



DOI: <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v6i3.1327>

Ciencias técnicas y aplicadas
Artículo de investigación

Evaluación de la calidad del servicio con la utilización de indicadores cualitativos y cuantitativos en el sector bancario

Service quality evaluation with the use of qualitative and quantitative indicators in the banking sector

Avaliação da qualidade do serviço com uso de indicadores qualitativos e quantitativos no setor bancário

Cynthia Elizabeth Mendoza-Macías^I
cmendoza523@pucesm.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-8937-4599>

Yanelis Ramos-Alfonso^{II}
yramosalfonso@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-8383-1245>

***Recibido:** 20 de mayo de 2020 ***Aceptado:** 25 de junio de 2020 * **Publicado:** 27 de julio de 2020

- I. Economista, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Ecuador.
- II. Doctora en Ciencias Técnicas, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Ecuador.

Resumen

Los servicios bancarios tienen un gran auge en las generaciones actuales, por lo que la gestión de la calidad y el nivel de servicios son filosofías que se imponen en este tipo de instituciones. El objetivo de esta investigación fue evaluar la calidad del servicio en una institución bancaria, basado en la utilización de indicadores cualitativos y cuantitativos. Los métodos utilizados incluyeron desde los cualitativos, como la encuesta para evaluar la satisfacción de los clientes, hasta los cuantitativos, como la utilización de la teoría de colas para la determinación de estándares propios del nivel de servicio. Se obtuvo que el 94,75% de los clientes están satisfechos; sin embargo, aún se manifiestan insatisfacciones con los tiempos de espera que como promedio son de 45 minutos, llegando a ser de hasta 90 minutos, elemento que permitió orientar estrategias para gestionar la demanda y mejora del servicio.

Palabras claves: Evaluación de la calidad; servicios bancarios; indicadores cualitativos y cuantitativos; teoría de colas.

Abstract

Banking services are booming in current generations, so quality management and the level of services are philosophies that prevail in this type of institution. The objective of this research was to evaluate the quality of service in a banking institution, based on the use of qualitative and quantitative indicators. The methods used included from the qualitative ones, such as the survey to assess customer satisfaction, to the quantitative ones, such as the use of queuing theory to determine standards of service level. It was obtained that 94.75% of the clients are satisfied; However, there are still dissatisfactions with waiting times, which average 45 minutes, reaching up to 90 minutes, an element that allowed guiding strategies to manage demand and improve service.

Keywords: Quality evaluation; banking services; qualitative and quantitative indicators; theory of tails.

Resumo

Os serviços bancários estão crescendo nas gerações atuais, portanto, o gerenciamento da qualidade e o nível de serviço são filosofias impostas a esse tipo de instituição. O objetivo desta investigação foi avaliar a qualidade do serviço em uma instituição bancária, com base no uso de indicadores

qualitativos e quantitativos. Os métodos utilizados incluíram desde os qualitativos, como a pesquisa para avaliar a satisfação do cliente, até os quantitativos, como o uso da teoria das filas para determinar padrões de nível de serviço. Foi obtido que 94,75% dos clientes estão satisfeitos; no entanto, ainda existem insatisfações com o tempo de espera, que dura em média 45 minutos, chegando a 90 minutos, elemento que permitiu orientar estratégias para gerenciar a demanda e melhorar o atendimento.

Palavras-chave: Avaliação da qualidade; serviços bancários; indicadores qualitativos e quantitativos; teoria das caudas.

Introducción

Las empresas actualmente se encuentran inmersas en un entorno cada vez más competitivo a nivel mundial, provocado fundamentalmente por la amplia oferta de productos y servicios que existe. De ahí la necesidad de implementar herramientas que satisfagan no solo a sus clientes, sino también sus propios objetivos empresariales y sus expectativas de mejora de los indicadores de productividad (Arroyo Morocho y Buenaño Arma, 2017).

Para ello, la calidad juega un rol fundamental a fin de cumplir con las características y especificaciones del producto o servicio que se ofrece. La calidad se puede entender como el juicio de un consumidor acerca de la excelencia total o superioridad de un producto o servicio (Fariño Cortez et al., 2018).

La calidad es considerada como una estrategia para impulsar la competitividad empresarial (Cadena Badilla et al., 2016; Hernández Palma et al., 2018), desde una perspectiva integral, cuyo fin último es lograr la satisfacción del cliente.

