



Universidad Virtual

Escuela de Graduados en Educación

**Medición de la calidad del proceso de matrícula, mediante la
percepción del grado de satisfacción de los estudiantes del Programa de
Fisioterapia de la Universidad Manuela Beltrán – UMB (Bogotá D.C.)**

Tesis para obtener el grado de:

Maestra en Administración de Instituciones Educativas

con Énfasis en Educación Superior

Presenta:

Fisioterapeuta Sofía Berdugo León

Asesor tutora:

Mtra. Nora Silvia Vieytes Cichero

Asesor titular:

Dr. Gustavo Gregorutti

Bogotá D.C., Colombia

12 junio 2012

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada especialmente a mi esposo, Augusto y a mi hijo César quienes con infinita paciencia soportaron las interminables horas de ausencia y pese a todo me brindaron amor, apoyo y comprensión.

A mis amados padres, Sofía y Alcibiades, quienes me brindaron su apoyo durante este proceso académico; por su acompañamiento durante las largas horas de insomnio y por toda su dedicación y colaboración que me sirvieron de base para alcanzar esta meta.

Sofía

AGRADECIMIENTOS

Agradezco primero a Dios por haberme permitido ejecutar esta tesis, en forma satisfactoria, con la cual culmino un capitulo muy importante de mi formación académica.

Expreso mis agradecimientos a los Tutores Nora Silvia Vieytes Cichero y Gustavo Gregorutti por la orientación suministrada para la realización de esta tesis. Sus comentarios me han enseñado mucho y han sido de gran utilidad.

Mi gratitud especial a los estudiantes del Programa de Fisioterapia de la UMB, tanto al grupo que participo en el grupo focal como al que integro la muestra utilizada para obtener la información, que permitió medir la calidad del proceso de matrícula utilizando la percepción del grado de satisfacción de los estudiantes durante el primer semestre del año 2012

Por último, expreso mi reconocimiento a las directivas y a los docentes del Programa de Fisioterapia de la UMB por su valioso apoyo, particularmente a la profesora Magaly Segura.

INDICE GENERAL

| | |
|--|-----|
| DEDICATORIA | i |
| AGRADECIMIENTOS | ii |
| INDICE DE TABLAS | v |
| INDICE DE FIGURAS | vi |
| RESUMEN | vii |
| 1 Capítulo. Planteamiento del Problema | 1 |
| 1.1 Antecedentes del problema | 1 |
| 1.2 Planteamiento del problema | 7 |
| 1.3 Objetivos | 9 |
| 2 Capitulo Marco Teorico | 16 |
| 2.1.1.1 Percepción | 17 |
| 2.2 Calidad | 18 |
| 2.2.1 Modelos de Calidad | 28 |
| 2.2.1.1 Metodología de la Calidad Interactiva | 29 |
| 2.2.1.2 Modelo del Consejo Nacional de Acreditacion - CNA ¡Error! Marcador no definido. | |
| 2.2.1.3 Modelo de calidad EFQM | 33 |
| 2.2.1.4 Modelo de calidad SERVQUAL | 37 |
| 2.2.1.5 Modelo SERQHOS | 45 |
| 2.2.1.6 Modelo Jerárquico y Multidimensional de la calidad del Servicio | 46 |
| 2.3 Servicio | 47 |
| 2.3.1 Características del Servicio | 49 |
| 2.3.2 Satisfacción del usuario | 52 |
| 2.3.3 Modelos en los que se basa el concepto del servicio | 54 |
| 2.3.3.1 El modelo del servicio europeo | 54 |
| 2.3.3.2 Modelo de servicio Kano | 55 |
| 2.3.3.3 Modelo del servicio tipo ACSI. | 58 |
| 2.3.3.4 Modelo del servicio LIBQUAL | 60 |

