

Estudio de caso para medir la importancia de la calidad en el servicio de una estancia infantil desde la percepción de los padres de familia.

Brenda Elizabeth Calvillo-Castañeda¹, María Guadalupe de Lourdes Acosta-Castillo¹, Sergio Romero-Servín²

¹División de Ciencias Económico Administrativa (DCEA), Universidad de Guanajuato. Fraccionamiento 1, Col. El Establo S/N, Guanajuato, Gto., be.calvillocastaneda@ugto.mx, lourdes.acostacastillo@gmail.com

²Escuela del Nivel Medio Superior de León (ENMSL), Universidad de Guanajuato. Hermanos Aldama S/N, Col. San Nicolás, León Gto., sromero@ugto.mx

Resumen

La calidad en el servicio hoy en día es parte fundamental en las empresas de cualquier tipo, ha sido descrita como una forma de actitud, relacionada pero no equivalente con la satisfacción que resulta de la comparación de expectativas con percepciones (Parasuraman, Zeithaml y Berry 1988).

La investigación tiene como objeto medir cinco características que corresponden a una estancia infantil, mediante una sección de evaluación del modelo SERVQUAL en una guardería de la ciudad de León Gto.

El modelo se aplicó a 76 clientes de una población de 110 participantes. De las 5 características evaluadas por los clientes de acuerdo a su grado de importancia, corresponden a elementos tangibles, seguridad, capacidad de respuesta, empatía y fiabilidad. La respuesta y participación de los clientes fue muy satisfactoria, la mayoría se tornó interesado con la investigación ya que representa la oportunidad de manifestar la percepción que tienen sobre el servicio que proporciona la organización. Los resultados muestran que de las 5 características predomina la capacidad de respuesta, la seguridad en segundo nivel y finalmente la empatía. De manera que, la percepción de los padres de familia se focaliza en que el servicio que están adquiriendo sea rápido y eficiente.

Se concluye que los clientes buscan adquirir un servicio que englobe los 5 elementos para percibir un excelente nivel en la calidad en el servicio, particularmente para el estudio de caso, la capacidad de respuesta en el cuidado de los infantes tiene un valor muy importante, ya que genera confianza en dejar a resguardo a sus hijos.

1.- Introducción

En las empresas del tipo MIPyMES¹, la calidad es un concepto poco utilizado y regularmente, este tipo de organizaciones prestan su mayor atención a la percepción de utilidades dejando fuera elementos importantes como, servicio al cliente y satisfacción del cliente.

La calidad se puede definir desde varios aspectos, como un conjunto de características de una persona o de una cosa, importancia, calificación, carácter, índole, superioridad, nobleza, propiedad, clase, cualidad, casta, excelencia, ralea, calaña, linaje, lustre, importancia, condición (Dávila, 1995)

En particular, para desarrollar la presente investigación se aplicó el modelo SERVQUAL sobre una institución privada de educación preescolar con la finalidad de medir la percepción de la calidad en el servicio. SERVQUAL es una herramienta desarrollada por Valerie A. Zeithaml, A. Parasuraman y Leonard L. Berry, este modelo fue resultado de una investigación que inicio en 1983, la cual fue respaldada por

¹ MIPyMES: Son las unidades productivas individuales y que al menos cumplan dos de los tres parámetros establecidos en cada una de las categorías detalladas. Microempresas, pequeña empresa y Mediana empresa. (FONDEPYME, 2011)

Marketing Science Institute de Cambridge, Massachusetts, de manera que constituye una de las primeras investigaciones formales en materia de Calidad en el Servicio (A. Parasuraman; Valarie A. Zeithaml; Leonard L. Berry, 1988).

Los resultados obtenidos son muy positivos la ponderación más alta como organización se encuentra en el elemento de seguridad con 6.68 de una calificación máxima de 7 representada como el 100%, posteriormente encontramos en el segundo lugar la capacidad de respuesta con un 6.47, en el tercer lugar con un 6.22 elementos tangibles, la cuarta posición se encuentra la empatía con un valor de 5.4 y finalmente la fiabilidad con un resultado del 5.2. Se concluye que la organización tiene un enfoque alto en el servicio al cliente, sin embargo, existen dos áreas de oportunidad para mejorar, considerando que la calidad en el servicio siempre se encuentra en los estándares más altos y en un estado de mejora continua.

