

Resumen

El cambiante mercado ha hecho que las empresas enfrenten constantemente nuevos retos con un solo objetivo satisfacer las necesidades del cliente brindando productos y servicios de calidad y a su vez ser competitivo y crear diferenciadores para generar valor agregado para el cliente. La investigación analiza la percepción de la calidad de los servicios de mantenimiento y reparación de vehículos automotores del Distrito Metropolitano de Quito y su influencia en la satisfacción de los clientes. Los resultados obtenidos ayudan a los dueños o encargados y gerentes de los talleres a mejorar sus servicios, y además se proporciona información para aquellas personas que deseen iniciar su emprendimiento en este sector. Con este objetivo se aplica la encuesta del modelo SERVPERF a una muestra de 384 clientes en la que se evalúa las siguientes dimensiones de calidad: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, y, también se mide la satisfacción global del servicio recibido. Los resultados encontrados demuestran que los servicios de mantenimiento y reparación vehicular son de calidad, al realizar en análisis por cada dimensión se identifica que tres variables (elementos tangibles, fiabilidad y capacidad de respuesta) presentan una percepción baja de calidad en comparación con el promedio de cada dimensión. Para comprobar las hipótesis se utiliza el coeficiente de correlación de Spearman y se determina que las cinco dimensiones de la calidad del servicio influyen en la satisfacción del cliente. A partir de las problemáticas identificadas en el análisis se generan propuestas para una mejor calidad de servicios y en efecto generar mayor satisfacción para el cliente.

Palabras clave

- **CALIDAD DEL SERVICIO**
- **SATISFACCIÓN**
- **MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN**
- **SERVPERF**

Abstract

The changing market has made companies constantly face new challenges with a single objective: to satisfy customer needs by providing quality products and services and, at the same time, to be competitive and create differentiators to generate added value for the customer. The research analyzes the perception of the quality of motor vehicle maintenance and repair services in the Metropolitan District of Quito and its influence on customer satisfaction. The results obtained help the owners or managers and managers of the workshops to improve their services, and information is also provided for those who wish to start their venture in this sector. With this objective, the SERVPERF model survey is applied to a sample of 384 clients in which the following quality dimensions are evaluated: tangible elements, reliability, responsiveness, security and empathy, and the overall satisfaction of the service is also measured. The results found show that the vehicle maintenance and repair services are of quality, when carrying out an analysis for each dimension, it is identified that three variables (tangible elements, reliability and responsiveness) present a low perception of quality compared to the average of every dimension. To test the hypotheses, Spearman's correlation coefficient is used and it is determined that the five dimensions of service quality influence customer satisfaction. From the problems identified in the analysis, proposals are generated for a better quality of services and, in effect, generate greater satisfaction for the client.

Keywords:

- **QUALITY SERVICE**
- **SATISFACTION**
- **MAINTENANCE AND REPAIR**
- **SERVPERF**