| | | |
|-------|---|-----|
| 2.4 | Procesos | 60 |
| 3 | Capítulo. Metodología | 63 |
| 3.1 | Participantes | 68 |
| 3.1.1 | Muestra | 69 |
| 3.2 | Instrumentos y técnicas de Recolección de Datos | 71 |
| 3.2.1 | Grupo Focal | 71 |
| 3.2.2 | Cuestionario | 72 |
| 3.2.3 | Prueba Piloto | 73 |
| 3.2.4 | Encuesta | 74 |
| 3.2.5 | Escala Likert | 74 |
| 3.3 | Procedimientos (Trabajo de Campo) | 75 |
| 3.4 | Estrategia de Análisis de Datos | 76 |
| 4 | Capítulo. Análisis de Resultados | 78 |
| 4.1 | Análisis descriptivo de los resultados de observación | 78 |
| 4.1.1 | Análisis descriptivo del Grupo focal | 79 |
| 4.1.2 | Análisis descriptivo del cuestionario de encuesta. | 82 |
| 5 | Capítulo. Conclusiones | 102 |
| 5.1 | Hallazgos | 104 |
| 5.1.1 | Conclusiones en torno de las preguntas de investigación | 104 |
| 5.1.2 | Conclusiones en torno a los objetivos de investigación | 106 |
| 5.2 | Sugerencias | 108 |
| 5.3 | Líneas de Investigación sugeridas para nuevos estudios | 110 |
| | Apéndice A. Grupo Focal | 111 |
| | APÉNDICE B. Modelos de Cuestionario | 115 |
| | ENCUESTA | 115 |
| | Apéndice C. Prueba de Cron Bach | 117 |
| | Referencias | 118 |
| | Currículum Vitae | 126 |

INDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1 Concepto de Calidad | 20 |
| Tabla 2 Concepto de Calidad de los servicios | 22 |
| Tabla 3 Esquema del diseño de investigación | 67 |
| Tabla 4 Distribución de temas, ítems y objetivos en el cuestionario | 84 |

INDICE DE FIGURAS

| | |
|---|-----|
| <i>Figura 1</i> .Modelo EFQM | 35 |
| <i>Figura 2</i> Modelo SERVQUAL | 41 |
| <i>Figura 3</i> Modelo Jerárquico de la Calidad. | 47 |
| <i>Figura 4.</i> Modelo Kano de satisfacción del cliente | 57 |
| <i>Figura 5</i> Modelo ACSI de satisfacción del cliente | 59 |
| <i>Figura 6</i> Proceso de matrícula del programa de fisioterapia UMB | 62 |
| <i>Figura 7.</i> Proceso de matrícula | 85 |
| <i>Figura 8.</i> Conocimiento sobre la existencia de un manual. | 86 |
| <i>Figura 9.</i> Calificación de la orientación del proceso de matrícula | 88 |
| <i>Figura 10.</i> Tiempo que el estudiante gasta durante el proceso | 89 |
| <i>Figura 11.</i> Calificación de la calidad del tiempo | 90 |
| <i>Figura 12.</i> El personal que atiende el proceso de matrícula | 91 |
| <i>Figura 13.</i> Calificación del nivel de conocimientos y capacidad. | 93 |
| <i>Figura 14.</i> Calificación del trato brindado por el personal | 94 |
| <i>Figura 15.</i> Calificación de la comodidad de las instalaciones. | 95 |
| <i>Figura 16.</i> Calificación de la eficacia de los equipos | 96 |
| <i>Figura 17.</i> Calificación de la eficacia en la comunicación | 97 |
| <i>Figura 18.</i> Nivel de satisfacción sobre todo el proceso de matrícula | 98 |
| <i>Figura 19.</i> Existencia de deficiencia en el proceso de matrícula | 99 |
| <i>Figura 20</i> Observación de mejoras en el último proceso de matrícula. | 100 |
| <i>Figura 21</i> Resumen de la calificación dada respecto a la percepción de la calidad | 105 |

Medición de la calidad del proceso de matrícula, mediante la percepción del grado de satisfacción de los estudiantes del Programa de Fisioterapia de la Universidad Manuela Beltrán – UMB (Bogotá D.C.)

RESUMEN

En este resumen se encuentran descritos los aspectos más sobresalientes a cerca de los antecedentes, el contenido del trabajo la metodología seguida, los obstáculos encontrados y los hallazgos y enseñanzas obtenidos en su ejecución.