El desarrollo precipitado ha obligado a las empresas, a olvidar aquella tendencia tradicional en la que sólo la innovación de productos garantizaba dividendos de consideración para adoptar un nuevo modelo en el que además se valoran la opinión y necesidades del cliente, y donde las empresas se enfocan al mercado. Es por ello que las empresas de servicios tienen que tener mucho tacto, ya que el servicio tiene como característica esencial su intangibilidad y alto contacto con el cliente, una vez prestado se consume al instante y no se puede almacenar. Es por ello, son cada vez más estudiados, por el heterogéneo comportamiento que suelen tener, ya que dependen fundamentalmente de las personas, que muestran características singulares y únicas para cada caso.

Se pueden mencionar algunos autores como Fraile Benítez et al. (2018) que plantean que un servicio es el trabajo, la actividad y/o los beneficios que producen satisfacción a un consumidor. Por otra parte la NC/ISO9000 (2015) plantea que no son más que el resultado de llevar a cabo necesariamente al menos una actividad en la interfaz entre el proveedor y el cliente y generalmente es intangible.

Dar una buena respuesta a las demandas del cliente y resolver cualquier tipo de sugerencia o propuesta es imprescindible para el futuro de toda empresa. Es considerado como pilar fundamental y elemento importante de diferenciación por (Salazar Yépez y Cabrera Vallejo, 2016).

La calidad en el servicio es una métrica dentro de las organizaciones que buscan la diferenciación y competitividad en el mercado. El objetivo principal es identificar los atributos de calidad del mismo y evaluar la relación entre la calidad percibida y la satisfacción del cliente; lo cual se traduce en lealtad hacia la empresa y se refleja en un incremento en las utilidades de la organización (Dos Santos, 2016).

La evaluación de la calidad en el servicio se la realiza sobre la totalidad del servicio o el servicio completo una vez finalizado, de tal manera que lo agradable del servicio depende de la calidad de todo el proceso, esto permitirá que una empresa pase de ser objeto anónimo, a tener un rostro conocido (Arroyo Morocho y Buenaño Arma, 2017).

Una de las recomendaciones realizadas por Martin (2016), para mejorar los procesos de servicios es la detección de los atributos de calidad y evaluar la concordancia entre la calidad percibida y la satisfacción del cliente.

El juicio que el cliente realiza sobre la excelencia del servicio recibido es subjetivo, por tanto, el nivel de calidad de los servicios prestados dependerá por una parte de comprender las necesidades del cliente y por otra parte la capacidad de la organización con que se lleve el proceso (Arroyo Morocho y Buenaño Arma, 2017).

Se han desarrollado diversos instrumentos de evaluación de la calidad de los servicios, uno de los más conocidos es el Modelo Servqual desarrollado por Parasuraman, Zeithalm y Berry (1988), el mismo reconoce como atributos esenciales del servicio la fiabilidad, tangibilidad, empatía, capacidad de respuesta y seguridad en la realización de los trámites con la entidad. Dichos atributos deben ser evaluados por encuestas aplicadas a los clientes para establecer un contraste entre sus

expectativas y percepciones, en base a lo cual establecer la calidad percibida y satisfacción de los clientes con el servicio recibido.

Los anteriores son sumamente útiles, sin embargo, son cualitativos, por lo que las empresas de servicio, deben además considerar la gestión de otros medidores tangibles, a fines a su actividad e indicativos del nivel de servicio.

La Teoría de Colas surgió a principios del siglo XX, cuando el problema de la congestión de tráfico que se presentaban en las redes telefónicas fue estudiado por primera vez desde un enfoque científico por el danés Agner Kraup Erlang. La misma permite estudiar elementos como el tiempo medio de estancia en cola, la probabilidad de tener que esperar, entre otros elementos decisivos para los clientes.

En el sector bancario ecuatoriano, disímiles son los escenarios en los que se generan líneas de espera o colas. No en pocos casos se ha evidenciado el alto índice de descontento de los clientes debido a la larga espera, el escaso número de personal para atender al público, o la demora de quienes ofrecen el servicio, independientemente de que existan otras razones aparentemente sin importancia para esta teoría.

En función de lo anterior se impone la necesidad de aplicar herramientas que permitan monitorear la calidad percibida en el servicio bancario, tanto cualitativa como cuantitativamente, con la utilización de indicadores objetivos del nivel de servicio, específicamente en lo relacionado a los tiempos de espera. Por lo que el objetivo de la presente investigación es desarrollar un instrumento que permita la evaluación cualitativa y cuantitativa de la calidad en los servicios bancarios, con la utilización de la teoría de colas para la valoración de la capacidad de respuesta.

Métodos o Metodología

La metodología seguida en la investigación es de tipo cuali-cuantitativa, parte de considerar seis pasos principales que permiten el cumplimiento de los objetivos. Estos pasos se resumen en el procedimiento para la evaluación y mejora de la calidad del servicio sobre la base del monitoreo de indicadores cualitativos y cuantitativos figura 1.

