

Año 28
No. Especial 9, 2023
ENERO-JUNIO



Año 28
No. Especial 9, 2023
Enero-Junio

Revista Venezolana de Gerencia



UNIVERSIDAD DEL ZULIA (LUZ)
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Centro de Estudios de la Empresa

ISSN 1315-9984

Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons
Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported.
http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/deed.es_ES



Calidad percibida por usuarias del programa vaso de leche en Puno - Perú*

García-Tipo, Livia**
Inquilla-Mamani, Juan***
López-Paz, Peregrino Melitón****
López-Cueva, Milton Antonio*****

Resumen

El objetivo de la pesquisa es determinar el nivel de calidad del servicio que entrega el programa vaso de leche (PVL) a su población objetivo. La estrategia metodológica fue cuantitativa, de tipo descriptivo y correlacional, con diseño no experimental de corte transversal. Se utilizó el modelo SERVQUAL como instrumento para el recojo de información. Se aplicó la prueba de Alpha de Cronbach, para la estimar la validez interna y consistencia del instrumento y para estimar las inferencias estadísticas se utilizaron correlación de Spearman, regresión lineal múltiple y la prueba de Tau b de Kendall. Los hallazgos encontrados evidencian que el nivel de calidad del servicio entregado por el programa vaso de leche está asociado a los factores como la empatía, elementos tangibles, confiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta, el tiempo de espera al obtener el servicio, el tipo de insumos entregados y los mecanismos de entrega de insumos o servicios. En conclusión, revela que la calidad de servicio ofrecido por el PVL en general, tiene problemas serios para satisfacer las expectativas de sus usuarios y se ubica por debajo de lo esperado.

Palabras clave: Calidad de servicio; atributos de calidad; satisfacción y expectativas.

Recibido: 24.03.22

Aceptado: 28.07.22

- * El contenido del artículo es el resultado de una investigación de tesis de pregrado, realizada por la autora y en colaboración de los coautores.
- ** Licenciada en Sociología en la Universidad Nacional del Altiplano, especialista en promoción social y programas sociales. (Puno, Perú). Email: livia2605@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4362-7527>
- *** Doctor en Economía y Políticas Públicas por la Universidad Nacional del Altiplano. Docente – Investigador en la UNA- Puno – CONCYTEC- RENACYT. (Autor de correspondencia). (Puno, Perú). Email: jinquilla@unap.edu.pe ORCID <https://orcid.org/0000-0003-2540-9091>
- **** Doctor en Educación por la Universidad Nacional del Altiplano. Docente – Investigador en la UNA- Puno – CONCYTEC- RENACYT. Email: peregrinolopez@unap.edu.pe ORCID <https://orcid.org/0000-0002-6593-6999>
- ***** Doctor en Estadística e Informática por la Universidad Nacional del Altiplano - Puno. Docente – Investigador en la UNA- Puno – CONCYTEC- RENACYT. (Puno, Perú). Email: malopez@unap.edu.pe ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5063-3717>

Perceived quality by users to the glass of milk program in Puno – Peru

Abstract

The objective of the research was to determine the level of quality of the service provided by the Glass of Milk Program (PVL) to its target population. The methodological strategy was quantitative, descriptive and correlational, with a non-experimental cross-sectional design. The SERVQUAL model was used as an instrument for data collection. Cronbach's Alpha test was applied to estimate the internal validity and consistency of the instrument and Spearman's correlation, multiple linear regression and Kendall's Tau b test were used to estimate statistical inferences. The findings show that the level of quality of the service provided by the glass of milk program is determined by factors such as empathy, tangible elements, reliability, safety, responsiveness, waiting time to obtain the service, the type of inputs delivered and the mechanisms of delivery of inputs or services. In conclusion, it reveals that the quality of service offered by the PVL in general, has serious problems in meeting the expectations of its users and is below expectations.

Keywords: Quality of service; quality attributes; satisfaction and expectations.

1. Introducción

La evaluación de la calidad del servicio está vinculada a las valoraciones que tienen las y los usuarios tienen sobre el servicio esperado (expectativas) y servicio recibido (satisfacción) por el usuario. Los servicios poseen características únicas como la intangibilidad, la simultaneidad y la heterogeneidad que los distinguen de los productos; en consecuencia, los métodos de control de calidad utilizados en la producción de bienes no pueden utilizarse para garantizar la calidad de los servicios (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1994). Schiffman y Kanuk (2005), sostienen que el modelo SERVQUAL es una buena técnica de investigación en profundidad que permite la medición de la calidad de servicio, identifica las expectativas de los usuarios y la

percepción del usuario del servicio recibido.

El concepto de satisfacción definida por Évrard (1993:37) es aplicable en el actual estudio, es decir, la satisfacción como "un estado psicológico resultado de un proceso de compra / acude y de consumo / uso". La satisfacción del usuario / cliente está ligada a cada transacción específica, a diferencia de una actitud hacia un producto o servicio (Howard y Sheth, 1969; Hunt, 1977; Oliver, 1981; Churchill y Surprenant, 1982; Kotler, y Dubois, 1993) que es genérica y puede existir en ausencia de particulares de compra y consumo de las experiencias (Oliver, 1980; Lewis y Mitchell, 1990). La percepción de la calidad de servicio es semejante a la actitud hacia un servicio (Boulding et al, 2018; Cronin y Taylor, 1992; Bitner et al, 1994), y no está vinculada a

cada transacción específica como la satisfacción del cliente, sino que es una valoración global o de conjunto del servicio (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1994).

Por su lado Druker (1990:21) afirma que los usuarios “no compran los servicios para el beneficio de lo que los negocios ofrecen; más bien, compran los servicios en orden para sentirse bien o para resolver sus problemas. Compran las expectativas de beneficios que piensan que la organización les ofrecerá”. En la misma perspectiva, Cottle (1991) sostiene que, en el caso de servicios, el usuario evalúa no solo la calidad del servicio producido y del producto final, sino también la forma en la que está suministrado o entregado (expectativas y percepciones).

Por otro lado, Parasuraman, Berry y Zeithaml (1990) describe el servicio de calidad como la medida a la que una discrepancia o diferencia que exista entre las expectativas o deseos de los usuarios y sus percepciones. Para los efectos de la evaluación de los programas sociales y entre los programas estatales relacionados con la alimentación, los que más destacan son el Vaso de Leche y los Comedores populares (Vásquez, 2005).