Mediante la observación y el intercambio de ideas con los estudiantes del programa de fisioterapia de la Universidad Manuela Beltrán, acerca del proceso de matrícula, se descubrió que había desorientación y demora en su ejecución. Este hecho generaba crítica y comentarios de inconformidad con el proceso, sin precisar las causas ni determinar cuáles pasos del mismo eran los que generaban la insatisfacción. Esto permitió visualizar un problema cuya base era de percepción subjetiva, pues los estudiantes no conocían las causas objetivas de su inconformidad.

Se adelantaron consultas bibliográficas y de archivos del Programa de Fisioterapia de la UMB para buscar, si existían datos sobre el proceso de matrícula. No se encontró información específica referida al tema. Se decidió, entonces, seleccionar como objeto del trabajo de tesis, investigar para entender y medir el grado de satisfacción de los estudiantes con la calidad del proceso de matrícula utilizando la percepción.

En la investigación se hizo uso de la metodología mixta. Para hacer el diagnóstico del problema se utilizó la técnica del grupo focal que se aplicó a 12 estudiantes escogidos al azar. La información obtenida permitió determinar los ítems que se incluyeron en la encuesta.

Para el análisis estadístico se utilizó una matriz de datos que permitió tabular la información en tablas dinámicas de EXCEL y elaborar las gráficas correspondientes.

La investigación demostró que es posible medir la calidad del proceso de matrícula utilizando la percepción.

1 Capítulo. Planteamiento del Problema

1.1. Antecedentes del problema

En las instituciones de educación superior, en las últimas décadas, ha aumentado la preocupación por la calidad y, como respuesta a esta inquietud, se han elaborado diferentes modelos y estrategias evaluativas. Para efectos de este estudio, a continuación se presentan diferentes puntos de vista de diversos autores a fin de comprender y sustentar los conceptos de percepción, calidad y satisfacción que serán analizados como parte del problema de investigación.

Caisedo y Caldas (2002) en su artículo mencionan que las organizaciones que cuentan con una cultura orientada hacia la calidad, se caracterizan por tener una misión compartida por todos sus miembros y una visión a largo plazo plasmada en sus objetivos y estrategias, por lo que dan gran importancia al factor humano y a las necesidades de los clientes, tanto internos como externos, a fin de desarrollar programas de mejoramiento continuo dentro de las instituciones buscando orientar al personal hacia la calidad y competitividad a través de procesos continuos de capacitación y educación que conducen al mejoramiento del clima organizacional siendo coherentes con las necesidades del entorno.

El mejoramiento de la calidad exige que se hagan esfuerzos continuos para que el personal de la empresa comprenda el concepto de calidad, su importancia y utilidad. Es necesario seguir un proceso regular de formación sobre el tema. Los compradores de los

bienes y los usuarios de los servicios han de percibir la calidad disfrutarla e identificarse con ella.

Vergara y Quesada (2011), respecto a las políticas institucionales de mejoramiento continuo refieren que es necesario valerse de diversos modelos que permitan medir el grado de satisfacción que experimenta la comunidad académica sobre los diferentes servicios prestados por ésta, y para ello los autores en su investigación hacen uso del modelo Service Quality combinado con el uso del modelo estadístico de ecuaciones estructurales o Structural Equations Models. El modelo Service Quality ha servido para medir la calidad del servicio y se utiliza como el primer índice de satisfacción del cliente americano; y el modelo de ecuaciones estructurales es utilizado para contrastar modelos que proponen relaciones causales entre las variables.

Igualmente, esta medición de la calidad se fundamenta en las propuestas para analizar elementos tangibles e intangibles, autores como Díaz y Camelo (2003) quienes indican que los diferentes reportes de los resultados sobre la determinación de la percepción de la calidad en los servicios de una universidad se deben evaluar en presencia de tres dimensiones: contactos personales, empatía y los elementos tangibles, siendo esta última la dimensión principal. Los elementos tangibles e intangibles que proponen Díaz y Camelo en su estudio son los mismos que se utilizan en este trabajo de investigación.

