

Enl@ce: Revista Venezolana de Información,
Tecnología y Conocimiento
ISSN: 1690-7515
Depósito legal pp 200402ZU1624
Año 8: No. 1, Enero-Abril 2011, pp. 55-70

Cómo citar el artículo (Normas APA):
Torres, M. y Vásquez, C. (2011). Contribución de la información en la calidad de los servicios. *Enl@ce Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 8 (1), 55-70

Contribución de la información en la calidad de los servicios

Maritza Torres¹
Carmen Vásquez²

Resumen

Este artículo evalúa el rol de la información en la calidad de los servicios a partir de una revisión crítica de las teorías y de las evidencias empíricas, además de la identificación de atributos para la evaluación de la calidad del servicio mediante entrevistas a profundidad realizadas a expertos y la ponderación de la importancia de los mismos usando Proceso de Análisis Jerárquico. Tanto el análisis cualitativo como el cuantitativo realizados demuestran la importancia de la información en la calidad de los servicios, conformándose como parte de sus atributos de evaluación, entre los cuales destacan el registro de los datos del cliente, la entrega de información de calidad, informar/educar al usuario y la publicidad informativa. Se concluye que la información interviene significativamente en la interacción entre el usuario y el servicio, y como consecuencia, en la evaluación de su calidad.

Palabras clave: información, calidad del servicio, modelos de evaluación de servicio, ponderación de la información

Recibido: 05-09-10 Aceptado: 01-02-11

¹ Doctora en Ciencias de la Ingeniería mención Productividad, Ingeniero en Informática. Profesora Titular del Departamento de Sistemas del Decanato de Ciencias y Tecnología de la Universidad Centrooccidental "Lisandro Alvarado", Barquisimeto, Venezuela. Correo electrónico: mtorres@ucla.edu.ve

² Doctora en Ciencias Técnicas, Ingeniero Electricista. Profesora Asociada del Departamento de Ingeniería Eléctrica de la Universidad Nacional Experimental Politécnica Antonio José de Sucre, Barquisimeto, Venezuela. Correo electrónico: cvasquez@unexpo.edu.ve

Contribution of Information in the Quality of Services

Abstract

This article evaluates the role of information in the quality of services from a critical review of theories and empirical evidence, as well as identifying attributes for the assessment of quality of service through depth interviews to experts and the weighting of the importance of them using the Analytic Hierarchy Process. Both the qualitative and quantitative analysis show the importance of information on quality of service, as part of its evaluation, among which are the registrations of customer data, deliver quality information, inform / educate the user and advertising information. We conclude that the information has a significant rol in the interaction between the user and service, and consequently, in the evaluation of its quality.

Key words: Information, Service Quality, Service Evaluation Models, Weighting of Information

Introducción

La información y los servicios, los cuales tienen en común su carácter intangible, son factores de interés creciente en la práctica organizacional. Conjugados con el fenómeno globalizador de la Sociedad de la Información y el impacto de las Tecnologías de Información y Comunicaciones (TIC) se han transformado en fuentes de creación de valor y mejoras para contribuir con la calidad y productividad organizacional.

Además de compartir su carácter intangible, la información y los servicios poseen una historia de recientes y significativos estudios asociados a su participación en las organizaciones. Aunque los servicios tienen una historia tan antigua como la civilización misma, es a partir de la década de los 70, aproximadamente, cuando toman auge los estudios para mejorar su calidad y, en este sentido, surgen las propuestas para su evaluación. Así

mismo, producto de eventos en el escenario internacional en lo político, económico, social y tecnológico, se observa un incremento exponencial del contenido informacional en los servicios (Castells, 2000), adquiriendo ésta mayor relevancia (Drucker, 2003). Es así que en la era post industrial, la información se transforma en insumo y producto en el sector servicio (Andrade, 2007).

La reciente integración y participación de la información en los servicios, así como su valor para contribuir con la calidad y productividad de la organización ha quedado relegada en las teorías. En este sentido son escasos los trabajos que explican los fundamentos teóricos de este reciente fenómeno social, a pesar que las áreas de aplicación actuales han sido múltiples. Por ello el propósito del presente artículo es exponer las teorías y evidencias empíricas a partir de una revisión crítica del estado del conocimiento en lo referente a la información como factor de valor en los servicios. Se

realiza además una evaluación de la contribución de la información como factor de importancia en la calidad de los servicios, para lo cual se diseña un modelo conceptual de calidad del servicio a partir de entrevistas a profundidad a expertos analizadas cualitativamente con la Teoría Fundamentada (Glaser y Strauss, 1967; Gurtler y Huber, 2007). Posteriormente se diseña un instrumento de ponderación derivado del modelo el cual es aplicado a otro grupo de expertos. Estos últimos resultados se analizan utilizando el método de Proceso de Análisis Jerárquico (PAJ). Finalmente se concluye que tanto el análisis cualitativo como el cuantitativo demuestran la importancia de la información en la calidad de los servicios.

