



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

**FACULTAD DE CONTADURÍA Y
ADMINISTRACIÓN CAMPUS I**



**MEJORA DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO DEL
PROCESO ADMINISTRATIVO EN
RENTA Y PRÉSTAMO DE ESPACIOS PARA EVENTOS DE LA
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS.**

TESIS

**QUE PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN CON TERMINAL
EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA**

PRESENTA

LILIANA HASAY GARCÍA LEAL PS2130

DIRECTORA DE TESIS

DRA. JOSELYNE GUADALUPE PÉREZ HERNÁNDEZ

TUXTLA GUTIÉRREZ, CHIAPAS, MARZO 2024.



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS
FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN C-I



COORDINACIÓN DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO

Tuxtla Gutiérrez, Chiapas; 10 de abril de 2024
Oficio No. DICIP/TIP/171/2024.

ASUNTO: AUTORIZACIÓN DE EMPASTADO

C. LILIANA HASAY GARCÍA LEAL
CANDIDATA AL GRADO DE MAESTRA EN ADMINISTRACIÓN
CON TERMINAL EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA.
PRESENTE

Por este medio me permito informarle que se AUTORIZA la impresión de su tesis titulada: **MEJORA DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO DEL PROCESO ADMINISTRATIVO EN RENTA Y PRÉSTAMO DE ESPACIOS PARA EVENTOS DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS**. Toda vez que ha sido liberada según oficio sin número, de fecha abril 07 de 2024, suscrito por la Dra. Joselyne Guadalupe Pérez Hernández, Directora de la tesis mencionada.

Cabe mencionar que se ha constatado que ha cumplido con los procedimientos administrativos y académicos relacionados con la modalidad de evaluación propuesta, conforme a lo dispuesto a la obtención de grado en el Estatuto Integral de la Universidad Autónoma de Chiapas, así como con el Plan de Estudios correspondiente.

Atentamente

"POR LA CONCIENCIA DE LA NUESTRA MISION DE SERVIR"


Dr. Hugo Adrián Pizaña Vidal
Encargado de la Coordinación



C.c.p. Archivo Minutario
*HAPVtsag



FFCA:136

Boulevard Dr. Belisario Domínguez Km 1081, Sin Número Col. Terán Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, México,
C.P. 29050 Tel. 961 61 54249 Ext. 112 , e-mail: posgradofca2018@gmail.com



 **UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS**
SECRETARÍA ACADÉMICA
COORDINACIÓN DE BIBLIOTECAS UNIVERSITARIAS



Código: FO-113 ⁰ 05-05
Revisión: 0

CARTA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LA TESIS DE TÍTULO Y/O GRADO.

El (la) suscrito (a) Liliana Hasay García Leal, Autor (a) de la tesis bajo el título de MEJORA DE LA CALIDAD EN EL SERVICIO DEL PROCESO ADMINISTRATIVO EN RENTA Y PRÉSTAMO DE ESPACIOS PARA EVENTOS DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS presentada y aprobada en el año 2024 como requisito para obtener el título o grado de Maestra en Administración con Terminal en Administración Pública, autorizo licencia a la Dirección del Sistema de Bibliotecas Universidad Autónoma de Chiapas (SIBI-UNACH), para que realice la difusión de la creación intelectual mencionada, con fines académicos para su consulta, reproducción parcial y/o total, citando la fuente, que contribuya a la divulgación del conocimiento humanístico, científico, tecnológico y de innovación que se produce en la Universidad, mediante la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Consulta del trabajo de título o de grado a través de la Biblioteca Digital de Tesis (BIDITE) del Sistema de Bibliotecas de la Universidad Autónoma de Chiapas (SIBI-UNACH) que incluye tesis de pregrado de todos los programas educativos de la Universidad, así como de los posgrados no registrados ni reconocidos en el Programa Nacional de Posgrados de Calidad del CONACYT.
- En el caso de tratarse de tesis de maestría y/o doctorado de programas educativos que sí se encuentren registrados y reconocidos en el Programa Nacional de Posgrados de Calidad (PNPC) del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), podrán consultarse en el Repositorio Institucional de la Universidad Autónoma de Chiapas (RIUNACH).

Tuxtla Gutiérrez, Chiapas; a los 22 días del mes de abril del año 2024.


Liliana Hasay García Leal

Nombre y firma del Tesista o Tesistas

Bolevard D. Gómez Dorrego Km 12B1, Sin Números Terán Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, México. CP: 29000 Teléfono: (86) 610 10 04 y (86) 610 13 21 www.unach.mx oficinadecolaboracion@unach.mx

AGRADECIMIENTOS

Agradezco siempre a Dios por permitirme estar en este instante de vida.

A mis maestras y maestros que me guiaron en esta fase para concluir un sueño más.

A mis compañeras y compañeros de la Coordinación de enlace Universitario, que me impulsan día a día y me motivan a dar lo mejor de mí en el ámbito profesional.

Al personal de la Dirección de Investigación y Posgrado, así como a los de la Facultad de Contaduría y Administración por el esfuerzo de llevar a cabo y concluir este programa.

A todas las personas de las áreas con las que nos coordinamos en nuestra

Universidad Autónoma de Chiapas.

A mi alma máter, la UNACH, por el espacio en el que desarrollo mi profesión a través de la cual brindo el servicio de los espacios universitarios.

A mis hijos, Sebastián y Sofía, que me han permitido demostrarles que todas las metas que nos proponemos las cumpliremos con dedicación y entrega.

Arnulfo por siempre apoyarme e impulsarme incondicionalmente.

A mi familia, que siempre han estado a mi lado, en cada momento de alegría y dificultad, porque sin ellos no saldría adelante.

A mi madre, hermanas y familia porque siempre me dan ejemplo y me impulsan a seguir adelante.

Y a mis amigas y amigos por su cariño fraterno.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	7
CAPÍTULO I. Problematicación del Objeto de Estudio.....	9
1.1 Planteamiento del Problema	9
1.2 Objetivos de la Investigación	11
1.2.1 Objetivo General	11
1.2.2 Objetivos Específicos	11
1.3 Justificación	12
1.4 Delimitación Espacial y Temporal	12
CAPÍTULO II. Conceptualización del Objeto de Estudio.....	14
2.1 Conceptualizaciones de la Calidad y del Servicio	14
2.1.1 Aspectos de la Calidad	14
2.1.2 Generalidades del Servicio	15
2.1.2.1 Características de los servicios	16
2.1.2 Elementos de la calidad en el servicio	20
2.1.3 Modelos de medición de la calidad del servicio	20
2.1.4 Mejoramiento de la calidad	26
2.2 Aspectos de la satisfacción del cliente	28
2.3 Proceso como cadena de valor	30
CAPÍTULO III. Contextualización del Objeto de Estudio	32
3.1 Generalidades de la Universidad Autónoma de Chiapas	32
3.1.1 Antecedentes de la Universidad	32
3.1.2 Misión, Visión y Principios universitarios	34
3.2 Coordinación de Enlace Universitario	36
3.2.1 Funciones de la CEU	36
3.3 Procedimiento para la renta y préstamo de espacios universitarios	37
3.3.1 Espacios Universitarios	38
3.3.2 Procedimiento de préstamo	39
3.3.3 Procedimiento de renta	39

CAPÍTULO IV. Abordaje Metodológico del Objeto de Estudio.....	41
4.1 Enfoque, Alcance y Diseño de la Investigación	41
4.2 Formulación de la Hipótesis de la investigación	41
4.3 Instrumentos de la Investigación	42
4.3.1 Formato de Cuestionario	42
4.3.2 Formato de entrevista	43
4.4 Selección del Universo	43
4.4.1 Cálculo del tamaño de muestra	44
4.5 Análisis de Resultados	45
4.5.1 Análisis de los resultados del cuestionario	45
4.5.2 Análisis de los resultados de la entrevista	52
CAPÍTULO V. Propuesta de Solución	57
5.1 Propuesta de mejora de la calidad del servicio	57
5.1.2 Procedimiento propuesto	57
5.1.2.1 Formato de encuesta de satisfacción	60
5.1.2.2 Formato para quejas o sugerencias	61
5.1.2.3 Tarjeta de informe de requerimientos a usuarios	61
CONCLUSIONES	62
REFERENCIAS.....	63
INDICE DE TABLAS	
Tabla 1. Características del servicio	17
Tabla 2. Modelos para medir la calidad del servicio por percepción y/o expectativa	22
Tabla 3. Dimensiones y explicación del modelo SERVQUAL	24
Tabla 4. Presentación de usuarios como población y muestra	44
Tabla 5. Preguntas asociadas por cada dimensión	45
Tabla 6. Espacios solicitados en préstamo y renta durante 2023	51
ANEXOS.....	65

INTRODUCCIÓN

La presente investigación parte de identificar una falta de entrega de documentos que forman parte del proceso del servicio que se otorga para la renta o préstamo de los espacios universitarios, y que hace que el proceso se vea interrumpido constantemente por la falta de cumplimiento de requisitos por parte de los usuarios para la adecuada prestación del servicio, que genera una duplicidad de actividades para los colaboradores de la Coordinación de Enlace Universitario de la Universidad Autónoma de Chiapas (UNACH), espacios en los cuales se realizan eventos académicos, culturales y deportivos.

La Coordinación de Enlace Universitario, además de otras funciones, se encarga de recibir las solicitudes para renta y préstamos de los espacios universitarios con que cuenta, con diferentes capacidades y servicios, cabe señalar que se relaciona con la Dirección General de Infraestructura y Servicios Generales de la UNACH quienes se encargan de proveer algunos insumos como mobiliario o en su caso se encarga de contratar proveedores del mobiliario que se requiere de acuerdo a las características del evento.

Por otro lado, la Coordinación de Enlace Universitario es el área que realiza las gestiones y tiene relación con el área jurídica denominada Oficina del Abogado General, quienes se encargan de emitir un contrato y la Coordinación General de Finanzas, que se encarga del cobro del servicio y en algunos casos la facturación.

Por lo anterior, desde la Coordinación de Enlace Universitario surge el interés de evaluar el servicio que presta a los usuarios, para conocer la percepción de los usuarios internos y externos a la institución, así como implementar procesos estandarizados para llevar a cabo su actividad de

la mejor manera y poder corregir las fallas que se puedan presentar, con la idea de que lo que se puede medir, se puede mejorar.

En la presente investigación se muestran cinco capítulos, en el primero se desarrolla la problematización del problema que incluye el planteamiento, los objetivos, la justificación, así como la delimitación espacial y temporal.

En el capítulo dos, se desarrolla el marco teórico con los conceptos principales sobre la Calidad, los servicios, clientes, modelos para medir la calidad del servicio, procesos y satisfacción del cliente, así como mejora de la calidad.

El capítulo tres se centra en la Universidad Autónoma de Chiapas y la Coordinación de Enlace Universitario, que se encarga, entre otras funciones, de la renta y préstamo de los espacios universitarios para clientes internos o externos para la realización de eventos tanto institucionales como académicos, culturales y deportivos de instituciones externas o particulares.

El capítulo cuatro describe los aspectos metodológicos a considerar como enfoque mixto, alcance exploratorio y descriptivo, así como el diseño no experimental y transversal de la investigación. También se determina la población de estudio y los instrumentos que se aplican como encuesta diseñada para aplicarla a los usuarios de los servicios y entrevista al personal que proporciona el servicio, en este caso de la misma Coordinación de Enlace universitario. Finalmente se cierra con los resultados obtenidos mediante la aplicación de los instrumentos, presentando tablas y gráficas con un análisis de los resultados obtenidos.

El quinto capítulo muestra la propuesta de solución al problema planteado al inicio para el proceso de renta o préstamos de los espacios universitarios, seguido de las conclusiones. Posteriormente se enlistan las referencias de las fuentes consultadas.

CAPÍTULO I. Problematización del Objeto de Estudio

1.1 Planteamiento del Problema

Las organizaciones presentan diferentes formas para determinar o diseñar el proceso de sus funciones y actividades. Cuando brindan servicios a usuarios o clientes, se hace necesario medir o evaluar la calidad de esos servicios otorgados, desde diversas perspectivas.

La calidad en el servicio tiene distintos conceptos de acuerdo a los diferentes autores y áreas de aplicación, por ejemplo, el concepto de Zeithaml, Parasuraman y Berry, citados por Ponce y López (2007), señalan un concepto muy completo, es decir, relaciona tanto a los clientes como a los prestadores del servicio incluyendo al personal de diferentes niveles en la empresa:

“Según Zeithaml, Parasuraman y Berry (1991), el enriquecimiento de un servicio superior en calidad recae sobre todos provocando una reacción en cadena de los que se benefician ante él; consumidores, empleados, gerentes y accionistas, provocando el beneficio general y por ende el bienestar de la comunidad”.

Con la definición anterior se puede observar que se involucran tanto los usuarios del servicio como los empleados de la organización, los niveles gerenciales y en general toda la comunidad involucrada.

De acuerdo a Gryna et.al. (2007) un cliente es “cualquiera que se ve afectado por el servicio, el producto o el proceso”. En este caso, el cliente puede llamarse usuario del servicio.

Respecto al proceso, Camisón et. al. (2006, p.843) afirman que “podemos definir un proceso como un conjunto de actividades realizadas por un individuo o grupo de individuos cuyo

objetivo es transformar entradas en salidas que serán útiles para un cliente”. También indican que cada grupo de actividades o procesos conforman una cadena de valor y lo que se busca es satisfacer al cliente, considerando que se genera valor añadido en cada actividad.