Sobre la medición de la calidad a nivel tangible Mejía, Reyes y Maneiro (2006) en su estudio llevado a cabo en diversas instituciones universitarias, refieren que el uso de

instrumentos para tales efectos resulta vital dado que éstos sirven para identificar las oportunidades de mejora en las iniciativas de implantación de modelos de gestión de calidad y los resultados arrojados proveen a los directivos de información objetiva para el análisis institucional y del entorno, llevados a cabo dentro de la planificación estratégica entre otros planes de acción operativos.

La selección y aplicación de instrumentos tangibles para la medición de la calidad es una actividad dinámica y exigente, pues las instituciones necesitan seguir procesos de innovación y actualización frecuente.

Para otros autores como Morales y Calderón (2005) también es necesario analizar la calidad tangible, esto es evidente en su estudio donde mencionan que la calidad del servicio en educación tiene una estructura de cinco dimensiones: la calidad de la tangibilidad que se mide a partir de equipamiento moderno, las instalaciones visualmente atractivas, la apariencia adecuada de los empleados y, los elementos y los materiales atractivos.

Dentro de este estudio la dimensión tangible de la calidad es tomada en cuenta con el objetivo de identificar donde se encuentran las deficiencias en el proceso de matrícula de la Universidad Manuela Beltrán con miras a realizar los ajustes necesarios y de esta manera optimizar la calidad de este proceso dentro de las actividades de mejoramiento continuo del programa.

Sin embargo, es igualmente importante evaluar la calidad desde otras perspectivas, y en este sentido Cordero, Muñiz y Pedraja (2006) establecen acepciones de forma

objetiva (desde el servicio en sí), de forma subjetiva (satisfacción del usuario) y de forma relativa, para evaluar el servicio con distintos indicadores, tratando de buscar la mejoría y reflexionar acerca de todas las dimensiones para medir la calidad del servicio. Según estos autores la calidad objetiva hace referencia al contexto (output educativo); la calidad subjetiva lleva implícita una valoración por parte del usuario o cliente a cerca de un determinado servicio; y la calidad de gestión que es la evaluación de los centros a partir de sus resultados académicos para identificar el alcance de los niveles de producción sin tener en cuenta la disponibilidad de los recursos para realizar la tarea.

Para los efectos del presente trabajo, el concepto de calidad subjetiva es de capital importancia por que se trata de medir el grado de satisfacción de los estudiantes, que es subjetiva, con respecto al proceso de matrícula.

Roccaro (2002), aplica el modelo de Parasuraman el cual desarrolla una metodología para la implantación de la calidad total en el contexto universitario, como sistema de gestión, a partir de cuatro diferencias/discrepancias/brechas que el modelo denomina GAPS, así: GAP 1 discrepancia entre las expectativas de los clientes y las percepciones que la empresa tiene sobre esas expectativas; GAP 2 discrepancia entre la percepción que los directivos tienen sobre las expectativas de los clientes y las especificaciones de calidad; GAP 3 discrepancia entre las especificaciones de calidad y el servicio realmente ofrecido; y GAP 4 discrepancia entre el servicio real y lo que se comunica a los clientes sobre él.

Vásquez y Carrillo (2010) afirman que la medición de la calidad ha evolucionado pasando de una base objetiva a otra subjetiva. La concepción objetiva se sustenta en la

calidad intrínseca del bien o del servicio, teniendo en cuenta solamente la valoración que de ellos hace el prestador del servicio o el dueño del producto. Hoy en día, la valoración de la calidad se hace teniendo en cuenta el punto de vista de los consumidores de los bienes y de los usuarios de los servicios. Partiendo de una base subjetiva se acepta que la calidad la definen los clientes o usuarios.

El cambio de enfoque y de énfasis sobre la valoración de la calidad, pasando de bases objetivas a subjetivas, ha desencadenado procesos acelerados de cambio tanto en el diseño y producción de bienes como en las técnicas de mercadeo.