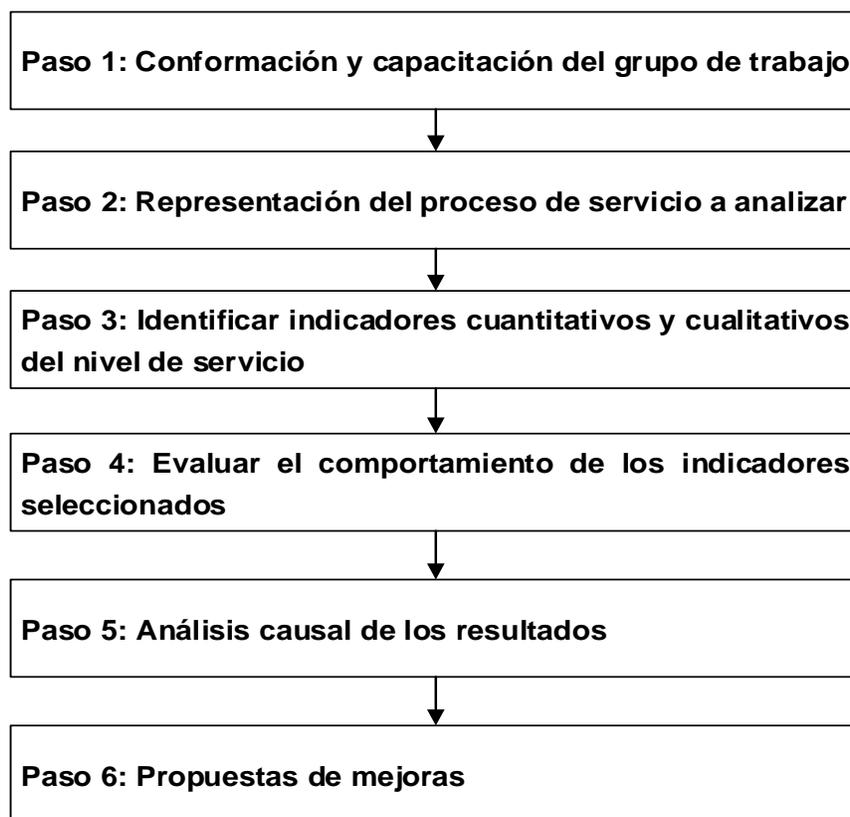
Paso 1: Conformación y capacitación del grupo de trabajo

Se conformará un grupo de trabajo multidisciplinario, con experiencia, conocedor de la actividad. La literatura establece la necesidad de garantizar el grado de conocimiento y confiabilidad de los

miembros a partir de la aplicación del cuestionario de competencia del experto el cual es un instrumento de gran utilidad, ya que permite recopilar información acerca de la experiencia y el conocimiento de un equipo de trabajo (Rodríguez Sánchez, 2017).

El equipo de trabajo seleccionado, debe ser capacitado en el empleo del procedimiento, además se debe profundizar con cada uno de sus integrantes en las temáticas con las que más directamente se encuentren vinculados, para lograr un mejor desarrollo y resultado en la aplicación del procedimiento propuesto.

Figura 1. Procedimiento para la evaluación y mejora de la calidad del servicio sobre la base del monitoreo de indicadores cualitativos y cuantitativos



Fuente: Elaboración propia

Paso 2: Representación del proceso de servicio a analizar

Se propone la elaboración de la ficha de proceso con los elementos correspondientes con la característica de que la misma se ajuste a los requerimientos de la ISO 9000 (ISO 9000 - Quality

Management, 2015) y una vez que se identifique el proceso se procede a la representación a través de la utilización de los diagramas As-Is, como herramienta sencilla de representación de procesos.

Paso 3: Identificar indicadores cualitativos y cuantitativos del nivel de servicio

Los atributos de la calidad además de ser evaluados por el criterio de los clientes, permiten ser estudiados desde un grupo de indicadores internos, tal es el caso de la capacidad de respuesta. Para lo cual el grupo de trabajo, con conocimiento de la actividad, debe decidir cuáles considerar. Asimismo, deberán identificarse indicadores del nivel de respuesta a la demanda.

Los criterios de selección deben considerar la utilidad del indicador para evaluar el nivel de calidad del servicio y la disponibilidad informativa para el monitoreo del mismo. Si el consenso de los expertos se dificulta, puede aplicarse el método de concordancia de Delphi, para la elección final. Para la evaluación de la calidad del servicio, mediante el criterio del cliente, se considera la revisión documental, la utilización de los instrumentos que utiliza la entidad.