Todos los conceptos anteriores van relacionados a medir la calidad del servicio que presta la Universidad Autónoma de Chiapas a través de la Coordinación de Enlace Universitario y que va enfocado a cumplir con las necesidades y expectativas de los clientes internos y externos, es decir, se pretende que se mida la percepción de los usuarios con el fin de mejorar los servicios de renta y préstamo de los espacios universitarios. Se considera que un cliente bien atendido, al que se le cumplan todos sus requerimientos de la mejor manera, será un cliente satisfecho y seguramente repetirá la solicitud del servicio.

Se hace necesario analizar el proceso de renta de espacios para que cumplan con estándares de calidad y así se ofrezcan servicios que satisfagan las necesidades y expectativas del usuario. Cabe mencionar que no se realiza una evaluación de la calidad de los servicios en esta coordinación.

Considerando que se ofrece este servicio al público externo en renta, para la recaudación de ingresos propios, pero a la vez estas instalaciones también son solicitadas por las diversas áreas que conforman a la Universidad; teniendo entonces usuarios externos e internos, a estos último se les concede el uso sin pago de renta, solamente mediante solicitud siempre y cuando exista la disponibilidad de fecha y horario.

Las preguntas que dieron origen al planteamiento son:

¿Cuál es el proceso actual de préstamo y renta de los espacios universitarios que realiza la Coordinación de Enlace Universitario para eventos?

¿Qué percepción tienen los usuarios externos sobre el proceso y la calidad de los servicios de renta de los espacios universitarios?

¿Qué relación tiene la calidad del servicio, el proceso y la satisfacción de los usuarios de los espacios universitarios que oferta la Coordinación de Enlace Universitario de la UNACH?

Una vez presentado el planteamiento del problema, se definen los objetivos de la investigación.

1.2 Objetivos de la Investigación

Los objetivos son las guías de la investigación, como lo señalan Hernández y Mendoza (2018), por lo cual se presentan un objetivo general y tres objetivos específicos que a continuación se describen.

1.2.1 Objetivo General

Realizar una propuesta de mejora de la calidad del servicio que otorga la Coordinación de Enlace Universitario para el proceso de renta y préstamo de espacios para eventos en la Universidad Autónoma de Chiapas.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Describir el proceso actual para la renta y préstamo de los espacios universitarios como servicio que brinda la Coordinación de Enlace Universitario.
- Evaluar la calidad del servicio que presta la Coordinación de Enlace Universitario en la renta y préstamos de los espacios universitarios, desde la perspectiva de los usuarios.

- Mejorar el procedimiento para préstamo y renta de espacios universitarios a usuarios internos y externos.

1.3 Justificación

De acuerdo con los criterios para evaluar la importancia potencial de una investigación que indican Hernández y Mendoza (2018), la presente investigación es conveniente, debido a que su uso permite obtener claridad en los procesos de renta y préstamo de los espacios universitarios, considerando la calidad en el servicio que otorga la Universidad Autónoma de Chiapas, para la realización de eventos, por ser una institución de prestigio del ramo educativo, y así conservar su imagen como referente a nivel nacional, regional y estatal.

Se pretende realizar una propuesta de mejora en la calidad del servicio que se presta a usuarios internos y externos, siendo éstos últimos, los que, si proporcionan un recurso económico por tal servicio, mismo que se aplica en el mantenimiento, en la recuperación de costos por uso de energía eléctrica y el desgaste de los espacios y del mobiliario utilizado.

La Coordinación de Enlace Universitario de la UNACH, ha considerado un área de estudio, identificando un conjunto de factores de orden interno, que limitan considerablemente la calidad de los servicios técnico-administrativos que puede llegar a repercutir en un servicio con calidad deficiente o eficiente, ya que no se cuentan con procedimientos estandarizados para ello.

1.4 Delimitación Espacial y Temporal

La investigación se lleva a cabo de noviembre de 2023 a marzo de 2024, tanto para el desarrollo de la investigación documental como del trabajo de campo. Cabe señalar que los datos que

proporciona la Coordinación de Enlace Universitario de su agenda de préstamos y renta de espacios por parte de los usuarios, es del periodo enero a diciembre del año 2023, esto incluye un listado de 36 usuarios internos y 36 externos, así como un listado de los espacios universitarios.

Se realiza en la Universidad Autónoma de Chiapas en el área de la Coordinación de Enlace Universitario, ubicada en la Colina Universitaria de Ciudad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. Cabe señalar que la Coordinación de enlace ofrece servicios para todos los usuarios de las distintas facultades, escuelas, institutos y centros de todos los campus de la UNACH, ubicados en el Estado de Chiapas.

Imagen 1.

Edificio de Rectoría



Nota: Edificio de Rectoría UNACH [Fotografía], por Liliana Hasay García Leal, 2024.

CAPÍTULO II. Conceptualización del Objeto de Estudio

Este capítulo muestra los resultados de la revisión de la literatura sobre el tema de calidad en el servicio, seguido de aspectos de calidad, de servicio, de mejoramiento de la calidad con distintos autores. Posteriormente se aborda el concepto de satisfacción del cliente, así como los modelos de medición de la calidad del servicio y el concepto y teoría del proceso, con lo cual se da soporte a la investigación.

2.1 Conceptualizaciones de la Calidad y del Servicio

Este apartado se inicia con los conceptos de calidad y generalidades de los servicios, características de los servicios y ciclos de servicios.

2.1.1 Aspectos de la Calidad

En un estudio realizado por Mora Contreras (2011), señala que la calidad se ha definido de diversas maneras, desde el valor con exponentes como Abbott (1995) y Feigenbaum (1951); desde la conformidad con las especificaciones con autores como Gilmore (1974) y Levitt (1972), desde la conformidad con los requisitos exigidos manejados por Crosby (1979), desde la aptitud para el uso del producto con Juran (1974 y 1988), la búsqueda de no pérdida por parte del cliente abordado por Taguchi, y el conocimiento y/o superación de expectativas de los clientes trabajado por Grönroos (1983), Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985), citados por Reeves y Bednar (1994, p. 419).

Respecto a la calidad de un producto o servicio, autores como Ponce y López señalan que:

“La calidad de un producto o servicio no puede definirse fácilmente, por ser una apreciación subjetiva; sin embargo, se puede decir que es la percepción que el cliente tiene del mismo. Es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con un producto o servicio determinado, que sólo permanece hasta el punto de necesitar nuevas especificaciones.” (Ponce, M. y López, G. (2007).

Buscando en el diccionario de la Real academia española (Rae.es), la palabra calidad hace referencia al latín *qualitas*, y como primera definición presenta la siguiente: “f. Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo que permite juzgar su valor. Esta tela es de buena calidad”. Como segunda definición del diccionario, indica “f. Buena calidad, superioridad o excelencia.” La cual no aporta más que una calificación o especie de sinónimos. La tercera definición indica que es “f. Adecuación de un producto o servicio a las características especificadas”, siendo ésta última que de forma indirecta involucra al cliente o usuario del producto o servicio quien tiene que señalar las especificaciones. Con lo anterior se puede considerar al cliente y el concepto de éste.

Así como el concepto de calidad, también debe definirse el concepto de servicio.

2.1.2 Generalidades del Servicio

Existen diversos autores que definen al servicio, entre ellos Ponce y López (2007) y Berry, Bennet y Brown (1989), quienes indican que el servicio:

“Es el conjunto de actividades inter relacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.” (Ponce, M. y López, G. (2007).

Por su parte, Berry, Bennet y Brown (1989) afirman que:

“Servicio es en primer lugar un proceso, es una actividad directa o indirecta que no produce un producto físico, es decir, es una parte inmaterial de la transacción entre el consumidor y el proveedor. Puede entenderse al servicio como el conjunto de prestaciones accesorias de naturaleza cuantitativa o cualitativa que acompaña a la prestación principal.”

Por su parte Kotler, P. y Armstrong, G. (2013), señalan que “los servicios son una forma de producto que consiste en actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en venta, y que son esencialmente intangibles y no tienen como resultado la propiedad de algo.”

Una vez conocido el concepto de servicio, se hace necesario identificar las características que poseen, así como los elementos de esas características.

2.1.2.1 Características de los servicios

Respecto a las características de los servicios, Vargas y Aldana (2006), señalan, que son: La Propiedad, contacto directo y la participación del cliente. A continuación, se describe cada una a través de la tabla 1.

Tabla 1.

Características del servicio

Característica	Descripción
Intangibilidad	De acuerdo con Lovelock (1983), la mayoría de los servicios son intangibles. “No son objetos, más bien son resultados. Esto significa que muchos de los servicios no pueden ser verificados por el consumidor antes de su compra para asegurarse de su calidad, ni tampoco se pueden dar las especificaciones uniformes de calidad propia de los bienes.” Es por ello que una organización puede tener dificultades para conocer como sus clientes perciben la calidad de los servicios.
Heterogeneidad	Se afirma que los servicios son heterogéneos debido a que el resultado de su prestación puede ser muy variable entre un productor y otro, de un cliente a otro o de un día a otro. Por tanto, como señala Duque (2005), es muy difícil asegurar una calidad uniforme, porque lo que la empresa presta como servicio puede ser distinto a lo que perciben los clientes o usuarios del servicio.
Inseparabilidad	Grönroos (1979), señala que: “En muchos servicios, la producción y el consumo son indisolubles”. “En servicios intensivos, en capital humano, a menudo tiene lugar la interacción entre el cliente y la persona de contacto de la empresa de servicios. Esto afecta considerablemente la calidad y su evaluación”.

Nota: elaboración propia con datos de Vargas y Aldana (2006).

“Los elementos anteriores, abren paso a los atributos entendidos, como la intensidad con la cual una característica está en una persona, en un proceso o en una cosa.” Vargas y Aldana (2006).

De acuerdo con Parasuraman, Zeithalm y Berry (1985), citados por Duque (2005. P.65), los elementos en los que descansan las características fundamentales de los servicios son: “la intangibilidad, la no diferenciación entre producción y entrega y la inseparabilidad de la producción y el consumo”. También señala que no se pueden evaluar del mismo modo a los servicios y a los productos tangibles.

Las características de los servicios, como indican Parasuraman, Zeithalm y Berry (1985), “implican cuatro consecuencias importantes, en el estudio de la calidad del servicio”, que a continuación se enlistan:

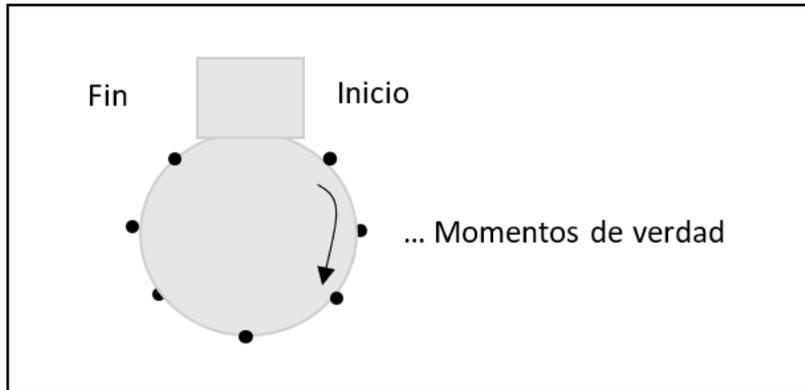
- La calidad de los servicios es más difícil de evaluar que la calidad de los bienes.
- La propia naturaleza de los servicios conduce a una mayor variabilidad de su calidad y, consecuentemente, a un riesgo percibido del cliente, más alto que en el caso que la mayoría de bienes.
- La valoración (por parte del cliente) de la calidad del servicio tiene lugar mediante una comparación entre expectativas y resultados.
- Las evaluaciones de la calidad hacen referencia tanto a los resultados como a los procesos de prestación de los servicios.

Con los puntos anteriores, se hace presente el concepto de proceso del servicio. Para Albretch (1982), “los ciclos de servicio, fundamentados en los momentos de verdad”, se enfoca más como ayuda al productor, es decir, el prestador de servicios. También considera que “el empleado ya no presta un servicio, sino que es parte del mismo”.

El planteamiento de los momentos de verdad y el concepto de ciclos del servicio, ayuda a los miembros de la organización, ofreciendo asistencia a los clientes, permitiéndoles organizar las imágenes mentales de lo que ocurre.

Imagen 2.

Ciclo del servicio



Nota: Dibujo elaborado de la imagen de Albretch (1992, p.35), citado por Duque (2005).

En la imagen 2, el gráfico muestra la construcción básica del servicio, señalando que ya no solo es tarea del empleado, si no que ahora se convierte en un momento de verdad (representado por los puntos en el gráfico), controlado por cada empleado y/o sistema que tenga contacto con el cliente. “Un momento de verdad, es cualquier situación en la que el cliente se pone en contacto con algún aspecto de la organización y obtiene una impresión sobre la calidad de su servicio (definida por Grönroos como elementos del *process of service delivery*, PSD)”, citado por Duque (2005. P.66).

Finalmente, los conceptos anteriores se engloban en el estudio de la calidad del servicio.

2.1.2 Elementos de la calidad en el servicio

La calidad en el servicio tiene distintos conceptos de acuerdo a los diferentes autores y áreas de aplicación, por ejemplo, el concepto de Zeithaml, Parasuraman y Berry, citados por Ponce y López (2007), señalan un concepto muy completo:

“Según Zeithaml, Parasuraman y Berry (1991), el enriquecimiento de un servicio superior en calidad recae sobre todos provocando una reacción en cadena de los que se benefician ante él; consumidores, empleados, gerentes y accionistas, provocando el beneficio general y por ende el bienestar de la comunidad”.

Lo anterior claramente relaciona tanto a los clientes como a los prestadores del servicio incluyendo al personal de diferentes niveles en la empresa u organización.

Para evaluar o medir la calidad de un servicio es muy importante considerar la opinión del cliente, quien finalmente es el que califica o evalúa, porque recibe el servicio y tiene necesidades y expectativas que se deben cumplir para con ello lograr su satisfacción, una vez lograda la satisfacción es muy probable que repita la solicitud del servicio y ello es conveniente para la empresa u organización que brinda el servicio.

