacción, por debajo del cual los usuarios dejan de utilizar un sistema de información y buscan fuentes alternativas. Al contrario, también puede afirmarse que el nivel de uso de un sistema de información es un indicativo de la satisfacción de los usuarios con ese sistema, sobre todo, cuando principalmente su uso es opcional y no obligatorio, como es el caso de la biblioteca (Rey, 2000, p. 141).

“La percepción del usuario de haber utilizado correctamente su tiempo, habiendo recibido respecto a sus propias expectativas en un determinado contexto ambiental y la mejor prestación posible de servicio” (Rey, 2000, pág. 143)

Al delimitar el estudio de la satisfacción del usuario específicamente en contextos de bibliotecas, se debe tener en cuenta que el servicio sea atractivo, moderno, ágil, de fácil acceso y que la experiencia de usar la biblioteca sea positiva, para que esta se repita o se extienda a otros usuarios y como lo enfatiza el autor Rey, no por obligación sino de manera voluntaria.

Indicadores de la satisfacción del usuario.

Hay tres indicadores básicos para el análisis de la satisfacción del usuario (a) la compra repetitiva, (b) comunicación boca a boca, y (c) y el posicionamiento.

La compra repetitiva.

Primeramente, un cliente satisfecho va a “reiterar su compra” esto va construyendo en palabras de Vásquez “un concepto de lealtad y le permite la venta de igual a nuevos productos en cada interacción” (p. 40) ejemplos de esto serían el uso repetitivo y constante

del servicio por parte de los usuarios, ser considerado la primera de varias opciones (Vásquez, 2016)

En el caso del servicio de biblioteca se toma en cuenta las veces que el usuario vuelve para hacer uso del mismo, entendiéndose esta actitud como que está satisfecho con el servicio y lo utiliza porque colma sus expectativas.

La comunicación boca a boca.

El cliente motivado por la experiencia positiva siente deseos de comunicar la misma y se estima que esto lo hace a razón de 3 a 4 personas allegadas al mismo. Para Vásquez este es un claro beneficio de “promoción sin costo con el agregado del aporte emocional por efecto de la confianza que los receptores tienen para con el emisor” (p. 40), ejemplos claros serían las recomendaciones y socialización buenas experiencias en una determinada institución (Vásquez, 2016)

Cuando un servicio es bueno y de calidad, los mismos usuarios son los que hacen propaganda y se debe procurar mantener este nivel, ya que la propaganda que hacen las personas de un servicio porque han quedado satisfechos con este, ayuda al posicionamiento del servicio sin necesidad de hacer gastos económicos en publicidad.

Posicionamiento.

Es el grado en que una empresa ha logrado ingresar en la mente del usuario lo cual se produce a partir de la percepción y logra la fidelidad, ejemplo de esto sería el liderazgo a partir de reconocimiento de la institución y por consiguiente el prestigio (Vásquez, 2016)

Cuando un servicio es de calidad, entonces los usuarios se acostumbran a solicitar los servicios de este en el momento que lo requiere y no duda en tomarlo en cuenta de varias opciones que se le puedan presentar. Esta situación trae como consecuencia algo positivo para el servicio, que lo vuelve prestigioso, es decir se habla bien del mismo y cada vez más son los usuarios que lo quieren obtener.

Modelos de medición de satisfacción del usuario

Por ser tan importante la satisfacción del usuario en todo proceso de adquisición de bienes o servicios, se han tomado en cuenta algunos modelos de medición propuesto por

diferentes autores, quienes tienen en común la satisfacción del cliente o usuario es el objetivo principal de toda prestación de servicios.

a) Teoría de la no confirmación de expectativas.

Según Shi; Holahan y Jurkar (2004) es un modelo retomado de la mercadotecnia, sugiere que los clientes determinan su satisfacción, al comparar las expectativas que traían de un servicio o producto con su funcionamiento real, permite predecir su satisfacción o insatisfacción, ya que compara las expectativas de calidad de lo que va a consumir un sujeto con la experiencia real de consumo. Cuando la actuación del producto o servicio es mayor que las expectativas, resulta no confirmación positiva o satisfacción; cuando es menor es una no confirmación negativa o insatisfacción. Para esta teoría la actuación del servicio está definida como la percepción subjetiva del cliente acerca de la calidad del producto o servicio después de ser consumido (Hernandez, 2011)

Es decir que los usuarios antes de hacer uso de un servicio, se genera cierta expectativa, es decir tiene una creencia de cómo es el servicio o como debería ser para que sea considerado bueno, cuando esta expectativa no se consigue ocasiona decepción y fastidio, cuando se logra el usuario queda satisfecho y cuando recibe de manera inesperada algo que no tenía previsto queda sorprendido y muy a gusto con el servicio.

b) Teoría del descontento potencial.

Empieza a utilizarse en la década de los setenta del siglo pasado, y considera que las quejas de los clientes son una serie de múltiples reacciones que emergen del descontento que sienten cuando esperan que cierto servicio sea de tal o cual forma. Este descontento puede ser de dos maneras: externo o que emerge, y potencial. En el externo el cliente presenta sus quejas ante las instancias que le puedan dar solución; en el potencial, el cliente no presenta públicamente su queja, sin embargo, está insatisfecho con el servicio. Las razones por las que se puede sentir descontento potencial, Según Huang (2006) pueden ser:

Pensar que hacer patente una queja no resolverá el problema.

Sentir que el procedimiento para quejarse es complicado, o simplemente lo desconoce.

Pensar que el asunto es demasiado pequeño y que no vale la pena quejarse.

Pensar que quejarse está por debajo de la dignidad.

Crear que no quejarse es una costumbre social, una actitud mental o un hábito de vida (Hernandez, 2011)

Esta teoría permite medir la satisfacción del usuario en relación a atención de quejas que se reciben, pero no siempre las quejas son recibidas una serie de factores, quedando muchas quejas solo en el usuario generando descontento y no permitiendo que se mejore la calidad del servicio. Porque al no saber dónde está el problema quien brinda el servicio lo sigue haciendo igual.

c) Análisis de disponibilidad.

Oberhofer (1981) menciona que este modelo se encarga básicamente de medir que los recursos estén disponibles físicamente cuando se necesitan. Está conformada por cuatro medidas independientes, que se refieren a la probabilidad de la satisfacción de una demanda específica, se miden los desempeños de: adquisición, circulación, biblioteca y al usuario. Estas medidas se cruzan con parámetros de evaluación: número total de demandas en el período de estudio; demandas satisfechas; demandas no satisfechas por fallas: en la adquisición, en la circulación, en la biblioteca y por el usuario (Hernandez, 2011).

A través de esta teoría se mide la satisfacción según aspectos fundamentales como son la adquisición del servicio, la circulación del mismo, la biblioteca como espacio formal de acopio de información requerida y las características del usuario. Aun cuando la biblioteca tiene sus objetivos bien definidos, los usuarios no son los mismo, y son diversos porque no solo se trata de estudiantes, sino de todo aquel que por alguna razón tiene la necesidad de utilizar el servicio de biblioteca en una universidad como son los docentes, egresados y visitantes, entre otros.

d) Medición de la calidad percibida.

Fue desarrollada por (Cronin & Taylor, 1994), a diferencia del modelo de no confirmación, este modelo sólo se basa en percepciones. Según esta tendencia los clientes forman sus percepciones sobre la calidad de un servicio con base en una evaluación del desempeño en múltiples niveles, y al final combinan esas evaluaciones para llegar a la percepción global de la calidad del servicio (Hernandez, 2011)

Este modelo pone énfasis solo en la percepción de los usuarios, es decir para los autores que propusieron este modelo, la calidad se mide a través de las impresiones que se generan en las personas en el momento que se está recibiendo el servicio.

e) Modelo de Evaluación Service Quality (Servqual).

El modelo además de medir la calidad de servicio, mide la satisfacción del usuario. La percepción de la calidad en un servicio está relacionada con el cumplimiento de las expectativas. Así Servqual mide: mide la percepción de la calidad de los usuarios de cualquier servicio, la cual es entendida como el juicio de un cliente acerca de la superioridad o excelencia total de una entidad, relaciona: la calidad con la actitud; la calidad contra la satisfacción; y las expectativas contra las percepciones (Hernandez, 2011, pág. 358)

SERVQUAL está formado por dos partes: en la primera, se incluyen 22 afirmaciones que registran las expectativas del cliente, tanto del servicio deseado como del adecuado; la segunda, está conformada por 22 afirmaciones sobre la calidad percibida. Cada afirmación se mide con una escala de evaluación de Likert de 7 puntos que va desde totalmente de acuerdo hasta totalmente en desacuerdo (Hernandez, 2011)

Este modelo no difiere mucho de los demás pues también considera como aspectos fundamentales la percepción del usuario y sus expectativas en relación íntima con la calidad del servicio. De manera general es un buen instrumento para evaluar tanto la calidad del servicio como la satisfacción del usuario.

f) Modelo American Customer Satisfacción índice – ACSI.

El modelo ACSI representa una medición uniforme e independiente de la experiencia del consumidor; es fruto de la colaboración entre la Stephen M. Ross Business School de la Universidad de Michigan, la American Society for Quality (ASQ), y la firma de consultoría internacional CFI Group.

Este índice de satisfacción del usuario reporta los resultados de evaluaciones de la calidad de los bienes o servicios disponibles en el mercado estadounidense en una escala de 0 a 100. Produce índices para diez diferentes sectores económicos, 47 industrias, más de 255 compañías y más de 200 agencias gubernamentales. Tiene como antecedente los índices similares en Suecia y Alemania y es el único índice uniforme, para todas las industrias y gobierno que mide la satisfacción en Estados Unidos (Lascurain, 2012, pág. 37)

Dicho índice es obtenido de un promedio de varios cuestionarios. Las preguntas son respondidas en una escala de 0 a 10, que para ser reportado son convertidas a la escala de 0

a 100. Se realizan preguntas relacionadas con las tres siguientes áreas: satisfacción en general, satisfacción comparada con las expectativas y satisfacción comparada con una organización “ideal”.

El índice utiliza un modelo que fue diseñado en la Facultad de Negocios de la Universidad de Michigan, Estados Unidos, la ASQ (American Society for Quality) y por Arthur Andersen en 1994. Los principales objetivos de este modelo son los siguientes:

Medición: Cuántica la calidad de una salida económica basada en una entrada subjetiva proporcionada del cliente.

Contribución: Establecer un marco conceptual para entender cómo el servicio y la calidad de los productos están relacionados con indicadores económicos.

Predicción: Establecer un indicador para la variabilidad futura mediante la medición del valor intangible de la relación entre el comprador-proveedor (Lascurain, 2012, pág. 37)

Este modelo utiliza una metodología basada en entrevistas al cliente como entrada a un modelo econométrico probado de ecuaciones múltiples. El programa de ACSI representa uno de los pocos proyectos de investigación que recolecta datos de forma longitudinal relacionados con la satisfacción del cliente, retención de clientes, y desempeño financiero (Lascurain, 2012, pág. 13)

El modelo de ACSI es un modelo de causa y efecto que lista los elementos que llevan a la satisfacción en el lado izquierdo como son: expectativas del cliente, calidad percibida y valor percibido; la satisfacción en el centro, y los resultados de la satisfacción en el lado derecho, como son: quejas y fidelidad del cliente (Lascurain, 2012)

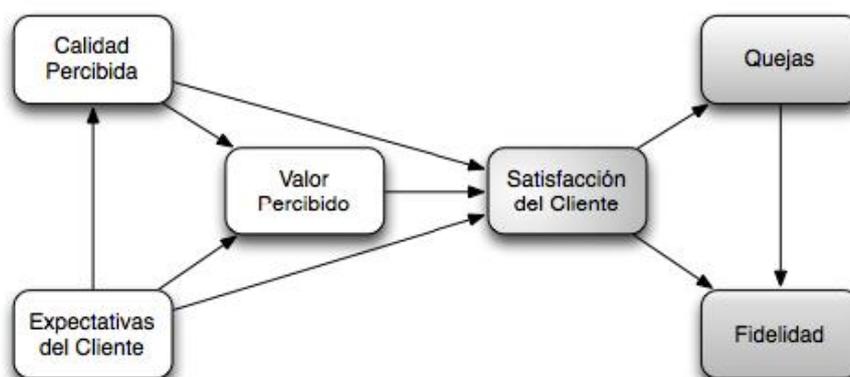


Figura 2. Medición del ACSI.

Expectativas del Cliente: Medida de lo que el cliente espera anticipadamente de la calidad de los productos o servicios de la empresa. Las expectativas están representadas también por la información no experimental como la publicidad y la comunicación de boca a boca. En otras palabras, las expectativas están formadas por la idea que el cliente tiene de lo que estará recibiendo.

Calidad Percibida: Es la medida de la evaluación del cliente según su experiencia más reciente, de la calidad de los productos o servicios obtenidos y está asociada principalmente a dos factores: la personalización y la fiabilidad. Es decir, la calidad es medida en términos del grado en que un producto o servicio cubre las necesidades individuales de cada cliente; y la fiabilidad, que es la frecuencia con la que se espera que el producto o servicio falle.

Valor Percibido: Es el parámetro que expresa la relación entre la calidad obtenida y el precio pagado. Dado que el valor de las cosas es relativo a la calidad, el precio es un determinante importante de la satisfacción.

Quejas: Son medidas como porcentaje de los encuestados que indican haberse quejado directamente a alguna empresa, sobre algún producto o servicio, dentro de un periodo específico de tiempo. Las quejas son la expresión más palpable de la insatisfacción. Se asume que entre más satisfecho esté un cliente, menos intenciones tendrá de presentar una queja.

Fidelidad: Es la combinación de la probabilidad expresada por el cliente para la volver a comprar al mismo proveedor en el futuro y la posibilidad de comprar productos de una compañía o servicios a diferentes niveles de precios (tolerancia de precio). La lealtad del cliente es el componente crítico del modelo actual como un precursor de la rentabilidad. Si bien en el modelo la satisfacción del cliente ocupa un lugar central en el diagrama, las flechas de relación desembocan en este parámetro (Pereiro, 2008)

Este modelo que toma en cuenta cinco aspectos importantes al momento de evaluar la satisfacción del usuario, es la base que ha permitido establecer las dimensiones para evaluar la satisfacción del usuario en la presente investigación, por considerar que todas ellas confluyen en el mismo proceso casi de manera simultánea.

Consolidando lo anterior, la satisfacción se puede expresar mediante la siguiente relación: Satisfacción del Cliente = f (expectativas preventa, comportamiento postventa.

g) Índice mexicano de satisfacción al usuario.