Paso 4: Evaluar el comportamiento de los indicadores seleccionados

En este paso se propone medir el comportamiento en un período, de cada uno de los indicadores seleccionados en el paso anterior.

Para ello, en el caso de los indicadores cualitativos, se debe recolectar información. De acuerdo con Sihuin Tapia et al. (2015) cada investigación requiere de la selección de algún tipo de muestra para recolectar los datos por lo que para ello es necesario realizar las actividades siguientes: definir la población (el elemento, las unidades de muestreo, el alcance y el tiempo), identificar el marco muestral del cual se seleccionará la muestra, determinar el número de elementos que se van a incluir en la muestra, seleccionar el procedimiento de muestreo que puede ser probabilístico o no probabilístico y completar el tamaño de muestra.

En el caso de los indicadores cuantitativos, deberán establecerse las vías de evaluación de acuerdo a los patrones del servicio analizados. Es necesario definir el tipo de modelo, si considera una cola finita, infinita, disciplina FIFO, número de estaciones, lo que dará lugar a la identificación de los formularios correspondientes a utilizar, en cada caso. Para este fin se propone la utilización del software Arena.

Deberán establecerse las vías de evaluación de todos los indicadores antes seleccionados, sus criterios o metas para la correspondiente valoración.

El grupo de trabajo deberá, además de analizar los instrumentos utilizados por la institución sobre el criterio que tienen los clientes sobre el servicio, planificar la recogida de la información, para el monitoreo de la razón de arribo y la razón de servicio, en los diferentes horarios del día, para poder realizar las mejores estrategias organizativas, con el fin de darle respuesta a la mayor demanda posible de clientes y en el menor tiempo.

Paso 5: Análisis causal de los resultados

Luego de obtenidos los valores de los indicadores tanto cualitativos como cuantitativos, se debe triangular la información, encontrar coincidencias, y relaciones causales en los resultados arrojados por los instrumentos utilizados.

Deben identificarse las causas raíces de los problemas, se propone utilizar un diagrama causa-efecto, identificando cada problema con sus causas, una causa puede generar más de un problema. Esto constituirá la base para el desarrollo de las soluciones.

Paso 6: Propuestas de mejoras

A partir del análisis de la información suministrada en las etapas precedentes, se definirán las acciones a tomar en cuanto a la calidad del servicio para la mejora de los indicadores que lo afectan. Sobre la base de la utilización del diagrama causa-efecto, deben identificarse también y visualizarse las posibles soluciones. El equipo de trabajo elaborará un plan de acciones para solucionar los principales problemas detectados que afectan la calidad del servicio, donde deben enumerarse los indicadores y considerar la relación: indicador, acciones de mejora, responsable fechas de cumplimiento y responsable del seguimiento.

Resultados y Discusión

El procedimiento descrito se aplicó en un banco privado del Ecuador.

Paso 1: Conformación y capacitación del grupo de trabajo

Para la selección del equipo de trabajo, inicialmente se realizó una propuesta de 7 personas, a los que se les aplicó el cuestionario de competencia de expertos donde todos los candidatos mostraron un coeficiente de competencia adecuado, por lo tanto, el grupo quedó formado por las 7 personas. Dentro de trabajadores de cada una de las áreas clave de la organización; las cuales mostraron disposición.

La capacitación del equipo de trabajo estuvo a cargo de un consultor externo, partiendo de la idea de que a pesar de ser expertos en las temáticas correspondientes en ocasiones no conocían algunos de los métodos a aplicar en el procedimiento o el propio desarrollo del mismo a través de sus pasos. Se impartieron temáticas como: gestión de la calidad, calidad servicio, atributos de la calidad del servicio, simulación y teoría de cola. Además, se diseñó un curso para el trabajo con las herramientas informáticas propuestas. Una vez, lograda la preparación del equipo de trabajo se realizó un cronograma para las actividades a desarrollar.

Paso 2: Representación del proceso de servicio a analizar

El proceso de servicio que se escoge para aplicar el procedimiento propuesto es el de Caja. La selección de este proceso se debe a que es uno de los procesos de mayor demanda. Además, presenta un marcado interés para la administración del banco por su alta demanda con un alto contacto con el cliente, es uno de los procesos claves en la organización, se brinda a diario, tiene un elevado impacto social, constituye un proceso de alto contacto con el cliente donde del total de actividades (10), el 95% son momentos de la verdad.

Además, en el primer trimestre del año 2020 del análisis realizado a las quejas de la población la mayor frecuencia de señalamientos (75%) se refieren al incumplimiento en el tiempo óptimo de atención y tiempos de esperas excesivos.