En la sociedad tradicional la durabilidad de los bienes era un predicado muy importante para la calificación de la calidad. En la sociedad contemporánea la evaluación de la calidad, basada en la percepción subjetiva pone el énfasis sobre otras variables diferentes como la novedad, apariencia etc. Este cambio de enfoque ha modificado la actitud de los consumidores y ha dinamizado la comercialización por que en la toma de decisiones para la producción de bienes o la prestación de servicios tiene mucho peso la percepción subjetiva de los consumidores o usuarios quienes inciden sobre las relaciones de producción comercialización y consumo.

En el análisis de la evolución de la calidad es preciso tener en cuenta las diferencias entre las expectativas de los usuarios y las percepciones de los directivos; las diferencias entre las percepciones de los directivos y las especificaciones o normas de calidad; las diferencias entre el servicio prestado y el servicio recibido desde el punto

de vista del cliente (Vásquez y Carrillo 2010). Todo esto con el fin de poder identificar claramente la percepción que tienen los estudiantes frente a al proceso de matrícula.

La Universidad Manuela Beltrán, en su Manual de Calidad (2009), formula una política que busca la excelencia en sus servicios educativos, la satisfacción de sus clientes a través de estrategias académicas, administrativas y financieras. Con respecto al proceso de matrícula, en su Reglamento Estudiantil, Acuerdo No. 0055 (2008) dice que la matrícula es "un contrato de carácter bilateral entre la UMB y el estudioso, a partir de la cual la UMB se compromete a ofrecer, con todos los medios de que dispone, una educación de calidad; y el estudioso se compromete a cumplir con las obligaciones que esa condición le impone. Se rige por los siguientes criterios: es un acto consciente y libre de las partes; es un acto personal e intransferible; otorga derechos y obligaciones individuales" (2008, p. 5).

En lo que respecta al seguimiento de la calidad, a través de la percepción del cliente, el Manual de Calidad de la UMB (2011) en el capítulo 7 denominado Prestación del servicio, 7.2 Procesos relacionados con el cliente, y el apartado 7.2.3 Comunicación con el cliente, mencionan las diferentes formas de comunicación que pueden utilizar los usuarios, siguiendo el procedimiento ACL-P-2806, en el cual:

La universidad determina e implementa disposiciones eficaces y relativas a: la consulta o atención de inquietudes, a través de todas las área de UMB; esta comunicación incluye las modificaciones en las características del servicio ofrecido; y la retroalimentación del cliente mediante: el manejo de buzones de sugerencias la recepción de quejas y sugerencias a través de la página Web (link sugerencias y reclamos) y la atención de forma telefónica o personalizada, el desarrollo de espacios con los estudiantes denominados Café con el Gerente. (Universidad Manuela Beltrán, (2011, p. 3).

Las observaciones recibidas en este link son respondidas por el Gerente Administrativo, diariamente, quien les da solución de manera inmediata. Además, dentro de sus políticas de calidad, la UMB realiza periódicamente auditorías internas y con base en ellas, se instauran planes de mejoramiento de tipo preventivo o correctivo para el periodo siguiente.

1.2. Planteamiento del problema

La historia de la evaluación de la calidad de las instituciones de educación superior es de vieja data y a lo largo de los años ha evolucionado metodológicamente hasta alcanzar un alto grado de sofisticación; dicha evaluación generalmente se asocia a la valoración del rendimiento académico, a los procesos de enseñanza aprendizaje, a las estrategias pedagógicas, a la evaluación profesoral, a los procesos administrativos entre otros temas.

Siguiendo esta perspectiva y, después de realizar un proceso de investigación y consulta directa, por parte de la investigadora, que es docente de la Universidad Manuela Beltrán – UMB, se encontró que el programa de fisioterapia fue sometido a una evaluación de acreditación por parte del Consejo Nacional de Acreditación (2005), (en adelante CNA) del Ministerio de Educación Nacional y obtuvo la acreditación. Posteriormente solicitó una evaluación para conseguir la certificación de Alta Calidad y se la concedieron en el 2011.