Desarrollo

Según datos publicados por el Banco Mundial (2010) los servicios han mostrado una significativa y creciente importancia en las actividades económicas de los países en los últimos 30 años, representando un promedio del 50%, 53% y 55% de su Producto Interno Bruto (PIB) para los años 1988, 1998 y 2008, respectivamente. Destaca así la importancia de los servicios, no sólo en el ámbito económico, sino en la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos, al satisfacer sus necesidades y expectativas. Conjuntamente, a partir de la década de los 70, la información adquiere una importancia fundamental, no sólo en el quehacer científico, sino en el crecimiento de las economías de los países, en la política y en la sociedad, en general (Marín y Torres, 2005; Cuadrado y Maroto, 2006), especialmente en el sector servicios (Choo, Colin, Paquete y Berg, 2006; CLAD, 2007). Este

rol de los servicios en la economía y en la sociedad, conjugado con el creciente valor dado a la información, conduce a que ambos sean protagonistas de cambios y propuestas, organizacionales y sociales, según se muestra en la **Tabla 1**.

Para los usuarios ya no es suficiente recibir una atención amable, satisfacer los requerimientos básicos que solicita de un servicio, apreciar una infraestructura moderna o tecnología de vanguardia. Adicionalmente el usuario exige ser informado oportunamente, acceder a información de calidad cuando, donde y como la requiera. Éstas son necesidades que las organizaciones de servicios deben satisfacer, ofreciendo fluidez y facilidad en sus interacciones (Duque, 2005). En este sentido diversos países disponen de regulaciones que reglamentan la prestación de los servicios de su administración y su acceso por parte de sus ciudadanos, traducidos en reglamentos, leyes y convenios internacionales.

La evolución de los servicios en la sociedad actual ha originado un gran interés por su mejora e innovación (Arzola y Mejías, 2007), centrada especialmente en la forma en que el usuario percibe y, por ende, evalúa su calidad. Enmarcado en lo que se ha denominado la economía digital (Tapscott, 1996), Era de la Información o Sociedad en Red (Castells, 2000) las relaciones entre las organizaciones de servicios y sus usuarios está influenciada por un alto componente tecnológico e informacional. En consecuencia, ésta fluye en sucesivos momentos de contacto o “momentos de la verdad” (Carlzon, 1987) durante el ciclo del servicio (Serna, 2006; Torres, Vásquez y Poletto, 2010).

Tabla 1

Evidencias de los cambios sociales relacionados con servicios e información

Autor	Cambios relacionados con el uso de la información
Davenport (1999)	Las Tecnologías de Información y Comunicaciones (TIC) no son suficientes para lograr el éxito en las organizaciones.
Castells (2000)	Se incrementa exponencialmente el contenido informacional en los servicios originando cambios en la forma de trabajo de las organizaciones.
Cornella (2000)	Las organizaciones requieren mejorar su capacidad de asimilar, comprender y utilizar inteligentemente la información incorporada a los procesos operativos y gerenciales.
Asamblea General de las Naciones Unidas (2003, 2005)	Las regulaciones gubernamentales nacionales e internacionales exigen mejoras en la calidad de la información en servicios, expresadas como un derecho de los ciudadanos.
Gómez (2006)	Los usuarios están mejor informados y son considerablemente más exigentes, solicitando todo tipo de información sobre la organización y sus productos, demandando soluciones totalmente personalizadas y adaptadas a sus necesidades.
CLAD (2008)	La entrega de información al usuario debe considerarse como un deber para las organizaciones prestadoras de servicios, especialmente las públicas.
Díaz y Salto (2008)	Es creciente la importancia de la información en la sociedad en sus dimensiones económica, cultural y política.
Lazcano y Font (2008)	La información ha alcanzando un valor tal en el quehacer social que es capaz de impactar en los juicios, comportamientos, actitudes, percepciones, necesidades y expectativas de los ciudadanos como receptores de información.
ElPais.com (2010)	El Gobierno español reconoce la importancia de la transparencia y de la facilidad de acceso a la información en los servicios de su administración pública, por lo que promulgará una ley para regular estos aspectos y apoyar el derecho al saber de sus ciudadanos.

A pesar de la importancia que diversos autores otorgan a la información en las organizaciones y en la sociedad (Davenport, 1999; Cornella 2000; Serrano y Zapata, 2004; Sánchez, 2006; Currás, 2006; Choo 2008; Torres y Rojas, 2008, Sakalaki y Kazi, 2008; León y Ponjúan, 2009), se observa que la misma es poco valorada por los

principales modelos de evaluación de la calidad del servicio reconocidos por la literatura científica. Sin embargo se cuenta con algunos hallazgos en investigaciones que demuestran la importancia dada a la información en la percepción de la calidad del servicio, estos se muestran en la **Tabla 2.**

Tabla 2
Hallazgos que refieren el valor de la información en la calidad del servicio