El Índice Mexicano de Satisfacción al Usuario (IMSU) es un indicador que responde a las tendencias de la actual agenda internacional sobre la calidad de los productos y servicios privados y gubernamentales. Se encarga de medir la satisfacción de los usuarios respecto a los productos y servicios recibidos.

El IMSU es un modelo de causa y efecto que evalúa cómo es la satisfacción y la confianza del usuario y cómo estas dimensiones se relacionan con las expectativas y la calidad percibida. Es híbrido porque incluye dimensiones específicas del producto o servicio a evaluar y dimensiones genéricas que permiten comparar a diferentes empresas o dependencias públicas.

Martínez (2008) menciona el IMSU está basado en la metodología del modelo ACSI, previamente expuesta, y se adaptó para las condiciones de los programas y servicios gubernamentales mexicanos ya que, la evaluación de los programas sociales es una herramienta que resulta clave para la rendición de cuentas sobre el cumplimiento de metas y objetivos. Respecto a lo anterior, tener medidas del nivel de satisfacción de los beneficiarios de los programas sociales permite aumentar la confianza de los ciudadanos, mejorar el desempeño de los programas, satisfacer sus necesidades y exceder sus expectativas (Lascurain, 2012, pág. 14)

La metodología del IMSU se distingue de otras medidas de calidad por cuatro características:

Tiene una definición uniforme y bien definida de la calidad, basada en la perspectiva del usuario.

La satisfacción del usuario respecto a la calidad se estudia con base en la acumulación de experiencia y no sólo en la experiencia más reciente.

El IMSU utiliza un modelo de causa y efecto que mide cuantitativamente a la satisfacción como resultado de las expectativas y percepción de la calidad.

Tiene un modelo que relaciona cuantitativamente la satisfacción con la confianza del usuario.

El modelo tiene como entradas a: la calidad percibida y las expectativas del usuario. Los resultados del modelo son: la satisfacción y la confianza, disposición a volver a seleccionar el producto o servicio y quejas.

Las expectativas de los usuarios se miden preguntando sobre el nivel de calidad que se esperaba antes de la experiencia o conocimiento del producto o servicio.

La satisfacción del usuario se conforma por: el nivel general de la satisfacción con el servicio, el grado en el cual el producto o servicio se queda por debajo o por arriba de lo esperado y la ponderación de lo cerca o lejos que se queda el producto o servicio evaluado respecto al ideal.

Finalmente, las consecuencias de la satisfacción se miden con base en la posible recomendación del producto o servicio a otras personas, la disposición a la recompra, la facilidad de presentar quejas y la respuesta obtenida al respecto; y el nivel de confianza en que se proporcione un buen servicio en el futuro.

Este es otro modelo actual que se está implementando y que maneja directamente una situación de causa efecto, es decir de la calidad del servicio va depender la satisfacción del usuario, es decir nuevamente este modelo deja claro que no se puede medir un grado de satisfacción sino hay un servicio que se pueda evaluar.

Relación entre la calidad del servicio y satisfacción del usuario.

Después de haber estudiado la calidad del servicio y la satisfacción del usuario como variables separadas, se concluye que una no se da sin la presencia de la otra y que se necesitan ambas para poder lograr estándares positivos en cada caso. Una alta satisfacción requiere que el servicio sea de calidad, y la calidad del servicio permite que el usuario esté totalmente satisfecho de lo que recibe.

Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes están estrechamente relacionadas. La satisfacción aparece cuando los clientes perciben que han recibido un servicio de calidad superior al esperado.

La calidad superior también conduce al aumento de la fidelidad de los clientes y empleados, a una mayor rentabilidad para los inversores, a disminuir los costes y a la reducción de la sensibilidad con respecto a la competencia de precios. Incluso una sola de estas razones sería suficiente motivo para que una organización de servicio buscara la calidad y la mejora continua (Arias, 2016, pág. 16)

2.3 Bases filosóficas

Teorías que sustentan la calidad.

a) William Edwards Deming.

Entre las numerosas aportaciones de Deming a la calidad, caben destacar dos: los catorce puntos de Deming, que se deben contemplar para la dirección de la empresa, y la divulgación del ciclo PDCA de Walter Shewhart, que consiste en un modelo metodológico básico para asegurar las actividades fundamentales de mejora y mantenimiento: Plan-Do-Check-Act. ((Arias, 2016, pág. 8)

Los catorce puntos de Deming.

1. Crear constancia en el propósito de mejorar el producto y el servicio
2. Adaptar la empresa a la nueva economía en que vivimos
3. Evitar la inspección masiva de productos
4. Comprar por calidad, no por precio, y estrechar lazos con los proveedores
5. Mejorar continuamente en todos los ámbitos de la empresa
6. Formar y entrenar a los trabajadores para mejorar el desempeño del trabajo
7. Adaptar e implantar el liderazgo
8. Eliminar el miedo, para que las personas trabajen seguras y en lo mejor de sí mismas
9. Romper las barreras entre departamentos
10. Eliminar eslóganes y consignas para los operarios, sustituyéndolo por acciones de mejora
11. Eliminar estándares de trabajo, incentivos y trabajo a destajo, pues son incompatibles con la mejora continua
12. Eliminar las barreras que privan a la gente de estar orgullosas de su trabajo
13. Estimular a la gente para su mejora personal

14. Poner a trabajar a todos para realizar esta transformación, aplicando el método PDCA (Arias, 2016, pág. 8)

Una teoría en la que se basa actualmente la calidad y que todas las organizaciones la toman en cuenta para lograr la excelencia y el posicionamiento en el mercado es respetar y llevar a la práctica los 14 puntos que el autor William Edwards Deming propone que deben ser considerados si lo que se quiere es lograr la calidad. Asimismo, propone el ciclo PDCA que son las siglas en inglés de plan-do-check-act, es decir planificar, hacer, verificar, actuar) que a continuación se explica más detalladamente:

El método PDCA. El ciclo de la calidad.

Planificar (P). La dirección de la organización define los problemas, realiza el análisis de datos, y marca una política, junto con una serie de directrices, metodologías, procesos de trabajo y objetivos que se desean alcanzar en un periodo determinado, incluyendo la asignación de recursos. Estas actividades que corresponden a la alta dirección se engloban bajo el término “Planificar” (“Plan”, en inglés), que constituye el primero de los grupos anteriormente citados (Arias, 2016, pág. 9)

Hacer (D). A partir de las directrices que emanan de la planificación, la organización efectúa una serie de actividades encaminadas a la obtención de los productos o los servicios que proporciona a sus clientes (“Do” en inglés). En estos procesos, se deben tener en cuenta todos los requisitos del cliente, de forma que el producto o servicio obtenido se ajuste lo más posible a sus expectativas. De ello dependerá el grado de satisfacción del cliente (Arias, 2016, p. 9).

Comprobar (C). Finalizado el proceso productivo, debemos evaluar su eficacia y eficiencia realizando un seguimiento y un control con una serie de parámetros que son indicativos de su funcionamiento. Se trata de comprobar (“Check” en inglés) objetivamente los resultados obtenidos por la organización mediante el análisis de sus procesos, comparándolos con los resultados previamente definidos en los requisitos, en la política y en los objetivos de la organización, para verificar si se han producido las mejoras esperadas, averiguar las causas de las desviaciones o errores y plantear posibles mejoras (Arias, 2016, pág. 9)

Actuar (A). En función de los resultados obtenidos, y una vez analizados por la dirección, ésta marcará una serie de nuevas acciones correctoras para mejorar aquellos aspectos de los procesos en los que se han detectado debilidades o errores. En consecuencia, se tiene que “Actuar” (“Act” en inglés) para estandarizar las soluciones, mejorar la actividad global de la organización y la satisfacción del cliente (Arias, 2016, pág. 9)

b) Joseph M. Juran.

La trilogía de **Juran** sobre la Gestión de la Calidad, se basa en tres aspectos: planificación de la calidad, control de la calidad y mejora de la calidad.

Estos tres aspectos de la Gestión de la Calidad siguen un proceso de mejora continua: la organización se fija unos objetivos de “coste de la no calidad” en la fase de planificación y define acciones para alcanzarlos; después aplica el control de calidad durante el proceso de fabricación, tomando acciones correctoras cuando se aleja de los objetivos y, al mismo tiempo, va aplicando la mejora de la calidad para reducir el nivel de coste de la “no calidad” (Arias, 2016, pág. 11)

Este autor maneja una teoría en la que tres son sus aspectos fundamentales, la planificación, el control y la mejora de la calidad, creando lo que hoy se conoce como gestión de la calidad. Es decir, primero se debe preparar el proceso para que este pueda cumplir con los objetivos propuestos, luego se debe asegurar la satisfacción de la calidad y finalmente el proceso debe alcanzar niveles de desempeño altos que en ocasiones es más de lo que se espera

c) Armand V. Feigenbaum.

Una vez de acuerdo en que la calidad en una organización era tarea de todos, se corría el peligro de que se convirtiera en tarea de nadie; entonces, **Feigenbaum** sugirió que el control total de la calidad se convirtiera en una función gerencial bien organizada, cuya única área de especialización sería la calidad de los productos, y cuya única área de operaciones debería ser el control

de la calidad. A partir de este momento nacieron los Departamentos de Control de la Calidad.

Años más tarde, **Ishikawa** retomó el concepto de **Feigenbaum** de Control Total de la Calidad, y lo adaptó a la realidad japonesa, llamándolo “control de calidad en toda la empresa”, lo que significa que toda persona de la empresa debe estudiar, participar y practicar el control de la calidad (Arias, 2016, pág. 12)

La teoría de Feigenbaum introduce por primera vez el término Control de la Calidad Total (TQC del Total Quality Control). Este concepto sería perfeccionado por Deming, Juran e Ishikawa y se le reconoce universalmente como Gestión de la Calidad Total (TQM, es decir, Total Quality Management, aunque también puede considerarse correcto Administración de la Calidad Total y que actualmente es manejado por todas las organizaciones y empresas en el mundo: conocer el servicio, participar en la organización con su conocimiento y llevarlo a la práctica para lograr la destreza. De esta manera se convierte cada persona que forma parte de la empresa como importante por su aporte activo permanente.

d) Kaoru Ishikawa.

Trabajó durante mucho tiempo en la aplicación de la gestión de la calidad en la dirección y en los niveles intermedios, y también vio la necesidad de involucrar a los operarios.

En 1962, desarrolló los “círculos de calidad”, cuyo objetivo era obtener mejoras en el seno de la organización, aunque, además, cumplían otras dos funciones:

1. Involucrar y aumentar el compromiso de las personas con su empresa. Esta función sirve para involucrar a las personas en la obtención de mejoras dentro de su entorno de trabajo, a través del análisis de los problemas y de propuestas de cambios para la mejora.

2. Servir de canal de comunicación ascendente y descendente.

Esta función sirve para transmitir sugerencias de mejora a los niveles superiores de la organización, y recibir información de la misma (Arias, 2016, pág. 11)

Este autor fue un experto en el control de la calidad y aporta desde su teoría con los sistemas de calidad adecuados al valor de los procesos empresariales, además es especial su participación porque realiza el análisis científico de las causas de los problemas y además porque dentro del control de la calidad total involucra la participación de todos, desde los más altos directivos hasta los empleados con menor rango. Todos son importantes y cumplen una función distinta, pero en conjunto funcionan como un sistema integrado.

e) Philip B. Crosby.

Desarrolló toda una teoría basada en la idea de que lo que cuesta dinero es la “no calidad”, el no hacer las cosas bien desde la primera vez.

Compartió con **Ishikawa** la idea de que la calidad es la oportunidad y la obligación de los dirigentes de la organización; y para lograr el compromiso de la alta dirección, desarrolló como instrumento el “cuadro de madurez” que permite realizar un diagnóstico y posibilita saber qué acciones se deben desarrollar (Arias, 2016, pág. 12)

Finalmente cabe mencionar al autor Crosby quien fundamenta que la calidad es gratuita, no cuesta. Lo que cuesta dinero son aquellas cosas que no se tienen calidad., y si se habla de servicios, aquello que no se hace bien desde la primera vez. Es decir que para Crosby “cero defectos” desde la primera vez es la clave para lograr la calidad.

2.4 Definición de términos básicos

Calidad.

Se vincula con el valor y la satisfacción del cliente. En un sentido más amplio, la calidad es definida como la totalidad de aspectos y características de un producto o servicio que se relacionan con su habilidad de satisfacer las necesidades del cliente (Kotler y Armstrong (2003) citado en (Ibarra & Casas, 2015)

Servicio.

Es una actividad o conjunto de actividades de naturaleza casi siempre intangible que se realiza a través de la interacción entre el cliente y el empleado y/o instalaciones físicas de servicio, con el objetivo de satisfacerle un deseo o necesidad (EcuRed, s.f.) (párr. 3)

Calidad de servicio.

Amplitud de la diferencia que existe entre las expectativas o deseos de los clientes y su percepción de superación por el servicio prestado (Álvarez T., 1995).

Valor afectivo del servicio.

Corresponde al aspecto humano del servicio brindado por la biblioteca. Los ítems de esta dimensión miden la percepción de los usuarios sobre la cortesía mostrada por los empleados y la capacidad que tienen para generar confianza y seguridad en los usuarios (Huamán, Alfaro, & Vílchez, 2008, pág. 3)

La biblioteca como lugar.

Esta dimensión está vinculada con la imagen de la biblioteca como un espacio para el trabajo intelectual, la reflexión y las tareas analíticas. En ese sentido, está vinculado con la percepción de los ambientes y la distribución de los espacios (Huamán, Alfaro, & Vílchez, 2008, pág. 3)

Control de la información.

Se refiere a la visión que tiene el usuario de las colecciones de la biblioteca, en términos de cobertura, disponibilidad, actualidad, etc. (Huamán, Alfaro, & Vílchez, 2008, pág. 3)

Servicio de biblioteca.

El servicio en la biblioteca universitaria comprende el conjunto de las acciones que realiza la biblioteca para cumplir con sus objetivos de difusión, especialmente de los recursos de información, los cuales deben ser planificados atendiendo a las necesidades de la comunidad de usuarios a la que sirve la biblioteca (Nuñez, 2015)

Satisfacción del usuario.

La percepción que el cliente tiene sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos. La satisfacción es un estado psicológico, y por tanto subjetivo, cuya obtención asegura fidelidad (Pereiro, 2008)

Satisfacción del usuario en la biblioteca.

