
	<b>UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA</b> <b>GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS</b>						
	<b>CARTA DE AUTORIZACIÓN</b>						
<b>CÓDIGO</b>	<b>AP-BIB-FO-06</b>	<b>VERSIÓN</b>	<b>1</b>	<b>VIGENCIA</b>	<b>2014</b>	<b>PÁGINA</b>	<b>1 de 2</b>

Neiva, 22 DE SEPTIEMBRE DE 2017

Señores

CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN

UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA

Ciudad

El (Los) suscrito(s):

DANIEL GALLEGOS SARRIAS, con C.C. No. 6.803.243,  
JORGE ERNESTO AVILA BERNAL, con C.C. No. 1.075.223.569,  
ERIKA LORENA RAMIREZ FARFAN, con C.C. No. 1.110.445.552,

autor(es) de la tesis y/o trabajo de grado para la especialización en gerencia de mercadeo estratégico titulado  
**EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE SE PRESTA A LAS PERSONAS DE LA TERCERA EDAD  
 EN EL PROGRAMA ADULTO MAYOR “MIS MEJORES AÑOS” DE COMFAMILIAR HUILA**

Presentado y aprobado en el año 2017 como requisito para optar al título de especialista en gerencia de mercadeo estratégico. Autorizo (amos) al CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN de la Universidad Surcolombiana para que con fines académicos, muestre al país y el exterior la producción intelectual de la Universidad Surcolombiana, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo de grado en los sitios web que administra la Universidad, en bases de datos, repositorio digital, catálogos y en otros sitios web, redes y sistemas de información nacionales e internacionales “open access” y en las redes de información con las cuales tenga convenio la Institución.
- Permita la consulta, la reproducción y préstamo a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato Cd-Rom o digital desde internet, intranet, etc., y en general para cualquier formato conocido o por conocer, dentro de los términos establecidos en la Ley 23 de 1982, Ley 44 de 1993, Decisión Andina 351 de 1993, Decreto 460 de 1995 y demás normas generales sobre la materia.
- Continúo conservando los correspondientes derechos sin modificación o restricción alguna; puesto que de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación del derecho de autor y sus conexos.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, “Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores” , los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.

Vigilada Mineducación

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional [www.usco.edu.co](http://www.usco.edu.co), link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.



UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA  
GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS



CARTA DE AUTORIZACIÓN

CÓDIGO

AP-BIB-FO-06

VERSIÓN

1

VIGENCIA

2014

PÁGINA

2 de 2

EL AUTOR/ESTUDIANTE:

Firma:

EL AUTOR/ESTUDIANTE:



Firma:

EL AUTOR/ESTUDIANTE:

Firma:

Vigilada Mineducación

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional [www.usco.edu.co](http://www.usco.edu.co), link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.

	<b>UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA</b> <b>GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS</b> <b>DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO</b>						
<b>CÓDIGO</b>	<b>AP-BIB-FO-07</b>	<b>VERSIÓN</b>	<b>1</b>	<b>VIGENCIA</b>	<b>2014</b>	<b>PÁGINA</b>	<b>1 de 3</b>

**TÍTULO COMPLETO DEL TRABAJO:**

Evaluación Es La Calidad Del Servicio Que Se Presta A Las Personas De La Tercera Edad En El Programa Adulto Mayor “Mis Mejores Años” De Comfamiliar Huila

**AUTOR O AUTORES:**

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
RAMIREZ FARFAN	ERIKA LORENA
GALLEGO SARRIAS	DANIEL
AVILA BERNAL	JORGE ERNESTO

**DIRECTOR Y CODIRECTOR TESIS:**

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
MENDEZ LOZANO	RAFAEL

**ASESOR (ES):**

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
RAMIREZ PLAZAS	ELIAS

**PARA OPTAR AL TÍTULO DE:** Especialista En Gerencia De Mercadeo Estratégico

**FACULTAD:** Facultad De Economía Y Administración

**PROGRAMA O POSGRADO:** Especialización En Gerencia De Mercadeo Estratégico

**CIUDAD:** Neiva



**AÑO DE PRESENTACIÓN:** 2017

**NÚMERO DE PÁGINAS:** 49

**TIPO DE ILUSTRACIONES** (Marcar con una X):

Vigilada mieducación

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional [www.usco.edu.co](http://www.usco.edu.co), link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.

	<b>UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA</b> <b>GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS</b>						
	<b>DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO</b>						
<b>CÓDIGO</b>	<b>AP-BIB-FO-07</b>	<b>VERSIÓN</b>	<b>1</b>	<b>VIGENCIA</b>	<b>2014</b>	<b>PÁGINA</b>	<b>2 de 3</b>

Diagramas\_\_\_ Fotografías\_\_\_ Grabaciones en discos\_\_\_ Ilustraciones en general\_\_\_ Grabados\_\_\_  
 Láminas\_\_\_ Litografías\_\_\_ Mapas\_\_\_ Música impresa\_\_\_ Planos\_\_\_ Retratos\_\_\_ Sin ilustraciones\_\_\_  
 Tablas o Cuadros\_X\_

**SOFTWARE** requerido y/o especializado para la lectura del documento:

Microsoft Word

**MATERIAL ANEXO:**

**PREMIO O DISTINCIÓN** (*En caso de ser LAUREADAS o Meritoria*):



**PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS:**

<u>Español</u>	<u>Inglés</u>	<u>Español</u>	<u>Inglés</u>
1. <u>Comfamiliar</u>	<u>Comfamiliar</u>	6. <u>SERVQUAL</u>	<u>SERVQUAL</u>
2. <u>Adulto mayor</u>	<u>Elderly</u>	7. <u>Calidad de servicio</u>	<u>Quality of service</u>
3. <u>Neiva</u>	<u>Neiva</u>	8. <u>Evaluación</u>	<u>Evaluation</u>
4. <u>Huila</u>	<u>Huila</u>	9. <u>Mercado</u>	<u>Market</u>
5. <u>Recreación</u>	<u>Recreation</u>	10. <u>Promoción y prevención</u>	<u>Promotion and prevention</u>

**RESUMEN DEL CONTENIDO:** (Máximo 250 palabras)

La persona Adulta Mayor es aquella que cuenta con sesenta (60) años de edad o más” (Congreso de Colombia, 2008) y ocupa un lugar importante no solo en la sociedad sino también a un nivel familiar, siendo él la base del hogar y la experiencia de la vida, así mismos este erario requiere tiempo, cuidados y adaptaciones especiales, en los lugares y espacios donde habita. Actualmente existen algunos programas, asociaciones, clubes en la ciudad de Neiva –Huila que tiene el objetivo específico de dar soluciones para el mejoramiento en la calidad de vida de estas personas, brindando actividades lúdico - recreativas, atención integral, y talleres en promoción y prevención en salud.

En esta investigación se encontrara el análisis de la calidad de servicio que presta el programa adulto mayor de COMFAMILIAR, dejándonos ver una visión más clara del desarrollo de este y así, poder dar soluciones que lleven a la ampliación de cobertura de participantes en las actividades, generando un mayor impacto social y atención al adulto mayor.

	<b>UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA</b> <b>GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS</b>						
	<b>DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO</b>						
<b>CÓDIGO</b>	<b>AP-BIB-FO-07</b>	<b>VERSIÓN</b>	<b>1</b>	<b>VIGENCIA</b>	<b>2014</b>	<b>PÁGINA</b>	<b>3 de 3</b>

**ABSTRACT:** (Máximo 250 palabras)

The Adult Elder is one who is sixty (60) years of age or more "(Congress of Colombia, 2008) and occupies an important place not only in society but also at a family level, being the basis of the home and the experience of life, this treasury itself requires time, care and special adaptations, in the places and spaces where it inhabits. There are currently some programs, associations, clubs in the city of Neiva - Huila that has the specific objective of providing solutions to improve the quality of life of these people, providing recreational activities, comprehensive care, and workshops in promotion and prevention in health.

In this research we will find the analysis of the quality of service provided by the senior adult program of COMFAMILIAR, allowing us to see a clearer vision of the development of this and, to be able to provide solutions that lead to the extension of coverage of participants in the activities, generating a greater social impact and attention to the elderly.

