

EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN UNA EMPRESA CONSULTORA DE SERVICIOS PROFESIONALES ADMINISTRATIVOS, EN LOS MOCHIS, SINALOA.

Estrella Evelyn Armenta Verdugo¹, Zenia Isabel Castro Borunda², Jorge Alberto Olayo Valles³,
Francisco Javier Cupa González⁴, Beatriz Adriana León López⁵

¹Maestría en Calidad. Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Tláhuac, Departamento de Ciencias Económico Administrativas. estrella.armenta@tlahuac.tecnm.mx

Estanislao Ramírez #301 Ampliación Selene, C.P. 13430, Tláhuac, Ciudad de México, México.

²Doctorado en Ciencias Administrativas, Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Los Mochis, Departamento de Ciencias Económico Administrativas. Correo electrónico: zenia.castro@gmail.com
Blvd. Juan de Dios Bátiz, Sin Nombre, 81259, Los Mochis, Sinaloa, México.

³Maestría en Innovación y Tecnología Educativa. Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Tláhuac, Departamento de Ciencias Económico Administrativas. jorge.olayo@tlahuac.tecnm.mx
Av. Estanislao Ramírez #30, Ampliación Selene, C.P. 13430, Tláhuac, Ciudad de México, México.

⁴Maestría en Impuestos. Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Los Mochis, Departamento de Ciencias Económico administrativas. francisco.cg@mochis.tecnm.mx.
Blvd. Juan de Dios Bátiz, Sin Nombre, 81259, Los Mochis, Sinaloa, México.

⁵Estudiante Octavo semestre de Licenciatura en Administración. Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Los Mochis, Departamento de ciencias Económico Administrativas. 118440847@mochis.tecnm.mx
Blvd. Juan de Dios Bátiz, Sin Nombre, 81259, Los Mochis, Sinaloa, México.

Resumen -- La definición de buena calidad de los servicios es difícil y ha sido objeto de muchos acercamientos. Tener herramientas para medir la calidad de los servicios es indispensable para las empresas que los ofrecen, para la toma de decisiones que las lleven a la mejora. Es por ello que el presente trabajo consiste en un estudio de campo de carácter descriptivo, cuyo objetivo es hacer una evaluación cuantitativa de la calidad del servicio de una empresa consultora de servicios profesionales administrativos, con base en el modelo SERVQUAL, cuya metodología consiste en la aplicación de un cuestionario de 21 aspectos, a los clientes de la empresa, para valorar tanto las expectativas que tiene el cliente como la percepción que tiene luego de haber recibido el servicio, y poder concluir el nivel de la calidad que tiene el servicio de dicha empresa mediante el método inductivo-deductivo, con el que se plantean de generalizaciones a partir de las observaciones individuales en las encuestas; que en este caso, resultó con una diferencia pequeña en valores absolutos, pero que indica un bajo nivel de calidad en términos de las expectativas de los clientes.

Palabras Clave: *SERVQUAL, calidad de los servicios, expectativas, percepción del servicio.*

Abstract -- The definition of good quality of services is difficult and has been subject to many approaches. Having tools to measure the quality of services is essential for the companies that offer them, to make decisions that lead to improvement. That is why the objective of the present work is to make an evaluation of the service quality of a consulting company of professional administrative services, based on the

SERVQUAL model, which consists of a questionnaire of 21 aspects, which allows to assess both the expectations that the client has as the perception that he / she has after receiving the service, and by reviewing the differences between expectations and perception of the service, to be able to conclude the level of quality that the service of said company has; which resulted in a small difference in absolute values, but which indicates a low level of quality in terms of customer expectations..

Key words – SERVQUAL, quality of services, expectations, perception of service.

INTRODUCCIÓN

Actualmente todas las organizaciones están interesadas en la calidad del servicio y en el mejoramiento, conceptos enfocados en la productividad y en la excelencia, pero ¿cómo mejorar? ¿qué acciones implementar? son preguntas que ameritan un análisis cuidadoso. La calidad con que se brinda un servicio no puede separarse de la eficiencia, puesto que si no se tienen en cuenta el ahorro necesario de los recursos disponibles, el alcance de los servicios puede resultar menor que el posible y deseado.