Autor(es)	Año	Alcance	Contribución
Quiroga	2002	Revisión teórica	Establece relación entre la información y la calidad.
ISO 10002:2004	2004	Directrices para el tratamiento de las quejas en las organizaciones	Norma la información que fluye en el proceso de tratamiento de quejas entre la organización de servicio y el reclamante.
Ko y Pastore	2005	Servicios de deporte recreativo	Afirman que la información es un factor utilizado en el entorno de la percepción de la calidad del servicio.
Romero y Romero	2006	Empresas aseguradoras	Reportan la necesidad de nuevos canales comunicacionales para informar al cliente, a fin que puedan percibir adecuadamente las dimensiones del servicio ofrecido.
Iguarán, Chávez y Pérez	2006	Servicios médicos odontológico	Señalan que “la información que recibe el cliente por parte de la empresa puede modificar considerablemente su percepción de la calidad”.
Játiva y Gallo	2006	Servicio de bibliotecas	Afirman que los servicios de calidad deben incluir la oferta de una información pertinente y adecuada a las necesidades del usuario, así como las herramientas necesarias para asegurar el acceso a la misma.
República de Chile, Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones	2006	Transporte Masivo Transantiago	Aplicación de Norma Europea UNE-EN 13816 en la calidad del transporte público. Ésta señala la importancia de la provisión de información al usuario relativo al viaje normal y anormal, evitar la falta de acceso a la información y reducir la incertidumbre.
Lazcano y Font	2008	Revisión teórica	Afirman que “la información es capaz de cambiar la forma en la que el receptor percibe algo, es capaz de impactar sobre sus juicios de valor y comportamientos, sus actitudes y percepciones, sus necesidades y expectativas.”
CLAD	2008	Carta Iberoamericana de Calidad en la Gestión Pública	Expresa que “los ciudadanos tienen derecho a solicitar y obtener información pública que sea completa, veraz y actualizada”. Agrega que la Administración pública debe establecer mecanismos adecuados para la comunicación y la difusión de información relevante para los ciudadanos.
Ladeira	2008	Empresa petrolera	Afirma que el uso de información de calidad contribuye a mejorar la calidad del servicio.

Tamura, Miwa, Koshizuka, Ikeya, Saito y Kasai	2008	Servicios de Biblioteca	Obtienen cuatro (4) aspectos identificados por usuarios en el uso de las bibliotecas, en primer lugar está la obtención de información pertinente.
Tonta y Soydal	2009	Calidad del servicio en los sistemas de información web	Encuentran que la calidad de la información es una (1) de las cinco (5) dimensiones de evaluación derivadas del estudio.
Martínez y Martínez	2010	Revisión de modelos de evaluación y propuesta de una medición de la calidad en seguros	Refieren importancia para los usuarios de información exacta y precisa sobre las condiciones y el proceso del servicio para evitar malentendidos en caso que se produzca un incidente.
Rolland y Freeman	2010	Empresas de ventas por internet al por menor	Proponen el diseño, desarrollo y evaluación de una escala para la medición de la calidad del servicio en base a cinco (5) valores claves para el usuario, entre estos se encuentran contenido la información y la seguridad/privacidad.

Estos hallazgos acerca de la información como nuevo elemento de valor en la calidad del servicio, pueden estar motivados a los cambios que han experimentado las organizaciones de servicio en la última década, enmarcadas en una sociedad basada en información. Esto se aprecia en la adecuación de las leyes donde se declara como derecho de los ciudadanos el disponer de información y tener acceso a ésta y como deber de la administración pública la transparencia de sus funciones (León, 2003). En este sentido Serna (2006) ofrece una definición novedosa sobre calidad del servicio señalando que se trata de una estrategia concebida como “un conjunto de relaciones, redes e interacciones que asegura una relación de largo plazo, generadora de valor para el usuario y para los objetivos estratégicos de la empresa”. Puede derivarse que dichas relaciones, redes e interacciones descansan fundamentalmente en información.

La información como relación entre un evento, un receptor y un sistema de referencia origina cambios cognoscitivos en el receptor sobre dicho sistema de referencia (Marcos, 2005; Huvila, 2006, Díaz y Salto, 2008). Esto refuerza el hecho que los contactos e interacciones informativas del usuario con la organización inciden en su percepción sobre el servicio y en su nivel informativo, y por tanto, en la calidad percibida (Torres y Rojas, 2008).

Como resultado de la revisión de la literatura en calidad del servicio (Grönroos, 1984; Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1988; Cook, Heath y Thompson, 2001; Brady y Cronin, 2001; CIER, 2002) se tiene como atributos más destacados: la fiabilidad, la capacidad de respuesta y los elementos tangibles. También destacan atributos sobre accesibilidad al servicio, atención e interacción

con el usuario y el factor humano. La información está presente como dimensión en los servicios de tipo masivos, especialmente los públicos, sin embargo en otros, está inmersa en las dimensiones relacionada con la comunicación con el usuario. Se aprecia una tendencia a agrupar los atributos en tres (3) dimensiones relacionados con el servicio adquirido, la forma en que se presta y la imagen que tienen los usuarios sobre el establecimiento.

Identificación de los atributos de calidad del servicio

Para identificar los atributos de la calidad del servicio se realizaron entrevistas a profundidad a seis (6) expertos entre académicos, investigadores y gerentes prestadores de servicios, los cuales se caracterizan en la **Tabla 3**.

Tabla 3
Caracterización de los expertos en servicios entrevistados

Experto	Tipo de Experto	Organización	Cargo
1	Prestador de Servicio	Empresa de Servicio Eléctrico	Gerente Regional de Atención Comercial
2	Académico – Investigador en el área de información y servicios	Universidad Pública	Docente - Investigador
3	Prestador de servicio	Hotel privado	Coordinador de Servicios de Hospedaje y Eventos
4	Administrativo	Biblioteca de una Universidad Pública	Coordinador de Biblioteca
5	Académico- Responsable del servicio de Educación a Distancia	Universidad Pública	Director
6	Prestador de Servicio	Empresa privada de servicios veterinarios	Gerente Nacional

Una vez analizadas las entrevistas a profundidad realizada a los expertos utilizando la Teoría Fundamentada (Glaser y Strauss, 1967; Gurtler y Huber, 2007) se obtuvo una lista categorizada de

los aspectos relevantes en la evaluación de la calidad del servicio. Los atributos categorizados se organizan por número de expertos que las refieren, estos se muestran en la **Tabla 4**.