#### **APROBACION DE LA TESIS**

Nombre Jurado: RAFAEL MENDEZ LOZANO

Firma:

Nombre asesor: ELIAS RAMIREZ PLAZAS

Firma:

EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE SE PRESTA A LAS PERSONAS  
DE LA TERCERA EDAD EN EL PROGRAMA ADULTO MAYOR “MIS MEJORES AÑOS”  
DE COMFAMILIAR HUILA

**PROGRAMA:**

ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE MERCADEO ESTRATÉGICO

FACULTAD DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN

UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA

2017

EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO QUE SE PRESTA A LAS PERSONAS  
DE LA TERCERA EDAD EN EL PROGRAMA ADULTO MAYOR “MIS MEJORES AÑOS”  
DE COMFAMILIAR HUILA

**PRESENTADO POR:**

ERIKA LORENA RAMIREZ FARFAN	20162150367
DANIEL GALLEGO SARRIAS	20162150212
JORGE ERNESTO AVILA BERNAL	20162150246

**PROGRAMA:**

ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE MERCADEO ESTRATÉGICO

FACULTAD DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN

UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA

2017

## TABLA DE CONTENIDO

TABLA DE GRAFICAS Y CUADRO.....	4
PRESENTACIÓN.....	5
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	7
1.1 ANTECEDENTES Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	7
1.2 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN .....	10
1.3 OBJETIVOS.....	13
1.3.1 General .....	13
1.3.2 Específicos.....	13
1.4 JUSTIFICACIÓN.....	13
2. MARCO TEÓRICO .....	15
2.1. MODELO PARA MEDIR LA CALIDAD DEL SERVICIO .....	16
2.2 MODELO SERVPERF .....	20
3. PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA Y PROGRAMA .....	21
3.1 MISION.....	22
3.2 VISION .....	23
3.3 FILOSOFIA .....	23
4. METODOLOGIA .....	24
4.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	24
4.1. POBLACIÓN Y MUESTRA. ....	24
4.2. VARIABLES SOCIOECONÓMICAS .....	26
4.3. ESTRUCTURA DEL INSTRUMENTO .....	26
4.4. VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO.....	28
5. ANÁLISIS DE DATOS .....	30
6. RECOMENDACIONES Y CONCLUSIONES .....	43
6.1 RECOMENDACIONES .....	43
6.2. CONCLUSIONES.....	44
BIBLIOGRAFÍA.....	46



## TABLA DE GRAFICAS Y CUADRO

(Gráfica No. 1) población colombiana adulto mayor por grupos decenales .....	11
Cuadro 2 de dimensiones del SERVPERF.....	17
Cuadro 3. Encuesta para medir las Percepciones de SERVPERF .....	19
Cuadro 4. Variable de aplicación de muestra.....	25
Cuadro 5. Población, peso y muestra del programa según sedes .....	26
Cuadro 6. Encuesta para medir la expectativa del SERVPERF en el programa adulto mayor .....	27
Cuadro 7. Escala LIKERT .....	28
Cuadro 8. Distribución porcentual de los ítems que componen la dimensión Tangibilidad de percepción. ....	30
Cuadro 9. Distribución porcentual de los ítems que componen la dimensión fiabilidad de percepción. ....	32
Cuadro 10. Distribución porcentual de los ítems que componen la dimensión Seguridad de percepción. ....	34
Cuadro 11. Distribución porcentual de los ítems que componen la dimensión Empatía de percepción. ....	35
Cuadro 12. Distribución porcentual de los ítems que componen la dimensión capacidad de respuesta de percepción.....	36
Cuadro 13. Distribución porcentual de los ítems que componen la dimensión otros de percepción. ....	38
Cuadro 14 indicador ponderado de las dimensiones SERVPERF .....	39

## PRESENTACIÓN

*La persona Adulta Mayor es aquella que cuenta con sesenta (60) años de edad o más”* (Congreso de Colombia, 2008) y ocupa un lugar importante no solo en la sociedad sino también a un nivel familiar, siendo él la base del hogar y la experiencia de la vida, así mismos este erario requiere tiempo, cuidados y adaptaciones especiales, en los lugares y espacios donde habita. Actualmente existen algunos programas, asociaciones, clubes en la ciudad de Neiva –Huila que tienen el objetivo específico de dar soluciones para el mejoramiento en la calidad de vida de estas personas, brindando actividades lúdico - recreativas, atención integral, y talleres en promoción y prevención en salud.

La motivación principal que condujo a crear dichos programas fue la necesidad de utilizar mejor el tiempo libre de los adultos mayores de la ciudad de Neiva, las cuales sufren transformaciones en la vida personal, familiar y social, pues se ha corroborado que el tiempo trae consigo situaciones que para el ser humano son inevitables e irrevocables; un fiel ejemplo de lo anterior es el envejecimiento el cual es un proceso natural que los seres vivos experimenta en su paso por este mundo. Por lo anterior se puede decir que la actividad física se reduce con el paso del tiempo, los cuales conllevan a una serie de patologías que aparecen entre estas tenemos: problemas a nivel cardiovascular, respiratorios, metabólicos, musculo esquelético, motriz y muchas otras patologías dependiendo a la edad en la que se encuentra el individuo; como es sabido estas traen consigo la reducción en el normal desarrollo motriz, agilidad, fuerza y resistencia física, comprimiendo a su vez la autoestima, la calidad de vida y la capacidad de aprendizaje la cual se vuelve cada día más lenta. Por tal razón se busca no solo mejorar la calidad

de vida de los adultos mayores sino que a su vez mitigar y disminuir las patologías que se adquieren al llegar a la edad adulta, donde se busca mantenerlos activos física y mentalmente.

En esta investigación se encontrará el análisis de la calidad de servicio que presta el programa adulto mayor de COMFAMILIAR, dejándonos ver una visión más clara del desarrollo de este y así, poder dar soluciones que lleven a la ampliación de cobertura de participantes en las actividades, generando un mayor impacto social y atención al adulto mayor.

## 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1 ANTECEDENTES Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Existen numerosas definiciones de envejecimiento; Es difícil establecer con precisión el concepto, pero en general todos los autores coinciden en que se trata de un proceso dinámico, multifactorial e inherente a todos los seres vivos, se puede definir el envejecimiento como el proceso en el que el individuo con el que tiene el organismo para realizar sus diferentes funciones biológicas. Esto conlleva a una mayor vulnerabilidad ante cualquier agresión externa o situación de estrés, conduciendo en último término a la muerte.

Teniendo en cuenta los procesos que vienen cambiando en el ámbito nacional con las nuevas leyes que se encargan de la protección del adulto mayor, dándole inclusión en la participación activa y ciudadana para el aprovechamiento del tiempo libre y mejoramiento de la calidad de vida como lo estipula la ley 1251, nuestro país ha impulsado diferentes programas para atender esta población, el primer programa está liderado por los entes gubernamentales desde la presidencia de la república de Colombia con el impulso del esquema “COLOMBIA MAYOR”

*“El Programa de Solidaridad con el Adulto Mayor “Colombia Mayor”, busca aumentar la protección de los adultos mayores que se encuentran desamparados, que no cuentan con una pensión o viven en la indigencia o en la extrema pobreza; por medio de la entrega de un subsidio económico” (MinTrabajo, 2013, pág. WEB)*

Esta iniciativa nace a través del Ministerio del Trabajo, el Gobierno Nacional planea alcanzar la cobertura universal de esta población vulnerable, lo que significa una vinculación cercana a los 2 millones 400 mil adultos mayores en todo el territorio nacional y que cumplen con los requisitos para ingresar a este programa. Este programa *“Se ha desarrollado en 1.103 municipios y 3 inspecciones departamentales contando con amas de 250 mil beneficiarios”* (MinTrabajo, 2013, pág. WEB)

Teniendo en cuenta los factores y la definición anterior, queremos añadir que la población en condición de adulto mayor ya en la ciudad de Neiva - Huila según las estadísticas del DANE para el 2020 será de 85.180, los cuales van a necesitar atención integral, actividades y programas en donde puedan aprovechar del tiempo libre, además de mejorar su calidad de vida en el transcurso del aprovechamiento de dicho tiempo en las acciones programadas para estas. *“La alcaldía mayor de Neiva ha dispuesto de un presupuesto de 400.000.000 para el 2017”* (Alcaldía de Neiva, 2016) los cuales serán invertidos a actividades que conlleven la atención del adulto mayor, pero al distribuir este presupuesto en la cantidad de población proyectada para el 2017 es de 79.654 esto si lo dividimos en la cantidad de población nos dará una totalidad de 5.020 anual por persona, un valor que no es significativo para generarles actividades de calidad que los ayude a su salud. Nuestra ciudad capital cuenta con diferentes programas, asociaciones de pensionados y hogares geriátricos que no cuentan con apoyo estatal para ofrecer actividades de calidad encaminadas al cuidado de salud.

*Por lo anterior desde “Hace 22 años (1995) la Caja de Compensación Familiar COMFAMILIAR creó el programa adulto mayor “Mis mejores años” para suplir las necesidades de ocio productivo en la ciudad, en el 2000 sufre su primera reestructuración el*

*cual fue encaminado a la recreación y lúdica para los afiliados, pensionados y particulares de Neiva.” (Comfamiliar Huila, 2015, pág. WEB)*

*“A partir del 2011 este inicia la segunda reestructuración, volviéndose un programa de PYP (promoción y prevención en salud) con la prueba piloto en la sede de hacienda años dorados, dejando las otras tres sedes (Cambulos, UIS norte y san Jorge) solamente en recreación lúdica. Para el 2012 se unifica el programa con sus cuatro (4) con todos los servicios antes mencionados“ (Avila, 2015, pág. 23)*

Según el informe de gestión del COMFAMILIAR en el año 2016, menciona que la capacidad de atención de este programa fue de 191 usuarios mensuales durante 10 meses, dejando como resultado 1910 usuarios atendidos en el 2016 una cuota muy baja para la totalidad de más de *“9.000 afiliados en edades de 60 a 90 activos en categoría A y B”* (COMFAMILIAR Huila, 2016, pág. WEB)

Teniendo en cuenta que COMFAMILIAR es una empresa que quiere ofrecer a la ciudadanía de nuestro municipio, espacios para aprovechar su tiempo libre, teniendo como misión *“Liderar programas de intervención social y servicios que generen inclusión y bienestar en afiliados y comunidad en general”* (COMFAMILIAR, 2017, pág. WEB) nuestro equipo de trabajo ha decidido iniciar la investigación conociendo de primera mano el producto *“programas sociales adulto mayor Mis Mejores Años”* llegando así a compenetrar su funcionamiento, debilidades, fortalezas para así generar nuevas técnicas y estrategias para mejorar este programa de inclusión social y llegar a dar mayor cobertura a su población.

Nuestra investigación se basará desde el punto de vista del gerente de marketing estratégico, para verificar, replantear y optimizar, los espacios y recursos con los que cuenta la entidad, dejando como conclusiones estrategias y soluciones para ampliar la cobertura de participantes a las actividades y así generar mayor impacto social y atención al adulto mayor.

