



**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**Trabajo de Titulación Previo a la Obtención del Título de Magister en  
Administración de Empresas**

**“Evaluación de la calidad del servicio en la empresa GOmotors de la ciudad de Loja”**

Cristian Israel Cabrera Abad

Silvia Alexandra Jaramillo Luzuriaga

Quito, marzo de 2021

“Evaluación de la calidad del servicio en la empresa GOmotors de la ciudad de Loja”

Por

Cristian Israel Cabrera Abad

Silvia Alexandra Jaramillo Luzuriaga

Marzo 2021

Aprobado:

Sandra, R, Villacís, M, Tutor

María, B, Castillo, Q, Presidente del Tribunal

Marco, V, Pazos, L, Miembro del Tribunal

Aceptado y Firmado: \_\_\_\_\_ 05, 03, 2021  
María, B, Castillo, Q.

Aceptado y Firmado: \_\_\_\_\_ 05, 03, 2021  
Marco, V, Pazos, L.

\_\_\_\_\_ 05, 03, 2021

María, B, Castillo, Q.  
Presidente del Tribunal  
Universidad Internacional del Ecuador

## **Autoría del Trabajo de Titulación**

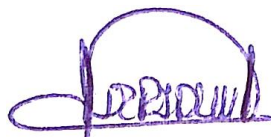
Nosotros, Cristian Israel Cabrera Abad y Silvia Alexandra Jaramillo Luzuriaga, declaramos bajo juramento que el trabajo de titulación titulado **“Evaluación de la calidad del servicio en la empresa GOmotors de la ciudad de Loja”** es de nuestra autoría y exclusiva responsabilidad legal y académica; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional, habiéndose citado las fuentes correspondientes y respetando las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.



---

Cristian Israel Cabrera Abad

Correo electrónico: [crcabreraab@uide.edu.ec](mailto:crcabreraab@uide.edu.ec)



---

Silvia Alexandra Jaramillo Luzuriaga

Correo electrónico: [sijaramillolu@uide.edu.ec](mailto:sijaramillolu@uide.edu.ec)

## **Autorización de Derechos de Propiedad Intelectual**

Nosotros, Cristian Israel Cabrera Abad y Silvia Alexandra Jaramillo Luzuriaga, en calidad de autores del trabajo de investigación titulado **“Evaluación de la calidad del servicio en la empresa GOmotors de la ciudad de Loja”**, autorizamos a la Universidad Internacional del Ecuador (UIDE) para hacer uso de todos los contenidos que nos pertenecen o de parte de los que contiene esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación. Los derechos que como autores nos corresponden, lo establecido en los artículos 5, 6, 8, 19 y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento en Ecuador.


D. M. Quito, marzo de 2021



---

Cristian Israel Cabrera Abad

Correo electrónico: [crcabreraab@uide.edu.ec](mailto:crcabreraab@uide.edu.ec)



---

Silvia Alexandra Jaramillo Luzuriaga

Correo electrónico: [sijaramillolu@uide.edu.ec](mailto:sijaramillolu@uide.edu.ec)

## **Dedicatoria**

A Dios quien nos supo guiar por el buen camino, darnos fuerzas para seguir adelante y no desmayar en este proceso, enseñándonos a afrontar las adversidades y a perseverar hasta el final.

A nuestros padres que con su amor, confianza, consejos y sacrificio han sido parte fundamental de este crecimiento académico, apoyándonos en el transcurso de nuestra carrera.

Y a los demás familiares y amigos quienes de una u otra manera han sido un apoyo en la elaboración del presente artículo para alcanzar este gran objetivo de gran trascendencia para nuestro futuro y éxito profesional.

*Los autores*

## **Agradecimiento**

A la Universidad Internacional del Ecuador, especialmente a las autoridades y a los docentes quienes nos han brindado sus conocimientos y experiencia a lo largo de la formación profesional.

A nuestra tutora, quien supo orientarnos con dedicación durante todo el proceso de investigación y elaboración de este trabajo.

Así como al gerente y clientes de la empresa GOmoters de la ciudad de Loja, por la apertura brindada para realizar este estudio, agradecemos de forma sincera su valiosa colaboración.

*Los autores*

## **Resumen Ejecutivo**

El presente artículo tuvo como objetivo general evaluar la calidad del servicio de la empresa GOmoters de la ciudad de Loja empleando la escala del modelo Servqual. En cuanto al alcance de la investigación se estableció determinar el grado de satisfacción de los clientes, con el fin de determinar cuáles son las dimensiones con menor grado de satisfacción del servicio brindado por la empresa GOmoters. La metodología que se usó para este estudio fue una investigación de carácter descriptiva con un enfoque cuantitativo; para la recopilación de información se elaboró una encuesta estructurada bajo el modelo Servqual. Es así, que se aplicó encuestas a una muestra de 304 clientes de la empresa GOmoters. En los resultados obtenidos se pudo evidenciar que los clientes de la empresa en estudio, han calificado en un promedio general como satisfactorio el servicio de la empresa GOmoters, ello demuestra que a lo largo de su trayectoria en el sector automotriz han venido brindando un servicio a la vanguardia de las necesidades de los clientes. No obstante, pese a que existen falencias por mejorar en cuanto a la prestación de los servicios que ofrece, en su gran mayoría los clientes se sienten satisfechos con la atención en la calidad del servicio. Por tal motivo, es significativo desarrollar propuestas de mejora en base a las brechas de insatisfacción que presentan las diferentes dimensiones del modelo Servqual, las cuales se propusieron con el afán de corregir la calidad del servicio que actualmente ofrece y así aportar al desarrollo y crecimiento de la empresa.

**Palabras clave:** Modelo Servqual, medición, calidad, evaluación, empresas.

## **Abstract**

The general objective of this article was to evaluate the quality of service of the company GOMotors of the city of Loja using the scale of the Servqual model. With regard to the scope of the research, it was established to determine the degree of customer satisfaction, in order to determine the dimensions with the least degree of satisfaction of the service provided by the company GOMotors. The methodology used for this study was descriptive research with a quantitative approach; for the collection of information, a survey was developed structured under the Servqual model. Thus, surveys were applied to a sample of 304 customers of the company GOMotors. In the results obtained it was able to show that the customers of the company under study, have rated in an overall average as satisfactory the service of the company GOMotors, this shows that throughout their career in the automotive sector they have been providing a service at the forefront of the needs of customers. However, although there are regrets to improve in terms of the provision of the services it offers, for the most part customers are satisfied with the attention in the quality of the service. For this reason, it is significant to develop proposals for improvement based on the gaps in dissatisfaction presented by the different dimensions of the Servqual model, which were proposed with the desire to correct the quality of the service it currently offers and thus contribute to the development and growth of the company.

**Keywords:** Servqual model, measurement, quality, evaluation, companies.



## Tabla de Contenidos

<b>Tabla de Contenidos.....</b>	<b>ix</b>
<b>Lista de Tablas.....</b>	<b>xii</b>
<b>Lista de Figuras .....</b>	<b>xiii</b>
<b>Capítulo 1: Introducción .....</b>	<b>1</b>
Antecedentes .....	2
Enunciado del Problema.....	4
Propósito del Estudio .....	7
Objetivos .....	8
Significancia del Estudio.....	8
Naturaleza del Estudio .....	9
Definición de Términos.....	10
Limitaciones .....	10
Delimitaciones.....	11
Resumen .....	11
<b>Capítulo 2: Revisión de la Literatura .....</b>	<b>12</b>
Calidad .....	12
Componentes de la Calidad .....	15
La Calidad del Servicio .....	15
Características de los Servicios .....	16
Importancia de la Calidad en el Servicio.....	17
Modelos de Evaluación de Calidad .....	17
La Escuela Nórdica.....	18
El Modelo Servperf .....	18

Modelo Americano Service Quality (Servqual) .....	18
Resumen .....	22
Conclusión.....	23
<b>Capítulo 3: Método.....</b>	<b>24</b>
Diseño de la Investigación .....	24
Pertinencia del Diseño.....	25
Población y Muestra.....	25
Consentimiento Informado.....	26
Confidencialidad .....	26
Localización Geográfica .....	26
Instrumentación.....	28
Recolección y Análisis de Datos .....	28
Validez y Confiabilidad .....	30
Resumen .....	31
<b>Capítulo 4: Resultados .....</b>	<b>32</b>
Tamaño de la Muestra .....	32
Resultados Estadísticos .....	33
Dimensión: Elementos Tangibles .....	33
Dimensión: Capacidad de Respuesta.....	35
Dimensión: Empatía .....	36
Dimensión: Fiabilidad .....	37
Dimensión: Seguridad .....	39
Hallazgos.....	40
Resumen .....	44
<b>Capítulo 5: Conclusiones y Recomendaciones.....</b>	<b>47</b>

Conclusiones .....	47
Recomendaciones.....	48
Contribuciones Teóricas y Prácticas .....	49
Futuras Investigaciones .....	50
<b>Referencias.....</b>	<b>51</b>
<b>Apéndice A: Estructura del cuestionario del Modelo Servqual.....</b>	<b>57</b>
<b>Apéndice B: Evaluación de la calidad del servicio en la empresa GOmoters .....</b>	<b>59</b>
<b>Apéndice C: Carta de Autorización de la empresa GOmoters de la ciudad de Loja .....</b>	<b>66</b>

## Lista de Tablas

Tabla 1 <i>Evolución cronológica del concepto de calidad</i> .....	14
Tabla 2 <i>Escala de Likert para evaluar la satisfacción del cliente</i> .....	29
Tabla 3 <i>Dimensión: elementos tangibles</i> .....	33
Tabla 4 <i>Dimensión: capacidad de respuesta</i> .....	35
Tabla 5 <i>Dimensión: empatía</i> .....	36
Tabla 6 <i>Dimensión: fiabilidad</i> .....	37
Tabla 7 <i>Dimensión: seguridad</i> .....	39
Tabla 8 <i>Promedio general dimensión elementos tangibles</i> .....	41
Tabla 9 <i>Promedio general dimensión capacidad de respuesta</i> .....	41
Tabla 10 <i>Promedio general dimensión empatía</i> .....	42
Tabla 11 <i>Promedio general dimensión fiabilidad</i> .....	43
Tabla 12 <i>Promedio general dimensión seguridad</i> .....	43
Tabla 13 <i>Promedio general de las dimensiones evaluadas</i> .....	44

## Lista de Figuras

<i>Figura 1.</i> Dimensiones del modelo Servqual.....	19
<i>Figura 2.</i> Dimensiones y atributos del Servqual.....	20
<i>Figura 3.</i> Esquema del Modelo Servqual de calidad de servicio.....	21
<i>Figura 4.</i> Mapa de la provincia de Loja.....	27
<i>Figura 5.</i> Croquis de la empresa .....	27
<i>Figura 6.</i> Dimensión: elementos tangibles .....	34
<i>Figura 7.</i> Dimensión: capacidad de respuesta .....	35
<i>Figura 8.</i> Dimensión: empatía .....	36
<i>Figura 9.</i> Dimensión: fiabilidad.....	38
<i>Figura 10.</i> Dimensión: seguridad.....	39
<i>Figura 11.</i> Promedio general de las dimensiones evaluadas .....	44
<i>Figura 12.</i> Nivel de calidad / Expectativa.....	45

## Capítulo 1: Introducción

En un contexto global dentro de la industria automotriz su competencia es cada día más fuerte, la calidad de servicio, y las expectativas que se hacen los clientes por recibir un producto mejorado, es de mucha relevancia. La evolución en la tecnología del producto, en procesos y materiales con los que se producen los automóviles, concibe en los clientes la decisión por adquirir cierta marca de vehículo por su comodidad, calidad, seguridad, y confort.

Es así, que, en la industria automotriz, servicios esenciales como: un eficiente proceso de venta, el servicio posterior de mantenimiento y reparación, representan variables de calidad de experiencia de los clientes, en donde cada vez va cobrando mayor valor y se establece como una nueva forma de competitividad en el mercado.

En este sentido, la calidad en el servicio ha crecido en importancia, la decisión de los clientes al momento de evaluar si su experiencia en la empresa es satisfactoria o no; frente a ello se debe identificar los factores relevantes que incrementan la percepción del servicio si fue de calidad y cumple con las expectativas.

En el presente estudio se analizó una empresa de la ciudad de Loja de la industria automotriz, donde se realizó una evaluación de la calidad del servicio prestado a los clientes que acuden a la empresa, mediante la aplicación de una encuesta estructurada bajo el modelo Servqual que permita incrementar el nivel de satisfacción en los clientes, y con ello el mejoramiento continuo aplicando tecnología de actualidad para crear un papel importante en la apreciación de la calidad y fidelización hacia la empresa.

## **Antecedentes**

Los antecedentes parten de revisar investigaciones respecto a la calidad del servicio y determinar cómo evaluarla a través de los modelos de evaluación más representativos, lo cual fue apoyado por una revisión bibliográfica de estudios previos realizados.

Como estudios previos identificados se consideró pertinentes trabajos de investigación sobre temas similares a este estudio, por lo que se tomó como referido el artículo realizado por Ramón et al. (2019), de la Revista Visionario Digital con el tema denominado “Gestión del capital intelectual en las cooperativas de ahorro y crédito de la ciudad de Loja aplicando el modelo Servqual”, para la investigación se utilizó una investigación descriptiva y una investigación de campo para obtener la información requerida, a través de encuestas aplicadas a 12 cooperativas de ahorro y crédito de la ciudad de Loja, seleccionadas a través del muestreo no probabilístico intencional debido a que la población era finita. En los resultados se evidenció la mala organización del capital intelectual y fallas en las instituciones como: la información que los usuarios están transmitiendo los colaboradores, incumpliendo con lo ofrecido, entre otras. Para ello, se elaboró un modelo de gestión del capital intelectual, aplicando el modelo Servqual como principal aporte para el crecimiento de las cooperativas y mejoramiento de la calidad del servicio.

Asimismo, se estimó acertada la ponencia, cuyo tema fue “SERVQUAL: Evaluación de la calidad en el servicio en las áreas de Catastro e Ingresos del H. Ayuntamiento de Cajeme”, el objetivo de la investigación consistió, en evaluar la calidad en el servicio para determinar el nivel de satisfacción del cliente en las áreas de Catastro e Ingresos del H. Ayuntamiento de Cajeme. Para la investigación se realizó la adaptación de los cuestionarios a cada una de las áreas, posteriormente la aplicación de las pruebas piloto, para seguir con la determinación del tamaño de la muestra, determinar la frecuencia, aplicar los cuestionarios ya validado por la organización, y finalmente la interpretación de los resultados. Los resultados generados fueron la pauta para

realizar acciones de mejora dentro de cada área de trabajo con el objetivo de cumplir los requisitos de los clientes.

Se ha citado también la investigación ejecutada por Alvarado (2017), en Sogamoso estudió la “Aplicación del modelo de evaluación de la calidad Servqual y establecimiento de medidas de intervención para la empresa COOSALUD EPS-S Sucursal Boyacá”, la cual tuvo como objetivo general realizar el diagnóstico del modelo de calidad actual que maneja la empresa en cuanto a evaluación de la calidad del servicio. Cabe indicar que el proyecto se llevó a cabo con la información proporcionada por la empresa y además de esto con fuentes de información primaria recolectadas por parte del estudiante en práctica; información que fue necesaria para lograr un resultado objetivo por medio del cual se dejó un informe a la Gerencia de la Sucursal y se socializaron los resultados con todos los trabajadores directos de la empresa.

Otra de las investigaciones tomadas como estudio previo es el estudio cumplido por tres autores como: José Vargas Hernández, Mario Guadalupe Zazueta y Félix Guerra García; publicada en el año 2010, con el tema denominado: “La calidad en el servicio en una empresa local de pizza en los Mochis, Sinaloa”, en la Revista EAN No. 68 pp. 24 – 41, en la ciudad de Bogotá. El objetivo central fue el análisis de la calidad del servicio en una empresa local de Pizza en Los Mochis, Sinaloa adaptando el modelo Servqual local de Pizza en los Mochis. El método de investigación en el estudio fue el analítico que consistió en dividir y separar los elementos del fenómeno para proceder a revisar ordenadamente cada uno de ellos por separado.