A pesar de la importancia de la soberanía alimentaria, como pilar de cambio al modelo alimentario y la agricultura, aún son limitados los estudios que se enfocan desde un análisis cuantitativo utilizando estadísticas avanzadas como Análisis Factorial Exploratorio, Análisis Factorial Confirmatorio, Principales Componentes, Clústeres y Ecuaciones Estructurales

(Vergara-Romero et al, 2022).

Utilizando la teoría del modelo SRVQUAL basado en las cinco dimensiones: la tangibilidad, la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad y la empatía, permitieron confirmar su fiabilidad y validez (Feigenbaum, 1996). Por lo que el modelo se puede expresar en el siguiente esquema:

$$Q_i^* = \sum_{j=1}^k (P_{ij} - E_{ij}^*)$$

(Ecuación 1)

Donde:

Q_i^* es la calidad percibida global del usuario i en el “SERVQUAL revisado”;

k es el número de atributos, 22 en este caso;

P_{ij} es la percepción del resultado del usuario i con respecto al atributo j ;

E_{ij}^* es la expectativa revisada de calidad de servicio del atributo j para el usuario i ;

El Modelo de Calidad de Servicio fue diseñado por Parasuraman, Berry, y Zeithaml, (1990) con el propósito de mejorar la calidad de servicio ofertada por una organización y/o institución. Utilizo un cuestionario tipo que evalúa la calidad de servicio a lo largo de cinco dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles.

Estuvo constituido por una escala de respuesta múltiple diseñada para comprender las expectativas de los clientes respecto a un servicio. Permite evaluar, pero también es un instrumento de mejora y de comparación con otras organizaciones (cuadro 1).

Cuadro 1 Dimensiones de la calidad (Servqual)

Criterios	Definiciones
Elementos tangibles	Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales sistemas de comunicación.
Fiabilidad	Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.
Atención al usuario y seguridad	Posesión de las destrezas requeridas y conocimiento de la ejecución del servicio e inexistencia de peligro, riegos o dudas.
Capacidad de respuesta	Disposición para ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido, accesible y fácil de contactar.
Empatía	Atención consideración, respeto, amabilidad del personal de contacto, hacer el esfuerzo de conocer a los usuarios y sus necesidades, saber escuchar.

Fuente: adaptado de Parasuraman, Berry, y Zeithaml, 1990.

Según los autores Cabrera et al, (2010), la satisfacción del ciudadano con la calidad de un servicio está relacionada con las características del servicio que satisfacen las necesidades de las personas para las que se destina, pero también está relacionada con la percepción del servicio.

El término “calidad” tiene numerosas definiciones. Dos de ellas son especialmente notables: 1) La calidad se define como las características de un producto que se basan en las necesidades del cliente y, por tanto, proporcionan satisfacción del producto. 2) La calidad se define como la ausencia de defectos (Juran, 1992).

Por otro lado, Évrard (1993) propone que para que los consumidores perciban la calidad, deben considerar tanto las señales de calidad como los atributos del producto. Así, el autor establece un sistema de clasificación para las características de la calidad del producto y/o del servicio:

- Atributos primarios de la calidad. Son cuantificables directamente y objetivamente a través de las materias primas utilizadas para fabricar los productos y/o servicios. También se denominan características del producto.

- Atributos secundarios de la calidad. Están relacionados con las percepciones del consumidor o del usuario del producto o servicio, y pueden ser cuantificados por el nivel de satisfacción que experimentan los usuarios al obtener el producto o servicio.

Por lo tanto, la calidad del servicio percibida es la evaluación general del cliente sobre la excelencia o superioridad del servicio, determinada por una comparación de las expectativas del consumidor (lo que cree que las empresas de servicios deben ofrecer) y sus percepciones de los resultados del servicio (Parasuraman, Zeithaml, y Berry, 1994). Mientras la satisfacción del usuario puede considerarse como un juicio sobre una característica particular de un producto o servicio, o sobre el propio producto o servicio, que proporciona un nivel placentero de recompensa asociado al consumo (Pezoa, 2012).

Por tanto, el estudio se justifica desde el punto de vista teórico, dado que los resultados obtenidos se podrán incorporar al conocimiento científico y además contribuirá como modelo teórico para nuevas investigaciones sobre

estudios de calidad en los programas sociales alimentarios implementados por los gobiernos locales en el país. Desde el punto de vista práctico, el estudio servirá de base para elaborar nuevas propuestas de intervención en la perspectiva de mejorar la entrega de servicios a sus usuarios y estas que ayuden a mejorar la calidad de vida de las personas.

Por tanto, los resultados de la presente investigación beneficiarán a los tomadores de decisiones y actores involucrados en la intervención del programa vaso de leche implementados por el estado y ejecutados por los gobiernos locales en los distritos y provincias de todo el Perú.

En consecuencia, el programa vaso de leche actúa como una alternativa de solución a un problema alimentario en una población con pobreza extrema y no poder cubrir sus requerimientos nutricionales de sus hijos, esto conlleva a una deplorable calidad de vida de los ciudadanos, por tanto, se plantea el siguiente problema general: ¿Cuál es la calidad percibida de las usuarias sobre los componentes (bienes y servicios) entregados por el programa?, y ¿Cuáles son los factores de calidad que están relacionados en la entrega de los bienes y servicios en el programa vaso de leche en el distrito de Crucero?

Los objetivos de la pesquisa se centran en determinar la calidad percibida por los usuarios de los bienes y servicios entregados por el programa vaso de leche y los factores asociados a la calidad percibida por los usuarios del programa vaso de leche en el distrito de Crucero Puno Perú.

2. Aspectos metodológicos del estudio

Por su naturaleza esta investigación es de tipo aplicada, ya que busca la generar conocimiento para la aplicación directa al problema de la gestión de los comedores populares con la finalidad de mejorar los servicios de calidad. El diseño es no experimental de corte transversal, de alcance descriptivo y correlacional.

