

**Medición multidimensional de la calidad del servicio interno en la
empresa hotelera y exploración de sus variables antecedentes.
Estudio del caso de la fuerza laboral de Playa del Carmen, México**

DOI: 10.2436/20.8070.01.238

Alfonso González Damián

Doctor en Ciencias Sociales y Políticas por la
Universidad Iberoamericana CDMX, México

Profesor investigador de la Universidad Autónoma del Estado de Quintana Roo, México

E-mail: gonzalezd@uqroo.edu.mx

Aralí Larios Calderón

Doctora en Desarrollo Sostenible por la Universidad de Quintana Roo, México
Profesora investigadora en la Universidad Autónoma de Occidente, Mazatlán, México

E-mail: arali_larios@hotmail.com

Resumen

El tema central del artículo, la calidad del servicio interno es relevante para las empresas modernas, especialmente las hoteleras, turísticas y toda empresa de servicios, pues se relaciona tanto con la productividad y la competitividad como con la satisfacción laboral y el desempeño. Se plantearon dos objetivos para el presente artículo, el central fue la validación de un modelo e instrumento para medir la calidad del servicio interno y como objetivo secundario, explorar los efectos de la calidad de vida, la edad, el ingreso y el tipo de contratación de la fuerza laboral en el servicio interno de las empresas hoteleras de un destino de sol y playa. Como resultado y aportación más importante se consiguió validar el modelo e instrumento mediante análisis factorial confirmatorio, en cuatro dimensiones: la calidad del servicio personal, interpersonal, departamental y organizacional. Se encontró también que, para el caso de la fuerza de trabajo hotelera de Playa del Carmen, Quintana Roo, México, la calidad de vida subjetiva influye de manera directa y positiva en la calidad del servicio interno y que este efecto es moderado por la edad, el salario y el tipo de contrato de la fuerza laboral. Se presentan los resultados, conclusiones y futuras líneas de investigación.

Palabras clave: Calidad del servicio interno, calidad de vida, fuerza de trabajo hotelera, Playa del Carmen.

1 INTRODUCCIÓN

El buen funcionamiento de una organización en gran medida depende del buen desempeño del capital humano y para que esto suceda, intervienen múltiples factores, tanto controlables como incontrolables para la organización. Entre los aspectos relevantes al respecto y que suceden al interior de las organizaciones está la colaboración entre las personas que en ella laboran. La colaboración no solo depende de que la fuerza de trabajo esté capacitada sino de un conjunto de elementos tanto personales como colectivos que impulsan lo que se ha denominado calidad en el servicio interno (Larios, A. y González, A., 2017). El concepto, equiparable al de calidad en el servicio referido al trato y atención a los clientes, se denomina interno cuando se refiere al buen trato, la atención, la cortesía, la confianza, que se brindan entre compañeros, subordinados y supervisores, para conseguir tal colaboración.

El tema de la calidad del servicio interno si bien se ha trabajado en general para todo tipo de organización (Skarpeta, et al., 2019), no se ha desarrollado mucho en el ámbito de la hotelería, particularmente respecto al desarrollo de modelos e instrumentos para su medición y posible monitoreo permanente en beneficio de la empresa hotelera. Medir la calidad en el servicio interno permite a las organizaciones en general, contar con indicadores sobre la satisfacción de las distintas áreas internas respecto a su colaboración con otras (Mo, et al., 2021). La satisfacción con el trabajo de otras áreas a su vez puede verse como un indicador de la eficiencia de la gestión y, por ende, de la capacidad de la organización de aprovechar sus recursos internos para optimizar su desempeño (Alsawafi, et al., 2019 y 2021).

En el ámbito de las empresas hoteleras, la articulación entre las actividades realizadas en las distintas áreas que tienen contacto con los huéspedes, reservaciones, recepción, alojamiento, así como las internas que no lo tienen como mantenimiento, administración, etc., favorece el aprovechamiento pleno de los recursos internos y con ello se favorece la productividad y el desempeño de la organización, así como la lealtad de los empleados con la misma (Li, et al., 2019; Peric, et al., 2021; Yao, et al., 2019). Si las empresas hoteleras desean saber exactamente en qué pueden mejorar tal articulación, requieren de una medición fiable, misma que puede ser obtenida a través de instrumentos de medición de la calidad del servicio interno.

Es precisamente en este punto en el que se presenta este trabajo, en el que se plantearon dos objetivos: 1) Elaborar un modelo con enfoque multidimensional para la medición de la calidad en el servicio en la hotelería y 2) Explorar algunas de las relaciones de la calidad del servicio interno con variables antecedentes, tales como la calidad de vida y algunas variables sociodemográficas en el contexto específico de la fuerza laboral hotelera en Playa del Carmen, Quintana Roo, México.

2 ANTECEDENTES

La calidad del servicio interno es un concepto definido en 1994 por Heskett y otros (1994), como el ambiente generado a través de los sentimientos del trabajador hacia su trabajo, sus colegas y la empresa. Hallowell, Schlesingery y Zornitsky (1996), lo conceptualizaron como la satisfacción del trabajador con los servicios recibidos de proveedores del servicio interno y Frost y Kumar (2001) lo definieron como un ambiente interno basado en el apoyo consciente entre empleados, en donde los clientes son los trabajadores, y el staff de apoyo que incluye a la gerencia y otros apoyos, son los proveedores del servicio.

Este concepto ha sido explorado desde una perspectiva multidisciplinaria y holística, desde 1995, en el campo de las compañías de seguros, se identificaron las dimensiones que afectan a la calidad del servicio interno, encontrando elementos como el comportamiento de los supervisores y el compromiso organizacional (Boshoff, y Mels, 1995). Con el paso del tiempo, se han señalado componentes básicos para ofrecer una calidad del servicio dentro de las organizaciones entre colaboradores, Hallowell y otros (1996) destacaban seis elementos: herramientas, entendidas éstas como la información provista por el sistema organizacional, apropiadas políticas y procedimientos, trabajo en equipo, apoyo gerencial, objetivos y capacitación; y Jun y Cai (2010), identificaban en el departamento de compras de una universidad, de la misma manera seis dimensiones en el servicio interno percibido: intimidad del cliente, trabajo en equipo basado en la mejora continua, comunicación, confiabilidad, procesos de requisición y tangibles, siendo la primera la más importante, la cual hace referencia a construir relaciones íntimas entre el departamento de compras y sus clientes internos, encontrando variables inmersas como: amistad, cortesía, atención, confiabilidad y disponibilidad.

Los estudios a partir de entonces, se observan tendientes a la investigación de las relaciones interpersonales entre los trabajadores dentro de una empresa, denotando la preocupación por identificar los requerimientos y las necesidades del cliente interno (Umamaheswari, 2014), examinando factores como la actitud, comportamiento y experiencias psicológicas dentro del servicio en la organización, que puedan mediar o moderar la relación entre los trabajadores (Dahleez, 2015) incorporándose el factor bienestar dentro de los efectos de la calidad del servicio interno (Sharma, et al., 2016).

La relación entre la satisfacción del empleado y la calidad del servicio interno, se manifiesta desde 1994 con la cadena servicio beneficio de (Heskett, et al., 1994), en donde la calidad del servicio interno influye de manera directa en la satisfacción del empleado, generando su compromiso y productividad, lo cual produce un valor en el servicio ofrecido, resultando en la satisfacción y lealtad del cliente para tener como resultados mayores ventas y rentabilidad para la empresa, por lo que para entregar un servicio de calidad a los clientes externos, primero se deben de satisfacer las necesidades del servicio interno y conocer las necesidades de los empleados.