2.1.3 Modelos de medición de la calidad del servicio

Zeithaml, Bitner y Glemer (2009), citados por Contreras, Camacho y Segura (2019), afirman que “la calidad en el servicio es el elemento dominante en las evaluaciones de los clientes sobre el desempeño de la organización”.

Existen varios modelos como el denominado Nórdico desarrollado por Gönroos (1984), el modelo jerárquico multidimensional de Brady y Cronin (2001), que se fundamentan en la percepción del resultado del servicio, como lo indican Torres y Vázquez (2015, p 60).

A continuación, se presenta un resumen de algunos modelos y sus dimensiones, que permiten medir la calidad del servicio por parte de los clientes o usuarios de los servicios, la aplicación depende del tipo de organización y el producto o servicio que se proporciona.

El modelo de Grönroos (1984), citado por Mora (2011, p.152), es creado considerando la importancia de entender lo que el usuario busca y evalúa, este autor propone dos dimensiones del servicio, por un lado, la calidad técnica y por otro, la calidad funcional. A la calidad técnica también le denomina diseño del servicio con lo cual se valora lo que el cliente quiere, viéndose reflejado en el resultado general de la calidad del servicio. A la calidad funcional también le llama proceso de la calidad del servicio, que se centra en cómo se prestará el servicio y señala que la calidad funcional impacta en la calidad técnica. Involucra tanto las experiencias como las expectativas.

Por su parte, Parasuraman, Zeithaml y Berry en 1985 crearon un modelo conocido como modelo de brechas o *gaps*, el modelo desarrollado es denominado SERVQUAL (*Service Quality*), iniciaron con las siguientes preguntas: “¿cuándo un servicio es percibido de calidad?, ¿qué dimensiones integran la calidad?, y ¿qué preguntas deben integrar el cuestionario para medir la calidad?” (Camisón, Cruz y González, 2006, p.918).

Tabla 2.

Modelos para medir la calidad del servicio por percepción y/o expectativa

Modelo	Precursor (año)	Variables o Dimensiones componentes	Aplicación
Modelo de calidad del servicio PSQM	Grönroos 1984 Escuela Nórdica	Expectativas vs Percepción	a) Calidad técnica b) Calidad funcional c) Imagen corporativa General Salud Supermercados Hotelería Educación
Modelo SERVQUAL Evaluación de la calidad del servicio. Brechas (gaps)	Parasuraman, Berry y Zeithaml, 1985 Escuela norteamericana	Expectativas vs Percepción	a) Empatía b) Fiabilidad c) Seguridad d) Capacidad de respuesta e) Elementos tangibles 22 items de percepción 22 items de expectativa Escala de Likert General Salud Supermercados Hotelería Educación universitaria
Modelo Service Performance SERVPERF	Cronin y Taylor, 1992	Percepción	a) Empatía b) Fiabilidad c) Seguridad d) Capacidad de respuesta e) Elementos tangibles 22 items de percepción Escala de Likert General Salud Supermercados Hotelería Educación universitaria
Modelo	Brady y Cronin	Percepción	a) Calidad de la General

jerárquico **2001**
multidimensional

interacción: Salud
actitud, Supermercados
compromiso, Hotelería
experiencia. Educación
b) Ambiente universitaria
físico:
condiciones
ambientales,
diseño de las
interacciones,
condiciones
de socializar.
c) Calidad de los
resultados:
tiempo de
espera,
elementos
tangibles y
valencia del
servicio.

Nota: Elaborado con datos de Camisón et.al. (2006), Torres y Vásquez (2015) y Mora (2011).

El método SERVQUAL consta de 5 dimensiones, como lo indican Arciniegas y Mejías (2016), las cuales se describen en la Tabla 3:

Tabla 3.

Dimensiones y explicación del Modelo SERVQUAL

Dimensión	Descripción
1. Capacidad de respuesta	Disposición del personal para prestar su ayuda y servicio rápido a los usuarios.
2. Fiabilidad	Prestación del servicio prometido de modo adecuado y estable en el tiempo.
3. Empatía	Capacidad para entender la perspectiva del usuario.
4. Seguridad	Atención y habilidades expuestos por los empleados para inspirar confianza y credibilidad.
5. Elementos tangibles	Representa la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.

Nota: Elaboración propia con datos de Arciniegas y Mejías (2016).

Los resultados que obtuvieron de sus investigaciones los llevaron a las siguientes respuestas: “un servicio es de calidad cuando las percepciones igualan o superan las expectativas que sobre él se habían formado.”

La gestión de expectativas se considera más fácil si se conocen los factores que contribuyen a su formación, Parasuraman et. al. Identificaron los elementos condicionantes que a continuación se enlistan:”

1. Comunicación boca-oído. Hace referencia a experiencias, recomendaciones y percepciones de otros clientes o usuarios.
2. Necesidades personales. Qué servicio es el que verdaderamente necesita el cliente.

3. Experiencias anteriores. Las expectativas de los clientes dependen de sus experiencias previas al servicio. Así se espera más de aquello de lo que se ha recibido un elevado nivel y menos de lo que se ha recibido un nivel bajo.

4. Comunicación externa. Son señales ofrecidas por las empresas sobre los servicios que ofrecen, como puede ser, entre otras la publicidad o el propio precio del servicio.”

Finalmente, estos autores establecen los cinco elementos o dimensiones, señalados en la tabla 1, para medir y desarrollaron un instrumento de calidad percibida denominado SERVQUAL (*Service Quality*), donde el concepto de calidad en el servicio se presenta como el grado de ajuste entre las expectativas del servicio (lo que el cliente desea o espera del servicio) y la percepción final del resultado del servicio por el cliente.

Este modelo tiene 22 ítems (44 preguntas ya que cada ítem se responde por un lado para conocer expectativas y por otro para conocer percepciones) con 5 dimensiones, se maneja una escala de Likert de 1 a 7 puntos, va desde 1 como fuertemente en desacuerdo, hasta 7 fuertemente de acuerdo).

Las dimensiones, en el orden que lo presentan Camisón, Cruz y González (2006, p.923), son: elementos **tangibles** con 4 aspectos a valorar, **fiabilidad** con 5 aspectos a valorar, **capacidad de respuesta** con 4, seguridad con 4 y **empatía** con 5 aspectos. A pesar de los buenos comentarios, también recibió críticas y como alternativa, pero con base en este cuestionario, Cronin y Taylor (1992), crearon las escalas para medir la calidad percibida basada únicamente en la percepción del cliente sobre el servicio recibido, lo cual reduce a 22 ítems (reduce a la mitad), y lo denominan **SERVPERF**, el cual se basa únicamente en la percepción de los clientes, pero considerando las mismas cinco dimensiones.

Destacando que ésta encuesta es suficiente para conocer la percepción de los usuarios del servicio que permite medir los aspectos que son susceptibles de ser mejorados, se decide tomar el modelo adaptado a la institución.

2.1.4 Mejoramiento de la calidad

Una vez identificados los conceptos de calidad, servicio y calidad en el servicio se establecen los elementos o aspectos más importantes sobre la teoría de la planificación para la calidad y el mejoramiento de la calidad, como señala Juran, quien define un “mapa de planificación de la calidad” y señala 6 puntos importantes que a continuación se indican:

- “1. Identificación de los clientes
2. Determinar las necesidades de los clientes
3. Traducir las necesidades a nuestro lenguaje
4. Desarrollar productos con características que respondan en forma óptima a las necesidades de los clientes
5. Desarrollar un proceso que sea capaz de producir las características del producto
6. Transferir el proceso a la operación

Así también señala que, para el **mejoramiento de la calidad**, las bases de este proceso los expresa en 8 puntos que son:

- “1.- Realizar todas las mejoras, proyecto por proyecto.
- 2.- Establecer un consejo de calidad.
- 3.- Definir un proceso de selección de proyectos.

- 4.- Designar para cada proyecto un equipo de seis a ocho personas con la responsabilidad de completar el proyecto.
- 5.- Otorgar reconocimientos y premios.
- 6.- Aumentar el peso del parámetro de calidad en la evaluación del desempeño en todos los niveles de la organización.
- 7.- Participar de la alta dirección en la revisión del progreso de las mejoras de calidad.
- 8.- Proporcionar entrenamiento extensivo a todo el equipo administrativo en el proceso de mejora de calidad, sus métodos y herramientas para establecer el programa de mejora de calidad anual.” (Vargas Quiñones y Aldana de Vega, 2006, p. 37).

Todos estos elementos de la calidad del servicio van enfocados a buscar la manera de brindar un servicio de la mejor manera posible con el objetivo de que el cliente quede satisfecho y repita la compra o la solicitud del servicio. Es por ello que se tiene que considerar la satisfacción del cliente. Como se puede apreciar de la siguiente definición de la asociación americana de control de calidad:

“Se acepta la definición de calidad como “la totalidad de los rasgos y características de un producto o servicio que se sustenta en su habilidad para satisfacer las necesidades establecidas o implícitas” (*American Society for Quality Control*) y la bastante similar planteada en la norma internacional ISO9000 que indica que calidad es “la totalidad de las características de una entidad (proceso, producto, organismo, sistema o persona) que le confieren aptitud para satisfacer las necesidades establecidas e implícitas.” (Carro R. y González D. (2012).

Caber señalar que cualquier organización que brinde servicios, tendrá que considerar que los clientes sean atendidos de tal forma que queden satisfechos y repitan la compra o el uso de los servicios, es por ello importante considerar la satisfacción del cliente.

2.2 Aspectos de la satisfacción del cliente

Desde el tema de la administración de las relaciones con los clientes, “es el proceso general de crear y mantener relaciones rentables con los clientes al entregar satisfacción y valor al cliente. Maneja todos los aspectos de adquirir, mantener y crecer a los clientes”. Como lo señalan Kotler y Armstrong (2013, p13)

Respecto a la Satisfacción del cliente, también Kotler y Armstrong (2013, p.14), señalan que:

“depende del desempeño percibido de un producto en relación a las expectativas del comprador. Si el desempeño del producto es inferior a las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si el desempeño es superior a las expectativas, el cliente estará satisfecho. Si el desempeño es superior a las expectativas, el cliente estará muy satisfecho e incluso encantado”.

En resumen, señalan que un cliente satisfecho repetirá su compra y el cliente encantado, además de repetir la compra, comunicará a los demás sus buenas experiencias, lo cual genera éxito en la empresa u organización.

Por su parte, Fisher y Espejo (2011), afirman que las organizaciones se orientan cada vez más en la satisfacción del cliente, para ello sugieren que se debe implementar un sistema de calidad total, el cual “es un sistema que ofrece más de lo que requieren los consumidores, se anticipa a sus gustos y necesidades, y establece estándares de calidad”. (p. 22)

Los principales elementos que persigue un sistema de calidad total son:

1. Conocer y esforzarse para ofrecer más de lo que requieren los consumidores, esto quiere decir que el objetivo de la empresa no solo debe limitarse a buscar los gustos y necesidades actuales de los consumidores, sino anticiparse a ellas.

2. Establecer estándares para que todos los productos presenten los mismos parámetros de calidad, que no exista variación entre los productos, así los consumidores tendrán la certeza de que todos los productos que ostentan la marca ofrecen las mismas características y calidad.

Aun cuando los autores trabajan en el concepto de producto, esto también es aplicable a un servicio.

El servicio es centrado en el cliente y este concepto de satisfacción se relaciona directamente con el cliente, para ello se enuncia el significado de cliente

“Un cliente es “cualquiera que se ve afectado por el servicio, el producto o el proceso”. (Gryna F., Chua R. , Defeo J. (2007).

Si el producto o servicio es evaluado o medido, este en caso de ser inadecuado podrá corregirse, de lo contrario, nunca se sabrá si se cumple con lo ofrecido o con lo esperado por el cliente.

“la calidad de un producto o servicio es equivalente a estar seguro de **medir** todas las características de un producto o servicio que satisfagan los criterios de especificación. “(Crosby P., Tomado de la revista *Quality Progress* Noviembre,2021). Lo anterior implica que debe medirse la calidad del servicio y para ello existen algunos modelos.

Para la presente investigación, es viable aplicar el modelo SERVPERF, para medir la percepción de los clientes (usuarios internos y externos).

El cliente es el que evalúa los servicios y señala si son de calidad o si cumple con sus expectativas y en todo caso si queda satisfecho o insatisfecho.

Respecto a la percepción del cliente, autores como Melara (2020) y Sordo (2021), citados por Miranda-Cruz et. al. (2021, p.1437), señalan respectivamente que “la percepción del cliente son valoraciones subjetivas que este se forma luego de experimentar los servicios o productos” y “se genera cuando evalúa la experiencia que tiene con la organización, incluidos el producto que ofrece, tus estrategias de branding y tu servicio”.

Precisamente por ser una valoración subjetiva, la que realiza el usuario, va de acuerdo a su percepción en su experiencia del servicio recibido, cómo fue tratado por el personal, las instalaciones, los horarios, sus expectativas, su propio estado de ánimo, la disponibilidad de la agenda y las condiciones en que se lleva a cabo el proceso administrativo para la renta o préstamo de los espacios universitarios, ello puede variar de un servicio a otro. Sin embargo, los instrumentos ya probados en los modelos citados, ayudan a tener una imparcialidad al momento de aplicarlos.

Si la calidad se mide con cierta frecuencia, eso permitirá detectar situaciones que se pueden mejorar o corregir, así como identificar los procesos y procedimientos que se efectúan adecuadamente, en cualquier organización.