Las empresas buscan:

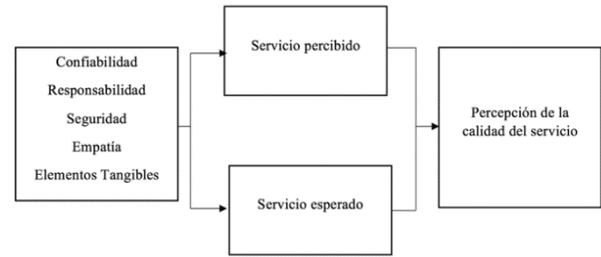
(1) *aumentar la incorporación de nuevos clientes,* (2) *fidelizar a los usuarios/clientes actuales y potenciales,* (3) *ofrecer oportunidades objetivas para la mejora y el desarrollo organizacional/institucional,* (4) *optimizar la relación costes/beneficios así como la imagen institucional, fortaleciendo la permanencia de sus miembros* [1]

De tal manera que surge la necesidad de la evaluación del servicio, reconociendo que la medición de la calidad y la eficiencia de un servicio es una tarea compleja, ya que además de la complejidad intrínseca que conlleva la medición de conceptos abstractos, no pueden ignorarse la variedad de intereses que pueden influir en una evaluación de ese tipo, tal como lo que indica Jiménez [2].

Marco Teórico. La calidad se ha consolidado como un concepto fundamental en las organizaciones, adoptada e integrada en ámbitos cada vez más diversos; por lo mismo, la medición de la calidad del servicio, se ha convertido en un tema ampliamente discutido, que ha suscitado algunas diferencias; una diferencia básica es definir qué es lo que realmente se está midiendo; en general se encuentran tres tendencias de constructos que se usan para evaluar la calidad del servicio: calidad, satisfacción y valor [3]. Para los propósitos de este trabajo entendemos calidad como el poder “...traducir las necesidades futuras de los usuarios en características medibles; solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pagará; la calidad puede estar definida solamente en términos del agente” [4], en este sentido, partimos de que la calidad no la determinan las disposiciones que se establecen al interior de la organización, sino que son los clientes quienes la definen, a partir de sus necesidades y expectativas respecto al producto o servicio [5]. Deming [4] también afirmó que “el 94 % de los problemas de calidad son responsabilidad de la alta gerencia” y expone que es una obligación de ésta “ayudar a las personas a trabajar con más astucia y no a trabajar más”. Las empresas que desean cumplir metas y objetivos de muy corto plazo en el campo económico, político o social pueden poner en peligro la permanencia de la organización en el largo plazo.

Por otro lado, la medición de conceptos abstractos como calidad y eficiencia de los servicios, necesita de una operacionalización cuantitativa que permita comparaciones en el tiempo y en el espacio, y la determinación de patrones que consientan la identificación de fallos o logros, y eso es justo lo que proporciona el Modelo SERVQUAL, como se muestra en la Figura 1, donde se escenifican las 5 dimensiones: Confiabilidad, Responsabilidad, Seguridad, Empatía y Elementos Tangibles [6].

Figura 1. Modelo SERVQUAL



Fuente: Construcción con datos tomados de Zeithaml, V., Berry, L.L. & Parasuraman, A. [7]

El Modelo SERVQUAL, es utilizado cada día con mayor frecuencia, y de acuerdo con Cabello y Chirinos [8], Reboloso Pacheco et al [9] y Nyek et al [10], SERVQUAL ofrece una de las herramientas más utilizadas para la evaluación de la calidad de los servicios. La herramienta definida en este modelo, está compuesta por cinco dimensiones que son las siguientes: a) fiabilidad, definida como la prestación del servicio prometido de modo cuidado y estable en el tiempo; b) capacidad de respuesta, disposición del personal para prestar ayuda y servicio rápido a los usuarios; c) seguridad, atención y habilidades dispensadas por los empleados para inspirar credibilidad y confianza; d) empatía, capacidad para entender la perspectiva del usuario; y e) aspectos tangibles, apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación, de acuerdo con Morales et al [1], Llorens Montes [11] y Salazar Hernández [12] y sirve para medir la diferencia que hay entre las expectativas del cliente y su percepción final del servicio recibido, tal como refieren Shahin [13], Calixto-Olalde et al [14] y Zamudio Igami et al [15].