Paso 3: Identificar indicadores cualitativos y cuantitativos del nivel de servicio

En este paso se realizó una revisión de documentos, entrevistas al equipo de trabajo y al personal que tiene relación directa con el proceso de servicio objeto de estudio para la identificación de los indicadores cuantitativos que se utilizan en el proceso. Inicialmente se realizó una propuesta de 10 indicadores los cuales fueron valorados por los expertos y mediante la utilización del método Delphi se seleccionan 5 indicadores. El listado de indicadores se muestra en la tabla 1.

- Tiempo medio de servicio
- Probabilidad de tener que esperar
- Tiempo medio de estancia en la cola

Asimismo, deberán identificarse indicadores del nivel de respuesta a la demanda como:

- El número de casos atendidos en el período
- El número de clientes perdidos

Tabla 1. Indicadores cuantitativos que gestiona el proceso de servicio

Indicador	Forma de cálculo	Meta establecida %
El número de casos atendidos en el período	$\frac{\text{Casos atendidos}}{\text{Casos recibidos}} \times 100$	100
El número de clientes perdidos	$\frac{\text{Casos no atendidos}}{\text{Casos recibidos}} \times 100$	Menos 5 %
Tiempo medio de servicio	$\frac{\text{Casos atendidos en el tiempo medio establecido}}{\text{Casos recibidos}} \times 100$	97%
% de utilización de los recursos	$\frac{\text{Recursos utilizados}}{\text{Total de recursos}} \times 100$	95%
Tiempo medio de estancia en la cola	$\frac{\text{Casos atendidos en el tiempo medio de estancia en cola establecido}}{\text{Casos recibidos}} \times 100$	93%

Para la evaluación de la calidad del servicio, mediante el criterio del cliente, se utilizó la revisión documental de las encuestas aplicadas por la institución. Los indicadores identificados fueron los siguientes:

- Solución a sus requerimientos
- Atención del personal
- Satisfacción con el producto
- Satisfacción con el proceso

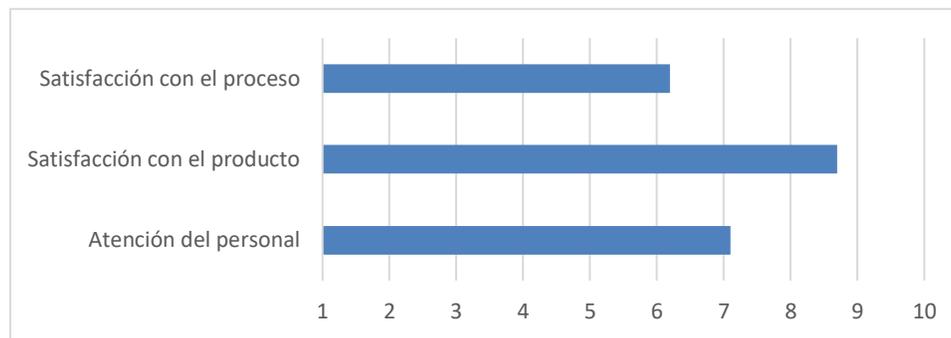
El primer indicador se mide utilizando una escala dicotómica mientras que el resto de ellos son evaluados utilizando una escala de 1 a 10.

Paso 4: Evaluar el comportamiento de los indicadores seleccionados

La medición de los indicadores cualitativos propuesto resulta de su puntuación según los criterios de los clientes que formaron parte de la muestra seleccionada. En la **figura 2**, se muestra el

comportamiento de 3 de estos indicadores en el objeto de estudio práctico. Según la figura el indicador más afectado es: la satisfacción con el proceso.

Figura 2. Comportamiento de los indicadores cualitativos seleccionados según el criterio de los clientes



Fuente: Elaboración propia

En el caso del indicador solución a sus requerimientos el 94,75 % de los clientes manifestaron una respuesta positiva

Para el caso de los indicadores cuantitativos del análisis de la información recopilada y la observación y autoobservación realizadas se toma para la investigación 8 horas durante 3 días.

Descripción de las variables:

- Arribo de clientes: cantidad de clientes que arriban por día.
- Tiempo entre arribos: no es más que el tiempo que existe entre que llega un cliente y el siguiente.
- Cantidad de prestadores de servicio (cajeros).
- Tiempo de prestación de servicio: Tiempo que demora un cajero en atender a cada cliente.

Diseño del muestreo:

- Variable cantidad de arribos y tiempo entre arribos: Se conocen los parámetros de la población, por lo que se parte de la observación de todas las llegadas de clientes las 8 horas del día durante 3 días. Además, se cuenta con los datos de la cantidad de clientes que llegan a diario al banco.
- Variable tiempo de prestación de servicio: Se autoobservan los cajeros durante 3 días y se determina la distribución que siguen las atenciones a los clientes.

