

PERCEPCIÓN DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE VILLAVICENCIO
CON RESPECTO AL SERVICIO OFRECIDO POR LAS ENTIDADES
BANCARIAS DE LA CIUDAD

JESSICA ZULEIMA MARCA MARTÍNEZ

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIAS
VILLAVICENCIO
2014

PERCEPCIÓN DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE VILLAVICENCIO
CON RESPECTO AL SERVICIO OFRECIDO POR LAS ENTIDADES
BANCARIAS DE LA CIUDAD

JESSICA ZULEIMA MARCA MARTÍNEZ

Trabajo de grado como requisito para optar al título profesional de Administrador
de Empresas Agropecuarias

DIRECTOR:
Jesús Alejandro Gärtner Trejos
Profesional en Mercadeo Nacional e Internacional
Especialista en Gerencia de Finanzas

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS AGROPECUARIAS
VILLAVICENCIO
2014

AUTORIDADES ACADEMICAS

P. CARLOS MARIO ALZATE MONTES, O.P.
Rector General

P. EDUARDO GONZÁLEZ GIL, O.P.
Vicerrector Académico General

P. JOSÉ ANTONIO BALAGUERA CEPEDA, O.P.
Rector Sede Villavicencio

P. ALVARO JOSÉ ARANGO RESTREPO, O.P.
Vicerrector Académico Sede Villavicencio

AB. GILMA YAMILE CUBILLOS
Secretaria de División Sede Villavicencio

MVZ. WILSON ENRIQUE RUEDA URIBE
Decano Facultad de Administración de Empresas Agropecuarias

NOTA DE ACEPTACIÓN

WILSON ENRIQUE RUEDA URIBE
Decano de Facultad Administración de Empresas
Agropecuarias

JESÚS ALEJANDRO GÄRTNER TREJOS
Director trabajo de grado

EDWARD DAVID RAMÍREZ CASTELLANOS
Jurado

JENNY JHOEN DÍAZ SALCEDO
Jurado

Villavicencio, Octubre de 2014

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	6
1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	9
1.1 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	9
2. JUSTIFICACIÓN	10
3. OBJETIVOS	11
3.1 OBJETIVO GENERAL	11
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	11
4. MARCO DE REFERENCIA.....	12
4.1 ALGUNAS CONSIDERACIONES SOBRE EL SERVICIO.....	12
4.2 BANCARIZACION	12
5. METODOLOGÍA.....	15
6. RESULTADOS	16
6.1 PERFILES DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE VILLAVICENCIO COMO CONSUMIDORES FINANCIEROS	16
6.2 ACCIONES Y ACTITUDES HACIA EL SERVICIO QUE OFRECEN LAS ENTIDADES BANCARIAS DE LA CIUDAD DE VILLAVICENCIO	19
6.3 CALIFICACIÓN QUE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LA CIUDAD OTORGAN A LOS ASPECTOS QUE DEFINEN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO EN LAS ENTIDADES BANCARIAS DE VILLAVICENCIO.....	19
CONCLUSIONES	24
BIBLIOGRAFÍA.....	25

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Bancarización por Universidad	17
Tabla 2. Conocimiento sobre canales institucionales de estudiantes bancarizados por universidad de origen	21

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Grafica 1. Bancarización de los estudiantes universitarios de Villavicencio	16
Grafica 2. Bancarización por Universidad.....	17
Grafica 3. Bancarización por género.....	18
Grafica 4. Principal producto financiero que los estudiantes universitarios poseen	19
Grafica 5. Conocimeinto de canales institucionales por parte de los estudiantes bancarizados.....	20
Grafica 6. Conocimiento sobre canales institucionales de estudiantes bancarizados por universidad de origen	21
Grafica 7. Conocimiento sobre canales institucionales de estudiantes bancarizados por universidad de origen	22
Grafica 8. Uso de canales institucionales por parte de estudiantes bancarizados	22
Grafica 9. Calificación del servicio por parte de los estudiantes que hacen uso de canales institucionales	23

INTRODUCCIÓN

El presente documento recoge los resultados sobre la percepción de los estudiantes universitarios de la ciudad de Villavicencio con respecto al servicio ofrecido por las entidades bancarias de la ciudad, desarrollado con un enfoque mixto de investigación y recurriéndose a una muestra seleccionada de entre los estudiantes universitarios de cinco reconocidas universidades de la ciudad.

En él se presentan los principales resultados encontrados y que permiten identificar los perfiles de los estudiantes universitarios de Villavicencio como consumidores financieros, las acciones y actitudes hacia el servicio que ofrecen las entidades bancarias de la ciudad de Villavicencio, e identificar la calificación que los estudiantes universitarios de la ciudad otorgan a los aspectos que definen la prestación del servicio en las entidades bancarias de Villavicencio.

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo de la presente investigación se asume como pregunta de investigación principal la siguiente:

¿Cuál es la percepción de los estudiantes universitarios de la ciudad de Villavicencio con respecto al servicio ofrecido por las entidades bancarias de la ciudad?

Las subpreguntas que se asocian al problema principal, y que se consideran como sistematización del problema son:

¿Cuáles son los perfiles de los estudiantes universitarios de Villavicencio como consumidores financieros?

¿Cuáles son las acciones y actitudes hacia el servicio que se ofrecen en las entidades bancarias de la ciudad de Villavicencio?

¿Cuál es la calificación que los estudiantes universitarios de la ciudad otorgan a los aspectos que definen la prestación del servicio en las entidades bancarias de Villavicencio?