Para la presente investigación, la población está conformada por las beneficiarias que gestionan del programa vaso de leche, en el distrito de Crucero, la población total es de 740 usuarias. Se utilizó el muestreo probabilístico de método aleatorio simple, llegando conformar un total de 67 usuarias (Hernandez et al, 2014). El tamaño de la muestra a través de proporciones se determinó con los siguientes datos y parámetros:

Error del diseño = 0.04

Nivel de Confianza $(1-\alpha)100\%$ con $\alpha=0.05$, se obtiene entonces un 95% de confianza.

$Z_{\alpha/2} = 1.96$, dicho valor es obtenido de la Tabla de distribución Normal.

Tamaño de la población, $N=740$

$$\hat{p} = 0.19$$

$$\hat{q} = 0.81$$

$$\hat{\sigma} = \hat{p} \hat{q} = 0.19 * 0.81 = 0.1539$$

Para calcular el tamaño de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

El valor de n_0 proviene de:

$$n_0 = \frac{Z^2_{\alpha/2} \hat{p} \hat{q}}{e^2}$$

Al reemplazar los valores en ambas fórmulas tenemos:

Lo cual nos indica que el tamaño

de la muestra para este estudio es de 246 usuarias del PVL.

• Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas que se utilizaron en la investigación son: la encuesta y el cuestionario de tipo Likert como instrumento y los datos han sido procesados en Software estadístico SPSS v. 22. Se realizaron las pruebas de Alpha de Cronbach, la prueba de T, correlaciones, regresiones y análisis factorial (Cronbach, 1951). Las variables independientes son las características (atributos) de calidad de los servicios que fueron cuantificados con base en las respuestas obtenidas de los agentes o actores usuarios de los servicios. La variable dependiente fue la calidad percibida de los servicios que oferta el programa vaso de leche, las cuales también fueron medidos sobre la base de las respuestas dadas por los usuarios.

• Validez del instrumento

Para cuantificar las expectativas y percepciones, se utilizó una escala numérica del 1 al 5, considerando el 1 el más bajo y 5 el más alto. Para validar el contenido, se realizó lo siguiente: 1) Estimación de Alfa Cronbach del total de la muestra establecida. 2) luego se utilizó el análisis factorial exploratorio por componentes principales, seguido de rotación Varimáx. La aplicación del análisis factorial se verificó mediante el índice de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) y la prueba de esfericidad de Bartlett.

Se consideró apropiado para utilizar un valor entre 0,5 y 1,0, para el índice KMO y un valor significativo de p 0,05 para la prueba de esfericidad de Bartlett. La confiabilidad de la encuesta se investigó mediante la determinación del coeficiente Alpha de Cronbach, el cual se definió como valores de 0.923 para las dimensiones de percepción y mayores a 0.874 para las dimensiones de expectativa (tabla 1).

Tabla 1
Resultado del coeficiente alfa de Cronbach, para los componentes

Cuestionario	Media	Desviación estándar	Alfa Cronbach	KMO*	Prueba de esfericidad de Bartlett
Expectativas (Servicio esperado)	4.39	0.4884	0.874	0.931	0.000
Percepciones (servicio recibido)	2.66	0.5502	0.923	0.824	0.000

* Prueba de validación de constructo de Kaiser – Meyer- Olkin (KMO Measure)

Fuente: Elaboración propia.

3. Características y factores de calidad considerados para la evaluación del programa vaso de leche

Asumiendo la situación de la coyuntura actual que vive el mundo y por

ende nuestro país, y fundamentalmente las personas en situación de pobreza y pobreza extrema, se hizo necesario identificar cuáles son los componentes y características (atributos) de calidad de los servicios que están relacionadas con el funcionamiento del programa

vaso de leche. Los estudios realizados por Gosso, (2008); Hunt, (1977); Giese y Cote (2000); Kotler y Dubois (1993); Oliver (1997) consideran que los factores que condicionan la calidad varían de un país a otro.

Sin embargo, lo que estos autores coinciden en que algunos aspectos asociados al crecimiento organizacional, a la satisfacción al usuario, a la introducción de elementos de gestión, a la lógica del mercado en el sector y a la necesidad de responder a las demandas de la población más necesitadas.

En la actualidad, los programas alimentarios en el Perú, pasan por una situación crítica y compleja por la ineficiencia de la ejecución del presupuesto destinado para la adquisición de alimentos (Regalado, 2021). Sumado

por la escasez de recursos humanos y recursos financieros, la ausencia de un flujograma, el bajo nivel de servicio vocacional de los empleados, así como el incumplimiento de llevar a cabo las actividades programadas son problemas persistentes en el PVL (Huambo, 2018).

Al analizar los componentes de calidad de servicio del programa vaso de leche, presentados en la tabla 2, se evidencian las diferencias en los valores de la brecha entre la calidad percibida y lo esperado en los diferentes componentes: Aporte nutricional (energía, proteínas, grasas y carbohidratos) de los insumos del Programa de Vaso de Leche (-0.992), seguido del componente de índice de cobertura de beneficiarios del Programa del Vaso de leche (-0.906).

Tabla 2
Características de los componentes de calidad de los servicios del programa vaso de leche

Componentes	Valor esperado (a)		Valor percibido (b)		Brecha (b-a)
	Promedio	Desv. Estand.	Promedio	Desv. Estand.	
Aporte nutricional (energía, proteínas, grasas y carbohidratos) de los insumos del Programa de Vaso de Leche.	4.206	0.641	3.214	0.304	-0.992
El índice de cobertura de beneficiarios del Programa del Vaso de leche.	4.047	0.488	3.141	0.454	-0.906
Procedencia de los insumos (leche evaporada, hojuela de avena, enriquecido lácteo), estos son de procedencia local.	4.258	0.521	3.814	0.451	-0.444
La calidad sanitaria, las condiciones de almacenamiento, la legislación sanitaria nacional de manipulación, vigilancia y control sanitario de alimentos y bebidas.	4.671	0.422	2.741	0.522	-1.93
En cuanto al manejo presupuestal de la Municipalidad Distrital de Cruceiro	4.356	0.547	2.859	0.457	-1.497

Fuente: elaboración propia.

Por otro lado, los componentes que mejor estaría cualificando los servicios son: procedencia de los insumos (leche evaporada, hojuela de avena, enriquecido lácteo), estos son de procedencia local (-0.444); sin embargo, los componentes que presenta valores negativos están referidas al manejo presupuestal de la Municipalidad Distrital de Crucero (-1.497), y la calidad sanitaria, las condiciones de almacenamiento, la legislación sanitaria nacional de manipulación, vigilancia y control sanitario de alimentos y bebidas alcanza (-1.93).

