

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración

“INFLUENCIA DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL EN LA MEJORA DE LA PRODUCTIVIDAD Y CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE”: una revisión sistemática de la literatura científica en los últimos 10 años.

Trabajo de investigación para optar al grado de:

Bachiller en Administración

Autores:

Liz Anani Gaytán Arieta

Johana Del Rosario Guerra García

Asesor:

Dr. Juan Carlos Rojas Runsiman

Lima - Perú

2019

ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

El asesor Juan Carlos Rojas Rúnssiman, docente de la Universidad Privada del Norte, facultad de Negocios, carrera profesional de Administración, ha realizado el seguimiento del proceso de formulación, desarrollo, revisión de fondo y forma (cumplimiento del estilo APA y ortografía) y verificación en programa de antiplagio del Trabajo de Investigación de las estudiantes:

- Liz Anani Gaytán Arieta
- Johana Del Rosario Guerra García

Por cuanto, **CONSIDERA** que el Trabajo de Investigación titulado **“INFLUENCIA DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL EN LA MEJORA DE LA PRODUCTIVIDAD Y CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE”**: una revisión sistemática de la literatura científica en los últimos 10 años para optar al grado de bachiller por la Universidad Privada del Norte, reúne las condiciones adecuadas en forma y fondo, por lo cual, **AUTORIZA** su presentación.

Lima, 13 de diciembre de 2018



Dr. Juan Carlos Rojas Rúnssiman
Asesor

ACTA DE EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

El Director/Coordinador ANGELA GIOVANA MAZA CHUMPITAZ, de la carrera deADMINISTRACIÓN..... de la Universidad Privada del Norte, ha procedido a realizar la evaluación del Trabajo de Investigación del (o los) estudiante (s)/egresado (s):

LIZ ANANI GAYTÁN ARIETA
(Nombre completo de estudiante o egresado)

JOHANA DEL ROSARIO GUERRA GARCÍA
(Nombre completo de estudiante o egresado)

Para aspirar al grado de bachiller con el Trabajo de Investigación titulado: "INFLUENCIA DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL EN LA MEJORA DE LA PRODUCTIVIDAD Y CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE": una revisión sistemática de la literatura científica en los últimos 10 años. Luego de la revisión, en forma y contenido, del Trabajo de Investigación expresa el siguiente resultado:

Aprobado

Calificativo:

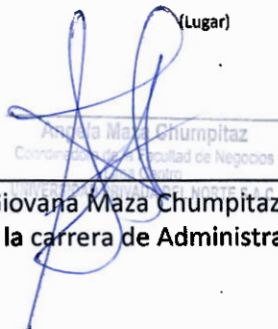
() Excelente: De 20 a 18.

() Sobresaliente: De 17 a 15.

(x) Bueno: De 14 a 13.

Desaprobado

BREÑA, 15 de Agosto del 2019
(Lugar) (día) (mes) (año)


Angela Maza Chumpitaz
Coordinadora de la carrera de Administración
UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE S.A.C.

Lic. Angela Giovana Maza Chumpitaz
Coordinadora de la carrera de Administración

DEDICATORIA

Agradezco a Dios y a mi familia, por todo el apoyo que a diario me dan y porque día a día me motivan a seguir superándome.

Johana Guerra García

Agradezco en primer lugar a Dios por darme salud. También se lo dedico a mi familia y en especial a mi hermana y mi mejor amiga Johana por su apoyo incondicional.

Liz Gaytán Arieta

AGRADECIMIENTO

A Dios por habernos guiado a lo largo de nuestra carrera y a nuestras familias por todo el apoyo brindado para el logro de nuestras metas, también queremos agradecer a nuestro asesor por toda la orientación para el buen desarrollo de nuestro trabajo de investigación.