2.3 Proceso como cadena de valor

Respecto al proceso, Camisón et. al. (2006, p.843) afirman que “podemos definir un proceso como un conjunto de actividades realizadas por un individuo o grupo de individuos cuyo objetivo es transformar entradas en salidas que serán útiles para un cliente”. También indican que cada grupo de actividades o procesos conforman una cadena de valor y lo que se busca es satisfacer al cliente, considerando que se genera valor añadido en cada actividad.

Por su parte, Hernández-Oro; Medina-León y Hernández-Pérez (2012, p.10), manifiestan que es importante “representar y describir los procesos como un paso necesario previo a su mejora que debe ser ejecutado de manera efectiva”.

También Hernández-Oro et.al. (2012, p.10), señalan que para describir adecuadamente un proceso se puede utilizar una “ficha de proceso” que debe contener los siguientes datos llamados elementos que lo componen:

“denominación del proceso, responsable, objetivo, salida o finalidad, resultado del proceso, proveedores, destinatario o clientes, otros grupos de interés, secuencia de actividades, recursos, indicadores (mediciones del funcionamiento de un proceso) y riesgos (pueden requerir, incluso, la confección de un mapa de riesgos)”.

Con lo anterior se sientan las bases teóricas que fundamentan y respaldan la investigación respecto a la percepción de los usuarios de los espacios universitarios, para la realización de eventos académicos, deportivos y culturales.

CAPÍTULO III. Contextualización del Objeto de Estudio

En la Universidad Autónoma de Chiapas se realizan diversos eventos académicos, deportivos y culturales, tanto de las dependencias internas como de instituciones y dependencias externas o que pertenecen a la Sociedad, así como de algunos particulares.

3.1 Generalidades de la Universidad Autónoma de Chiapas

La Universidad Autónoma de Chiapas es una institución de educación superior de gran trascendencia en el sur de la República Mexicana, a continuación, se presentan los antecedentes desde su creación.

3.1.1 Antecedentes de la Universidad

En la página web de la Universidad Autónoma de Chiapas (UNACH, s.f.), se menciona que,

“En julio de 1975, siendo director de la Escuela de Ingeniería Civil, el Ing. Carlos Serrato Alvarado bosquejó el escudo universitario. Antes se había organizado un concurso para tal fin, habiéndose declarado desierto. Ante esta situación y tomando en cuenta la apremiante necesidad que se tenía del escudo, el Ing. Serrato Alvarado lo diseñó.”

En él se trató de presentar simbólicamente a México y Chiapas, pero haciendo énfasis en Chiapas no como una entidad más, sino como el Estado cuyo pueblo por propia voluntad decidió adoptar la mexicanidad. Esto se simboliza en el escudo con dos águilas.

Por otra parte, se representó geográficamente a la entidad con relación al Istmo y además la estructura característica de la Universidad, cuyas instalaciones están diseminadas estratégicamente a lo ancho y largo del territorio estatal, para que la cultura pueda llegar fácilmente hasta el más apartado rincón del Estado de Chiapas.

A las iniciales de la Universidad Autónoma de Chiapas se le agregó la letra "N" para diferenciarlas de las otras Universidades. Como no se tenía el lema, se dejó el espacio requerido, colocando en su lugar "Ciencia, Arte y Tecnología".

Finalmente, el escudo fue presentado y aprobado en la reunión ordinaria número 8 del H. Consejo Universitario, celebrado en Tapachula en 1976.

Se hicieron dos ejemplares originales, uno se conserva en la Escuela de Ingeniería, rescatado por el Ing. Alonso Figueroa Gallegos, y el otro se entregó a la Rectoría en la celebración del XXIV aniversario de la Escuela.

El escudo se encuentra enmarcado por la leyenda que dice Universidad Autónoma de Chiapas; en el interior dos águilas de perfil situadas a la derecha e izquierda de la "U" mayúscula que significa "UNIVERSIDAD" dentro de ella y en la parte superior se producen las iniciales UNACH.

Dentro de una figura geométrica compuesta de cuatro líneas rectas paralelas por cuatro líneas curvas, y en la parte inferior un círculo en cuyo núcleo se perfiló al Estado de Chiapas, el Océano Pacífico, el Golfo de México y los trazos que delimitan las fronteras geográficas de Chiapas, Oaxaca, Veracruz, Tabasco y Guatemala, encerrando en los términos que contiene los términos "ciencia-arte-tecnología". Este escudo deberá insertarse en los documentos oficiales de la

Universidad Autónoma de Chiapas. -Viernes 6 de febrero de mil novecientos setenta y seis, Tapachula, Chiapas.”

3.1.2 Misión, Visión y Principios universitarios

Como organización la Universidad Autónoma de Chiapa tiene una misión y se describe de la siguiente manera:

Misión:

“La Universidad Autónoma de Chiapas es una Institución de Educación Superior pública y autónoma, socialmente responsable y con vocación de servicio; que forma de manera integral a profesionales competentes, críticos, éticos, con conciencia ciudadana y ambiental. La UNACH genera, divulga y aplica el conocimiento científico, tecnológico y humanístico; difunde la cultura y el arte, promueve el deporte y extiende sus servicios, vinculada con la sociedad en entornos locales, nacionales e internacionales; con personal calificado y programas educativos pertinentes y de calidad, para contribuir al desarrollo sustentable, al bienestar social, la cultura de paz, la democracia, la equidad y los derechos humanos” (UNACH s.f.)

Asimismo, cuenta con una visión dirigida hacia el 2030, que se enfoca de la siguiente manera:

Visión:

“La Universidad Autónoma de Chiapas en el 2030 es una institución reconocida internacionalmente por el desempeño profesional y social de sus egresados; sus programas educativos pertinentes y acreditados; por los resultados de su actividad científica, humanística y tecnológica; su vinculación mediante acciones de colaboración y cooperación con organizaciones de los sectores público, privado y social, con la guía del Modelo Educativo Institucional y de una gestión transparente y efectiva, que impulsa el desarrollo de Chiapas y de México.” (UNACH s.f.)

Principios Universitarios

Dentro de los principios universitarios se encuentran autonomía, libertad, justicia, igualdad y servicio, que a continuación se describen.

Sobre la autonomía señala que:

“La **autonomía** universitaria es al mismo tiempo la facultad constitucional y la responsabilidad de autogobernarse. Por tanto, este vocablo evoca concepciones tales como: autoconciencia, autodeterminación, independencia, dentro del marco de la legalidad. La autonomía se refleja en la actividad universitaria relativa al cabal cumplimiento de su objeto. Por lo que, estas actividades son las contempladas en el artículo 2º de la Ley Orgánica de la Universidad. Entre esos valores están la conciencia, independencia, gobernanza y democracia.” (UNACH s.f.)

Libertad.

“Las personas integrantes de la Comunidad Universitaria, actuarán libres en pensamiento, actuación y elección, por lo que gozarán del ejercicio de las libertades a las que tienen derecho, respetando los derechos de terceros y en especial la dignidad de las personas, siempre dentro del marco normativo de la Universidad y en un marco de legalidad. Por lo que, en los espacios universitarios, prevalecerá la libre expresión y la discusión de ideas, la libertad de cátedra e investigación, conforme a la legislación vigente y al Modelo Educativo y Académico de la Universidad Autónoma de Chiapas.” (UNACH s.f.)

Justicia.

“Es el valor de la democracia por excelencia, la justicia es la suma de todas las virtudes, encaminadas a lo legal y hacia el respeto a la equidad, es el principio que rige las relaciones humanas en cordialidad e impide las actitudes negativas que atentan contra los altos principios que profesa la Comunidad Universitaria.” (UNACH s.f.)

Igualdad.

“Es un ejercicio cotidiano dentro de la Universidad, sin distinguir origen étnico o nacional, el género, la edad, las discapacidades, la condición social, las condiciones de salud, la religión, las opiniones, las preferencias sexuales, el estado civil o cualquier otra que transgreda la dignidad

humana de las personas. Además, se velará en todo momento por la igualdad sustantiva entre hombres y mujeres.” (UNACH s.f.)

Servicio.

“La Universidad además de ser una comunidad humanística; incidirá en el desarrollo del Estado y de la Nación, en la región sur-sureste y Centroamérica, a través de la enseñanza de la educación superior, investigación, construcción, extensión y sociabilización del conocimiento y la cultura, por medio de la formación y actualización del personal técnico, docente y de investigación con compromiso social, económico, político y cultural. Se resaltan valores como la calidad, responsabilidad social, transparencia y rendición de cuentas.” (UNACH s.f.)

3.2 Coordinación de Enlace Universitario

La Coordinación de Enlace Universitario (CEU) de la Universidad Autónoma de Chiapas (UNACH), es un área que forma parte de la Oficina del rector, en archivos localizados en oficina mencionan que fue creada el 21 de abril del año 2008. Se organiza de tal manera en que pueda atender al público interno y externo, cuenta con 5 personas a nivel operativo y una coordinadora.

3.2.1 Funciones de la CEU

La Coordinación de Enlace Universitario se encarga de establecer y mantener relaciones al exterior, entre la universidad y otras instituciones académicas, gubernamentales y sociedad en general, así como al interior se encarga de coordinarse con las dependencias de la administración central, las facultades, escuelas e institutos universitarios.

La CEU tiene como propósito, proyectar una imagen institucional y rectoral hacia el exterior a través del desarrollo exitoso de eventos universitarios a partir de estrategias eficaces y efectivas de colaboración entre las dependencias universitarias y dependencias externas.

Las funciones de la CEU pueden variar según la universidad, pero en general, incluyen:

- Coordinar las acciones de enlace institucional para el desarrollo de eventos de carácter oficial y académico con los tres niveles de gobierno, sector social, público y privado.
- Establecer lineamientos y protocolos para los eventos universitarios y el directorio institucional.
- Gestionar la logística de los eventos de carácter oficial y académico en los que participe el titular de la Rectoría.
- Coordinar la logística de los eventos en los que participe el titular de la Rectoría, gestionados por dependencias externas.
- Coordinar las acciones en materia de transparencia y acceso a la información referentes a la actualización del directorio de servidores públicos de la universidad.
- Todas aquellas funciones inherentes al área de competencia y acordes a la normatividad universitaria vigente.

Actualmente estas son las funciones que orientan las actividades de la Coordinación de Enlace Universitario, y que se encuentran estableciendo para actualizar el Manual de Organización y Funciones de las Dependencias de Administración Central.

3.3 Procedimiento para la renta y préstamo de espacios universitarios

Dentro de los servicios que ofrece la CEU, está el otorgamiento de espacios para realizar eventos de algunos espacios generales como el Centro de Convenciones “Dr. Manuel Velasco Suárez”, Auditorio de los Constituyentes, las salas que se encuentran en la Biblioteca Central Universitaria “Dr. Carlos Maciel Espinosa”, como son la Sala “Carlos Fuentes”, Sala de Proyección y Sala de Usos Múltiples; así como los espacios que se encuentran albergados en el Centro Cultural Universitario Presidente Juárez, como el Teatro Hundido, Explanada de la

Biblioteca Central, Paseo de las esculturas, Fuente del libro y pasillos adyacentes. También los espacios que se ubican en el Centro Cultural *Balún Canán*, en el que se encuentra el “Foro de la Higuera”, y la Sala de Rectores que se localiza al Interior de la Librería del Fondo de Cultura Económica “José Emilio Pacheco”.

3.3.1. Espacios Universitarios

La Coordinación de Enlace Universitario de la Universidad Autónoma de Chiapas, ofrece en renta para usuarios externos, como son las instituciones y dependencias externas o que pertenecen a la sociedad, así como de algunos particulares, y en préstamo para usuarios internos como Dependencias de Administración central y Dependencias de Educación Superior de la UNACH, se otorga su uso para eventos académicos, deportivos y culturales.

Imagen 3.

Explanada de la Biblioteca Central Universitaria “Carlos Maciel Espinosa” y Centro de Convenciones “Dr. Manuel Velasco Suárez”.



Nota: Elaboración propia [Fotografía] 2024.

3.3.2 Procedimiento de préstamo

Para llevar a cabo el procedimiento administrativo para el préstamo de los espacios universitarios, para el caso de los usuarios internos, cada seis meses se realiza una plática presencial, con apoyo en diapositivas que permiten conocer los lineamientos para poder agendar las fechas y las gestiones con las Dependencias de Administración Central con las que se deben solicitar otros servicios, como mobiliario, servicio de enlaces virtuales, instalación de lonas, equipos de sonido, entre otros.

También se proporciona el número de teléfono para tener comunicación directa por llamada o por *WhatsApp*, el correo electrónico y el número de teléfono de oficina, en el cual se verifica qué espacios se encuentran disponibles según el aforo o la actividad a realizar, y se pueda dejar reservada la fecha.

Además de las diapositivas se proporcionan formatos y documentos que deben ser requisitados y acompañados de un oficio de solicitud del espacio, indicando la fecha, el nombre del espacio, horario de uso y nombre del evento a realizar, así como los datos del responsable directo para tener la comunicación.

Posteriormente se realiza una agenda de eventos que se comparte con las áreas que deben coordinarse para la realización de los eventos la cual se envía por correo electrónico.

3.3.3. Procedimiento de renta

Para llevar a cabo el procedimiento administrativo para renta de los espacios universitarios, para el caso de los clientes o usuarios externos, se recibe la solicitud y se verifica en agenda que el espacio esté disponible en la fecha requerida, o se acuerda una nueva fecha según la

disponibilidad en agenda, posteriormente se realiza un recorrido al espacio universitario para revisar el mobiliario y equipo que necesitan para su evento, y se acuerda con el área de Servicios Generales si se cuenta con el mobiliario y equipo que requieren, o de ser necesario si los usuarios traen o rentan lo que falte. Posteriormente se les elabora la ficha de pago bancario a través, enseguida deben entregar el ticket original otorgado por el banco y a su vez se hace el llenado del contrato de comodato autorizado por la Oficina del Abogado general, al tiempo que se proporciona el número de teléfono para tener comunicación directa por llamada o por WhatsApp, el correo electrónico y el número de teléfono de oficina, posterior a dos días si así lo requiere el usuario externo, se solicita a la Coordinación de finanzas la factura respectiva, para lo cual se les solicita la constancia de situación fiscal actualizada y se les envía por correo electrónico.