Las instituciones de educación superior, habitualmente, imponen a sus usuarios, los alumnos, las normas de conducta y los procedimientos administrativos y académicos

que deben seguir al pertenecer a la organización. Al intercambiar ideas con los estudiantes del Programa de Fisioterapia de la Universidad Manuela Beltrán se encontró que había desorientación y demora en algunos procesos administrativos que tienen que realizar los estudiantes al llenar las formalidades administrativas para matricularse cada seis meses. La desorientación y la demora se repetían todos los semestres. Entonces, se hizo consulta bibliográfica y se buscó en los archivos del programa para verificar si existía algún estudio que versara sobre el proceso de matrícula en la UMB. No se halló información al respecto.

Ante esta carencia de información y para poder definir el problema se llevo a cabo un grupo focal que arrojó luz sobre el proceso de matrícula, la calidad del mismo y la satisfacción o insatisfacción de los estudiantes.

Teniendo en cuenta que la matriculación (en español colombiano matrícula, y en adelante matrícula) es un proceso administrativo que incide directamente sobre la imagen de la universidad y el grado de satisfacción de los estudiantes, se optó por profundizar en el conocimiento del proceso de matrícula utilizado en la UMB y la relación que existe entre la imagen de la calidad del proceso de matrícula percibido por los estudiantes y el grado de satisfacción de éstos con el mismo. Este es el planteamiento del problema.

A partir de esta evidencia se generó la idea de realizar este estudio, que parte de una primera fase de diagnóstico del entorno, mediante un grupo focal, dentro de las actividades administrativas relacionadas con los estudiantes, existen diferentes procesos

que inciden en el grado de satisfacción en relación con la calidad de los servicios ofrecidos y prestados por la UMB, los cuales incluyen procesos no sólo académicos sino también administrativos, entre ellos el proceso de matrícula.

Asimismo y teniendo en cuenta la política de mejoramiento de la calidad de la universidad, como un aporte al plan de mejoramiento continuo del programa de fisioterapia, se encuentra la necesidad de realizar un estudio que genere información suficiente y precisa acerca de los distintos componentes del proceso de matrícula, y cuyos hallazgos permitan posteriormente tomar decisiones respecto a la gestión administrativa y la calidad del servicio.

Preguntas de investigación

En concordancia con todo lo anteriormente descrito, surgen las siguientes preguntas de investigación que sirven de base para el desarrollo del presente proyecto de investigación:

Pregunta principal de investigación: *¿En qué grado la percepción de la calidad del proceso de matrícula afecta la satisfacción de los estudiantes del programa de fisioterapia de la Universidad Manuela Beltrán - UMB?*

Pregunta subordinada: *¿Cómo perciben los estudiantes el proceso de matrícula? ¿Cómo el proceso de matrícula, medido por la percepción, afecta la satisfacción de alumnos?*

1.3. Objetivos

Objetivo general

Determinar la calidad del proceso de matrícula mediante la percepción del grado de satisfacción de los estudiantes del programa de fisioterapia de la UMB.

Objetivos específicos

Identificar, mediante un grupo focal, las características de la percepción que los estudiantes tienen del proceso de matrícula a fin de establecer parámetros que permitan identificar el entorno del problema.

Determinar el nivel de satisfacción o insatisfacción de los estudiantes de fisioterapia de la UMB respecto al proceso de matrícula.

Emitir recomendaciones con la finalidad de realizar los ajustes que se requieran en el proceso de matrícula.

1.4. Justificación

En la actualidad, por carencia de investigación, no se han determinado la armonía y congruencia entre los objetivos de calidad institucional y el proceso de matrícula dentro de la UMB. Por lo anterior, el presente trabajo pretende identificar la calidad del servicio a través de la percepción que tiene el estudiante de este proceso, a fin de identificar posibles deficiencias con miras a generar cambios en la prestación del servicio, y en el caso de las fortalezas describir los aspectos que deben promoverse y con los cuales se favorezca el proceso de mejora continua.

Después del proceso de inscripción, el proceso de matrícula constituye el mecanismo mediante el cual se formaliza la relación entre la Universidad y los

estudiantes. Esta puerta de entrada le permite a éstos formarse una imagen de la calidad de la institución y empezar a medir el grado de satisfacción mediante la percepción de los distintos procedimientos que deben seguir en el proceso de matrícula.