La satisfacción del usuario con respecto al funcionamiento y a los atributos de un sistema de información está directamente relacionada con el uso del sistema. Algunos autores sugieren que existe un nivel de satisfacción, por debajo del cual los usuarios dejan de utilizar un sistema de información y buscan fuentes alternativas (Rey, 2000, pág. 141)

Expectativas del Cliente.

Medida de lo que el cliente espera anticipadamente de la calidad de los productos o servicios de la empresa. Las expectativas están representadas también por la información no experimental como la publicidad y la comunicación de boca a boca. En otras palabras, las expectativas están formadas por la idea que el cliente tiene de lo que estará recibiendo (Pereiro, 2008)

Calidad Percibida.

Es la medida de la evaluación del cliente según su experiencia más reciente, de la calidad de los productos o servicios obtenidos y está asociada principalmente a dos factores: la personalización y la fiabilidad. Es decir, la calidad es medida en términos del grado en que un producto o servicio cubre las necesidades individuales de cada cliente; y la fiabilidad, que es la frecuencia con la que se espera que el producto o servicio falle (Pereiro, 2008)

Valor Percibido.

Es el parámetro que expresa la relación entre la calidad obtenida y el precio pagado. Dado que el valor de las cosas es relativo a la calidad, el precio es un determinante importante de la satisfacción (Pereiro, 2008)

Quejas del cliente.

Son medidas como porcentaje de los encuestados que indican haberse quejado directamente a alguna empresa, sobre algún producto o servicio, dentro de un periodo específico de tiempo. Las quejas son la expresión más palpable de la insatisfacción. Se asume que entre más satisfecho esté un cliente, menos intenciones tendrá de presentar una queja (Pereiro, 2008)

Fidelidad.

Es la combinación de la probabilidad expresada por el cliente para la volver a comprar al mismo proveedor en el futuro y la posibilidad de comprar productos de una compañía o

servicios a diferentes niveles de precios (tolerancia de precio). La lealtad del cliente es el componente crítico del modelo actual como un precursor de la rentabilidad. Si bien en el modelo la satisfacción del cliente ocupa un lugar central en el diagrama, las flechas de relación desembocan en este parámetro (Pereiro, 2008)

2.5 Hipótesis de investigación

2.5.1 Hipótesis general

Existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018.

2.5.2 Hipótesis específicas

Existe relación significativa entre el valor afectivo del servicio y la satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018.

Existe relación significativa entre la biblioteca como lugar y la satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018.

Existe relación significativa entre el control de la información y la satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018.

2.6 Operacionalización de las variables

Operacionalización de las variables

Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de calificación	Niveles y rangos
<p>Calidad del servicio Amplitud de la diferencia que existe entre las expectativas o deseos de los clientes y su percepción de superación por el servicio prestado (Álvarez T. , 1995).</p>	<p>Según la encuesta LibQual la calidad del servicio se mide en tres dimensiones: (a) valor afectivo del servicio, (b) la biblioteca como espacio y (c) control de la información.</p>	<p>Valor afectivo del servicio</p>	<p>Confianza Atención personalizada Amabilidad Disposición para responder Personal idóneo Necesidades atendidas Comprensión ante necesidades Voluntad de ayudar Confiable ante los problemas</p>	<p>1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9</p>	<p>Escala ordinal: (5) Muy de acuerdo (4) De acuerdo (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (2) En desacuerdo (1) Muy en desacuerdo</p>	<p>(3) Alto (82-110) (2) Medio (52-81) (1) Bajo (22-51)</p>
		<p>La biblioteca como lugar</p>	<p>Adecuado espacio para trabajos individuales Tranquilidad Comodidad y atractivo Adecuado espacio para trabajos grupales</p>	<p>10, 11, 12, 13, 14</p>		
		<p>Control de la información</p>	<p>Acceso virtual a recursos electrónicos Adecuado sitio web Buen material impreso Equipamiento moderno Catálogos y bases de datos de fácil uso Acceso fácil a la información Revistas electrónicas actualizadas</p>	<p>15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22</p>		

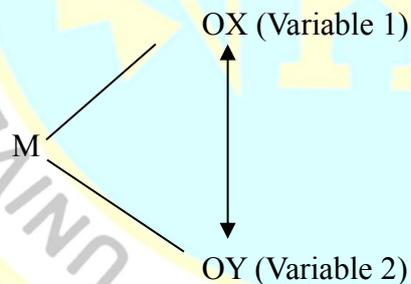
Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de calificación	Niveles y rangos
<p>Satisfacción del usuario La percepción que el cliente tiene sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos. La satisfacción es un estado psicológico, y por tanto subjetivo, cuya obtención asegura fidelidad (Pereiro, 2008).</p>	<p>Siguiendo el modelo ACSI, la satisfacción del usuario se mide a través de cinco dimensiones: (a) expectativas del cliente, (b) calidad percibida, (c) valor percibido, (d) quejas del cliente y (e) fidelidad.</p>	Expectativas del cliente	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Adecuado servicio ▪ Publicidad acorde con el servicio ▪ Entrega de servicios adicionales ▪ Atención rápida ▪ Atención especializada ▪ Soluciones anticipadas a posibles problemas 	1, 2, 3, 4, 5, 6	<p>Escala ordinal: (5) Muy de acuerdo (4) De acuerdo (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (2) En desacuerdo (1) Muy en desacuerdo</p>	(3) Alto (96-130)
		Calidad percibida	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Personal capacitado ▪ Personal que genera confianza ▪ Satisfacción de necesidades ▪ Actualización continua de datos ▪ Información actualizada ▪ Atención satisfactoria 	7, 8, 9, 10, 11, 12		(1) Bajo (26-60)
		Valor percibido	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Presupuesto bien distribuido ▪ Infraestructura adecuada ▪ Mobiliario adecuado ▪ Equipos modernos ▪ Información pertinente 	13, 14, 15, 16, 17		
		Queja del cliente	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reclamos atendidos con prontitud ▪ Solución de problemas ▪ Uso de buzón de sugerencias ▪ Toma en cuenta de sugerencias 	18, 19, 20, 21, 22		
		Fidelidad	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Servicio de confianza ▪ Uso permanente del servicio ▪ Recomendación del servicio a otros 	23, 24, 25, 26		

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

La investigación de nivel relacional. Sánchez y Reyes (2002) al respecto manifiestan que este diseño se orienta a la determinación del grado de relación existente entre dos o más variables de interés en una muestra de sujeto o el grado de relación entre dos fenómenos o eventos observados.

Gráfico del diseño de investigación:



M = Muestra

OX = Observación de la variable X, en una sola oportunidad.

OY= Observación de la variable Y, en una sola oportunidad.

X = Calidad de Servicio

Y = Satisfacción del usuario

El tipo de investigación es Básica porque se utilizaron teorías y modelos coincidente con las variables de estudio.

Diseño de investigación es No experimental, de corte transversal.

3.2 Población y muestra

3.2.1 Población

En general, los usuarios del Sistema de Bibliotecas que utilizan sus servicios según los procedimientos establecidos son:

Usuarios internos:

Alumnos de pregrado UNJFSC

Alumnos posgrado UNJFSC

Graduados UNJFSC

Docentes UNJFSC

Administrativos UNJFSC

Público en general

También se considera usuarios internos aquellos que mediante convenio de sus universidades establezcan alianzas estratégicas con la UNJFSC.

Están considerados como Usuarios externos los usuarios nacionales o extranjeros, mayores de edad que sin pertenecer a ninguna de los incisos a) y b) se sujetan al uso de los servicios del Sistema de acuerdo a los procedimientos establecidos (UNJFSC, 2018, pág. 3)

Sin embargo, en la presente investigación solo se tomó en cuenta a los estudiantes de pregrado de la UNJFSC que asistieron a la biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, 2018 II, cuyo número ascendió a 1350 estudiantes.

3.2.2 Muestra

Para esta investigación, se trabajó con una muestra de 245 estudiantes que utilizaron el servicio de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, durante el semestre académico 2018 II.

En vista que este trabajo tiene una población finita, se aplicó la siguiente fórmula definida por Fisher (1996) para la determinación de la muestra.

FÓRMULA INICIAL:

$$N = \frac{Z^2 * p * q * N}{E^2 * (N-1) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

N = Población

Z = 1,96 Nivel de confianza

p = 0,5 Probabilidad de ocurrencia

q = 0,5 Probabilidad de no ocurrencia

E = 0,05 Error sistemático

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 1350}{0,05^2 * (1350 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

n= 299 estudiantes

TAMAÑO FINAL DE MUESTRA (n) CORREGIDA POR KISH:

$$n = \frac{299}{(1 + (299) / 1350)}$$

(n)= 245 estudiantes

El tipo de muestra es probabilística aleatoria simple, se ha tomado la información a quienes llegaban a la biblioteca durante un periodo de tiempo.

3.3 Técnicas de recolección de datos

3.3.1 Técnicas.

Las técnicas que se utilizaron en la presente investigación fueron:

- Recopilación o revisión documental
- Encuesta

3.3.2 Instrumentos.

Se utilizaron dos instrumentos de recolección de datos para medir cada una de las variables de estudio respectivamente.

A continuación, se presenta la ficha técnica de cada uno de los instrumentos para una mejor comprensión de ellos.

Ficha técnica de la Encuesta LibQual.

Nombre	Encuesta LibQual
Autor	Association of Research Libraries
Año	2006
Adaptación	Barrera (2019)
Año	2018
Procedencia	Lima – Perú
Administración	Colectiva e individual
Duración	15 minutos
Objetivo	Explorar acerca de la calidad del servicio de las bibliotecas.
N° de ítems	22 agrupados en tres dimensiones. - Valor afectivo del servicio: 1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9 - La biblioteca como lugar: 10, 11, 12, 13, 14 - Control de la información: 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22
Calificación	Escala de Likert con 5 alternativas (5) Muy de acuerdo, (4) De acuerdo, (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo, (2) En desacuerdo (1) Muy en desacuerdo.

Ficha técnica de la Encuesta de Satisfacción del usuario.

Nombre	Encuesta de Satisfacción del usuario
Autor	Stephen M. Ross Business School de la Universidad de Michigan, American Society for Quality (ASQ), y la firma de consultoría Internacional CFI Group.
Adaptación	Barrera (2019)
Año	2018
Procedencia	Lima – Perú

Administración	Colectiva e individual
Duración	15 minutos
Objetivo	Explorar acerca de la satisfacción de los usuarios de las bibliotecas.
N° de ítems	26 agrupados en cinco dimensiones. <ul style="list-style-type: none"> - Expectativas del cliente: 1, 2, 3, 4, 5, 6 - Calidad percibida: 7. 8.9. 10. 11. 12 - Valor percibido: 13, 14, 15, 16, 17 - Queja del cliente: 18, 19, 20, 21, 22 - Fidelidad: 23, 24, 25,26
Calificación	Escala de Likert con 5 alternativas (5) Muy de acuerdo, (4) De acuerdo, (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo, (2) En desacuerdo (1) Muy en desacuerdo.

3.4 Técnicas para el procesamiento de la información

Comprendió tres etapas:

Primera, destinada a la recolección de información general, revisión exhaustiva de estudios realizados, textos, publicaciones oficiales, informes estadísticos, búsquedas por Internet de publicaciones electrónicas, visita a bibliotecas de instituciones relacionadas con el tema. Esta etapa concluyó con la aprobación del Proyecto de Tesis por la Escuela de Posgrado.

Segunda, consistió en la preparación de materiales para la recopilación de datos en campo. Entre éstas el diseño, elaboración del instrumento y aplicación de los cuestionarios a una muestra representativa de la población objeto de estudio.

Tercera, consistió en el procesamiento e interpretación de los datos recopilados utilizando el programa Excel y el Software SPSS 24 versión demo.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1 Análisis de resultados

Tabla 2. Tabla de frecuencia que mide el nivel de la variable Calidad del servicio.

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	81	33%
Medio	109	45%
Alto	55	22%
Total	245	100%

Nota: Elaboración propia.

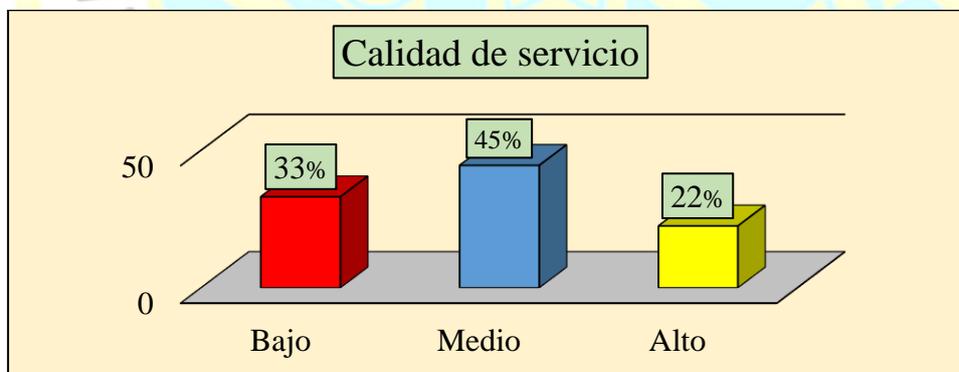


Figura 3. Nivel de la variable Calidad del servicio.

Interpretación:

La tabla 2 y figura 3 demuestran que del total de estudiantes encuestados el 33% manifestó que la calidad del servicio de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión se encontró en un nivel bajo, el 45% manifestó que la calidad del servicio de la Biblioteca se encontró en un nivel medio y el 22% manifestó que la calidad del servicio de la Biblioteca se encontró en un nivel alto.

Tabla 3. Tabla de frecuencia que mide el nivel de la dimensión Valor afectivo del servicio.

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	85	35%
Medio	105	43%
Alto	55	22%
Total	245	100%

Nota: Elaboración propia.