Estudios recientes han estudiado la relación entre la calidad del servicio interno y la satisfacción del trabajador (Khan, et al., 2011; Naser, et al., 2013; Pantouvakis, 2011; Sharma, et al., 2016;), confirmando una relación significativa y positiva entre ambas. En la industria hotelera, la calidad del servicio interno proporciona una ventaja competitiva sustentable al enfocarse en la satisfacción del trabajador como conducto para satisfacer al cliente externo a través de un servicio de calidad. Tanto en el estudio de Wang (2012), como en el de Al-Ababneh y otros (2018), se investiga la influencia de la calidad del servicio interno sobre la satisfacción del empleado en los hoteles internacionales, el primero en el contexto de Taiwán y el segundo en el de Jordania, demostrando los resultados que, en los hoteles de turismo internacional, la satisfacción de la calidad del servicio interno tiene una interacción significativamente sobre la satisfacción del empleado.

En Chen (2013), se indagan los factores que influyen en la calidad del servicio interno de los hoteles internacionales de Taiwán, explorando el impacto de la cultura y el estilo de liderazgo sobre la calidad del servicio interno. En el estudio se encuentra, que ambos factores influyen en este concepto, además, se descubre que la cultura organizacional está altamente relacionada a los estilos del liderazgo de los supervisores de los hoteles de turismo internacional, influenciados estos por la cultura organizacional de los hoteles. Esta investigación hace sugerencias para futuros estudios enfocados en indagar

a profundidad, los factores que afectan el comportamiento del trabajador, mencionando, que hay muchos elementos influyendo en la manera de cómo los individuos llevan a cabo ciertos comportamientos.

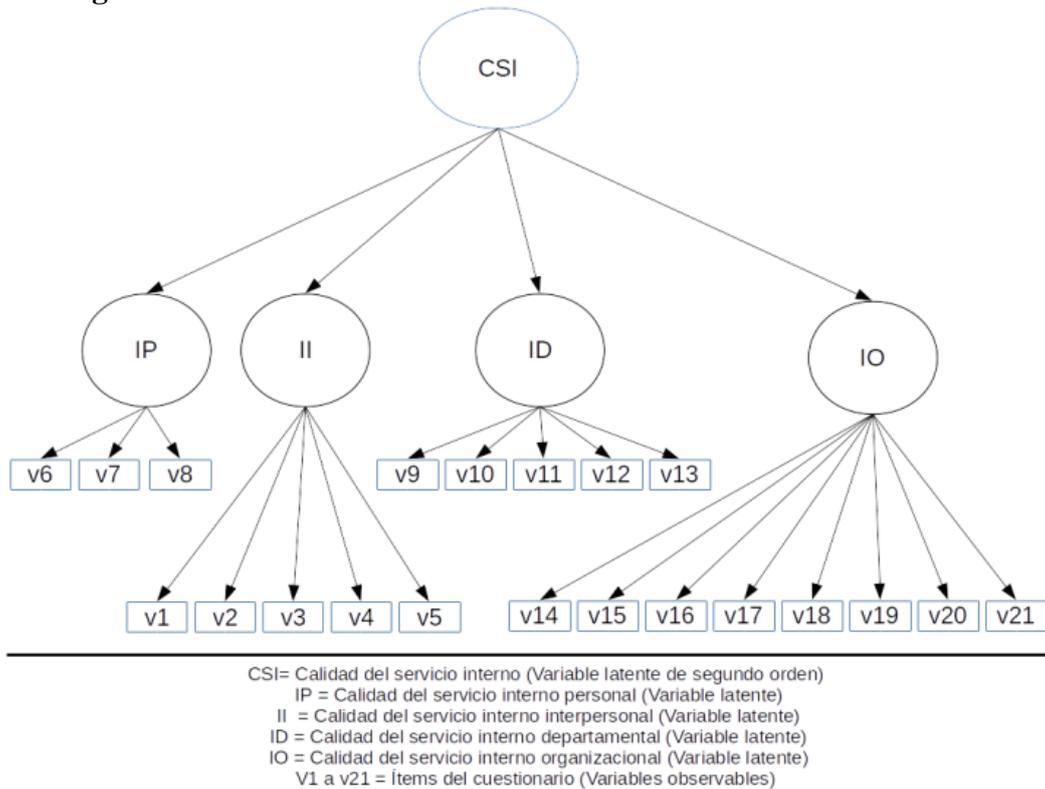
La calidad del servicio interno con el paso del tiempo, se ha vuelto un concepto importante para las empresas. Es un término con un alto componente de subjetividad al derivarse de la percepción y de la expectativa del cliente interno por el servicio ofrecido por parte de la organización en donde se desempeña (Fadil, et al., 2016). El ambiente que se genera en esa interacción de servicio, involucra una serie de variables tanto tangibles como intangibles, las cuales son mediadas por los gerentes de área, los cuales influyen hoy en día no solo en la satisfacción del trabajo y en su desempeño dentro de la empresa (Pantouvakis, 2011), sino también en su bienestar (Sharma, et al., 2016). En el campo del sector hotelero, los estudios dictan un interés por la actitud hacia el trabajo, el estado emocional y los sentimientos de los trabajadores, como factores dentro del comportamiento del recurso humano, por lo que es necesario identificar los requerimientos del cliente interno tanto en lo personal como en lo organizacional, así como hacer una evaluación de estos factores en el servicio recibido por parte de su organización.

La calidad del servicio interno ha sido medida prácticamente desde el origen del concepto mediante adaptaciones al modelo denominado las brechas del servicio y su conocido instrumento SERVQUAL (Parasuraman, et al., 1994), originalmente desarrollado para medir la calidad del servicio desde la perspectiva del cliente. Hallowell, Shclesinger y Zornitsky (1996), analizaron los componentes del servicio interno a partir de los resultados de una amplia encuesta en los Estados Unidos y desarrollaron un modelo basado en regresión lineal. Por su parte, Schneider, White y Paul (1998), crearon un modelo propio conceptualizado desde el clima laboral, y en el 2001, se publicó el instrumento denominado INTERSERVQUAL (Frost y Kumar, 2001), desarrollado precisamente a partir del modelo de las brechas, en el que mediante análisis de componentes principales, se identificaron los ítems para la medición de las cinco dimensiones de la calidad del servicio interno, que coinciden con las del SERVQUAL: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, aseguramiento y empatía. Sin embargo, contrastas con este estudio lo realizado por Caruana y Pitt (2001), en el que encontraron sólo dos dimensiones a las que denominaron fiabilidad del servicio y manejo de las expectativas y proponen su propio instrumento INTQUAL. Esta discrepancia entre las dimensiones encontradas no ha recibido solución única, de hecho, existen diversos trabajos que reportan que la calidad del servicio puede realizarse con una medición unidimensional (Asif Khan, et al., 2011; Boshoff y Mels, 1995; Ehrhart, et al., 2011; Sharma, et al., 2016; Wang, 2012) o más dimensiones, por ejemplo, Jun y Cai encontraron 6 dimensiones en su estudio (2010). Por su parte, Umamaheswari (2014) planteó conceptualmente la idea de que las distintas dimensiones pueden funcionar de manera distinta en función del nivel organizacional, desde lo individual, pasando por lo departamental, aunque sus resultados arrojaron cinco dimensiones que no corresponden con su planteamiento hipotético.

Con base en estos antecedentes, se considera justificable la necesidad de seguir desarrollando estudios que permitan identificar con mejor claridad los factores relevantes de la calidad en el servicio, de manera que resulten prácticos y de ellos se puedan derivar recomendaciones específicas para bien de las organizaciones y particularmente, para el caso del presente estudio, para las empresas hoteleras en México.