## **1.2 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN**

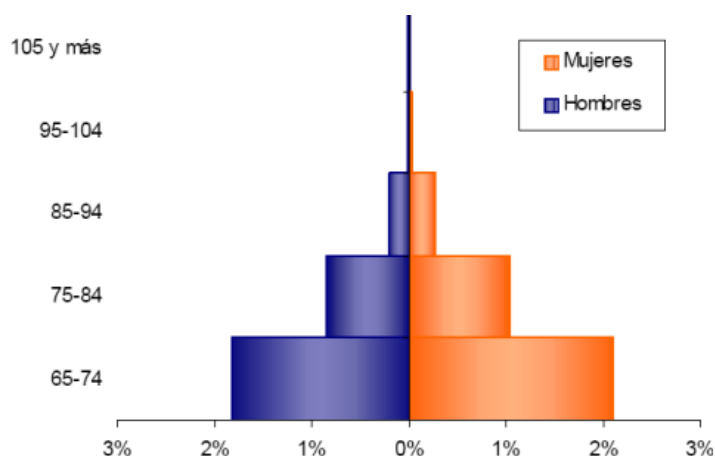
Los adultos mayores de bajos recursos que tengan protección de Centros de Bienestar del Adulto Mayor, los que vivan de la caridad pública, los indígenas de escasos recursos que residen en resguardos o quienes no aplican la encuesta SISBEN, podrán ser identificados mediante un listado censal elaborado por la entidad territorial o la autoridad competente.

En Colombia se está viviendo un fenómeno de violencia contra el adulto mayor, El diario EL TIEMPO específico en su columna que *“entre el primero de enero y el 31 de agosto de este año, hasta el Instituto Colombiano de Medicina Legal llegaron 877 ancianos víctimas de graves agresiones físicas. En al menos la mitad de los casos, el agresor fue un hijo; y en 110 de esas terribles historias, quien levantó la mano contra los viejos fue un nieto. Otros familiares y personas cercanas aparecen como responsables en el resto de ataques.”* (Bohorguez Conteras, 2015, pág. web).

Es triste observar el panorama nacional expuesto en solo violencia y ataques a nuestros adultos mayores. De igual forma el ministerio de salud de Colombia nos arroja:

“El envejecimiento poblacional muestra un aumento evidente de la población adulta mayor, especialmente el porcentaje de los más viejos: mientras la población general incrementa 1.9% promedio anual (en el período 1990-2003), la población mayor de 80 años crece a una tasa promedio anual de 4%. Es importante destacar que Colombia cuenta actualmente con 4450 centenarios (personas de 99 y más años), lo cual equivale al 0.011% del total de la población; con un claro predominio, al igual que en el resto del mundo, del sexo femenino: 61.9%. Adicionalmente se encontró que el 95% de los centenarios se encuentra alojados en hogares particulares y distribuido el 26.5% del total de ellos, en las principales ciudades del país: Bogotá (9%), Medellín (6.1%), Barranquilla (3.6%), Cali (5.3%) y Cartagena (2.1%). (MinSalud, 2006, pág. 2)

**(Gráfica No. 1) población colombiana adulto mayor por grupos decenales**



Fuente: (DANE, 2005, pág. 152)

“Las principales causas del envejecimiento poblacional en Colombia son el aumento de la esperanza de vida, disminución de la mortalidad, el control de las enfermedades infecciosas y parasitarias, el descenso de las tasas de la fecundidad, la atenuación del ritmo de incremento



*de la población y los procesos de migración. A pesar que la migración de las personas mayores de 60 años al exterior es menor del 2% del total, es la migración de los más jóvenes lo que contribuye al envejecimiento del país. Adicionalmente el desplazamiento interno conduce al envejecimiento de los sitios de origen.” (MinSalud, 2006, pág. 3)*

En los últimos cinco años han sido publicados varios documentos, dentro de los cuales se destacan aquellos que revisan aspectos específicos de las personas mayores y la vejez tales como la comunicación y el envejecimiento, la situación de la vejez en Colombia y los lineamientos de política pública fundados en realización de derechos, y la caracterización del envejecimiento rural en una región del país en donde se presenta un alto índice de vejez.

Teniendo en cuenta la situación del país y el alto índice de crecimiento de las personas en condición de adulto mayor, queremos desde la perspectiva de un gerente de marketing comprender y tratar de conocer ¿Cuál es la calidad del servicio que se presta a las personas de la tercera edad en el programa Adulto mayor “Mis Mejores Años” de Comfamiliar Huila? Esta investigación nos arrojará estrategias y soluciones para así poder brindar una mejor experiencia, generando la ampliación de coberturas en la participación de actividades en este programa.

## **1.3 OBJETIVOS**

### **1.3.1 General**

Diseñar un modelo para evaluar la calidad del servicio en el programa social Adulto mayor “Mis Mejores Años” de Comfamiliar Huila en el 2017 en Neiva a través del modelo SERVPERF

### **1.3.2 Específicos**

- Evaluar las percepciones que tienen los usuarios del servicio en el programa adulto mayor.
- Identificar los factores que afectan la calidad del servicio en el programa.
- Formular estrategias de mejoramiento para la optimización los recursos económicos del programa.

## **1.4 JUSTIFICACIÓN**

A lo largo del tiempo se evidencia un aumento progresivo de la población, especialmente del grupo de los adultos mayores, lo que representa para el país un desafío en cuanto a políticas sociales y recursos se refiere. Esta transformación demográfica genera gran impacto en el desarrollo social, político y económico, así como en la calidad de vida, el cumplimiento de los derechos y las dinámicas de los procesos sociales, y de cohesión social, que conlleva.

Es por eso que en el proceso del envejecimiento humano debe ser considerado también en el contexto de sociedades complejas sujetas a grandes variaciones. La forma en la que la población

envejece no está total mente determinada por la biología, también está influida por las circunstancias sociales y el ambiente individual.

En la tercera edad las relaciones sociales pueden estar dificultadas por factores como limitaciones de salud fallecimiento de miembros de la familia y amigos, perdida de compañeros de trabajo y falta de un medio de transporte adecuado.

Por lo anterior COMFAMILIAR Huila lanza su proyecto programa social Adulto mayor “Mis Mejores Años” el cual ya lleva más de 20 años en funcionamiento pero que lamentablemente no ha obtenido impactos masivos en la sociedad Neiva. Por tal razón queremos realizar el estudio de calidad de servicio y así poder observar las debilidades, fortalezas con las que cuenta actualmente, para que desde el punto de vista de un gerente de Marketing puedan dar soluciones y alternativas para aprovechar estos recursos y así poder incluir a más beneficiarios a estos programas sociales y generar cobertura de impactó a la ciudadanía Neivana.

## 2. MARCO TEÓRICO

Desde una perspectiva de marketing se acepta, en los últimos años, que la visión de la calidad de servicio es personal y subjetiva, es decir, se hace necesario considerar la percepción del cliente. En este sentido, la definición más generalizada es la que considera que la calidad de servicio percibida por el cliente es un juicio global del consumidor, relativo a la superioridad del servicio que resulta de la comparación que los clientes realizan entre las expectativas sobre el servicio que van a recibir y las percepciones de la actuación de las empresas proveedoras del servicio (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988)

Bajo este enfoque, la calidad percibida es medida a través de las expectativas de los clientes utilizando el paradigma disconfirmatorio, también conocido como the “gap model”, que se operacionaliza a través de la escala propuesta por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) denominada SERVQUAL. Sin embargo, los estudios empíricos llevados a cabo en distintos entornos de servicio mostraron que la escala tiene problemas de validez y fiabilidad, por lo que actualmente se sugiere la utilización de las percepciones de los clientes para la determinación de la calidad de servicio, tal y como propusieron (Cronin & Taylor, 1992).

*“Cuando la calidad de servicio es vista desde la perspectiva del cliente y, sobre todo, al definirla como la satisfacción o superación de sus expectativas, surge su confusión con el propio concepto de “satisfacción”. Debido a la similitud conceptual entre los dos constructos, ambos están altamente correlacionados aunque son distintos.”* (Cronin, 2000, pág. 193).

En este sentido, parece haber un consenso emergente en considerar que la satisfacción se refiere al resultado de transacciones individuales y al servicio global, mientras que la calidad de servicio es la impresión general relativa a la superioridad/inferioridad de la organización y sus servicios es decir, *“la calidad de servicio es una actitud general frente al servicio”* (Bitner, M.J., 1990) Sin embargo, prevalecen posturas opuestas en lo que se refiere a la relación causal entre la satisfacción y la calidad de servicio. *“A pesar de que la dirección de la relación es importante si los objetivos de la investigación persiguen comprender el proceso evaluativo del consumidor”* (Cronin & Taylor, 1992, pág. 55)

*“La mayoría de los trabajos que han examinado esta relación no tienen naturaleza empírica y son confusos por la dificultad aparente de los consumidores para distinguir no sólo entre distintos niveles de agregación (encuentro de servicio o calidad global), sino también para distinguir entre calidad y satisfacción”* (Bitner & Hubert, 1994, pág. 72)

## **2.1. MODELO PARA MEDIR LA CALIDAD DEL SERVICIO**

Los autores *Parasuraman, Valarie, Zeithalm y Berry (1985)* introdujeron una escala de 22 ítems del SERVQUAL, para la medición de la calidad del servicio; este modelo ha sido ampliamente adoptado en el área industrial y comercial. La idea central del SERVQUAL se encuentra en sus cinco dimensiones de la calidad en el servicio que se evalúan mediante técnicas indirectas de comparación entre las expectativas y la percepción posterior al rendimiento. A continuación se presenta el cuadro de las Dimensiones del SERVQUAL según la encuesta de la percepción diseñada por (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985)

## Cuadro 2 de dimensiones del SERVPERF

- **Tangibilidad.** Presentación de instalaciones físicas, de equipos, personal y de medios de comunicación.
- **Fiabilidad.** Es la percepción originada por el cumplimiento de las promesas que se le hicieron a los clientes.
- **Capacidad de respuesta.** Disposición de los empleados para prestar un buen servicio.
- **Seguridad.** Conocimiento de los empleados
- **Empatía.** Es la interacción entre empleados y clientes.