CAPÍTULO IV. Abordaje Metodológico del Objeto de Estudio

4.1 Enfoque, Alcance y Diseño de la Investigación

El enfoque de la investigación es mixto, tanto cuantitativo como cualitativo. El alcance es exploratorio, ya que no se ha realizado investigación en la CEU, con las variables calidad del servicio y mejoramiento de procesos para la renta y préstamo de espacios universitarios, dentro de la Coordinación de Enlace Universitario, también es descriptivo debido a que se pretende recolectar la información sobre las variables de calidad en el servicio y la satisfacción de los clientes, es decir, la satisfacción de los usuarios internos y externos.

Respecto al diseño, Hernández et. al. (2014), indican que es no experimental y transversal, debido a que se miden las variables tal y como se presentan, es decir, no se manipulan. La transversalidad se refiere a que la medición de las variables se realiza en un tiempo único, en este caso se aplicaron los instrumentos durante una semana.

4.2 Formulación de la Hipótesis de la investigación

La hipótesis de trabajo también es llamada hipótesis de investigación, para el presente trabajo se considera una hipótesis causal bivariada, donde la variable independiente es la calidad del servicio y la variable dependiente es el mejoramiento de procesos. Y se enuncia a continuación:

Hi: “La calidad del servicio que presta la CEU respecto a la renta y préstamo de espacios universitarios, evaluada mediante las dimensiones de tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, tienen un efecto en la satisfacción de los usuarios medida a través de la percepción de los usuarios internos y externos, generando un efecto en el mejoramiento de procesos.”

Una vez formulada la hipótesis, se diseñan los instrumentos para poder medir las variables mencionadas.

4.3 Instrumentos de la Investigación

Para medir la variable independiente, Calidad en el servicio, desde la percepción de los usuarios se considera la utilización de un cuestionario denominado SERVPERF, creado por Cronin y Taylor (1992), adaptado para los servicios que oferta la CEU de la Universidad Autónoma de Chiapas, el cual se consideró aplicar al total de 36 usuarios internos y 36 externos, mediante un censo. Se utiliza *Google forms* y es enviado mediante WhatsApp para la aplicación, teniendo como alternativa el instrumento impreso para los usuarios que lo prefieran. En caso de no lograr el censo se puede tomar una muestra aleatoria estratificada, por tipo de usuario.

Cabe señalar que la encuesta denominada **SERVPERF**, la cual cuenta con 5 dimensiones (Tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía), es creada con un total de 22 *ítems* que permiten reflejar la percepción del resultado del servicio que reciben los usuarios internos y externos, a cerca del préstamo o renta de los espacios universitarios otorgados por la CEU de la UNACH.

Entrevista a personal encargado del procedimiento de renta y préstamo de espacios y que se coordina o enlaza con áreas como la Dirección de Servicios Generales, la Secretaría de Identidad y Responsabilidad Social Universitaria y la Coordinación General de Finanzas, todas ellas pertenecientes a la Universidad, o en su caso, algún otro proveedor externo de servicios (por ejemplo: video con circuito cerrado, iluminación, *coffee break*). Con la finalidad de coordinar tanto los montajes de mobiliario y equipo, el tema de seguridad y protección civil, y para el cobro y la emisión de facturas referentes al servicio cuando se requiere, respectivamente.

4.3.1 Formato de Cuestionario

El formato del cuestionario aplicado se agrega en los anexos de este trabajo de investigación.

4.3.2 Formato de entrevista

El formato de la entrevista aplicada a la colaboradora de la CEU, encargada del proceso administrativo de renta y préstamo de espacios, se agrega en los anexos de este trabajo de investigación.

4.4 Selección del Universo

Debido a que se lleva un registro de los solicitantes se puede contar con la comunicación directa con cada uno de los usuarios tanto internos como externos, por lo que se puede considerar realizar la encuesta a todo el universo de 72 usuarios, se cuenta con un registro de 36 usuarios internos y 36 externos, es decir, se planeó un censo, sin embargo al no tener la disposición del total de usuarios se determinó que se utilizaría una muestra aleatoria estratificada para poder inferir los resultados.

Es importante indicar que algunos usuarios solicitan los espacios en varias ocasiones durante el año para diferentes tipos de eventos, por ejemplo: la Facultad de Contaduría y Administración, Campus I, solicita el auditorio de los Constituyentes para graduaciones en los dos semestres del año, así como para el Congreso Internacional de Investigación en Contaduría y Administración, algunos espacios para toma de fotografías de graduación, entre otros.

Se optó por realizar una muestra aleatoria estratificada, debido a que los usuarios del servicio son de dos tipos, como ya se ha mencionado, internos y externos, es decir, se organizan en dos grupos disjuntos a los cuales se les aplica una muestra aleatoria simple, es decir, cada usuario tiene la misma posibilidad de formar parte de la muestra. Al ser aleatoria o probabilística, es posible hacer inferencia ya que se pueden generalizar los resultados.

4.4.1 Cálculo de tamaño de muestra

De acuerdo con Daniel y Terrell (1996), el tamaño de muestra para estimar la media de la población está dada por la siguiente ecuación Z^2

Fórmula:

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

Donde, N es el tamaño de la población, Z es el valor asociado a la distribución normal estándar de acuerdo a un nivel de confianza, d es error máximo permitido y la variabilidad es pq.

Para este caso, $Z=1.645$ que corresponde a una confiabilidad del 90%

$N= 72$ usuarios. El error considerado en este caso $d=0.07$, con $pq=0.5 (0.5)=0.25$, que corresponde a la máxima variabilidad. El tamaño de muestra es de 48 usuarios, siendo 24 usuarios internos y 24 usuarios externos.

Tabla 4.

Presentación de usuarios como población y muestra.

Estrato	N (tamaño de población)	n (tamaño de muestra)	Porcentaje
1. Internos	36	23	50%
2. Externos	36	23	50%
Total	72	46	100%

4.5 Análisis de Resultados

Los instrumentos que se aplicaron fueron un cuestionario a los dos tipos de usuarios y una entrevista a la colaboradora de contacto de la CEU, que a continuación se describen.

4.5.1 Análisis de los resultados del cuestionario

Las encuestas fueron aplicadas mediante envíos por teléfono celular con la aplicación WhatsApp, capturado en *Google forms*, fue recopilado y procesado con Microsoft Excel 2019.

Las dimensiones consideradas son: Tangibilidad, Fiabilidad, Capacidad de respuesta. Seguridad y empatía.

Tabla 5.

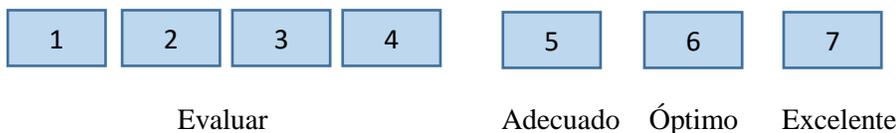
Preguntas asociadas por cada dimensión

<i>Dimensión</i>	<i>Preguntas</i>
<i>Tangibilidad</i>	<i>1,2,3,4.</i>
<i>Fiabilidad</i>	<i>5,6,7,8, 9.</i>
<i>Capacidad de Respuesta</i>	<i>10, 11, 12, 13</i>
<i>Seguridad</i>	<i>14, 15, 16, 17</i>
<i>Empatía</i>	<i>18, 19, 20, 21, 22</i>

Nota: Elaboración propia

Con la escala de Likert de 7 puntos considerando que, cuando el usuario califica o expresa su percepción del servicio, si se califica con valores de 1 a 4, se debe evaluar el servicio en la dimensión señalada. Si el valor es 5 se considera que es adecuado o aceptable, si el valor es 6 se considera de nivel óptimo y si el valor es 7 se considera excelente.

De acuerdo a Romero et. al (2019, p. 257), la interpretación de resultados respecto a la moda de cada dimensión, se puede observar en la siguiente figura:



Desde la perspectiva de usuarios externos que realizan la renta de espacios universitarios y de los usuarios internos que solicitan los espacios en préstamo, se obtuvo lo siguiente:

Dimensión 1

1) Tangibilidad: Apariencia de las instalaciones del espacio universitario.

		Externos	Internos	Percepción
1	¿Cuentan con equipos en buen estado y funcionales?	6.17	6.36	Óptimo
2	¿Las instalaciones físicas (salas, fachada, entrada, estacionamiento, sanitarios) le resultan funcionales?	6.25	6.39	Óptimo
3	¿Encontró el espacio debidamente aseado y ordenado?	6.67	6.54	Óptimo
4	¿Los elementos materiales (señalética y similares) son atractivos y fáciles de entender?	6.54	6.07	Óptimo
	PROMEDIO	6.41	6.34	Óptimo
	MODA	7	7	Excelente

En cuanto a la tangibilidad, que mide la apariencia de las instalaciones de los espacios universitarios que se dan en préstamo o renta, los usuarios externos han calificado con promedio o media de 6.41 y moda 7, lo que corresponde a un estado óptimo y excelente, respectivamente, sin embargo, respecto a la apariencia de las instalaciones es posible que algunos espacios o momentos, los usuarios no encontraron las instalaciones en las condiciones de excelencia. El ítem con menor puntuación es el primero que corresponde a los equipos en buen estado y funcionales, debido a que una calificación individual baja de 2 puntos en la pregunta 1 por parte de un usuario externo que rentó una sala infantil.

Cabe señalar que el promedio presentado por los usuarios internos es similar con un promedio de calificación de tangibilidad de 6.34 y moda 7, siendo la percepción óptima y excelente, respectivamente, sin embargo, se presenta la menor calificación en el ítem 4 que corresponde a la señalética, lo cual debe ser atendido.

En general la percepción de los dos tipos de usuarios, es excelente en cuanto a la moda, pero es posible señalar una calificación individual baja de 2 puntos en la pregunta 1 por parte de un usuario externo que rentó una sala infantil, en esta dimensión.

Dimensión 2

II) Fiabilidad: Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.

		Externos	Internos	Percepción
5	¿El servicio que recibe fue otorgado como fue prometido?	6.63	6.79	Óptimo
6	Cuando la coordinación comenta no contar con algún servicio, ¿le ofrece alternativas?	6.58	6.89	Óptimo
7	Si encontró algún detalle fuera de lo prometido, ¿Mostraron un sincero interés en solucionarlo?	6.17	6.64	Óptimo
8	¿El proceso para el uso del espacio, fue adecuado y en tiempo?	6.63	6.64	Óptimo
9	¿La coordinación cuenta con medios para corregir errores (medios de comunicación, teléfono de oficina, correo, celular)?	6.63	6.89	Óptimo
	PROMEDIO	6.53	6.77	O-E
	MODA	7	7	Excelente

Respecto a la fiabilidad tanto usuarios externos como internos, opinan que el servicio fue otorgado como fue prometido, en un nivel óptimo y es mejor evaluado por los usuarios internos. Claramente ofrecen alternativas al no contar con algún servicio y muestran sincero interés en solucionar algún detalle fuera de lo prometido. El proceso de uso del espacio fue adecuado y en tiempo. Y si la Coordinación cuenta con los medios para corregir errores es de lo mejor percibido por los dos tipos de usuarios.

Dimensión 3

III) Capacidad de respuesta: Disposición y voluntad de los empleados para ayudar al cliente y proporcionar el servicio.

		Externos	Internos	Percepción
10	¿Los enlaces universitarios comunicaron los requerimientos del proceso de renta y/o préstamo claramente?	6.67	6.75	Óptimo
11	¿Al ingresar a las instalaciones, los empleados ofrecen un servicio rápido?	6.67	6.86	Óptimo
12	Si solicitó apoyo a los colaboradores de la coordinación ¿Mostraron disposición en ayudar?	6.71	6.96	Óptimo
13	Al ingresar a las instalaciones ¿Los colaboradores universitarios ofrecen un servicio eficiente?	6.63	6.75	Óptimo
	PROMEDIO	6.67	6.83	Óptimo
	MODA	7	7	Excelente

Como
puede

observarse, la capacidad de respuesta considerada como la disposición y voluntad de los empleados o colaboradores para ayudar a los usuarios, ha sido la dimensión mejor evaluada por los dos tipos de usuarios, esto refleja que si comunican claramente los requerimientos del proceso de renta o préstamo. También refleja la rapidez del servicio, así como la disposición de ayudar que resalta porque ha sido la mejor calificada y finalmente los colaboradores si ofrecen un servicio eficiente. Su nivel de percepción indica que es excelente, de acuerdo a la moda que marca 7 puntos.

Dimensión 4

IV) Seguridad: Conocimiento y atención mostrados por los colaboradores universitarios y sus habilidades para inspirar: credibilidad, seguridad y confianza en el proceso.

		Externos	Internos	Percepción
14	¿El proceso de la renta o préstamo fue claro?	6.63	6.71	Óptimo
15	¿El proceso de renta o préstamo fue rápido?	6.58	6.79	Óptimo
16	¿Los colaboradores universitarios le informaron los tiempos de entrega de documentos para el proceso de renta y/o préstamo de los espacios?	6.88	6.89	Óptimo
17	¿Los colaboradores universitarios informaron de los medios para realizar el proceso de renta o préstamo de los espacios (teléfono, correo, banco, etc)?	6.63	6.89	Óptimo
	PROMEDIO	6.68	6.82	
	MODA	7	7	Excelente

Respecto al conocimiento y atención mostrada por los colaboradores universitarios y sus habilidades para inspirar credibilidad, seguridad y confianza en el proceso, se refleja una gran percepción por parte de los usuarios siendo mayor la de usuarios internos en todos los ítems. Se concluye que el proceso fue claro, fue rápido, los colaboradores informaron de los tiempos de entrega y documentos para el proceso de renta o préstamo de los espacios universitarios. En

resumen, se concluye que la percepción es excelente en esta dimensión, los colaboradores inspiran credibilidad, seguridad y confianza en el proceso de préstamo o renta de los espacios universitarios.