Tabla 4
Atributos de calidad del servicio, por cantidad de expertos que los refieren

De 5 a 6 expertos	De 3 a 4 expertos	Por 2 expertos
Fiabilidad Mantener informado al usuario Accesibilidad al servicio Atención rápida Atención amable Personal con conocimientos Informar sobre funcionamiento del servicio Evaluación del servicio Accesibilidad a la información Capacidad de respuesta Trato personalizado	Valorar opinión del usuario Notificaciones al usuario Tratamiento de las quejas Cumplimiento de plazos de entrega Información sin errores Disponibilidad de la información Educar al usuario Mejora evidente del servicio	Calidad en cada fase del servicio Registro cuidadoso de trámites Empresa seria, moderna y responsable Entrega en el lugar requerido Información comprensible Elementos tangibles Conocer requerimiento del cliente Instalaciones confortables Personal atento

Considerando los hallazgos teóricos descritos anteriormente y los indicados por los expertos, se determinan los atributos de calidad del servicio. Posteriormente estos se agrupan en tres (3) dimensiones denominadas prestaciones y cada una de éstas en subdimensiones, lo cual da lugar a un modelo conceptual de evaluación de la calidad del servicio que se muestra en la **Gráfica 1** y se describe en la **Tabla 5**.

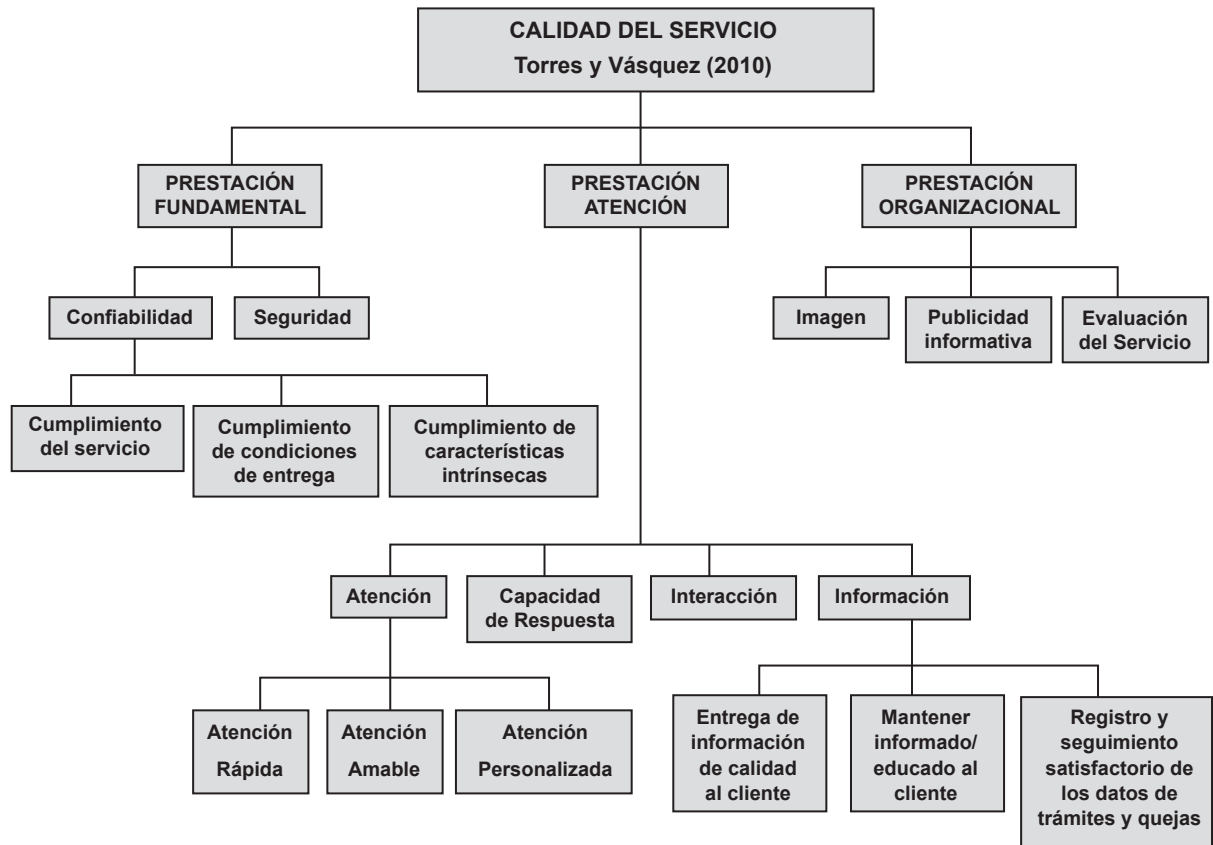
Comprobación de la importancia de la información en base a la ponderación de expertos

Utilizando el método Proceso Análisis Jerárquico (PAJ) (Saaty, 1980; Schuschny y Soto, 2009) se diseña un instrumento derivado del modelo conceptual de evaluación de la calidad del servicio diseñado conformado por siete (7) matri-

ces de ponderación de importancia. En éstas los expertos registran sus apreciaciones sobre el grado de importancia comparando pares de aspectos del modelo. Se envía el instrumento por correo electrónico a 52 expertos nacionales e internacionales recibiendo respuesta de 11 de los países de España, Perú y Venezuela. Para el procesamiento de los datos se usa el software Expert Choice 11. El índice de inconsistencia reportado por el software es de 0,03, el cual es aceptable por estar por debajo de 0,1 (Avila, 2000; Anderson, Sweeney y Williams, 2004).