Fuente: (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985, 1988)

Características de los servicios son elementos que descansan en las características fundamentales de los servicios: la intangibilidad, la no diferenciación entre producción y entrega, y la inseparabilidad de la producción y el consumo (Parasuraman, 1985)

De las características diferenciadoras entre los productos tangibles y los servicios cabe destacar el hecho de ser causantes de las diferencias en la determinación de la calidad del servicio. Así, no se pueden evaluar del mismo modo servicios y productos tangibles. A continuación se presentan estas características de una manera más detallada.

### *La intangibilidad*

La mayoría de los servicios son intangibles (Lovelock, 1983). No son objetos, más bien son resultados. Esto significa que muchos servicios no pueden ser verificados por el consumidor antes de su compra para asegurarse de su calidad, ni tampoco se pueden dar las especificaciones uniformes de calidad propias de los bienes. Por tanto, debido a su carácter intangible, una empresa de servicios suele tener dificultades para comprender cómo perciben sus clientes la calidad de los servicios que presta (Zeithalm, 1981).

### ***La heterogeneidad***

Los servicios —especialmente los de alto contenido de trabajo— son heterogéneos en el sentido de que los resultados de su prestación pueden ser muy variables de productor a productor, de cliente a cliente, de día a día. Por tanto, es difícil asegurar una calidad uniforme, porque lo que la empresa cree prestar puede ser muy diferente de lo que el cliente percibe que recibe de ella.

### ***La inseparabilidad***

*“En muchos servicios, la producción y el consumo son indisociables”* (Grönroos, 1994). En servicios intensivos en capital humano, a menudo tiene lugar una interacción entre el cliente y la persona de contacto de la empresa de servicios. Esto afecta considerablemente la calidad y su evaluación.

Según (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985, págs. 41 - 50) *estas características de los servicios implican cuatro consecuencias importantes en el estudio de la calidad del servicio:*

- *La calidad de los servicios es más difícil de evaluar que la de los bienes.*
- *La propia naturaleza de los servicios conduce a una mayor variabilidad de su calidad y, consecuentemente, a un riesgo percibido del cliente más alto que en el caso de la mayoría de bienes.*
- *La valoración (por parte del cliente) de la calidad del servicio tiene lugar mediante una comparación entre expectativas y resultados.*
- *Las evaluaciones de la calidad hacen referencia tanto a los resultados como a los procesos de prestación de los servicios.*

Para dar una síntesis Según (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985), la calidad en el servicio está dada o definida por las diferencias aritméticas entre las expectativas y percepciones del cliente a través de los 22 ítems de medición. Las medidas que representan la calidad en el servicio son

indirectas en el sentido de que son los investigadores y no los sujetos mismos quienes realizan la comparación entre las expectativas y las percepciones. “A continuación en el cuadro 3 se presentara la encuesta de percepción diseñada por (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985) cada afirmación fue evaluada en una escala Likert de 10 puntos ” (Paramo Morales & Ramirez Plazas, 2001)

### **Cuadro 3. Encuesta para medir las Percepciones de SERVPERF**

#### **Tangibilidad**

- Los equipos de XY tienen apariencia de ser modernos.
- Las apariencias físicas de XY son visualmente atractivas.
- Los empleados de XY tienen una apariencia pulcra.
- Los folletos utilizados por XY son visualmente atractivos.

#### **Fiabilidad**

- Cuando XY prometen hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.
- En XY realizan bien el servicio desde la primera vez.
- En XY concluyen el servicio en el tiempo prometido.
- En XY insisten en mantener registros exentos de errores.
- Los empleados XY informan con precisión cuando entregara cada servicio.

#### **Seguridad**

- Cuando tengo un problema, XY muestra un sincero interés en solucionarlo.
- Los empleados de XY siempre se muestran dispuesto a ayudarlo.
- El comportamiento de los empleados de XY transmiten confianza.
- Los usuarios se siente seguro en las transacciones con XY.

#### **Empatía**

- Los empleados de XY son siempre amables con usted.
- En XY dan una atención individualizada.
- En XY tienen horarios de trabajo convenientes para todos sus clientes.
- Lo empleados de XY dan atención personalizada.

#### **Capacidad de respuesta**

- Los empleados tienen conocimiento para responder las dudas.
- Los empleados de XY sirven con rapidez.
- En XY se preocupan por sus intereses.
- Los empleados de XY comprenden sus necesidades específicas.
- Los empleados nunca están demasiado ocupados para atender sus preguntas.

Fuente: (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985, 1988)



## **2.2 MODELO SERVPERF**

(Cronin & Taylor, 1992) Proponen un modelo denominado SERVPERF. Que utiliza las 22 afirmaciones del modelo SERVQUAL enfocadas a las percepciones del cliente sobre el servicio recibido (ver cuadro 2.). Se basa en el análisis de las relaciones entre calidad del servicio y satisfacción del consumidor y su impacto sobre las decisiones de compra.

Este modelo fue diseñado con el fin de superar las limitaciones de utilizar las expectativas en la medición de calidad percibida, sin definir el tipo y nivel de expectativas a utilizar (desempeño, experienciales, predictivas, normativas) (Colmenares y Saavedra, 2007), haciendo uso de la misma escala variando en el enfoque de evaluación y las variables en los instrumentos. (Duque, 2005).

### 3. PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA Y PROGRAMA

*“El programa adulto mayor mis mejores años de Comfamiliar nace el 5 de junio de 1995 en las instalaciones el parque la rebeca en la ciudad de Neiva, bajo la dirección del hoy Mag. Ángel Miller Roa, este programa estaba encaminado a brindar un espacio de pasatiempo y recreación del tiempo libre, en donde se brindaba instrucción de manualidades, música, danza, viajes y turismo. Para 1998 se crea la sede Cambulos, hoy en día CAPF los Cambulos, en donde continua este programa que ya cuenta con más de 20 años al servicio de la comunidad neivana.*

*A partir del año 2010 se crean dos sedes anexas al programa, UIS san Jorge y UIS norte, brindando mayor servicio al sur y norte de la ciudad, todo esto bajo la dirección de la Dr. Patricia Walteros. Este espacio se caracterizo por el arduo trabajo y énfasis a los procesos recreativos en danza, música y manualidades, no obstante con el pasar del tiempo, se integramos nuevas personas al equipo de trabajo, naciendo una nueva propuesta que iría de la mano no solo de la recreación, sino de la promoción y prevención.*

*En el año 2011 la Fisioterapeuta Sandra Liliana Caicedo Salazar coordinadora y Erika Johana Álvarez González enfermera del programa dan apertura a la sede de hacienda años dorados ubicada en el Km 9 vía rivera y las nuevas sedes de Garzón, Pitalito y la plata. Realizan una reestructuración a los pilares del programa, y se crea la ficha técnica con bases solidas en el proceso de recreación entrelazada con la promoción y prevención, pensando en mejorar cada vez más la calidad de vida de cada uno de nuestros usuarios, por lo anterior se*

*vinculan al programa dos fisioterapeutas y 1 psicóloga quienes tendrán la misión de orientar y asesorar los procesos con talleres y charlas.*

*Para el año 2015 bajo la coordinación del Lic. Jorge Ernesto Ávila Bernal se realizan la reestructuración de la hacienda años dorados, trasladándola al centro vacacional paya juncal, para así generar mayor impacto en los servicios ofrecidos a los usuarios (Acuatonos, Hidroterapia, zona de juegos, etc.), de igual manera se inicia con la creación de un manual de convivencia para el programa y así poder mitigar algún problema o mal ambiente dentro de las actividades, por ello la ficha técnica se replantea para poder dar respuesta a las necesidades de nuestros usuarios.*

*Hoy en día el programa adulto mayor mis mejores años es uno de los proyectos insignias de la caja de compensación familiar, otorgándole a cada uno de nuestros beneficiarios un servicio de la más alta calidad, ofreciendo siempre nuestra gran experiencia para el beneficio de nuestros adultos mayores.”*

*Fuente: (Avila, 2015, pág. 8)*

### **3.1 MISIÓN**

*“En el programa adulto mayor mis mejores años tenemos el compromiso de generar espacios de recreación, lúdicas y actividades de promoción y prevención para generar un impacto positivo de mejoramiento en la calidad de vida, mediante la participación activa de todo el personal, brindando los mejores estándares de calidad y satisfacción del servicio para nuestros usuarios”. (Avila, 2015, pág. 40)*

### 3.2 VISION

*“Para el 2020 el programa adulto mayor estará posicionado en el departamento del Huila como el mejor programa en atención lúdico recreacional guiado de la mano en la promoción y prevención al adulto mayor; brindando nuestro servicio con sedes en los municipios de Garzón, Pitalito, la Plata, el Juncal y Neiva, esta ultima como oficina central.” (Avila, 2015, pág. 40)*

### 3.3 FILOSOFIA

*“El programa adulto mayor “mis mejores años” de COMFAMILIAR Huila ya hace más de 20 años, se ha comprometido con la comunidad, aportando nuevas ideas de crecimiento y aprovechamiento del tiempo libre, generando formas de pensar y actuar en pro del mejoramiento de la calidad de vida y la proyección social. Estamos convencidos de que es posible vivir mejor, trabajando arduamente con nuestros adultos mayores.” (Avila, 2015, pág. 40)*

## 4. METODOLOGIA

El soporte que se utilizara para la recogida de información ha sido un cuestionario estructurado, con preguntas de respuesta cerrada, diseñado con base a los objetivos de la investigación. Concretamente, utilizando el modelo SERVQUAL al cual se le realizaran algunas adaptaciones de los ítems, añadiendo unos y eliminando otros, para reflejar mejor las características específicas de cada servicio. Se tomaron como referencia investigaciones anteriores relacionadas con el sector objeto de estudio y concretamente en servicios al adulto mayor. Siguiendo a Zeithaml en este trabajo sólo se utilizan las percepciones de los clientes para la evaluación de las relaciones causales, porque nuestro principal objetivo con la medida de la calidad de servicio es intentar explicar la varianza de otros constructos dependientes.