Dimensión 5

V) Empatía: Atención individualizada que ofrece la CEU a los usuarios.

		Externos	Internos	Percepción	
18	¿Le brindaron una atención individualizada y oportuna?	6.67	6.79	Óptimo	
19	¿El espacio fue el conveniente para su evento de acuerdo a la información comentada por el personal de la Coordinación de Enlace Universitario?	6.88	6.96	Óptimo	
20	¿Considera que el servidor universitario le atendió en horario oportuno para usted?	6.71	6.93	Óptimo	
21	¿El servidor universitario consideró importante su evento?	6.58	6.86	Óptimo	
22	¿Los servidores universitarios comprendieron las necesidades que buscó como usuario, mostrando interés en dar buena atención de principio a fin el proceso para el uso del espacio?	6.63	6.86	Óptimo	
	PROMEDIO	6.69	6.88		
	MODA	7	7	Excelente	La última dimensión

n

evaluada fue la empatía, que se refiere a la atención individualizada que ofrece la CEU a los usuarios, encontrándose que ambos tipos de usuario la clasifican como excelente con 7 en la moda considerando la escala tipo Likert. Esto permite determinar que la atención fue individualizada y oportuna, que el espacio fue conveniente para su evento de acuerdo a la información comentada con una calificación alta. En esta dimensión la mejor calificación se logra en el horario oportuno de atención por parte del servidor universitario. Finalmente se observa que el servidor consideró importante su evento y los servidores comprendieron las necesidades del usuario y el colaborador mostró interés en dar buena atención de principio a fin

en el proceso de uso del espacio. De manera global esta dimensión también fue calificada como excelente.

Aun cuando los resultados son favorables, siempre debe evaluarse la percepción del usuario, conocer sus necesidades y anticiparse a sus requerimientos con la mejor actitud posible.

Una vez presentados los resultados del modelo SERVPERF, se pueden observar otros aspectos solicitados a los encuestados y a continuación se presentan algunos aspectos importantes como:

a) los espacios con mayor demanda.

Los espacios más utilizados son el Auditorio de Los Constituyentes ubicado en la colina universitaria, solicitado en el 45.8% de los casos, seguido del Centro de Convenciones “Dr. Manuel Velasco Suárez” con el 31.3% de las solicitudes. La Sala de Rectores de la Librería es requerido con un 8.3% de frecuencia mientras que la biblioteca, al dividirse en salas, cuenta con el 10.5% de las solicitudes.

Se observa que los espacios menos solicitados son los que se encuentran al aire libre, esto puede ser debido a diferentes causas que no forman parte de la presente investigación.

Cabe señalar que un mismo usuario puede solicitar más de un espacio en distintos momentos del año, dependiendo del tipo de evento a realizar.

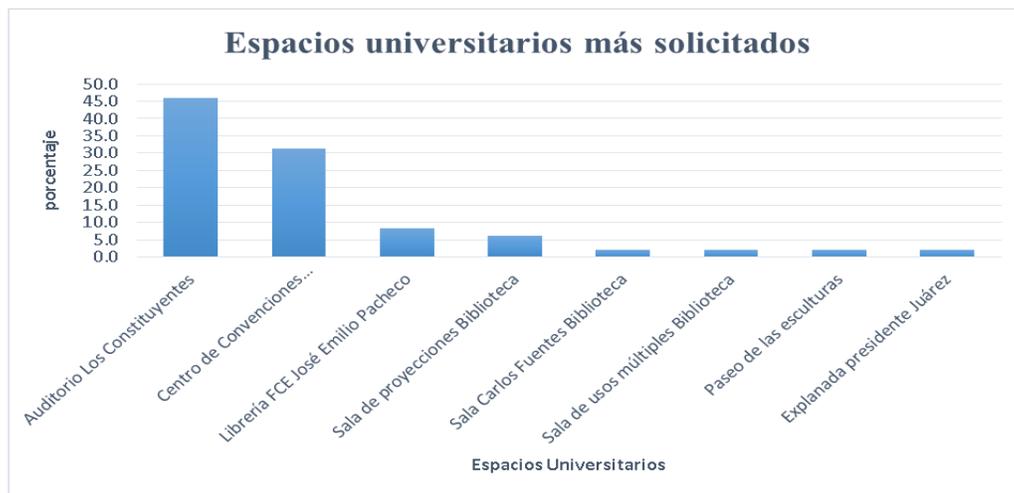
Tabla 6

Espacios solicitados en préstamo y renta durante el año 2023

Espacio	Porcentaje
Auditorio Los Constituyentes	45.8
Centro de Convenciones “Dr. Manuel Velasco Suárez”	31.3
Librería FCE José Emilio Pacheco	8.3
Sala de proyecciones Biblioteca	6.3
Sala Carlos Fuentes Biblioteca	2.1
Sala de usos múltiples Biblioteca	2.1
Paseo de las esculturas	2.1
Explanada Presiente Juárez	2.1
Porcentaje Total	100.0

Gráfica 1.

Representación Gráfica del uso de espacios



Nota: Elaboración propia con datos proporcionados en la Coordinación de Enlace Universitario.

Como se observa en la gráfica el espacio con mayor número de solicitudes es el Auditorio de Los Constituyentes, que cuenta con una capacidad o aforo de 496 butacas.

4.5.2 Análisis de los resultados de la entrevista

Resultados de la entrevista a la colaboradora de la CEU

Entrevista a colaboradora universitaria encargada del procedimiento para la renta y préstamo de los espacios universitarios.

Nombre: Victoria Soberano Coronado

Tiempo realizando el procedimiento de renta o préstamo de espacios: 5 años

1. Describa el procedimiento para la renta de espacios universitarios.

- Realizamos el recorrido del espacio que desean solicitar
- Se pide que entreguen la solicitud oficial del espacio a Rectoría
- Recibimos la solicitud de espacio de Rectoría a la Coordinación de Enlace Universitario
- Realizamos la confirmación del espacio al responsable del evento
- Se genera la ficha de pago y se le entrega al usuario responsable
- Se recibe el ticket del banco del pago realizado para su factura con su comprobante fiscal
- Se envía vía correo electrónico la factura digital, previamente gestionada por la CEU ante la Coordinación General de Finanzas
- Se llena y firma el contrato de comodato correspondiente y se solicita que hagan llenado de la ficha técnica de protocolo en materia de protección civil.
- Se integra la solicitud a la agenda de eventos en las que se indica los espacios solicitados, el nombre del evento, el horario del evento, y los datos del solicitante, para coordinar los demás servicios que incluye el espacio.

2. **Describa el procedimiento para el préstamo de espacios universitarios.**

- Recibimos la llamada para revisar la disponibilidad en la agenda y se anotan los datos
- Recibimos la solicitud del espacio firmado por el titular y el formato de las condiciones de uso de espacios, en la que indican los cuidados de la sala solicitada y los datos del responsable del evento.
- Solicitamos los insumos de limpieza a través de una lista
- Se les recuerda que deben hacer su solicitud de mobiliario y equipo con la Dirección de Servicios Generales
- Nos coordinamos con áreas de apoyo a través de una agenda de eventos que se envía por correo electrónico.

3. **¿Qué problemática frecuente encuentra en el procedimiento?**

- Se queda en la reservación y no confirman su uso con el documento de solicitud oficial.
- No mandan en tiempo el oficio y el formato de condiciones de uso de espacio
- No traen los insumos de limpieza, o no los entregan completos
- No realizan la cancelación a tiempo, lo que implica no poder otorgar el espacio a otro usuario

Lo anterior genera que en caso de no dar aviso de cancelación no se puede otorgar el espacio a otro usuario, y cuando si lo van a utilizar, pero no envían el oficio, tenemos que gestionar en el mismo día los apoyos de las áreas que se coordinan para tener el espacio limpio y con el montaje respectivo, por no aparecer en la agenda de eventos confirmados.

4. **¿Qué espacio es el que considera que es mayormente solicitado?**

Centro de Convenciones

5. ¿Con qué áreas universitarias se tiene que coordinar para el uso de los espacios?

- Primeramente, con la Dirección de Servicios Generales, Secretaría de Identidad y Responsabilidad Social Universitaria, Coordinación de Finanzas cuando involucra un pago de renta, y la Oficina del Abogado General.

6. ¿Qué sugerencias del uso del espacio se le hace a los usuarios?

- Respetar los horarios
- Cumplir con las reglas del cuidado de los espacios
- Entregar completo y a tiempo los insumos de limpieza

7. ¿Qué mobiliario y equipos se ofrecen con el servicio de los espacios?

- Mesas
- Sillas
- Audio
- Manteles
- Micrófonos
- Pódium
- Presídium
- Maceteros

8. ¿Se realizan sugerencias cuando la universidad no cuenta con algún mobiliario o equipo?

Si, pueden traer de su área de trabajo o Rentar con el proveedor de su elección.

9. ¿Qué medios para mantener la comunicación se les mencionan a los solicitantes de los espacios universitarios?

- WhatsApp (no importa hora y día)

- Teléfono de oficina
- Correo electrónico institucional

10. ¿Cómo se realiza la cancelación de una solicitud?

Por oficio en físico o en correo electrónico institucional

11. Algunos usuarios ¿han comentado su satisfacción o insatisfacción del servicio por algún medio?

Por medio de llamada telefónica

12. Los usuarios ¿han repetido la solicitud del uso de espacios por haber recibido un servicio adecuado?

Si

13. ¿Conoce o ha recibido algún comentario de la recomendación del servicio de renta o préstamo de los espacios universitarios por haber recibido un servicio adecuado?

Si, por medio de llamadas a la Coordinación de Enlace Universitario al momento de solicitar u espacio.

Debido a la experiencia demostrada a lo largo del tiempo en que ha atendido este proceso, queda claro el proceso para ambos caso, renta y préstamo; pero resalta el detalle del retraso en la entrega de documentación o del pago de parte de los usuarios, pero es rescatable el hecho de que pueden dar seguimiento aún fuera de horarios laborales o días no laborables, ya que la colaboradora universitaria proporciona su número de celular para ser contactada por cualquier consulta, y aprovecha ese canal de comunicación para recordar continuamente la entrega de

documentación pendiente o de los insumos de limpieza para tener los espacios disponibles para el evento y aseados.

CAPÍTULO V. PROPUESTA DE SOLUCIÓN

5.1. Propuesta de mejora de la calidad del servicio

El objetivo de realizar el plan de mejora es establecer un procedimiento claro, para que, desde el primer contacto, tanto para los usuarios como para los colaboradores de la Coordinación de Enlace Universitario de la Universidad Autónoma de Chiapas queden estipulados los requisitos y procedimientos, antes, durante y después de la fecha en que solicita la renta o préstamo de los espacios universitarios.

5.1.2. Procedimiento propuesto

El procedimiento propuesto como plan de mejora consta de 5 pasos, que a continuación se describe:

Paso 1. Requisitos para el servicio

El usuario al realizar la llamada de solicitud, solicitar el espacio y la fecha disponible, será comunicado por el colaborador respecto a: fecha límite de entrega de oficio de solicitud institucional, del formato de condiciones de uso del espacio, en el que se describen los cuidados físicos de la sala, referentes a la seguridad y datos del responsable directo de la actividad a desarrollarse en dicho recinto, así como a la fecha límite de entrega de los insumos de limpieza. También se hace de su conocimiento al primer contacto sobre las medidas de protección civil institucionales y la entrega de una ficha técnica denominada Protocolo de eventos en materia de protección civil, dejando en claro que deberán tener presente a una brigada durante el evento, quien desarrollará este protocolo.

Paso 2. Entrega de requisitos

Entregar de manera física o por correo electrónico, de parte del usuario el formato de condiciones de uso del espacio debidamente llenado. En el caso de los usuarios externos adicionalmente se les solicita la firma del contrato de comodato.

Paso 3. Seguimiento de solicitud

El colaborador de la coordinación deberá anotar en una tarjeta de informe de requerimientos en la que venga indicado a quien le fueron informados los requerimientos, datos del solicitante y cuál es la fecha máxima en la que se compromete a cumplirlos, así como la organización a la que pertenece, tanto para usuarios internos o externos.

Tarjeta de informe de requerimientos

Paso 4. Agenda y vinculación con áreas universitarias

Una vez cumplidos con los requerimientos, se agrega el evento en la agenda de eventos de la CEU, y se procede a enviar por medio de correo electrónico a cada una de las áreas con las que se vincula la coordinación, como las siguientes:

- Dirección de Servicios Generales (que se encarga de limpieza del espacio y sus áreas, y del montaje con mobiliario y equipo, así como en algunos casos instalación de lona. En otros casos, son el enlace con proveedores de servicios externos).
- Secretaría de Identidad y Responsabilidad Social Universitaria, en las que se incluyen el área de protección civil y el área de seguridad (Que se encarga de supervisar la seguridad del espacio y sus alrededores, y del cumplimiento de la normatividad institucional en materia de protección civil en las actividades a desarrollar en el recinto).

- Coordinación General de Finanzas, para su conocimiento y gestión para elaborar factura en caso de ser requerida por el usuario.
- Biblioteca Central Universitaria “Carlos Maciel Espinosa”, para el uso de salas que se localizan en ese edificio.