2. JUSTIFICACIÓN

Cada día los colombianos están más bancarizados, entendiendo la bancarización como “el acceso de la población a los servicios financieros”¹ y las entidades bancarias lanzan al mercado novedosos productos financieros, es así como para finales del año 2013, 22,5 millones de personas mayores de edad contaban con mínimo un producto financiero, es decir el 71,5% de la población adulta de nuestro país; el producto que más aporta al objetivo de la bancarización es la cuenta de ahorros, con 20,7 millones de personas, seguida por la tarjeta de crédito, con 6,6 millones de personas, el depósito electrónico es un producto con mayor crecimiento en el último año vinculando a 1,91 millones de personas al sector financiero².

Los estudiantes universitarios son un nicho atractivo para estas organizaciones financieras, sin embargo, no se ha encontrado evidencia de la existencia de un estudio que determine la percepción que este mercado tiene sobre el servicio al cliente que brindan las entidades bancarias.

¹ BANCO DE LA REPÚBLICA. Reporte de estabilidad financiera. [En línea]. 2011. [Citado 21-Marzo-2014]. Disponible en internet: http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/ref_tema_7_sep_2011.pdf

² ASOBANCARIA. Reporte Trimestral de Inclusión Financiera. [En línea]. 2013. [Citado 21-Marzo-2014]. Disponible en internet: <http://www.asobancaria.com/portal/pls/portal/docs/1/4070047.PDF>

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Describir la percepción de los estudiantes universitarios de la ciudad de Villavicencio con respecto al servicio ofrecido por las entidades bancarias de la ciudad

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Identificar los perfiles de los estudiantes universitarios de Villavicencio como consumidores financieros

Identificar las acciones y actitudes hacia el servicio que ofrecen las entidades bancarias de la ciudad de Villavicencio

Identificar la calificación que los estudiantes universitarios de la ciudad otorgan a los aspectos que definen la prestación del servicio en las entidades bancarias de Villavicencio

4. MARCO DE REFERENCIA

4.1 ALGUNAS CONSIDERACIONES SOBRE EL SERVICIO

Para precisar mejor el concepto de servicio es conveniente plantear algunas de sus características: Intangibilidad, el servicio no es perceptible por los sentidos y el valor del servicio dependerá de la experiencia personal; Inseparabilidad, no puede separarse de la persona que lo brinda, lo que genera una tercera característica, Variabilidad, que lleva implícita una difícil estandarización; y por último, el carácter perecedero, se produce y consume al mismo tiempo (DOMINGUEZ 2006).

ZEITHAML (2009), ha desarrollado ampliamente el modelo de la brechas enfocado en las disonancias cognitivas presentes entre la expectativas y las percepciones de los clientes PARASURAMAN (1990), al hacer explícitos los dos tipos de expectativa sobre el servicio, el deseado y el adecuado, asociando las percepciones a la satisfacción del cliente frente a la calidad en el servicio.

4.2 BANCARIZACION³

Desde hace tiempo en Colombia se viene discutiendo la necesidad de que un mayor número de personas cuente con acceso al sistema financiero tradicional como una forma de reducir la exclusión financiera y permitir que más ciudadanos puedan acceder a productos de crédito formal, y a mecanismos de ahorro donde sus recursos estén amparados por la regulación y el control que el estado ejerce sobre el sistema financiero, esto ha sido llamado “bancarización”, el término indica que los ciudadanos tengan por lo menos un producto o servicio activo con el sistema financiero, por ejemplo, una cuenta de ahorros, un seguro o un crédito.

Otro aspecto esencial ligado a la bancarización es la educación financiera de la población, esta es entendida como la habilidad que tienen las personas para manejar adecuadamente el dinero conforme a sus ingresos, de una manera más sencilla la educación financiera es la capacidad que tienen los individuos para planear sus gastos, elaborar presupuestos personales y construir planes de ahorro para cumplir con propósitos específicos o afrontar contingencias. Esto incluye por supuesto un adecuado plan de ahorro pensional que garantice suficientes ingresos al momento del retiro.

³ Bancarización y costos de los servicios financieros. Camilo Díaz Urrea. Coordinador Unidad de Análisis del Mercado Financiero UAMF. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad Nacional de Colombia. Revista Dinero abril de 2014.

En relación a lo anterior Colombia parece estar en el vacío, frente a la profundización financiera o mal llamada “bancarización” según datos de Asobancaria el 71,5% de los adultos tiene al menos un producto financiero, y el 65,6% tiene cuenta de ahorros, sin embargo solo el 43% la tiene activa mientras que únicamente el 34% tiene un producto de crédito, esto quiere decir que más de la mitad de la población no tiene o no usa cuenta de ahorros y, dos de cada tres colombianos no tienen acceso al crédito formal.

En cuanto a la educación financiera de los colombianos los datos son aún más reveladores, la encuesta de habilidades financieras realizada por el Banco de la Republica y el Banco Mundial en 2013 halló que, la mayoría de Colombianos no tienen un control eficiente de sus gastos ni sabe exactamente cuanta cantidad de dinero puede gastar diariamente, a su vez el horizonte de planificación financiera del 46% de los encuestados es de máximo un mes y el restante no hace planeación financiera, las personas de ingresos bajos y los empleados informales enfrentan dificultades económicas y menos de la mitad de las personas ha tomado medidas para poder enfrentar sus gastos durante la vejez. Otras conclusiones encontradas están relacionadas con la capacidad para calcular el interés y el valor del dinero en el tiempo, y llevar un nivel de gastos ajustado a las posibilidades económicas, en estos puntos Colombia se encuentra dentro de la media aunque con un bajo desempeño en lo referente a la constitución de fondos para imprevistos.