Liz Gaytán Arieta y Johana Guerra García



Tabla de contenido

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
ÍNDICE DE TABLAS.....	5
ÍNDICE DE FIGURAS	6
RESUMEN	7
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	8
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA.....	11
CAPÍTULO III. RESULTADOS.....	13
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	19
REFERENCIAS	22



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Resultados de Investigación. Pág. 17



ÍNDICE DE FIGURAS

- Figura 1 Procedimiento de Selección de la unidad de artículos. Pág. 13
- Figura 2 Categorías y sus definiciones. Pág. 14



RESUMEN

El presente trabajo “Influencia de la Cultura Organizacional en la mejora de la productividad y calidad del servicio al cliente” es una revisión sistemática de los últimos 10 años, comprendidos entre el 2008 a 2018.

La búsqueda se realizó haciendo uso de los buscadores Google académico, Redalyc. Org, usando como palabras claves “Productividad y calidad dentro de las empresas”, “Cultura Organizacional” y “Servicio al cliente”, con la finalidad de obtener publicaciones científicas relacionadas con nuestro tema de investigación y que den respuesta a nuestro objetivo. De todos los artículos encontrados se consideraron 15, los cuales guardan relación con el tema en estudio.

El objetivo del presente trabajo de investigación es dar a conocer a través de artículos científicos como la cultura organizacional influye en la productividad y calidad del servicio de las organizaciones en este mundo globalizado y cambiante de hoy, de manera que les permita innovar en productos que cumplan las expectativas y satisfagan al cliente. Además de describir la importancia que las empresas aprendan a adaptarse al entorno en el que viven.

Los resultados obtenidos demuestran que para lograr una calidad en el servicio se debe poner bastante énfasis en el capital humano con la finalidad de poder potenciar sus cualidades y mejorar su calidad de atención.

PALABRAS CLAVES: Productividad y calidad dentro de las empresas, productividad y calidad, cultura organizacional, servicio al cliente.



CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

El incremento de la productividad de una organización y la mejora de la calidad del servicio al cliente es uno de los principales objetivos a los que toda empresa quiere llegar, pero para ello se debe realizar un análisis de su clima y cultura organizacional.

El clima y la cultura organizacional constituyen dos componentes muy importantes para el incremento de la productividad dentro de una organización. En tal sentido el clima organizacional es un componente esencial del proceso de socialización del conocimiento y la cultura. La socialización de la cultura y del conocimiento en una organización es una premisa fundamental para lograr el éxito en tiempos donde la colaboración es fuente de ventajas competitivas, es decir que permite el logro de objetivos personales en muchos casos. Con lo cual esta puede facilitar o en su defecto dificultar la solución de los problemas relacionados a la adaptación dentro de una organización (Acimed, 2009).

En el año 2004 Gallear y Ghoadian afirman que dentro de las condiciones necesarias para lograr la calidad se debe tener en cuenta el liderazgo, el trabajo en equipo, que permita el desarrollo de actividades; el compromiso e involucramiento de cada uno de los colaboradores a la mejora continua de la organización, con lo cual se busca cambiar la filosofía interna de la relación entre el cliente y el proveedor, buscando un ambiente de trabajo de calidad. (González, Escalera, Pérez, 2010).

El incremento de la productividad de cada uno de los colaboradores, trae como consecuencia la mejora de la calidad del servicio al cliente, con lo cual se busca



incrementar la satisfacción, lealtad y fidelización de los mismos para con la organización; además de convertirlos en una fuente confiable de referidos para con otras personas, ya que toda empresa debe buscar brindar un servicio excepcional que realmente marque a los clientes y sobretodo que satisfaga sus necesidades. (Emerson y Grimm, 1998; Zhang et al., 2005).

En el año 2001, Damen afirmó que incrementar los servicios a los clientes o brindarles algunos adicionales, requiere una buena colaboración, flexibilidad y una rápida respuesta, lo cual depende de un rápido procesamiento de la información y de un buen uso de las herramientas y materiales que la empresa le facilita a cada colaborador. Este aumento de la calidad del servicio de atención al cliente solo se logra con el mejoramiento del desempeño de cada uno de los colaboradores, lo cual se logrará a través de la motivación, mejora de la cultura y un agradable ambiente organizacional.