Paso 5. Aplicación de encuestas diseñadas

Posterior al uso del espacio, se considera importante realizar una breve encuesta de satisfacción y una de quejas o sugerencias, del usuario en cuanto al servicio otorgado por la coordinación para identificar en qué se puede mejorar, que será enviada a través de correo electrónico o en su caso, mediante la aplicación de *WhatsApp*, del link o código QR, generado a través del formulario de Google de la suite de Google ahora denominada Google Workspace, al contacto o usuario responsable del evento, en virtud de ser una herramienta de uso cien por ciento en línea que reduce costos, es amigable con los usuarios y permite obtener la información casi de manera instantánea.

El diseño del formato de encuesta de satisfacción se encuentra en los anexos de este trabajo, así como el diseño del formato para quejas o sugerencias con código QR.

Se pretende mejorar el servicio para satisfacer a los usuarios, y mejorar el proceso también al interior de la coordinación para poder dar seguimiento puntual a cada solicitante y de tal manera que la evaluación de la calidad sea un proceso cíclico de mejora continua para el procedimiento de renta o préstamo de los espacios universitarios para eventos académicos, culturales y deportivos.

5.1.2.1 *Formato de encuesta de satisfacción*



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS
COORDINACIÓN DE ENLACE UNIVERSITARIO

FORMATO DE SERVICIO CEU-01

FECHA: _____

NOMBRE: _____ INSTITUCIÓN: _____

CORREO DE CONTACTO _____ TELÉFONO: _____

Por favor marque la opción que sea más cercana a su opinión

1. El servicio que se me brindó fue el prometido: a) Excelente b) Bueno c) Regular d) Deficiente
2. La atención del personal del área de contratación del espacio fue:
a) Excelente b) Bueno c) Regular d) Deficiente
3. La limpieza del espacio utilizado fue: a) Excelente b) Buena c) Regular d) Deficiente
4. La comunicación con el área de Enlace Universitario fue: a) Permanente b) Regular c) Escasa
5. Si tiene algún comentario, favor de indicarlo: _____

Agradecemos sus comentarios, nos sirven para mejorar.



5.1.2.2 Formato para quejas o sugerencias



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS
COORDINACIÓN DE ENLACE UNIVERSITARIO

FORMATO DE QUEJAS CEU-02 FECHA: _____
NOMBRE: _____
Correo de contacto _____ Teléfono: _____
Nombre del Espacio utilizado: _____
En renta ____ En préstamo: ____ Fecha(s) del uso: _____

Por favor, describa ampliamente la queja o sugerencia para darle seguimiento y poder mejorar el servicio, agradeceremos si puede anexar evidencias y descripción clara.

Firma: _____

5.1.2.3 Tarjeta de informe de requerimientos a usuarios



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS
COORDINACIÓN DE ENLACE UNIVERSITARIO

TARJETA DE INFORME DE REQUERIMIENTOS A USUARIOS CEU-03
Fecha de entrega de oficio de solicitud del espacio: _____
Fecha de entrega de formato de condiciones de uso del espacio: _____
Responsable de la actividad a desarrollarse en el espacio: _____
Teléfono de contacto del responsable: _____
Fecha de entrega de insumos de limpieza: _____
Nombre del Espacio utilizado: _____
Información del aforo máximo del espacio solicitado: ____ Si ____ No
Información de envío de la Ficha técnica de protocolo de protección civil: ____ Si ____ No

CONCLUSIONES

De acuerdo a los resultados que se obtuvieron al aplicar los instrumentos: encuesta y entrevista, se observa que la Coordinación de Enlace Universitario, está bien evaluada, dado que en su mayoría los usuarios calificaron como excelente y óptimo el servicio de renta o préstamo de los espacios universitarios, en los siguientes aspectos: Apariencia de las instalaciones del espacio universitario, habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa, disposición y voluntad de los empleados para ayudar al cliente y proporcionar el servicio, conocimiento y atención mostrados por los colaboradores universitarios y sus habilidades para inspirar: credibilidad, seguridad y confianza en el proceso, así como en la atención individualizada que ofrece la CEU a los usuarios. Sin embargo, de acuerdo a las respuestas vertidas por la colaboradora de la coordinación, se destacan situaciones por atender o mejorar, tales como la falta de entrega de documentación en tiempo y forma por parte de los usuarios, o de los insumos de limpieza, por lo que se ha considerado proporcionar los números personales de los colaboradores de la coordinación para dar seguimiento a cada caso, y que se observa que esta situación puede mejorarse, ya que los colaboradores han tenido que atender asuntos de trabajo en días y horas fuera del horario laboral.

El diseño y creación de formatos como, la tarjeta de informe de requerimientos, permitirá que no haya omisión o confusión de los requerimientos informados a los usuarios, y de las fechas de entrega de los mismos, así como del diseño y la creación del Formato de encuesta de satisfacción y del Formato para quejas o sugerencias con código QR, que proporcionen elementos para establecer un plan de mejora continua del servicio.

REFERENCIAS

- Amorrazarain, M. (1999). La gestión por procesos. Editorial Mondragón Corporación Corporativa, España.
- Berry, L.; Bennet, C. y Brown, C., Calidad de Servicio: una ventaja estratégica para instituciones financieras, (1989), Madrid: Díaz de Santos.
- Camisón, C.; Cruz, S. y González, T. (2006). Gestión de la calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas. Pearson Prentice Hall.
- Carro R., González D. (2012). Administración de la calidad total. Mar de plata, Argentina: Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Crosby P., Tomado de la revista Quality Progress Noviembre, (2021) https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/38262413/Que_es_calidad-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1637726005&Signature=UA~5CpF~X0KoGwWydFhWv2waOKZ7b44Op~mjJor90tiii0llWLD0YgXz76o~B4FqqfJS1W~ZMTo3Z-bLuQY~NMM~cR9IebPLc9XDIGTT0EJl4WKkihI~gilAm5AOFm0Wa6hNs7m9FhEPWPMYlB9qCS4Y~6mtlh-mJKR-a8hG3gypsEuJ4~T19-81LIGQ-ezi7I4-rOn138Cg02hHz-cB1wRuDfvPCpIK1c4MIVzBX3gGuLB2WayDxI1h4FkWFJktyMhF4rqsPcNHKVkNID-ZSvWWvbZxma0w8HS1sCgTWvOOBdaahC7dLJS4wMVTDSjrfuSrjazHyWn6DYVJ~XraNg_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA
- Daniel y Terrel (1996). Estadística para Administración y Economía. Tomo II. McGraw Hill.
- Diccionario de la Real academia española. (s.f.). Rae.es
- Duque Oliva, EJ, (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales, 15 (25), 64-80.
- Fisher, A. y Espejo (2011). Mercadotecnia. McGraw Hill.
- Gryna F., Chua R., Defeo J. (2007). Capítulo 1 conceptos básicos En Método Juran Análisis y planeación de la calidad Quinta edición. México DF: McGraw-Hill.

Hernández-Oro, R.M., Medina-León, A.A., & Hernández-Pérez, G.D. (2012). Mejoramiento de procesos clave a través del análisis del valor añadido en empresas de base tecnológica de producciones por proyecto del sector hidráulico en Cuba. *Revista Científica "Visión de Futuro"* 16, (1).

Hernández Sampieri, R.; Fernández C. y Baptista P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw Hill.

Hernández Sampieri, R. y Mendoza C. (2018). *Metodología de la investigación. Enfoque cuantitativo, cualitativo y mixto*. McGraw Hill.

Hernández, J.; Toledo, M.; Gutiérrez, M.; y García L. K.M. (Noviembre, 2020.). Estrategias competitivas en la gestión empresarial de una microempresa familiar chiapaneca. En gestión de Mipymes mexicanas en tiempos de COVID-19(39). México: Grupo Editorial HESS, S.A. de C.V.

Kotler, P. y Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de marketing*. PEARSON Educación.

Miranda Cruz, M.; Chiriboga-Zamora, M.; Romero Flores, M.L. y Tapia Hermida, L.X. (2021). La calidad de los servicios y la satisfacción del cliente., estrategias del marketing digital. Caso de estudio hacienda turística rancho los Emilio's Alausí. *Dominio de la ciencia*. Vol. 7 (4).
DOI: <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v7i4>

Mora Contreras, CE, (2011). La calidad del servicio y la satisfacción del consumidor. *Revista Brasileira de Marketing*, 10 (2), 146-162. <https://www.redalyc.org/pdf/4717/471747525008.pdf>

Nogueira R.D. y Medina L. A. (s.f.). La gestión por procesos y el servicio al cliente. https://www.researchgate.net/profile/Alberto-Leon-6/publication/334107373_La_gestion_por_procesos_y_su_servicio_al_cliente/links/5d16d08c458515c11c00975c/La-gestion-por-procesos-y-su-servicio-al-cliente.pdf

Ponce, M. y López, G. (2007). Calidad de Servicio Desde la Perspectiva de Clientes, Usuarios y Auto-percepción de Empresas de Captación de Talento. Universidad Católica Andrés Bello Facultad de Ciencias Económicas y Sociales Escuela de Ciencias Sociales Relaciones Industriales Mención Recursos Humanos.

Torres, S. M. y Vásquez, S.C.L. (2015). Modelos de evaluación de la calidad del servicio: caracterización y análisis. *Compendio*, 18(35). 57-76.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88043199005>

UNACH (s.f.) Universidad Autónoma de Chiapas. Red Unach Cero Maya,
https://www.unach.mx/redunachceromaya/index.php?option=com_content&view=article&id=19&Itemid=14

Vargas Quiñones, M.E. y Aldana de Vega, L. (2006). *Calidad y Servicio. Conceptos y herramientas*. ECOE Ediciones. <https://elibro.net/es/ereader/uachiapas/69024>

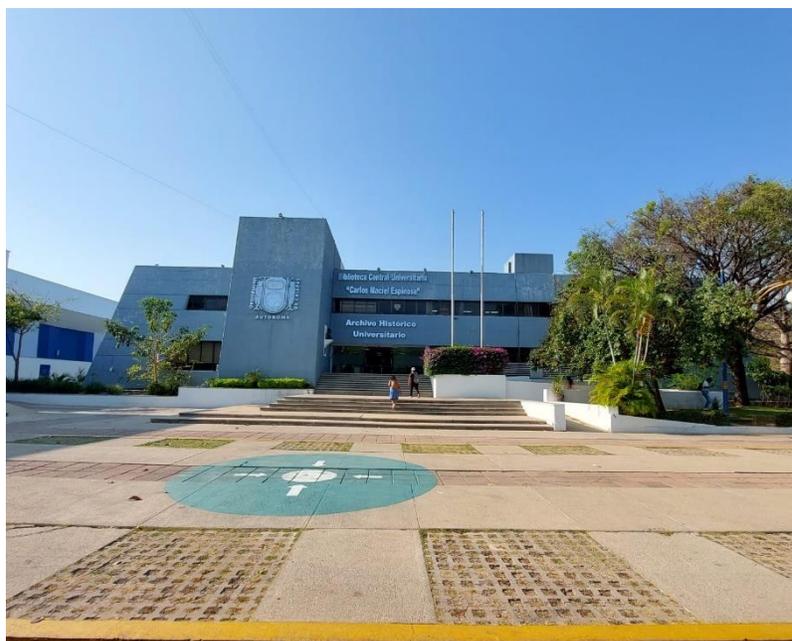
ANEXOS

Espacios universitarios



Centro de Convenciones “Dr. Manuel Velasco Suárez”
Universitaria

Explanada de Biblioteca Central
Universitaria



Biblioteca Central Universitaria “Carlos Maciel Espinosa”



Sala “Carlos Fuentes”



Sala de Proyección



Sala de Usos Múltiples Juárez”



Centro Cultural Universitario “Presidente Juárez”



Teatro Hundido



Fuente del “Libro”

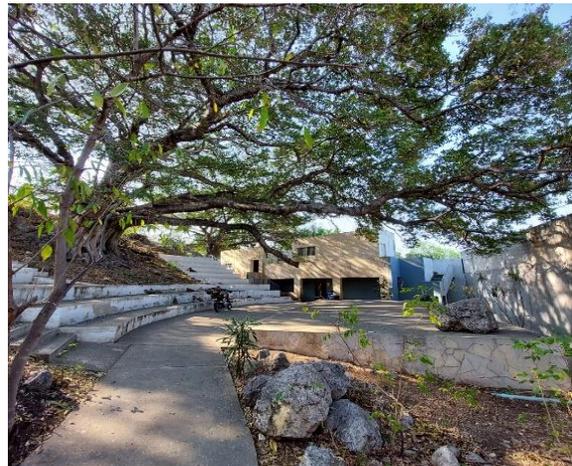
Paseo de las esculturas



Pasillos adyacentes



Centro Cultural “Balún Canán”



Foro de “La Higuera”

Sala de Rectores de la Librería del Fondo de Cultura Económica “José Emilio Pacheco”



Formato de condiciones de uso del espacio



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS



CONDICIONES DE USO DE ESPACIOS FÍSICOS DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS.

Los espacios físicos de la Universidad Autónoma de Chiapas, que se encuentran ubicados en Boulevard Belisario Domínguez Km. 1081 sin número, y cuentan con horario de servicio de lunes a viernes de 8:00 a 21:00 horas.