La buena imagen institucional es de capital importancia, dado que el proceso de matrícula es la primera oportunidad que tiene el estudiante de conocer el ámbito administrativo de la institución, para luego sumergirse en el ámbito educativo. El grado de satisfacción que expresen los estudiantes, que son los usuarios de los servicios, va a incidir sobre su demanda, porque el impacto del primer acercamiento o contacto con la UMB, afecta las relaciones académicas. De aquí la necesidad de descubrir posibles insatisfacciones con el proceso de matrícula, pues la diversidad de procesos administrativos a que deben someterse los estudiantes ha de ser conocida para poder mejorar la oferta del servicio. Sin embargo, para efectos de este estudio, sólo se va a analizar el proceso de matrícula por los beneficios que puede traer tanto para la universidad como para los estudiantes, pues este conocimiento permite simplificar y agilizar dicho proceso.

Patiño (2006) en la gestión de la calidad total, menciona que las empresas deben introducir cambios en sus organizaciones que permitan involucrar a todos los departamentos en el diseño y ejecución de las políticas de calidad. Aquí la calidad implica la participación y la corresponsabilidad de todos los miembros de la organización.

Esta definición concuerda con el Manual de calidad de la Universidad Manuela Beltrán – UMB, cuyos objetivos se fundamentan en: "alcanzar altos niveles de calidad en los servicios ofrecidos; trabajar por la creación de la cultura de la calidad en los

procesos y servicios de la organización; mejorar en forma continua los procesos, programas y servicio" (Universidad Manuela Beltrán, 2011, p. 4).

En congruencia con las políticas institucionales, es muy importante para el programa de fisioterapia identificar las oportunidades de mejora que hay en el área administrativa con referencia a la percepción de la calidad relacionada con el proceso de matrícula, con el objeto de generar acciones innovadoras que permitan cambios significativos que lleven al mejoramiento de la calidad dado que la opinión de los estudiantes es muy importante como medida de calidad.

En este trabajo la medición de la calidad del proceso de matrícula, mediante la percepción del grado de satisfacción de los estudiantes, se hace en función del tiempo empleado para llevar a cabo todo el proceso, de la atención ofrecida, de la calidad de la información suministrada a los estudiantes, del nivel de eficiencia de la red, de los equipos electrónicos para llevar a cabo el proceso y de las condiciones del área física.

Los resultados que surjan de la investigación tendrán que generar cambios evidenciados en procesos de innovación. Alvarado (2005), describe que la innovación es el conjunto de ideas, procesos y estrategias, más o menos sistematizados mediante el cual se trata de provocar e introducir cambios en las prácticas educativas y de gestión vigentes. La innovación debe formar parte de los procesos de mejoramiento de la calidad. Todos los cambios que se introduzcan dentro de la escuela afectaran a todos los integrantes de la misma: directivos, docentes, estudiantes, administrativos. Además, en los servicios que ofrece la institución, es importante tener en cuenta que los proyectos de innovación que se elaboren deben ser congruentes con la misión y la visión organizacional

El poder utilizar de manera adecuada la información obtenida del estudio permitirá que la Universidad sea una institución que aprende. Existen diferencias entre las organizaciones que aprenden y las que se adaptan. Las que aprenden, no solo se adaptan, sino que también cambian el medio cuando es necesario. Dado que el aprendizaje es el factor de competitividad más relevante para la innovación, ya que garantiza la adaptación exitosa, ante un entorno cambiante y dinámico, la mejor estrategia posible es aprender. Barrera, Cañas y Giménez (2010) la definen como la capacidad de cambiar, a través del aprendizaje; para aprender, hay que utilizar el conocimiento, y se requiere del trabajo colaborativo. Los diferentes procesos de aprendizaje institucional permiten un mejoramiento de la calidad, siendo fundamentales los procesos de innovación en calidad.

La profundización del conocimiento sobre el uso de la percepción como medida de la calidad de los procesos administrativos, entre ellos el de matrícula, es relevante para la comunidad científica porque es un campo nuevo de la investigación. La Universidad Manuela Beltrán es una institución privada cuya existencia y supervivencia están condicionadas a la captación continua de estudiantes. Este trabajo ayuda a las instituciones de educación superior a entender la importancia de tener en cuenta, en su gestión, la percepción de la calidad del proceso de matrícula que tienen los estudiantes, pues incide sobre la imagen de toda la institución y la captación de los mejores estudiantes.