Los factores como los mecanismos de supervisión y monitoreo que se implementan, los mecanismos utilizados para la focalización y cobertura de los beneficiarios, los factores de calidad como son la satisfacción del beneficiario y el tiempo de respuesta influyen en la gestión del Programa del Vaso de Leche

(Gavedia y Paredes, 2021; Jimenez y Torres, 2017).

Al analizar los factores relacionados con la calidad de servicio en la entrega de bienes y servicios del PVL se ha procedido un análisis factorial por componentes, dado que las variables de estudio son ordinales. Kotler y Dubois (1993:17) definió la satisfacción del cliente como “el estado de ánimo de un individuo como resultado de contrastar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus propias experiencias”. De esa manera, el usuario estará satisfecho si la acción cumple sus expectativas. Si una acción cumple o supera las expectativas del usuario, el usuario estará muy satisfecho o complacido. En la tabla 3, se tiene la inversa de la matriz de correlaciones, KMO (Kaiser –Meyer- Olkin) y el test de Bartlett.

TABLA 3
KMO y prueba de Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo	,812
Aprox. Chi-cuadrado	855,176
Prueba de esfericidad de Bartlett	gl
	276
	Sig.
	,000

Fuente: elaboración propia.

El test de esfericidad de Bartlett se obtuvo a partir de una transformación del determinante de la matriz de correlación. El Test de Bartlett, se utilizó para verificar si la matriz de correlaciones es una matriz de identidad, es decir, si todos los coeficientes de la diagonal son iguales a la unidad y los extremos a la diagonal iguales a 0. Los resultados de

la prueba nos indican que el valor de la χ^2 alcanza a 855,176 y un nivel de significación $p=0.000$, implica entonces que no se trata de una matriz de identidad, por lo que es posible realizar el análisis factorial con la información disponible.

El KMO es un índice que toma valores entre 0 y 1 y que se utiliza

para comparar las magnitudes de los coeficientes de correlación observados con las magnitudes de los coeficientes de correlación parcial, de forma que el valor de KMO es $\geq 0,5$. Por tanto, para la investigación es aceptable realizar el análisis factorial porque el valor de la medida de adecuación Muestral de Kaiser-Meyer-Olkin es 0.709.

El método de componentes principales implica estimar las puntuaciones de los factores mediante la

tipificación de los primeros componentes principales K y de la matriz de carga de los factores mediante la correlación de las variables originales con estos componentes. Es decir, de las 24 variables de partida, de los cuales 2 son variables dicotómicas que no han sido tomados en cuenta por el programa, por lo que son 22 variables considerados originales, de ellos son 8 factores que se agrupan con valores de correlación muy alta (tabla 4).

Tabla 4
Varianza total explicada para los factores

Componente	Auto valores iniciales			Sumas de extracción de cargas al cuadrado			Sumas de rotación de cargas al cuadrado		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	3,278	14,901	14,901	3,278	14,901	14,901	2,671	12,141	12,141
2	2,707	12,306	27,207	2,707	12,306	27,207	2,402	10,918	23,060
3	1,975	8,976	36,183	1,975	8,976	36,183	2,020	9,184	32,243
4	1,928	8,762	44,944	1,928	8,762	44,944	1,933	8,785	41,028
5	1,581	7,187	52,131	1,581	7,187	52,131	1,837	8,348	49,376
6	1,394	6,336	58,467	1,394	6,336	58,467	1,713	7,786	57,162
7	1,237	5,621	64,088	1,237	5,621	64,088	1,395	6,342	63,504
8	1,192	5,419	69,506	1,192	5,419	69,506	1,320	6,002	69,506
9	,927	4,211	73,718						
10	,862	3,918	77,636						
11	,770	3,500	81,135						
12	,673	3,058	84,193						
13	,587	2,666	86,859						
14	,547	2,487	89,346						
15	,446	2,026	91,372						
16	,405	1,842	93,214						
17	,337	1,533	94,746						
18	,321	1,457	96,203						
19	,310	1,407	97,611						

Cont... Tabla 4

20	,249	1,133	98,743
21	,152	,691	99,434
22	,125	,566	100,000

Método de extracción: análisis de componentes principales.

Fuente: elaboración propia.

Por otra parte, se evidencian los porcentajes individuales y acumulados, la proporción de varianza total explicada por cada uno de los factores, tanto para la solución no rotada como para rotada, el valor alcanzado es 3.278 sobre el total de variabilidad (22 ítems) del total de la muestra. Por lo tanto, los ocho (08) factores incluidos en el análisis son capaces de explicar con exactitud en un 69.51 % de la variabilidad total, lo que puede considerarse como un porcentaje muy aceptable.

En tal sentido, el conocimiento obtenido podrá dar cuenta tanto de la reflexión como herramienta para "comprender" qué factores identifican o perciben las usuarias como componentes de calidad a partir de la vivencia de las mismas; aportando, nuevos elementos al campo disciplinar. Conocer cómo se vive esta particular experiencia enriquecerá el conocimiento de los factores de calidad del servicio, los cuales varían de acuerdo con las características de la organización, su escenario sociocultural y socioeconómico

de las usuarias. Estos hallazgos se requieren para evidenciar y ser utilizados en intervenciones del programa coherentes con la realidad vivida por las socias (Luhmann, 1996).

Los factores analizados resultan ser condicionantes para explicar la calidad del servicio que oferta el PVL a un nivel de significancia de ($F=0.000$); por otro lado, el coeficiente de determinación es ($R^2 0,769$), lo cual implica que la variación en la calidad de servicio es determinada por las variables planteadas en el modelo.

Es decir, los factores de calidad de los servicios del programa vaso de leche en el distrito de Crucero está condicionado a los componentes como la empatía, elementos tangibles, confiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta, el tiempo de espera al obtener el servicio, tipo de insumos entregados, mecanismos de entrega de insumos o servicios. El valor del estadístico de Durbin-Watson mide el grado de autocorrelación entre el residuo correspondiente a cada observación y la anterior (Tabla 5).