Sobre esto igualmente el estudio de García (2016), en Guayaquil trabajó las “Estrategias para la mejora de la calidad de servicio en una red de estaciones de servicios multinacionales de Guayaquil”, la investigación tuvo como finalidad conocer cuáles son los factores que influyen para que los clientes tengan un buen concepto acerca del servicio que se ofrece y a la vez determinar en qué puntos se debe mejorar para llegar a convertirse en la empresa líder en el



mercado nacional como internacional. Para lo cual, se utilizó métodos de investigación mixta y con la ayuda de la herramienta Servqual se realizó un modelo de encuesta que fue aplicada a los clientes que asistían a las estaciones de servicio multinacional. De acuerdo a los resultados obtenidos se estableció una propuesta que ayudó a enriquecer las falencias encontradas en la atención brindada al cliente.

Por otro lado, Ibarra et al. (2020), en una revista de México publicaron un artículo en la Revista CEA denominado “Evaluación de la calidad en el servicio: una aplicación práctica en un establecimiento de Café”, en el que el objetivo general fue hacer la evaluación a través de la metodología Servqual, en los establecimientos de café de una marca reconocida. Con este objetivo, fue necesario aplicar una encuesta a 750 clientes. Como parte de los resultados principales, se concluyó que la encuesta adaptada a partir de la metodología Servqual permitió evaluar de forma exitosa la calidad en el servicio otorgado por la cadena de café y el nivel de satisfacción global del cliente.

Estos estudios mencionados al igual que la presente investigación tienen en similitud la aplicación del método Servqual para medir la calidad del servicio de la empresa GOMotors de la ciudad de Loja.

### **Enunciado del Problema**

Históricamente en Ecuador el sector automotriz tiene un aporte muy significativo en la economía, pues ayuda de forma directa e indirecta a generar ingresos en otras actividades económicas que se relacionan a este sector. La apreciación de un consumidor acerca de la calidad y el servicio de un buen taller y/o concesionario dedicado a la venta de autos, repuestos, accesorios y mantenimiento de vehículos, es la rapidez con la que se pueda realizar en la entrega.

Para la empresa tener un cliente satisfecho, consiste en entregar un bien o un servicio con eficiencia y eficacia en lo realizado, con mano de obra calificada, productos originales, no remanufacturados y de calidad, que permita a las empresas mantener su posicionamiento en el mercado y rentabilidad.

A nivel mundial la industria automotriz cumple un papel importante en el desarrollo económico de las naciones; se ha constituido como precursora de competitividad e innovación, ha evolucionado de la mano con la tecnología, de los nuevos materiales y de procesos de manufactura más eficientes. Las principales compañías de diseño y manufactura de vehículos, día a día deben innovar en nuevos modelos y prestaciones de los vehículos para atraer a nuevos clientes y fidelizar a sus clientes tradicionales. En la actualidad los vehículos deben ofrecer diversas características que llamen la atención del cliente más allá de lo referente a seguridad y confort (Arroyo & Buenaño, 2017).

GOMotors es una empresa que se encuentra domiciliada en la ciudad de Loja, en las calles Av. 8 de diciembre e Isidro Ayora, la misma que está autorizada para la venta de vehículos, repuestos y accesorios de las marcas: Hyundai, Chery, Dongfeng y Great Wall.

En cuanto a la misión de la empresa se resume con un grupo empresarial que ofrece las mejores soluciones en bienes y servicios en general, con excelencia en la atención al cliente, el mejor stock al precio más competitivo del mercado. La visión de la empresa es ser en cuatro años uno de los grupos económicos más rentables y respetables del país. Tratando siempre de ser líderes en el mercado e industria que les compete, sirviendo y cubriendo a clientes, colaboradores y proveedores, procurando el mejor retorno de la inversión de los accionistas. Además, de contar con el mejor equipo humano especializado y comprometido con un servicio de calidad, manteniendo altos niveles de competitividad. Por lo que, se proyectan como uno de los grupos

económicos más rentables y respetables del país, buscando siempre el liderazgo en los mercados e industrias en las que se desarrollan (GOMotors, 2020).

En la empresa GOMotors, sus principales objetivos es brindar servicios de calidad, siendo trascendental que se realice la evaluación de la calidad del servicio, ya que esta evaluación es fundamental para determinar las posibles debilidades y falencias en lo referente a calidad del servicio, las respuestas de la evaluación son una guía hacia la toma de correctas decisiones en busca de mejorar la calidad del servicio y obviamente la rentabilidad de la empresa, es por ello que el tema propuesto en esta investigación se denomina: **“Evaluación de la calidad del servicio en la empresa GOMotors de la ciudad de Loja”**.

Para realizar la evaluación a la empresa GOMotors existen varias alternativas para realizarlo, por lo que se analizó y se consideró pertinente que el modelo recomendado para realizar esta evaluación es el modelo Servqual que se publicó 25 años atrás, el mismo que ha sido muy citado, analizado y aplicado en varias y nuevas investigaciones de empresas de distintos ámbitos.

De acuerdo con Jiménez (2018), existen diversos modelos para poder medir la calidad de servicio al cliente como el Modelo de Diferencias entre expectativas y percepciones, el Modelo de las Cinco Dimensiones o Criterios, el Modelo Integral de las brechas sobre la calidad del servicio, la escala de Servperf y el Modelo Servqual, cuyas dimensiones que lo componen son cinco: fiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía y elementos tangibles.

Sin embargo, la escala de medición de calidad del servicio Modelo Servqual es la herramienta más utilizada por las empresas hoy en día, ya que puede emplearse y ajustarse en distintos sectores empresariales (De Pedro, 2013).

## **Propósito del Estudio**

El propósito del presente estudio fue evaluar y apreciar la calidad del servicio con el manejo de un modelo cuantitativo que se adapte mejor a las características de la empresa, el mismo que permite establecer cuál es el nivel satisfacción de la clientela en cuanto a los servicios que ofrece la empresa GOmoters de la ciudad de Loja.

Es necesario indicar que para las empresas es muy importante sus trabajadores, su talento humano es primordial para un buen funcionamiento de las mismas, que sea mano de obra calificada y especializada, contar con personal adecuado para la atención al cliente; donde debe existir mucha empatía, cordialidad y un excelente trato, para que el cliente sienta que él es la prioridad, asimismo que el bien o servicio entregado garantice que se cumple con las expectativas exigidas por los clientes.

Es importante mencionar que existen consumidores que buscan bienes o servicios, que con una frase se puede definir: “bueno, bonito, barato” sin tomar en cuenta que un bien o servicio de calidad es perdurable y ayuda en su economía, además por otra parte en el mercado existen tipos de clientes mucho más complejos, que son muy exigentes en lo que a calidad de servicio se trata, igualmente, que de esto depende mucho la reputación que la empresa se va ganando y las expectativas buenas o malas que va creando en los usuarios, así como la fidelización de los clientes. Por este motivo surge la pregunta ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los clientes con respecto a la calidad de servicios que ofrece la empresa GOmoters de la ciudad de Loja?

Algunos sistemas son capaces de identificar las necesidades reales del cliente, mientras que otros sólo perciben las necesidades de las cuales el cliente está consciente. Ambas perspectivas son útiles para mejorar la calidad de servicio y tender a una mayor satisfacción de quien recibe el servicio. La escala multidimensional Servqual mide y evalúa en las empresas desde ambas perspectivas respecto a la calidad del servicio (Castillo, 2009).

## **Objetivos**

### **Objetivo General:**

- Evaluar la calidad del servicio de la empresa GOmoters de la ciudad de Loja.

### **Objetivos Específicos:**

- Establecer el grado de satisfacción de los clientes de la empresa GOmoters de la ciudad de Loja.
- Determinar cuáles son las dimensiones en las que los clientes tienen menor grado de satisfacción en cuanto a los servicios brindados por la empresa GOmoters.

## **Significancia del Estudio**

La calidad pasa de considerarse como un valor añadido al servicio a convertirse en un pilar fundamental en el plan estratégico de la empresa, ya que, si se brinda servicios de excelente calidad, va a asegurar que los clientes regresen a la empresa y seguirá formando parte de sus gustos y preferencias. Se debe considerar que los clientes esperan un servicio que sea de su total satisfacción, es por esto que las empresas tratan de incorporar metodologías que les permitan saber cómo un cliente percibió el servicio.

Dada esta diferenciación, Lewis y Booms (1983) fueron quizá los primeros en plantear el concepto de calidad del servicio como el ajuste del servicio entregado a los consumidores con sus expectativas. Grönroos (1984) y Parasuraman et al. (1985), toman este planteamiento basado en lo que se denomina el paradigma de la desconfirmación (Duque, 2005).

Una de las condiciones esenciales de los servicios es la intangibilidad; este factor se aprecia básicamente por estar o no vinculado a un producto físico, por lo tanto se le considera la primera dimensión de diferenciación entre un bien y un servicio; el resultado en la prestación o la

toma de un servicio permite determinar si el cliente se encuentra satisfecho o no, es decir, no se puede apreciar con los sentidos antes de ser adquirido y por tanto esto implica ciertas cualidades (Villalba, 2013).

El uso del modelo Servqual permite medir el grado de satisfacción de la clientela en cuanto a lo que calidad se refiere, por medio de la aplicación de cuestionarios estandarizados que dan cuenta de lo que el cliente busca en la empresa en sus diferentes dimensiones como son: la fiabilidad, seguridad, elementos tangibles, capacidad de respuesta y empatía, permitiendo conocer los niveles de satisfacción de los clientes en lo que a calidad del servicio se refiere.

Por este motivo, este tema propuesto es muy importante y necesario para la empresa GOmoters, para conocer en qué grado se siente satisfecho el cliente con la calidad del servicio, buscando que se maximice el nivel de satisfacción y habilite el mejoramiento continuo de la calidad.

Este estudio aporta a la comprensión y mejor conocimiento sobre la calidad y la importancia que tiene dentro de una empresa, los resultados del presente estudio van a ser punto de partida para la toma de decisiones y acciones de mejora, así como identificar las debilidades en cuanto a la calidad del servicio en la empresa GOmoters de la ciudad de Loja. Así como también generar información valiosa en la parte académica, ya que en la ciudad de Loja no se han generado investigaciones en cuanto a la aplicación de estos modelos en lo que al sector automotriz se refiere.

### **Naturaleza del Estudio**

La presente investigación fue de carácter descriptiva, con un enfoque cuantitativo, el cual se desarrolló dentro de un horizonte transversal. De esta manera, mediante la investigación descriptiva se pudo realizar una descripción de las particularidades más significativas del estudio

en curso y de la problemática referente a la falta de un proceso adecuado para evaluar, medir y controlar la calidad de servicio de la empresa.

Asimismo, se empleó el enfoque cuantitativo con horizonte transversal visto que se partió de recopilar la información en un momento único, a través de una muestra a los clientes de la empresa GOMotors de la ciudad de Loja con la finalidad de conocer sobre la calidad de los servicios que actualmente ofrece, estos resultados fueron representados de forma porcentual, para posteriormente analizar e interpretar los datos obtenidos, lo cual se ajustó a las particularidades y condiciones del objeto de la investigación. A partir de lo que se emitió las conclusiones y recomendaciones en pos de mejora en lo relativo a la situación actual de la calidad de servicio que ofrece la empresa.

Se aplicó la encuesta como instrumento de trabajo para la recolección de datos, la misma que fue elaborado en base al cuestionario estandarizado del Modelo Servqual.

### **Definición de Términos**

Modelo Servqual

Calidad de servicio

Fiabilidad

Tangibilidad

Empatía

### **Limitaciones**

Esta investigación posee las siguientes limitantes:

- Dificultad para obtener la información por la poca colaboración por parte de los clientes al momento de aplicar los cuestionarios para obtener la información.
- Poca información sobre la empresa en estudio.

## **Delimitaciones**

Esta investigación posee las siguientes delimitantes:

- Se empleó únicamente las preguntas que constan en el modelo Servqual.
- Se aplicó las encuestas a una muestra representativa de acuerdo a la cantidad de clientes que consten en la base de datos de la empresa GOmoters al año 2019.

## **Resumen**

El sector automotriz en el Ecuador juega un papel muy importante, debido a que este ha permitido que se desarrollen otros tipos de industrias, es muy importante tener en cuenta que la calidad dentro de una empresa es fundamental, ya que un bien o servicio entregado con alta calidad asegura que los clientes van a fidelizarse y por ende esto se refleja en resultados favorables para la empresa. Por este motivo es muy importante que se apliquen modelos para determinar la satisfacción en cuanto a la calidad de los servicios brindados por una empresa.



## Capítulo 2: Revisión de la Literatura

El sector automotor en el Ecuador es uno de los sectores que más ingresos ha generado en la economía del país, compone a diversos actores como son las empresas proveedoras de repuestos y accesorios, así como los talleres autorizados para la revisión correctiva y preventiva de los vehículos.

Gryna et al. (2007), mencionan que en todas las empresas surge la necesidad de hablar de calidad, siendo la calidad la ausencia de deficiencias que pueden presentarse como: retraso en las entregas, fallos durante los servicios, facturas incorrectas, cancelación de contratos de ventas, etc. La calidad es adecuarse al uso.

### **Calidad**

La calidad es un atributo de las cosas, que la mayoría de los autores consideran que nace con la esencia del ser humano, debido a que desde sus inicios los individuos buscaron por todos los medios, satisfacer sus necesidades y requerimientos, para obtener la máxima satisfacción posible (Valencia, 2015).

Según Velásquez (2009) alegó que la calidad “es una medida que indica la capacidad de un producto o servicio para satisfacer las necesidades humanas” (p. 229).

De este modo, la calidad es un atributo que se le asocia al producto, es decir, que cuando un bien y/o un servicio es consumido por una persona, lo adquiere para satisfacer una necesidad, además se debe mencionar que la calidad de un producto o servicio varía de un cliente a otro por su nivel de percepción y es llamado un servicio de calidad si podía colmar las expectativas de este usuario.

La calidad es entonces un término que denota satisfacción por el consumo de un producto o la utilización de un servicio, con la búsqueda de fidelización de clientes, entonces comprende un área muy importante dentro del crecimiento de la empresa moderna en un mercado determinado.

Así mismo, Parasuraman et al. (1985), determinan tres dimensiones de la calidad, a partir de la interacción entre un cliente y los elementos de la organización de un servicio, tales como:

- 1) Calidad física: incluye los aspectos físicos del servicio.
- 2) Calidad corporativa: lo que afecta la imagen de la empresa.
- 3) Calidad interactiva: interacción entre el personal y el cliente, y entre clientes (Ibarra et al., 2020).

La calidad es un concepto inherente a la misma esencia del ser humano. Desde los mismos orígenes del hombre, éste ha comprendido que el hacer las cosas bien y de la mejor forma posible le proporciona una ventaja competitiva sobre sus congéneres y sobre el entorno con el cual interactúa. La calidad ha sido un elemento inherente a todas las actividades realizadas por el hombre desde la concepción misma de la civilización humana. Esto se evidencia principalmente en que, desde el inicio del proceso evolutivo, el hombre ha debido controlar la calidad de los productos que consumía, por medio de un largo y penoso proceso que le permitió diferenciar entre los productos que podía consumir y aquellos que eran perjudiciales para su salud (Cubillos & Rozo, 2009).