2.- Planteamiento del problema

En el estado de Guanajuato la cantidad de estancias infantiles públicas es de 157 y de 355 para el sector privado. Por su parte, la ciudad de León cuenta con 49 estancias infantiles del sector público y 133 en el sector privado (INEGI, 2012). Aunado a lo anterior, es importante recalcar para efectos de la calidad en el servicio que a partir del año 2006, debido al acontecimiento ocurrido en la estancia infantil ABC (ABC, 2014), las autoridades se percataron de la ausencia de procesos en cuestión a seguridad, permisos, reglamentos, planes de contingencia, entre otros elementos. Por lo que se implementaron cambios sustanciales que propiciaron clientes mucho más exigentes en cuanto al cuidado de sus pequeños y en general la sociedad mexicana mostró una mayor preocupación hacia este tipo de instituciones, ya sean en el ámbito público o privado.

3.- Objetivo

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo medir y evaluar la calidad en el servicio en una estancia infantil ubicada en la ciudad de León Gto., mediante el modelo SERVQUAL.

4.- Marco Contextual

El estudio de caso se realiza sobre una estancia infantil ubicada en la ciudad de León Guanajuato. La organización brinda el servicio de Lactantes, Maternal y educación Prescolar desde el año 2009. Su matrícula es de 120 niños divididos en las tres áreas antes mencionadas y cuentan con la afiliación a la Secretaría de Educación de Guanajuato. Constituida como una organización en educación, correspondiente al sector pequeña empresa.

5.- Resultados

Para su interpretación se muestran las siguientes gráficas representadas de lo general a lo particular de la organización, es decir, es posible observar los resultados totales y posteriormente los correspondientes a las áreas de la estancia.

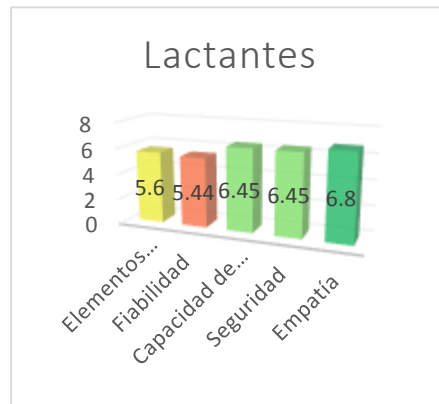
Resultados generales se pueden observar en la *Gráfica 1 Resultados generales de la organización.*



Gráfica 1. Resultados Generales de la Organización: *Elaboración propia*

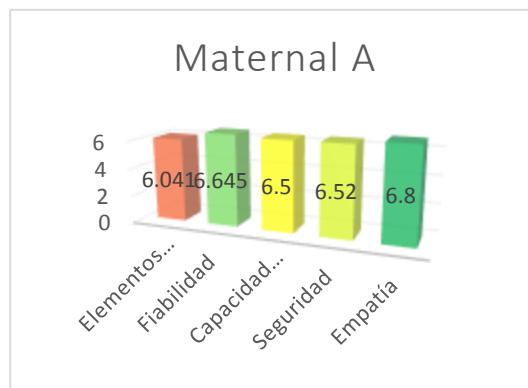
En donde el factor seguridad en la organización de manera global tiene la ponderación más alta con un valor de 6.68, seguida de la capacidad de respuesta con un 6.47, los elementos con ponderación más bajo son representados por la empatía con un valor de 5.4 y la fiabilidad con un valor de 5.2, a nivel global estas últimas serían dos áreas de oportunidad para mejorar como organización.

A continuación se muestran los resultados por áreas de “Lactantes”, “Maternal A”, “Maternal B1”, “Maternal B2”, “Kínder 1”, “Kínder 2” y “Kínder 3”.



Gráfica 2. Lactantes: *Elaboración propia.*

Referente al área de lactantes la *Gráfica 2 Lactantes*, se observa: la calificación en lactantes más alta corresponde a la empatía con 6.8, lo que quiere decir que los clientes perciben el servicio en atención a los bebés muy personalizado, además que los clientes se sienten comprendidos en sus necesidades. Por otro lado, el elemento evaluado más bajo corresponde a la fiabilidad, en este caso involucra la efectividad del servicio, la repetición y los problemas, la efectividad tiene que ver con que el servicio prometido se cumpla.