### 4.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación del presente trabajo que busca establecer la calidad del servicio desde la perspectiva de los usuarios. Este se basa en:

- **DESCRIPTIVO:** busca contextualizar la aplicación de un marco teórico a un evento en particular.
- **ANALÍTICO:** consiste en identificar y explicar el objeto de estudio desde lo complejo a lo simple realizando el análisis y observación directa de las variables en un solo momento.

### 4.1. POBLACIÓN Y MUESTRA.

La población objeto de análisis la conforman los usuarios pertenecientes al programa adulto mayor “mis mejores años” de Comfamiliar en las sedes UIS NORTE, UIS SAN JORGE, LOS

CAMBULOS Y JUNCAL, la muestra que equivale a 190 personas. Cabe aclarar que la muestra fue seleccionada en personas que llevan más de tres meses en las actividades, puesto que se considera que el participante ya ha pasado cierto tiempo, interactuando y recibiendo los servicios del programa; tiene una percepción más clara sobre la calidad de éstos y demostrará un nivel de satisfacción más objetivo.

En esta investigación se estructuró una encuesta con 26 ítems, la cual fue aplicada a una muestra representativa de 177 personas.

**Cuadro 4. Variable de aplicación de muestra**

VARIABLE	VALOR
N	177
Z	95% - 1.96
E	5%
P	50%
Q	50%

En la Tabla I, Z es el parámetro crítico del nivel de confianza del 95%; E el porcentaje de error; P la probabilidad de que suceda una contestación favorable de la encuesta y Q la probabilidad de que no suceda este evento. Para evaluar la muestra se usó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{NZ^2PQ}{(N-1)E^2 + Z^2PQ}$$

Una vez obtenida la muestra se procedió a realizar la distribución de acuerdo al porcentaje de participación de los usuarios en el programa y cada sede con base en el total de la población a partir del tercer mes en adelante.

**Cuadro 5. Población, peso y muestra del programa según sedes**

<b>PROGRAMA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>% P</b>	<b>MUESTRA</b>
<b>NORTE</b>	25	13%	22
<b>SUR</b>	20	11%	20
<b>CAMBULOS</b>	80	42%	75
<b>PLAYA</b>	65	34%	60
<b>TOTAL</b>	190	100%	177

#### **4.2. VARIABLES SOCIOECONÓMICAS**

En la presente investigación se definieron como variables socioeconómicas a los usuarios del programa adulto mayor “mis mejores años” de COMFAMILIAR Huila, entre edades de 60 a 80, estrato 1, 2, 3, y pensionados.

#### **4.3. ESTRUCTURA DEL INSTRUMENTO**

Para esta investigación vamos a utilizar el instrumento que nos ofrece la escala SERVQUAL de (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985) la cual consta de 26 variables y 5 dimensiones las cuales ya hemos mencionado anteriormente.

## **Cuadro 6. Encuesta para medir la expectativa del SERVPERF en el programa adulto**

**mayor**

### **TANGIBILIDAD**

1. Los equipos y elementos que se manejan en el programa son modernos.
2. Las instalaciones donde se prestan las actividades del programa son atractivas.
3. Las infraestructuras son acordes y accesibles para el adulto mayor.
4. Las actividades realizadas por el programa son las adecuadas.
5. Los instructores del programa están bien presentados.

### **FIABILIDAD**

6. Cuando el programa promete hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.
7. Los instructores realizan bien sus ejercicios y actividades desde la primera vez.
8. El programa cumple con los servicios pactados en el tiempo prometido.
9. El programa lleva registros sobre las actividades.
10. Los colaboradores adscritos al programa como monitores, instructores, profesionales, coordinador, informan con precisión cuando entregan cada servicio.

### **SEGURIDAD**

11. Los colaboradores del programa siempre están dispuestos a ayudarlo.
12. Los instructores y colaboradores transmiten confianza.
13. Los usuarios se sienten seguros con las actividades que el programa realiza.
14. El nivel de conocimiento de los colaboradores del programa es el apropiado.

### **EMPATÍA**

15. Los colaboradores del programa son siempre amables.
16. En el programa dan una atención individualizada.
17. El líder del programa da atención personalizada.
18. El administrador del punto ofrece atención y solución a las dificultades que se puedan presentar.

### **CAPACIDAD DE RESPUESTA**

19. Los colaboradores tiene conocimiento para responder las dudas de los usuarios.
20. Los colaboradores del programa sirven con rapidez.
21. En el programa se preocupan los intereses de los usuarios.
22. Los colaboradores del programa comprenden sus necesidades específicas.
23. Cuando se tiene preguntas los colaboradores dedican tiempo y disponibilidad a solucionar sus dudas.

### **OTROS**

24. Me siento feliz con todos los servicios prestados por el programa adulto mayor.
25. Le cuento a mis amigos que el programa es bueno.
26. Siempre que pueda volvería a utilizar los programas para el adulto mayor que ofrece Comfamiliar – Huila.

Fuente: Encuesta modificada (propia)



Estas afirmaciones de la calidad del servicio están agrupadas en las dimensiones: Tangibilidad, fiabilidad, seguridad, empatía, capacidad de respuesta y otros; estas son valoradas por los clientes del programa adulto mayor “Mis Mejores Años” de COMFAMILIAR Huila, por medio de una escala LIKERT que cuenta con cinco alternativas que representan el grado de aceptación en que se encuentra el cliente con respecto a cada planteamiento.

#### **Cuadro 7. Escala LIKERT**

- Totalmente en desacuerdo = 1
- En desacuerdo = 2
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo = 3
- De acuerdo = 4
- Totalmente de acuerdo = 5

Fuente: (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985, 1988)

#### **4.4. VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

- Para esta investigación, se ha diseñado una encuesta como herramienta de recolección de la información para la evaluación de la calidad del servicio en el programa adulto mayor “mis mejores años” de COMFAMILIAR del Huila.
- Seguidamente se inicia a la validación del contenido por medio de las asesorías del profesor Elías Ramírez quien cuenta con gran experiencia en estos temas quien nos guía y nos enfoca en el tema de investigación.
- Consecutivamente se realizó la entrega del instrumento (encuesta) diseñado para tal propósito, para justificar lo anterior se realizó una exhaustiva descripción de los antecedentes, un marco teórico, descripción de la población y muestra.
- Se asimilar el modelo de evaluación de la calidad del servicio SERVQUAL (ver cuadro 3) y adaptarlo según los objetivos de la investigación.

- Pasar por la Revisión de la redacción de las afirmaciones.
- Eliminar las afirmaciones que no aportaban información relevante para la investigación.

Se realizan los cambios anteriormente mencionados con el objetivo de asegurar la concordancia de las respuestas con los objetivos, la presentación del instrumento, el orden y la claridad de las afirmaciones.

La versión definitiva del cuestionario se presenta en el anexo identificado como “Encuesta sobre evaluación de calidad del servicio P.A.M. (Programa Adulto Mayor) ”

## 5. ANÁLISIS DE DATOS

Una vez recolectados todos los datos con el instrumento, los resultados fueron tabulados y registrados en porcentajes, ítems y números de personas para su mayor entendimiento, todo esto para observar cada una de las alternativas de repuesta de cada dimensión del modelo SERVQUAL (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985) Para el estudio se considera el análisis porcentual de los ítems interpretándose de la siguiente manera.

1. Totalmente en desacuerdo (TD)
2. En desacuerdo (D)
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo (NAND)
4. De acuerdo (A)
5. Totalmente de acuerdo (TA)

A continuación se presenta el análisis de los resultados obtenidos mediante el instrumento seccionado (encuestas) en el programa adulto mayor “Mis Mejores Años”.

**Cuadro 8. Distribución porcentual de los ítems que componen la dimensión Tangibilidad de percepción.**

INDICADOR DE CALIDAD		TD	D	NDNA	A	TA	INDICADOR
AFIRMACIÓN		1	2	3	4	5	PONDERADO
1	Los equipos y elementos que se manejan en el programa son modernos.	0	2	5	120	50	4,23
2	Las instalaciones donde se prestan las actividades del programa son atractivas.	0	4	4	119	51	4,23
3	Las infraestructuras son acordes y accesibles para el adulto mayor.	58	92	0	18	9	2,02
4	Las actividades realizadas por el programa son las adecuadas.	0	4	0	112	62	4,31
5	Los instructores del programa están bien presentados.	0	0	5	129	42	4,21
<b>TANGIBILIDAD</b>							<b>3,80</b>

Fuente: Datos obtenidos por la encuesta (Elaboración propia).