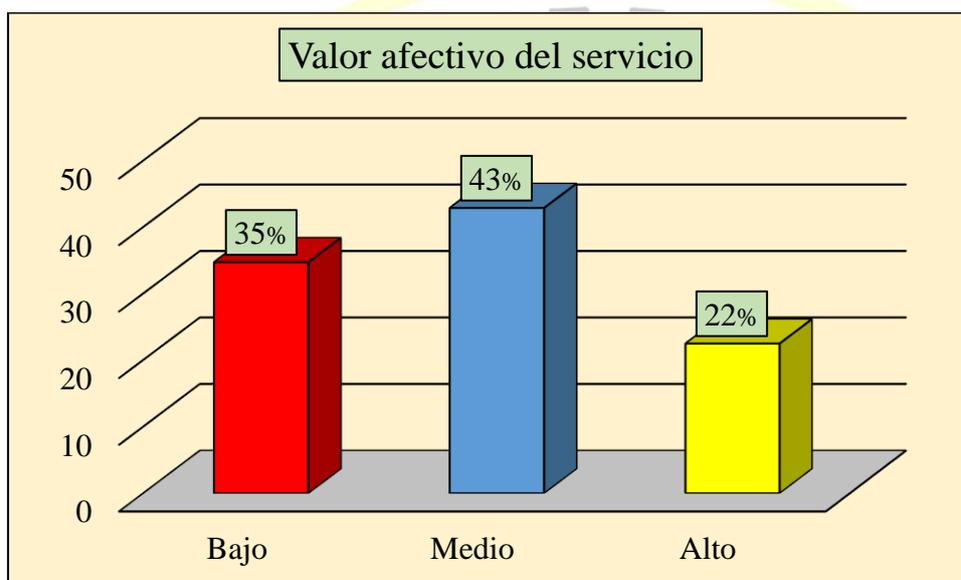


Figura 4. Nivel de la dimensión Valor afectivo del servicio.

Interpretación:

La tabla 3 y figura 4 demuestran que del total de estudiantes encuestados el 35% manifestó que el valor afectivo del servicio de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión se encontró en un nivel bajo, el 43% manifestó que el valor afectivo del servicio de la Biblioteca se encontró en un nivel medio y el 22% manifestó que el valor afectivo del servicio de la Biblioteca se encontró en un nivel alto.

Tabla 4. Tabla de frecuencia que mide el nivel de la dimensión La biblioteca como lugar.

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	84	34%
Medio	107	44%
Alto	54	22%
Total	245	100%

Nota: Elaboración propia.

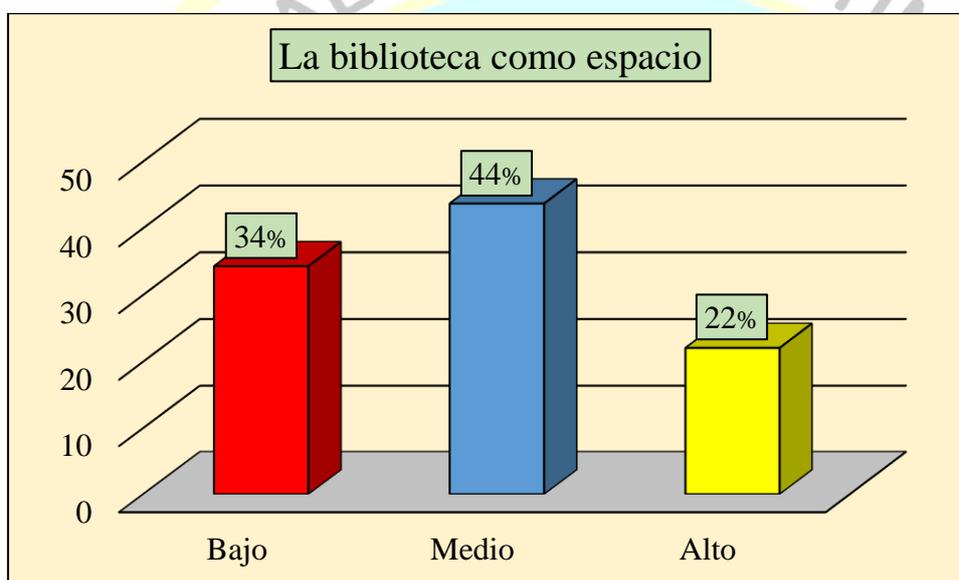


Figura 5. Nivel de la dimensión La biblioteca como lugar.

Interpretación:

La tabla 4 y figura 5 demuestran que del total de estudiantes encuestados el 34% manifestó que el servicio de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión como espacio adecuado se encontró en un nivel bajo, el 44% manifestó que el servicio de la Biblioteca como espacio adecuado se encontró en un nivel medio y el 22% manifestó que el servicio de la Biblioteca como espacio adecuado se encontró en un nivel alto.

Tabla 5.Tabla de frecuencia que mide el nivel de la dimensión Control de la información.

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	96	39%
Medio	109	45%
Alto	40	16%
Total	245	100%

Nota: Elaboración propia.

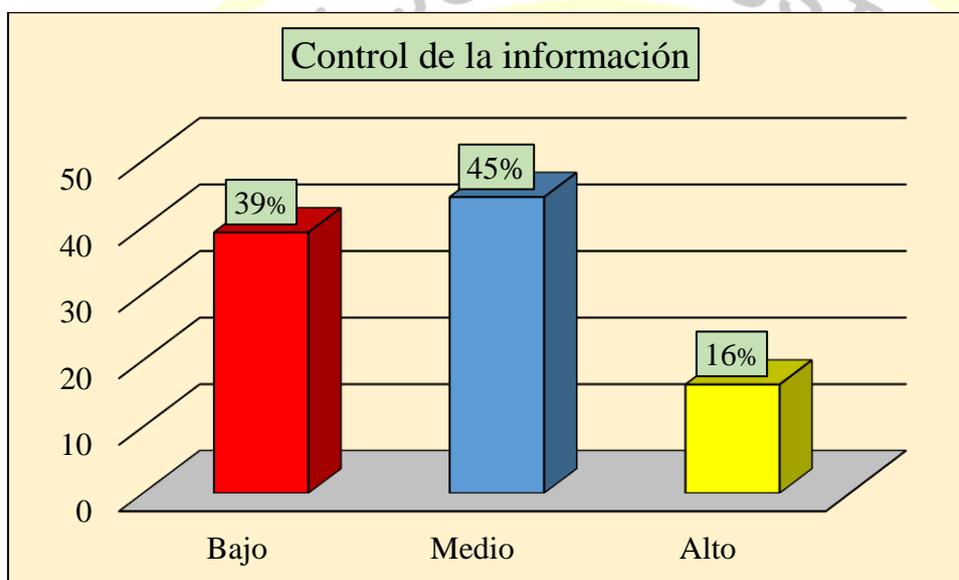


Figura 6. Nivel de la dimensión Control de la información.

Interpretación:

La tabla 5 y figura 6 demuestran que del total de estudiantes encuestados el 39% manifestó que el control de la información de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión se encontró en un nivel bajo, el 45% manifestó que el control de la información de la Biblioteca se encontró en un nivel medio y el 16% manifestó que el control de la información de la Biblioteca se encontró en un nivel alto.

Tabla 6. Tabla de frecuencia que mide el nivel de la variable Satisfacción del usuario.

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	84	34%
Medio	96	39%
Alto	65	27%
Total	245	100%

Nota: Elaboración propia.

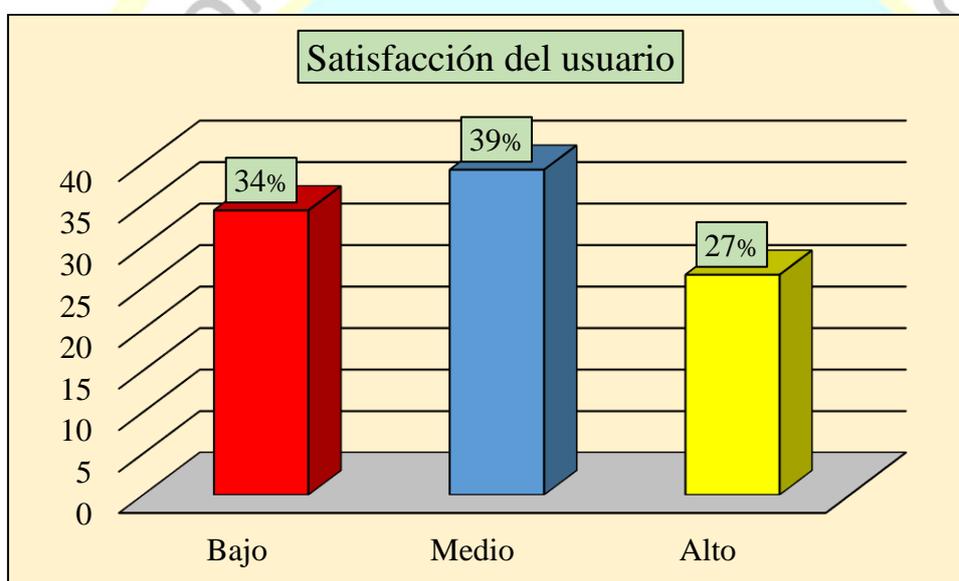


Figura 7. Nivel de la variable Satisfacción del usuario.

Interpretación:

La tabla 6 y figura 7 demuestran que del total de estudiantes encuestados el 34% manifestó que la satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión se encontró en un nivel bajo, el 39% manifestó que la satisfacción del usuario de la Biblioteca se encontró en un nivel medio y el 27% manifestó que la satisfacción del usuario de la Biblioteca se encontró en un nivel alto.

Tabla 7. Tabla de frecuencia que mide el nivel de la dimensión Expectativas del cliente.

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	78	32%
Medio	100	41%
Alto	67	27%
Total	245	100%

Nota: Elaboración propia.

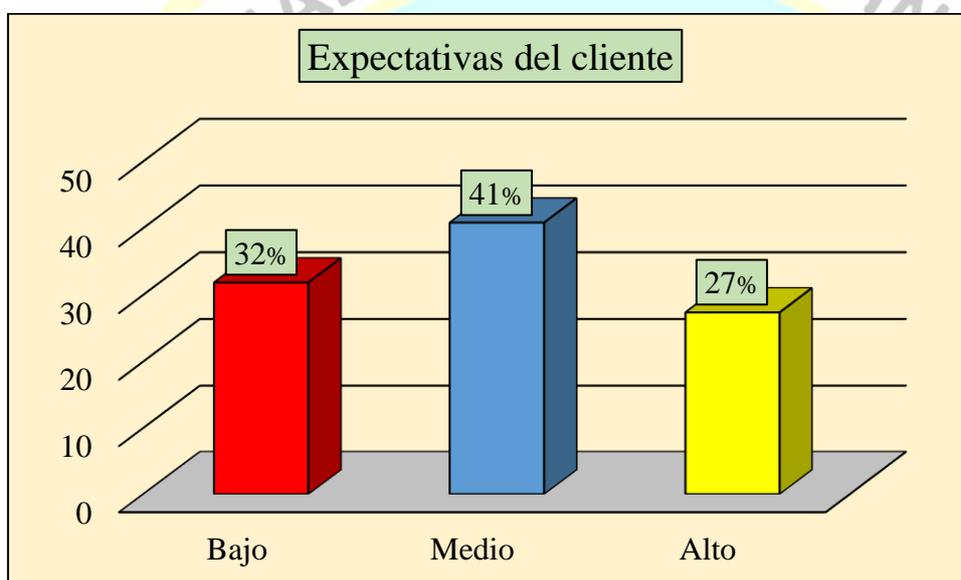


Figura 8. Nivel de la dimensión Expectativas del cliente.

Interpretación:

La tabla 7 y figura 8 demuestran que del total de estudiantes encuestados el 32% manifestó que las expectativas del cliente de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión se encontraron en un nivel bajo, el 41% manifestó que las expectativas del cliente de la Biblioteca se encontraron en un nivel medio y el 27% manifestó que las expectativas del cliente de la Biblioteca se encontraron en un nivel alto.

Tabla 8. Tabla de frecuencia que mide el nivel de la dimensión Calidad percibida.

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	78	32%
Medio	114	46%
Alto	53	22%
Total	245	100%

Nota: Elaboración propia.

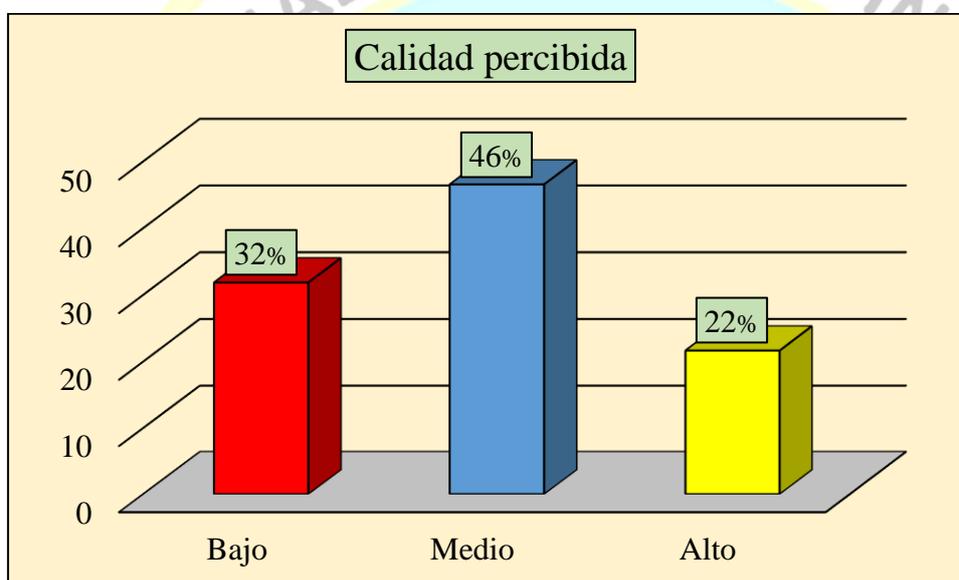


Figura 9. Nivel de la dimensión Calidad percibida.

Interpretación:

La tabla 8 y figura 9 demuestran que del total de estudiantes encuestados el 32% manifestó que la calidad percibida del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión se encontró en un nivel bajo, el 46% manifestó que la calidad percibida del usuario de la Biblioteca se encontró en un nivel medio y el 22% manifestó que la calidad percibida del usuario de la Biblioteca se encontró en un nivel alto.

Tabla 9. Tabla de frecuencia que mide el nivel de la dimensión Valor percibido.

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	75	31%
Medio	115	47%
Alto	55	22%
Total	245	100%

Nota: Elaboración propia.

