



## **El efecto de las normas ISO 9000 en la percepción de la calidad de los servicios. Modelización jerárquica y multidimensional /**

Martínez Caro, Laura

El Autor,  
2006

Monografía

Desde los años ochenta, mejorar la calidad del servicio se ha considerado, en las empresas más avanzadas, como un elemento vital en las estrategias directivas que se han desarrollado con el fin de tener éxito o sobrevivir en un ambiente tan competitivo como el actual (Parasuraman et al., 1985 y 1990). Por la propia naturaleza de los servicios, los directivos de marketing de servicios con frecuencia se quejan de la dificultad de diferenciar sus servicios de los de la competencia. Sin embargo, ante esa dificultad evidente, una de las principales formas de diferenciar los servicios de una empresa es proporcionar, de forma consistente, una calidad de servicio superior a la de sus competidores. Actualmente son cada vez más las empresas que se certifican con las normas ISO 9000, ya que el valor estratégico que supone la ventaja en calidad radica en que puede contribuir a multiplicar la sostenibilidad de las ventajas competitivas de la empresa, al generar fidelidad del cliente a través de su satisfacción y al conseguir mejorar la imagen de la empresa. Sin embargo, aunque son muchas las investigaciones que tratan de estudiar la eficacia que supone para las empresas el certificarse, poco se ha investigado sobre la percepción de la calidad que los consumidores poseen de dichas empresas certificadas. Este estudio empírico demuestra que las empresas de transporte urgente y mensajería, las agencias de viaje y las compañías aseguradoras que poseen la certificación ISO 9000 son valoradas de forma significativamente más alta que aquellas que carecen de tal certificación. Para medir la percepción de la calidad de cada uno de los servicios se han desarrollado escalas específicas que recogieran los factores críticos que definen la calidad de cada uno de los servicios analizados. Estas escalas conforman una estructura jerárquica multidimensional donde la calidad del servicio es un factor de tercer orden explicada por dos niveles de atributos, el nivel de las dimensiones y el de las subdimensiones. Esta estructura permite determinar los principales factores competitivos de cada sector, pudiendo establecer distinciones entre la percepción del cliente sobre diferentes grupos de empresas. Asimismo, se ha contrastado que la implantación de estas normas de calidad ejerce un efecto significativo en dos variables de desempeño organizacional: la satisfacción del consumidor y la mejora de la imagen corporativa

**Título:** El efecto de las normas ISO 9000 en la percepción de la calidad de los servicios. Modelización jerárquica y multidimensional tesis doctoral presentada por Laura Martínez Caro; dirigida por Enrique Flores López

**Editorial:** Cartagena El Autor 2006

**Descripción física:** 390 p.

**Nota general:** Presidente: Alejandro Gallego Rodríguez, Vocales: M<sup>a</sup> Elisa Alén González, Lorenzo Rodríguez Comesaña, Bárbara Hedderich, Secretario: M<sup>a</sup> del Rosario de Miguel Molina

**Tesis:** Tesis-Univ. Politécnica de Cartagena, Departamento de Economía de la Empresa

**Fecha:** 13 de mayo de 2006 17 de julio de 2006

**Materia:** Calidad total- Control- Tesis doctorales

**Autores:** Flores López, Enrique

**Entidades:** Universidad Politécnica de Cartagena. Departamento de Economía de la Empresa

---

### **Baratz Innovación Documental**

- Gran Vía, 59 28013 Madrid
- (+34) 91 456 03 60
- [informa@baratz.es](mailto:informa@baratz.es)