Se puede observar en el cuadro 8 la distribución de porcentual de la opinión de los usuarios de los servicios ofrecidos por el programa adulto mayor con respecto a los ítems que componen la dimensión de Tangibilidad que está relacionado con la presentación de las instalaciones físicas, equipos, personal y productos (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988)

El ítem No. 1 indica con un 28% de los clientes que participaron en la encuesta, están totalmente de acuerdo al decir que el programa adulto mayor posee equipos y elementos modernos, mientras que el 68% que son la mayoría están de acuerdo con esta afirmación. Solo el 3% están no están de acuerdo o en desacuerdo frente a un 1% que está en desacuerdo con esta afirmación.

El ítem No. 2 indica con un 29% de los clientes que participaron en la encuesta, están totalmente de acuerdo al decir que el programa adulto mayor tiene una infraestructura atractiva, mientras que el 67% que son la mayoría están de acuerdo con esta afirmación. Solo el 2% no están de acuerdo o en desacuerdo al igual que un 2% que está en desacuerdo con esta afirmación.

El ítem No. 3 indica que un 5 % de los clientes que participaron en la encuesta, están totalmente de acuerdo al decir que el programa adulto mayor tiene infraestructuras acordes y accesibles, mientras que el 10% están de acuerdo con esta afirmación. Lo preocupante es que el 52% está en desacuerdo y un 33% en total desacuerdo.

El ítem No. 4 indica que un 35 % de los clientes que participaron en la encuesta, están totalmente de acuerdo al decir que las actividades realizadas por el programa son las adecuadas, mientras que el 63% que son la mayoría están de acuerdo con esta afirmación. Solo el 2% está en desacuerdo.

El ítem No. 5 indica que un 24 % de los clientes que participaron en la encuesta, están totalmente de acuerdo al decir que los instructores del programa están bien presentados, mientras que el 73%

que son la mayoría están de acuerdo con esta afirmación. Solo el 3% no están ni de acuerdo o en desacuerdo.

**Cuadro 9. Distribución porcentual de los ítems que componen la dimensión fiabilidad de percepción.**

INDICADOR DE CALIDAD		TD	D	NDNA	A	TA	INDICADOR PONDERADO
AFIRMACIÓN		1	2	3	4	5	
6	Cuando el programa promete hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.	0	21	0	110	46	4,02
7	Los instructores realizan bien sus ejercicios y actividades desde la primera vez.	0	5	0	120	51	4,23
8	El programa cumple con los servicios pactados en el tiempo prometido.	0	16	0	106	55	4,13
9	El programa lleva registros sobre las actividades.	0	2	0	133	42	4,22
10	Los colaboradores adscritos al programa como monitores, instructores, profesionales, coordinador, informan con precisión cuando entregan cada servicio.	2	9	0	120	46	4,13
<b>FIABILIDAD</b>							<b>4,15</b>

Fuente: Datos obtenidos por la encuesta (Elaboración propia).

El cuadro 9 contiene los resultados obtenidos de la opinión de los clientes encuestados con respecto a la dimensión fiabilidad que responde a la capacidad de prestar los servicios prometidos con seguridad y de forma correcta (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988).

El ítem No. 6 indica que el 26% de los clientes que participaron en la encuesta, están totalmente de acuerdo al decir que Cuando el programa promete hacer algo en cierto tiempo, lo hacen, mientras que el 62% que son la mayoría están de acuerdo con esta afirmación. Solo el 12% están desacuerdo.

El ítem No. 7 indica que el 29% de los clientes que participaron en la encuesta, están totalmente de acuerdo al decir que Los instructores realizan bien sus ejercicios y actividades desde la

primera vez, mientras que el 68% que son la mayoría están de acuerdo con esta afirmación. Solo el 3% están desacuerdo.

El ítem No. 8 indica que el 31% de los clientes que participaron en la encuesta, están totalmente de acuerdo al decir que El programa cumple con los servicios pactados en el tiempo prometido, mientras que el 60% que son la mayoría están de acuerdo con esta afirmación. Solo el 9% están desacuerdo.

El ítem No. 9 indica que el 24% de los clientes que participaron en la encuesta, están totalmente de acuerdo al decir que El programa lleva registros sobre las actividades, mientras que el 75% que son la mayoría están de acuerdo con esta afirmación. Solo el 1% están desacuerdo.

El ítem No. 10 indica que el 26% de los clientes que participaron en la encuesta, están totalmente de acuerdo al decir que Los colaboradores adscritos al programa como monitores, instructores, profesionales, coordinador, informan con precisión cuando entregan cada servicio, mientras que el 68% que son la mayoría están de acuerdo con esta afirmación. Solo el 5% están desacuerdo y un 1% en total desacuerdo.

**Cuadro 10. Distribución porcentual de los ítems que componen la dimensión Seguridad de percepción.**

INDICADOR DE CALIDAD		TD	D	NDNA	A	TA	INDICADOR PONDERADO
AFIRMACIÓN		1	2	3	4	5	
11	Los colaboradores del programa siempre están dispuestos a ayudarlo.	2	5	0	120	50	4,19
12	Los instructores y colaboradores transmiten confianza.	2	14	0	119	42	4,05
13	Los usuarios se sienten seguros con las actividades que el programa realiza.	0	2	4	120	51	4,25
14	El nivel de conocimiento de los colaboradores del programa es el apropiado.	0	23	0	112	42	3,98
<b>SEGURIDAD</b>							<b>4,12</b>

Fuente: Datos obtenidos por la encuesta (Elaboración propia).

De acuerdo al cuadro 10, que contiene los resultados obtenidos de los ítems que conforman la dimensión seguridad que responde a los conocimientos y la cortesía de los empleados y su capacidad de influir en la confianza (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988)

El ítem No.11 indica que el 28% de los clientes que participaron en la encuesta, están totalmente de acuerdo al decir que Los colaboradores del programa siempre están dispuestos a ayudarlo, mientras que el 68% que son la mayoría están de acuerdo con esta afirmación. Solo el 3% están desacuerdo y un 1% en total desacuerdo.

El ítem No.12 indica que el 24% de los clientes que participaron en la encuesta, están totalmente de acuerdo al decir que Los instructores y colaboradores transmiten confianza, mientras que el 67% que son la mayoría están de acuerdo con esta afirmación. Solo el 8% están desacuerdo y un 1% en total desacuerdo.

El ítem No.13 indica que el 29% de los clientes que participaron en la encuesta, están totalmente de acuerdo al decir que Los usuarios se sienten seguros con las actividades que el programa

realiza, mientras que el 68% que son la mayoría están de acuerdo con esta afirmación. Solo el 2% están Ni de acuerdo ni en desacuerdo y un 1% en desacuerdo.

El ítem No.14 indica que el 24% de los clientes que participaron en la encuesta, están totalmente de acuerdo al decir que El nivel de conocimiento de los colaboradores del programa es el apropiado, mientras que el 63% que son la mayoría están de acuerdo con esta afirmación. Solo el 13% están en desacuerdo.

**Cuadro 11. Distribución porcentual de los ítems que componen la dimensión Empatía de percepción.**

INDICADOR DE CALIDAD		TD	D	NDNA	A	TA	INDICADOR PONDERADO
15	Los colaboradores del programa son siempre amables.	2	5	0	101	69	4,30
16	En el programa dan una atención individualizada.	5	12	4	106	50	4,03
17	El líder del programa da atención personalizada.	5	9	0	112	51	4,10
18	El administrador del punto ofrece atención y solución a las dificultades que se puedan presentar.	104	48	0	16	9	1,74
<b>EMPATÍA</b>							<b>3,54</b>

Fuente: Datos obtenidos por la encuesta (Elaboración propia).

La información presentada en el cuadro 11, muestra los resultados obtenidos de la opinión de los clientes encuestados con respecto a los ítems que conforman la dimensión empatía que demuestra la interacción entre los empleados y los clientes brindando una atención individual y cuidadosa. (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988)

El ítem No.15 indica que el 39% de los clientes que participaron en la encuesta, están totalmente de acuerdo al decir que Los colaboradores del programa son siempre amables, mientras que el 57% que son la mayoría están de acuerdo con esta afirmación. Solo el 3% están en desacuerdo y un 1% en total desacuerdo.



El ítem No.16 indica que el 28% de los clientes que participaron en la encuesta, están totalmente de acuerdo al decir que En el programa se da una atención individualizada, mientras que el 60% que son la mayoría están de acuerdo con esta afirmación. Solo el 2% está Ni de acuerdo ni en desacuerdo, un 7% en desacuerdo y un 3% en total desacuerdo.

El ítem No.17 indica que el 29% de los clientes que participaron en la encuesta, están totalmente de acuerdo al decir que El líder del programa da atención personalizada, mientras que el 63% que son la mayoría están de acuerdo con esta afirmación. Solo el 5% está en desacuerdo y un 3% en total desacuerdo.

El ítem No.18 indica que el 5% de los clientes que participaron en la encuesta, están totalmente de acuerdo al decir que El administrador del punto ofrece atención y solución a las dificultades que se puedan presentar, mientras que el 9% están de acuerdo con esta afirmación. Se refleja preocupante que el 27% está en desacuerdo y un 59% en total desacuerdo este último con la mayoría de peso.