Las razones para que en Colombia exista una baja inclusión financiera y poca educación financiera en la población son varias, entre ellas se cuentan la idiosincrasia, la cultura, y de manera más predominante el ingreso disponible, la calidad del empleo y el costo de los servicios financieros los cuales son percibidos por las personas como costosos de acuerdo con el Banco Mundial el 44,5% de las personas por fuera del sistema considera que los altos costos de los servicios bancarios les impide acceder a los mismos mientras que un 62,8% no tienen el dinero suficiente para acceder a estos servicios.

Esto coincide con el costo de los servicios que paga una persona por tener una cuenta de ahorros, un ejemplo concluyente es el siguiente, una persona que tienen disponible 1 millón de pesos y desea ahorrarlos en una cuenta de ahorros tendrá que asumir los siguientes costos, mantener un saldo mínimo de \$10 mil pesos, saldo mínimo para recibir intereses \$1 millón, cuota de manejo de \$9 mil por mes, y solicitar la marcación de su cuenta para exonerarla del 4 x 1.000. Si asumimos que se mantienen el saldo de 1 millón de pesos al cabo de un año la persona solo podrá retirar \$882 mil pesos esto como consecuencia de que habrá pagado \$108 mil en cuotas de manejo y deberá dejar \$10 mil como saldo mínimo so pena de tener que cancelar su cuenta, si la cuenta no fue exenta del 4 x 1.000 el dinero disponible se reducirá a tan solo \$878 mil pues habrá tenido que pagar \$3.528 como gravamen a los movimientos financieros.

Lo anterior muestra porque gran parte de los colombianos prefiere guardar su dinero en casa y no llevarlo al banco dado que los costos convierten a las cuentas de ahorros en cuentas de des – ahorros, donde el dinero gana bajísimos rendimientos, cuando estos existen, y en cambio tienen restricciones en cuanto al número de transacciones sin costo al mes, uso de cajeros electrónicos y transferencias electrónicas a cuentas de otros bancos o entre ciudades cuyos costos oscilan entre \$7 mil y \$12 mil respectivamente.

La profundización financiera requiere que ahorrar a través del sistema financiero formal no tenga un alto costo asociado, y que al contrario se pueda esperar una recompensa atractiva por hacerlo, así la sociedad se beneficia con individuos más educados financieramente, el Gobierno puede recaudar impuestos, prevenir el fraude y los delitos relacionados con el lavado de activos de manera más eficiente, mientras la banca se beneficia de un mayor número de clientes con productos activos más la posibilidad de hacer nuevas prospecciones, a la vez que se incentiva un menor uso del efectivo y mayor uso de los canales electrónicos para hacer transacciones.

Por último mecanismos de ahorro menos costosos y mejor remunerados ayudan a evitar que las personas caigan en la trampa de los delincuentes que ofrecen mejores rendimientos y costos nulos de administración de los ahorros, como los esquemas piramidales tristemente recordados por muchos ahorradores que han sido estafados en la búsqueda de un mejor rendimiento.

5. METODOLOGÍA

La presente investigación recurre a un enfoque mixto, pues aborda perspectivas tanto cuantitativas como cualitativas, además se enmarca dentro de un diseño descriptivo.

La población objeto de estudio se compone por los estudiantes universitarios de la ciudad de Villavicencio, de esta población, recurriendo a un muestreo no probabilístico se escogieron 100 estudiantes de 5 universidades reconocidas de la ciudad.

La investigación recurrió a fuentes de información secundaria y primaria, la secundaria fueron las páginas de internet de las entidades bancarias y documentos de los organismos de vigilancia y control de los mismos y como primarias una encuesta conformada tanto por preguntas abiertas como cerradas.

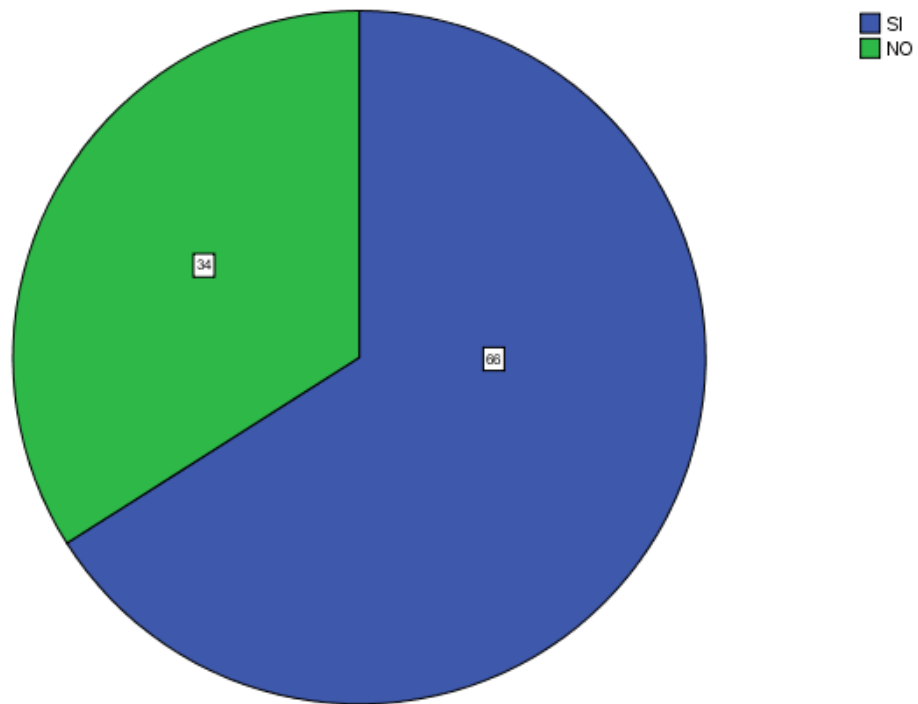
Los datos recolectados fueron debidamente administrados recurriendo para ello a los ejercicios de categorización y agrupación que posibilitaran su manejo interpretativo desde la estadística descriptiva.