A continuación, una cronología sobre el concepto de calidad y sus principales cambios:

Tabla 1

*Evolución cronológica del concepto de calidad*

Etapa	Concepto	Finalidad
Artesanal	Hacer las cosas bien independientemente del costo o esfuerzo necesario para ello.	Satisfacer al cliente. Satisfacción del artesano, por el trabajo bien hecho. Crear un producto único
Revolución Industrial	Producir en grandes cantidades sin importar la calidad de los productos.	Satisfacer una gran demanda de bienes. Obtener beneficios.
Administración científica	Técnicas de control de calidad por inspección y métodos estadísticos, que permiten identificar los productos defectuosos.	Satisfacción de los estándares y condiciones técnicas del producto.
Segunda Guerra Mundial	Asegurar la calidad de los productos (armamento), sin importar el costo, garantizando altos volúmenes de producción en el menor tiempo posible.	Garantizar la disponibilidad de un producto eficaz en las cantidades y tiempos requeridos.
Posguerra Occidente	Producir en altos volúmenes, para satisfacer las necesidades del mercado	Satisfacer la demanda de bienes causada por la guerra.
Posguerra Japón	Fabricar los productos bien al primer intento.	Minimizar los costos de pérdidas de productos gracias a la calidad. Satisfacer las necesidades del cliente. Generar competitividad.
Década de los setenta	Sistemas y procedimientos en el interior de la organización para evitar productos defectuosos	Satisfacción del cliente. Prevenir errores. Reducción de costos. Generar competitividad.
Década de los noventa	La calidad en el interior de todas las áreas funcionales de la empresa	Satisfacción del cliente. Prevenir errores. Reducción de costos. Participación de todos los empleados de la empresa. Generar competitividad
Actualidad	Capacitación de líderes de calidad que potencialicen el proceso.	Satisfacción del cliente. Prevenir errores. Reducción sistemática de costos. Equipos de mejora permanente. Generar competitividad. Aumento de las utilidades

Adaptado de: (Cubillos &amp; Rozo, 2009)

La calidad ha sido definida de varias maneras como el valor (Abbott, 1955; Feigenbaum, 1951), la conformidad con las especificaciones (Gilmore, 1974; Levitt, 1972), la conformidad con los requisitos exigidos (Crosby, 1979), la aptitud para el uso del producto (Juran, 1974, 1988), la búsqueda de no perdida por parte del cliente (Taguchi, citado en Ross, 1989), y el conocimiento y/o superación expectativas de los clientes (Grönroos, 1983; Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1985) (Mora, 2011).

### **Componentes de la Calidad**

Según Budusca (2000) expresa que los componentes de la calidad son:

- **Confiabilidad:** la capacidad de ofrecer el servicio de manera segura, exacta y consistente. La confiabilidad significa realizar bien el servicio desde la primera vez.
- **Accesibilidad:** las empresas de servicios especialmente deben facilitar que los clientes contacten con ellas y puedan recibir un servicio rápido.
- **Respuesta:** se entiende por tal la disposición atender y dar un servicio rápido. Los consumidores cada vez son más exigentes en este aspecto.
- **Seguridad:** los consumidores deben percibir que los servicios que se le prestan carecen de riesgos, que no existen dudas sobre las prestaciones.
- **Tangibles:** las instalaciones físicas y el equipo de la organización deben ser lo mejor posible y los empleados, estar bien presentados, de acuerdo a las posibilidades de cada organización y de su gente.

### **La Calidad del Servicio**

Para su análisis se parte del concepto de servicio en primera instancia, así para Fisher & Navarro (1994) expresaron que el servicio se define como “un tipo de bien económico, constituye lo que denomina el sector terciario, todo el que trabaja y no produce bienes se supone que produce servicios” (p. 185).

Es decir, se define como cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son fundamentalmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. Su producción puede estar emparentada o no con un producto físico (Duque, 2005).

En este sentido, la calidad del servicio se refiere a la misma precepción de satisfacción, pero no referida a un bien tangible, sino a un servicio de carácter intangible. La calidad de servicio se ha convertido en un hábito que se ha desarrollado dentro de todas las empresas con el objetivo de cumplir con las expectativas que el cliente tiene. De esta manera el cliente se siente entendido y valorado, recibiendo un servicio personalizado con mucha eficacia y total dedicación.

### **Características de los Servicios**

Es muy significativo entender y comprender como las características de los servicios son componentes fundamentales en la construcción y perspectiva de la calidad del servicio. Así tenemos las siguientes:

- **Intangibilidad:** Una de las condiciones esenciales de los servicios es la intangibilidad, este factor se aprecia básicamente por estar o no vinculado a un producto físico, por lo tanto, se le considera la primera dimensión de diferenciación entre un bien y un servicio (Villalba, 2013).
- **Inseparabilidad:** Los servicios en su mayoría mantienen una relación de doble vía entre quien consume y crea el servicio, es por esto que la producción es un esfuerzo conjunto del consumidor y el vendedor, volviéndose esto un acto indisociable (Grönroos, 1978).
- **Heterogeneidad o inconsistencia:** Al respecto, Duque (2005) manifestó que es difícil asegurar una calidad uniforme, porque lo que la empresa cree prestar puede ser muy diferente a lo que el cliente percibe que recibe de ella.

En este sentido, la diferenciación entre un bien y un servicio, establecidas a través de las características descritas anteriormente, proporcionan los cimientos para percibir cómo debe ser evaluada la calidad del servicio. La calidad de un bien o servicio demanda entonces particularidad que permitan su comprensión, y es el cliente quien precisa a partir de su experiencia con un producto o servicio, si sus necesidades han sido totalmente satisfechas.

### **Importancia de la Calidad en el Servicio**

El servicio al cliente ha venido tomando fuerza acorde al aumento de la competencia, ya que mientras más exista, los clientes tienen mayor oportunidad de decidir en donde adquirir el producto o el servicio que están requiriendo, es aquí donde radica dicha importancia de irlo perfeccionando y adecuando a las necesidades de los clientes, ya que estos mismo son quienes tendrán la última palabra para decidir (López, 2013).

Los consumidores pueden sentirse satisfechos con un determinado aspecto de la experiencia de elección o consumo, pero insatisfechos con otro, en este caso la satisfacción y la insatisfacción son entendidas en dimensiones diferentes (ej.: una persona puede estar satisfecha con la funcionalidad del producto, pero no estarlo con la experiencia de compra del mismo, servicio mal prestado). Sin embargo, pudieran ser vistas como opuestos en una dimensión general cuando la reacción/respuesta del consumidor es la misma a través de todos los aspectos focales de la experiencia de compra o consumo, o en la evaluación general de la experiencia de consumo (ej.: una persona está satisfecha o no con la funcionalidad de un determinado producto) (Mora, 2011).

### **Modelos de Evaluación de Calidad**

Es importante conocer algunos de los modelos de evaluación de la calidad, se pueden mencionar los siguientes:

### **La Escuela Nórdica**

Según Duque & Parra (2015) manifiestan que el modelo nórdico, denominado modelo de la imagen (Grönroos, 1982), reposa sobre la base de que al momento de hablar de calidad del servicio resulta necesario recordar la calidad técnica y la calidad funcional, como responsables en la determinación de la imagen corporativa y, al mismo tiempo, en la calidad del servicio percibida por el cliente.

### **El Modelo Servperf**

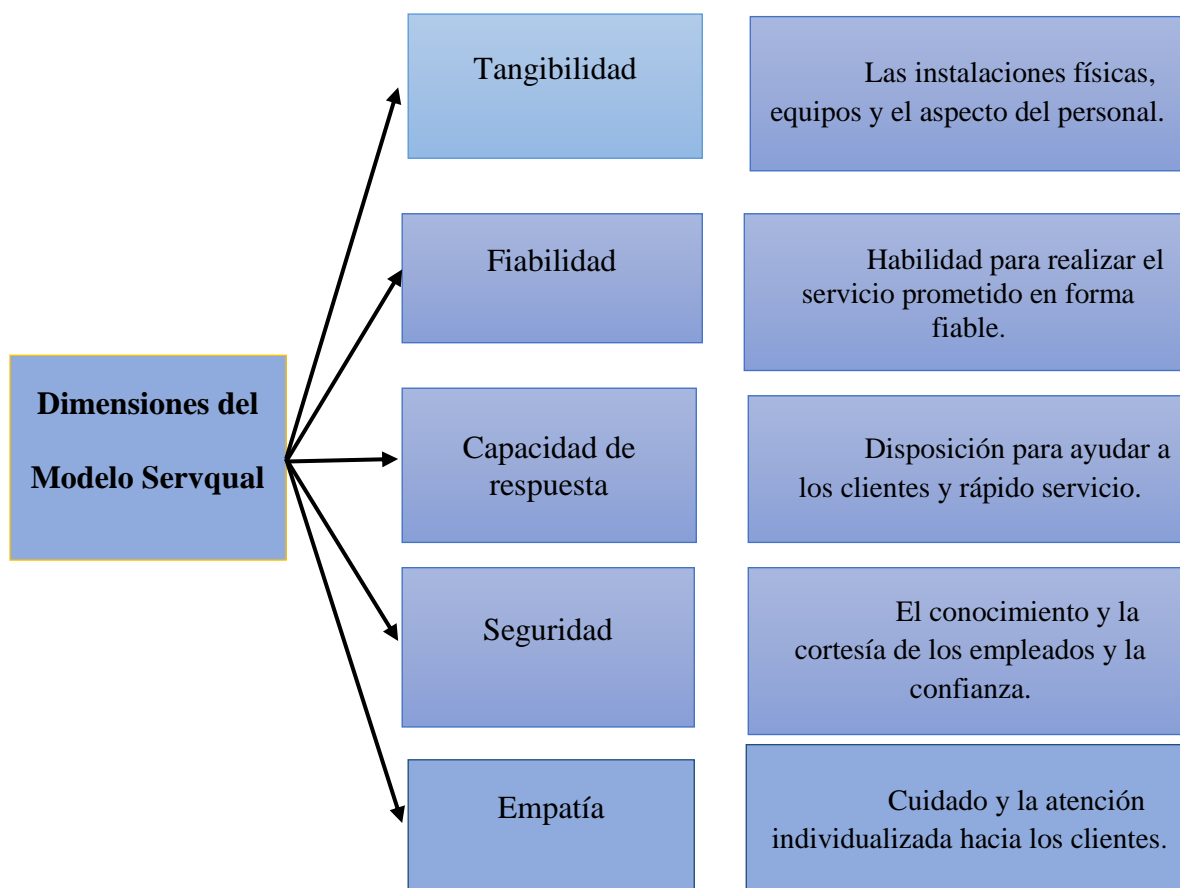
El modelo Servperf utiliza exclusivamente la percepción como una buena aproximación a la satisfacción del cliente, definida según Kotler (2006) como “el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas” (p. 40).

El modelo Servperf emplea únicamente las 22 afirmaciones referentes a las percepciones dejando de lado la expectativa. Según Ibarra & Casas (2015) el modelo Servperf presenta ciertas ventajas, entre las cuales se mencionan las siguientes: requiere de menos tiempo para la administración del cuestionario, pues sólo se pregunta una vez por cada ítem o característica del servicio; las medidas de valoración predicen mejor la satisfacción que las medidas de la diferencia y el trabajo de interpretación y el análisis correspondiente es más fácil de llevar a cabo, ya que se fundamenta sólo en las percepciones, eliminando las expectativas y reduciendo con ello el 50 % de las preguntas planteadas por el método Servqual.

### **Modelo Americano Service Quality (Servqual)**

La necesidad de contar con instrumentos para medir la calidad del servicio y teniendo en cuenta investigaciones que han surgido en este campo, al Servqual se lo considera como uno de

los modelos más populares de la calidad del servicio, el cual se compone de cinco dimensiones (Parasuraman et al., 1988). Así tenemos las siguientes:



*Figura 1.* Dimensiones del modelo Servqual  
Adaptado de: (Parasuraman et al., 1988)

A partir de estas cinco dimensiones, Parasuraman et al. (1988), desarrollaron el modelo multidimensional Servqual y su respectivo instrumento de evaluación de la calidad del servicio. Por tanto, en la actualidad el modelo Servqual ha sido utilizado ampliamente para realizar estudios en diversos tipos de servicios. Su impacto está en que permite conocer si las expectativas del cliente fueron superadas o no. A continuación, se muestra la estructura de sus dimensiones y atributos:



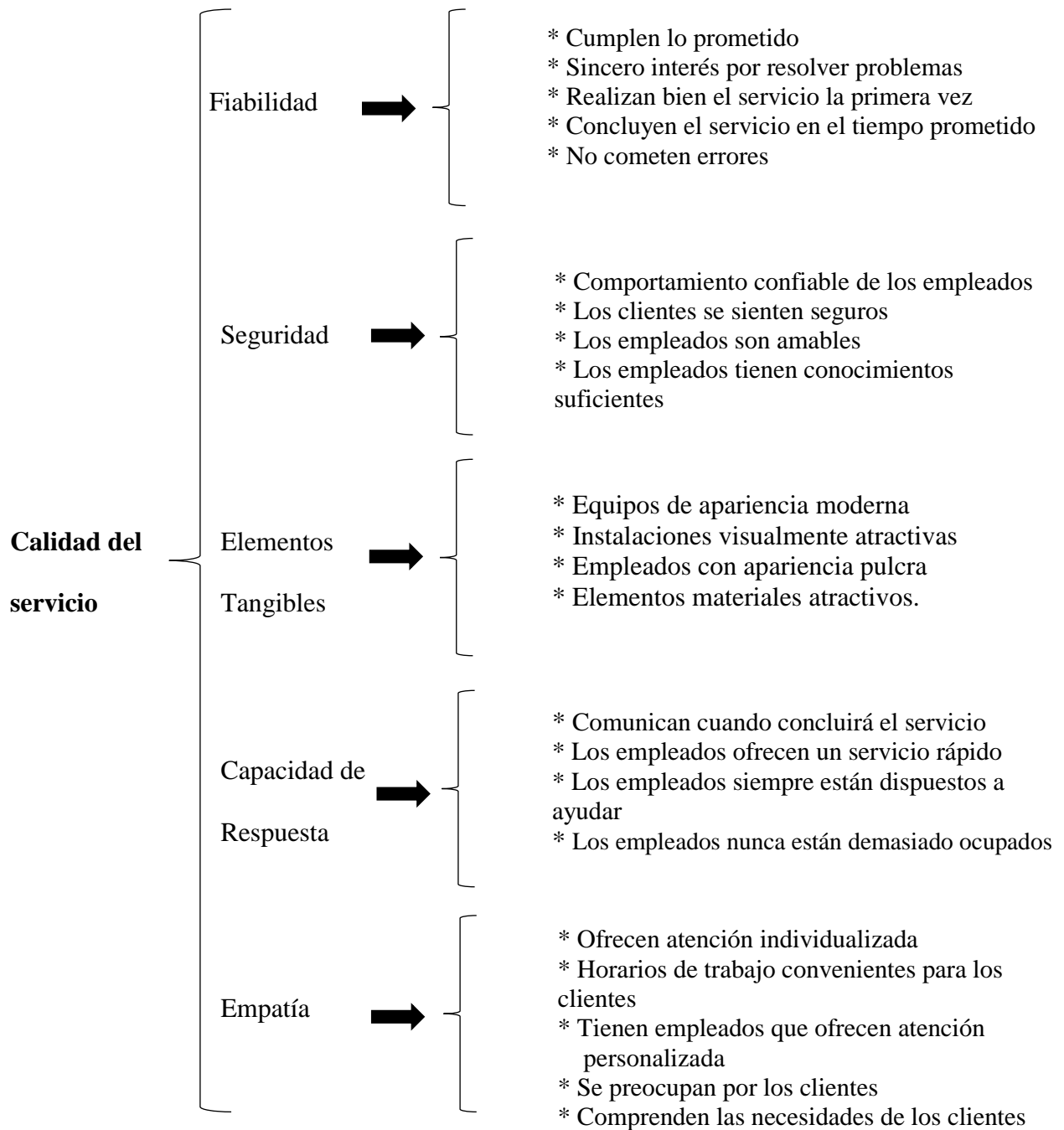


Figura 2. Dimensiones y atributos del Servqual  
Adaptado de: (Parasuraman et al., 1988)

Según Castillo (2009) consideró que la escala del modelo Servqual se trata de una herramienta para la medición de la calidad del servicio la cual sugiere que la comparación entre las expectativas generales de los clientes y sus percepciones respecto al servicio que presta una

organización, puede constituir una medida de calidad del servicio, y la brecha existente entre ambas e indicador para mejorar.