Tabla 5

Resumen del modelo de regresión lineal múltiple para determinar factores de calidad del servicio del PVL

Modelo	RR	R Cuadrado	R Cuadrado corregida	Error tip. de la estimación	Estadísticos de cambio					Durbin-Watson
					Cambio en R cuadrado	Cambio en F	gl1	gl2	Sig. Cambio en F	
1	,275 ^a	,769	,761	,237	,076	,319	1	5	,000	1,984

Fuente: elaboración propia.

- *variables predictoras*: (constante), empatía, elementos tangibles, confiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta, el tiempo de espera al obtener el servicio, Tipo de insumos entregados, mecanismos de entrega insumos o servicios.
- *variable dependiente*: Nivel de calidad percibido

En el caso, toma el valor **1.984**, próximo a 2 lo que indica la no hay correlación de los residuos (tabla 5).

4. Nivel de calidad percibida por los usuarios del programa social vaso de leche

El nivel de calidad percibida está relacionado con la satisfacción de las personas con la atención que reciben, que se concibe como una medida de control de calidad (Salas, 2014). Aunque la calidad percibida o la satisfacción del usuario en los servicios sociales como el programa de vaso de leche puede analizarse sobre la base de la suposición de que la satisfacción es el resultado de la comparación de las expectativas del sujeto con el servicio recibido u obtenido, es necesario mencionar que la satisfacción también tiene un componente afectivo (Cabrera et al, 2010).

Por tanto, los actores se desenvuelven en el terreno de la intersubjetividad, influyéndose unos con otros en los procesos de interacción, en diferentes grados y en la medida en que interactúan sus acciones se convierten en el contexto motivacional o condicional compartido para identificar y objetivar los factores de calidad (Schutz, 2012).

Al respecto, Cevallos et al, (2021) concluyen que la gestión de calidad se ha convertido en un factor influyente en el crecimiento de las empresas, considerándose como una práctica dominante en el desarrollo de las mismas; asimismo, para formular estrategias de “desarrollo social” desde los gobiernos locales, se debe tomar en cuenta las dimensiones de: Desarrollo económico sostenible, desarrollo ambiental sostenible, desarrollo social incluyente y desarrollo institucional para un buen gobierno (Camacho, et al, 2022).

En la misma perspectiva Palmar y Caliman, (2022) sostienen que para una convivencia organizacional la práctica de valores cobra relevancia para mejorar la calidad de servicio de una organización. Asimismo, Lescano, et al, (2021) resaltan que el nivel de satisfacción (tabla 6) está asociado a los resultados obtenidos de los servicios recibidos.

Tabla 6
Escala Likert para medir la satisfacción del usuario

Escala Likert (<i>Servqual</i>)	Significado	Rango de puntuación de satisfacción
1	Muy insatisfecho	1 – 24
2	Insatisfecho	25 – 48
3	Ni satisfecho, ni insatisfecho	49 – 72
4	Satisfecho	73 – 96
5	Muy satisfecho	97 - 120

Fuente: elaboración propia.

La escala SERVQUAL es la metodología que permite medir el índice de calidad del servicio del PVL percibido por las usuarias. Empleando los datos de la encuesta, fueron calculados el índice de calidad, utilizando los estándares de los ítems del instrumento SERVQUAL, así como los coeficientes de fiabilidad (coeficientes alfa mencionados más arriba), por medio de las puntuaciones obtenidas como resultado de la diferencia entre percepciones (servicio recibido) y expectativas (servicio esperado) para las cinco dimensiones propuestas, es decir, tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, atención al usuario y seguridad y empatía (tabla 6).

Concluido este procedimiento se procede a calcular el Índice de Calidad en el Servicio (ICS) para cada dimensión, a partir de los ítems que lo integran, para efecto de comparación, para lo cual se utiliza la siguiente fórmula:

$$Q_i^* = \sum_{j=1}^k (P_{ij} - E_{ij}^*)$$

Dónde:

- Q_i^* es la calidad percibida global del cliente i en el "SERVQUAL revisado";
- k es el número de atributos, 24 en este caso;
- P_{ij} es la percepción del resultado del cliente i con respecto al atributo j ;
- E_{ij}^* es la expectativa revisada de calidad de servicio del atributo j para el cliente i

$$ICS \text{ global} = \sum i$$

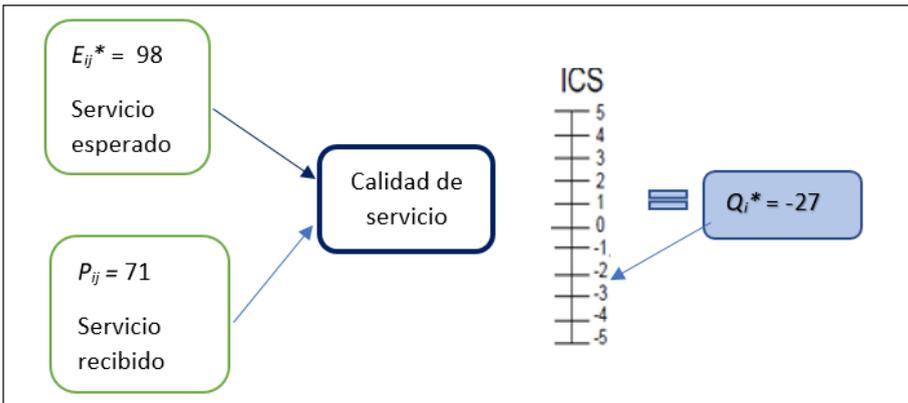
La interpretación del resultado del índice se hace con base en que, si es un número negativo indica que las expectativas (servicio esperado) son mayores que las percepciones (servicios recibidos), si el número es positivo, indica que las percepciones de los usuarios están por arriba de las expectativas, lo que significa que el servicio que brinda el PVL sería de calidad.

$$Q_i^* = \sum (71 - 98)$$

$$Q_i^* = (-27)$$

Ilustración 1

Estimación de índice general de la calidad de servicio esperado y recibido en el PVL



Fuente: elaboración propia.

La realidad de la vida cotidiana es la base sobre la cual se construyen las percepciones sociales y por tanto tiene un contenido social. Las usuarias del PVL, no perciben las cosas sin antes haber participado de cierta interacción con ellas, por tanto, lo social es dialéctico en relación a los estados subjetivos y objetivos. Las construcciones subjetivas tienen su máxima expresión en la realidad de la vida cotidiana donde se construye dialécticamente en sus interacciones como ser social.