6. RESULTADOS

6.1 PERFILES DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE VILLAVICENCIO COMO CONSUMIDORES FINANCIEROS

El 66% de los estudiantes se encuentran bancarizados, es decir cuentan con algún tipo de producto ofrecido por una entidad (Gráfico 1), no se observan diferencias significativas con respecto a la Universidad de origen, pues en las universidades con mayor porcentaje de bancarización es el 70%, Santo Tomás y Cooperativa, y la de menor es el 60%, Universidad de los Llanos. (Tabla 1, Gráfico 2). De ese 66% de la población bancarizada, el 53% pertenecen al género masculino y el 47% al femenino (gráfico 3)

Gráfica 1. Bancarización de los estudiantes universitarios de Villavicencio



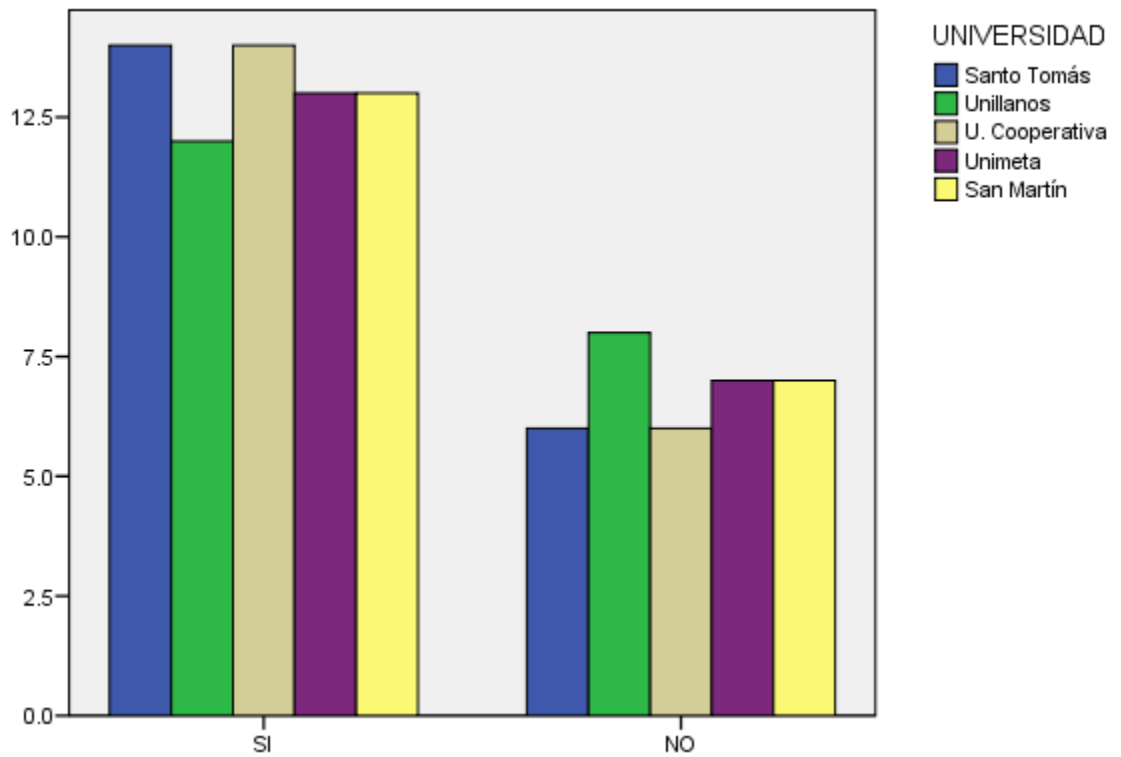
Fuente. Autor

Tabla 1. Bancarización por Universidad

			UNIVERSIDAD					Total
			Santo Tomás	Unillanos	U. Cooperativa	Unimeta	San Martín	
BANCARIZADO	SI	Recuento	14	12	14	13	13	66
		% de BANCARIZADO	21,2%	18,2%	21,2%	19,7%	19,7%	100,0%
		% de UNIVERSIDAD	70,0%	60,0%	70,0%	65,0%	65,0%	66,0%
		% del total	14,0%	12,0%	14,0%	13,0%	13,0%	66,0%
	NO	Recuento	6	8	6	7	7	34
		% de BANCARIZADO	17,6%	23,5%	17,6%	20,6%	20,6%	100,0%
		% de UNIVERSIDAD	30,0%	40,0%	30,0%	35,0%	35,0%	34,0%
		% del total	6,0%	8,0%	6,0%	7,0%	7,0%	34,0%
Total	Recuento	20	20	20	20	20	100	
	% de BANCARIZADO	20,0%	20,0%	20,0%	20,0%	20,0%	100,0%	
	% de UNIVERSIDAD	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% del total	20,0%	20,0%	20,0%	20,0%	20,0%	100,0%	