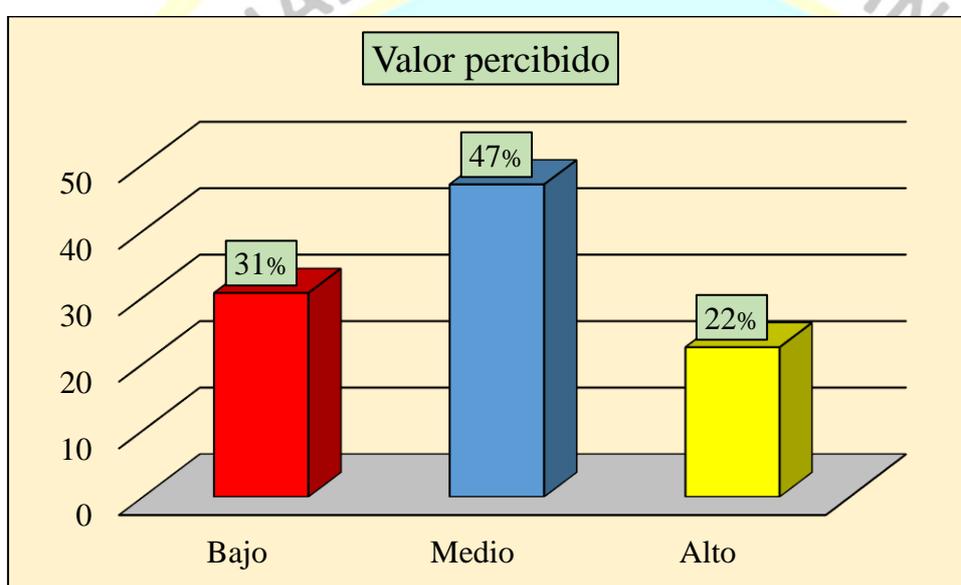


Figura 10. Nivel de la dimensión Valor percibido.

Interpretación:

La tabla 9 y figura 10 demuestran que del total de estudiantes encuestados el 31% manifestó que el valor percibido por el usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión se encontró en un nivel bajo, el 47% manifestó que el valor percibido por el usuario de la Biblioteca se encontró en un nivel medio y el 22% manifestó que el valor percibido por el usuario de la Biblioteca se encontró en un nivel alto.

Tabla 10. Tabla de frecuencia que mide el nivel de la dimensión Queja del cliente.

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	90	37%
Medio	100	41%
Alto	55	22%
Total	245	100%

Nota: Elaboración propia.

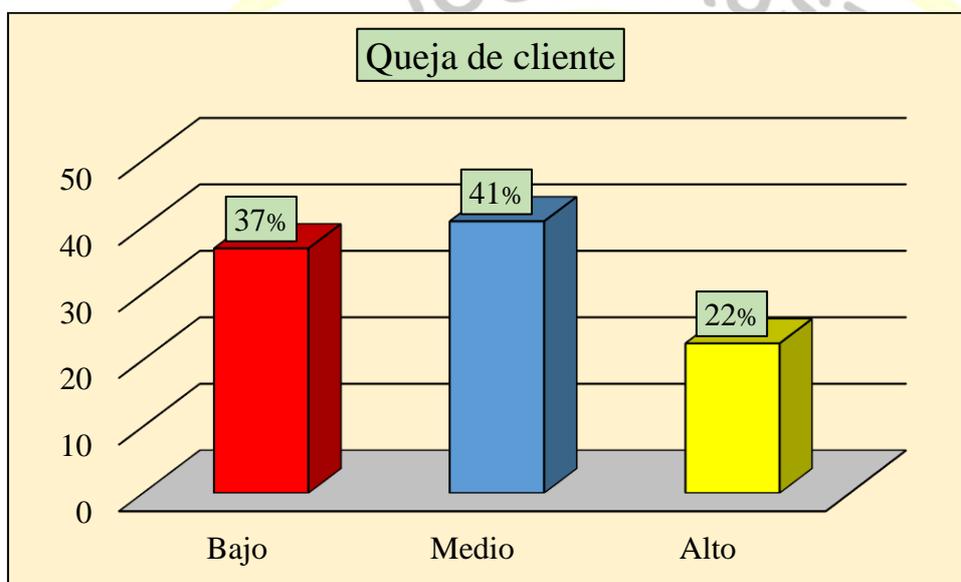


Figura 11. Nivel de la dimensión Queja del cliente.

Interpretación:

La tabla 10 y figura 11 demuestran que del total de estudiantes encuestados el 37% manifestó que la queja del cliente de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión se encontró en un nivel bajo, el 41% manifestó que la queja del cliente de la Biblioteca se encontró en un nivel medio y el 22% manifestó que la queja del cliente de la Biblioteca se encontró en un nivel alto.

Tabla 11. Tabla de frecuencia que mide el nivel de la dimensión Fidelidad.

	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	88	37%
Medio	103	41%
Alto	54	22%
Total	245	100%

Nota: Elaboración propia.

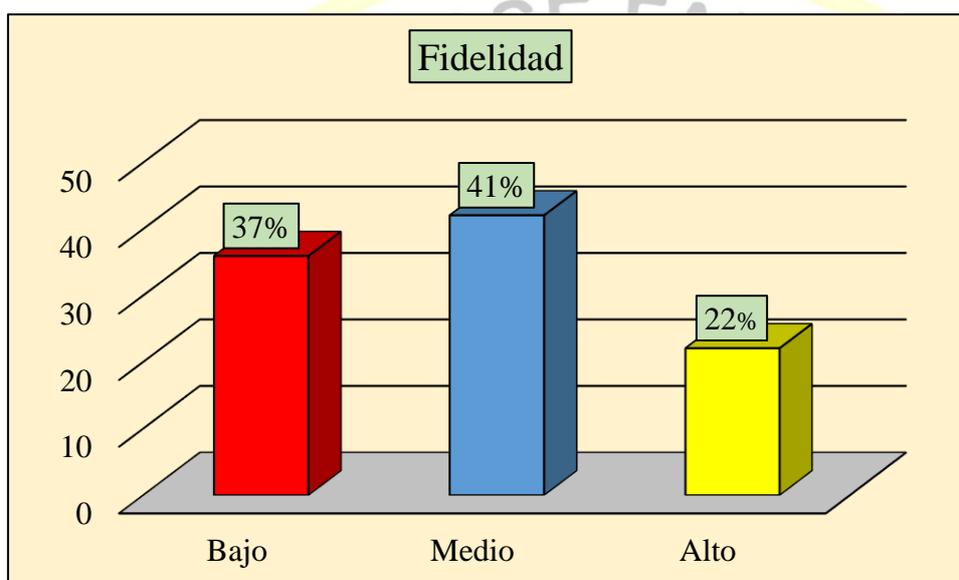


Figura 12. Nivel de la dimensión Fidelidad.

Interpretación:

La tabla 11 y figura 12 demuestran que del total de estudiantes encuestados el 37% manifestó que la fidelidad de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión se encontró en un nivel bajo, el 41% manifestó que la fidelidad de la Biblioteca se encontró en un nivel medio y el 22% manifestó que la fidelidad de la Biblioteca se encontró en un nivel alto.

Tabla 12. Tabla cruzada que mide la variable Calidad del servicio y la variable Satisfacción del usuario.

		Satisfacción del usuario			Total
		Bajo	Medio	Alto	
Calidad de servicio	Bajo	66 27%	15 6%	0 0%	81 33%
	Medio	18 7%	72 29%	19 8%	109 44%
	Alto	0 0%	9 4%	46 19%	55 23%
Total		84 34%	96 39%	65 27%	245 100%

Nota: Elaboración propia.

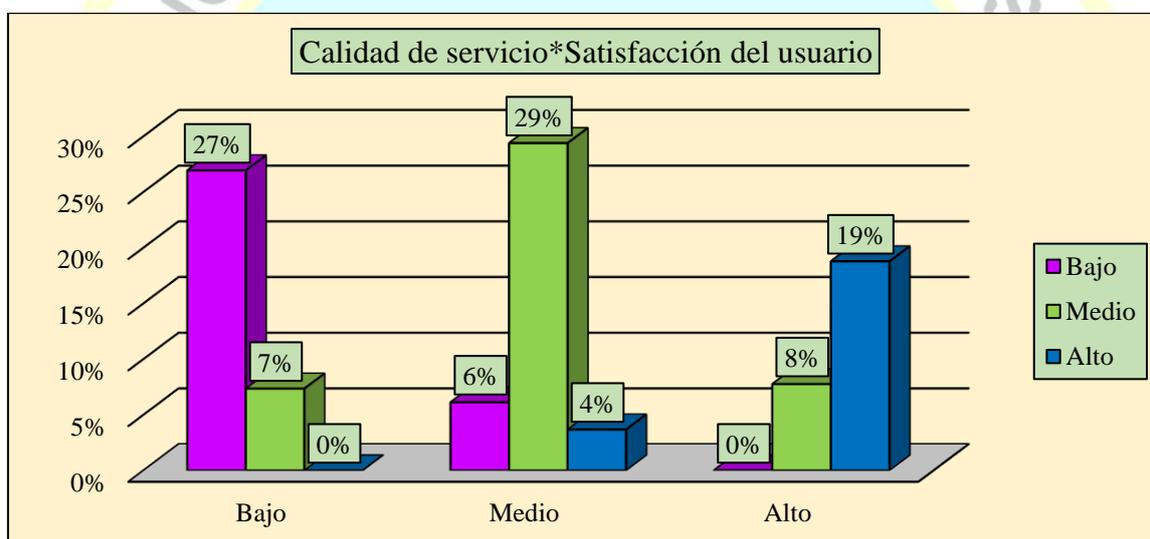


Figura 13. Cruce de la variable Calidad del servicio y la variable Satisfacción del usuario.

Interpretación:

La tabla 12 y figura 13 demuestran que el valor más alto obtenido fue 29% del total de encuestados quienes manifestaron que la calidad del servicio y la satisfacción del usuario se encontró en un nivel medio, seguido de un 27% que manifestaron que la calidad del servicio y la satisfacción del usuario se encontró en un nivel bajo.

Tabla 13. Tabla cruzada que mide la dimensión Valor afectivo del servicio y la variable Satisfacción del usuario.

		Satisfacción del usuario			Total
		Bajo	Medio	Alto	
Valor afectivo del servicio	Bajo	63 26%	18 7%	4 2%	85 35%
	Medio	21 9%	66 27%	18 7%	105 43%
	Alto	0 0%	12 5%	43 18%	55 22%
Total		84 34%	96 39%	65 27%	245 100%

Nota: Elaboración propia.

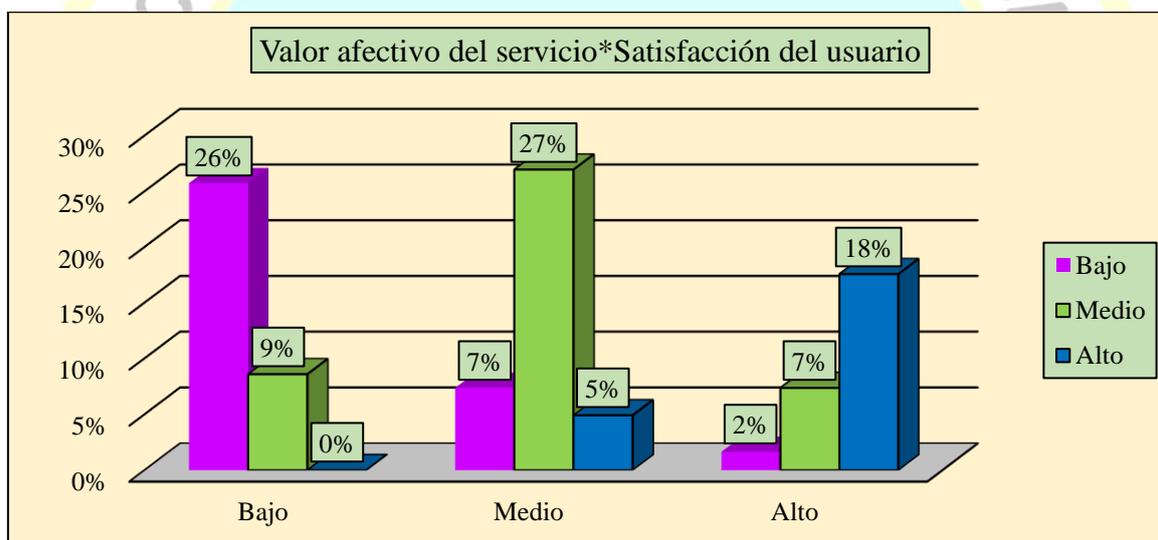


Figura 14. Cruce de la dimensión Valor afectivo del servicio y la variable Satisfacción del usuario.

Interpretación:

La tabla 13 y figura 14 demuestran que el valor más alto obtenido fue 27% del total de encuestados quienes manifestaron que el valor afectivo del servicio y la satisfacción del usuario se encontró en un nivel medio, seguido de un 26% que manifestaron que el valor afectivo del servicio y la satisfacción del usuario se encontró en un nivel bajo.

Tabla 14. Tabla cruzada que mide la dimensión La biblioteca como lugar y la variable Satisfacción del usuario.

		Satisfacción del usuario			Total
		Bajo	Medio	Alto	
La biblioteca como lugar	Bajo	54 22%	30 12%	0 0%	84 34%
	Medio	30 12%	45 18%	32 13%	107 44%
	Alto	0 0%	21 9%	33 13%	54 22%
Total		84 34%	96 39%	65 27%	245 100%

Nota: Elaboración propia.

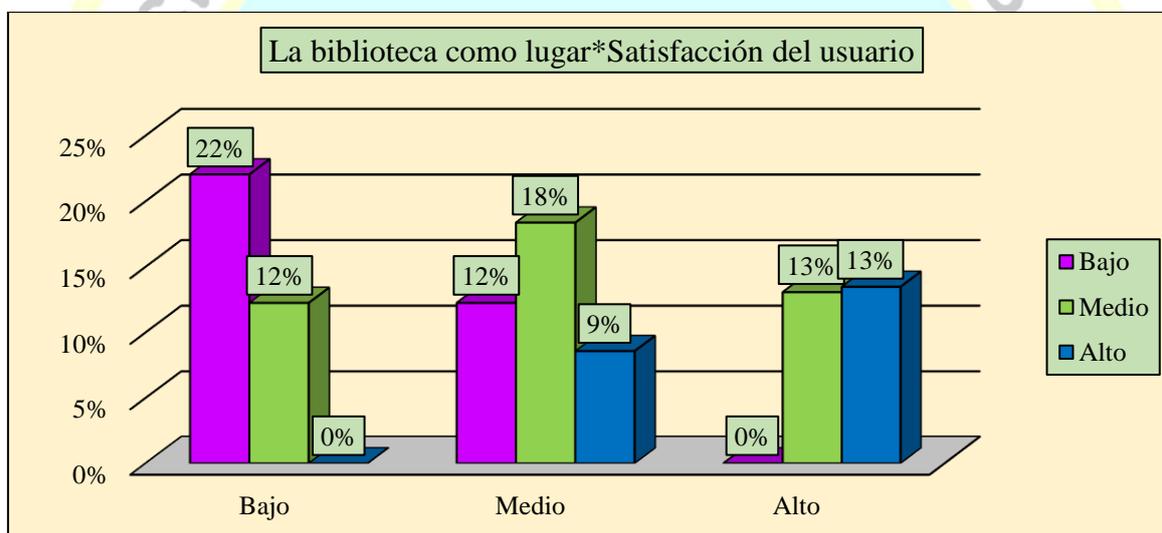


Figura 15. Cruce de la dimensión La biblioteca como lugar y la variable Satisfacción del usuario.