Tomando como base el instrumento denominado INTERSERVQUAL (Frost y Kumar, 2001) y la idea propuesta por Umamaheswari (2014), se propuso un modelo multidimensional que serviría como base para el desarrollo de un instrumento propio. El modelo, en su representación esquemática se puede observar en la figura 1.

Figura 1. Modelo multidimensional de la calidad del servicio interno



Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la figura 1, la calidad en el servicio interno es una variable latente que opera en cinco dimensiones, cada una de ellas puede ser observada, es decir mensurada, en la práctica como una variable latente, no observable directamente sino a través de sus efectos simultáneos en conjuntos de indicadores que si son directamente observables. Las cinco dimensiones se denominan: a) calidad del servicio interno personal, b) calidad del servicio interno interpersonal, c) calidad del servicio interno departamental y d) calidad del servicio interno organizacional. Cada una de estas dimensiones a su vez está determinada por una variable latente de segundo orden, que a su vez influye de manera simultánea en cada una de ellas, esta variable de segundo orden no es otra cosa que la calidad del servicio interno.

3 METODOLOGÍA

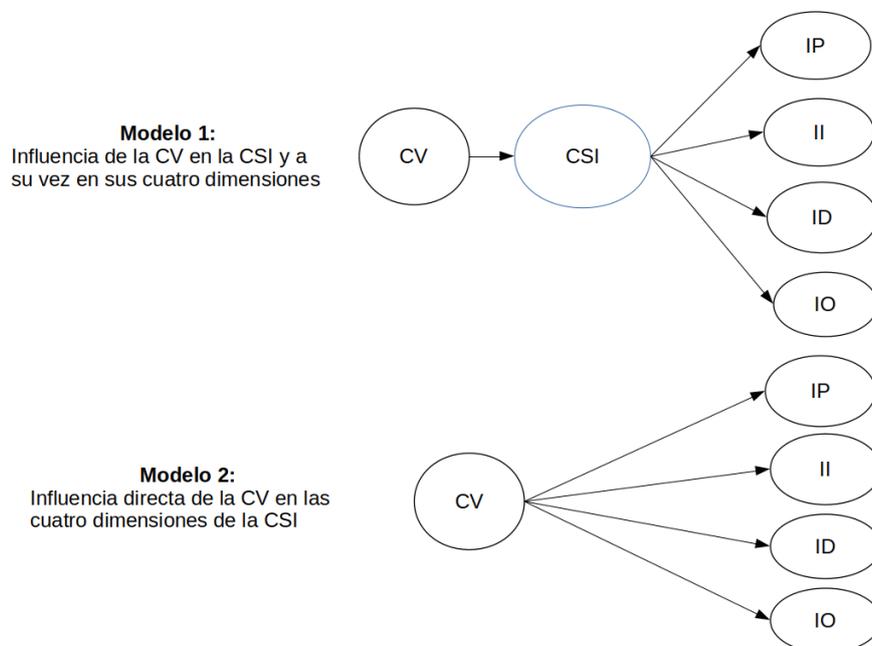
3.1 Diseño metodológico del estudio

El estudio se enfocó en un caso particular, el de la fuerza de trabajo residente en Playa del Carmen, Quintana Roo, México y que labora en empresas de hotelería ubicadas en la Riviera Maya, zona en la que se encuentra enclavada la ciudad. Se optó por un diseño de corte transversal, basado en encuesta, que permitió obtener datos empíricos,

mediante un instrumento de elaboración propia, consistente de tres apartados, el primero que incorpora escalas adaptadas de estudios previos (Frost y Kumar, 2001; Umamaheswari, 2014) para las dimensiones de la calidad del servicio interno, el segundo que utiliza una escala compuesta, para medir la calidad de vida (González y Macías, 2017), y un tercer apartado con variables sociodemográficas para caracterizar el perfil de los encuestados. La muestra fue obtenida mediante un procedimiento de selección aleatoria en los sitios de abordaje al transporte de personal de Playa del Carmen rumbo a los hoteles, y se integró por 107 personas, todos ellos mayores de edad, empleados en empresas hoteleras y residentes de Playa del Carmen.

Con la información obtenida, sistematizada en una base de datos, se realizaron análisis sobre la validez de las escalas compuestas, mediante análisis factorial confirmatorio (CFA por sus siglas en inglés). A continuación, se realizaron dos pruebas mediante análisis de ecuaciones estructurales por modelos de covarianza (SEM-CV por sus siglas en inglés). La primera de ellas para confirmar la influencia de manera directa y positiva de la calidad de vida de la fuerza laboral en el servicio interno y de ésta a su vez en sus cuatro dimensiones: personal, interpersonal, departamental y organizacional. La segunda prueba, se orientó a confirmar la influencia directa de la calidad de vida de la fuerza laboral en las distintas dimensiones de la calidad del servicio interno, sin la mediación de la calidad del servicio interno global, ver figura 2. El poner a prueba ambos modelos permitiría, tanto mostrar que considerando a la calidad del servicio interno como un constructo de segundo orden, la influencia de la calidad de vida sobre el primero tiene relevancia en la empresa hotelera, como al dejar de considerarla como tal.

Figura 2. Modelos hipotéticos de la calidad de vida como antecedente de la calidad del servicio interno



Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, se exploró la influencia moderadora de las variables sociodemográficas de los integrantes de la muestra en la relación entre calidad de vida y calidad del servicio

interno, para lo cual se utilizó como herramienta el análisis de ecuaciones estructurales por mínimos cuadrados parciales (PLS, por sus siglas en inglés), con lo que se realizó por tanto una tercera prueba analítica. En este último caso, se optó por PLS debido al reducido número de casos con los que se contó de la muestra obtenida y considerando que la herramienta es aplicable aún bajo estas condiciones.

Las pruebas estadísticas fueron realizadas con el software de programación para el análisis estadístico R (R Core Team, 2018), con los paquetes *psych* (Revelle, 2018), *lavaan* (Rosseel, 2012), *semTools* (Jorgensen et al., 2019) y *PLSPM* (Sanchez, 2013).

3.2 El caso de estudio

Playa del Carmen, cabecera municipal de Solidaridad, forma parte del corredor turístico Riviera Maya en Quintana Roo México. Su principal actividad económica está relacionada con la actividad turística, actividad que ha provocado un crecimiento acelerado, incluso de los más altos del mundo (Mendoza y Leal, 2010), teniendo un crecimiento vertiginoso y generando flujos migratorios a la fecha.

Dicho crecimiento demográfico ha rebasado la capacidad del Gobierno para atender la demanda de los servicios básicos de la población, como es el caso del transporte, vivienda y estancias infantiles, servicios necesarios para los trabajadores que laboran en el sector hotelero de Playa del Carmen. Además, el gobierno del estado en su Plan de Desarrollo Estatal 2016-2022 (Gobierno del estado de Quintana Roo, 2017) reconoce la necesidad de contar con actividades productivas que coadyuven a que los trabajadores encuentren una estabilidad laboral y obtengan salarios dignos, ya que la disparidad de los salarios y la pérdida del poder adquisitivo derivado de la inflación que se ha experimentado en el estado, han contribuido a que en las regiones se incremente la pobreza laboral, viéndose afectada con ello la calidad de vida de sus habitantes, pues del 2010 al 2015, se ha acrecentado considerablemente la cantidad de trabajadores que no pueden acceder a insumos de subsistencia familiar. Al cierre del cuarto trimestre del 2010, los quintanarroenses registraban un ingreso laboral per cápita real de 2 mil 654.92 pesos, mientras que al cierre del cuarto trimestre de 2015, el salario fue de 2 mil 288.02, hecho que representa una reducción del 6.62%; esto hizo que los bajos salarios percibidos por los trabajadores de la entidad en los últimos años, contribuyeran al detrimento de los niveles de bienestar socioeconómicos de la población, marginando a los sectores más vulnerables de servicios como el acceso a la salud, la educación, agua potable, y electricidad, así como el incremento del hacinamiento en las viviendas y la falta de equipamiento para el desarrollo de una vida plena de sus residentes.