Estos espacios fueron creados para atender eventos académicos y culturales inherentes a la Universidad y a la demanda externa a ella, con la finalidad de contar con la infraestructura que permita fortalecer las interrelaciones humanas y de convivencia universitaria. Por consiguiente, se ha generado el siguiente documento denominado **CONDICIONES DE ESPACIOS FÍSICOS DE LA UNACH**, al cual se sujetarán obligatoriamente los usuarios del mismo, al tenor siguiente:

- * Conforme a los requisitos de seguridad, el usuario no podrá exceder la capacidad del aforo máximo de ____ personas del espacio universitario que ocupe de forma temporal.
- * Dentro del espacio físico sujeto a uso temporal y en las inmediaciones del mismo, está estrictamente prohibido fumar, así como ingerir cualquier tipo de bebidas alcohólicas, sustancias psicotrópicas y estupefacientes, y/o llegar en estado de intoxicación alcohólica y/o bajo los efectos de cualquier enervante.
- * Está prohibido introducir armas, objetos peligrosos o punzocortantes.
- * Se prohíbe pegar, clavar y atornillar cualquier tipo de cartel, pancarta, lona, entre otros, que puedan alterar o afectar la infraestructura física de los espacios universitarios. Los arreglos, adornos u otro tipo de ornamentos que estén autorizados previamente, solo se podrán sobreponer o colgar, siempre y cuando no dañe o afecte las paredes, mamparas, ventanas o acabados.
- * Está estrictamente prohibido utilizar los espacios físicos para eventos que puedan alterar el orden y las actividades normales de la Universidad.
- * Por ningún motivo y bajo ninguna circunstancia se podrá exceder el horario de servicio estipulado para la realización de eventos.
- * El permiso de uso de espacios físicos no incluye áreas adyacentes.
- * El usuario del espacio físico proporcionará los insumos de limpieza necesarios a la Dirección de Servicios Generales, con al menos 3 días de anticipación a la realización del evento.
- * En caso de contar con la presencia de niños, éstos quedarán bajo el cuidado, supervisión y responsabilidad de los adultos organizadores del evento.
- * El mal uso, ruptura, alteración física del mobiliario y equipo, será responsabilidad del usuario del espacio físico, siendo también responsable de resarcir los daños materiales causados.
- * No se permite la entrada de animales (mascotas) al interior del espacio físico a utilizarse.
- * La seguridad de personas y objetos que no sean propiedad de la Universidad, será responsabilidad de quien genera el evento.
- * La Brigada de Protección Civil de la dependencia que organiza el evento se hará cargo del protocolo correspondiente.

La UNACH, con base a sus necesidades prioritarias y de la función sustantiva a la que se debe con la comunidad universitaria, o por causas de fuerza mayor, tiene la facultad de cancelar o aplazar cualquier evento previamente agendado. De igual forma, la Universidad, por conducto de la Coordinación General de Finanzas, tiene la facultad para hacer cumplir las presentes condiciones de uso de espacio físico y velar por la observancia de los requisitos obligatorios de seguridad del área de Protección Civil de la universidad, deslindándose de cualquier responsabilidad que esto genere.

Leído el presente documento, se aceptan el total de todas y cada una de las condiciones de uso, en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, a ____ de _____ del 20 ____.

Nombre del responsable: _____ Firma: _____
Sala: _____ Fecha del evento: _____ Horario: _____ a _____ hrs.
Núm. Celular: _____

Carátula del Formato de Contrato de Comodato



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS



02-FISICA-C

CONTRATO DE COMODATO, QUE CELEBRAN, POR UNA PARTE, LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS, EN LO CONTINUO "LA UNACH", REPRESENTADA EN ESTE ACTO POR EL MTR. ENRIQUE PIMENTEL GONZÁLEZ- PACHECO, ABOGADO GENERAL Y EL C.P.C. ROBERTO CARDENAS DE LEON, SECRETARIO ADMINISTRATIVO Y POR OTRA PARTE, EL/LA C. _____, EN LO CONTINUO "EL/LA COMODATARIO(A)" Y CUANDO ACTUEN DE MANERA CONJUNTA COMO "LAS PARTES" AL TENOR DE LAS SIGUIENTES DECLARACIONES Y CLAUSULAS:

DECLARACIONES

I. Declara "LA UNACH", a través de su representante, que:

I.1. De conformidad con el artículo 3 de su Ley Orgánica, es un organismo autónomo descentralizado, reconocido constitucionalmente, de interés público, con personalidad jurídica y patrimonio propio, al servicio de los intereses de la Nación, del Estado y de la comunidad universitaria, creado por Decreto número 98, de fecha 28 de Septiembre de 1974, expedido por la Quincuagésima Segunda Legislatura Constitucional del Estado Libre y Soberano de Chiapas, publicado en el Periódico Oficial número 43, de fecha 23 de octubre de 1974, ante la necesidad de contar con una institución rectora de la vida académica en la Entidad.

I.2. Conforme al numeral 4 de su precitada Ley Orgánica, tiene por objeto incidir en el desarrollo de Chiapas y de la nación, particularmente de la región su-sureste del país así como de Centroamérica, a través de la enseñanza de la educación superior, de la investigación, de la construcción, extensión y socialización del conocimiento y la cultura, por medio de la formación y actualización de técnicos, profesionistas, profesores e investigadores con compromiso social que permita coadyuvar en el desarrollo social, económico, político y cultural.

I.3. El Mtro. Enrique Pimentel González- Pacheco, en su carácter de Abogado General y Representante Legal, goza de facultades legales para suscribir el presente acuerdo de voluntades, de conformidad con lo establecido en el artículo 24 de la Ley Orgánica y 620, fracción X, del Estatuto Integral, acreditando su personalidad como Abogado General con nombramiento de fecha 04 de diciembre del 2022 y el C.P.C. Roberto Cárdenas De León, en su carácter de Secretario Administrativo, goza de facultades legales para suscribir el presente acuerdo de voluntades, de conformidad con lo establecido en el Artículo 23 de la Ley Orgánica y 605, fracción I, del Estatuto Integral, acreditando su personalidad con nombramiento de fecha 04 de diciembre del 2022.

I.4. Mantiene bajo su resguardo el bien inmueble " _____ " materia de este instrumento.

I.5. Para los fines y efectos legales que deriven de este acuerdo, señala como su domicilio el ubicado en Boulevard Dr. Belisario Domínguez km. 1081 sin número, Colina Universitaria, edificio de Rectoría, Colonia Terán, Código Postal 29050, en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

II. Declara "EL/LA COMODATARIO(A)", que:

II.1. Es una persona física en pleno ejercicio de sus derechos civiles, mayor de edad, mexicana por nacimiento, originaria(o) de _____, con capacidad jurídica para obligarse y contratar.

Encuesta a usuarios

Objetivo: Recopilar información que permitirá evaluar la calidad del servicio por la renta y préstamo de espacios para eventos de la UNACH.

Instrucciones: Elija la casilla que corresponda de acuerdo a sus datos generales; la información es únicamente con fines estadísticos.

Tipo de usuario: Interno Externo

Nombre del espacio solicitado: _____

El espacio fue en calidad de: Préstamo Renta

Instrucciones: Con base en su experiencia, seleccione el grado de satisfacción del servicio recibido, siendo el número 7 la calificación más alta y 1 la más baja, la que más se acerque a su percepción.

N°	Pregunta	- Valores +						
I) Tangible: Apariencia de las instalaciones del espacio universitario.								
1	¿Cuentan con equipos en buen estado y funcionales?	1	2	3	4	5	6	7
2	¿Las instalaciones físicas (salas, fachada, entrada, estacionamiento, sanitarios) le resultan funcionales?	1	2	3	4	5	6	7
3	¿Encontró el espacio debidamente aseado y ordenado?	1	2	3	4	5	6	7
4	¿Los elementos materiales (señalética y similares) son atractivos y fáciles de entender?	1	2	3	4	5	6	7
II) Fiabilidad: Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.								
5	¿El servicio que recibe fue otorgado como fue prometido?	1	2	3	4	5	6	7
6	Cuando la coordinación comenta no contar con algún servicio, ¿le ofrece alternativas?	1	2	3	4	5	6	7
7	Si encontró algún detalle fuera de los prometido, ¿Mostraron un sincero interés en solucionarlo?	1	2	3	4	5	6	7
8	¿El proceso para el uso del espacio, fue adecuado y en tiempo?	1	2	3	4	5	6	7
9	¿La coordinación cuenta con medios para corregir errores (medios de comunicación, teléfono de oficina, correo, celular)?	1	2	3	4	5	6	7
III) Capacidad de respuesta: Disposición y voluntad de los empleados para ayudar al cliente								

y proporcionar el servicio.								
10	¿Los enlaces universitarios comunicaron los requerimientos del proceso de renta y/o préstamo claramente?	1	2	3	4	5	6	7
11	¿Al ingresar a las instalaciones, los empleados ofrecen un servicio rápido?	1	2	3	4	5	6	7
12	Si solicitó apoyo a los colaboradores de la coordinación ¿Mostraron disposición en ayudar?	1	2	3	4	5	6	7
13	Al ingresar a las instalaciones ¿Los colaboradores universitarios ofrecen un servicio eficiente?	1	2	3	4	5	6	7
IV) Seguridad: Conocimiento y atención mostrados por los colaboradores universitarios y sus habilidades para inspirar credibilidad, seguridad y confianza en el proceso.								
14	¿El proceso de la renta o préstamo fue claro?	1	2	3	4	5	6	7
15	¿El proceso de renta o préstamo fue rápido?	1	2	3	4	5	6	7
16	¿Los colaboradores universitarios le informaron los tiempos de entrega de documentos para el proceso de renta y/o préstamo de los espacios?	1	2	3	4	5	6	7
17	¿Los colaboradores universitarios le informaron los medios para realizar el proceso de renta o préstamo de los espacios (teléfono, correo, banco, etc)?	1	2	3	4	5	6	7
V) Empatía: Atención individualizada que ofrece la CEU a los usuarios.								
18	¿Le brindaron una atención individualizada y oportuna?	1	2	3	4	5	6	7
19	¿El espacio fue el conveniente para su evento de acuerdo a la información comentada por el personal de la Coordinación de Enlace Universitario?	1	2	3	4	5	6	7
20	¿Considera que el servidor universitario le atendió en horario oportuno para usted?	1	2	3	4	5	6	7
21	¿El servidor universitario consideró importante su evento?	1	2	3	4	5	6	7
22	¿Los servidores universitarios comprendieron las necesidades que buscó como usuario, mostrando interés en dar buena atención de principio a fin el proceso para el uso del espacio?	1	2	3	4	5	6	7

Gracias por su colaboración

Lista de usuarios internos

1. Rectoría
2. Oficina del Abogado
3. Secretaría General
4. Secretaría Académica
5. Secretaría Administrativa
6. Secretaría de Identidad y Responsabilidad Social Universitaria
7. Secretaría para la Inclusión Social y Diversidad Cultural
8. Dirección General de Investigación y Posgrado
9. Dirección General de Infraestructura y Servicios Generales
10. Dirección General de Docencia y Servicios Escolares
11. Coordinación General de Relaciones Interinstitucionales
12. Coordinación General de Universidad Virtual
13. Dirección de Formación e Investigación Educativa
14. Dirección de Gestión de la Calidad Institucional
15. Biblioteca Central Universitaria
16. Defensoría de los Derechos Humanos Universitarios
17. Unidad de Transparencia
18. Facultad de Contaduría y Administración Campus I
19. Facultad de Medicina Humana “Dr. Manuel Velasco Suárez” Campus II
20. Escuela de Ciencias Químicas
21. Facultad de Humanidades Campus VI
22. Facultad de Lenguas Campus Tuxtla
23. Facultad de Arquitectura Campus I
24. Facultad de Ciencias Agrícolas Campus IV
25. Facultad de Ingeniería Campus I
26. Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia Campus II
27. Facultad de Derecho Campus III
28. Centro de Estudios para el Arte y la Cultura
29. Instituto de investigaciones jurídicas
30. Centro Universidad Empresa
31. Centro de Estudios Sobre la Universidad
32. Centro de Estudios para el Desarrollo Municipal y Políticas Públicas
33. Centro de Estudios para la Construcción de Ciudadanía y la Seguridad
34. Fundación UNACH
35. Sindicato de Trabajadores Administrativos de la UNACH
36. Sindicato del Personal Académico de la UNACH

Lista de usuarios externos

1. Fondo Unido Rotario de México A.C.
2. Comisión Federal de Electricidad
3. Instituto Mexicano del Seguro Social
4. Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado
5. Instituto de Seguridad Social de los Trabajadores del Estado de Chiapas
6. Instituto de Elecciones y Participación Ciudadana del Estado de Chiapas
7. Instituto de Transparencia Acceso a la Información y Protección de Datos Personales Chiapas Transparentes
8. Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior
9. Secretaría General de Gobierno del Estado de Chiapas
10. Secretaría de Bienestar del Estado de Chiapas
11. Secretaría del Turismo del Estado de Chiapas
12. Secretaría de Educación del Estado de Chiapas
13. Secretaría de Igualdad de Género del Estado de Chiapas
14. Secretaría de Salud del Estado de Chiapas
15. Honorable Congreso del Estado de Chiapas
16. Instituto Nacional para la Educación de los Adultos
17. Instituto de Bomberos del Estado de Chiapas
18. Ciudadanos Unidos A.C.
19. Centro de Competitividad de México
20. Sociedad Mexicana de Administración Agropecuaria A.C. (SOMEXA)
21. Instituto Superior de Diseño de Modas Maniquie
22. Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas
23. Colegio de Bachilleres de Chiapas
24. Consejo Estatal Ciencia, Académica y Sociedad de Chiapas
25. Centro de Conciliación Laboral del Estado de Chiapas
26. Ropero de Frida
27. Cajita Mágica
28. Club de Lectura Infantil “José Vasconcelos”
29. Red neonatal de datos para la mejoría de la calidad de vida en Unidades de Recién Nacidos para Latinoamérica (EPIC LATINO)
30. Colectivo Animedia
31. Colegio Centro Educativo “Activo América”
32. Escuela Preparatoria N°7 del Estado
33. Centro Educativo Calmécac
34. Jardín de Niños “Miguel Álvarez del Toro”
35. Colegio Valladolid Tuxtla Gutiérrez
36. Fondo de Cultura Económica