El modelo Servqual es un modelo constituido por un cuestionario con 22 variables, a partir de las cuales se evalúan las expectativas (lo que se espera), frente a la calidad del servicio recibido por los usuarios, asignando calificaciones y estableciendo las posibles diferencias entre estas; siendo una escala que permite obtener resultados con altos índices de confiabilidad y validez (Duque & Pinzón, 2012), buscando el desarrollo de mejoras, que permitan potenciar la relación con el público y la atracción de clientes nuevos interesados

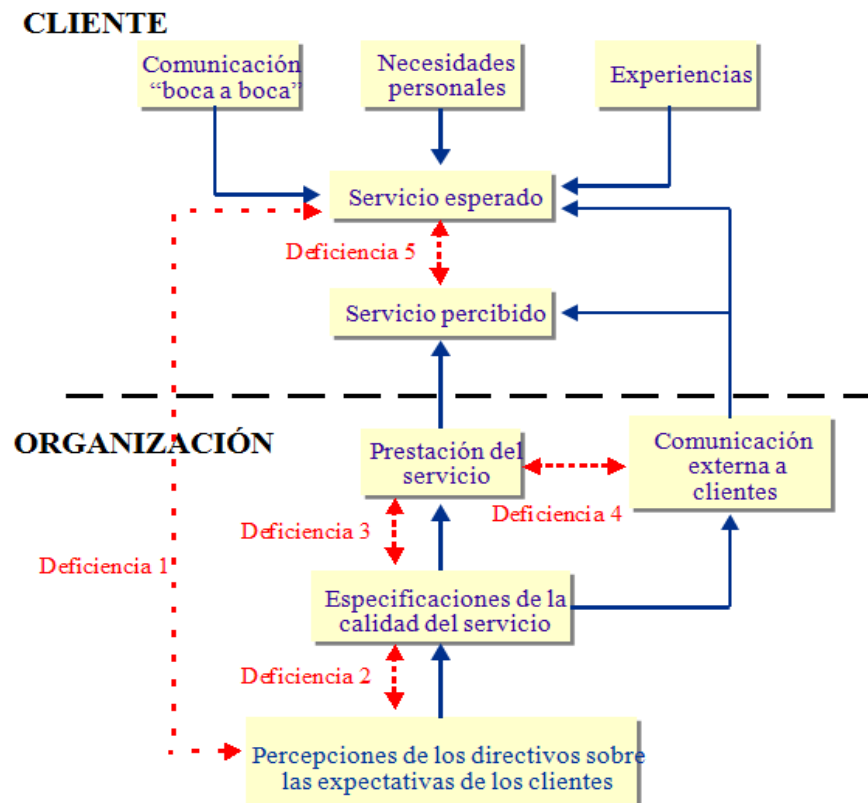


Figura 3. Esquema del Modelo Servqual de calidad de servicio

Tomado de: <https://www.aiteco.com/modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/>

A través de este método existen factores claves que dan forma a las expectativas de los clientes como, por ejemplo, los consejos de sus familiares, el "boca a boca", las necesidades de

los clientes de recibir el servicio, las experiencias, el servicio esperado, entre otras. Pero también, la evaluación del servicio depende de las llamadas de calidad técnicas, es decir de lo que se da y de cómo se da. Los datos que se obtienen a través de este cuestionario permiten identificar y cuantificar brechas que existen para determinar el nivel de agrado en los clientes (Master Logística, 2015).

En este sentido, el modelo Servqual es una herramienta muy importante que permite a todas las empresas que lo apliquen, medir la satisfacción del cliente en cuanto a la calidad del servicio que estos reciben. Se ha convertido en un aliado ya que este modelo permite conocer los desatinos en procesos que tiene la empresa mediante la aplicación de un cuestionario estandarizado. Con los resultados que se obtienen de este cuestionario se puede determinar las brechas que existen entre la expectativa y la percepción que tiene el cliente.

Para Manulik et al. (2016), el método Servqual se ha convertido en una práctica común para evaluar la calidad deseada (expectativa) en la prestación de un servicio frente a la calidad real experimentada (percepción) por los clientes al momento de recibirlo.

## **Resumen**

En la revisión de literatura se hizo mención a conceptos teóricos acerca de la calidad, su definición, componentes, la calidad en el servicio, características de los servicios, importancia de la calidad en el servicio, modelos de evaluación de calidad, dentro de los cuáles se destacó el Modelo Americano Service Quality (Servqual). En la actualidad para las empresas es de gran relevancia el hablar de calidad, término que denota la satisfacción por el consumo de un bien o la utilización de un servicio; siendo uno de los fines principales la fidelización de clientes, he ahí donde radica la importancia de la calidad en las empresas como un área que permite el crecimiento y expansión en un mercado determinado.

## **Conclusión**

Las empresas modernas se desenvuelven en un mercado altamente competitivo, en el que, para poder mantenerse, el servicio al cliente juega un papel fundamental a través de la calidad en el servicio, es por ello que las empresas requieren ir perfeccionándose e innovándose, en donde es necesario que los directivos implementen modelos de medición de calidad, con el fin de brindar un excelente servicio en el que los clientes sientan que sus necesidades han sido totalmente satisfechas.

Para el presente estudio se utilizó el modelo Servqual para poder medir la calidad del servicio, dado que, al hablar de servicios, sobre todo la calidad del servicio en la empresa GOmoters de la ciudad de Loja, de cómo el cliente percibe dicha calidad, es decir, con la opinión final de los jueces, que son los clientes. De modo, que a través del modelo Servqual, se identificó todos y cada uno de los factores que determinan el nivel de la satisfacción de los clientes, al recibir los servicios que presta la empresa GOmoters ubicada en la ciudad de Loja.

### **Capítulo 3: Método**

Este estudio estuvo apoyado de métodos e instrumentos que se recurrió para el desarrollo de la investigación, contribuyendo con ello a tener un trabajo ordenado y lógico. Para la realización de esta investigación se requirió la aplicación de algunos métodos, tales como: El método analítico que se utilizó en el desarrollo de la revisión de literatura, que permitió sustentar teóricamente la investigación. El método sintético que se aplicó para ordenar y sintetizar la información de los datos recolectados con el objetivo de dar solución a la problemática encontrada en el área de estudio y poder establecer las conclusiones. El método inductivo se empleó para examinar toda la información obtenida mediante las distintas fuentes de consulta como libros, papers, artículos, tesis, etc.; con ello poder tener una mejor comprensión del tema para su respectivo desarrollo. Y por último el método deductivo que se usó para determinar las conclusiones y recomendaciones de la investigación en cuanto a la calidad del servicio que ofrece la empresa GOMotors de la ciudad de Loja.

#### **Diseño de la Investigación**

El diseño de la investigación del presente artículo fue de carácter descriptiva. Según Arias (2012), considera a la investigación descriptiva como “la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento” (p.24). Del mismo modo, Hernández et al. (2014), expresan que “con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (p.92).

Es así, que mediante la investigación descriptiva se logró realizar una descripción de las particularidades más significativas del estudio acerca de la evaluación de la calidad en el servicio que ofrece la empresa GOMotors de la ciudad de Loja y por ende de la problemática respecto a la carencia de procesos eficientes para la evaluación y control de calidad en la empresa.

## **Pertinencia del Diseño**

En esta sección se destacó el enfoque del diseño de la investigación a realizar para el cumplimiento de los objetivos del artículo, la cual se enmarcó dentro de un tipo de enfoque cuantitativo, el cual se desarrolló dentro de un horizonte transversal. Al respecto, señala Sampieri (2006) que al hablar de una investigación cuantitativa se hace referencia al ámbito estadístico, es en ello en lo que se basa dicho enfoque, por lo tanto, utiliza la recolección de datos para corroborar predicciones o patrones de comportamiento del fenómeno o problema planteado. En cuanto al horizonte transversal según Hernández et al. (2014), mencionan que son “investigaciones que recopilan datos en un momento único, su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado” (p. 154).

Por lo tanto, el enfoque cuantitativo con horizonte transversal partió de recopilar la información en un momento único, a través de una muestra a los clientes de la empresa GOmotors de la ciudad de Loja con la finalidad de conocer sobre la calidad de los servicios que actualmente ofrece, estos resultados fueron representados de forma porcentual, para posteriormente analizar e interpretar los datos obtenidos, la cual se ajustó a las particularidades y condiciones del objeto de la investigación. A partir de lo que se emitió las conclusiones y recomendaciones en pos de mejora en lo relativo a la situación actual de la calidad de servicio que ofrece la empresa.

## **Población y Muestra**

En la población objeto de estudio se delimitó a los clientes de la empresa GOmotors de la ciudad de Loja, cantón Loja, provincia de Loja; que según la base de datos de la empresa para el año 2019 es de 1456 clientes, donde mediante la aplicación de la fórmula matemática se tomó una muestra de 304 clientes para el desarrollo de esta investigación acerca de la calidad del

servicio, siendo de gran ayuda para los directivos en la implementación de estrategias que consientan brindar un excelente servicio.

### **Consentimiento Informado**

Los datos de los colaboradores están protegidos por el consentimiento informado que se les manifestó a los participantes de la investigación. Por lo que se declara que no existe ningún conflicto de intereses en el estudio vigente.

### **Confidencialidad**

Cabe indicar que para esta investigación se recopiló información con la debida autorización de la empresa en estudio GOmoters de la ciudad de Loja; así mismo, se menciona que los clientes encuestados quiénes son los sujetos involucrados participaron de forma voluntaria e incógnita. Además, es importante destacar que esta información fue manejada con absoluta confidencialidad, en el que su uso estuvo destinado solo con fines académicos.

### **Localización Geográfica**

La investigación se desarrolló en la empresa GOmoters, la cual se encuentra ubicada en las calles Av. 8 de Diciembre y Av. Isidro Ayora (frente al Terminal Terrestre) de la ciudad de Loja, cantón Loja, provincia de Loja.



Figura 4. Mapa de la provincia de Loja

Tomado de: <https://mapas.owje.com/img620/t-14167-Cantones-de-Loja-2011.png>

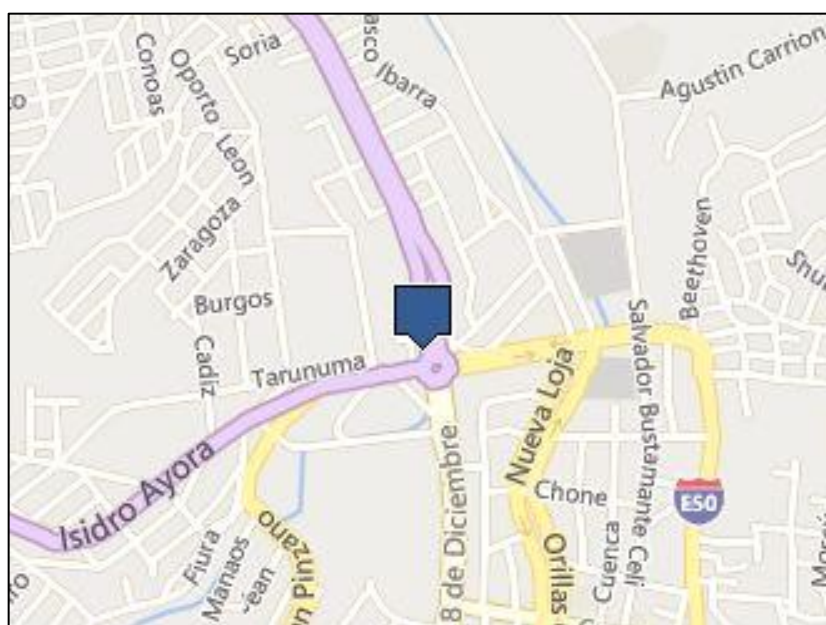


Figura 5. Croquis de la empresa

Tomado de: <https://www.edina.com.ec>



## **Instrumentación**

En el estudio en curso se empleó como instrumento un cuestionario estructurado bajo el modelo Servqual, ya que se deriva como el más aplicable y preciso para conocer la calidad de un servicio a partir de la medición que del mismo haga el cliente, en función de su experiencia del servicio recibido. Por lo que el modelo Servqual incorpora 22 ítems, en el que este número se toma con el máximo de atributos a introducir en el estudio de calidad a llevar a cabo. En esta investigación se diseñó un instrumento de 18 ítems para ser aplicado. Las preguntas están distribuidas en sus cinco dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles.

## **Recolección y Análisis de Datos**

El procedimiento que se llevó a cabo en este estudio se lo realizó de la siguiente forma, la recolección de la información se realizó en la empresa GOMotors de la ciudad de Loja. Se inició con la elaboración del instrumento para la recolección de datos (encuesta), de acuerdo a la revisión de literatura, el cual tiene como objetivo obtener la información pertinente referente a la calidad de servicio que ofrece la empresa, enfocado en el modelo Servqual, puesto que este modelo identifica cinco dimensiones para caracterizar un servicio: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Para lo cual se diseñó un cuestionario de 18 preguntas cerradas, para la medición de las respuestas se empleó la Escala de Acuerdo de Likert que se emplea para el modelo Servqual limitada a cinco niveles, los cuales fueron: (1) Insatisfecho, (2) Poco satisfecho, (3) Imparcial, (4) Satisfecho y (5) Totalmente satisfecho (véase Tabla 2).

Tabla 2

*Escala de Likert para evaluar la satisfacción del cliente*

Nivel de Likert	Significado	Rango de porcentaje de satisfacción del cliente
1	Insatisfecho	0 - 20
2	Poco satisfecho	21 – 40
3	Imparcial	41 – 60
4	Satisfecho	61 – 80
5	Totalmente satisfecho	81 -100

Fuente: Investigación Directa

En la Tabla 2 se detalla la escala de Likert y su significado, en el que cada nivel tiene su respectivo porcentaje, lo cual es utilizado para evaluar la satisfacción del cliente, para posteriormente establecer el porcentaje de satisfacción en cada una de las dimensiones.

En cuanto a la recolección de datos se cumplió por elección de los investigadores durante dos meses en los horarios más adecuados para los clientes, en la que las encuestas fueron ejecutadas a través de un formulario online que se envió mediante un link en la plataforma digital, WhatsApp, por temas de bioseguridad debido a la situación de la emergencia sanitaria no se realizó investigación de campo. Además, es trascendental acotar que los clientes encuestados participaron de forma voluntaria e incógnita.

Para el análisis de datos se recurrió al procedimiento estadístico del modelo Servqual, que de acuerdo a Parasuraman (1994) plantea un instrumento incorporado a un cuestionario, para medir la calidad de servicio con la escala Servqual en relación a las dimensiones más significativas de un servicio en específico. De este modo, una vez aplicados los cuestionarios a los clientes de la empresa GOMotors de la ciudad de Loja, se procedió al análisis de datos y tabulación de la información recopilada utilizando el software estadístico Excel, en donde se usó herramientas estadísticas como tablas y representaciones gráficas en pasteles o barras a

conveniencia, la interpretación de los resultados será univariado por cada dimensión con el fin de organizar de mejor manera la información que consienta observar los resultados de una forma más clara y entendible.

Finalmente, con los resultados alcanzados se pudo conocer el sentir de los clientes en referencia al grado de satisfacción en cuanto a la calidad del servicio que ofrece la empresa GOmotors de la ciudad de Loja.

### **Validez y Confiabilidad**

Varios autores en sus investigaciones realizadas han corroborado la confiabilidad de la escala Servqual (Pitt et al., 1995, 1997; Jiang et al., 2002; Kang & Bradley, 2002), puesto que en términos generales esta escala demuestra coeficientes admisibles de confiabilidad, es decir, posee suficiente confiabilidad al ser estudiada en las empresas en este caso en el sector automotriz. Estos autores también expresan que el modelo Servqual tiene altos resultados de validez, por lo que este instrumento debería ser aprovechado por las empresas para medir la calidad del servicio. Kettinger & Lee (1997) manifiestan que el uso de las cinco dimensiones del Servqual otorgan a los directivos de las empresas un análisis más acertado, y con ello tener una idea contundente de los clientes.