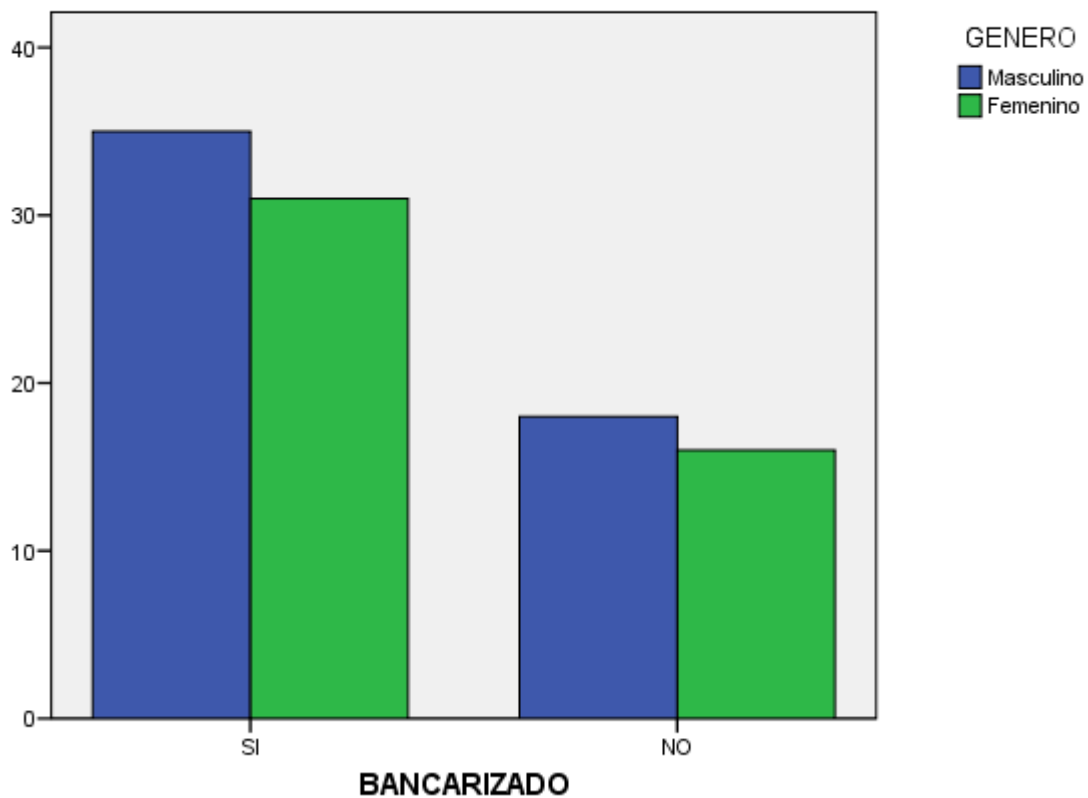
Fuente. Autor

Grafica 2. Bancarización por Universidad



Fuente. Autor

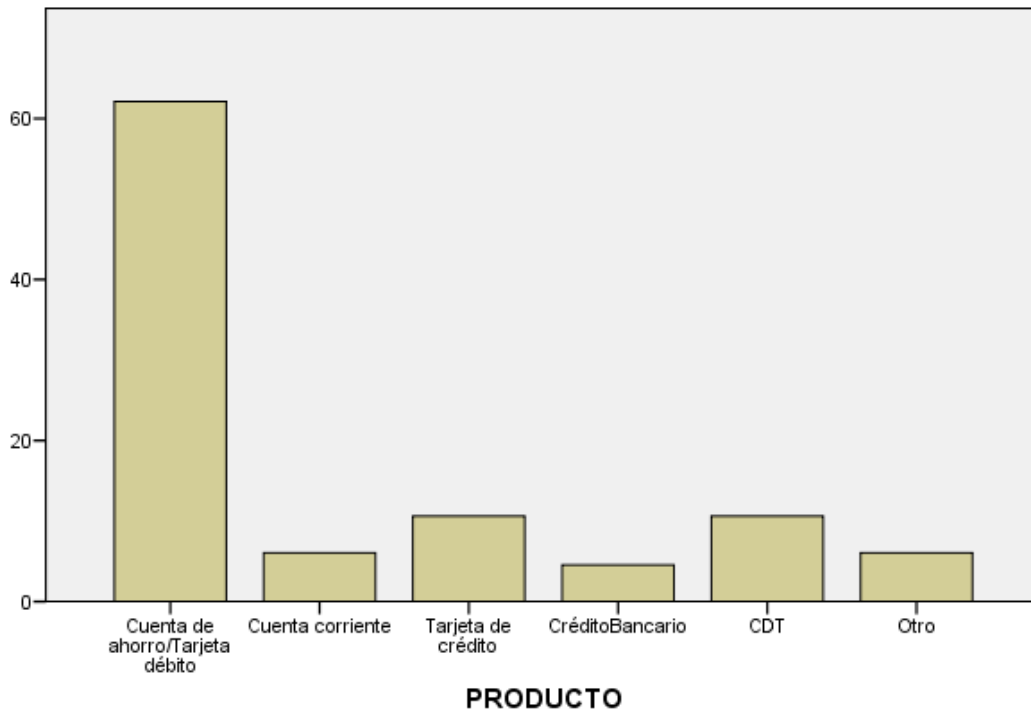
Grafica 3. Bancarización por género



Fuente. Autor

Al indagar sobre el principal producto financiero que poseen los estudiantes universitarios de la ciudad de Villavicencio, se concluye que es la cuenta de ahorros con tarjeta débito el producto de preferencia de los mismos, muy lejos se encuentran el uso de tarjeta de crédito y el ahorro en certificados de depósito a término. Gráfico 4.