Planteamiento del problema. En la actualidad, la cultura empresarial busca por parte de las empresas generar un servicio que proporcione ventajas competitivas, pero lograr obtener ventajas sólo se consigue teniendo la capacidad suficiente para satisfacer las necesidades del cliente; frente a todo, en las empresas se cuenta con un importante obstáculo, el cual es la dificultad de la intangibilidad de los servicios, una dificultad que empezó a resolverse gracias a la aportación de Zeithaml, Berry & Parasuraman, A. [7], gracias a la cual, hoy en día es posible medir y recabar información acerca de estos aspectos.

Objetivo General. El objetivo del presente trabajo es hacer una evaluación de la calidad del servicio de una empresa consultora de servicios profesionales administrativos, con base en el modelo SERVQUAL.

Justificación. Dada la dificultad inherente a la medición de la calidad en los servicios, puesto que los servicios son un bien intangible, el beneficio de llevar a cabo el

presente proyecto de investigación consiste en brindar una evaluación metodológicamente bien fundamentada, que expresa y da a conocer de manera clara y objetiva, el nivel de calidad que tienen las consultorías de servicios administrativos que esta empresa ofrece, lo que permite a su vez, una toma de decisiones bien fundamentada, que ha de propiciar la mejora de manera efectiva. Conocer de manera fundamentada la calidad del servicio que se ofrece, permite tomar acciones que impacten significativamente en la mejora de su servicio, y causa beneficios sociales y económicos, pues la consultoría de mayor calidad brinda a los clientes mayor certeza sobre sus finanzas y sobre su patrimonio, además de que brindará a la propia empresa mayor estabilidad y una operación más redituable.

Como ya se ha mencionado, la dificultad de medir la calidad en los servicios, se supera aplicando el Modelo SERVQUAL, utilizando un cuestionario con 21 ítems y 5 dimensiones; este cuestionario busca evaluar las percepciones de los usuarios, en este caso, de un programa de consultoría profesional, que proporciona servicios a diferentes empresas-clientes, las cuales se consideran usuarios del mismo; los servicios que se deben evaluar son por medio de unas características, las cuales contienen elementos importantes, definidos en el Modelo SERVQUAL, que deben ser evaluados: (a) Confiabilidad (ítems 1 a 5); (b) Responsabilidad (ítems 6 a 8), (c) Seguridad (ítems 9 a 12); (d) Empatía (ítems 13 a 16); Elementos Tangibles (ítems 17 a 21). El valor de este cuestionario dentro de la consultoría profesional radica en la importancia que tiene para ésta el análisis y gestión de la calidad del servicio en las organizaciones y más aún en una empresa que su *modus vivendi* es proporcionar servicios de calidad para poder subsistir en este complejo mundo empresarial.

DESARROLLO

El presente trabajo es una investigación exploratoria, que es un tipo de metodología cuantitativa, pues busca obtener conocimiento sobre un fenómeno como primer acercamiento al mismo; analizando cuestiones como aspectos y variables que sean relevantes del objeto de estudio y cuyos resultados pueden ser referente para posteriores investigaciones; este método de investigación es usual para investigar el comportamiento, donde se identifican tendencias y relaciones entre variables tal como lo comenta Lara Muñoz [16], además, se trata de una investigación descriptiva, en tanto que “es una forma de estudio para saber quién, dónde, cuándo, cómo y porqué del sujeto del estudio”. Al llevar este concepto al análisis de la calidad de un servicio, permite conocer las características que espera un cliente que una empresa haga para satisfacer su necesidad a través de su producto o servicio [17]. El método empleado es el método

inductivo-deductivo, explicado por Alvarez-Gayou [18], pues permite plantear generalizaciones a partir de observaciones individuales y dichas generalizaciones permiten realizar predicciones que al confirmarse se refuerzan o por el contrario, llevan a modificarlas o rechazarlas. Para el desarrollo del presente proyecto, la información que se analizó, fue obtenida mediante el Modelo SERVQUAL, de acuerdo al cual, el cual, el instrumento de investigación utilizado es de tipo cuestionario, que permite recoger información, para cuantificar y generalizar, además de que permite llegar a un gran número de individuos [19].

