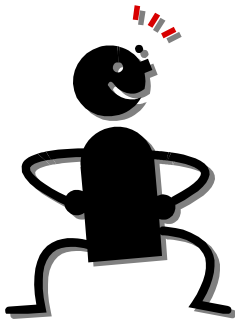


a) Relación entre calidad y satisfacción



Hay autores que han planteado que es la satisfacción lo que provoca una percepción de calidad de servicio (Bitner, 1990; Bolton y Drew, 1991a; Schommer y Wiederholt, 1994), en cambio otros autores consideran que es la calidad de servicio lo que influye sobre la satisfacción que se experimenta (Bloemer y de Ruyter, 1995; Cronin y Taylor, 1992).

Por lo tanto, la satisfacción del usuario o del consumidor, sería a partir del procesamiento cognitivo de la información, aunque también puede ser consecuencia de la experimentación de emociones durante el proceso de consumo.

En definitiva, están absolutamente interrelacionados y son interdependientes. A mayor satisfacción mejor percepción de la calidad y viceversa.



En sentido general la calidad es la totalidad de los rasgos y características de un producto o servicio que se refiere a su capacidad para satisfacer necesidades expresadas o implícitas.

Entonces, la calidad de servicio puede definirse como la evaluación actitudinal hacia el servicio.

CALIDAD

ISO