Interpretación:

La tabla 14 y figura 15 demuestran que el valor más alto obtenido es 22% del total de encuestados quienes manifestaron que la biblioteca como lugar y la satisfacción del usuario se encontró en un nivel bajo, seguido de un 18% que manifestaron que la biblioteca como lugar y la satisfacción del usuario se encontró en un nivel medio.

Tabla 15. Tabla cruzada que mide la dimensión Control de la información y la variable Satisfacción del usuario.

		Satisfacción del usuario			Total
		Bajo	Medio	Alto	
Control de la información	Bajo	66 27%	27 11%	3 1%	96 39%
	Medio	18 7%	66 27%	25 10%	109 44%
	Alto	0 0%	3 1%	37 15%	40 16%
Total		84 34%	96 39%	65 27%	245 100%

Nota: Elaboración propia.

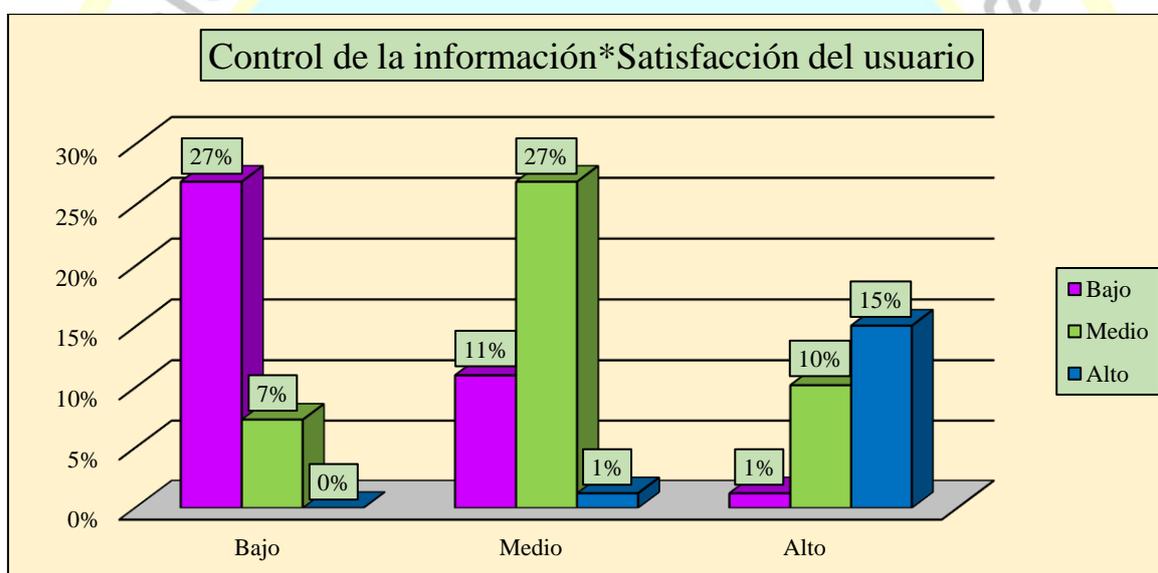


Figura 16. Cruce de la dimensión Control de la información y la variable Satisfacción del usuario.

Interpretación:

La tabla 15 y figura 16 demuestran que el valor más alto obtenido es 27% del total de encuestados quienes manifestaron que el control de la información y la satisfacción del usuario se encontró en un nivel medio, seguido de otro 27% que manifestaron que la calidad del servicio y la satisfacción del usuario se encontró en un nivel bajo.

4.2 Contrastación de hipótesis

Formulación de la hipótesis general

Hipótesis estadística general.

Hi: Existe relación significativa entre la calidad de servicio y satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018.

Ho: No existe relación significativa entre la calidad de servicio y satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018.

Tabla 16. Coeficiente de correlación de Spearman de la variable Calidad del servicio y la variable Satisfacción del usuario.

		Correlaciones		
			Calidad de servicio	Satisfacción del Usuario
Rho de Spearman	Calidad de servicio	Coeficiente de correlación	1.000	,783**
		Sig. (bilateral)		,000
	Satisfacción del usuario	N	245	245
		Coeficiente de correlación	,783**	1.000
		Sig. (bilateral)	,000	
		N	245	245

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

Interpretación:

La tabla 16 muestra que al aplicar el coeficiente de correlación Rho de Spearman se ha obtenido como resultado el valor de significancia de 0.000, lo que permite aceptar la hipótesis alterna y rechazar la hipótesis nula de investigación, es decir, existe relación significativa entre la calidad de servicio y satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018. Asimismo, se ha obtenido el valor de correlación de $\rho = 0,783$ lo que permite afirmar que el grado de correlación positiva alta.

Hipótesis estadísticas específicas.

Formulación de la hipótesis específica 1

Hi: Existe relación significativa entre el valor afectivo del servicio y satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018.

Ho: No existe relación significativa entre el valor afectivo del servicio y satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018.

Tabla 17. Coeficiente de correlación de Spearman de la dimensión Valor afectivo del servicio y la variable Satisfacción del usuario.

Correlaciones			
		Valor afectivo del servicio	Satisfacción del Usuario
Rho de Spearman	Valor afectivo del servicio	1.000	,700**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	245	245
	Satisfacción del Usuario	,700**	1.000
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	245	245

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

Interpretación:

La tabla 17 muestra que al aplicar el coeficiente de correlación Rho de Spearman se ha obtenido como resultado el valor de significancia de 0,000 lo que permite aceptar la hipótesis alterna y rechazar la hipótesis nula de investigación, es decir, existe relación significativa entre el valor afectivo del servicio y satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018. Asimismo, se ha obtenido el valor de correlación de $\rho = 0,700$ lo que permite afirmar que el grado de correlación positiva alta.

Hipótesis estadística específica 2.

Formulación de la hipótesis específica 2

Hi: Existe relación significativa entre la biblioteca como lugar y satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018.

Ho: No existe relación significativa entre la biblioteca como lugar y satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018.

Tabla 18. Coeficiente de correlación de Spearman de la dimensión La biblioteca como lugar y la variable Satisfacción del usuario.

Correlaciones			
		La biblioteca como lugar	Satisfacción del Usuario
Rho de Spearman	La biblioteca como espacio	Coeficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,601**
	Satisfacción del usuario	N	245
		Coeficiente de correlación	,601**
		Sig. (bilateral)	1.000
		N	245

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

Interpretación:

La tabla 18 muestra que al aplicar el coeficiente de correlación Rho de Spearman se ha obtenido como resultado el valor de significancia de 0.000 lo que permite aceptar la hipótesis alterna y rechazar la hipótesis nula de investigación, es decir, existe relación significativa entre la biblioteca como espacio y satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018. Asimismo, se ha obtenido el valor de correlación de $\rho = 0.601$ lo que permite afirmar que el grado de correlación positiva moderada.

Hipótesis estadística específica 3.

Formulación hipótesis específica 3

Hi: Existe relación significativa entre el control de la información y satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018.

Ho: No existe relación significativa entre el control de la información y satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018.

Tabla 19. Coeficiente de correlación de Spearman de la dimensión Control de la información y la variable Satisfacción del usuario.

		Correlaciones	
		Control de la información	Satisfacción del Usuario
Rho de Spearman	Control de la información	Coeficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,700**
	Satisfacción del usuario	N	245
		Coeficiente de correlación	,700**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	245

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

Interpretación:

La tabla 19 muestra que al aplicar el coeficiente de correlación Rho Spearman se ha obtenido como resultado el valor de significancia de 0.000, lo que permite aceptar la hipótesis alterna y rechazar la hipótesis nula de investigación, es decir, existe relación significativa entre el control de la información y satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018. Asimismo, se ha obtenido el valor de correlación de $\rho = 0,700$ lo que permite afirmar que el grado de correlación positiva alta.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

5.1 Discusión de resultados

En respuesta al objetivo general que señala Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario de la Biblioteca de la institución referida, se ha obtenido que los mayores porcentajes en cuanto a *calidad de servicio* se ubican en el nivel medio y bajo (45% y 33% respectivamente) La misma situación se repite *en satisfacción del usuario* donde los mayores porcentajes señalan un nivel medio y bajo (39% y 34% respectivamente). Estos datos confirman la situación problemática de este espacio de soporte institucional a docentes y estudiantes que deben mejorarse; pues el porcentaje de nivel alto que sería el nivel ideal no llega ni a la cuarta parte de toda la población encuestada, situación que evidencia la presencia de dificultades que se deben subsanar para que la calidad del servicio y la satisfacción del usuario se eleven. Tal y cual señala el modelo LibQual de **calidad de servicio** donde se debe considerar proporcionar el valor afectivo del servicio, la biblioteca como un lugar de trabajo intelectual, reflexión y socialización de la información con una distribución adecuada de ambientes; por último, como centro de la información donde el usuario tenga la facilidad de ingresar al servicio. Por otro lado, en cuanto a **satisfacción del usuario** los resultados muestran la necesidad de considerar lo que espera el usuario de los servicios prestados, así como la evaluación que realiza según los servicios obtenidos que permitirá tener la opinión de quienes hacen uso de dichos servicio, el valor que perciben, las quejas que realizan cuando el personal no está en su lugar de trabajo, cuando el catalogo no está actualizado o no hay internet y esto hace que la fidelidad de la biblioteca no sea un lugar preferido para frecuentar, tal como señala el Modelo ACSI que ha servido para sustentar los hallazgos encontrados.

A nivel internacional, (Pérez, Lores, Pérez, Lores, & Díaz, 2014) realizaron un estudio sobre la evaluación de los servicios bibliotecarios en el hospital de bibliotecas medicas de Cuba quienes llegaron a la conclusión que los servicios bibliotecarios convierte a la institución en un contexto más competitivo, donde la misión fundamental se orienta hacia el desarrollo de servicios eficientes, brindados con una alta calidad, con una generación de nuevas habilidades y competencias en el usuario, con un personal más comprometido, motivado, capacitado, y con estándares que garanticen las acciones adecuadas para la mejora continua. Coincidente con los señalados por los autores los resultados obtenidos en la presente investigación permiten reafirmar la necesidad de priorizar la atención en la calidad del servicio garantizando su eficiencia y satisfacción del usuario, donde la biblioteca de la Universidad José Faustino Sánchez Carrión se convierta en un referente competitivo y de ayuda para los estudiantes universitarios en el proceso de su formación profesional.

A nivel nacional los resultados de la presente investigación coinciden con el estudio de (Pilco, 2014), quien en su investigación sobre la Evaluación de la calidad de los servicios de la Biblioteca de pregrado de la Universidad ESAN: Aplicación de la metodología LibQual+ evidencian que el nivel de la calidad de sus servicios percibido por sus usuarios es medianamente satisfecho; es decir no cumplen con sus expectativas, debido a que se aprueba por muy poco margen dos de las tres dimensiones evaluadas como son: “compromiso con el servicio” y “control de la información”; en cuanto a la dimensión “biblioteca como lugar” obtuvieron una percepción negativa.

En cuanto a los resultados de la contrastación entre variables, se ha obtenido una relación significativa, positiva alta entre la calidad de servicio y satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018, confirmando la hipótesis general. Además, en las dimensiones que se han tomado en cuenta para medir la variable Calidad de servicio y satisfacción del usuario, presentan la misma relación significativa positiva alta y moderada entre ellas, quedando demostrada las hipótesis específicas. Por lo tanto, si se mejora la calidad de la atención de los servicios de la biblioteca entonces mejorara la satisfacción del usuario.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

Primera: Existe relación significativa entre la calidad de servicio y satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018. Habiéndose obtenido un nivel de significancia de 0.000 y un grado de correlación positiva alta de 0,783.

Segunda: Existe relación significativa entre el valor afectivo del servicio y satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018. Habiéndose obtenido un nivel de significancia de 0.000 y un grado de correlación positiva alta de 0,700.

Tercera: Existe relación significativa entre la biblioteca como lugar y satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018. Habiéndose obtenido un nivel de significancia de 0.000 y un grado de correlación positiva moderada de 0,601.

Cuarta: Existe relación significativa entre el control de la información y satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018. Habiéndose obtenido un nivel de significancia de 0.000 y un grado de correlación positiva alta de 0.700.

6.2 Recomendaciones

Primera: Recomendar al jefe de la Biblioteca de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión que considere un personal con el perfil del puesto adecuado para la atención en la biblioteca, como un profesional en Bibliotecología o técnicos en la misma especialidad, para así brindar una atención adecuada a los usuarios.

Segunda: Elaborar un plan anual de capacitación al personal que atiende en la Biblioteca, relacionados a calidad de servicio, clima laboral, trabajo en equipo, satisfacción del usuario, manejo de equipos y programas, para que así pueda brindar al usuario un servicio caracterizado por la prontitud, cortesía y afectividad y que la visita a la biblioteca sea una experiencia útil y agradable.

Tercera: Mejorar la infraestructura ampliando los espacios de la biblioteca, optimizando el ambiente con mayor iluminación, ventilación para que sea un espacio atractivo y de confort al usuario, de esa manera la biblioteca se convierte en un referente ideal para los estudiantes y docentes que realicen sus trabajos académicos y de investigación con satisfacción.

Cuarta: Actualizar permanentemente el acervo bibliográfico (libros, revistas, tesis, audiovisuales, catálogos) de manera física y virtual en coordinación con las facultades de acuerdo a la malla curricular para tener un manejo adecuado del control de la información. Asimismo, realizar exhibiciones, difusión en la página Web y afiches de las últimas adquisiciones y contar con un buzón de sugerencias que permita recabar la opinión permanente en cuanto a la calidad del servicio que se está brindando a los usuarios.