En el procedimiento que se llevó a cabo, primeramente se conformó el cuestionario, que consta de 21 ítems, y fue retomado del instrumento utilizado por Jèlvez et al [20] agrupando los 21 ítems para su análisis, en las cinco dimensiones ya mencionadas, de la siguiente manera en el cuadro 1:

Cuadro 1. Dimensiones, codificación e ítems utilizados

Dimensiones	Codificación	Ítems
Confiabilidad	C1	Cumplen con las citas asignadas
	C2	Cuando usted tiene un problema muestran un real interés en usted
	C3	Proporcionan el servicio de manera adecuada cuando usted lo requiere
	C4	Concluyen el servicio en el tiempo prometido
	C5	Los empleados le comunican oportunamente cuando es la realización del servicio
Responsabilidad	R6	Los empleados brindan un servicio con prontitud
	R7	Los empleados siempre se muestran dispuesto a ayudarlo
	R8	Los empleados nunca están demasiado ocupados para ayudarlo
Seguridad	S9	El comportamiento de los empleados le inspira confianza
	S10	Se siente seguro por las prestaciones que le brindan
	S11	Los empleados cuentan con el conocimiento para responder a sus preguntas
	S12	Los empleados son siempre amables

Empatía	E13	Los empleados atienden sus necesidades específicas
	E14	Le brindan atención individualizada
	E15	Toman sinceramente en cuenta los intereses de los clientes
	E16	Cuentan con empleados que le brindan una atención individual
Elementos tangibles	T17	Los horarios son convenientes
	T18	Tienen equipos de apariencia moderna
	T19	La presentación de los empleados es la adecuada
	T20	Las instalaciones físicas son visualmente atractivas
	T21	Los materiales asociados con el servicio son visualmente atractivos

Fuente: Construcción propia con datos tomados de Jêlvez et al [20]

Posteriormente, este cuestionario fue aplicado mediante la técnica de la encuesta para obtener información de una fuente primaria [21], que en este caso fueron 17 empresas que son clientes de una empresa consultora de servicios profesionales administrativos, radicada en la ciudad de Los Mochis, Sinaloa. Este conjunto de 17 clientes representa el total de clientes que la empresa consultora tuvo durante el año 2019, de manera tal que no se utilizó ningún método para seleccionar una muestra, pues se recabó información del total de elementos que integran el universo de clientes de la empresa consultora, en el año 2019. Finalmente, siguiendo con el procedimiento, una vez recabada la información mediante las encuestas y el cuestionario, se utilizó el paquete estadístico SPSS, que es un software para el análisis estadístico de datos, muy utilizado como herramienta en la investigación en ciencias sociales y económicas [22], para el análisis de los datos obtenidos, los cuales fueron validados calculando el Alfa de Cronbach, cuyo resultado fue de .957 tal como se muestra en el cuadro 2, lo cual significa que el instrumento tiene una confiabilidad alta de acuerdo con García-Bellido, González Such y Jornet Meliá [23].

Cuadro 2. Análisis de confiabilidad. Alfa de Cronbach.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.957	21

Fuente: Construcción propia con datos del SPSS

DISCUSIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Una vez levantada la encuesta a las 17 empresas cliente, los resultados se concentraron de la siguiente manera, en donde los ítems fueron nombrados con la letra inicial de la dimensión a la que pertenecen y en número consecutivo, además se construyó un cuadro con información estadística tal como se muestra en el cuadro 3, donde también se incluyen la media, desviación estándar, el mínimo y máximo:

Cuadro 3. Concentrado de Estadísticos por ítem.

Concepto	Estadísticos																				
	C1	C2	C3	C4	C5	R6	R7	R8	S9	S10	S11	S12	E13	E14	E15	E16	T17	T18	T19	T20	T21
Válidos	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17
Perdidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Media	4.4	4.6	4.3	4.5	4.7	4.5	4.6	4.5	4.4	4.4	4.6	4.6	4.4	4.6	4.6	4.6	4.6	4.6	4.6	4.6	4.9
Desviación estándar	.51	.62	.59	.62	.47	.51	.51	.62	.49	.49	.51	.49	.51	.49	.49	.49	.49	.49	.49	.49	.33
Mínimo	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Máximo	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Fuente: Construcción propia con datos del SPSS

En el cuadro 4 se escenifican los resultados obtenidos por expectativas, percepciones y brechas por ítem, mostrando con claridad dichos indicadores, acorde a las cinco dimensiones (confiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía y elementos tangibles).