Así, el objetivo de esta investigación es revisar lo que se conoce en la bibliografía científica respecto a la cultura organizacional y productividad de los profesionales de las empresas privadas en los últimos 10 años, con lo cual se busca dar a conocer como en las empresas influye la cultura organizacional sobre el desempeño laboral y la calidad de la atención al cliente, proponiendo estrategias para mejorar dicha cultura organizacional y a su vez obtener el beneficio que esta genera tales como la productividad y el incremento de la calidad del servicio al cliente.

La importancia de realizar esta investigación a través de la búsqueda de bibliografía es conocer la importancia y la influencia en la productividad de la cultura



organizacional, de manera que permita realizar un análisis en una empresa determinada, aplicando diferentes estrategias, que optimicen los tiempos y a la vez ayuden a mejorar la calidad del servicio al cliente.



CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

Tipo de Estudio

Se realizó un tipo de investigación descriptiva, por lo cual se llevó a cabo una investigación sistemática de literatura científica en diferentes bases de datos de los últimos 10 años, lo cual nos permitió describir y conocer las características del tema a investigar, definirlo, para luego aplicar la técnica de recolección de datos, que en este caso será la encuesta, para conocer el grado de satisfacción que tiene nuestros clientes sobre los servicios recibidos. La pregunta de investigación establecida para conducir el proceso metodológico fue ¿qué se conoce en la literatura científica respecto de la influencia de la cultura organizacional en la mejora de la productividad y aumento de la calidad del servicio al cliente?

Fundamentación de la metodología

Se realizó a través de revisiones sistemática, que consiste en la técnica de recopilar y sintetizar evidencia científica sobre un tema, el cual se logra utilizando los principios del método científico.

Proceso de recolección de información

Para realizar el proceso de búsqueda se utilizaron los siguientes términos:

Google Académico

Palabra clave: Productividad y calidad dentro de las empresas



Resultados: se encontraron 287 resultados, de los cuales se seleccionó 3 artículos, ya que los demás no guardaban relación con el tema de investigación.

Redalyc.org

Se utilizó como palabras de búsqueda productividad, calidad, cultura organizacional cuyos resultados obtenidos fueron 292, seleccionando para el presente trabajo de investigación 8 artículos.

También se realizó la consulta de revistas, usando diversos criterios de búsqueda, lo cual permitió obtener los siguientes resultados:

Google Académico

Palabra clave: Revistas del servicio al cliente, productividad y satisfacción al cliente los resultados obtenidos fueron 240 artículos, de los cuales se realizó la selección de 6 artículos, los demás no fueron considerados, por no tener relación con el tema de investigación, teniendo un total de 16 artículos seleccionados, para poder realizar el desarrollo del tema de investigación.

Criterios de inclusión y de exclusión

Se incluyeron artículos en base de datos científicos en idioma castellano, correspondiente entre los años 2007 y 2017, que describieran un enfoque relacionado con la cultura organizacional y productividad de las empresas privadas, con lo cual se puede determinar que los colaboradores de las empresas privadas son la población para describir su productividad en las diferentes áreas.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

La búsqueda de artículos en las bases de datos arrojó un total de 819 artículos, los cuales están distribuidos de la siguiente manera: 527 Google académico, 292 Redalyc.org, de todos estos artículos muchos de ellos no guardan relación con el tema y otros estaban fuera del periodo del año de investigación, por lo cual se procedió a eliminar, quedando finalmente la unidad de análisis conformada por 16 artículos científicos, tal como se muestra en la figura 1.