A pesar de lo anterior, el recurso humano que trabaja en este sector se percibe como trabajadores contentos y comprometidos con su trabajo, aunque como lo señala Robertos (2011), Playa del Carmen representa a la fecha una oportunidad de trabajo, en el mercado laboral turístico basta ser joven y estar disponible para conseguir algún empleo. Aunque es importante señalar que el tipo de trabajo más abundante es el asalariado precario.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2017), Solidaridad cuenta con 267 establecimiento de hospedaje, de los cuales 99, pertenecen a la categoría de cinco estrellas y gran turismo, representando un total de 31 961 cuartos de hotel de los 38 135 registrados. Específicamente en Playa del Carmen, esta categoría de hospedaje recibió en el 2016, 405 640 turistas.

De acuerdo con la asociación de Hoteles de la Riviera Maya (2015), Playa del Carmen se mantiene con un porcentaje promedio de ocupación del 80%. La oferta y la demanda

del mercado laboral del sector hotelero, demanda en mayor medida el puesto de camaristas, siendo los puestos de: mecánico de cocina, steward y camarista, los más difíciles de cubrir. Dentro de las razones para encontrar los empleados solicitados por la empresa se encuentran tanto factores internos a la empresa, como externos tales como: competencia laboral, falta de experiencia, sueldos y prestaciones y problemas de robo y adiciones.

4. RESULTADOS, ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

4.1 Validez del instrumento multidimensional

La calidad de vida de las personas puede ser medida tanto de manera objetiva, referida a los índices de bienestar del sitio de residencia, como de manera subjetiva, desde la percepción de las personas. Existen diversas aproximaciones a la calidad de vida subjetiva, para el presente trabajo se optó por trabajarla como constructo compuesto por un conjunto de nueve indicadores o ítems, cada uno de ellos medido en escala Likert de 5 puntos.

Tabla 1. Ítems del instrumento

Código	Ítem	Variable
v22 v23 v24 v25 v26 v27 v29 v30 v31	Las instalaciones y servicios de Playa del Carmen Las personas que viven en Playa del Carmen Su tiempo libre Las actividades recreativas que realiza Las actividades culturales que realiza Su condición de salud Su vida considerada en conjunto (su vida en general) La forma en la que vive su vida Su vida en comparación con la de otros	Calidad de vida de la fuerza laboral
IP v6 IP v7 IP v8	Tengo el conocimiento y la habilidad para contestar las preguntas de otros trabajadores. Comprendo las necesidades específicas de otros trabajadores dentro del hotel. Cuando un trabajador tiene un problema, lo asisto con individual atención.	Calidad del servicio interno personal
II v1 II v2 II v3 II v4 II v5	Cuando prometo a un compañero de trabajo que haré algo en cierto tiempo, lo hago. Desempeño el servicio solicitado por los supervisores, compañeros o subordinados, bien a la primera vez. Cuando ocurren problemas internos, doy toda mi atención en un esfuerzo por resolverlos rápidamente Realizo de forma proactiva las responsabilidades que me corresponden. Trato a todos los trabajadores cortésmente.	Calidad del servicio interno interpersonal
ID v9 ID v10 ID v12	Mi departamento responde rápidamente las requisiciones de otros departamentos/trabajadores. Mi departamento mantiene las promesas cuando entrega el servicio a otros departamentos/otros trabajadores. Mi departamento tiene una clara comprensión de las necesidades de otros trabajadores dentro de la organización.	Calidad del servicio interno departamental
IO v13 IO v14 IO v15 IO v16 IO v17 IO v18 IO v19 IO v20 IO v21	Otros departamentos en la organización siempre proveen alta calidad de servicio a mí y a otros compañeros de trabajo en mi departamento. Mi supervisor está disponible cuando lo necesito. El hotel cree en la calidad del servicio interno. El hotel me capacita para la calidad en el servicio interno. En mi hotel, hay comunicación constante acerca de la calidad del servicio interno entre los empleados. El hotel me reconoce cuando hago un buen trabajo. En mi hotel, el trabajo en equipo existe entre personas y entre departamentos. En mi hotel, hay políticas y procedimientos específicos para el servicio a los clientes. El hotel me proporciona la información y/o el equipo de apoyo que necesito para servir a los clientes.	Calidad del servicio interno organizacional

Fuente: Elaboración propia

En lo relativo a la calidad del servicio interno, se identificaron los trabajos de Umamaheswari (2014) y de Frost y Kumar (2001) que reportan análisis factoriales de conjuntos de ítems utilizados como indicadores para obtener ámbitos o dimensiones que en conjunto pueden considerarse como aproximación indirecta a la calidad del servicio interno, de lo que se infiere la posibilidad de concebir a la calidad del servicio interno como una variable latente de segundo orden (Rindskopf y Rose, 1988). Los ítems de cada una de las dos escalas se detallan en la tabla 1.

Para el caso de la calidad de vida, se utilizó una escala integrada por 9 ítems, misma que ha sido utilizada en diversos estudios (Andereck y Nyaupane, 2016; González y Macías, 2017; Requena, 2003; Vada, et al., 2019; Woo, et al., 2016; Yu, et al., 2016), para medir de manera indirecta o como variable latente a la calidad de vida subjetiva, es decir, desde la percepción enunciada por los encuestados. Esta forma de medir la calidad de vida tiene tanto puntos a su favor como en su contra, sin embargo, ha sido aceptada en el ámbito académico e incluso ha sido recomendada por organismos como la OCDE con fines comparativos internacionalmente.

Para la calidad del servicio interno, se integraron como se mencionó antes, en cuatro dimensiones también concebidas como variables latentes, es decir, de medición indirecta mediante conjuntos de indicadores.

La dimensión personal de la calidad del servicio interno mediante tres ítems enfocados en la actuación individual del empleado. La dimensión personal se integró por cinco ítems, cada uno de ellos centrado en las actividades que vinculan al individuo con otros individuos dentro de la organización.

La tercera dimensión, denominada departamental, se integró por tres ítems, ubicados en el ámbito de la acción departamental en la organización y finalmente, la dimensión organizacional se midió mediante nueve ítems cuyo enfoque se ubica en el nivel de la organización en su conjunto.

El cuestionario se integró por estos 29 ítems, presentados en escala tipo Likert de cinco puntos, en las que en todos los casos el valor menor fue 1 y el mayor 5, además de un conjunto de preguntas sobre aspectos sociodemográficos: edad, sexo, estado civil, escolaridad, nivel de ingresos, empresa en la que labora actualmente el encuestado y tipo de contratación.

Con la información obtenida de la aplicación de este instrumento, se realizaron pruebas de validez, mediante análisis factorial confirmatorio (CFA), tanto para la medición de la calidad de vida, cuyos resultados se muestran en la tabla 2, como los de la medición de la calidad en el servicio interno, cuyos resultados se muestran en las tablas 3, 4 y 5.