Cuadro 4. Concentrado de Dimensiones, codificación, ítems, expectativas, percepciones y brechas

Dimen-siones	Codifi-cación	Ítems	Expecta-tiva	Percep-ción	Brecha
Confiabilidad	C1	Cumplen con las citas asignadas	4.9	4.4	-0.5
	C2	Cuando usted tiene un problema muestran un real interés en usted	5.0	4.6	-0.4
	C3	Proporcionan el servicio de manera adecuada cuando usted lo requiere	5.0	4.3	-0.7
	C4	Concluyen el servicio en el tiempo prometido	4.9	4.5	-0.4
	C5	Los empleados le comunican oportunamente cuando es la realización del servicio	5.0	4.7	-0.3
Responsabilidad	R6	Los empleados brindan un servicio con prontitud	5.0	4.5	-0.5
	R7	Los empleados siempre se	4.9	4.6	-0.4

		muestran dispuesto a ayudarlo			
	R8	Los empleados nunca están demasiado ocupados para ayudarlo	5.0	4.5	-0.5
Seguridad	S9	El comportamiento de los empleados le inspira confianza	5.0	4.4	-0.6
	S10	Se siente seguro por las prestaciones que le brindan	4.9	4.4	-0.6
	S11	Los empleados cuentan con el conocimiento para responder a sus preguntas	5.0	4.6	-0.4
	S12	Los empleados son siempre amables	4.9	4.6	-0.3
	Empatía	E13	Los empleados atienden sus necesidades específicas	4.9	4.6
E14		Le brindan atención individualizada	5.0	4.4	-0.6
E15		Toman sinceramente en cuenta los intereses de los clientes	5.0	4.6	-0.4
E16		Cuentan con empleados que le brindan una atención individual	4.9	4.6	-0.2
Elementos tangibles	T17	Los horarios son convenientes	4.9	4.6	-0.2
	T18	Tienen equipos de apariencia moderna	4.9	4.6	-0.2
	T19	La presentación de los empleados es la adecuada	4.9	4.6	-0.2
	T20	Las instalaciones físicas son visualmente atractivas	4.9	4.6	-0.2
	T21	Los materiales asociados con el servicio son	4.9	4.9	-0.1

		visualmente atractivos			
--	--	------------------------	--	--	--

Fuente: Construcción propia con datos del SPSS

Con base en estos resultados, se calculó el valor promedio del total de las respuestas acerca de las expectativas, agrupadas por dimensión, cuyos resultados se muestran en la figura 2:

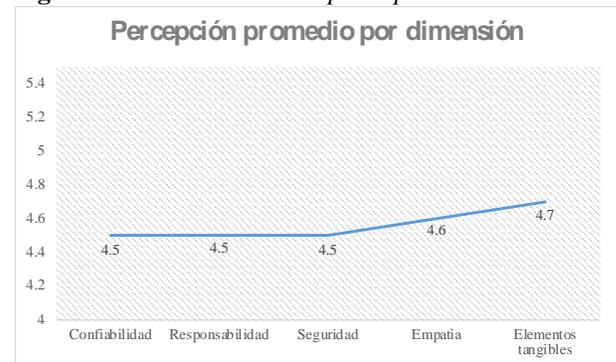
Figura 2. Promedio de Expectativas por dimensión.



Fuente: Construcción propia con datos del SPSS

Así mismo, se calculó el valor promedio del total de las respuestas sobre la percepción, agrupadas por dimensión, obteniendo los resultados que se muestran en la figura 3:

Figura 3. Promedio de Percepción por dimensión.