De acuerdo a la ponderación combinada de los expertos de la importancia absoluta de la información en la evaluación de la calidad del servicio, mostrado en la **Gráfica 2**, se observa cuatro (4) atributos que participan en la evaluación de la calidad del servicio, estos son el Registro de Da-

Gráfica 1
Modelo preliminar de evaluación de la calidad del servicio



tos, Entrega de información de calidad, Informar/educar al usuario y Publicidad Informativa, estos representan el 16% de importancia dentro del modelo conceptual de evaluación diseñado, com-

prendiendo un importante componente dentro de la prestación atención, la cual según los expertos tiene una importancia aproximada del 30%, como se aprecia en la **Tabla 6**.

Tabla 5
Modelo conceptual de evaluación de la calidad del servicio

	Dimensiones		
	Prestación Fundamental	Prestación Atención	Prestación Organizacional
Descripción	<p>Conjunto de acciones fuertemente ligadas al servicio fundamental o esencial. Sin estas acciones el servicio no existe. Ejemplos:</p> <p>a) En el servicio eléctrico, el suministro eléctrico.</p> <p>b) En el servicio médico, la atención del médico o especialista sobre la condición de salud del paciente.</p>	<p>Conjunto de acciones que acompañan a la prestación fundamental o esencial y conforman al servicio como un todo ante el cliente. Estas acciones están ligadas al ciclo del servicio y a los puntos de contacto con el cliente y representan la atención, respuesta e interacción entre la organización y el cliente, con un alto componente informativo.</p>	<p>Conjunto de acciones que realiza la organización para darse a conocer o generar una impresión positiva entre sus clientes o los potenciales, relacionado con su imagen o con los servicios que ofrece.</p>
Componentes	<p>Prestación de las acciones fundamentales o esenciales del servicio</p>	<p>Atención de los trámites de los usuarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Atención de requerimientos y quejas. - Atención de la facturación y pago del servicio o en su defecto el cierre del servicio. <p>Notificaciones y mantenimiento de la comunicación con el cliente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - - Imagen. - - Publicidad informativa. - - Evaluación y mejora del servicio.
Características a evaluar	<p>Confiabilidad de la prestación esencial: Que la esencia del servicio se preste y se cumpla de acuerdo a lo esperado y/o establecido entre el cliente y la organización, en términos de:</p> <p>Cumplimiento de:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El servicio solicitado. - Las condiciones de entrega: lugar, plazo y suficiencia. - Las características intrínsecas, referidas al conjunto de atributos propios e inherentes a la naturaleza del servicio. <p>Seguridad: Inexistencia de peligros, riesgos o dudas.</p>	<p>Orientado a la calidad de la atención, interacción e información entre el cliente y la organización durante las fases del ciclo de prestación del servicio.</p> <p>Atención:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Atención amable. - Atención rápida. - Personalizada. <p>Capacidad de Respuesta:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dar respuesta, solución a los planteamientos del cliente. - Personal capacitado para responder al cliente. <p>Interacción:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Disposición de facilidades o medios de interacción para que cliente acceda a los servicios y a su información. <p>Información:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entrega de Información de calidad al cliente. - Mantener informado al cliente sobre los trámites. - Registro y seguimiento satisfactorio de los trámites y quejas. 	<p>Imagen de la organización:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Apariencia de la organización: o Apariencia de los elementos tangibles e intangibles. o Apariencia del personal. - Impresión en el cliente: o Empresa segura y confiable. o Empresa responsable. o Empresa preocupada por el cliente. <p>Publicidad informativa:</p> <ul style="list-style-type: none"> o Ofrece información de la organización y de los servicios que ofrece. <p>Evaluación del servicio:</p> <ul style="list-style-type: none"> o Valora la opinión de los clientes. o Evalúa y mejora sus servicios.