Tabla 2. Resultados del análisis factorial confirmatorio de la escala de calidad de vida

<i>Indicador</i>	λ	<i>t</i>	α	ω	<i>AVE</i>
v22	0.977*	8.756			
v23	0.910*	9.836			
v24	1.011*	9.869			
v25	1.006*	11.368			
v26	0.991*	9.402	0.934	0.935	0.620
v27	1.036*	10.468			
v29	0.920*	10.763			
v30	0.830*	8.781			
v31	0.701*	7.175			
$\chi^2(27) = 78.355^*$; CFI = 0.927; TLI = 0.902; RMSEA (90%) = 0.1 (0.1; 0.16)					
* $p < 0.01$					

Fuente: Elaboración propia.

Para el caso de la calidad de vida, se realizó el análisis factorial confirmatorio, cuyos resultados en la tabla 2, muestran que el modelo tuvo un buen ajuste, de acuerdo con lo recomendado en la literatura para estudios similares al actual, con CFI y TLI superiores al 0.8 y RMSEA en el límite superior recomendable.

En la tabla 2 se observa que el CFA arrojó resultados dentro de los márgenes recomendados en la literatura, particularmente las medidas de alfa de Cronbach y omega con valores superiores a 0.9 siendo el umbral mínimo recomendado 0.7. En tanto que AVE obtuvo un valor de 0.6, superior al mínimo recomendado de 0.5. Estos resultados permiten afirmar que la medición realizada puede considerarse fiable y con consistencia interna.

Para la calidad del servicio interno, que es justamente la variable de interés en el presente estudio, se realizaron, además del CFA, análisis de validez discriminante y un CFA de segundo orden.

En la tabla 3 se muestran los resultados del CFA, el modelo tuvo un buen ajuste, con medidas TFI y CLI superiores a 0.9, así como RMSEA de 0.07, ellas en el rango de lo recomendado para este tipo de análisis. A su vez se observan medidas aceptables de alfa de Cronbach y omega, con valores superiores a 0.7 para las cuatro dimensiones y AVE superior a 0.5 para tres de las dimensiones.

En el caso de la dimensión personal de la calidad del servicio se observó un valor inferior al umbral, pero muy cercano a él. Si bien, se esperaría en busca de un ajuste adecuado que los valores de AVE sean superiores a 0.5, la literatura académica advierte que en muchos casos, al reducirse el número de ítems, en el caso de IP, fueron tres, puede darse el caso de que los valores resulten por debajo del umbral. En conjunto se puede afirmar que la medición muestra fiabilidad, consistencia interna y validez convergente.

Tabla 3. Fiabilidad, consistencia interna y validez convergente del instrumento de medida

Factor / Indicador	λ	t	α	ω	AVE
IP v6	0.72*	7.753	0.730	0.736	0.480
IP v7	0.663*	7.248			
IP v8	0.794*	7.178			
II v1	0.589*	7.071	0.890	0.896	0.630
II v2	0.781*	10.595			
II v3	0.737*	9.405			
II v4	0.705*	10.438			
II v5	0.805*	10.547			
ID v9	0.851*	9.825	0.841	0.846	0.647
ID v10	0.681*	9.429			
ID v12	0.815*	9.404			
IO v13	0.779*	8.82	0.899	0.897	0.507
IO v14	0.797*	7.954			
IO v15	1.044*	10.035			
IO v16	0.853*	9.644			
IO v17	0.855*	8.381			
IO v18	0.843*	6.872			
IO v19	0.78*	8.252			
IO v20	0.671*	7.14			
IO v21	0.651*	6.585			
$\chi^2(164) = 255.478^*$; CFI = 0.923; TLI = 0.911; RMSEA (90%IC) = 0.073 (0.055; 0.089)					
* p < 0.01					

Fuente: Elaboración propia

La tabla 4 muestra los resultados del análisis de validez discriminante, a partir de los obtenidos en el CFA, los cuales en conjunto cumplen con los criterios recomendables para este tipo de análisis en cuanto a que los cuadrados de las covarianzas deben ser menores que la raíz cuadrada de AVE para cada variable latente. Con estos resultados se confirmó la validez discriminante de la medición de la calidad del servicio interno.

Tabla 4. Validez discriminante del instrumento de medida

Factor	II	IP	ID	IO
II	0.793	0.906	0.845	0.722
IP	0.778	0.693	0.888	0.698
ID	0.721	0.570	0.804	0.865
IO	0.740	0.508	0.751	0.712

Raíz cuadrada de AVE en la diagonal, covarianzas p en el triángulo inferior, límite superior del intervalo de confianza de p en el triángulo superior.

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 5, se muestran los resultados del CFA de segundo orden realizado, en él se observan los valores obtenidos para la variable latente de segundo orden calidad en el servicio interno como factor de las cuatro dimensiones. El modelo tuvo un ajuste adecuado, con medidas de CFI y TLI superiores a 0.9 y RMSEA de 0.073, en el intervalo recomendado. Asimismo, alfa y omega tuvieron valores superiores a 0.9. Con ello se confirmó la validez interna de la medición de segundo orden.

Tabla 5. Resultados del CFA de segundo orden para la calidad del servicio interno

Indicador	λ	t	α	ω
IP	0.863*	8.489	0.930	0.947
II	0.514*	4.411		
ID	0.746*	9.557		
IO	1.037*	17.164		

$\chi^2(165) = 257.896^*$; CFI = 0.922; TLI = 0.910; RMSEA (90%) = 0.073 (0.055; 0.090)

* $p < 0.01$

Fuente: Elaboración propia

En conjunto y considerando la información de las cuatro tablas, se puede afirmar que la medición realizada cuenta con validez tanto para la escala de calidad en el servicio interno de segundo orden, como en sus cuatro dimensiones de primer orden.

4.2 Exploración de los antecedentes de la calidad en el servicio interno

El perfil de los encuestados se conformó de la siguiente manera: 59.29% hombres y 40.71% mujeres; 32.74% dentro del grupo generacional de milénicos (entre 18 y 24 años), 42.47% reportaron percibir un ingreso superior a los \$5,740.00, considerado relativamente alto para los salarios del ramo en la región; en tanto que el tipo de contrato que tenían al momento de la encuesta, con la empresa hotelera en la que laboraban fue para 38.93% un contrato corto, de un mes o menor, situación que es prevalente en el sector en la región.

Las variables de interés, reportadas en escala Likert de 5 puntos, tuvieron los datos siguientes: calidad de vida alcanzó una media de 3.6 con desviación estándar (DE) de 0.99. En tanto que las variables de la calidad del servicio interno obtuvieron, la CSI personal media 4.4 y DE 0.76; CSI interpersonal media 4.1 y DE 0.85; CSI

departamental media 4.1 y DE 0.86, en tanto que CSI organizacional tuvo media 4 y DE 0.86. Como se observa todos los valores de media tuvieron resultados relativamente altos, arriba de la media teórica de 3 y desviaciones estándar relativamente pequeñas. Con el fin de explorar variables antecedentes de la calidad del servicio interno en el caso analizado, para la fuerza laboral hotelera en Playa del Carmen, se realizaron dos conjuntos de pruebas, la primera de ellas las relacionó mediante análisis de ecuaciones estructurales (SEM) cuyos resultados pueden observarse en la tabla 6.