Fuente: Construcción propia con datos del SPSS

Si recordamos que el modelo SERVQUAL sirve para poder comparar la diferencia que hay entre las expectativas que tiene el cliente del servicio, y su percepción del servicio luego de haberlo recibido, entonces al hacer lo propio con los resultados obtenidos, nos percatamos que la diferencia es pequeña, como se muestra en el cuadro 5:

Cuadro 5. Diferencia/Brecha entre el promedio de expectativa y el promedio de percepción, por dimensión

Dimensión	Diferencia/Brecha
Confiabilidad	-0.5
Responsabilidad	-0.5
Seguridad	-0.5
Empatía	-0.4

Elementos Tangibles	-0.3
---------------------	------

Fuente: Construcción propia con datos del SPSS

Como se puede ver, en la escala de 0 a 5 puntos que se utilizó en el cuestionario, una diferencia de menos de un punto, es pequeña. Esto significa que la calificación que los clientes dieron sobre su percepción del servicio recibido, fue muy cercana al valor que le otorgaron a sus expectativas sobre el servicio.

Sin embargo, existen autores que proponen que los resultados obtenidos mediante un cuestionario SERVQUAL, debe ser interpretado de acuerdo a la siguiente figura:

Figura 4. Modelo de desconfirmación de las expectativas.



Fuente: Borre Ortiz [24]

Dicho modelo toma su nombre a partir de la idea de que al comparar los valores de la expectativa con los de la percepción, lo que se hace es o bien confirmar las expectativas del cliente, o desconfirmarlas en caso de que dichos valores no sean idénticos. De tal manera que si el valor de la diferencia entre la percepción (P) y la expectativa (E) es positivo o mayor a cero, es decir, que el valor de la percepción es mayor que el valor de la expectativa ($P > E$), entonces se puede interpretar que hay un alto nivel de calidad, como se muestra siguiendo la línea azul de la figura; en caso de que la misma diferencia sea igual a cero, es decir, que el valor de la percepción es igual que el valor de la expectativa ($P = E$), entonces se interpreta que hay un nivel de calidad modesto, como se muestra siguiendo la línea roja de la figura; y en caso de que la misma diferencia resulte un valor negativo o menor a cero, es decir, que el valor de la percepción es menor que el valor de la expectativa ($P < E$), entonces se interpreta que el nivel de calidad es bajo, como se muestra siguiendo la línea verde de la figura. Todo lo cual es consistente con la idea de la calidad entendida como la superación de las expectativas del cliente.

Así pues, de acuerdo a este criterio, el servicio de la empresa de servicios profesionales administrativos que fue evaluada, tiene un nivel de calidad bajo, en tanto que no logra igualar ni superar las expectativas de los clientes en ninguna de las cinco dimensiones.

Interpretar que una diferencia tan pequeña, de menos de un punto en una escala de 5 puntos, sea considerada como un nivel bajo de calidad, puede parecer un tanto excesivo; después de todo, se puede ver que están cerca de igualar el valor de la expectativa. Sin embargo, si retomamos el hecho de que la intención del modelo SERVQUAL es proporcionar información válida y útil para la toma de decisiones respecto a la calidad de un servicio, sin duda la alta dirección de esta empresa estará de acuerdo en que hay espacio para la mejora, y en que no pueden estar satisfechos ni conformes con la calidad de su servicio, si éste es percibido por sus clientes como inferior a sus expectativas; se vuelve evidente que están dejando de hacer algo que los clientes esperan que hagan. Esto es más claro si revisamos la diferencia que hay entre expectativa y percepción en promedio de cada uno de los 21 ítems del cuestionario, tal como se muestra en la siguiente figura número 5.

Figura 5. Percepciones y expectativas, promedio por ítems



Fuente: Construcción propia con datos del SPSS

Al analizar la diferencia de esta manera, se alcanza a percibir mejor que en algunos ítems la diferencia no es tan pequeña como en los promedios por dimensión, por lo tanto, definitivamente hay mejoras por implementar.

CONCLUSIONES

La Calidad es: "...una serie de cuestionamientos hacia una mejora continua" [25], y en ese sentido se puede concluir que los resultados obtenidos constituyen información valiosa y pertinente para mejorar el servicio de la empresa consultora evaluada.

También se concluye que el modelo SERVQUAL es una herramienta que cumple con la función para la que fue diseñada, a saber, para poder traducir en términos cuantificables aspectos que en esencia son subjetivos, lo cual permite su evaluación, y en consecuencia permite la toma de decisiones pertinente para lograr la mejora.