Además es trascendental acotar que según los estudios efectuados por Pitt et al. (1998), en donde emplearon el modelo Servqual en algunas empresas consiguieron optimizar la calidad del servicio brindado, mediante la aplicación del modelo Servqual como instrumento de medición en el que con los resultados generados pudieron proponer nuevas estrategias en pos de mejorar la perspectiva de calificación de las organizaciones (Silva, 2015). En síntesis, de acuerdo a lo mencionado anteriormente se ratificó la validez y confiabilidad que presenta el modelo Servqual para ser aceptado como instrumento de medición de la calidad del servicio en las empresas.

## **Resumen**

En el capítulo 3 se indagó la metodología requerida para la realización de la investigación, entre los métodos propuestos se detalla: el método analítico, método sintético, el método inductivo y el método deductivo. En el diseño de la investigación se la identificó como una investigación de carácter descriptiva, basada en un enfoque de tipo cuantitativo el cual se ajusta a las particularidades y condiciones del objeto de estudio. Para la recopilación de la información se aplicó encuestas a los clientes basándose en el modelo de medición Servqual, al ser uno de los modelos más aplicables y precisos para conocer la calidad de un servicio a partir de la medición por parte de los clientes.

## Capítulo 4: Resultados

Este estudio tuvo como fin evaluar la calidad en el servicio que ofrece la empresa GOmotors de la ciudad de Loja, puesto que en la localidad existe una gran cantidad de locales que representan la competencia directa e indirecta en ciertos casos, es ahí donde la calidad en el servicio y la atención al cliente, representan un factor decisivo al momento de fidelizar a los clientes, las empresas deben cada vez más desarrollar estrategias competitivas en su sector. Para lo cual se realizó encuestas a los clientes de la empresa en estudio, aplicando el modelo Servqual basado en sus cinco dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. De esta forma, en el desarrollo del presente capítulo se muestran los resultados obtenidos en la evaluación de la calidad del servicio.

### Tamaño de la Muestra

Para el tamaño de la muestra se tomó como referencia el número de clientes registrados en la base de datos, que para el año 2019 es de 1456 clientes de la empresa GOmotors de la ciudad de Loja. A continuación, se calculó la muestra mediante la aplicación de la fórmula matemática:

#### Fórmula:

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

#### Simbología:

**n** =Tamaño de la muestra

**Z** = Nivel de confianza (95% =1,96 tabla de distribución anual)

**p** = **0,5** Probabilidad de que el evento ocurra

**q** = **0,5** Probabilidad de que el evento no ocurra

**N** = Población (1456)

**e** = 5% margen de error 0,05 (5%)

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,5) * (0,5) * (1456)}{(0,05)^2 (1456 - 1) + (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}$$

$$n = \frac{1398,34}{3,64 + 0,9604}$$

$$n = \frac{1398,34}{4,60}$$

**n = 304 Encuestas a clientes**

## Resultados Estadísticos

Para la presentación y análisis de los resultados se utilizó herramientas estadísticas como tablas y gráficas por cada dimensión con el fin de organizar de mejor manera la información, siendo así, el procedimiento se hizo univariado, en el que para la interpretación de los resultados se tomó el mayor porcentaje de cada variable:

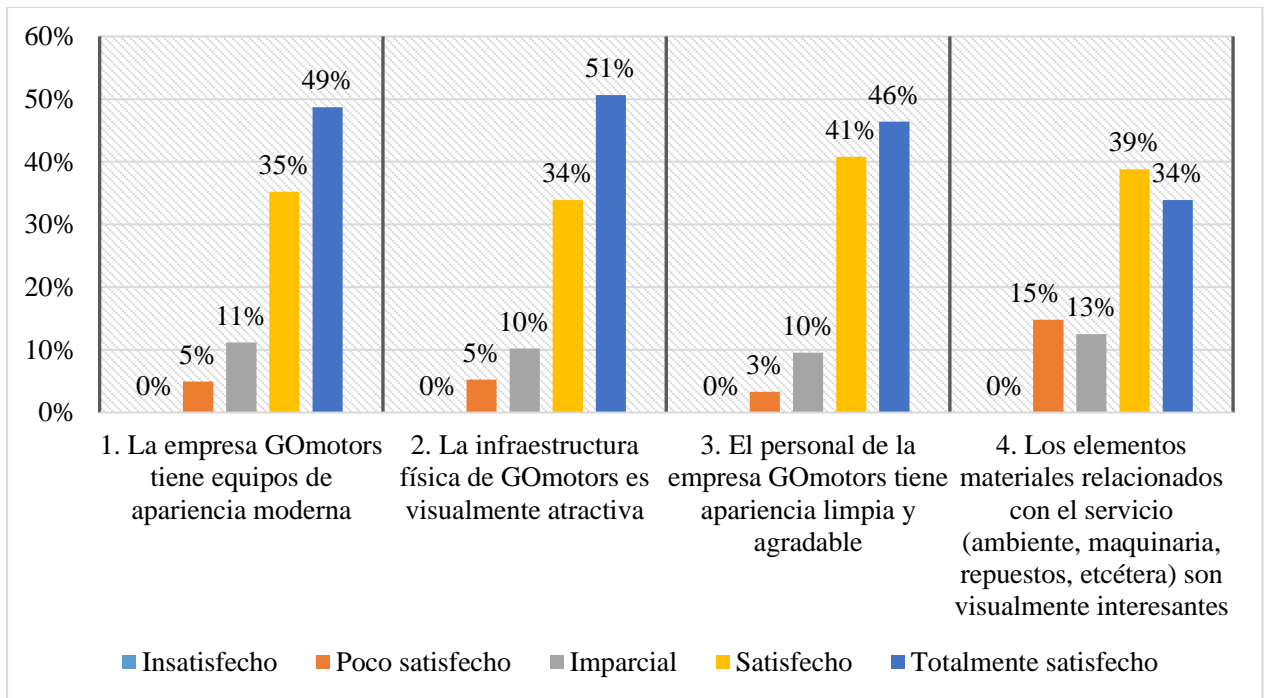
### Dimensión: Elementos Tangibles

Tabla 3

*Dimensión: elementos tangibles*

Variables	Insatisfecho	Poco satisfecho	Imparcial	Satisfecho	Totalmente satisfecho	Total %
1. La empresa GOMotors tiene equipos de apariencia moderna	0%	5%	11%	35%	49%	100%
2. La infraestructura física de GOMotors es visualmente atractiva	0%	5%	10%	34%	51%	100%
3. El personal de la empresa GOMotors tiene apariencia limpia y agradable	0%	3%	10%	41%	46%	100%
4. Los elementos materiales relacionados con el servicio (ambiente, maquinaria, repuestos, etcétera) son visualmente interesantes	0%	15%	13%	39%	34%	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa GOMotors de la ciudad de Loja  
Elaborado por: Los Autores



*Figura 6.* Dimensión: elementos tangibles

Fuente: Tabla 3.

Elaborado por: Los Autores

### **Interpretación:**

Con relación a la dimensión de los elementos tangibles, se obtuvo que: del total de clientes encuestados el 49% señaló que están totalmente satisfechos con los equipos de apariencia moderna que tiene la empresa GOMotors de la ciudad de Loja; el 51% afirmó que están totalmente satisfechos con la infraestructura física de GOMotors ya que es visualmente atractiva; así mismo el 46% aseveró que están totalmente satisfechos con la apariencia limpia y ordenada que tiene el personal de la empresa GOMotors; y por último el 39% expresó que están satisfechos con los elementos materiales relacionados con el servicio (ambiente, maquinaria, repuestos, etc.) puesto que son visualmente atractivos.

### Dimensión: Capacidad de Respuesta

Tabla 4

Dimensión: capacidad de respuesta

Variables	Insatisfecho	Poco satisfecho	Imparcial	Satisfecho	Totalmente satisfecho	Total %
1. El personal de GOMotors siempre está dispuesto a atenderme	2%	11%	15%	39%	33%	100%
2. Si se me presenta un problema o necesita ayuda, el personal de la empresa me ayuda a resolverlo inmediatamente	2%	15%	12%	40%	31%	100%
3. El tiempo que espero para obtener un servicio en GOMotors estuvo dentro de sus expectativas	3%	18%	14%	38%	27%	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa GOMotors de la ciudad de Loja  
Elaborado por: Los Autores

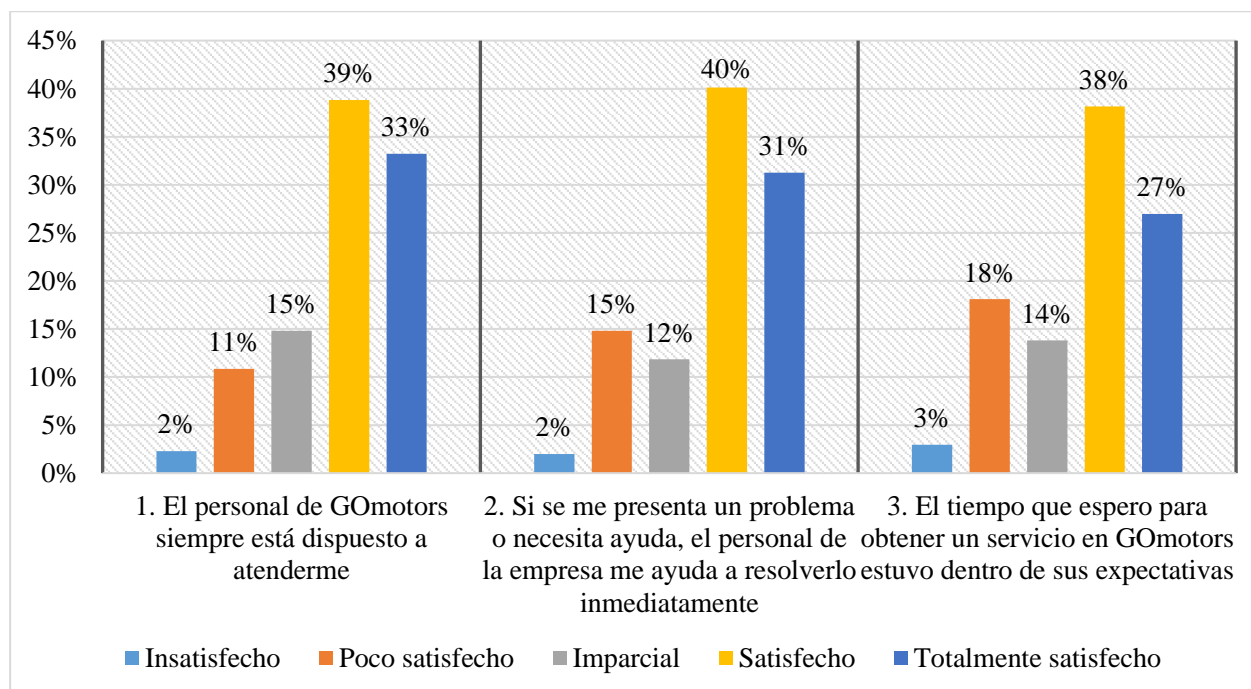


Figura 7. Dimensión: capacidad de respuesta

Fuente: Tabla 4.

Elaborado por: Los Autores

### Interpretación:

Referente a la dimensión sobre la capacidad de respuesta los resultados obtenidos fueron: el 39% indicó que están satisfechos en lo correspondiente a la disposición del personal de la



empresa GOmotors para atender a los clientes; el 40% señaló que se encuentran satisfechos en cuanto a la ayuda por parte del personal de la empresa para resolver inmediatamente un problema, en caso de presentarse; y finalmente, el 38% manifestó que están satisfechos con sus expectativas en el tiempo que espero para obtener un servicio en la empresa GOmotors.

### Dimensión: Empatía

Tabla 5

Dimensión: empatía

Variables	Insatisfecho	Poco satisfecho	Imparcial	Satisfecho	Totalmente satisfecho	Total %
1. El personal de la empresa GOmotors le demuestran amabilidad y buen trato	3%	28%	16%	36%	17%	100%
2. El personal de la empresa GOmotors le brinda una atención personalizada	7%	38%	18%	25%	12%	100%
3. La empresa GOmotors ofrece horarios convenientes para los clientes	0%	9%	8%	33%	50%	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa GOmotors de la ciudad de Loja  
Elaborado por: Los Autores

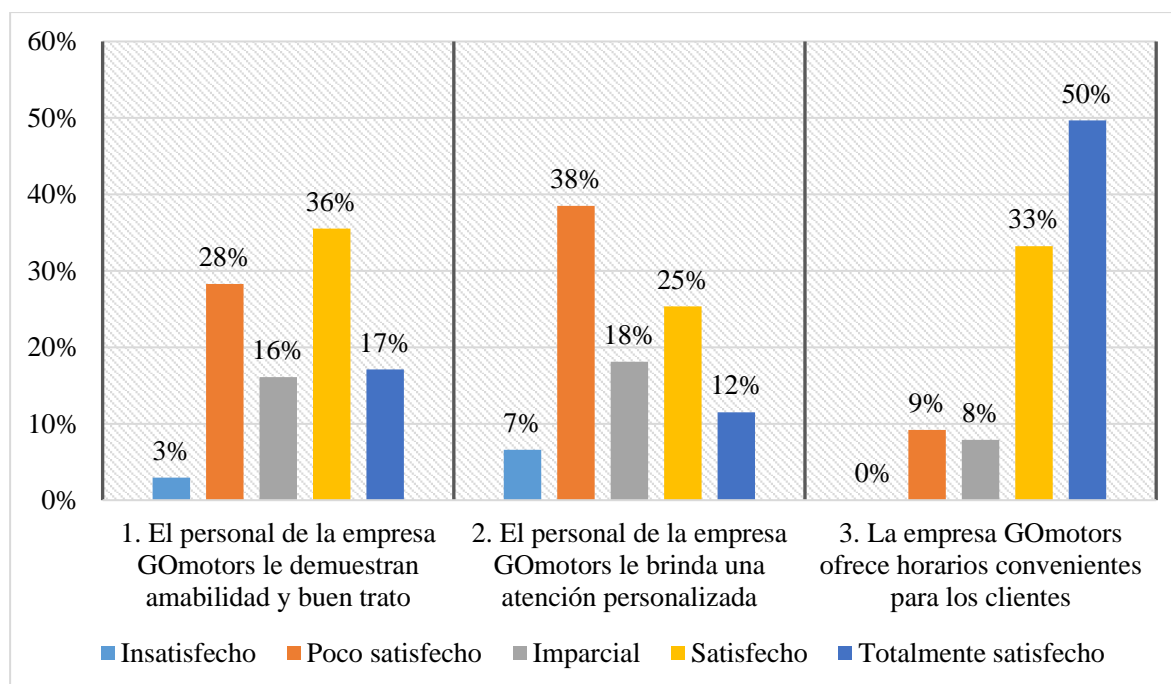


Figura 8. Dimensión: empatía

Fuente: Tabla 5.

Elaborado por: Los Autores

### Interpretación:

En lo pertinente a la dimensión de la empatía se alcanzó los siguientes resultados: el 36% mencionó que están satisfechos con la amabilidad y buen trato que reciben del personal de la empresa GOMotors; el 38% aseguró que están poco satisfechos con la atención personalizada que brinda la empresa GOMotors; y para terminar, el 50% indicó que están totalmente satisfechos puesto que son muy convenientes los horarios que ofrece la empresa GOMotors ello les facilita acudir sin ningún contratiempo.