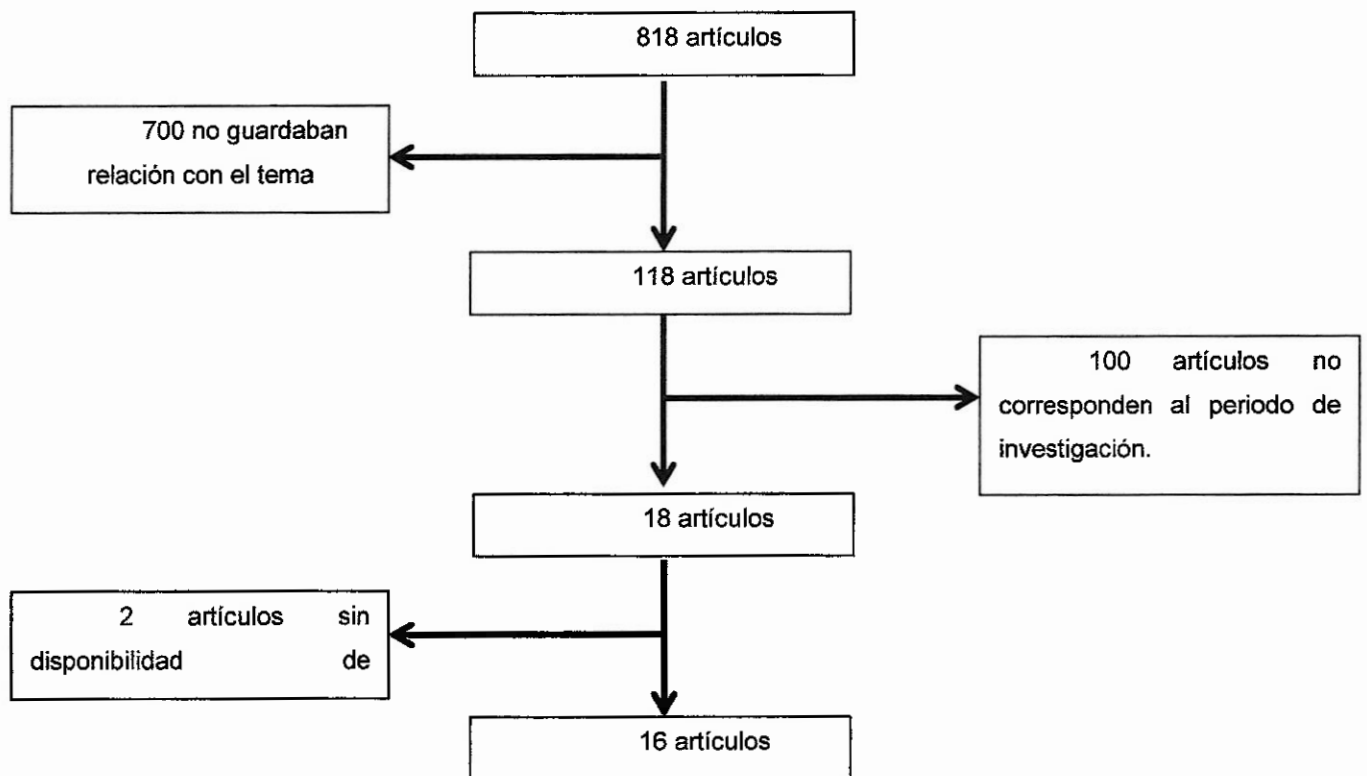


Figura 1. Procedimiento de selección de la unidad de artículos.

De los 16 artículos seleccionados se procedieron a seleccionar por categorías y según el tema los clasificamos en 4 categorías:

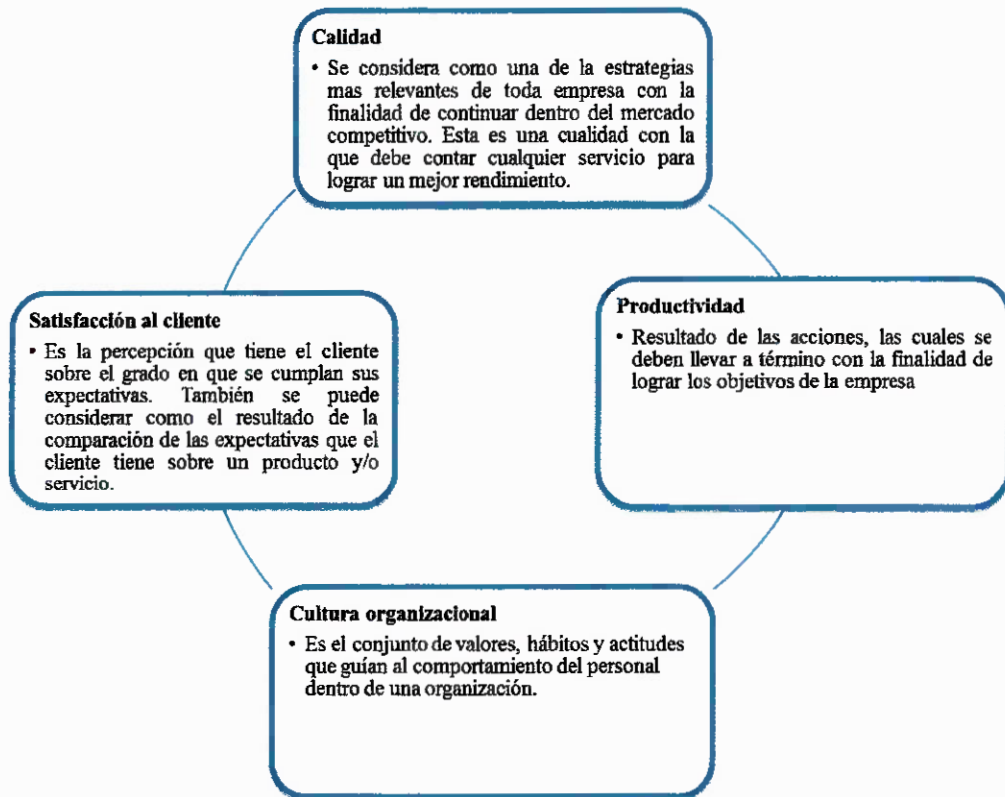


Figura 2. *Categorías y sus definiciones*

Teniendo en cuenta las categorías seleccionadas se obtuvo el siguiente resultado, relacionado con el tema de investigación.

Categoría 1: Calidad

Sobre calidad se encontró dos artículos relacionados. En el primero de ellos Najul, (2011), concluye que, para lograr la calidad dentro de una empresa, se debe primero detectar las fallas en cuanto al sistema usado para la atención al cliente, con la finalidad de poder mejorar los procesos empleados y ponerlos en práctica. Además dentro de la calidad también menciona que el mejor plan estratégico de una organización es el capital humano, sobretodo quienes están en contacto directo con el cliente, siendo a ellos a quiénes se les debe dar una formación y adecuada



capacitación para que puedan tomar decisiones y con ello satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros clientes, teniendo en cuenta que son ellos los protagonistas principales dentro de un negocio. Dentro de una organización se debe tomar en cuenta y poner énfasis en los enfoques modernos, tales como el liderazgo, eficiencia, capital humano, y la cultura organizacional, la cual debe estar bien definida, de manera que cada uno de los colaboradores se sienta identificado. En el segundo artículo Salazar et al., 2018; Jiménez & Alvarado, 2018, coinciden en que el capital humano juega un papel importante dentro de las organizaciones ya sean públicas o privadas y su vez sugieren que se debe invertir en el desarrollo de capacidades, ya que ello incrementa el bienestar.

Categoría 2: Productividad.

Aguilera, et al. (2011) concluyeron que para lograr un crecimiento y mejorar la productividad, las organizaciones deben hacer uso de las tecnologías de información y comunicación, ya que mientras se automatizan los procesos y se desarrollen nuevos productos se podrá cubrir las necesidades y satisfacer a nuestros clientes, por ello la productividad está relacionado con la calidad.