Gráfica 2
Importancia ponderada por expertos a los atributos de evaluación de la calidad del servicio

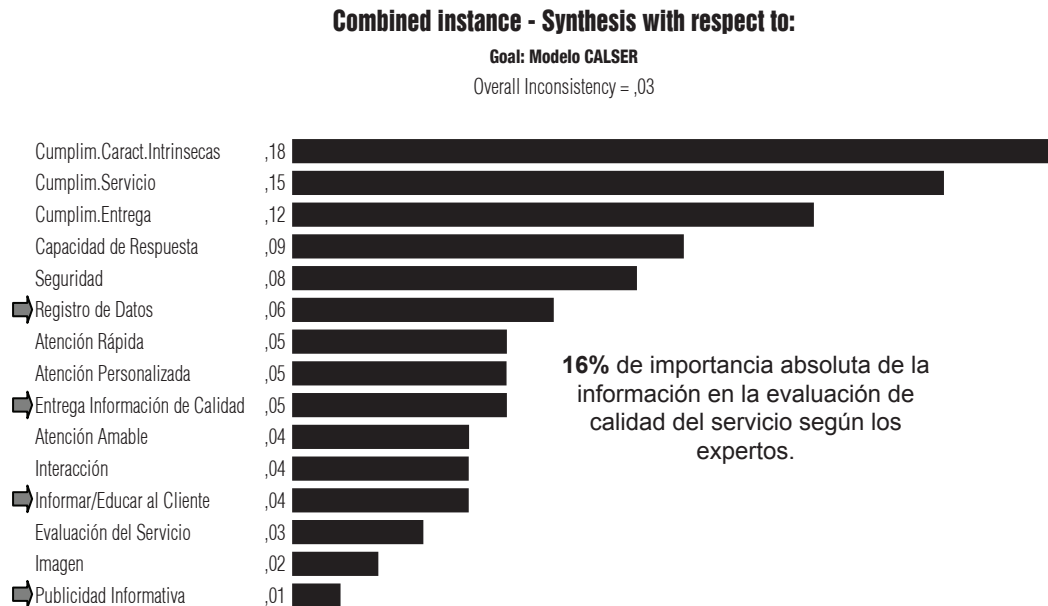


Tabla 6
Importancia ponderada dada por los expertos a las dimensiones evaluación de la calidad del servicio

Dimensión (Prestación)	Importancia
Fundamental	60%
Atención	29,7
Organizacional	10,3%

Conclusiones

La revisión de la literatura en estudios empíricos de evaluación de la calidad percibida en diversos tipos de servicios, están asociados al servicio adquirido, a la forma en que éste se presta y respecto a la imagen que perciben sobre la organización que presta el servicio. En este sentido los atributos comunes encontrados en la literatura refieren la fiabilidad, la capacidad de respuesta y los elementos tangibles. Destacan además atributos sobre la seguridad, accesibilidad del servicio, la atención e interacción con el usuario y el factor humano. La información se encuentra como una dimensión en la calidad de los servicios masivos, especialmente los públicos, lo cual se atribuye a las regulaciones y exigencias gubernamentales; en algunos de los otros, está inmersa entre las dimensiones, referida escasamente a la comunicación con el usuario.

La revisión de las teorías de evaluación de la calidad del servicio y las entrevistas a expertos permiten concluir que la calidad del servicio está en función de atributos que caracterizan su contacto con el servicio en término de su cumplimiento, el acceso, interacción, trato del personal y su preparación para servir, recibir respuestas satisfactorias, ser escuchado para opinar sobre la calidad del servicio y apreciar mejoras en el mismo. También se identifican atributos sobre la exigencia de calidad de la información respecto a su disponibilidad, accesibilidad y precisión, así como de los flujos informativos para mantenerlo informado sobre sus trámites y notificaciones sobre el servicio, y finalmente educarlo sobre su uso eficiente.

También se consideran en este conjunto de atributos los relacionados con los elementos tangibles y la apariencia del personal.

Los expertos otorgan mayor importancia a los registros de datos de los usuarios, educar al usuario, atención rápida, mantener informado al usuario, cumplimiento del servicio solicitado y del plazo acordado, determinándose que el principal rol de la información es la de apoyar la interacción entre el usuario y el servicio.

Bibliografía

- Anderson, D., Sweeney, D. y Williams, T. (2004). *Métodos cuantitativos para los negocios*. Thomson. 822 pp.
- Andrade, J. (2007). Sociedad de la información: Lo público y lo privado de la información. Universidad del Zulia (LUZ). *Revista Venezolana de Gerencia*. Año 12, N° 39, 2007, pp. 351-372.
- Arzola, M. y Mejías, A. (2007). Modelo conceptual para gestionar la innovación en las empresas del sector servicios. *Revista Venezolana de Gerencia de la Universidad del Zulia*, enero-marzo, Vol.12, N° 37, pp. 80. [Documento en línea]. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/290/29003706.pdf>
- Asamblea General de las Naciones Unidas. (2003). *Cumbre mundial sobre la sociedad de la información. Declaración de principios. Construir la sociedad de la información: Un desafío global para el nuevo milenio*. Celebrado en Ginebra. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.itu.int/wsis/docs/geneva/official/dop-es.html>