Gráfica 3. Maternal A: *Elaboración propia.*

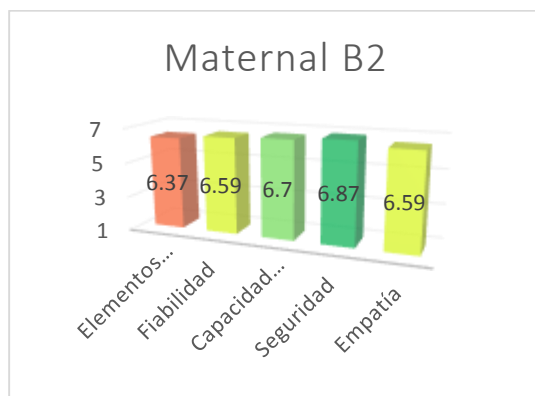
Lo correspondiente a la sala de *Maternal A* encontramos los siguientes resultados muy satisfactorios en la *Gráfica 3*. En esta sala todos los valores son superiores a 6, el más alto se representa por la empatía con un puntaje de 6.8, lo que refleja que los clientes de esta sala, perciben mucho compromiso por parte de los empleados y el más bajo corresponde a los elementos tangibles con 6.04, de los 4 ítems evaluados en este elemento el más bajo corresponde a los folletos, estados de cuenta y presentación de documentos oficiales, lo que significa que es un punto de mejora.



Gráfica 4. Maternal B1: *Elaboración propia*

El valor más alto corresponde a la seguridad con 6.56 y el porcentaje más bajo corresponde a la fiabilidad tiene un valor de 5.66. En la sala Maternal B1, los clientes perciben cortesía, servicialidad, credibilidad y competencia en su trabajo, sin embargo, lo correspondiente a la fiabilidad tiene elementos bajos, lo que indica que a pesar de ser una ponderación alta, se requiere mejorar la eficiencia, eficacia en la resolución de problemas con el servicio proporcionado.

Ahora corresponde a los resultados de la evaluación de Maternal B2, que muestra en la Gráfica 5 valores muy altos.

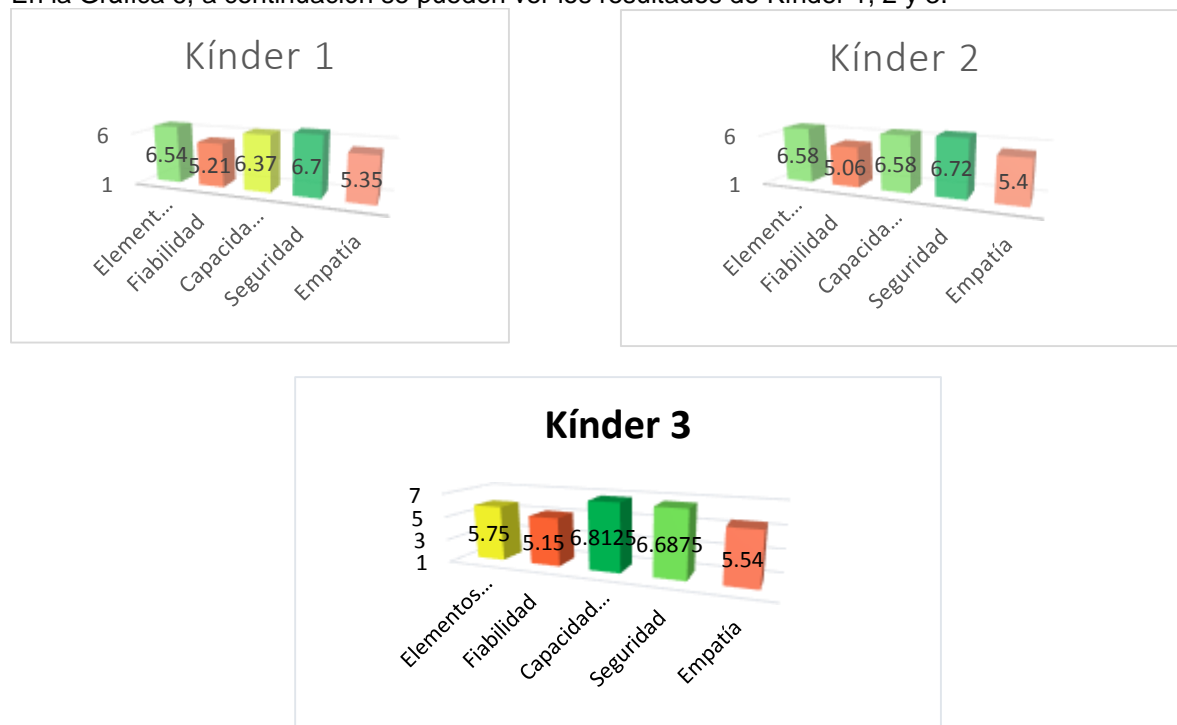


Gráfica 5. Maternal B2: *Elaboración propia.*

Todos los elementos muestran valores superiores al 6, el más alto corresponde a la seguridad con 6.87, en el caso del elemento bajo corresponde a los elementos tangibles con 6.37.