A continuación, se muestra el análisis de la Prueba de Tau b de Kendall,

para evidenciar el grado de asociación entre las variables independientes (atributos y/o dimensiones de calidad) con la variable dependiente (nivel de satisfacción general del usuario) sobre la calidad de servicio brindado por el PVL. El modelo de la ecuación está dado por la siguiente expresión:

$$\tau = (S_a - S_b) / [n(n-1) / 2]$$

Donde:

τ = Estadística de Kendall

n = # de casos

S_a = Sumatoria de rangos más altos

S_b = Sumatoria de rangos más bajos.

Tabla 7
Prueba de Tau_b de Kendall para estimar el nivel de calidad de servicio del PVL

		Nivel de Satisfacción General de las usuarias PVL	ELEMENTOS TANGIBLES	SEGURIDAD	CONFIABILIDAD	CAPACIDAD DE RESPUESTA	EMPATÍA
Nivel de Satisfacción General de las usuarias PVL	Coefficiente de correlación	1.000	,657**	,860**	,789**	,871**	,967**
	Sig. (bilateral)		,000	,000	,000	,001	,000
	N	246	246	246	246	246	246
ELEMENTOS TANGIBLES	Coefficiente de correlación	,657**	1.000	-.091	,048	-.026	-.026
	Sig. (bilateral)	,000		,452	,690	,831	,831
	N	246	246	246	246	246	246
SEGURIDAD	Coefficiente de correlación	,860**	-.091	1.000	,595**	,333**	-.107
	Sig. (bilateral)	,000	,452		,000	,006	,382
	N	246	246	246	246	246	246
CONFIABILIDAD	Coefficiente de correlación	,789**	,048	,595**	1.000	,458**	-.153
	Sig. (bilateral)	,000	,690	,000		,000	,210
	N	246	246	246	246	246	246
CAPACIDAD DE RESPUESTA	Coefficiente de correlación	,871**	-.026	,333**	,458**	1.000	-.025
	Sig. (bilateral)	,001	,831	,006	,000		,841
	N	246	246	246	246	246	246
EMPATÍA	Coefficiente de correlación	,967**	-.026	-.107	-.153	-.025	1.000
	Sig. (bilateral)	,000	,831	,382	,210	,841	
	N	246	246	246	246	246	246

Fuente: elaboración propia.

Para determinar la relación entre nivel de calidad recibida y los componentes de calidad se estimó el Coeficiente de Taub de Kendall, los valores encontrados en la tabla 7, se puede establecer que existe una correlación alta y positiva, con una significancia de $p = 0.000$, en todas las dimensiones tratadas, esto implica entonces, que a medida que mejore los atributos o componentes en las dimensiones de calidad mejorara el nivel de satisfacción general (NSG) sobre de las usuarias del PVL.

Las dimensiones de calidad que resultaron con valores altos fueron la dimensión “empatía” con asociación muy alta y positiva (.967** y con una $p=0.000$).

Mientras la dimensión “capacidad de respuesta” (disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido), alcanza un valor de $\tau = .871^{**}$ y con una $p=0.000$; esto nos indica que el nivel de satisfacción percibida sobre los servicios de calidad, resulta significativa para explicar la calidad del servicio del PVL; si bien, el 87.1% de la variación en las satisfacciones de la percepción de calidad es explicada por los atributos o componentes, es necesario considerar que se trata de un conjunto de datos transversales.

Por otro lado, en la dimensión “Atención al Usuario y Seguridad” (.860** y con una significancia de $p=0.000$), es decir, los atributos de esta dimensión tienen una relación directa y positiva a un nivel de 86.0%. Asimismo, la dimensión “Confiabilidad” (habilidad para realizar el servicio de modo cuidadoso y fiable) el valor de la $\tau = .789^{**}$ y $p= 0.000$, es decir, el 78.2 % de la mejora en el nivel de satisfacción general del usuario está direccionado con los cambios en los atributos o componentes de la dimensión

confiabilidad. Al respecto, Ibañez (2020), encontró resultados similares, donde un 60% se encuentran satisfechos con la puntualidad en la entrega de los alimentos del programa, al aplicar el modelo SERVQUAL.

Por su parte, Sotomayor (2021) menciona, el factor administrativo asociado a la satisfacción del Programa “Vaso de Leche” se relaciona con las experiencias y actividades desarrolladas en los diferentes ámbitos tanto al interior y exterior de la organización. Similar resultado ha encontrado a Borda, (2021) donde se puede inferir que la calidad de gestión percibida, se asocia con la satisfacción de beneficiarios del Programa Vaso de leche.

Para que las cosas adquieran significado, o la realidad en general, se requiere de la acción social como forma de intervención en la vida social, particularmente el Programa Vaso de Leche. En este caso, la acción social “es una acción donde el sentido mentado por el sujeto o sujetos está referido a la conducta de otros, orientándose por esta en su desarrollo” (Weber, 2010:86).

Las socias actúan sobre la base del significado de los objetos (componentes de calidad). Para comprender la calidad percibida (acción) de las socias, es necesario ver los componentes o atributos (objetos) que están presentes en la vida individual y colectiva, tal como ellas aparecen (Schutz, 2012).

Por lo que, estos resultados es corroborado por los autores Parasuraman, Zeithaml y Berry, (1994); Cronin y Taylor, (1994); Churchill y Surprenant, (1982) y Cottle, (1991), al sostener que los factores más importantes en la calidad del servicio para los usuarios en cualquier organización, en orden de mayor a menor trascendencia: son la Empatía,

Capacidad de respuesta, Seguridad, Fiabilidad y Elementos Tangibles, estos estándares de calidad se han convertido en un objeto de estudio privilegiado para abordar estas cuestiones (de Castro, Montesinos, y Reigada, 2021; Marsden, 2012).

Respecto a nivel de calidad global percibida por la población beneficiaria según la escala de SERVQUAL, se puede sostener con base a los resultados encontrados, donde las brechas de la calidad revelaron que el servicio esperado es mayor a los servicios recibidos por la población usuaria del programa (Pérez, 2002; Marsden y Arce, 1995; Fornell et al, 1996).