### Dimensión: Fiabilidad

Tabla 6

Dimensión: fiabilidad

Variables	Insatisfecho	Poco satisfecho	Imparcial	Satisfecho	Totalmente satisfecho	Total %
1. El personal de la empresa GOMotors se muestra interesado en servir a los clientes de una forma adecuada	5%	32%	12%	33%	20%	100%
2. Existe la predisposición por parte del personal de GOMotors para resolver los problemas que se puedan presentar	4%	33%	13%	35%	14%	100%
3. Se actúa con eficiencia y se respeta los procesos en la prestación de servicios en la empresa GOMotors	8%	34%	13%	38%	8%	100%
4. Los servicios ofrecidos en la empresa GOMotors son cumplidos a tiempo, dentro de cronogramas establecidos	9%	40%	13%	30%	9%	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa GOMotors de la ciudad de Loja  
Elaborado por: Los Autores

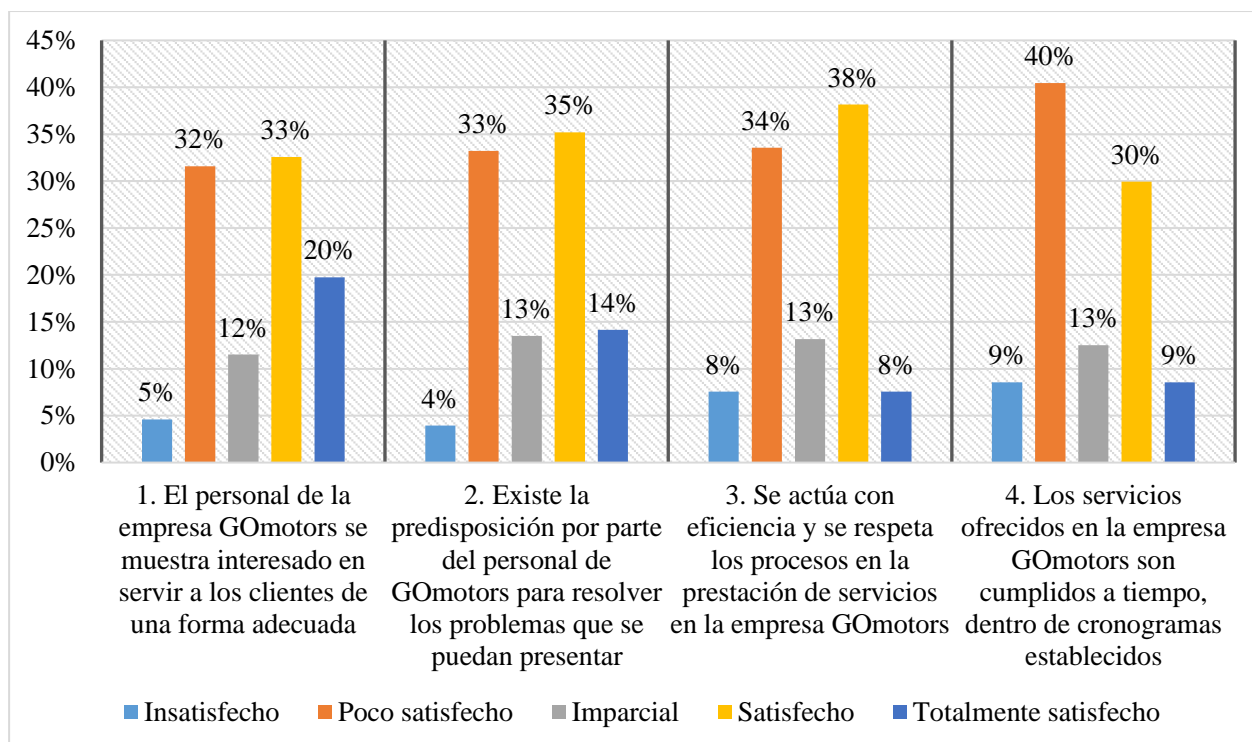


Figura 9. Dimensión: fiabilidad

Fuente: Tabla 6.

Elaborado por: Los Autores

### Interpretación:

Respecto a la dimensión de la fiabilidad se logró los siguientes resultados: de los clientes encuestados el 33% aseveró que están satisfechos con el interés que muestra el personal de la empresa GOMotors en servir a los clientes de una forma adecuada; así mismo el 35% manifestó que están satisfechos con la predisposición por parte del personal de la empresa GOMotors para resolver los problemas que se puedan presentar; seguidamente el 38% afirmó que están satisfechos con la eficiencia y el respeto a los procesos en la prestación de servicios de la empresa GOMotors; mientras que el 40% señaló que están poco satisfechos con el cumplimiento de los servicios por parte de la empresa GOMotors dentro de los cronogramas establecidos.

## Dimensión: Seguridad

Tabla 7

Dimensión: seguridad

Variables	Insatisfecho	Poco satisfecho	Imparcial	Satisfecho	Totalmente satisfecho	Total %
1. La mano de obra calificada y especializada de la empresa GOmoters transmite confianza a sus clientes	0%	22%	11%	37%	30%	100%
2. Las instalaciones de la empresa GOmoters reflejan seguridad	0%	7%	10%	34%	49%	100%
3. Los clientes se sienten seguros al utilizar los servicios en la empresa GOmoters	0%	10%	11%	33%	46%	100%
4. El personal tiene conocimientos suficientes para responder a sus preguntas a los clientes sobre los servicios que se prestan en GOmoters	0%	29%	10%	39%	22%	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa GOmoters de la ciudad de Loja  
Elaborado por: Los Autores

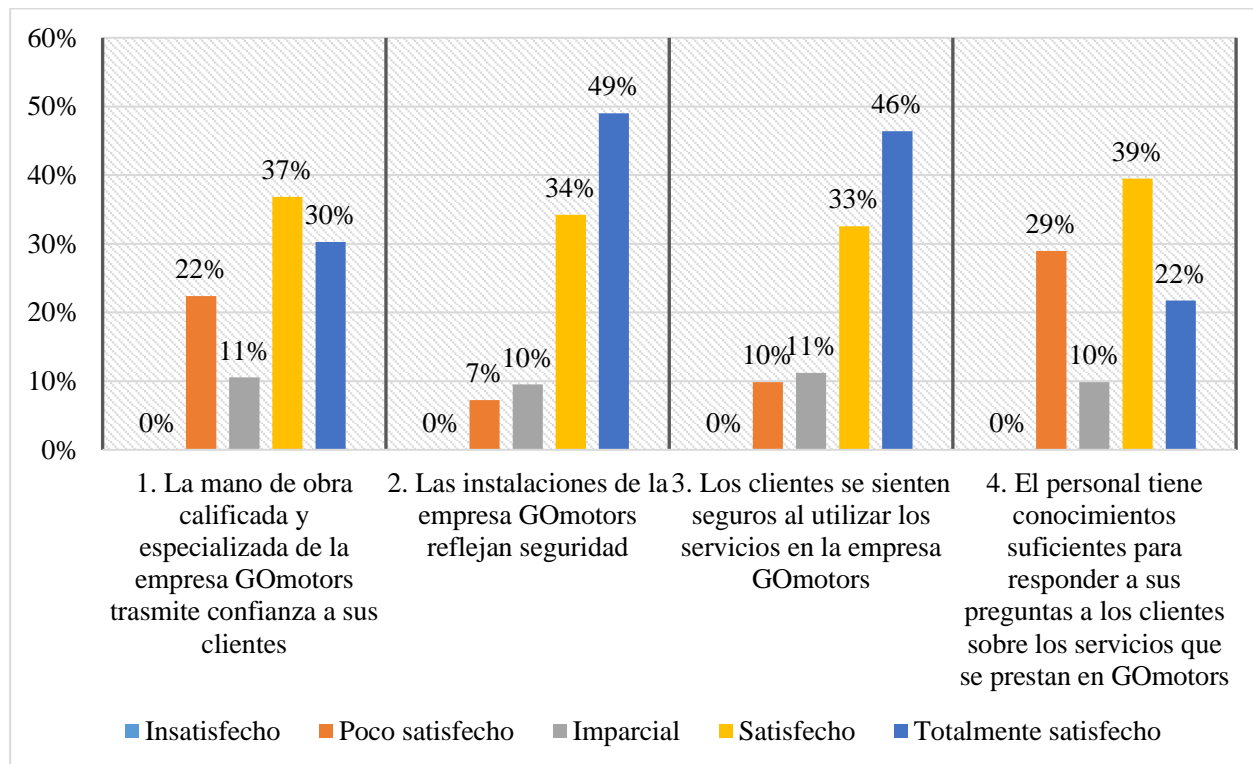


Figura 10. Dimensión: seguridad

Fuente: Tabla 7.

Elaborado por: Los Autores

### **Interpretación:**

En lo concerniente a la última dimensión correspondiente a la seguridad, el 37% de los clientes encuestados indicó que están satisfechos con la confianza que trasmite a los clientes la mano de obra calificada y especializada de la empresa GOmoters; el 49% mencionó que están totalmente satisfechos con la seguridad que reflejan las instalaciones de la empresa GOmoters; así mismo el 46% aseveró que están totalmente satisfechos en cuanto a que se sienten seguros al utilizar los servicios en la empresa GOmoters; y por último, el 39% manifestó que están satisfechos con los conocimientos que tienen el personal de la empresa GOmoters para responder a las preguntas de los clientes sobre los servicios que ofrece la misma.

### **Hallazgos**

Luego de haber obtenido los resultados estadísticos de las encuestas aplicadas a los clientes de la empresa GOmoters de la ciudad de Loja, en base al modelo Servqual en sus cinco dimensiones: elementos tangibles, capacidad de respuesta, empatía, fiabilidad y seguridad. Según Sánchez (2017) expresa que el modelo Servqual indica los lineamientos a llevar a cabo para mejorar la calidad de un servicio y es instrumento para reducir o eliminar deficiencias, por ello se lo considera como un instrumento de mejora.

**Dimensión elementos tangibles:** se evidenció que la infraestructura física de la empresa GOmoters es visualmente atractiva con equipos de apariencia moderna para ofrecer a los clientes un servicio totalmente satisfactorio, la imagen corporativa del personal de la empresa es muy agradable lo que garantiza una buena atención. Además, se pudo evidenciar que los elementos materiales relacionados con el servicio como: ambiente, maquinaria, repuestos, etc.; son visualmente interesantes cuentan con tecnología automotriz de punta acorde a las necesidades que requiere el cliente. Benítez (2019) manifiesta que la tangibilidad crea credibilidad y confianza para los clientes, lo cual se crea a través de buenos servicios de infraestructura, imagen

corporativa y una excelente tecnología, para que los clientes puedan creer en la calidad de los servicios de la empresa.

Tabla 8

*Promedio general dimensión elementos tangibles*

Promedio general	Nivel escala de Likert
80%	61 – 80 (Satisfecho)

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa GOMotors de la ciudad de Loja  
Elaborado por: Los Autores

**Dimensión capacidad de respuesta:** En lo relativo a esta dimensión se observó que los clientes expresaron cierto grado de descontento, por lo que en su mayoría respondió de manera imparcial. En algunos servicios que ofrece la empresa mencionaron la poca disponibilidad del personal de la empresa GOMotors para atender a sus requerimientos. Por ejemplo, en cuanto a los vehículos que ingresan por el servicio de mantenimiento es necesario que se tome en cuenta el tiempo de entrega de los vehículos, ya que no ha sido del todo satisfactorio dentro de las expectativas de los clientes. Sobre eso, Benítez (2019) menciona que esta dimensión se caracteriza por medir la capacidad de resolver el problema y ayudar rápidamente a los clientes, en síntesis, es la respuesta de las empresas a lo que desean los clientes.

Tabla 9

*Promedio general dimensión capacidad de respuesta*

Promedio general	Nivel escala de Likert
60%	41 – 60 (Imparcial)

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa GOMotors de la ciudad de Loja  
Elaborado por: Los Autores

**Dimensión empatía:** por una parte, los clientes expresaron que el personal de la empresa demuestra amabilidad y buen trato, sumando a ello que los horarios que ofrece la misma son muy convenientes para los clientes. Sin embargo, de acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas se ubicó en un rango imparcial, puesto que se evidenció una brecha de insatisfacción en la atención personalizada que brinda la empresa, siendo este uno de los factores por mejorar dado que existen ciertas falencias respecto al servicio ofrecido por la empresa. Frente a ello, es significativo elevar el nivel de satisfacción de los clientes que acuden a la empresa a través de una atención más esmerada y personalizada. Según Morocho & Plaza (2016), indican que hoy en día los métodos de calidad cambian constantemente de acuerdo a las expectativas del mercado, las compañías no solo deben producir bienes con altos niveles de calidad, igualmente deben satisfacer las necesidades de los clientes.

Tabla 10

*Promedio general dimensión empatía*

Promedio general	Nivel escala de Likert
60%	41 – 60 (Imparcial)

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa GOMotors de la ciudad de Loja  
Elaborado por: Los Autores

**Dimensión fiabilidad:** por otra parte, en relación a esta dimensión se apreció que el personal de la empresa GOMotors se muestran interesados en servir a los clientes de una forma adecuada y existe la predisposición por parte del personal para resolver los problemas que se puedan presentar, actúan con eficiencia y respetando los procesos en la prestación de los servicios. No obstante, a veces hay ocasiones que no cumplen a tiempo los servicios dentro de los cronogramas establecidos, pues en lo que se refiere al servicio postventa de vehículos puede que en la garantía los repuestos a cambiar lleguen con algún tiempo de retraso, representando esto

uno de los factores que genera malestar en los clientes. De este modo, es preciso que se tome en reparo esta condición para mejorar la calidad del servicio que actualmente ofrece y con ello garantizar una buena atención que aumente el número de clientes y el aumento de la rentabilidad de la empresa GOmoters de la ciudad de Loja.

Tabla 11

*Promedio general dimensión fiabilidad*

Promedio general	Nivel escala de Likert
80%	61 – 80 (Satisfecho)

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa GOmoters de la ciudad de Loja  
Elaborado por: Los Autores

**Dimensión seguridad:** finalmente se mostró que la empresa GOmoters cuenta con mano de obra calificada y especializada lo que hace que se transmita confianza a los clientes y se sientan satisfechos, las instalaciones de la empresa son adecuadas, los clientes se sienten seguros al utilizar los servicios en la empresa, el personal tiene conocimientos para responder a las preguntas de los clientes. Pero no estaría de más, que los directivos busquen permanentemente estar capacitando al personal que labora en su institución para un mejor desenvolvimiento en sus actividades, con el objetivo de que puedan seguir manteniendo su posición competitiva en el mercado.

Tabla 12

*Promedio general dimensión seguridad*

Promedio general	Nivel escala de Likert
80%	61 – 80 (Satisfecho)

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa GOmoters de la ciudad de Loja  
Elaborado por: Los Autores



## Resumen

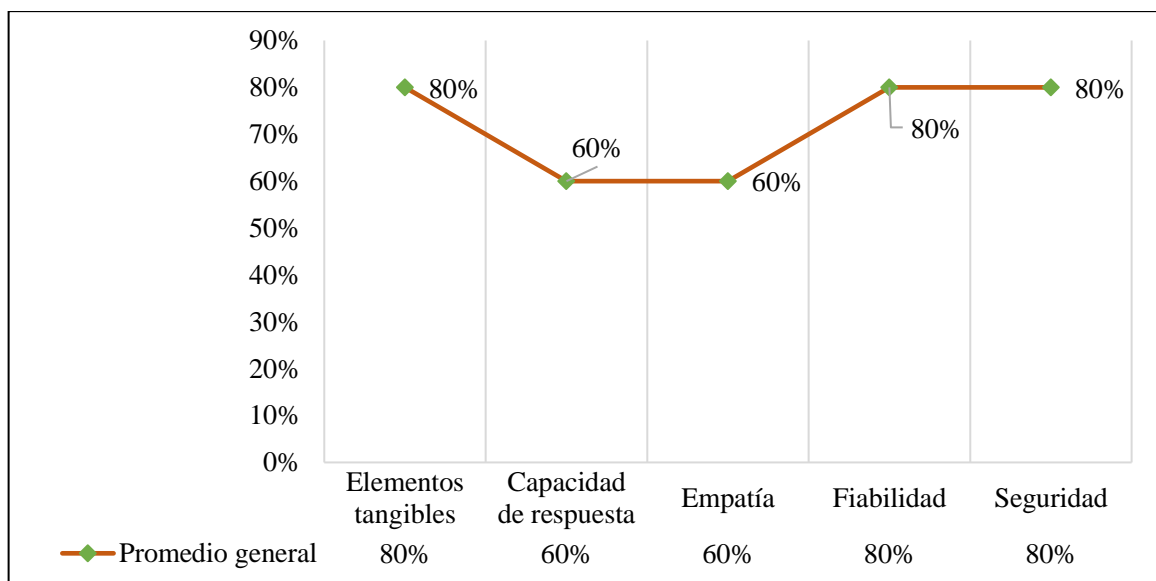
En el presente capítulo se realizó la interpretación y análisis de los resultados alcanzados, en el que para evaluar la calidad del servicio se aplicó encuestas estructuradas bajo el modelo Servqual a los clientes de la empresa GOmoters de la ciudad de Loja.