Montejano (2008) afirma que la opinión del cliente es importante, ya que al evaluar el servicio ofrecido nos ayudará a mejorar el desempeño en el logro de la satisfacción a los clientes, ya que Maldonado (2011) confirma que brindando un buen servicio a nuestros clientes lograremos obtener la satisfacción de los mismos, su lealtad para con nosotros y por lo tanto el incremento de las ventas.

Categoría 3: Cultura Organizacional.



Desde los años noventa varias investigaciones realizadas por diversos autores se han orientado a buscar una relación entre la cultura organizacional y la efectividad, aseverando muchas veces que toda empresa que cuenta con una cultura organizacional tendría éxito y ello fue demostrado con pruebas empíricas, razón por la cual se llegó a la conclusión que toda cultura orientada hacia las personas, tiene como resultado la satisfacción en el trabajo. (Calderón, Murillo & Torres, 2008).

Gálvez y García (2011), afirman que la cultura de una empresa u organización se origina teniendo en cuenta su historia y el entorno en que está se desarrolla, la cual es utilizada como un medio para alcanzar el logro de los objetivos, buscando añadir valor para que esta se convierta en una ventaja competitiva, que permita a su vez mejorar las practicas organizacionales relacionadas con la innovación y el trabajo en equipo, logrando con ello mejoras en el desempeño.

Además, en el año 2013 Rodríguez y Romo afirman que la cultura organizacional cumple una función importante dentro de la organización, ya que es lo que identifica y promueve un sentido de pertenencia, la cual es aprendida en el entorno a través de la adaptación en diferentes situaciones, pues las empresas no tienen la capacidad de controlar el ambiente externa sino de adaptarse. Asimismo (Ynzunza & Izar, 2010) reafirman que la demanda y la globalización requieren que los empresarios opten por nuevas formas de actuación de manera que les permita adaptarse al entorno a través del mejoramiento de los resultados organizacionales, el cual debe estar basada en la satisfacción de las necesidades de los clientes.



Categoría 4: Satisfacción al cliente.

La psicología es una de las ciencias que más se ha dedicado a estudiar la satisfacción como parte del sistema de regulación del comportamiento humano, por lo cual Salazar et al.,2007, afirman que la satisfacción del cliente es uno de los prerrequisitos que aseguran la calidad de un servicio y hacia lo que toda organización siempre debe estar orientada, ya que la medición de la calidad permite saber y conocer los niveles de satisfacción o insatisfacción que tienen las personas sobre la atención o servicio recibido.

Arzola, Minerva & Mejía (2007) concluyen que para lograr la calidad de servicio se deben tomar en cuenta los siguientes elementos: procesos, recursos humanos y satisfacción al cliente, es por ello la importancia que toda organización debe contar con un modelo de gestión innovador. Por ello Montoya & Boyero (2013) afirman que la información y el servicio al cliente son componentes importantes, es por ello que el CRM sirve como un punto de intersección entre ambos con la finalidad de obtener información.

Tabla 1
Resultados de investigación.

AUTORES	TÍTULO	AÑO	PAÍS
Aguilera Enríquez, L., & González Adame, M., & Rodríguez Camacho, R.	Estrategias empresariales para la competitividad y el crecimiento de las PYMES.	2011	México
Aragón Sánchez, A., & Rubio Bañón, A., & Serna Jiménez, A., & Chablé Sangeado, J.	Estrategia y competitividad empresarial: Un estudio en las MiPymes de Tabasco	2010	México
Gómez R., C.	La relación cliente-agencia: visión de los clientes.	2010	Colombia
González Ortiz, J., & Escalera Chávez, M., & Pérez Veyna, Ó.	Construcción del cuestionario para determinar el nivel de Cultura de Calidad en MiPymes	2010	México
Jiménez, Jackeline; Alvarado, Rafael	Investigaciones Regionales	2018	México