Tabla 6. Contraste del modelo hipotético

Modelo 1		
Hipótesis	β estandarizada	t
H1: Calidad de Vida → Calidad del Servicio Interno	0.608*	4.392
H2: Calidad del Servicio Interno → Servicio Interno Personal	0.805*	4.651
H3: Calidad del Servicio Interno → Servicio Interno Interpersonal	0.783*	--
H4: Calidad del Servicio Interno → Servicio Interno Departamental	0.912*	5.439
H5: Calidad del Servicio Interno → Servicio Interno Organizacional	0.768*	3.530
$\chi^2(371) = 588.922^*$; CFI = 0.891; TLI = 0.891; RMSEA (90%IC) = 0.074 (0.063; 0.086)		
Modelo 2		
H6: Calidad de Vida → Servicio Interno Personal	0.479*	5.092
H7: Calidad de Vida → Servicio Interno Interpersonal	0.444*	5.180
H8: Calidad de Vida → Servicio Interno Departamental	0.613*	8.594
H9: Calidad de Vida → Servicio Interno Organizacional	0.696*	11.858
$\chi^2(373) = 696.467^*$; CFI = 0.838; TLI = 0.824; RMSEA (90%IC) = 0.090 (0.080; 0.101)		
* p < 0.01		

Fuente: Elaboración propia.

Ambos modelos ajustados mediante SEM resultaron con buen ajuste al obtener índices CFI y TLI muy cercanos a 0.9 y RMSEA en ambos casos dentro del intervalo recomendable. Si bien, para el modelo 2, que considera las cuatro dimensiones de la calidad del servicio interno por separado, tuvo una RMSEA en el valor de 0.9.

Los resultados de ambos modelos confirmaron que hay influencia directa y significativa de la calidad de vida percibida por los empleados sobre la calidad del servicio interno, asimismo al considerarla por factor, se descubrió que influye con mayor fuerza en los aspectos colectivos que en los personales, aunque en todos los casos la influencia es directa y positiva.

Los resultados en su conjunto, coinciden con lo que en general se ha planteado en la literatura, respecto a que la calidad del servicio interno depende entre otros factores extrínsecos e intrínsecos de la persona, de las condiciones en las que vive en su entorno inmediato, en el caso analizado, la fuerza laboral de la hotelería reside en Playa del Carmen, en la que percibe de manera subjetiva una calidad de vida por arriba del promedio teórico, es decir relativamente alta y ello influye positivamente en la calidad del servicio interno tanto en términos globales, como de manera indirecta y directa en cada una de sus dimensiones, personal, interpersonal, departamental y organizacional.

Con estos resultados, se analizó el efecto mediador de las variables sociodemográficas obtenidas en la encuesta para el grupo muestral de la fuerza laboral, de ellas no se encontró evidencia de influencia estadísticamente significativa en el sexo, el lugar de nacimiento, el estado civil, el puesto ocupado en la empresa, el tiempo de laborar en la empresa ni el tiempo de residir en Playa del Carmen. En tanto que se encontró evidencia de influencia estadísticamente significativa en tres variables, la edad, el nivel de ingresos (salario) y el tipo de contrato con que contaban en la empresa al momento de ser levantada la encuesta. Estas relaciones se analizaron mediante la aplicación de modelado PLS por grupos y mediante pruebas t para las diferencias entre los grupos,

aplicadas a los “scores” obtenidos en el modelado general. Los resultados se observan en la tabla 7.

El modelo realizado con PLS tuvo un buen ajuste, con GOF de 0.58 convergiendo tras cuatro iteraciones. Si bien los modelos por grupos de edad, nivel de ingresos y tipo de contrato tuvieron una GOF menor, si mostraron que existía diferencia significativa entre grupos. Por ello se optó por analizar las diferencias en los scores obtenidos del primer modelado, para cada una de las tres variables, cuyos resultados se pueden observar en la tabla 7.

Tabla 7. Exploración de los efectos mediadores de las variables sociodemográficas

<i>Variable mediadora</i>	<i>Grupo</i>	<i>Efecto</i>	<i>t</i>
Edad (Corte generacional)	Milénicos	0.7828**	1.7315*
	No milénicos	0.4936**	
	Ambos	0.5849**	
Nivel de ingresos	Alto	0.3561**	2.1583*
	Bajo	0.8023**	
	Ambos	0.5849**	
Tipo de contrato (duración)	Largo	0.9444**	2.157*
	Corto	0.8023	
	Ambos	0.8857	

R²(CSI) = 0.342; R²(IP) = 0.524; R²(II) = 0.674; R²(ID) = 0.784; R²(IO) = 0.736
 GOF = 0.5847; Convergencia: 4 iteraciones; Bootstrap samples: 200
 ** p < 0.01 (regresión por mínimos cuadrados parciales por grupos)
 * p < 0.05 (prueba t, diferencia entre grupos G1 y G2)

Fuente: Elaboración propia

Para el caso de la edad, se puede ver que la influencia de la CV en la CSI es mayor en el grupo generacional de los milénicos que, en el resto de los grupos de edad, sin embargo, en general la edad si es una variable que influye de manera estadísticamente significativa en la relación entre CV y CSI.

En cuanto al nivel de ingresos, específicamente referidos al salario percibido en el hotel en el que laboran, la influencia de la CV en la CSI es mayor en el grupo de bajos ingresos que en el de altos ingresos y en general la variable nivel de ingresos tiene una influencia significativa en la relación entre CV y CSI.

Finalmente, de los datos hallados, el grupo de encuestados que se encontraban trabajando en la hotelería en Playa del Carmen, el hacerlo mediante contratos que no sean cortos, esto es de más de un mes de duración, tuvo una influencia estadísticamente significativa en la relación entre CV y CSI, lo que no sucedió para el resto de los tipos de contratos.

5. CONCLUSIONES

La calidad del servicio interno (CSI), es una variable de relevancia en términos de la productividad y competitividad de las empresas en general y en particular de las hoteleras, la colaboración entre los miembros de la fuerza laboral, la disposición a apoyar a los compañeros, así como el hacerlo con atención, cortesía, amabilidad, respeto y en general en un ambiente participativo y solidario, es un tema que se ha abordado desde diversas perspectivas teóricas y conceptuales en el mundo académico, buscando soluciones prácticas para ser aplicadas en bien de las organizaciones y de su fuerza laboral. Una de las perspectivas para ello es precisamente la de la CSI, que ha tomado la idea de la calidad del servicio al cliente y la ubica en una mirada centrada en el interior de la organización, en la que cada empleado es tanto proveedor, como cliente del

servicio de otro, en su misma área, departamento o de otras áreas, entre subordinados y jefes, entre altos y medios mandos. La medición de la CSI a su vez ha sido objeto de investigación, en la búsqueda de modelos y técnicas que arrojen medidas válidas y que además sean de interpretación y aplicación práctica para la empresa.

En este marco, se plantearon dos objetivos para el presente trabajo, el primero de ellos consistió en validar un modelo e instrumento para la medición de la CSI en las empresas hoteleras y el segundo fue explorar las relaciones de la CSI con variables antecedentes, es decir, que influyen en ella, en particular se analizó su relación estructural con la calidad de vida de la fuerza laboral (CV) y el efecto mediador de diversas variables sociodemográficas en la relación entre CV y CSI. Ambos objetivos fueron alcanzados, con lo que se puede afirmar que la principal aportación del presente trabajo es justamente el modelo de medición de la CSI en cuatro dimensiones, a saber, la dimensión personal, la interpersonal, la departamental y la organizacional de la CSI.

El modelo de medición resulta en sí mismo una aportación al conocimiento académico sobre la calidad en el servicio interno, puesto que posibilita el análisis de su relación con un sinnúmero de variables de la gestión administrativa en las empresas, con lo cual, se abre un amplio abanico para la realización de investigación que permita caracterizar de manera más clara la importancia de la gestión de la calidad del servicio interno, así como la identificación de sus factores antecedentes y posibles consecuencias.