Los clientes de esta sala perciben mucha cortesía, servicialidad, credibilidad y capacidad de desempeñar su trabajo, en cuestión a los elementos tangibles el ítem con calificación más baja corresponde nuevamente a los folletos, estados de cuenta y documentos oficiales que utiliza la organización.

En la Gráfica 6, a continuación se pueden ver los resultados de Kinder 1, 2 y 3.



Gráfica 6. Kinder 1,2 y 3: *Elaboración propia.*

Por otro lado, los aspectos de empatía y fiabilidad muestran ponderaciones similares a Kinder 1 y 2, de manera que, para las 3 salas de Kinder, representa un área de oportunidad para mejorar.

CONCLUSIONES

La calidad del servicio produce beneficios porque crea verdaderos clientes: clientes que se sienten contentos al seleccionar una empresa después de experimentar sus servicios, clientes que utilizarán la empresa de nuevo y que hablarán de la empresa en términos positivos con otras personas. (Valarie A. Zeithaml; A. Parasuraman; Leonard L. Berry, 1993)

Tomando como referencia la cita anterior, es importante resaltar que para este caso de estudio se muestran resultados muy favorables y participación de los padres de familia. Es conocido en el área de marketing que las personas que responden a una encuesta o muestran iniciativa para participar en un estudio, son aquellos que tienen la intención de manifestar algo en lo que requiere atención por parte de la organización, por lo que es posible inferir que el porcentaje que no contestó el instrumento, es en gran parte por que se sienten satisfechos con el servicio que adquirieron y no requieren establecerlo, sin embargo, en el momento que haya fallas en el servicio, estos clientes serán los primeros en manifestarlo. Con lo anterior, se puede decir que, el porcentaje de clientes encuestados son muy significativos para la organización.

Los elementos que más destacaron corresponden a elementos tangibles, principalmente en folletos, estados de cuenta y documentos oficiales. Y en cuestión a las salas de kínder sobresalieron los elementos de fiabilidad y empatía, de manera que son indicadores importantes para mejorar.

La organización obtiene resultados muy satisfactorios en comparación a organizaciones de otros giros, en una institución enfocada al servicio al cliente, la cual, tiene personal muy comprometido con dicha organización, siendo esto impulsado por su administrador. Por su parte, la segunda en liderazgo su subordinada la Coordinadora académica, la cual tiene bajo su cargo la institución y recibe el empowerment de la administración para poder dirigir la organización en sustitución del líder.

Aunado a lo anterior es importante recalcar que el ambiente de trabajo de la organización es muy saludable y esto permite que su personal se esfuerce por realizar sus funciones lo mejor posible.

Referencias

Kroenke, D., & Auer, D. (2009). *Database Concepts*. New Jersey: Prentice Hall.

Stair, R., & Reynolds, G. (2001). *Principles of Information Systems*. Boston: Course Technology.

Valarie A. Zeithaml; A. Parasuraman; Leonard L. Berry. (1993). Calidad total en la gestión de servicios. En V. A. Zeithaml, A. Parasuraman, & L. L. Berry. Madrid : Diaz de Santos.

A. Parasuraman; Valarie A. Zeithaml; Leonard L. Berry. (1988). SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal Of Retailing*, 12-40.

ABC, W. (15 de Septiembre de 2014). *Wikipedia*. Obtenido de http://es.wikipedia.org/wiki/Incendio_de_la_Guarder%C3%ADa_ABC

INEGI. (2012). *Instituto Nacional de Estadística y Geografía*. Obtenido de <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mapa/denue/default.aspx>

Leonard L. Berry; A. Parasuraman. (1993). Marketing en las empresas de servicios. En L. L. Berry, & A. Parasuraman, *Marketing en las empresas de servicios* (págs. 5-6). New York: Norma.

Olalla-Corcuera, M. C. (2004). *Calidad del servicio a través de indicadores externos*. Alcobendas Madrid: Ediciones gráficas Ortega.

Opinión, C. C. (2000). Una herramienta para evaluar el servicio: El SERVQUAL. *Universidad de Antioquia Facultad de Ciencias Sociales y Humanas*, 1-17.

QUO. (15 de Mayo de 2012). Obtenido de <http://quo.mx/noticias/2012/05/15/las-familias-mexicanas-en-numeros>