Tabla 13

*Promedio general de las dimensiones evaluadas*

	<b>Elementos tangibles</b>	<b>Capacidad de respuesta</b>	<b>Empatía</b>	<b>Fiabilidad</b>	<b>Seguridad</b>
<b>Promedio</b>	80%	60%	60%	80%	80%
<b>Promedio general</b>	<b>72% (Satisfecho)</b>				

Fuente: Encuestas aplicadas a los clientes de la empresa GOmoters de la ciudad de Loja  
Elaborado por: Los Autores



*Figura 11.* Promedio general de las dimensiones evaluadas

Fuente: Tabla 13

Elaborado por: Los Autores

De este modo, se pudo evidenciar a través de los resultados obtenidos que los clientes de la empresa GOmoters de la ciudad de Loja en promedio general han calificado un equivalente al

72% del rango de porcentaje de satisfacción, ello demuestra que la empresa GOMotors de la ciudad de Loja se ubica en un rango satisfactorio en cuanto a la calidad de los servicios que ofrece. En este sentido, con la investigación realizada se ratifica que la empresa a lo largo de su trayectoria en el sector automotriz ha venido brindando un servicio satisfactorio y a la vanguardia de las necesidades de los clientes, lo que le ha permitido mantenerse en el mercado. Sin embargo, existen algunas falencias por mejorar en cuanto a la calidad en la prestación de los servicios que ofrece. Por lo tanto, a partir de los resultados de la investigación realizada se puede concluir que entre las estrategias más evidentes a tomar en cuenta, son: Optimizar el tiempo de entrega de los vehículos por el servicio de mantenimiento; Mejorar el servicio de postventa de los vehículos; Ofrecer una atención más personalizada que cumpla con las expectativas de los clientes; así como también, Desarrollar permanentemente planes de capacitación en la empresa para un mejor desenvolvimiento del personal en sus actividades y con ello ofrecer un servicio de calidad a los clientes.

### Nivel de Calidad / Expectativa

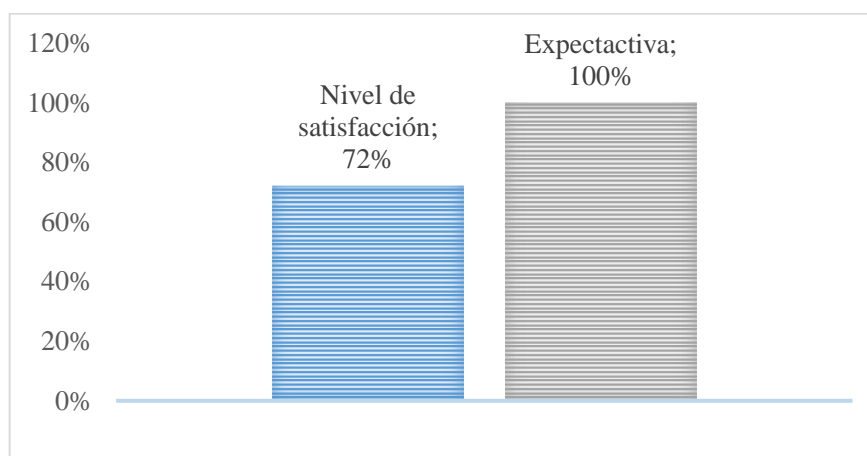


Figura 12. Nivel de calidad / Expectativa

Fuente: Tabla 13

Elaborado por: Los Autores

En resumen, con los resultados alcanzados se establece que el nivel de satisfacción se ubica en un porcentaje del 72% (satisfecho); asimismo se determinó cuáles son las dimensiones en las que los clientes tienen menor grado de satisfacción en cuanto a los servicios brindados por la empresa GOmoters, en donde según esta investigación se indica como tales las dimensiones de capacidad de respuesta y empatía, cada una con un porcentaje del 60% (imparcial). Por consiguiente, en cuanto a la expectativa de los clientes que es del 100% lo que esperan recibir de los servicios que ofrece la empresa GOmoters de la ciudad de Loja.

## Capítulo 5: Conclusiones y Recomendaciones

### Conclusiones

- En la actualidad el ofrecer calidad en el servicio ha crecido en importancia, por ello es trascendental para las empresas aplicar adecuados modelos de evaluación acorde a sus requerimientos que contribuyan a mejorar la productividad y desempeño, en el presente estudio se aplicó encuestas a una muestra de 304 clientes de la empresa GOmoters de la ciudad de Loja, estructurado bajo el modelo Servqual para medir la calidad del servicio; dando con ello cumplimiento al objetivo general de la investigación.
- La calidad del servicio es un factor indispensable en las empresas para generar una ventaja competitiva, en este sentido, de acuerdo con la investigación realizada mediante la aplicación del modelo Servqual se obtuvo para cada una de las dimensiones evaluadas los siguientes porcentajes: elementos tangibles 80% (satisfecho), capacidad de respuesta 60% (imparcial), empatía 60% (imparcial), fiabilidad 80% (satisfecho), y, por último, seguridad 80% (satisfecho). De modo que, a partir de las cinco dimensiones evaluadas se estableció el promedio general con un porcentaje de 72% (satisfecho) para el grado de satisfacción de los clientes de la empresa GOmoters de la ciudad de Loja, lo cual demuestra que las dimensiones de elementos tangibles, fiabilidad y seguridad se mantienen como los puntos fuertes de la empresa destacándose con un mayor grado de satisfacción de los clientes; para de esta forma cumplir con el primer objetivo específico.
- El realizar la evaluación de la calidad es muy importante, ya que permite identificar los puntos débiles de las organizaciones para una mejor gestión de la calidad de los servicios y de esta manera poder seguir manteniendo la posición competitiva en el mercado a la

vanguardia en un mundo globalizado de constantes cambios. Por ello, en este artículo se determinó las dimensiones en las que los clientes tienen menor grado de satisfacción en donde se indica la capacidad de respuesta con un 60% (imparcial) y empatía 60% (imparcial), como las dimensiones a mejorar por las falencias que presentan algunos de los servicios de acuerdo a la investigación efectuada, como por ejemplo el tiempo de entrega de los vehículos que ingresan por el servicio de mantenimiento, asimismo en lo que se refiere al servicio postventa de vehículos hay ocasiones en que la garantía de los repuestos a cambiar llegan con retraso; lo cual genera un poco de malestar para los clientes; dando cumplimiento al segundo objetivo específico de la presente investigación.

### **Recomendaciones**

- Se cree importante recomendar a las instituciones locales involucradas en el sector empresarial, propicien espacios de fomento y capacitación para que tenga conocimientos acerca de la importancia de las estrategias o herramientas para evaluar y mejorar la calidad del servicio en las empresas de la ciudad de Loja, pues en algunos casos ha sido causantes del poco desarrollo que han tenido en la actualidad.
- Se recomienda a los directivos de las organizaciones desarrollar modelos de evaluación que les permita establecer el grado de satisfacción de los clientes respecto a la calidad del servicio, siendo fundamental aplicar el modelo Servqual como principal aporte para el crecimiento de las empresas de la ciudad de Loja que contribuya a mejorar el desempeño y su rentabilidad.
- Desarrollar propuestas de mejora en base a las brechas de insatisfacción que presentan las diferentes dimensiones del modelo Servqual, tales como: optimizar el tiempo de entrega de los vehículos, mejorar el servicio de postventa, ofrecer una atención más

personalizada, así como también, desarrollar permanentemente planes de capacitación; todo ello con el afán de corregir la calidad del servicio que actualmente ofrece la empresa y así aportar al desarrollo y crecimiento de la empresa GOMotors de la ciudad de Loja.

### **Contribuciones Teóricas y Prácticas**

En cuanto a las contribuciones teóricas y prácticas se hizo hincapié a las aportaciones de varios autores e investigadores tanto de documentos, tesis, libros, artículos de revistas, papers, etc.; los cuales representaron una gran ayuda para el desarrollo y sustento de la investigación. De modo que se partió de analizar la calidad desde el ámbito empresarial, según Tejedor (2014) señala que se describe como el “conjunto de atributos característicos de los bienes y servicios, cuya propiedad principal es que sea útil para la satisfacción de los requerimientos específicos de quien lo consume o lo utiliza” (p. 28).

Así mismo, en lo concerniente a la calidad en el servicio, Zamora et al. (2007), aseguran que la calidad del servicio se vincula con las especificaciones del cliente, es decir, esto se da cuando quienes lo brindan satisfacen las expectativas del cliente y en la medida de lo posible, las superan.

López (2016) señala que el modelo Servqual surge por los profesores Parasuraman, Zeithaml y Berry que desarrollaron varios estudios cuantitativos que dan origen a al modelo de brechas. En 1998 el modelo fue redefinido y denominado Servqual por los mismos autores el cual considera que la calidad del servicio es una noción abstracta, debido a las características fundamentales del mismo, pues es intangible, heterogéneo e inseparable.

Hurtado (2019) en su tesis de grado menciona, que la importancia del modelo Servqual de calidad de servicio radica en que indica o muestra los lineamientos a seguir para mejorar el funcionamiento interno de una institución con respecto a su servicio. El modelo se enfoca

principalmente en detectar y reducir ciertas discrepancias o “brechas” de insatisfacción que se descubren a lo largo de la evaluación. Servqual es una herramienta que constituye en sí mismo un completo enfoque para la mejora de la calidad del servicio ofrecida.

En la actualidad, las empresas tanto en el ámbito nacional e internacional vienen utilizando el modelo Servqual teniendo mucho éxito en el mejoramiento continuo de la calidad en los servicios. Entre una de ellas, dentro de las contribuciones prácticas se cita la compañía Transfrosur Cía. Ltda., estudio realizado por Morocho & Plaza (2016) quienes dan a conocer la relevancia del uso del modelo de gestión Servqual en base al diagnóstico realizado en la compañía, en el que para la medición del servicio de transporte se aplicó encuestas a los clientes de la compañía, y con esto en función de los resultados obtenidos se plantearon alternativas de solución en pos de mejora de la calidad en el servicio, satisfacer en mayor medida las necesidades, gustos y exigencias de los clientes de la compañía. Cabe indicar que con ello se reafirma la utilidad de esta herramienta administrativa y de los sistemas de calidad como un instrumento de medición en las empresas.

### **Futuras Investigaciones**

En la actualidad, los requerimientos de los sistemas de calidad organizacionales han ido cambiando, las empresas no solo deben producir bienes con altos niveles de calidad, sino que también deben satisfacer las necesidades de los clientes con una buena atención y desarrollar continuamente estrategias que consienta ser más competitivos. Por consiguiente, con el presente proyecto se espera sirva para futuros estudios, con lo cual se continúe investigando nuevas temáticas relacionadas a esta investigación, las mismas que aporten con resultados evidentes que permita a los directivos considerar la importancia de aplicar en sus empresas modelos de medición para una mejor calidad en el servicio al cliente que garantice su rentabilidad y crecimiento empresarial.

## Referencias

- Alvarado, C. J. (2017). *Aplicación del modelo de evaluación de la calidad Servqual y establecimiento de medidas de intervención para la empresa Coosalud EPS-S Sucursal Boyacá*. Sogamoso: Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia.
- Arias, G. F. (2012). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica*. Caracas- República Bolivariana de Venezuela: Editorial Episteme, 6ª Edición.
- Arroyo, F., & Buenaño, C. (2017). Calidad en el servicio: oportunidad para el sector automotor en el Ecuador. *INNOVA Research Journal*, 2(9), 42-52.  
<https://doi.org/10.33890/innova.v2.n9.2017.268>.
- Benítez, M. F. (2019). *Análisis de la calidad del servicio que presta la Hostería Villaficus de la empresa Aguamanía Cía. Ltda., del cantón Catamayo, provincia de Loja*. Loja, Ecuador: Universidad Nacional de Loja.
- Bodusca. (2000). *SCRIBD*. Obtenido de Componentes del servicio y la calidad:  
<https://es.scribd.com/document/246477030/Componentes-Del-Servicio-y-La-Calidad?fbclid=IwAR06jk9FyThqD3E48pVnCpa2aYF8OcrUGYn+9aWDM0deIoULgETmEIptLQkw>
- Castillo, M. E. (2009). *Escala Multidimensional Servqual*. Chile: 1ª ed. Facultad de Ciencias Empresariales Universidad del Bío-Bío.
- Cubillos, R. M., & Rozo, R. D. (2009). El concepto de calidad: Historia, evolución e importancia para la competitividad. *Revista de la Universidad de La Salle*, (48), 80-99.



- De Pedro, P. (2013). *La calidad del servicio bancario: Una escala de medición*. Bahía Blanca, Argentina: Departamento de Ciencias de la Administración, Universidad Nacional del Sur.
- Duque, E. J., & Pinzón, C. C. (2012). Medición de la percepción de la calidad del servicio de educación por parte de los estudiantes de la UPTC Duitama. *Criterio Libre*, 10(16), 159–192.
- Duque, O. E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 15 (25), 64-80. ISSN: 0121-5051, <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=818/81802505>.
- Duque, O. E., & Parra, D. M. (2015). Análisis de los modelos de medición de calidad percibida del servicio aplicados en la industria de hospitalidad. *Perspectiva Empresarial*, 2(2), 35-54. <http://dx.doi.org/10.16967%2Frpe.v2n2a4>.
- Fisher, I., & Navarro, V. (1994). *Introducción a la investigación de mercado*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- García, S. T. (2016). *Estrategias para la mejora de la calidad del servicio en una red de estaciones de servicios multinacionales de Guayaquil*. Guayaquil, Ecuador: Univerisidad de Guayaquil.
- GOmotors. (2020). *Grupo Empresarial Ortega*. Obtenido de <https://www.gomotors.com.ec/nosotros/>
- Grönroos, C. (1978). Service Oriented Approach of Services. *European Journal of Marketing*, 12(8), 588-601.

- Gryna, F., Chua, R., & DeFeo, J. (2007). *Método Juran. Análisis y planeación de la calidad*. México, D.F.: 5ª ed. Mc Graw Hill / Interamericana editores, S.A.
- Hernández, S. R., Fernández, C. C., & Baptista, L. P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill, 6ª ed.
- Hurtado, T. S. (2019). *Medición y evaluación de la calidad del servicio, a través del modelo Servqual en la Cooperativa de Ahorro y Crédito "Crediamigo" Loja LTDA, año 2018*. Loja, Ecuador: Universidad Nacional de Loja.
- Ibarra, L., Woolfolk, L., Meza, B., & Gelain, E. (2020). Evaluación de la calidad en el servicio: una aplicación práctica en un establecimiento de Café. *Revista CEA*, 6(11), 89-107.  
<https://doi.org/10.22430/24223182.1430>.
- Ibarra, M. L., & Casas, M. E. (2015). Aplicación del modelo Servperf en los centros de atención Telcel, Hermosillo: una medición de la calidad en el servicio. *Contaduría y administración*, 60(1), 229-260.  
[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0186-10422015000100010&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422015000100010&lng=es&tlng=es).
- Jiménez, V. G. (2018). *Evaluación y propuesta de mejoras para la calidad de servicio a los usuarios basado en el Modelo Servqual en una financiera automotriz - Lima*. Chiclayo: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.
- Kotler, P. (2006). *Dirección de mercadotecnia*. México: 8ª. ed. Pearson-Prentice Hall.
- López, J. A. (2016). *Modelo ServQual. Propuesta de un sistema para medir la calidad de servicio de las cooperativas a sus socios*. Jaén, Andalucía, España: Universidad de Jaén.