El hecho de que las dimensiones de la calidad en el servicio interno en la empresa hotelera, se agrupen por niveles dentro de la empresa permite de manera práctica, orientar la toma de decisiones sobre posibles acciones para influir positivamente en la CSI, mejorando con ello, como se plantea en la literatura académica (Boshoff y Mels, 1995; Frost y Kumar, 2001; Hallowell, et al., 1996; Heskett, et al., 1994; Jun y Cai, 2010; Umamaheswari, 2014), la satisfacción de los empleados, la productividad y la competitividad de la empresa.

Un segundo grupo de aportaciones, limitado en este caso a lo que sucede en el caso elegido para el estudio, la fuerza laboral hotelera de Playa del Carmen, Quintana Roo, consisten en la confirmación de que la CSI es influida de manera directa y positiva por la CV subjetiva de la fuerza laboral y que esta relación es moderada de manera significativa por la edad de los empleados, su salario y el contar con un contrato de trabajo relativamente largo. Estas condiciones dan una clara idea de qué es lo que pueden hacer las empresas hoteleras en Playa del Carmen para mejorar la CSI de su fuerza laboral, por una parte apoyar a las autoridades locales o directamente mediante programas de responsabilidad social empresarial, para el mejoramiento de las condiciones de vida en la localidad así como, de manera más directa, mejorar tanto los salarios como la duración de los contratos, particularmente entre los empleados jóvenes, caracterizados en este estudio como milénicos.

La principal limitación que tuvo el presente trabajo se encuentra justamente en que se trató de una primera exploración, con una muestra pequeña y ubicada en un solo destino turístico, que por sí mismo tiene características que le diferencian en gran medida de otros destinos turísticos, por ello, se hace necesario que en futuros estudios se replique la aplicación de este modelo de medición de la CSI para otros destinos turísticos, en otras ramas del servicio turístico además de la hotelería, con muestras mayores y reiteradas a lo largo del tiempo. También se plantea la necesidad de seguir analizando la relación estructural, en futuros estudios académicos, de la CSI con otras variables además de la CV, tanto intrínsecas como extrínsecas a los empleados y controlables e incontrolables para las organizaciones.

Es necesario que para explorar las relaciones de diversas variables antecedentes y consecuentes de la calidad en el servicio interno en la empresa hotelera, se fundamenten en modelos conceptuales y teóricos para su validación, cuya actual escasez justamente fue una limitación adicional del presente trabajo, por ello se presenta la parte final con carácter exploratorio, en el ánimo de incentivar mayor análisis centrado en variables que resulten relevantes, tanto teóricamente como para sus implicaciones en la gestión de las empresas.

Mejorar la CSI no solo ha de ser visto como un objetivo económico o centrado en la productividad de la empresa, en realidad su impacto es mucho mayor pues tiene que ver con la vida de las personas, con la satisfacción en su empleo y también por ende en una mejor calidad de vida, que es parte de los objetivos de sostenibilidad, agenda prioritaria del siglo XXI.

AGRADECIMENTOS

Se agradece la colaboración en la aplicación de la encuesta, a los estudiantes de la Universidad Tecnológica de la Riviera Maya. A la Secretaría de la Educación Pública, a través del Programa para el Desarrollo Profesional Docente para el Tipo Superior, por el apoyo económico para el desarrollo de esta investigación.

REFERENCIAS

- Alsawafi, A., Lemke, F., & Yang, Y. (2019). The role of internal quality relations in driving sustainability performance. *Procedia Manufacturing*, 39, 675-684. <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2020.01.442>
- Alsawafi, A., Lemke, F., & Yang, Y. (2021). The impacts of internal quality management relations on the triple bottom line: A dynamic capability perspective. *International Journal of Production Economics*, 232, 107927. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2020.107927>
- Al-Ababneh, M., Masadeh, M., Al-Shakhsheer, F. y Habiballah, M. (2018). The impact of internal service quality on job satisfaction in the hotel industry. *Research in Hospitality Management*, 8(1), 55-62. DOI: 10.1080/22243534.2018.1501182. Recuperado de: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/22243534.2018.1501182>
- Andereck, K. L., y Nyaupane, G. P. (2011). Exploring the Nature of Tourism and Quality of Life Perceptions among Residents. *Journal of Travel Research*, 50(3), 248–260. <https://doi.org/10.1177/0047287510362918>
- Asif Khan, M., Kashif-Ur-Rehman, Ijaz-Ur-Rehman, Safwan, N., y Ahmad, A. (2011). Modeling link between internal service quality in human resources management and employee's retention: A case of Pakistani privatized and public sector banks. *African Journal of Business Management*, 5(3), 949–959. <https://doi.org/10.5897/AJBM10.829>
- Asociación de Hoteles de la Riviera Maya. Barómetro de Capital Humano Primer Semestre 2015. Recuperado de: <http://empleosenrivieramaya.com/assets/components/files/BAROMETRO%20DE%20CAPITAL%20HUMANO%20PRIMER%20SEMESTRE%202015.pdf>.
- Boshoff, Ch. y Mels, G. (1995). A causal model to evaluate the relationships among supervision, role stress, organizational commitment and internal service quality.

- European Journal of Marketing, 29(2), 23-42.
<https://doi.org/10.1108/03090569510080932>
- Caruana, A., y Pitt, L. (2002). INTQUAL - an internal measure of service quality and the link between service quality and business performance. *European Journal of Marketing*, 31(8), 604–616. <https://doi.org/10.1108/03090569710176600>
- Chen, W.-J. (2013). Factors influencing internal service quality at international tourist hotel. *International Journal of Hospitality Management*, 35, 152-160.
- Dahleez, K.A. (2015). Examining the relationship between internal service quality and customer service quality in academic institution in Gaza Strip. *Researchgate*, 23(2).
Doi: 10.12816/0013459. Recuperado de:
https://www.researchgate.net/publication/282356228_Examining_the_Relationship_between_Internal_Service_Quality_and_Customer_Service_Quality_in_Academic_Institutions_in_Gaza_Strip
- Ehrhart, K. H., Witt, L. A., Schneider, B., y Perry, S. J. (2011). Service Employees Give as They Get: Internal Service as a Moderator of the Service Climate-Service Outcomes Link. *Journal of Applied Psychology*, 96(2), 423–431. <https://doi.org/10.1037/a0022071>
- Fadil, H., Singh, K., y Joseph, C. (2016). The Influence of Organizational Innovation towards Internal Service Quality in MBKS. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 224(August 2015), 317–324. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.491>
- Frost, F. y Kumar, M. (2001). Service quality between internal customer and internal suppliers in an international airline. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 18, 371-386. <https://doi.org/10.1108/02656710110386996>
- Gobierno del estado de Quintana Roo (2017). Plan estatal de Desarrollo Quintana Roo 2016-2022. Recuperado de: <http://www.quintanaroo.gob.mx/ped-2016-2022>
- González, A., y Macías, A. R. (2017). Impactos de los viajes de visita a familiares y amigos y su influencia en la calidad de vida de la población residente en Cozumel, México. In XI Congreso Internacional de la AMIT (pp. 1–19). Guadalajara: Academia Mexicana de Investigación Turística A.C.
- Hallowell, R., Schlesinger, L. y Zornitsky, J. (1996). Internal service quality, customer and job satisfaction: Linkages and implications for managers. *Human Resource Planning*, 19, 20-31.
- Heskett, J., Jones, T., Loveman, G., Sasser, W. y Schlesinger, L. (1994). Putting the service-profit chain to work. *Harvard Business Review*. March –April, 164-170.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2017) Anuario estadístico y geográfico de Quintana Roo, 2017. Recuperado de: https://www.datatur.sectur.gob.mx/ITxEF_Docs/QROO_ANUARIO_PDF.pdf
- Jorgensen, T. D., Pornprasertmanit, S., Schoemann, A. M., & Rosseel, Y. (2019). *semTools: Useful tools for structural equation modeling*. R package version 0.5-2. Recuperado de <https://CRAN.R-project.org/package=semTools>
- Jun, M. y Cai, S. (2010). Examining the relationships between internal service quality and its dimensions, and internal customer satisfaction. *Total Quality Management*, 21(2), 205-223.
- Khan, M.A., Rehman, K.U., Rehman, I.U., Safwan, N., & Ahmad, A. (2011). Modelling link between internal service quality in human resources management