Grafica 4. Principal producto financiero que los estudiantes universitarios poseen



Fuente. Autor

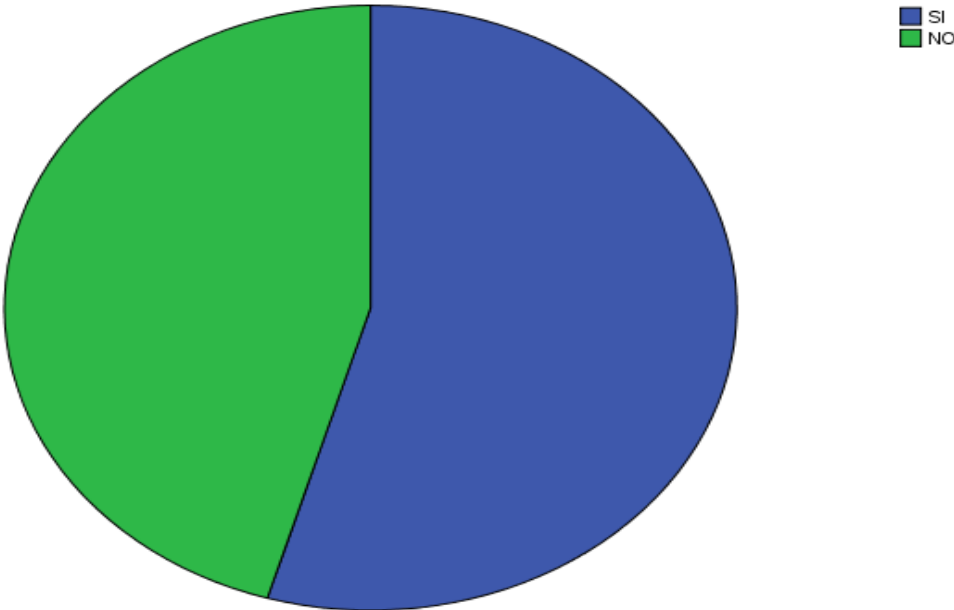
6.2 ACCIONES Y ACTITUDES HACIA EL SERVICIO QUE OFRECEN LAS ENTIDADES BANCARIAS DE LA CIUDAD DE VILLAVICENCIO

Para construir y mantener relaciones efectivas con los clientes las entidades bancarias de la ciudad diseñan y administran canales institucionales que faciliten la interacción con los clientes, para facilitar la prestación de los servicios y garantizar que las operaciones financieras puedan desarrollarse de manera cómodo, rápida y segura; desde luego la principal herramienta es el cajero automático pero muchas entidades lo asumen ya como parte integral de la infraestructura propia con la que deben contar; en ese orden de ideas los canales más usados por la mayoría de las entidades bancarias son los servicios de banca móvil y corresponsal bancario, portal de internet, atención telefónica, centros de pago y de servicios, y funcionarios exclusivos para atención al cliente en las sucursales.

6.3 CALIFICACIÓN QUE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE LA CIUDAD OTORGAN A LOS ASPECTOS QUE DEFINEN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO EN LAS ENTIDADES BANCARIAS DE VILLAVICENCIO

Con respecto a la calificación que dan los estudiantes universitarios bancarizados al servicio recibido por parte de las entidades bancarias en la ciudad de Villavicencio se encontró que el 54% de ellos conocen los canales institucionales que estas entidades financieras poseen para construir relaciones con sus clientes (gráfico 5), por Universidad se encontró son las Universidades San Martín y Cooperativa, 69% y 71% respectivamente, en las que los estudiantes tienen mayor conocimiento de estos canales, en las demás instituciones el fenómeno es contrario, es decir, es mayor el porcentaje de estudiantes bancarizados que desconocen esta herramienta, (Tabla 2, gráfico 6); por género se encuentra que el 61% de las mujeres bancarizadas conocen los canales mientras que de los hombres sólo el 48,6%. (Gráfico 7). Con respecto al total de estudiantes bancarizados que conocen los canales institucionales ofrecidos por las entidades bancarias, tan sólo el 55% hacen uso de ellos, (gráfico 8)

Gráfica 5. Conocimiento de canales institucionales por parte de los estudiantes bancarizados



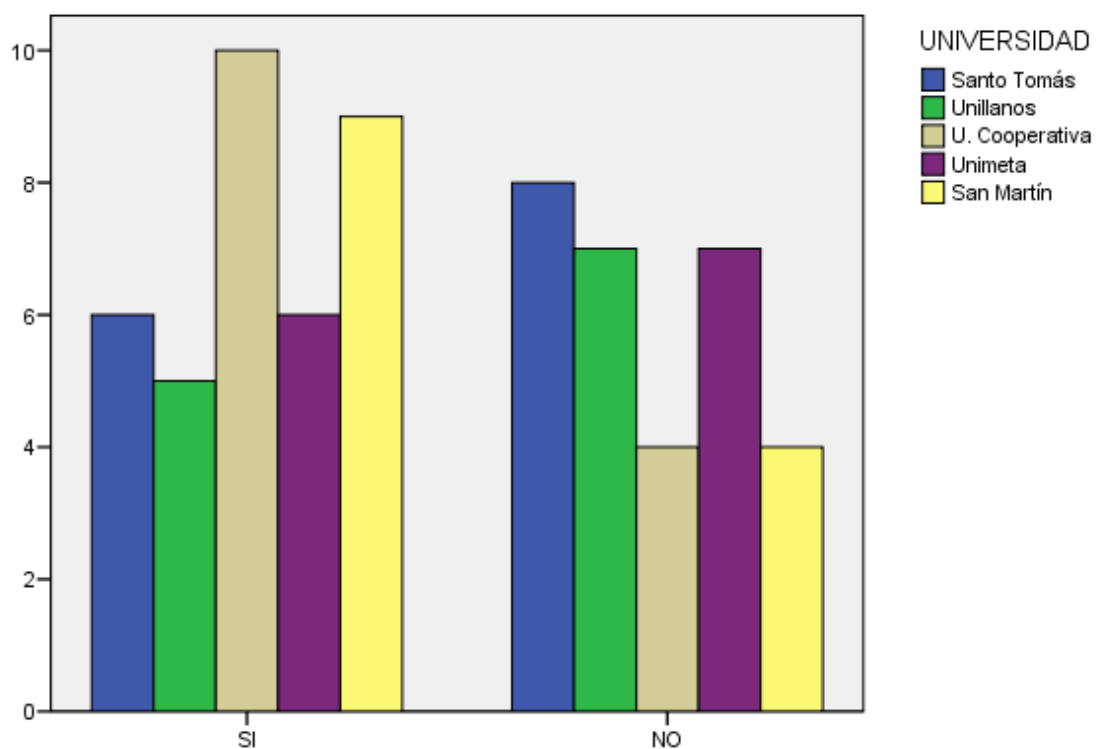
Fuente. Autor

Tabla 2. Conocimiento sobre canales institucionales de estudiantes bancarizados por universidad de origen