- Asamblea General de las Naciones Unidas. (2005). *Cumbre mundial sobre la sociedad de la información. Compromiso de Túnez y agenda para la sociedad de la información*. Celebrado en Túnez. Disponible en: <http://www.itu.int/wsis/tunis/index-es.html>
- Avila, M. (2000). *El AHP (Proceso Analítico Jerárquico) y su aplicación para determinar los usos de las tierras, el caso de Brasil*. Informe Técnico No 2. Santiago, Chile. Diciembre 2000.
- Banco Mundial. (2010). *Servicios, etc., valor agregado (% del PIB)*. Disponible en: <http://datos.bancomundial.org/indicador/NV.SRV.TETC.ZS?display=default>
- Brady, M. y Cronin, Jr. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach. *Journal of Marketing*, Vol. 65, N° 3, pp. 34-49
- Carlzon, J. (1987). *Moment of truth*. Harper & Row. New York.
- Castells, M. (2000). *Era de la información, la economía, sociedad y cultura: la sociedad red*. Siglo veintiuno Editores, Vol. 1, 580 pp.
- Centro Latinoamericano de Administración para el Desarrollo (CLAD). (2007). *Gobierno electrónico y sociedad de la información, factores que inciden en el desarrollo del gobierno electrónico políticas, estrategias, planes, programas y marco legal, caso República Bolivariana de Venezuela*. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.clad.org.ve/siare/innotend/gobelec/gobelec.html>
- Centro Latinoamericano de Administración para el Desarrollo (CLAD). (2008). *Carta iberoamericana de calidad en la gestión pública*. 28 pp. [Documento en línea]. Disponible en: <http://www.clad.org.ve/documentos/declaraciones/carta-iberoamericana-de-calidad-en-la-gestion-publica/view>
- Choo, C., Colin, F., Paquette, S. y Berg, H. (2006). Working with information: information management and culture in a professional services organization. *Journal of Information Science*. Vol.32, N° 6, pp. 491-510. [Documento en línea]. Disponible en <http://portal.acm.org/citation.cfm?id=1274692>
- Choo, C. (2008). Information Culture and Information Use: An Exploratory Study of Three Organizations. *InterScience, Journal of the American Society for Information Science and Technology*. Vol.59, N° 5, pp. 792-804. [Documento en línea]. Disponible en: <http://choo.fis.utoronto.ca/>
- Comisión de Integración Energética Regional (CIER). (2008). Encuesta CIER de satisfacción de cliente residencial urbano.
- Cook, C., Heath, F. y Thompson, B. (2001). *The search for the new measures: the ARL Lib-QUAL + Project—A Preliminary Report*. *Portal: Libraries and the Academy*, 2001. pp. 103-112
- Cornella, A. (2000). *Infonomía!com. La empresa es información*. Barcelona, España: Ediciones Deusto. pp. 67
- Cuadrado, J. y Maroto, A. (2006). *La Productividad y los servicios, la necesaria revisión de la imagen tradicional. Productividad y Competitividad de la Economía Española*. marzo-abril 2006, N° 829, pp. 93-121.
- Currás, E. (2006). *Informacionismo y asimilación neuronal de la información*. I Congreso Internacional sobre tecnología documental y del conocimiento. Fundación Ciencias de la Documentación, 36 pp.

- Davenport, T. (1999). *Ecología de la información. por qué la tecnología no es suficiente para lograr el éxito en la era de la información*. Oxford University Press. 296 pp.
- Díaz, J. y Salto, F. (2008). *Dilucidación interdisciplinar de la noción de información*. Proyecto BITrum. [Documento en línea]. Disponible en: <http://sites.google.com/site/proyectobitrum/Home>
- Drucker, P. (2003). *La gerencia en la sociedad futura*. Editorial: Norma, 300 pp.
- Duque, E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Revista INNOVAR* Universidad Nacional de Colombia, 17 pp.
- El País.com. (2010). *El acceso a la información de la Administración pública en España*. Victoria Anderica [Documento en línea]. Disponible en: http://www.elpais.com/articulo/espana/ley/reguladora/derecho/saber/ciudadanos/Administracion/elpepuesp/20100816elpepinac_1/Tes
- Glaser, B. y Strauss, A. (1967). *The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research*. Aldine Publishing Company, Chicago.
- Gómez, A. (2006). Compitiendo en la sociedad de la información. Artículo publicado dentro de *Reflexiones multitemáticas de filósofos de la información y el conocimiento*, FIRMAS 2006, pp. 10-12.
- Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*, Vol. 18, N° 4, pp. 36-44
- Gurtler, L. y Huber, G. (2007). Modos de pensar y estrategias de la investigación cualitativa. *Liberabit*, Vol.13, N° 13, pp. 37-52.
- Huvila, I. (2006). *The ecology of information work, a case study of bridging archaeological work and virtual reality based knowledge organization*. ABO Akademis Förlag – ABO Akademi University Press, 422 pp.
- Iguarán, R., Chávez, E. y Pérez, J. (2006). Satisfacción de los clientes del servicio médico odontológico de la universidad del Zulia. *Revista Venezolana de Ciencias Sociales UNERMB*, Vol. 10, N° 1, pp. 176-203.
- International Standardization Organization (ISO). (2004). *Norma internacional ISO 10002:2004, gestión de la calidad, satisfacción del cliente, directrices para el tratamiento de las quejas en las organizaciones*, 26 pp.
- Játiva, M. y Gallo, J. (2006). Libqual+TM: Evaluación de calidad de servicios desde la perspectiva del usuario. N° 1, enero-marzo, *Boletín de la Confederación de Asociaciones de Archiveros, Bibliotecarios, Museólogos y Documentalistas (ANABAD)*, pp. 53-74.
- Ko, Y. y Pastore, D. (2005). A hierarchical model of service quality for the recreational sport industry. *Sport Marketing Quarterly*, Vol. 14, pp. 84-97.
- Ladeira, E. (2008). *Information quality improve on PETROBRAS maritime transport: analysis and proposals*. the Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD) of the Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT). [Documento en línea]. Disponible en: http://biblioteca.universia.net/html_bura/ficha/params/id/37983265.html
- Lazcano, C. y Font, E. (2008). Los hechos de información, un escenario para evaluar la brecha digital local del usuario/cliente en la sociedad del conocimiento. *Revista Anales de Documentación*, Facultad de Economía, Universidad de La Habana, Cuba, N° 11, pp. 79-92