- and employee's retention: A case of Pakistani privatized and public sector Banks. *African Journal of Business Management*, 5(3), 949-959.
- Larios, A., y González, A. (2017). Modelo teórico de la calidad del servicio interno en las empresas turísticas desde la perspectiva social sustentable. *Revista Latinoamericana Turismología*, 3(1), 8–20.
- Li, L., Zhu, B., Cai, X., Long, X., & Park, C. (2019). Internal service quality affects salespersons' performance and turnover intention: Mediating role of job involvement. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 47(8), 1-11. <https://doi.org/10.2224/sbp.8251>
- Mendoza, M. y Leal, S. (2010). Turismo en Playa del Carmen-México. Impactos socioculturales en la Colonia Colosio. *Estudios y perspectivas en Turismo*, 19(5), 850-865. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/1807/180717609015.pdf>
- Mo, Z., Liu, M. T., & Wong, I. A. (2021). More than lip service to internal market orientation: a multilevel investigation of the role of internal service quality. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. Vol. 33 No. 8, pp. 2559-2585. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2020-1133>
- Naser, B., Esmaeil, Z., Masood, J., y Mahmood, S. (2013). The relationship between internal service quality and physical education faculty members' job satisfaction in dist. 10 of Islamic Azad University, Iran. *European Journal of Experimental Biology*, 3(2), 379-382.
- Pantouvakis, A. (2011). Internal service quality and job satisfaction synergies for performance improvement: Some evidence from a B2B environment. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 19, 11-22.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., y Berry, L. L. (1994). Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: implications for further research. *Journal of Marketing*, 58(January), 111–124. <https://doi.org/10.2307/1252255>
- Perić, G., Dramićanin, S., & Pavlović, N. (2021). The influence of internal service quality and employee satisfaction on organizational commitment in travel agencies: The case of Serbia. *Менаџмент у хотелијерству и туризму*, 9(1), 43-60. <https://doi.org/10.5937/menhottur2101043P>
- R Core Team. (2018). R: A language and environment for statistical computing. Vienna, Austria, Austria: R Foundation for Statistical Computing. Recuperado de <https://www.r-project.org/>
- Requena, F. (2003). Social capital, satisfaction and quality of life in the workplace. *Social Indicators Research*, 61(3), 331–360. <https://doi.org/10.1023/A:1021923520951>
- Revelle, W. (2018) psych: Procedures for Personality and Psychological Research, Northwestern University, Evanston, Illinois, USA, <https://CRAN.R-project.org/package=psych> Version = 1.8.12.
- Rindskopf, D., y Rose, T. (1988). Some Theory and Applications of Confirmatory Second-Order Factor Analysis. *Multivariate Behavioral Research*, 23(1), 51–67. https://doi.org/10.1207/s15327906mbr2301_3
- Robertos, J. (2011). Familias de migrantes y estructura laboral en Playa del Carmen. *Ketzalcalli*. 2, 3-23.

- Rosseel, Y. (2012). lavaan: An R Package for Structural Equation Modeling. *Journal Of Statistical Software*, 48(2), 1–36. Recuperado de <http://www.jstatsoft.org/v48/i02/>
- Sanchez, G. (2013). PLS Path Modeling with R. Berkeley: Trowchez Editions. Retrieved from <http://www.gastonsanchez.com/PLS Path Modeling with R.pdf>
- Schneider, B., White, S. S., y Paul, M. C. (1998). Linking service climate and customer perceptions of service quality: Test of a causal model. *Journal of Applied Psychology*, 83(2), 150–163. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.83.2.150>
- Sharma, P., Chuen Kong, T. T., y Kingshott, R. P. J. (2016). Internal Service Quality as a Driver of Employee SAtisfaction, commitment and performance - exploring the focal role of employee well-being. *Journal of Service Management*, 27(5), 773–797. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JOSM-10-2015-0294>
- Sharma, P., Chuen, T. y Kingshott, R. (2016). Internal service quality as a driver of employee satisfaction, commitment and performance – Exploring the focal role of employee well-being. *Journal of Service Management*, 27(5), 1-43.
- Skarpeta, K., Koemtzi, M., & Aidonis, D. (2019). Measuring internal service quality: the case of the Greek public higher education institutions. *The TQM Journal*. Vol. 32 No. 2, pp. 268-287. <https://doi.org/10.1108/TQM-02-2019-0061>
- Umamaheswari, J. (2014). Exploring internal service quality in a manufacturing organization-A study in Lucus TVS, Chennai. *Procedia Economics and Finance*, 11, 710-725.
- Vada, S., Prentice, C., y Hsiao, A. (2019). The influence of tourism experience and well-being on place attachment. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 47(December 2018), 322–330. <https://doi.org/S0969698918310245>
- Wang, G. L. (2012). The influence of internal service quality on employee job satisfaction at Taiwan-listed international tourist hotels: Using organisational culture as the moderator. *World Transactions on Engineering and Technology Education*, 10(3), 174–183.
- Woo, E., Uysal, M., y Sirgy, M. J. (2016). Tourism Impact and Stakeholders' Quality of Life. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 42(2), 260–286. <https://doi.org/10.1177/1096348016654971>
- Yao, T., Qiu, Q., & Wei, Y. (2019). Retaining hotel employees as internal customers: Effect of organizational commitment on attitudinal and behavioral loyalty of employees. *International Journal of Hospitality Management*, 76, 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.03.018>
- Yu, C. P., Cole, S. T., y Chancellor, C. (2016). Assessing Community Quality of Life in the Context of Tourism Development. *Applied Research in Quality of Life*, 11(1), 147–162. <https://doi.org/10.1007/s11482-014-9359-6>

Multidimensional measurement of the quality of internal service in the hotel company and exploration of its background variables

Abstract

The central theme of the article, the quality of the internal service is relevant for modern companies, especially hotel, tourism and all service companies, as it relates both to productivity and competitiveness and to job satisfaction and performance. Two objectives were proposed for this article, the central one was the validation of a model and instrument to measure the quality of the internal service and as a secondary objective, to explore the effects of quality of life, age, income and type of contracting of the workforce in the internal service of beach hotel companies. As a result and most important contribution, the model and instrument were validated through confirmatory factor analysis, in four dimensions: the quality of personal, interpersonal, departmental and organizational service. It was also found that, in the case of the hotel work force in Playa del Carmen, Quintana Roo, Mexico, the subjective quality of life directly and positively influences the quality of the internal service and that this effect is moderated by age, the salary and the type of labor force contract. The results, conclusions and future lines of research are presented.

Keywords: *Internal service quality, quality of life, hotel workforce, Playa del Carmen*