- López, P. M. (2013). El Buzón de Pacioli. *Revista del Departamento de Contaduría y Finanzas publicada por el Instituto Tecnológico de Sonora*, Año XIII, No. 82.
- Manulik, S., Rosińczuk, J., & Karniej, P. (2016). Evaluation of health care service quality in Poland with the use of SERVQUAL method at the specialist ambulatory health care center. *Patient Preference and Adherence*, 10(1), 1435–1442.  
<https://doi.org/10.2147/PPA.S108252>.
- Master Logística, M. (2015). *Medición de la calidad logística: Método Servqual*. Obtenido de <https://www.masterlogistica.es/medicion-calidad-medicion-de-la-calidad-logistica-metodo-servqual/>
- Mora, C. C. (2011). La calidad del servicio y la satisfacción del consumidor. *REMark - Revista Brasileira de Marketing, Sao Paulo*, V. 10, 146.
- Morocho, G. M., & Plaza, I. M. (2016). *Influencia de la calidad de servicio de transporte en la rentabilidad de la empresa. Utilizando la técnica Servqual, Caso de estudio Transfrosus Cía. Ltda*. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Parasuraman, A., Zeithalm, V., & Berry, L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, Vol. 49, 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). Servqual: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of services quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Parasuraman, Z. B. (1994). *Scale for Measuring Consumer Perceptions of Services Quality*. America: Múltiple-Item.
- Pitt, L., Watson, R., & Kavan, B. (1995). Service quality: A measure of information systems effectiveness. *MIS Quarterly*, 173-187.

- Pitt, L., Watson, R., & Kavan, B. (1997). Measuring information systems service quality: Concerns for a complete canvas. *MIS Quarterly*, 209-221.
- Pitt, L., Watson, R., & Kavan, B. (1998). Measuring information systems service quality: Lessons from two longitudinal case studies. *MIS Quarterly*, 61-79.
- Ramón, O. M., Erazo, Á. J., Narváez, Z. C., & Matovelle, R. M. (2019). Gestión del capital intelectual en las cooperativas de ahorro y crédito de la ciudad de Loja aplicando el modelo Servqual. *Visionario Digital*, 3(2.2), 284.  
<https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v3i2.2.644>.
- Sampieri, R. (2006). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill. 4ª ed. .
- Sánchez, A. (2017). *Tesis con modelo servqual. Evaluación de la calidad de servicio al cliente en el restaurante pizza burger diner de Gualan, Zacapa*. San Luis: Universidad Rafael Landívar .
- Silva, S. L. (2015). *Aplicación y validación de un modelo de medición de la calidad percibida del servicio (Serperf) para la industria automotriz en Colombia (servicios postventa)*. Bogotá: Universidad de Colombia.
- Tejedor, M. (2014). *El sistema de calidad en el Plan Andaluz de Urgencias y Emergencias. Ponencia en las Jornadas de Primavera de SEMES-A*. España: Pirámide.
- Valencia, C. E. (2015). *Aplicación del modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio de mantenimiento y limpieza de establecimientos educativos en la empresa SYRY*. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana.
- Velásquez, G. (2009). *Dirección de los Sistemas de Producción*. México: Editorial Limusa. Vigésimo segunda Edición.

Villalba, S. C. (2013). La calidad del servicio: un recorrido histórico conceptual, sus modelos más representativos y su aplicación en las universidades. *Punto de Vista*, 51-72.

Zamora, J., León, A., & Andrades, I. (2007). *Percepción de la calidad de los servicios proporcionados en una reserva nacional: el caso del Radal Siete Tazas*. Talca, Chile: RIAT.

Zeithaml, V., Parasuraman, P., & Berry, L. (2004). *Modelo de la calidad del servicio*.

### Apéndice A: Estructura del cuestionario del Modelo Servqual

La estructura del cuestionario del Modelo Servqual, está basado en 5 dimensiones, y de éstas surgen 22 ítems (Zeithaml, Parasuraman y Berry, 2004). Para determinar la importancia de cada ítem, se maneja una escala de Likert de 1 al 5, en donde, 1 representa el puntaje más bajo, es decir, cuando el cliente está en total desacuerdo, y 5 representa el puntaje más alto, es decir, cuando el cliente está muy de acuerdo con la pregunta.

A continuación, se presenta el diseño del cuestionario de Servqual, para las expectativas y percepciones.

		1	2	3	4	5
<b>ELEMENTOS TANGIBLES</b>	La empresa debe tener equipos de aspecto moderno.					
	Las instalaciones físicas de la empresa, deben ser atractivas.					
	Los empleados de la empresa deben verse pulcros.					
	Los materiales asociados con el servicio, deben ser visualmente atractivos para la empresa de publicidad.					
<b>CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>	La empresa debe mantener informados a los clientes con respecto a cuándo se ejecutarán los servicios.					
	Los empleados de la empresa deben dar un servicio rápido.					
	Los empleados, deben estar dispuestos a ayudarles.					
	Los empleados de la empresa, nunca deben estar demasiados ocupados para ayudarles.					
<b>EMPATÍA</b>	La empresa debe dar atención individualizada a los clientes.					
	La empresa de publicidad debe tener empleados que den atención personal, a cada uno de los clientes.					
	La empresa debe preocuparse de sus mejores intereses.					
	Los empleados deben entender las necesidades específicas de Uds.					
	La empresa de publicidad debe tener horarios de atención convenientes para todos sus clientes.					
<b>FIABILIDAD</b>	Cuando promete hacer algo en cierto tiempo, lo debe cumplir.					
	Cuando el cliente tiene un problema, la empresa debe mostrar un sincero interés en resolverlo					
	La empresa, debe desempeñar bien el servicio por primera vez.					
	La empresa debe proporcionar sus servicios en el momento en que promete hacerlo.					
	La empresa debe insistir en registros libres de error.					

<b>SEGURIDAD</b>	El comportamiento de los empleados, debe infundir confianza en Ud.					
	El cliente debe sentirse seguro en las transacciones con la empresa.					
	Los empleados, deben ser corteses de manera constante con Uds.					
	Los empleados de la empresa de publicidad, deben tener conocimiento para responder a las preguntas de los clientes.					

## Apéndice B: Evaluación de la calidad del servicio en la empresa GOmoters de la ciudad de Loja

La presente encuesta tiene como objetivo conocer la opinión de los clientes en cuanto a la calidad de servicio que ofrece la empresa GOmoters de la ciudad de Loja.

### Instrucciones:

- Los resultados de esta encuesta serán manejados con absoluta confidencialidad.
- Debe de responder marcando con una “X” según el nivel de satisfacción de acuerdo al siguiente parámetro:

1 = Insatisfecho
2 = Poco satisfecho
3 = Imparcial
4 = Satisfecho
5 = Totalmente satisfecho

Por favor, califique su grado de satisfacción en los siguientes puntos, teniendo en cuenta que el 1 implica el mínimo grado de satisfacción y 5 el máximo.

**EXPECTATIVA:** (ES LO QUE ESPERABA RECIBIR) esperanza de realizar o conseguir algo, al ocurrir un suceso, y la posibilidad razonable de que algo suceda.

**PERCEPCIÓN:** (EL BIEN O SERVICIO ENTREGADO) consiste en recibir, interpretar y comprender las experiencias recibidas.

Nota: como ya se mencionó en el capítulo 3, en cuanto a la aplicación de encuestas, fueron ejecutadas a través de un Google formulario online que se envió mediante un link en la plataforma digital, WhatsApp, por temas de bioseguridad debido a la situación de la emergencia sanitaria por el coronavirus, no se realizó investigación de campo, se adjunta el formulario:



## “Evaluación de la calidad del servicio en la empresa GOmoters de la ciudad de Loja”.

Encuesta de satisfacción del cliente que tiene como objetivo analizar la calidad del servicio..

Por favor, califique su grado de satisfacción en los siguientes puntos, teniendo en cuenta que el 1 implica el mínimo grado de satisfacción y 5 el máximo. EXPECTATIVA: (ES LO QUE ESPERABA RECIBIR) esperanza de realizar o conseguir algo, al ocurrir un suceso, y la posibilidad razonable de que algo suceda. PERCEPCIÓN: (EL BIEN O SERVICIO ENTREGADO) consiste en recibir, interpretar y comprender las experiencias recibidas.

**\*Obligatorio**

1. ¿La empresa GOmoters tiene equipos de apariencia moderna, para ofrecer servicio de mantenimiento? \*

Marca solo un óvalo por fila.

	Insatisfecho	Poco Satisfecho	Imparcial	Satisfecho	Totalmente Satisfecho
EXPECTATIVA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PERCEPCIÓN	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. ¿La infraestructura física de GOmoters es visualmente atractiva y apta para ofrecer un buen servicio? \*

Marca solo un óvalo por fila.

	Insatisfecho	Poco Satisfecho	Imparcial	Satisfecho	Totalmente Satisfecho
EXPECTATIVA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PERCEPCIÓN	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. ¿El personal de la empresa GOmoters tiene apariencia limpia y agradable? \*

*Marca solo un óvalo por fila.*

	Insatisfecho	Poco Satisfecho	Imparcial	Satisfecho	Totalmente Satisfecho
EXPECTATIVA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PERCEPCIÓN	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. ¿Los elementos materiales relacionados con el servicio (ambiente, maquinaria, repuestos, etcétera) son visualmente interesantes en la empresa GOmoters? \*

*Marca solo un óvalo por fila.*

	Insatisfecho	Poco Satisfecho	Imparcial	Satisfecho	Totalmente Satisfecho
EXPECTATIVA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PERCEPCIÓN	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. ¿El personal de la empresa GOmoters le demuestran amabilidad y buen trato? \*

*Marca solo un óvalo por fila.*

	Insatisfecho	Poco Satisfecho	Imparcial	Satisfecho	Totalmente Satisfecho
EXPECTATIVA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PERCEPCIÓN	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. ¿El personal de la empresa GOMotors le demuestran amabilidad, buen trato y brindan atención personalizada? \*

Marca solo un óvalo por fila.

	Insatisfecho	Poco Satisfecho	Imparcial	Satisfecho	Totalmente Satisfecho
EXPECTATIVA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PERCEPCIÓN	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. ¿La empresa GOMotors ofrece horarios convenientes para los clientes? \*

Marca solo un óvalo por fila.

	Insatisfecho	Poco Satisfecho	Imparcial	Satisfecho	Totalmente Satisfecho
EXPECTATIVA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PERCEPCIÓN	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. ¿El personal de la empresa GOMotors se muestra interesado en servir a los clientes de una forma adecuada? \*

Marca solo un óvalo por fila.

	Insatisfecho	Poco Satisfecho	Imparcial	Satisfecho	Totalmente Satisfecho
EXPECTATIVA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PERCEPCIÓN	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. ¿Existe la predisposición por parte del personal de GOmoters para resolver los problemas que se puedan presentar? \*

Marca solo un óvalo por fila.

	Insatisfecho	Poco Satisfecho	Imparcial	Satisfecho	Totalmente Satisfecho
EXPECTATIVA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PERCEPCIÓN	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. ¿Se actúa con eficiencia y se respeta los procesos en la prestación de servicios en la empresa GOmoters? \*

Marca solo un óvalo por fila.

	Insatisfecho	Poco Satisfecho	Imparcial	Satisfecho	Totalmente Satisfecho
EXPECTATIVA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PERCEPCIÓN	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. ¿Los servicios ofrecidos en la empresa GOmoters son cumplidos a tiempo, dentro de cronogramas establecidos? \*

Marca solo un óvalo por fila.

	Insatisfecho	Poco Satisfecho	Imparcial	Satisfecho	Totalmente Satisfecho
EXPECTATIVA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PERCEPCIÓN	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. ¿El personal de GOmotors siempre está dispuesto a atenderme? \*

Marca solo un óvalo por fila.

	Insatisfecho	Poco Satisfecho	Imparcial	Satisfecho	Totalmente Satisfecho
EXPECTATIVA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PERCEPCIÓN	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. ¿Si se me presenta un problema o necesita ayuda, el personal de la empresa me ayuda a resolverlo inmediatamente? \*

Marca solo un óvalo por fila.

	Insatisfecho	Poco Satisfecho	Imparcial	Satisfecho	Totalmente Satisfecho
EXPECTATIVA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PERCEPCIÓN	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. ¿El tiempo que espero para obtener un servicio en GO motors estuvo dentro de sus expectativas? \*

Marca solo un óvalo por fila.

	Insatisfecho	Poco Satisfecho	Imparcial	Satisfecho	Totalmente Satisfecho
EXPECTATIVA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PERCEPCIÓN	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. ¿La mano de obra calificada y especializada de la empresa GOmoters transmite confianza a sus clientes? \*

Marca solo un óvalo por fila.

	Insatisfecho	Poco Satisfecho	Imparcial	Satisfecho	Totalmente Satisfecho
EXPECTATIVA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PERCEPCIÓN	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16. ¿Las instalaciones de la empresa GOmoters reflejan seguridad? \*

Marca solo un óvalo por fila.

	Insatisfecho	Poco Satisfecho	Imparcial	Satisfecho	Totalmente Satisfecho
EXPECTATIVA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PERCEPCIÓN	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. ¿Los clientes se sienten seguros al utilizar los servicios en la empresa GOmoters? \*

Marca solo un óvalo por fila.

	Insatisfecho	Poco Satisfecho	Imparcial	Satisfecho	Totalmente Satisfecho
EXPECTATIVA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PERCEPCIÓN	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

18. ¿El personal tiene conocimientos suficientes para responder a sus preguntas a los clientes sobre los servicios que se prestan en GOmoters? \*

Marca solo un óvalo por fila.

	Insatisfecho	Poco Satisfecho	Imparcial	Satisfecho	Totalmente Satisfecho
EXPECTATIVA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PERCEPCIÓN	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Apéndice C: Carta de Autorización de la empresa GOmoters de la ciudad de Loja**

# **GOmoters**

---

Loja, 25 de marzo 2020

PhD. Francisco Esteban Andrade Rodas  
Director General de la Modalidad de Estudios En Línea  
**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR**

**PRESENTE**

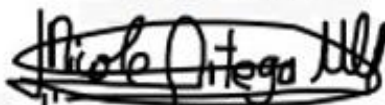
Estimado Doctor, por medio de la presente y a petición verbal de la Ing. Silvia Jaramillo Luzuriaga y el Econ. Cristian Cabrera, estudiantes de la maestría en Administración de Empresas (MBA) de la Universidad Internacional del Ecuador, quienes solicitan autorización para realizar el estudio: **"Evaluación de la calidad del servicio en la empresa GOmoters de la ciudad de Loja"**, y que sus resultados serán publicados mediante un artículo científico en una revista indexada. Ante lo señalado anteriormente me permito informarle que de parte de la empresa se brindara la información y la colaboración necesaria para dicho estudio y se autoriza la publicación posterior de los resultados obtenidos al Artículo Científico.

Importante mencionar que la empresa GO motors se compromete a entregar la documentación solicitada en los posteriores días, y poner el sello respectivo a este documento, debido a la emergencia sanitaria que atraviesa Ecuador y el mundo los documentos reposan en las oficinas de nuestra empresa y no se encuentra con atención al público.

**DOCUMENTOS POSTERIORES A ENTREGAR:**

- Copia del RUC
- Nombramiento del representante legal.
- Declaración de impuestos.
- Número de empleados en relación de dependencia.
- Número de empleados por servicios profesionales.
- Numero de clientes que cuenta la empresa.

ATENTAMENTE



Mgs. Nicol Ortega Ullauri  
**SUBGERENTE DE GOMOTORS – LOJA**

---

<http://www.gomoters.com.ec/>  
Av. 8 de diciembre e Isidro Ayora Loja, Ecuador  
Loja: (07) 2731143