Maldonado Guzmán, G.	La influencia de la colaboración con los proveedores en la satisfacción de los clientes de la industria del mueble de España.	2011	México
Montejano García, S.	Calidad en carne propia	2008	México
Montoya Agudelo, César Alveiro, & Boyero Saavedra, Martín Ramiro.	El CRM como herramienta para el servicio al cliente en la organización.	2013	Venezuela
Najul Godoy, J.	El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio.	2011	Venezuela
Ospina Pinzón, S., & Gil Saura, I.	Índices nacionales de satisfacción del consumidor. Una propuesta de revisión de la literatura.	2011	Colombia
Rodríguez Castellanos, C., & Romo Rojas, L.	Relación entre Cultura y Valores Organizacionales	2013	México
Salazar López, L., Carrasco Ruano, T., Correa Anchundia, W., Carrillo Cepeda, J., & Velasteguí López, E.	La Gestión por competencias. Una herramienta clave para el desarrollo en el sector empresarial.	2018	
Salvador Ferrer, C.	La percepción del cliente de los elementos determinantes de la calidad del servicio universitario: características del servicio y habilidades profesionales.	2008	México
Yamakawa, P., & Ostos, J.	Relación entre innovación organizacional y desempeño organizacional.	2011	Colombia
Ynzunza Cortés, C., & Izar Landeta, J.	IMPACTO DE LAS FUERZAS DEL MERCADO Y LA ORIENTACIÓN AL MERCADO EN EL DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL.	2010	México
Ynzunza Cortés, C., & Izar Landeta, J., & Ávila Acosta, R.	Tecnologías de la información, orientación a mercado y desempeño organizacional.	2014	México

En la tabla 1, podemos observar que son 16 los artículos, en los cuales se procedió a identificar las características de procedencia de cada uno de los artículos.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La búsqueda de cada uno de los artículos se realizó teniendo en cuenta una delimitación de tiempo de 10 años, obteniendo un resultado de 16 artículos, tomados de autores de México, Venezuela y Colombia, con los cuáles se evidencia que a pesar de ser un tema de interés para muchas organizaciones en el mundo, hay muy poco material publicado.

Teniendo en cuenta la bibliografía revisada para este primer enfoque la revisión de la literatura se basó en la productividad y la calidad dentro de la empresa, cuyo objetivo fue realizar un análisis sobre la influencia en la calidad de servicio.

Dentro de una empresa u organización es importante identificar las fallas, en cuanto al servicio al cliente, ya que ello permitirá mejorar continuamente los procesos (Godoy 2011)

La búsqueda de información y revisión científica según (Salazar et al. 2018 & Jiménez, 2018) llegan a la conclusión que el personal debe estar capacitado y que se debe inculcar el desarrollo de las competencias de las personas, para cual debemos apoyarnos en los líderes, ya que cuanto más capacitado este el personal habrá mayor posibilidad de que den un buen servicio y cumplan con los objetivos de la empresa.

Así mismo el presente estudio nos permitió averiguar sobre cuán empáticos debemos ser con nuestros clientes, ya que debemos conocer cuáles son sus necesidades, cuál es la atención que esperan. Por ello las empresas deben manejar estrategias de satisfacción al cliente e invertir en tecnología, de manera tal que puedan estar cerca a los clientes y a la vez optimizar su tiempo, ya que a menudo vemos que



las personas prefieren hacer uso de la tecnología para evitar contratiempos y demoras. (Montejano, 2018; Aragón et al., 2010; Aguilera, 2011 & Maldonado, 2011)

Del mismo modo en este estudio se pudo evidenciar que la cultura organizacional es una parte muy importante dentro de la empresa, ya que es la que identifica y promueve a que sus miembros desarrollen un sentido de pertenencia al poner en práctica sus valores, normas, creencias y lenguajes. (Rodríguez & Romo, 2013).

Además el incremento de competencias, cambios tecnológicos y la globalización, requieren que las empresas se adapten a su entorno, ya que esta podrá lograr un mejor rendimiento a través del desarrollo de recursos. (Inzunsa & Izar, 2010).