Lo estricto y desfavorable que puede parecer el modelo de desconfirmación de la expectativa, finalmente no lo es en realidad. Este modelo de interpretación de los resultados obtenidos mediante un cuestionario tipo SERVQUAL, está correctamente alineado a la idea de la calidad como la superación de las expectativas del cliente; y si el servicio evaluado es percibido en valores por debajo de las expectativas, entonces efectivamente hace falta mejorarlo. y los resultados de cada ítem constituyen una referencia específica, y por lo tanto útil y relevante, acerca de qué exactamente hay que mejorar para que el servicio sea de mayor calidad.

A partir de la experiencia de este proyecto, una posible futura línea de investigación que sin duda se abre, es investigar acerca de métodos o técnicas para implementar acciones correctivas, cuyo impacto logre la obtención de mejores resultados en una evaluación posterior mediante este mismo método SERVQUAL a la misma empresa consultora. Esto es pertinente en tanto que existe una gran cantidad de información, métodos y técnicas dentro de tema de la calidad; por lo tanto, un proyecto que se enfoque en analizar de entre todas las alternativas existentes, qué es lo que se puede implementar en el caso específico de esta empresa consultora, con base en los presentes resultados, para lograr la mejora de la calidad de su servicio, sería un proyecto plenamente justificado y relevante.

Así mismo, una segunda línea de investigación que se deriva de este proyecto es la evaluación de seguimiento a la calidad del servicio de esta empresa, para evaluar si efectivamente las estrategias seleccionadas lograron el impacto deseado en la mejora de la calidad del servicio. Un estudio de este tipo no es trivial, pues independientemente de que se elijan las mejores estrategias a partir de los presentes resultados, su implementación y los resultados que con ellas se obtengan, siempre están sujetos a un buen número de factores, los cuales no siempre son evidentes, y ameritan un proyecto de investigación para indagar con rigor científico, si se logró mejorar la calidad en el servicio o no.

BIBLIOGRAFÍA

- [1] Morales Sánchez, Verónica, Hernández-Mendo, Antonio & Blanco Villaseñor, Ángel. (2009). Evaluación de la calidad en las organizaciones deportivas: adaptación del

- Modelo Servqual. (U. A. Barcelona, Ed.) *Revista de Psicología del Deporte*, 18(2), 137-150. Recuperado el 7 de Noviembre de 2018, de <https://ddd.uab.cat/pub/revpsidep/19885636v18n2/19885636v18n2p137.pdf>
- Jiménez, Rosa. (Enero-Marzo de 2004). Indicadores de calidad y eficiencia de los servicios hospitalarios. Una mirada actual. *Revista cubana de salud pública*, 30(1). Recuperado el 6 de Noviembre de 2018, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0864-34662004000100004&script=sci_arttext&lng=pt
- [2] Duque Oliva, E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *INNOVAR, revista de ciencias administrativas y sociales*, 64-80.
- [3] Deming, W.E. . (1989). *Calidad, productividad y competitividad. La salida de la crisis*. Madrid: Díaz de Santos.
- [4] Pérez Marqués, M. (2016). *Control de calidad, Técnicas y herramientas* (Segunda ed.). México: Alfaomega.
- [5] Kumar, M., Tat Kee, F., & Charles, V. (2010). Comparative evaluation of critical factors in delivering service quality of banks An application of dominance analysis in modified SERVQUAL model. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 27(3), 352-378.
- [6] Zeithaml, V., Berry, L.L. & Parasuraman, A. . (1988). Communication and Control Processes in Delivery of Service Quality. *Journal of Marketing*(52), 35-48.
- [7] Cabello, E., & Chirinos, J. (2012). Validación y aplicabilidad de encuestas SERVQUAL modificadas para medir la satisfacción de usuarios externos en servicios de salud. *Revista Medica Heredia*, 23(2), 88-95.
- [8] Reboloso Pacheco, E., Salvador Ferrer, C., Fernandez Ramirez, B., & Canton Andres, P. (2004). Análisis y ampliación del SERVQUAL en los servicios universitarios. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 20(3), 355-373.
- [9] Nyek, S., Morales, M., Ladhari, R., & Pons, F. (diciembre de 2002). 10 years of service quality measurement: reviewing the use of the SERVQUAL instrument. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 7(13), 101-107.
- [10] Llorens Montes, F. (1995). Un analisis de la importancia relativa que tienen las dimensiones de la calidad de servicio en la