- Cantidad de prestadores de servicio (cajeros): se fijan que son dos los cajeros que brindan el servicio durante las 8 horas del día.

Se recogen los datos de cada una de las variables identificadas en el estudio, a través de las técnicas propuestas para cada una de ellas.

Los resultados para la variable tiempo entre arribo se muestran en la **Tabla 2**.

Tabla 2. Ajuste de distribución de tiempo entre llegadas

		Resumen del ajuste de distribución del tiempo entre arribo
Distribución		Exponencial
Expresión		-0.5 + EXPO(15.6)
Error		0.005194
		Kolmogorov-Smirnov Test
Estadístico		0.219
Valor p		< 0.005
		Data Summary
Número de datos		974
Mínimo		0
Máximo		60
Media Muestral		15.1
Desviación muestral	estándar	12.2

Fuente: software Arena

Al banco entraron 834 clientes en el período analizado. En cuanto a los tiempos, se tiene que los clientes que llegan al proceso pasan como promedio 45 minutos en el banco. Se puede decir que los clientes que más tiempo estarían en el sistema lo harían por cerca de 1:30 horas y los que menos tiempo estarían lo harían por solo 15 minutos que son algunos clientes que la operación es más rápida y sencilla. En cuanto a las colas, lo más significativo es que cada cliente esperará como promedio 15 minutos, aunque, como máximo, un cliente que esté mucho tiempo en el sistema pudiera pasar en colas como máximo 1:30 horas.

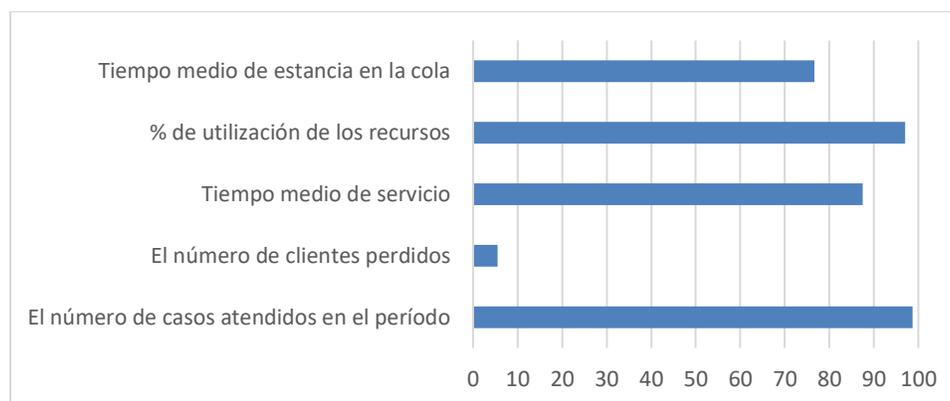
En cuanto a las personas y recursos se tiene que hay en cola como promedio 5 clientes y como máximo en un momento dado (horario pico) pudieran confluír hasta 14 clientes esperando a ser atendidos. Las cajas van a estar utilizadas a un 95% como promedio. Uno de los resultados más

significativos es el porcentaje de utilización de los principales recursos: los prestadores de servicio de dicho proceso están utilizados en un 97%.

En cuanto a las salidas, se tiene que debe haber 834 clientes recibidos y 820 clientes atendidos. Por lo que hubo un total de 14 clientes perdidos en el período analizado.

El comportamiento de cada uno de los indicadores identificados y según el comportamiento de ellos descrito anteriormente en porcentaje se muestra en la figura 3. Como se puede observar los indicadores más afectados según la meta de servicio son: el tiempo medio de estancia en cola y el tiempo medio de servicio.