5. Conclusiones

Las usuarias del PVL, para percibir la calidad de las cosas, requieren haber participado en la interacción con ellas, lo social percibido por las usuarias es dialéctico entre los estados subjetivos y objetivos. Así, los factores mencionados resultan ser condicionantes para explicar la calidad del servicio del PVL, lo cual implica que la variación en la calidad de servicio es determinada por las variables o componentes de calidad como la empatía, elementos tangibles, confiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta, el tiempo de espera al obtener el servicio, tipo de insumos entregados, mecanismos de entrega de insumos o servicios.

Los factores subjetivos e intersubjetivos intervienen en la percepción percibida; el modelo SERVQUAL permite recoger la información valiosa para valorar las apreciaciones percibidas y a partir de ellas tomar decisiones y recomendar a los funcionarios responsables del PVL para mejorar el programa que permita dar una mejor calidad del servicio a las usuarias.

Respecto a nivel de calidad global,

percibida por la población beneficiaria está por debajo de promedio (regular) según la escala de SERVQUAL, es decir, la población usuaria está “medianamente satisfecha”. Las brechas de la calidad revelaron una necesidad de mejora en la calidad del servicio en general y especificaron los ámbitos con mayor necesidad de mejora, en los aspectos de capacidad de respuesta y empatía en las atenciones brindadas por los funcionarios y/u operadores del programa.

Esto implica, entonces, que a medida que mejore los atributos o componentes en las dimensiones planteadas, mejorara el nivel de satisfacción general (NSG) sobre el nivel de la calidad de servicios del PVL en el distrito de Crucero. Los resultados de la investigación permiten profundizar los estudios de las expectativas de las usuarias de programas sociales y a validar un modelo de calidad percibida como es el SERVQUAL, así los resultados nos permiten formar juicios de valor para tomar decisiones que permitan mejorar las políticas públicas y los programas orientados a los sectores pobres y vulnerables.

Referencias bibliográficas

- Bitner, M, Booms, B, & Mohr, L. (1994). Critical Service Encounters: The Employee's Viewpoint. *Journal of Marketing*, 58(4), 95–106. <https://doi.org/10.1177/002224299405800408>
- Borda, Y. (2021). Calidad de gestión percibida y satisfacción de los beneficiarios del Programa de Vaso de Leche del Distrito de Lucre-Aymaraes, 2019. Tesis- UNAMBA. <http://repositorio.unamba.edu.pe/handle/UNAMBA/933>
- Boulding, W, et al, (2018). A Dynamic Process Model of Service Quality: From Expectations to Behavioral

- Intentions: 30(1), 7–27. <https://doi.org/10.1177/002224379303000102>
- Cabrera, F, et al, (2010). Valoración de la satisfacción de usuarios de programas sociales: propuesta de un modelo de análisis. *Redined. Educacion.Gob.Es*, 351, 311–336. <https://redined.educacion.gob.es/xmloi/handle/11162/76441>
- Camacho, H, Martínez, R, & Moreno, I. C. (2022). *Vista de Estrategias de evaluación del desempeño de la calidad para gobiernos locales en Colombia y México*. Revista De Ciencias Sociales. <https://doi.org/https://doi.org/10.31876/rcs.v28i1.37681>
- Cevallos, O, Giancarlo, M, & Dolores, M. (2021). Gestión de calidad y crecimiento empresarial: Análisis bibliométrico. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(93), 318-333. <https://doi.org/10.52080/RVG93.22>
- Churchill, G, & Surprenant, C. (1982). An Investigation into the Determinants of Customer Satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 19(4), 491–504. <https://doi.org/10.1177/002224378201900410>
- Cottle, D. (1991). El servicio centrado en el cliente. *Ediciones Díaz de Santos*. <https://www.edidiazdesantos.com/libros/cottle-d-el-servicio-centrado-en-el-cliente-L02000960101.html>
- Cronbach, L. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297–334. <https://doi.org/10.1007/BF02310555>
- Cronin, J, & Taylor, S. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55–68. <https://doi.org/10.1177/002224299205600304>
- Cronin, J, & Taylor, S. (1994). Servperf versus Servqual: Reconciling Performance-Based and Perceptions-
- Minus-Expectations Measurement of Service Quality. *Journal of Marketing*, 58(1), 125–131. <https://doi.org/10.1177/002224299405800110>
- de Castro, C, Montesinos, M, & Reigada, A. (2021). La construcción social de la calidad. El caso del sector agroalimentario. *RES. Revista Española de Sociología. Dialnet. Unirioja.Es*, 30((1)), 19. <https://doi.org/10.22325/fes/res>
- Druker, P. (1990). *El Ejecutivo Eficaz*. Editorial Sudamericana. Buenos Aires. <https://www.marcialpons.es/libros/el-ejecutivo-eficaz-en-accion/9788423424634/>
- Évrard, Y. (1993). La satisfaction des consommateurs: état des recherches. *Revue Française Du Marketing*, (144), 53-66. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2688499>
- Feigenbaum, B. (1996). Commitment to quality, customer satisfaction, and their relationship to market performance. (Doctoral Dissertation, Concordia University). <https://spectrum.library.concordia.ca/2739/1/MM18388.pdf>
- Fornell, C, et al, (1996). The American customer satisfaction index: nature, purpose, and findings. *Journals.Sagepub.Com*. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/002224299606000403>
- Gavedia, K, & Paredes, V. (2021). *Liderazgo de la mujer durante la pandemia en los comites de vaso de leche—distrito de Huacho*, 2021. <http://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/UNJFSC/4706>
- Giese, J, & Cote, J. (2000). Defining consumer satisfaction. *Academy of Marketing Science Review*,. https://www.academia.edu/download/32996816/Defining_Consumer_Satisfaction.pdf

