ABSTRACT

La calidad en el servicio produce identidad la cuál es percibida por el cliente y ésta genera una imagen. Esta tesis se enfocó en dos compañías telefónicas –Telmex y Maxcom- y se analizó las razones por las que cada una posee una cierta Imagen y como es que la calidad de sus servicios impacta a la misma.

Durante el desarrollo de la misma se encontró que existen diferencias entre ambas compañías, tanto en la imagen que manejan como en la calidad de sus servicios. Se comprobó que los clientes de Maxcom se encuentran más satisfechos con los servicios recibidos que los de Telmex; sin embargo, la imagen en presencia (liderazgo y atributos físicos) es superior en Telmex.

Por último esta tesis es una revisión de los conceptos de calidad en el servicio e imagen aplicados a un caso comparativo en específico. Por lo que resulta ser una radiografía de la satisfacción de los clientes de ambas compañías.