Figura 3: Comportamiento de los indicadores cuantitativos seleccionados



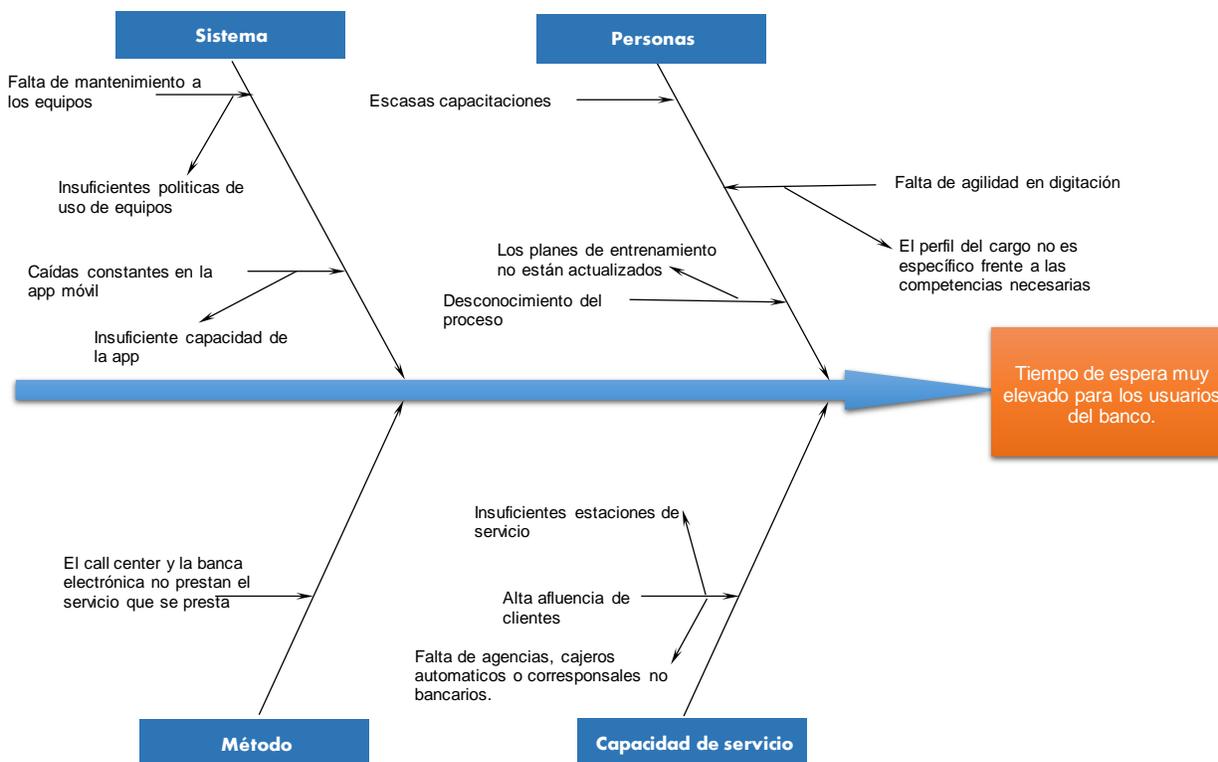
Fuente: Elaboración propia

Paso 5: Análisis causal de los resultados

Luego de obtenidos los valores de los indicadores tanto cualitativos como cuantitativos, se realizó una triangulación de la información donde se pudo ver que tanto desde el punto de vista del criterio de los clientes como de la evaluación de los indicadores propios del proceso de servicio existentes de ellos que se encuentran afectados estos son: satisfacción con el proceso (según criterio de los clientes) y tiempo medio de estancia en cola y el tiempo medio de servicio (indicadores cuantitativos).

A través de un trabajo con el grupo de experto se pudieron identificar las causas raíces del principal problema que es el tiempo de espera para los usuarios del banco.

Figura 4. Diagrama de Ishikawa (causa-efecto)



Fuente: Elaboración propia

Paso 6: Propuestas de mejoras

A partir del análisis de la información suministrada en las etapas precedentes, se definieron las acciones a tomar en cuanto a la calidad del servicio para la mejora de los indicadores que lo afectan. Estas acciones fueron elaboradas por el equipo de trabajo como se muestran en la **tabla 3**.

Tabla 3. Plan de acciones para la mejora de la calidad del servicio

Indicadores relacionados	Acciones de mejora	Responsable de tarea	Fechas		Responsable de seguimiento
			Inicio	Final	
1. Tiempo de espera	Establecer un porcentaje de productividad mínimo diario de cada cajero.	Operativo	09/20	-	Gerente Regional

Evaluación de la calidad del servicio con la utilización de indicadores cualitativos y cuantitativos en el sector bancario

Realizar un balance de los clientes perdidos contra la posibilidad del aumento de una estación de servicio.	Operativo	09/20	-	Gerente Regional
Cumplir con el mantenimiento planificado de los equipos de cómputo	Operativo	09/20	-	Gerente Regional
Identificar las necesidades de aprendizaje del personal de servicio para reforzar los programas de capacitación	Operativo	09/20	-	Gerente Regional

Fuente: Elaboración propia

La utilización de indicadores cualitativos (mediante la evaluación de la satisfacción de los clientes mediante encuestas) e indicadores cuantitativos, en torno a lo cual se destaca la utilización de la teoría de cola; permitió la triangulación de información y la obtención de resultados similares por ambas vías, donde se evidencia la necesidad de tomar estrategias con respecto a los tiempos de espera en la entidad.