			UNIVERSIDAD					Total
			Santo Tomás	Unillanos	U. Cooperativa	Unimeta	San Martín	
canales	SI	Recuento	6	5	10	6	9	36
		% de canales	16,7%	13,9%	27,8%	16,7%	25,0%	100,0%
		% de UNIVERSIDAD	42,9%	41,7%	71,4%	46,2%	69,2%	54,5%
		% del total	9,1%	7,6%	15,2%	9,1%	13,6%	54,5%
	NO	Recuento	8	7	4	7	4	30
		% de canales	26,7%	23,3%	13,3%	23,3%	13,3%	100,0%
		% de UNIVERSIDAD	57,1%	58,3%	28,6%	53,8%	30,8%	45,5%
		% del total	12,1%	10,6%	6,1%	10,6%	6,1%	45,5%
Total	Recuento	14	12	14	13	13	66	
	% de canales	21,2%	18,2%	21,2%	19,7%	19,7%	100,0%	
	% de UNIVERSIDAD	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% del total	21,2%	18,2%	21,2%	19,7%	19,7%	100,0%	

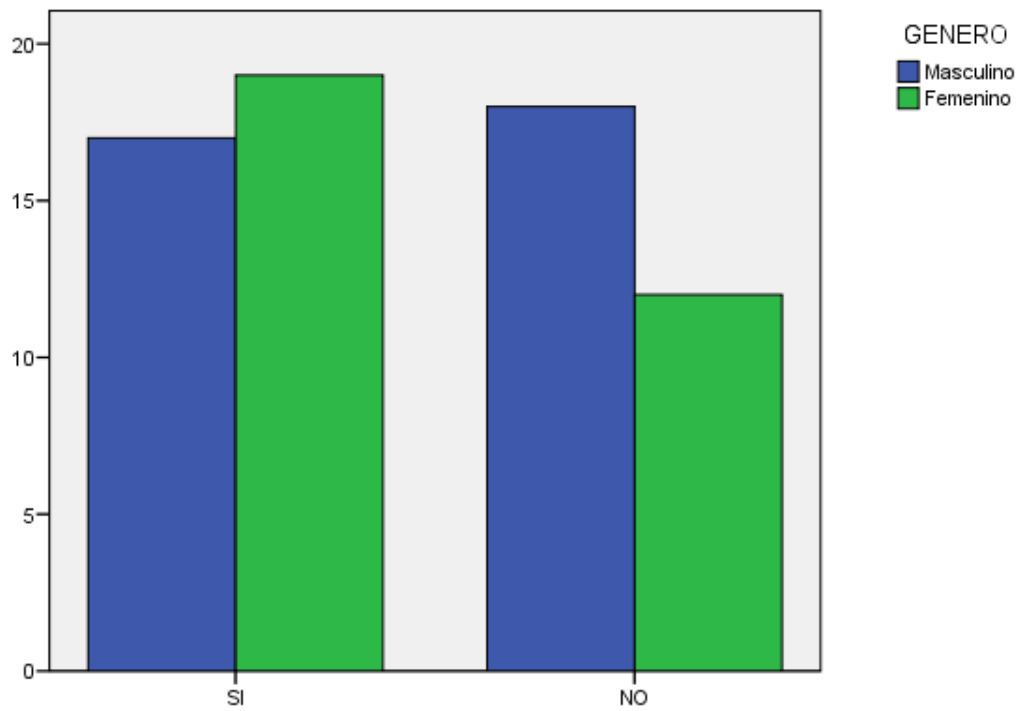
Fuente. Autor

Grafica 6. Conocimiento sobre canales institucionales de estudiantes bancarizados por universidad de origen



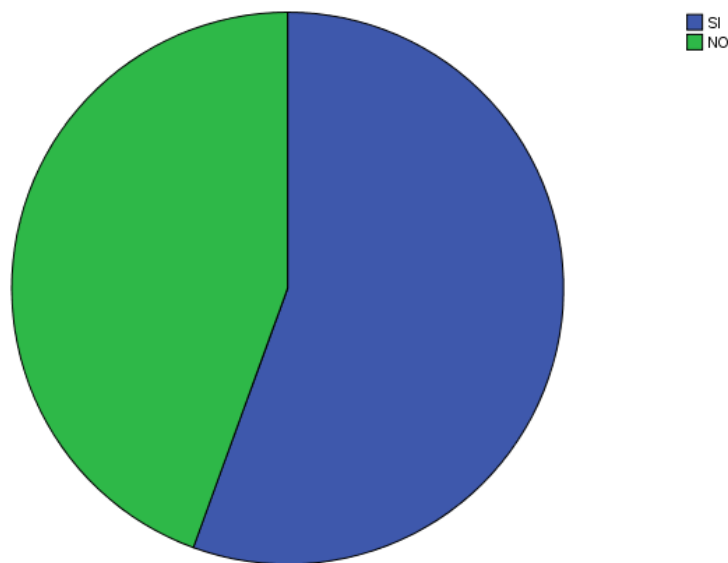
Fuente. Autor

Grafica 7. Conocimiento sobre canales institucionales de estudiantes bancarizados por universidad de origen