- percepción del cliente. *Cuadernos de ciencias económicas y empresariales*, 29, 35-45. Salazar Hernandez, P. (10 de febrero de 2011). La importancia de la satisfacción del usuario. [12] *Documentación de las Ciencias de la Información*, 34, 249-368. Shahin, A. (2004). *SERVQUAL and Model of Service Quality Gaps: A Framework for Determining and Prioritizing Critical Factors in Delivering Quality Services*. Recuperado el 3 de noviembre de 2018, de SERVICE [13] QUALITY & CUSTOMER SATISFACTION MEASUREMENT Course Supplements (Readings and Cases): <http://nassar2000.tripod.com/services2007/119.pdf> Calixto-Olalde, M., Swada, N., Hayashida, M., & Costa Mendes, I. (2011). ESCALA [14] SERVQUAL: VALIDACIÓN EN POBLACIÓN MEXICANA. *Texto & Contexto - Enfermagem*, 20(3), 326-333. Zamudio Igami, M., Cardoso Sampaio, M., & Santos Vergueiro, W. (2005). EL USO DEL [15] SERVQUAL EN LA VERIFICACIÓN DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS DE UNIDADES DE INFORMACIÓN: EL CASO DE LA BIBLIOTECA DEL IPEN. *Revista Interamericana de Bibliotecología*, 28(2), 177-191. Lara Muñoz, E. (2013). *Fundamentos de [16] Investigación, Un enfoque por competencias* (Segunda ed.). Ciudad de México, México: Alfaomega. Namakforoosh, M. (2005). *Metodología de la [17] investigación* (Segunda ed.). México: Limusa. Alvarez-Gayou, J. (2003). *Cómo hacer [18] investigación cualitativa*. Obtenido de Centro de Estudios en Planificación, Políticas Públicas e Investigación Ambiental: <http://www.ceppia.com.co/Herramientas/Herramientas/Hacer-investigacion-alvarez-gayou.pdf> Martín Arribas, M. (2004). Diseño y [19] validación de cuestionarios. *Matronas Profesión*, 5(17), 23-29. Jélvez Caamaño, Arnaldo; Riquelme Romero, Yeanette & Gómez Fuentealba, Nelly. (2010). [20] Evaluación de la calidad de servicio en Centro de Salud Familiar en Chile. *Revista Horizontes Empresariales*, 51-70. Thompson, I. (Julio de 2006). *Definición de [21] Encuesta*. Obtenido de Promonegocios.net: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnica/encuestas-definicion-1p.html> Universidad Nacional de Educación a [22] Distancia. (s.f.). *Estadística e Informática* (SPSS) en la investigación descriptiva e inferencial. Obtenido de Universidad Nacional de Educación a Distancia: http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:editorial-Educacionpermanente-0184216EP01A02/Documento_0184216EP01A02.pdf García-Bellido, R., González Such, J., & [23] Jornet Meliá, J. (2010). *SPSS: Análisis de fiabilidad*. Obtenido de Universidad de Valencia: https://www.uv.es/innomide/spss/SPSS/SPSS_0801B.pdf Borre Ortiz, Y. (2013). *Calidad Percibida de [24] la Atención de Enfermería por pacientes hospitalizados en Institución Prestadora de Servicios de Salud de Barranquilla*. Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Enfermería, Maestría en Enfermería. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia. Cubillos Rodríguez, Maria Constanza & [25] Rozzo Rodríguez, Diego. (s.f.). El concepto de calidad: historia, evolución e importancia para la competitividad. *Revista Universidad LaSalle*, 48, 80-99. Recuperado el 3 de Noviembre de 2018, de <https://revistas.lasalle.edu.co/index.php/l/article/download/1260/1153/0>.

Rol de Contribución	Nombre(s)
Conceptualización - Igual Administración de proyecto Supervisión Redacción - Principal	Estrella Evelyn Armenta Verdugo
Conceptualización - Igual Curación de datos Validación - Principal	Zenia Isabel Castro Borunda
Redacción - De apoyo	Jorge Alberto Olayo Valles
Recursos Validación - De apoyo	Francisco Javier Cupa González
Visualización	Beatriz Adriana León López