REFERENCIAS

7.1 Fuentes documentales

- Álvarez, G. (2012). *Satisfacción de los clientes y usuarios con el servicio ofrecido en redes de supermercados Gubernamentales*. Universidad Católica Andrés Bello, Vicerectorado Académico. Caracas: UCAB. Obtenido de <https://docplayer.es/8756029-Satisfaccion-de-los-clientes-y-usuarios-con-el-servicio-ofrecido-en-redes-de-supermercados-gubernamentales.html>
- Álvarez, T. (1995). *La Calidad de servicio para la conquista del cliente*. Salamanca, España. Obtenido de http://apdo.org/web_old/fondo/LaCalidaddeservicioparalaconquistadelcliente.pdf
- Arias, A. (2016). *Calidad de los servicios y satisfacción del usuario*. Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias de la Documentación. Madrid, España: UCM. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/299387472_Calidad_de_los_servicios_y_satisfaccion_del_usuario/download
- Arrivillaga, E., Gomez, N., Pinto, J., Sanchez, C., & Vargas, H. (2012). *calidad de Servicios*. Monografía, universidad nacional Experimental Politecnica Antonio José de Sucre, Departamento Industrial, Puerto ordaz.
- Castillo S., G. (2011). *Grado de satisfacción del usuario externo con la calidad de atención en la consulta externa que se desarrolla en el Centro Médico Esmil*. Universidad Técnica Particular de Loja, Medicina. Loja: Universidad Católica de Loja. Obtenido de http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/2618/3/UTPL_Castillo_Gladys_360X1573.pdf
- Chicana, L. (2016). *Gestión de la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en la Superintendencia Nacional de Migraciones*. Lima 2016. Universidad César Vallejo, Escuela de Posgrado. Lima, Perú: UCV. Obtenido de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/8937/Chicana_GLM.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Chiong, D. L. (2012). *Medición de la calidad del servicio de la biblioteca de la facultad de letras y ciencias humanas de la UNMSM: una experiencia con Libqual+tm*.

- Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Letras y Ciencias Humanas, Lima.
- Guillermo, F. F. (2018). *Calidad de servicio percibido y satisfacción del usuario en la subgerencia de Bienestar social y participación vecinal de la Municipalidad Distrital de Supe, 2018*. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Escuela de Posgrado. Huacho, Perú: UNJFSC.
- Herrera, E., & López, J. (2012). *Estudio de calidad de los servicios de la Biblioteca de la Universidad de Granada basado en Satisfacción de Usuarios (2012)*. Universidad de Granada, SECABA: Grupo de Investigación en Evaluación y Calidad. Granada, España: UGR. Obtenido de https://biblioteca.ugr.es/pages/biblioteca_ugr/usuarios/libqual_2011/%21
- Huiza G., G. (2006). *satisfaccion del usuario externo sobre la calidad de atencion de salud en el Hospital de la ase Naval. Callao. Octubre-Diciembre 2003*. Tesis de Maestria, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Unidad de Postgrado, Lima. Obtenido de http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/cybertesis/1891/1/Huiza_gg.pdf
- Lascurain, I. (2012). *Diagnostico de propuesta de calidad en el servicio de una empresa de unidades de Energia electrica ininterrumpida*. Tesis Maestria, Universidad Iberoamericana, Departamento de posgrado, México, D.F.
- Mandamiento, N. (2015). *Calidad en el Servicio a los usuarios brindado por el Personal de la Unidad de Almacén Central de La Universidad Nacional Jose Faustino Sanchez Carrion - 2015*. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Escuela de Posgrado. Huacho, Perú: UNJFSC.
- Núñez, D. (2015). *Calidad de los Servicios de la Biblioteca Central de la Pontificia Universidad Católica Madre y Madre (PUCMM): Pilar de la Educación Superior*. Universidad de Murcia, Departamento de Didáctica y Organización Escolar, Murcia.
- Peralta, A. (2016). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario de la Unidad de Trámite Documentario de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión*. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Escuela de Posgrado. Huacho, Perú: UNJFSC.
- Ramírez, V. (2016). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario del área de Farmacia del Hospital Santa Gema de Yurimaguas, 2016*. Tesis de Maestría, Universidad Cesar Vallejo, Escuela de Posgrado, Yurimaguas.
- Rey, C. (2000). *La satisfaccion del usuario: Un concepto en Alza*. Universiad Barcelona, Facultad de Biblioteconomia y Documentacion. Barcelona: Universiad Barcelona.

Obtenido de
https://www.google.com.pe/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjRvtnZwIjRAhWnj1QKHc7-DDgQFggiMAE&url=http%3A%2F%2Frevistas.um.es%2Fanalesdoc%2Farticle%2Fdownload%2F2451%2F2441&usg=AFQjCNHqQJ6TSfh08CQC4f_kssMuMgQgNg&bvm=bv.142

UNJFSC. (2018). *Reglamento del Sistema de Bibliotecas - UNJFSC 2018*. Huacho, Perú: UNJFSC.

Vásquez, C. (2016). *Calidad de servicio y Satisfacción de los usuarios de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión – Huacho, 2016*. Tesis de Licenciatura, UNJFSC, Facultad de Ingeniería Industrial, Sistemas e Informática, Huacho. Recuperado el agosto de 2017, de <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/UNJFSC/1072>

7.2 Fuentes bibliográficas

Kotler, P., Addison, & Wesley. (2015). *Fundamentos de marketing*. Always Learning.

Ministerio de Salud. (2011). Satisfacción del Usuario Externo. *Satisfacción del Usuario Externo* (p. 12). Lima: Dirección General de salud de las personas. Obtenido de <http://www.minsa.gob.pe/dgsp/observatorio/documentos/teleconferencia/Satisfacci%F3n%20del%20Usuario%20Externo.pdf>

Miranza González, F., Chamorro Mera, A., & Rubio Lacoba, S. (2007). *Introducción a la Gestión de la Calidad Madris*. España: Delta Publicaciones.

7.3 Fuentes hemerográficas

Alén G, M., & Fraiz B, J. (enero-abril de 2006). Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del consumidor su evaluación en el ámbito del turismo Termal. (U. d. Vigo, Ed.) *La revista de investigaciones Europeas de dirección de la Empresa*, 12(1), 257-272. doi:ISSN:1135-2523

Caldera, E., Pirela, J., & Ortega, E. (2011). Dimensiones para el estudio de la calidad de servicios en bibliotecas universitarias. (U. C. Madrid, Ed.) *Revistas Científicas Complutenses*, 34, 333-347. doi:doi.org/10.5209/rev_DCIN.2011.v34.36462

- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (Enero de 1994). SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality. *Journal of Marketing*, 58(1), 125-131. Obtenido de https://www.jstor.org/stable/1252256?seq=1#fndtn-page_scan_tab_contents
- Davila, M., Coronado, J., & Cerecer, B. (02 de Julio- Setiembre de 2012). Las dimensiones de la calidad del servicio en el proceso de distribución y comercialización de energía eléctrica. *Contaduría y Administración*(57), 176. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/cya/v57n3/v57n3a8.pdf>
- Hernandez. (10 de Febrero de 2011). La importancia de la satisfacción del usuario. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 34(349-368), 355,356. Obtenido de <https://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/viewFile/36463/35311>
- Hernández, S. (2013). Factores endógenos y exógenos que impactan en el uso de la biblioteca en tres universidades del área metropolitana de Monterrey, Nuevo León. *Investigación bibliotecológica*, 27(61). doi:[http://dx.doi.org/10.1016/S0187-358X\(13\)72554-1](http://dx.doi.org/10.1016/S0187-358X(13)72554-1)
- Huamán, R., Alfaro, K., & Vílchez, C. (abril-junio de 2008). Evaluación de la calidad del servicio de una biblioteca universitaria: La experiencia del LibQUAL+ en cinco facultades de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. *Biblios*(31), 13. Obtenido de <http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/biblios/n31/a05n31.pdf>
- Ibarra, L., & Casas, E. (Enero-Marzo de 2015). Aplicación del modelo Servperf en los centros de atención Telcel, Hermosillo: una medición de la calidad en el servicio. *Contaduría y Administración*, 1(60), 229-260. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/273479008_Aplicacion_del_modelo_Servperf_en_los_centros_de_atencion_Telcel_Hermosillo_una_medicion_de_la_calidad_en_el_servicio
- Morillo, M. (enero-junio de 2009). Calidad en el servicio y la satisfacción del usuario en Instituciones Financieras del Municipio libertador del estado Mérida. (U. d. Andes, Ed.) *Economía*, XXXIV(27), 199-223. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=195614958009>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *The Journal of Marketing*, 49(4), 41-50. Recuperado el Diciembre de 2016, de

https://www.academia.edu/2034994/A_conceptual_model_of_service_quality_and_its_implications_for_future_research

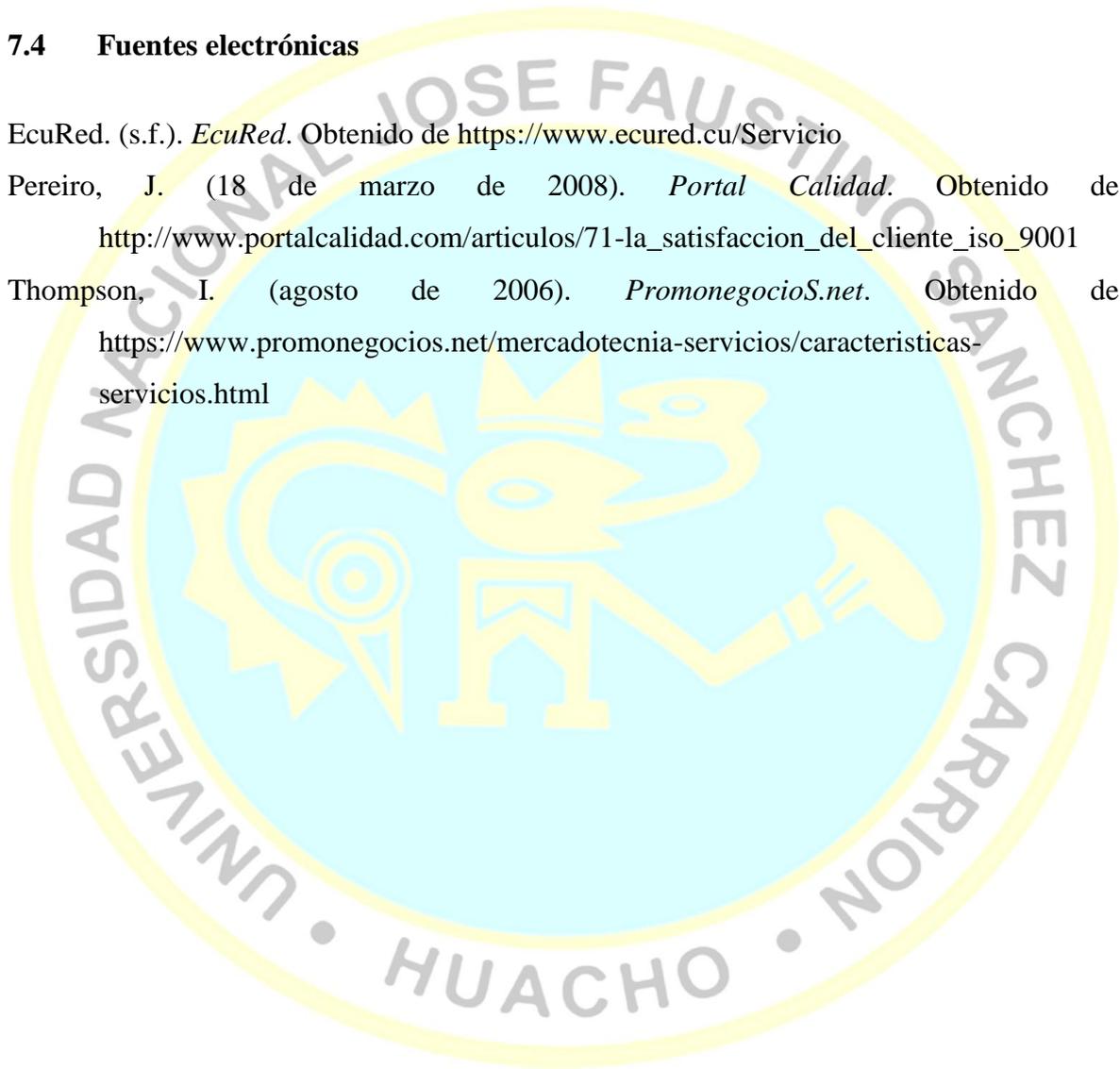
Pérez, A., Lores, A., Pérez, L., Lores, A., & Díaz, Y. (julio-setiembre de 2014). Evaluación de la calidad de los servicios bibliotecarios: un reto actual en bibliotecas médicas. *Correo Científico Médico*, 18(3). Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1560-43812014000300026

7.4 Fuentes electrónicas

EcuRed. (s.f.). *EcuRed*. Obtenido de <https://www.ecured.cu/Servicio>

Pereiro, J. (18 de marzo de 2008). *Portal Calidad*. Obtenido de http://www.portalcalidad.com/articulos/71-la_satisfaccion_del_cliente_iso_9001

Thompson, I. (agosto de 2006). *PromonegocioS.net*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia-servicios/caracteristicas-servicios.html>



ANEXOS



Anexo 01. Matriz de consistencia.

Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Variables	Dimensiones	Metodología
¿Qué relación existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018.	Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018.	Existe relación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018.	Variable 1: Calidad del servicio Variable 2: Satisfacción del usuario	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Valor afectivo del servicio ▪ La biblioteca como espacio ▪ Control de la información ▪ Expectativas del cliente ▪ Calidad percibida ▪ Valor percibido ▪ Quejas del cliente ▪ Fidelidad 	<p>Diseño de investigación: No experimental, de corte transversal, descriptivo - correlacional.</p> <p>Muestra: 245 estudiantes usuarios de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018.</p>
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas			
¿Qué relación existe entre el valor afectivo del servicio y la satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018?	Establecer la relación que existe entre el valor afectivo del servicio y la satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018.	Existe relación significativa entre el valor afectivo del servicio y la satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018.			

<p>¿Qué relación existe entre la biblioteca como lugar y la satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018?</p>	<p>Establecer la relación que existe entre la biblioteca como lugar y la satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018.</p>	<p>Existe relación significativa entre la biblioteca como lugar y satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018.</p>		<p>Instrumentos de recolección de datos: Encuesta para medir la calidad de servicio LibQual Autor: Association of Research Libraries (2006)</p>
<p>¿Qué relación existe entre el control de la información y la satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018?</p>	<p>Establecer la relación que existe entre el control de la información y la satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018.</p>	<p>Existe relación significativa entre el control de la información y satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018.</p>		<p>Encuesta sobre satisfacción del usuario Autor: (Lascurain, 2012)</p>

Anexo 02: Instrumentos de recolección de datos



ENCUESTA PARA MEDIR CALIDAD DE SERVICIO LibQual

Autor: Association of Research Libraries (2006)

Adaptación: Marisela Yris Barrera Lizzetti (2019)

Finalidad:

La presente encuesta es para realizar una investigación sobre Calidad de servicio y satisfacción del usuario de la Biblioteca Central y Virtual de la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho 2018, y así optar el grado de Maestra en Gestión Pública, por lo cual mucho agradeceré marcar la respuesta correcta que usted crea conveniente con una X.