- León, M. (2003). El control de la administración pública en Venezuela: la transparencia como limitante. VIII Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública, Panamá, octubre 2003, pp. 28-31.
- Marcos, A. (2005). Una medida general de la información. Capítulo incluido en Cavero, Vela y Marcos. *Aspectos filosóficos, psicológicos y metodológicos de la informática*, Dykinson, Madrid, pp. 57-64.
- Marín, F. y Torres, A. (2005). *La información en la ciencia de la información: Tras las huellas de un concepto*. Vol.13. [Documento en línea]. Disponible en: http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol13_5_05/acio9505.htm
- Martínez, J. y Martínez, L. (2010). Rethinking perceived service quality: An alternative to hierarchical and multidimensional models. *Total Quality Management*, enero, Vol. 21, N° 1, pp. 93-118.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. y Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*. N° 64, pp. 12-40
- Quiroga, L. (2002). Gestión de información, gestión del conocimiento y gestión de la calidad en las organizaciones. *Revista ACIMED*, Cuba, Vol. 10, N° 5. pp. 05. [Documento en línea]. Disponible en: <http://eprints.rclis.org/archive/00001841/01/gestion.pdf>
- República de Chile. Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones Santiago. (2006). Transantiago-súbete. Diagnóstico y diseño de método de indicadores IGS-ICS (índice de grado de satisfacción a usuarios e índice de calidad del servicio). 267 pp. [Documento en línea]. Disponible en: http://www.mtt.cl/prontus_mtt/estudios/3/IGS-ICS_INFORME%201.pdf
- Rolland, S. y Freeman, I. (2010). A new measure of e-service quality in France. *International Journal of Retail & Distribution Management*, Bradford, 2010, Tomo 38, N° 7; pp. 497.
- Romero, G. y Romero, J. (2006). Satisfacción de clientes externos de las empresas aseguradoras en el municipio Maracaibo. *Revista de Ciencias Sociales*, Maracaibo, Vol. 12, N° 3, pp. 10. [Documento en línea]. Disponible en: http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=S1315-95182006000300011&script=sci_arttext
- Saaty, T. (1980). *Multicriteria decision making: The analytic hierarchy process*. New York, McGraw Hill
- Sakalakis, M. y Kazi, S. (2009). Valuing and representing information: The paradox of undervaluing information and overvaluing information producers. *Journal of Information Science*, Abril 2009, N° 35, pp: 153-164. [Documento en línea]. Disponible en: <http://jis.sagepub.com/content/35/2.toc>
- Sánchez, S. (2006). *Gerencia del conocimiento: de la gestión de la información a la gestión del conocimiento: Premisas y herramientas*. Dirección de la Red de Información y Conocimiento, SELA, Ponencia dada en el marco del Primer Taller “El Observatorio como Herramienta para la Gestión de la información y del Conocimiento”, Caracas, 22 de Noviembre de 2006, IICA-SELAINIA-Asamblea Nacional, Lámina 15.
- Schuschny, A. y Soto, H. (2009). *Guía metodológica. Diseño de indicadores compuestos de desarrollo sostenible. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)*, Naciones Unidas, Colección Documentos de proyectos, 109 pp.
- Serna, H. (2006). *Servicio al Cliente. Una nueva visión: clientes para siempre*. 3ra edición, Editorial 3R, pp. 37.

- Serrano, S. y Zapata, M. (2004). Auditar la información para gestionar el conocimiento. *Revista AprendeRH*, 2004, pp. 37-42.
- Tamura, S., Miwa, M., Koshizuka, M., Ikeya, N., Saito, S. y Kasai, Y. (2008). Satisfaction and the perception of usefulness among users of business information service in Japan. *Information Research*, Vol. 13, N° 4, paper 366. [Documento en línea]. Disponible en: <http://InformationR.net/ir/13-4/paper366.html>
- Tapscott, D. (1996). *The digital economy: promise and peril in the age of networked intelligence*. McGraw-Hill, 342 pp.
- Tonta, Y. y Soydal, D. (2009). *Service quality of web information systems. QQML2009: Qualitative and Quantitative Methods in Libraries*, International Conference, Chania Crete Greece, del 26-29 mayo 2009
- Torres, M. y Rojas, D. (2008). Modelo de evaluación de la calidad de la información corporativa en los servicios médicos. *Enl@ce, Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, Vol. 5, N° 3, septiembre-diciembre, pp. 25-44. [Documento en línea]. Disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2746184>
- Torres, M., Vásquez, C. y Poletto, J. (2010). Indicadores para la evaluación de la calidad del servicio comercial en empresas del sector eléctrico venezolano. *Eighth LACCEI Latin American and Caribbean Conference for Engineering and Technology (LACCEI'2010)*, "Innovation and Development for the America", 1 al 4 de junio del 2010, Arequipa, Perú. [Documento en línea]. Disponible en: http://www.laccei.org/LACCEI2010-Peru/Papers/Papers_pdf/IE092_Torres.pdf