**Cuadro 12. Distribución porcentual de los ítems que componen la dimensión capacidad de respuesta de percepción.**

INDICADOR DE CALIDAD		TD	D	NDNA	A	TA	INDICADOR PONDERADO
19	Los colaboradores tienen conocimiento para responder las dudas de los usuarios.	4	9	0	120	44	4,09
20	Los colaboradores del programa sirven con rapidez.	2	7	0	119	50	4,17
21	En el programa se preocupan los intereses de los usuarios.	0	4	0	129	44	4,21
22	Los colaboradores del programa comprenden sus necesidades específicas.	5	12	0	110	50	4,05
23	Cuando se tiene preguntas los colaboradores dedican tiempo y disponibilidad a solucionar sus dudas.	4	14	5	106	48	4,02
<b>CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>							<b>4,11</b>

Fuente: Datos obtenidos por la encuesta (Elaboración propia).

El cuadro 12 brinda la información obtenida de la opinión de la muestra encuestada con respecto a la dimensión capacidad de respuesta que demuestra la disposición de los empleados para brindar un buen servicio (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988)

El ítem No.19 indica que el 25% de los clientes que participaron en la encuesta, están totalmente de acuerdo al decir que Los colaboradores tienen conocimiento para responder las dudas de los usuarios, mientras que el 68% que son la mayoría están de acuerdo con esta afirmación. Solo 5% en desacuerdo y un 2% en total desacuerdo.

El ítem No.20 indica que el 28% de los clientes que participaron en la encuesta, están totalmente de acuerdo al decir que Los colaboradores del programa sirven con rapidez, mientras que el 67% que son la mayoría están de acuerdo con esta afirmación. Solo 4% en desacuerdo y un 1% en total desacuerdo.

El ítem No.21 indica que el 25% de los clientes que participaron en la encuesta, están totalmente de acuerdo al decir que En el programa se preocupan los intereses de los usuarios, mientras que el 73% que son la mayoría están de acuerdo con esta afirmación. Solo 2% en desacuerdo.

El ítem No.22 indica que el 28% de los clientes que participaron en la encuesta, están totalmente de acuerdo al decir que Los colaboradores del programa comprenden sus necesidades específicas, mientras que el 62% que son la mayoría están de acuerdo con esta afirmación. Solo 7% en desacuerdo y un 3% en total desacuerdo.

El ítem No.23 indica que el 27% de los clientes que participaron en la encuesta, están totalmente de acuerdo al decir que Cuando se tiene preguntas los colaboradores dedican tiempo y disponibilidad a solucionar sus dudas, mientras que el 60% que son la mayoría están de acuerdo con esta afirmación. Solo el 3% está Ni de acuerdo ni en desacuerdo, frente a un 8% en desacuerdo y un 2% en total desacuerdo.

**Cuadro 13. Distribución porcentual de los ítems que componen la dimensión otros de percepción.**

INDICADOR DE CALIDAD		TD	D	NDNA	A	TA	INDICADOR PONDERADO
24	Me siento feliz con todos los servicios prestados por el programa adulto mayor.	2	5	7	110	53	4,17
25	Le cuento a mis amigos que el programa es bueno.	0	2	0	44	131	4,72
26	Siempre que pueda volvería a utilizar los programas para el adulto mayor que ofrece Comfamiliar – Huila.	0	2	0	37	138	4,76
<b>OTROS</b>							<b>4,55</b>

Fuente: Datos obtenidos por la encuesta (Elaboración propia).

El cuadro 13 brinda la información obtenida de la opinión de la muestra encuestada con respecto a la dimensión otros que son la sensación de nuestros clientes con el programa y la recomendación del mismo (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988)

El ítem No.24 indica que el 30% de los clientes que participaron en la encuesta, están totalmente de acuerdo al decir Me siento feliz con todos los servicios prestados por el programa adulto mayor, mientras que el 62% que son la mayoría están de acuerdo con esta afirmación. Solo el 4% está Ni de acuerdo ni en desacuerdo, frente a un 3% en desacuerdo y un 1% en total desacuerdo.

El ítem No.25 indica que el 74% de los clientes que participaron en la encuesta (que son la mayoría) están totalmente de acuerdo al decir Le cuento a mis amigos que el programa es bueno, mientras que el 25% que están de acuerdo. Solo el 1% está en desacuerdo.

El ítem No.26 indica que el 78% de los clientes que participaron en la encuesta (que son la mayoría) están totalmente de acuerdo al decir que Siempre que pueda volvería a utilizar los programas para el adulto mayor que ofrece Comfamiliar – Huila., mientras que el 21% que están de acuerdo. Solo el 1% está en desacuerdo.

**Cuadro 14 indicador ponderado de las dimensiones SERVPERF**

INDICADOR DE CALIDAD		TD	D	NDNA	A	TA	INDICADOR PONDERADO
AFIRMACIÓN		1	2	3	4	5	
1	Los equipos y elementos que se manejan en el programa son modernos.	0	2	5	120	50	4,23
2	Las instalaciones donde se prestan las actividades del programa son atractivas.	0	4	4	119	51	4,23
3	Las infraestructuras son acordes y accesibles para el adulto mayor.	58	92	0	18	9	2,02
4	Las actividades realizadas por el programa son las adecuadas.	0	4	0	112	62	4,31
5	Los instructores del programa están bien presentados.	0	0	5	129	42	4,21
<b>TANGIBILIDAD</b>							<b>3,80</b>
6	Cuando el programa promete hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.	0	21	0	110	46	4,02
7	Los instructores realizan bien sus ejercicios y actividades desde la primera vez.	0	5	0	120	51	4,23
8	El programa cumple con los servicios pactados en el tiempo prometido.	0	16	0	106	55	4,13
9	El programa lleva registros sobre las actividades.	0	2	0	133	42	4,22
10	Los colaboradores adscritos al programa como monitores, instructores, profesionales, coordinador, informan con precisión cuando entregan cada servicio.	2	9	0	120	46	4,13
<b>FIABILIDAD</b>							<b>4,15</b>
11	Los colaboradores del programa siempre están dispuestos a ayudarlo.	2	5	0	120	50	4,19
12	Los instructores y colaboradores transmiten confianza.	2	14	0	119	42	4,05
13	Los usuarios se sienten seguros con las actividades que el programa realiza.	0	2	4	120	51	4,25
14	El nivel de conocimiento de los colaboradores del programa es el apropiado.	0	23	0	112	42	3,98
<b>SEGURIDAD</b>							<b>4,12</b>
15	Los colaboradores del programa son siempre amables.	2	5	0	101	69	4,30
16	En el programa dan una atención individualizada.	5	12	4	106	50	4,03
17	El líder del programa da atención personalizada.	5	9	0	112	51	4,10
18	El administrador del punto ofrece atención y solución a las dificultades que se puedan presentar.	104	48	0	16	9	1,74
<b>EMPATÍA</b>							<b>3,54</b>
19	Los colaboradores tienen conocimiento para responder las dudas de los usuarios.	4	9	0	120	44	4,09
20	Los colaboradores del programa sirven con rapidez.	2	7	0	119	50	4,17

21	En el programa se preocupan los intereses de los usuarios.	0	4	0	129	44	4,21
22	Los colaboradores del programa comprenden sus necesidades específicas.	5	12	0	110	50	4,05
23	Cuando se tiene preguntas los colaboradores dedican tiempo y disponibilidad a solucionar sus dudas.	4	14	5	106	48	4,02
<b>CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>							<b>4,11</b>
24	Me siento feliz con todos los servicios prestados por el programa adulto mayor.	2	5	7	110	53	4,17
25	Le cuento a mis amigos que el programa es bueno.	0	2	0	44	131	4,72
26	Siempre que pueda volvería a utilizar los programas para el adulto mayor que ofrece Comfamiliar – Huila.	0	2	0	37	138	4,76
<b>OTROS</b>							<b>4,55</b>
<b>CALIDAD DE SERVICIO</b>							<b>4,04</b>

Fuente: Datos obtenidos por la encuesta (Elaboración propia).

El cuadro 14 muestra los resultados de la ponderación de cada una de las afirmaciones que conforman las dimensiones del modelo SERVQUAL aplicando el modelo de ponderación en función en función de la importancia directamente atribuida por el usuario a cada aspecto del servicio propuesta por Palacios (2002), el cual se asigna un valor a las opciones del instrumento: Totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, de acuerdo y totalmente de acuerdo se les asigna los valores 1, 2, 3, 4 y 5 respectivamente. Este indicador se calculó de acuerdo a la siguiente fórmula:

$$\text{Indicador ponderado IP} = \frac{\sum (P \times F)}{\sum F}$$

Donde P es el índice de ponderación (1, 2, 3, 4 y 5) y F es el número de respuestas obtenidas en cada afirmación.

El análisis del cuadro 14 indica que todas las variables lograron un valor por arriba de 4 calificado sobre 5 como máxima puntuación. El promedio de todos los indicadores es de 4.0 lo que indica la calificación de la calidad del servicio del programa adulto mayor “mis mejores

años” goza de buena aceptación de los clientes que disfrutan de nuestras actividades, de igual forma se deben tomar nuevas estrategias para mejorar en el transcurso del tiempo.