De forma general el cliente está satisfecho con el servicio ofrecido por el banco, al ser valorados todos los atributos por encima de 6, con una gran media de 7,35; valor favorable en una escala de lickert de 10 categorías, por lo que se coincide con Álvarez Guale (2012), al plantear que las Instituciones financieras se preocupan por ofrecer un adecuado servicio a sus clientes, en torno a la obtención de resultados satisfactorios en los Bancos de Pichincha, Pacífico y Bolivariano.

La capacidad de respuesta, estudiada mediante la teoría de cola, permitió entender más claramente el comportamiento de la demanda, establecer indicadores cuantitativos, desligados de la subjetividad del criterio del cliente, tales como el tiempo medio de espera, como variable fundamental de decisión de los clientes en la utilización del servicio, lo que permitió la concepción de estrategias, para intentar equilibrar la demanda con los diferentes servicios ofrecidos.

Referencias

1. Álvarez Guale, R. (2012). Modelo de evaluación de la calidad para instituciones financieras obtenidas por medio de un análisis de correspondencia y de clúster. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, Vol. 2, No. 3, pp. 70-94, ISSN 1390-6291. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5966993>
2. NC ISO 9000 (2015) *Sistemas de gestión de la calidad. Fundamentos y vocabulario*.
3. Martin, M. (2016). Customers determination of service quality and satisfaction in a return/repair process: a quantitative study. *International Academy of Marketing Studies Journal*, Vol. 20, No. 1. Disponible en: <https://www.researchgate.net/publication/>
4. Salazar Yépez, W. y Cabrera Vallejo, M. (2016). Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo – Ecuador. *Revista de investigación Industrial Data*, Vol. 19, No. 2, pp. 13-20 Universidad Nacional Mayor de San Marcos Lima, Perú. ISSN: 1560-9146. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81649428003>
5. Fariño Cortez, J; Cercado Mancero A; Vera Lorenti, E; Valle Flores J y Ocaña Ocaña, A (2018). Satisfacción de los usuarios y la calidad de atención que se brinda en las unidades operativas de atención primaria de salud. *Revista Espacio*, Vol. 39, No. 32, ISSN 0798 1015. Disponible en: <https://www.revistaespacios.com/a18v39n32/a18v39n32p22.pdf>
6. Cadena Badilla, J., Vega Robles, A., Real Pérez, I. y Vásquez Quiroga, J. (2016). Medición de la calidad del servicio proporcionado a clientes por Restaurantes en Sonora, México. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*, Vol V, No. 17, pp. 41-60, ISSN: 1856-8327. Disponible: <https://www.redalyc.org/pdf/2150/215049679004.pdf>
7. Fraile Benítez, A. M.; Contreras Castañeda, E. D.; Vega Reyes, A. V.; Cortés Munevar, D. S.(2019). VILLSERVING: Escala para medir la Calidad en el Servicio de Alojamientos a Pequeña Escala en Villa de Leyva Colombia. *Revista Espacio*, Vol. 40, No. 4, ISSN 0798 1015. Disponible en: <https://www.researchgate.net/>
8. Dos Santos, M. A. (2016). Calidad y satisfacción: el caso de la Universidad de Jaén. *Revista de la Educación Superior*, Vol. 45, No. 178, pp. 79, 95I, SSN 0185-2760 ., Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1016/j.resu.2016.02.005>

9. Arroyo Morocho, F. R. y Buenaño Arma, C. S. (2017). Calidad en el Servicio: Oportunidad para el Sector Automotor en el Ecuador. Revista mensual de la UIDE extensión Guayaquil, INNOVA Research Journal, Vol. 2, No. 9, pp. 42-52. ISSN 2477-9024. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6128451>
10. Hernández Palma, H.; Barrios Parejo, I.; Martínez Sierra, D. (2018). Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. Criterio Libre, Vol.16, No. 28, pp. 179-195, ISSN 1900-0642. Disponible en: <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/criteriolibre/article/view/2130>
11. Parasuraman, A.; Zeithalm, V., y Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Retailing, Vol. 64, No. 1, pp. 12-40. Disponible en: https://www.researchgate.net/_Zeithaml/publication/quality.pdf
12. Rodríguez Sánchez, Y. (2017). Contribución a la planificación de la capacidad en los procesos asistenciales en la Atención Primaria de Salud. Tesis presentada en opción al grado científico de Doctor en Ciencias Técnicas. Universidad de Matanzas Sede "Camilo Cienfuegos", Matanzas, Cuba.
13. Sihuin Tapia, E. Y.; Gómez Quispe O. E.; Ibáñez Quispe, V. (2015). Satisfacción de usuarios hospitalizados en un hospital de Apurímac, Perú. Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública, Vol. 32 No. 2, ISSN 1726-4634. Disponible en: http://www.scielosp.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1726

©2020 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).