Instrucciones:

A continuación, encontrará una lista de ítems, señala tu respuesta marcando con una X en uno de los casilleros que se ubica en la columna de la derecha, utilizando los siguientes criterios:

Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
5	4	3	2	1

Recuerda que tu sinceridad es muy importante, no hay respuestas buenas ni malas, asegúrate de contestar todas y una sola opción por ítem.

N°	Ítems	Calificaciones				
		5	4	3	2	1
Dimensión 1: Valor afectivo del servicio						
01	El personal le inspira confianza.					
02	El personal le ofrece atención personalizada.					
03	El personal es siempre amable.					
04	El personal muestra buena disposición para responder a las preguntas planteadas.					
05	El personal tiene conocimiento y es capaz de responder a las preguntas que se le formulan.					

06	El personal es atento con las necesidades del usuario.					
07	El personal comprende las necesidades de sus usuarios.					
08	El personal manifiesta voluntad de ayudar a los usuarios.					
09	El personal muestra fiabilidad en el tratamiento de los problemas del servicio manifestadas por los usuarios.					
Dimensión 2: La biblioteca como lugar						
10	El espacio de la biblioteca ayuda al estudio y al aprendizaje.					
11	El espacio de la biblioteca es tranquilo para el trabajo individual.					
12	El espacio de la biblioteca es un lugar confortable y acogedor.					
13	El espacio de la biblioteca es un lugar para el estudio, el aprendizaje o la investigación.					
14	Existen espacios colectivos para aprendizaje y estudio en grupo.					
Dimensión 3: Control de la información						
15	El acceso a los recursos electrónicos es factible desde mi casa o despacho.					
16	El sitio web de la biblioteca permite encontrar información por uno mismo.					
17	Los materiales impresos de la biblioteca cubren las necesidades de información que tengo.					
18	Los recursos digitales cubren las necesidades de información que tengo.					
19	El equipamiento es moderno y me permite un acceso fácil a la información que necesito.					
20	Los instrumentos para la recuperación de información (catálogos, bases de datos) son fáciles de usar y me permiten encontrar por mí mismo lo que busco.					
21	Puedo acceder fácilmente a la información para usarla y procesarla en mis tareas.					
22	Las revistas en versión electrónica y/o impresa cubren mis necesidades de información.					



ENCUESTA SOBRE SATISFACCION DEL USUARIO

Modelo ACSI

Autores: Stephen M. Ross Business School de la Universidad de Michigan, la American Society for Quality (ASQ), y la firma de consultoría internacional CFI Group.

Adaptación: Marisela Yris Barrera Lizzetti (2019)

Instrucciones:

A continuación, encontrará una lista de ítems, señala tu respuesta marcando con una X en uno de los casilleros que se ubica en la columna de la derecha, utilizando los siguientes criterios:

Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
5	4	3	2	1

Recuerda que tu sinceridad es muy importante, no hay respuestas buenas ni malas, asegúrate de contestar todas y una sola opción por ítem.

N°	Ítems	Calificaciones				
		5	4	3	2	1
Dimensión 1: Expectativas del cliente						
01	El servicio brindado es lo que usted esperaba recibir.					
02	La publicidad que se hace de la biblioteca coincide con el servicio brindado.					
03	Recibe servicios adicionales que la biblioteca brinda luego de hacerse usuario.					
04	Existe simplificación de procedimiento para la agilización de su atención.					
05	El sistema que se utiliza es el más adecuado para su atención.					
06	Existe soluciones anticipadas ante posibles problemas.					
Dimensión 2: Calidad percibida						
07	El personal que atiende demuestra conocimiento en su labor.					
08	El personal absuelve sus dudas con claridad y le infunde seguridad.					

09	El personal demuestra preocupación por satisfacer sus necesidades.					
10	Percibe la continua actualización de datos respecto a la información.					
11	Cuenta con información actualizada y valiosa para consulta.					
12	La atención que recibe cuando viene a la biblioteca es satisfactoria.					
Dimensión 3: Valor percibido						
13	El servicio que brinda la biblioteca cuenta con un presupuesto bien distribuido.					
14	La infraestructura de la biblioteca es adecuada.					
15	El mobiliario de la biblioteca es moderno y cumple los estándares para cumplir con sus fines.					
16	Los equipos con los que cuenta la biblioteca son modernos y están operativos.					
17	La información de libros, revistas, etc., es actualizada y les ahorra dinero y tiempo a los usuarios.					
Dimensión 4: Queja de cliente						
18	El personal atiende con prontitud sus reclamos.					
19	El personal se preocupa por atender sus reclamos y solucionarlo.					
20	Se encuentra satisfecho respecto a la solución de sus problemas y quejas.					
21	La biblioteca cuenta con un buzón de sugerencias y lo publica periódicamente.					
22	La biblioteca toma en cuenta las sugerencias hechas por los usuarios y va mejorando diferentes aspectos.					
Dimensión 5: Fidelidad						
23	Confía plenamente en el servicio que se brinda en la biblioteca.					
24	Acude a la biblioteca porque está conforme con el servicio.					
25	Se siente a gusto con el servicio de la biblioteca pues la considera de mucha utilidad.					
26	Recomienda los servicios de la biblioteca a otras personas.					

Anexo 03: Base de Datos Calidad de servicio

	I1	I2	I3	I4	I5	I6	I7	I8	I9	I10	I11	I12	I13	I14	I15	I16	I17	I18	I19	I20	I21	I22
1	4	4	4	5	3	5	2	3	5	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	5	5
2	1	1	2	3	2	1	2	3	3	4	4	4	3	2	1	1	2	4	4	4	3	2
3	4	4	3	3	3	4	3	4	2	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3
4	4	4	4	5	3	5	4	2	3	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	5	5
5	3	3	3	3	4	2	2	3	2	1	1	1	3	1	3	3	3	3	3	3	3	4
6	4	3	3	3	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3	2	2	2	2	1	1	1	3
7	2	3	3	3	3	4	4	3	3	1	1	1	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3
8	3	3	1	1	3	2	3	2	1	3	3	1	1	1	3	1	1	3	3	1	1	3
9	3	3	2	2	2	1	1	2	1	3	3	2	2	2	3	1	1	1	1	2	2	2
10	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1
11	2	3	3	2	1	1	1	2	2	2	3	3	2	1	2	3	3	2	1	1	1	1
12	3	4	4	4	2	2	2	4	4	3	4	4	4	2	3	4	1	1	1	4	4	2
13	3	3	3	4	3	2	3	2	3	3	1	1	1	3	1	1	1	1	1	3	4	3
14	5	5	3	4	5	3	3	4	4	5	5	3	2	2	5	5	3	5	5	3	4	5
15	3	3	3	2	3	3	1	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3
16	3	3	2	3	5	5	4	5	5	3	3	5	5	5	3	3	2	3	3	2	3	5
17	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	1	1	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3
18	5	5	5	4	3	4	3	2	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	3
19	3	3	3	3	2	3	2	1	3	3	3	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	2
20	2	1	1	2	2	3	1	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2
21	2	2	2	1	2	2	2	3	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2
22	1	2	3	1	1	1	1	2	2	1	2	3	1	1	1	2	4	4	4	4	1	1
23	3	3	3	3	2	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	3	2
24	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4

221	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4
222	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	5	5	5	2	1	1	2	1	1	1	1
223	2	2	2	3	4	4	4	2	2	2	2	3	4	2	2	2	2	2	1	1	1	1
224	4	3	2	2	2	4	4	3	3	4	3	2	1	1	4	3	2	4	3	2	2	2
225	1	2	1	1	1	1	1	1	4	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1
226	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2
227	4	4	5	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	5	4	4	5	5	1
228	1	1	1	1	1	1	3	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
229	4	5	5	2	2	2	1	1	1	4	5	5	2	2	4	5	5	4	3	3	2	1
230	1	2	4	4	4	4	4	3	3	1	2	4	4	4	1	1	1	1	1	1	2	2
231	2	2	2	2	2	2	1	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
232	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	3	3	3	3	3
233	2	4	4	4	4	4	1	2	2	2	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4
234	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	5	5	3	4	3	3	4	3	3	3	3
235	5	5	5	5	1	4	3	3	3	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	1
236	4	5	5	5	4	4	3	3	3	4	2	2	2	4	4	5	5	4	5	5	5	4
237	1	5	5	5	5	5	5	3	3	1	5	5	2	2	1	5	5	1	5	5	5	5
238	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
239	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3
240	2	2	1	1	3	1	2	3	1	2	2	1	1	3	2	2	1	2	2	1	1	3
241	2	2	1	1	1	3	2	1	3	2	2	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	1
242	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
243	3	2	2	2	1	1	1	1	3	3	2	2	2	1	3	2	2	3	2	2	2	1
244	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	2	2	4	5	5	4	5	5	5	5
245	1	1	2	3	2	1	2	3	3	1	5	5	5	2	1	1	4	4	4	4	4	5

Anexo 04: Base de Datos de satisfacción de Usuario

	I1	I2	I3	I4	I5	I6	I7	I8	I9	I10	I11	I12	I13	I14	I15	I16	I17	I18	I19	I20	I21	I22	I23	U24	I25	I26	
1	3	5	2	3	3	5	2	3	5	5	5	5	2	2	4	4	4	4	4	2	2	5	4	4	4	5	
2	5	5	5	3	5	1	2	3	5	5	5	5	3	2	5	3	2	4	5	4	5	5	5	5	5	3	
3	3	4	3	4	3	4	3	4	2	4	4	3	3	3	4	4	3	4	1	1	1	3	4	4	3	3	
4	3	5	4	2	3	5	4	2	3	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	2	
5	4	2	2	3	4	2	2	3	2	1	1	1	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3
6	3	3	3	2	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3	1	2	2	2	1	1	1	3	4	3	2	3	
7	3	4	4	3	3	4	4	3	3	1	1	1	3	3	2	3	3	2	3	5	5	5	2	3	4	3	
8	3	2	3	2	3	2	3	2	1	3	3	1	1	1	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	
9	2	1	1	2	2	1	1	2	1	3	3	2	2	2	3	1	1	1	1	2	2	2	3	3	2	2	
10	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	4	4	4	2	2	2	2	1	2	2	2	2	
11	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	3	3	2	1	4	4	3	2	1	1	1	1	2	3	3	2	
12	2	2	2	4	2	2	2	1	1	1	1	4	4	2	1	1	1	1	1	1	4	2	1	1	1	4	
13	3	2	3	2	3	1	3	2	3	3	1	1	1	3	1	1	1	4	4	2	2	3	3	3	1	1	
14	5	5	3	4	5	3	3	4	4	5	1	1	2	2	1	1	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	
15	3	3	5	5	5	5	1	2	2	3	3	5	2	3	5	5	5	3	5	5	5	5	3	3	4	4	
16	5	5	4	5	5	5	4	5	5	3	3	5	5	5	3	3	2	3	3	2	3	5	3	3	4	4	
17	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	1	1	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	
18	3	4	5	5	5	4	3	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	
19	2	3	2	1	4	4	2	1	3	3	3	5	5	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	5	4	4	
20	2	3	1	2	2	3	1	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	4	4	4	
21	2	2	2	3	2	2	2	3	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	4	4	
22	4	4	4	4	1	1	1	2	2	1	2	3	1	1	1	2	4	4	1	1	1	1	4	2	4	4	
23	2	4	3	1	1	1	3	1	1	1	1	3	3	2	3	1	1	1	1	4	4	4	1	1	3	3	
24	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5	4	4	4	2	2	2	4	4	1	1	1	2	2	1	1	
25	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	5	2	1	1	3	5	2	1	1	1	2	3	3	3	4	4	

222	1	1	2	4	4	4	2	2	3	3	3	5	5	5	2	1	1	2	1	1	1	1	2	4	4	4
223	4	4	4	2	4	4	4	2	2	2	3	2	3	4	2	2	2	2	2	1	1	1	2	4	4	3
224	2	4	4	3	2	4	4	3	3	4	3	2	1	1	4	3	2	4	4	4	2	2	4	3	4	2
225	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1
226	2	4	4	4	4	1	1	2	2	2	4	4	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2
227	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	5	4	4	5	2	1	4	4	4	3
228	1	1	3	4	1	1	3	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
229	2	2	4	4	4	4	1	1	2	4	5	5	2	2	4	5	5	4	3	3	2	1	1	1	1	2
230	4	4	5	5	4	4	4	3	3	2	2	4	4	4	1	1	1	1	1	4	4	4	4	2	4	4
231	2	2	4	4	4	2	1	3	3	5	5	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	2	4	4	2	2
232	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	3	3	3	3	3	4	3	3	5
233	4	4	1	2	4	4	1	2	2	2	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	2	4	3	4
234	3	3	3	5	5	5	3	3	4	4	3	5	5	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3
235	1	4	5	5	5	4	3	3	2	2	2	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5
236	4	4	5	5	5	4	3	3	3	5	5	5	2	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5
237	5	5	5	3	5	5	5	3	3	5	5	5	2	5	5	5	5	1	5	5	5	5	3	5	5	5
238	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
239	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	5	5	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
240	3	1	2	3	3	1	2	3	1	2	2	1	1	3	2	2	1	2	2	1	1	3	2	2	1	1
241	1	3	2	1	1	3	2	1	3	2	2	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1
242	3	3	4	1	1	1	4	3	5	5	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1
243	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	2	2	2	1	3	2	2	3	2	2	1	1	3	2	2	2
244	5	5	5	2	2	2	5	4	5	5	5	3	3	5	4	5	5	4	5	2	2	2	4	5	5	5
245	5	5	5	5	5	1	2	3	5	5	5	5	5	5	1	1	4	4	4	5	5	5	1	4	4	4

Dr. César Marcelino Mazuelos Cardoza
ASESOR

Dr. Luis Alberto Baldeos Ardián
PRESIDENTE

Dr. Carlos Máximo González Añorga
SECRETARIO

M(o). Félix Gil Caro Soto
VOCAL