- La dimensión Tangibilidad tiene un índice ponderado de 3.80, donde la afirmación con mayor índice ponderado es “Las actividades realizadas por el programa son las adecuadas” con 4.31 y el de menor índice es “Las infraestructuras son acordes y accesibles para el adulto mayor” con 2.02.
- La dimensión fiabilidad tiene un índice ponderado de 4.15, donde la afirmación con mayor índice ponderado es “El programa cumple con los servicios pactados en el tiempo prometido” con 4.13 y el de menor índice es “Cuando el programa promete hacer algo en cierto tiempo, lo hacen” con 4.02.
- La dimensión seguridad tiene un índice ponderado de 4.12, donde la afirmación con mayor índice ponderado es “Los usuarios se sienten seguros con las actividades que el programa realiza” con 4.25 y el de menor índice es “El nivel de conocimiento de los colaboradores del programa es el apropiado.” con 3.98.
- La dimensión empatía tiene un índice ponderado de 3.54, donde la afirmación con mayor índice ponderado es “Los colaboradores del programa son siempre amables” con 4.30 y el de menor índice es “El administrador del punto ofrece atención y solución a las dificultades que se puedan presentar” con 1.74
- La dimensión capacidad de respuesta tiene un índice ponderado de 4.11, donde la afirmación con mayor índice ponderado es “En el programa se preocupan los intereses de los usuarios.” con 4.21 y el de menor índice es “Cuando se tiene preguntas los colaboradores dedican tiempo y disponibilidad a solucionar sus dudas.” con 4.02

- La dimensión otros tiene un índice ponderado de 4.55, donde la afirmación con mayor índice ponderado es “Siempre que pueda volvería a utilizar los programas para el adulto mayor que ofrece Comfamiliar – Huila” con 4.76 y el de menor índice es “Me siento feliz con todos los servicios prestados por el programa adulto mayor.” con 4.17

## **6. RECOMENDACIONES Y CONCLUSIONES**

### **6.1 RECOMENDACIONES**

Teniendo en cuenta los resultados de los valores se recomienda realizar:

- Realizar protocolo de información para los nuevos clientes, donde se les presenten todas las actividades y servicios que van a pactar con la empresa.
- Establecer programas y jornadas pedagógicas con los usuarios donde se le suministre toda la información de los pactos de servicios y actividades que se ejecutan en el programa adulto mayor.
- Realizar planes y acciones para incentivar la fidelización de los clientes y así no sufrir de deserción.
- Realizar planes de marketing donde el VOZ a VOZ sea la mejor herramienta para hacer crecer en cobertura.
- Establecer proyectos de mejora para las infraestructuras según lo establecido en la ley para la accesibilidad.
- Realizar planes, proyectos y actividades de capacitaciones a todo el personal de colaboradores en de servicio al cliente y calidad de servicio.
- Es necesario crear conciencia e involucrar a los empleados en el proceso de toma de decisiones para que todos los participantes aporten a la mejora de la calidad. Se propone estudiar el clima laboral para conocer la situación interna de la empresa y determinar el mejor medio para difundir la cultura del servicio.
- Reorganizar las actividades curriculares que desde la coordinación de dictan para la ejecución de las acciones con los cliente, esto incrementara una mejor experiencia del mismos y se sientan más a gusto. tenga una mejor experiencia.



- Mejorar el dominio del sitio web trabajando de la mano con un community manager y un programador para aumentar la participación en las redes sociales y blogs con el fin de difundir la información de la empresa de forma más eficiente.
- Lanzar programas de incentivo para los mejores usuarios (el más puntual en el pago, fidelización, etc.)
- Dar a conocer los protocolos y conductos regulares de las actividades y servicios para así dar mayor seguridad al usuario.
- Un seguimiento de retroalimentación y evaluación de las actividades mes por mes.
- Que los administradores de los puntos dediquen espacios para poder fomentar la comunicación y la empatía con los usuarios.

## **6.2. CONCLUSIONES**

De acuerdo con los resultados obtenidos por las encuestas aplicadas a los usuarios del programa adulto mayor de Comfamiliar, se concluyo que los objetivos generales y específicos planteados inicialmente en esta investigación fueron cumplidas. El objetivo general consistía en Diseñar un modelo para evaluar la calidad del servicio en el programa social Adulto mayor “Mis Mejores Años” de Comfamiliar Huila en el 2017 en Neiva. Este se demuestra en el cuadro 14 donde exponemos que el programa goza de una buena aceptación por parte de los clientes, esto gracias a la a la elaboración y aplicación de los instrumentos de investigación.

Se identificaron las necesidades específicas de los clientes a partir de la información recolectada, permitiendo la elaboración de las recomendaciones que aportan un posible incremento en la calidad del servicio prestado por Comfamiliar Huila.

Con respecto a los colaboradores del programa, se evidencia que gozan con una buena aceptación, pero deben aplicarse programas, planes, capacitaciones y actualización de herramientas para la atención integral de cliente, calidad de servicio y líder en servicio. De igual forma se concluye que algunos de los administradores de los puntos donde ejercen las actividades del programa, no prestan atención a los clientes y no comparten con ellos, por lo anterior deben dedicar tiempo para hacer que sus clientes vean la seguridad y empatía de todo un equipo de trabajo.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alcaldia de Neiva. (08 de Agosto de 2016). *Alcaldia de Neiva*. Obtenido de 126 NUEVOS BENEFICIARIOS DEL SUBSIDIO COLOMBIA MAYOR EN NEIVA: [www.alcaldianeiva.gov.co/NuestraAlcaldia/SalaDePrensa/Paginas/126-nuevos-beneficiarios-del-subsidio-Colombia-Mayor-en-Neiva.aspx](http://www.alcaldianeiva.gov.co/NuestraAlcaldia/SalaDePrensa/Paginas/126-nuevos-beneficiarios-del-subsidio-Colombia-Mayor-en-Neiva.aspx)
- Avila, J. (2015). Ficha tecnica Programa Adulto mayor "Mis Mejores Años" 2015 - 2020. En J. E. Avila Bernal. Neiva .
- Bitner & Hubert. (1994). "Encounter Satisfaction Versus Overall Satisfaction Versus Quality", en R.T. Rust y R.L. Oliver [ed.]: *Service Quality: New Directions in Theory and Practice*. California: Sage.
- Bitner, M.J. (1990). "Evaluating Service Encounters: The Effects of Physical Surroundings and Employee Responses", *Journal of Marketing*, vol. 54, núm. 2,.
- Bohorguez Conteras, K. (16 de Octubre de 2015). *Diario el Tiempo "Colombia"*. Obtenido de Informes sobre agresiones a personas de la tercera edad: [/www.eltiempo.com/politica/justicia/informe-sobre-agresiones-a-personas-de-tercera-edad-en-colombia/16405013](http://www.eltiempo.com/politica/justicia/informe-sobre-agresiones-a-personas-de-tercera-edad-en-colombia/16405013)
- Carman. (1990). "Consumer Perceptions of Service Quality: An Assessment of the SERVQUAL dimensions". *Journal of Retailing*, vol. 66,.
- Comfamiliar. (2017). Obtenido de [comfamiliarhuila.com/quienes-somos/](http://comfamiliarhuila.com/quienes-somos/)

- Comfamiliar Huila. (2015). *Caja de compensacion familiar del Huila*. Obtenido de Servicios Recreativos: [www.comfamiliarhuila.com/adulto-mayor/](http://www.comfamiliarhuila.com/adulto-mayor/)
- Comfamiliar Huila. (2016). *Caja de compensacion familiar del Huila*. Obtenido de Informe de Sostenibilidad: <http://www.comfamiliarhuila.com/informe-sostenibilidad-2015/files/assets/basic-html/page17.html>
- Congreso de Colombia. (27 de Noviembre de 2008). *Instituto Colombiano de Bienestar Familiar*. Recuperado el 6 de Septiembre de 2017, de LEY 1251 DE 2008 articulo 3: [http://www.icbf.gov.co/cargues/avance/docs/ley\\_1251\\_2008.htm](http://www.icbf.gov.co/cargues/avance/docs/ley_1251_2008.htm)
- Cronin & Taylor. (1992). “Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension”, *Journal of Marketing*, vol. 56, núm. 3.
- Cronin, B. &. (2000). “Assessing the Effects of Quality, Value, and Customer Satisfaction on Consumer Behavioral Intentions in Service Environments”, *Journal of Retailing*, vol. 76, núm. 2.
- Getty & Thompson. (1994). “The Relationship between Quality, Satisfaction, and Recommending Behavior in Lodging Decisions”. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing* vol. 2, núm. 3,.
- Grönroos. (1994). Marketing y gestión de servicios:. En M. D. Santos., *la gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios*.
- Lovelock, C. H. (1983). Classifying Services to Gain Strategic Marketing Insights. *Journal of Marketing*.

- MinSalud. (2006). *Diagnostico Preliminar sobre Personas Mayores, Dependencia y Servicios Sociales en Colombia* . Obtenido de Situacion actual de las personas adultas mayores de la tercera edad:  
  
<https://www.minsalud.gov.co/proteccionsocial/Documents/Situacion%20Actual%20de%20las%20Personas%20adultas%20mayores.pdf>
- MinTrabajo. (2013). *Colombia mayor*. (MinTrabajo, Editor, & Gobierno de Colombia) Recuperado el septiembre de 5, de colombiamayor.co/programa\_colombia\_mayor.html
- Paramo Morales, D., & Ramirez Plazas, E. (2001). Componentes de la calidad del servicio prestado por las tiendas de barrio. Neiva, Huila.
- Parasuraman, A. V. ((1985)). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41–50.  
  
[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_nlinks&ref=5234074&pid=S1607-4041201100010000700012&lng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=5234074&pid=S1607-4041201100010000700012&lng=es).
- Parasuraman, Zeithaml, & Berry. (1985). “A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research”, *Journal of Marketing*,.
- Parasuraman, Zeithaml, & Berry. (1988). “SERVQUAL. En J. o.-4. A Multiple-item Scale forMeasuring Consumer Perceptions of Service Quality”.
- Zeithalm, V. (1981). How Consumer Evaluation Processes Differ between Goods and Services. *Marketing of Service*.