El último punto que es satisfacción al cliente, podemos decir que es un punto relevante en el cual todas las empresas ponen su atención, ya que el cliente es un elemento indispensable, para que estas puedan crecer en el mercado donde se desarrollan y además porque hoy en día son cada vez más exigentes y al tener un mercado competitivo tienen mayor capacidad de decisión. (Ospina & Gil, 2011; Ynzunsa y Ávila, 2014).



Conclusiones

Los hallazgos en base a la investigación científica realizada demuestran que la productividad y la cultura organizacional son factores importantes que influyen de manera directa en el buen desempeño del personal dentro de una organización y por ende en la mejora de la calidad del servicio al cliente, pero a pesar de ser factores importantes dentro de una empresa es muy poca la información publicada en artículos.

La capacitación del personal debe ser constante, ya que es un factor importante el desarrollo de sus capacidades, de manera que le permitan ser una persona resolutiva y a la vez estar mejor preparada para brindar una atención de calidad a cada uno de nuestros clientes, porque la fidelización de los clientes depende mucho de qué tan cómodos se sientan y de cómo podamos satisfacer sus expectativas.

Además no podemos dejar de lado y olvidar que la mejor publicidad de toda empresa es el boca a boca de los clientes y la referencia que los mismos hagan sobre nuestros servicios y productos.

A pesar que en todo proyecto de investigación siempre existen limitaciones, los resultados obtenidos servirán como base para futuras investigaciones, ya que al vivir en un mundo globalizado siempre debemos innovando y adaptándonos a nuestro entorno.



REFERENCIAS

- Aguilera, L., González, M. & Rodríguez, R. (2011). *Estrategias empresariales para la competitividad y el crecimiento de las PYMES*. México.
- Aragón, A., Rubio, A., Serna, A. & Chablé, J. (2010). *Estrategia y competitividad empresarial: Un estudio en las MiPymes de Tabasco*. México.
- Gómez, C. (2010) *La relación cliente – agencia: Visión de los clientes*. Colombia.
- González, J., Escalera, M. & Pérez, Ó (2010) *Construcción del cuestionario para determinar el nivel de cultura de calidad de MiPymes*. México
- Hernández, G., Murillo G., S. & Torres, K. (2003). *Cultura organizacional y bienestar laboral*.
- Jiménez, J. & Alvarado R. (2018) *Investigaciones Regionales*. México.
- Maldonado, G. (2011) *La influencia de la colaboración con los proveedores en la satisfacción de los clientes de la industria del mueble de España*. México.
- Montejano, S. (2008) *Calidad en carne propia*. México.
- Montoya, C. & Boyero, M. (2013) *El CRM como herramienta para el servicio al cliente en la organización*. Venezuela.
- Najul, J. (2011) *El Capital humano en la atención al cliente y la calidad al servicio*. Venezuela.
- Ospina, S. & Gil, I. *Índices nacionales de satisfacción del consumidor. Una propuesta de revisión de la literatura*. Colombia.
- Rodríguez, C. & Romo, L. (2013) *Relación entre Cultura y Valores Organizacionales*. México.
- Salazar, L., Carrasco, T., Correa, W., Carrillo, J. & Velasteguí (2018) *La Gestión por competencias, una herramienta clave para el desarrollo en el sector empresarial*.



- Salazar, V., Ardón, F., Centeno, N. & Jara (2007). Satisfacción y calidad: análisis de la equivalencia o no de los términos. *Revista Gerencia y Políticas de Salud*, 6(13), 139-168.
- Salvador, C. (2008) *La percepción del cliente de los elementos determinantes de la calidad del servicio universitario: Características del servicio y habilidades*. México.
- Yamakawa, P. & Ostos, J. (2011) *Relación entre innovación organizacional y desempeño organizacional*. Colombia.
- Ynzunza, C. & Izar, J. (2010) *Impacto de las fuerzas del mercado y la orientación al mercado en el desempeño organizacional*. México.
- Ynzunza, C., Izar, J. & Ávila, R. (2014) *Tecnologías de la información, orientación a mercado y desempeño organizacional*. México.