Fuente. Autor

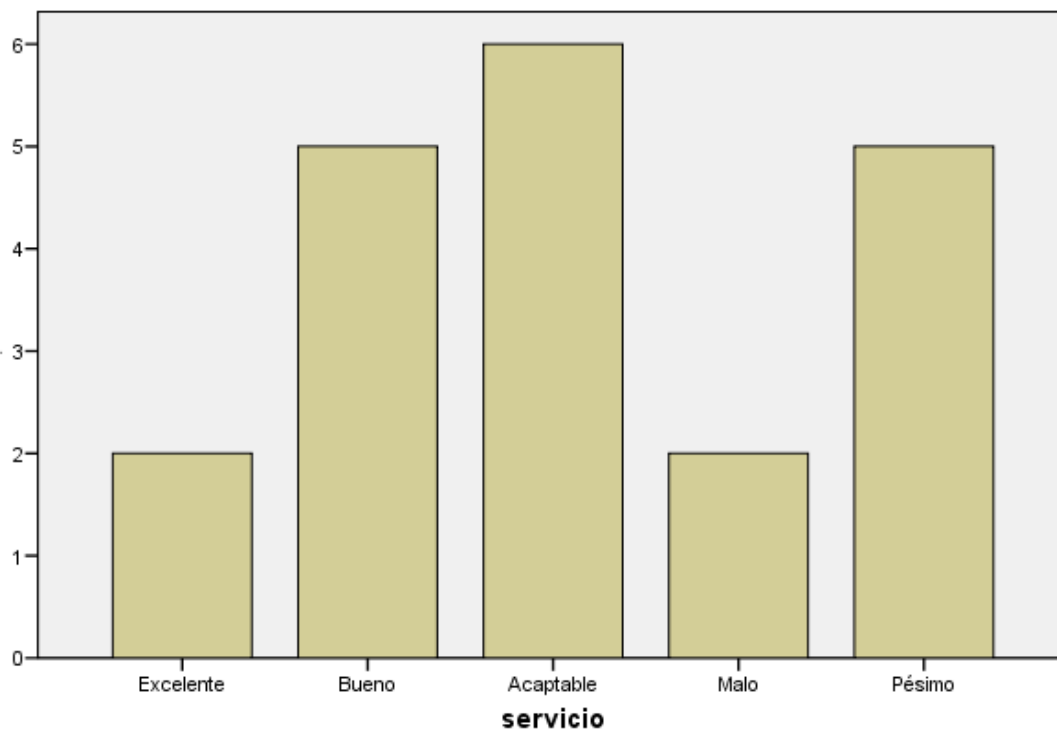
Grafica 8. Uso de canales institucionales por parte de estudiantes bancarizados



Fuente. Autor

El servicio prestado por las entidades bancarias es calificado por los estudiantes universitarios como Excelente 13,9%, Bueno 25%, Aceptable 27; 8%, Malo 11,1% y Pésimo 22,2%, (Gráfico 9); si se considerara sólo los estudiantes bancarizados que hacen uso de los canales institucionales se encontraría que el 35% considera una prestación con estándares positivos, un 35% en negativo y un 30% lo considera aceptable (Gráfico 10)

Grafica 9. Calificación del servicio por parte de los estudiantes que hacen uso de canales institucionales



Fuente. Autor

CONCLUSIONES

No se observan mayores diferencias con respecto al estar bancarizados o no, por la Universidad de procedencia o por el género, y se concluye que 2 de cada tres estudiantes universitarios de la ciudad de Villavicencio, poseen algún tipo de producto financiero ofrecido por las entidades bancarias de la ciudad.

Las entidades bancarias han diseñado un sinnúmero de canales institucionales para construir relaciones duraderas con sus clientes.

Un poco más de los estudiantes bancarizados de la ciudad de Villavicencio conocen los canales institucionales que las entidades financieras poseen para construir relaciones con sus clientes, sin embargo es el género femenino el que mejor educación financiera posee en este aspecto clave para valorar el servicio recibido.

Estos canales son empleados por un 55% de los estudiantes bancarizados que dicen conocerlos, sin embargo esta cifra no es alentadora toda vez que del total de estudiantes que componen la población sólo el 20% hacen uso de estos canales.

El servicio prestado por las entidades bancarias es bien calificado por los estudiantes universitarios.

BIBLIOGRAFÍA

ASOBANCARIA. Reporte Trimestral de Inclusión Financiera. [En línea]. 2013. [Citado 21-Mayo-2014]. Disponible en internet: <http://www.asobancaria.com/portal/pls/portal/docs/1/4070047.PDF>

BANCO DE LA REPÚBLICA. Reporte de estabilidad financiera. [En línea]. 2011. [Citado 21-Mayo-2014]. Disponible en internet: http://www.banrep.gov.co/sites/default/files/publicaciones/archivos/ref_tema_7_sep_2011.pdf

DIAZ URREA, Camilo. Bancarización y costos de los servicios financieros. [En línea]. Abril de 2014... [Citado 21-Mayo-2014]. Disponible en internet: <http://www.dinero.com/opinion/columnistas/articulo/bancarizacion-costos-servicios-financieros/194850?pagespeed=noscript&pagespeed=noscript>

DOMINGUEZ, COLLINS, Humberto. El servicio invisible. Bogotá, Ediciones. Primera. Ecoe edición. 2006. p. 156

PARASURAMAN et all. Delevering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations. New York : Free Press. 2009

ZEITHAMAL, Valarie A... et all. Marketing de Servicios. Segunda edición. Madrid. McGrawhill. 2009. p. 740