- Gosso, F. (2008). *Híper satisfacción del cliente: con solo satisfacer a los clientes no alcanza. Conceptos y herramientas para ofrecer un servicio sobresaliente*. México, DF: Panorama Editorial. <https://books.google.com.pe/books?id=f0th8fk8lgsC>
- Hernandez, R, Fernadez, C, & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (McGraw Hill).
- Howard, J, & Sheth, J. (1969). The theory of buyer behavior. *New York*, <https://doi.org/10.2307/2284311>
- Huambo, R. (2018). Análisis de la gestión del programa vaso de leche del distrito de Santiago de Surco, provincia de Lima desde la perspectiva de gerencia social, en el período comprendido entre 2015-2016. (*Doctoral Dissertation, Pontificia Universidad Católica Del Perú-CENTRUM Católica (Perú)*). <http://hdl.handle.net/20.500.12404/11971>
- Hunt, H. (1977). *Conceptualization and measurement of consumer satisfaction and dissatisfaction*. Cambridge, MA. <https://www.worldcat.org/title/conceptualization-and-measurement-of-consumer-satisfaction-and-dissatisfaction/oclc/3198550>
- Ibañez, F. (2020). Evaluación del programa nacional vaso de leche del distrito Ferreñafe año 2018. Tesis - Escuela de Posgrado-Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. <https://repositorio.unprg.edu.pe/handle/20.500.12893/8700>
- Jimenez, V, & Torres, Y. (2017). *Factores culturales de la pareja y la violencia a la mujer del programa "vaso de leche" del distrito de Puyca-La Unión-2016*. <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/2456>
- Juran, J. (1992). Juran on quality by design: the new steps for planning quality into goods and services. https://books.google.com.pe/books?id=KPUXbZ2Hw1EC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Kotler, P, & Dubois, B. (1993). Satisfaire la clientèle à travers la qualité, le service et la valeur. *Revue Française Du Marketing*, *Dialnet.Unirioja.Es*, (144), 35–52. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2688485>
- Lewis, B. R, & Mitchell, V. W. (1990). Defining and Measuring the Quality of Customer Service. *Marketing Intelligence & Planning*, 8(6), 11–17. <https://doi.org/10.1108/EUM000000001086/FULL/HTML>
- Lescano, N, Morales, H, Díaz de Angulo, D, y Vasquez, A. (2021). *Vista de Nivel de satisfacción en la formación de calidad a nivel universitario*. Telos: revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales. <https://doi.org/www.doi.org/10.36390/telos232.04>
- Luhmann, N. (1996). Introducción a la teoría de sistemas. *Reis.Cis.Es*, 85(99), 315-367. http://www.reis.cis.es/REIS/PDF/REIS_085_16.pdf
- Marsden, T. (2012). Third natures? Reconstituting space through place-making strategies for sustainability. *The International Journal of Sociology of Agriculture and Food*, *Ijsaf.Org*, 19(2), 257–274. <http://www.ij saf.org/index.php/ij saf/article/view/229>
- Marsden, T, & Arce, A. (1995). Constructing quality: emerging food networks in the rural transition. *Environment & Planning A*, 27(8), 1261–1279. <https://doi.org/10.1068/A271261>
- Oliver, R. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journals. Sagepub.Com*, 17, 460. <https://>

- journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/002224378001700405
- Oliver, R. (1981). Measurement and evaluation of satisfaction processes in retail settings. *Psycnet.Apa.Org*. <https://psycnet.apa.org/record/1984-10995-001>
- Oliver, L. (2014). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. New York ' NY: Irwin-McGraw-Hill. <https://doi.org/10.4324/9781315700892>
- Palmar, L, & Caliman, A. (2022). Clima Organizacional y Calidad de Servicio desde el Principio de la Fraternidad. *Negotium: revista de ciencias gerenciales*, 18((52)), 5-18. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5838982>
- Parasuraman, A, Berry, L, & Zeithaml, V. (1990). *An empirical examination of relationships in an extended service quality model*. na. <http://www.msij.clients.bostonwebdevelopment.com/reports/an-empirical-examination-of-relationships-in-an-extended-service-quality-mo/>
- Parasuraman, A, Zeithaml, V, & Berry, L. L. (1994). Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: implications for further research. *Journals.Sagepub.Com*, 58(1), 111–124. <https://doi.org/10.1177/002224299405800109>
- Pérez, C. (2002). La calidad social. Entre la complejidad y la viabilidad de su análisis. *Revistas.Ucm.Es*, 5, 217–228. <https://revistas.ucm.es/index.php/OBMD/article/download/OBMD0202110217A/21751>
- Pezoa, M. (2012). ¿ Qué elementos de la atención de salud son, desde la perspectiva de la usuaria los que más contribuyen a que se sienta satisfecho. *Departamento de Estudio y Desarrollo. Superintendencia de Salud de Chile*.
- <https://www.supersalud.gob.cl/documentacion/666/w3-article-7392.html>
- Regalado, J. (2021). El programa social vaso de leche y su impacto en la calidad nutricional de los infantes beneficiarios en el distrito de Casapara–Yungay, 2017. *Tesis*. <http://repositorio.unasam.edu.pe/handle/UNASAM/4576>
- Salas, P. (2014). Análisis de la satisfacción y de la calidad percibida por las personas atendidas en los Servicios Sociales Comunitarios del Centro Municipal de Servicios Sociales Delicias del Ayuntamiento de Zaragoza. *Cuadernos de Trabajo Social, Revistas.Ucm.Es*, 27((1)), 115–125. https://doi.org/10.5209/rev_CUTS.2014.v27.n1.42386
- Schiffman, L, & Kanuk, L. (2005). Comportamiento del consumidor. *Pearson Educación*. https://www.academia.edu/6116556/Comportamiento_del_Consumidor_Schiffman_10a_Ed
- Schutz, A. (2012). Sobre fenomenología e relações sociais. *Pesquisa.Bvsalud.Org*, 357–357. <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/lil-695503>
- Sotomayor, X. (2021). Factores asociados a la satisfacción del programa vaso de leche en el distrito de Miraflores-Arequipa. *Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa. Escuela de Pos Grado*. <http://190.119.145.154/handle/20.500.12773/12541>
- Vásquez, E. (2005). *Programas alimentarios en el Perú: por qué y cómo reformarlos?*. IPESM. <https://www.worldcat.org/title/programas-alimentarios-en-el-peru-por-que-y-como-reformarlos/oclc/69104463>
- Vergara-Romero, A, Menor Campos, A, Arencibia Montero, O, & Jimber

Del Río, J. A. (2022). Soberanía alimentaria en Ecuador: descripción y análisis bibliométrico. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(98), 498-510. <https://doi.org/10.52080/RVGLUZ.27.98.8>

Weber, M. (2010). La acción social: ensayos metodológicos. *Barcelona : Península- Biblioteca Digital*. <http://hdl.handle.net/10637/3146>