1.5. Delimitación del Estudio

A nivel conceptual este estudio sólo incluye el análisis de la calidad del servicio prestado durante el proceso de matrícula, la percepción de los estudiantes del programa de fisioterapia de la Universidad Manuela Beltrán – UMB en el proceso que llevaron a cabo para ingresar al primer período académico del año 2012, y la satisfacción o insatisfacción en relación con la respuesta emocional individual en dicho proceso.

Además, el proyecto de investigación se desarrolló partiendo de un análisis preliminar o diagnóstico de la situación problema al realizar un grupo focal, que permitió establecer los parámetros para diseñar una encuesta dirigida a los estudiantes que realizaron su proceso de matrícula para el primer período académico del año 2012. Ellos han de calificar la calidad del servicio mediante la percepción que tienen del grado de satisfacción del mismo.

El tiempo previsto para el desarrollo de todo el presente proyecto va desde el mes de agosto de 2011 al mes de febrero de 2012, dado que el proceso de matrícula en la UMB se llevó a cabo entre el 16 y el 31 de enero de 2012.

Dentro del conjunto de limitaciones previsibles para la realización del proyecto de investigación están: la colaboración de los estudiantes para suministrar y recoger la información ya que esta fase del estudio depende de la disponibilidad de los estudiantes; con el objetivo de tratar de subsanar esta limitante se cuenta con una estrategia fundamental que es la colaboración de los docentes del programa de fisioterapia de la UMB para distribuir los formularios de la encuesta entre los alumnos y verificar el diligenciamiento integral en un tiempo aproximado de 15 minutos. Otra limitante importante es que dentro de la revisión bibliográfica realizada, para el presente trabajo,

no se encontraron estudios, a nivel local, dedicados específicamente a evaluar el proceso de la matrícula en las universidades teniendo en cuenta la perspectiva de los estudiantes.

2. Capítulo Marco Teórico

El presente capítulo resume las bases de la fundamentación teórica utilizada en este trabajo de tesis que tiene como objeto determinar la calidad del proceso de matrícula mediante la percepción del grado de satisfacción de los estudiantes del programa de fisioterapia de la Universidad Manuela Beltrán - UMB.

Los aspectos teóricos a estudiar se enfocan esencialmente sobre la calidad del servicio que se presta en el proceso de matrícula, a partir de la percepción y la satisfacción de un grupo de estudiantes, que al momento del estudio acaban de realizar el proceso y, por lo tanto, tienen muy presente su experiencia personal.

Igualmente, la documentación teórica de la investigación parte de un proceso de consulta y de revisión de la literatura (tanto de fuentes primarias como en línea- Web) donde se destaca la ausencia de información específica del tema a nivel local, y se encuentra que los diferentes autores consultados enfatizan sobre la necesidad de evaluar la calidad de las instituciones educativas desde distintos ángulos, pero no se halla un modelo de evaluación de la calidad específico del proceso de matrícula utilizado en las universidades desde la perspectiva de la percepción de los estudiantes.

A nivel nacional sólo se encuentran informes, como los de la Universidad del Tolima (2007) y de la Universidad de Caldas (2006), con fines de acreditación ante el CNA del Ministerio de Educación Nacional, donde las publicaciones no describen la aplicación de un modelo específico. A continuación se incluyen algunos de los

conceptos, modelos teóricos y metodológicos seleccionados que sirven de base para sustentar la temática de este estudio.

2.1. Percepción

La percepción, como instrumento de evaluación y medida de la calidad, merece algunas reflexiones. La psicología distingue en los seres humanos diferentes tipos de percepción, partiendo del sentido que intervenga y reciba el estímulo. Se habla de percepciones visuales, auditivas, olfativas, gustativas, táctiles y cinéticas. Oviedo (2004) dice que la percepción determina la entrada de información del ambiente, luego la transforma en abstracciones denominadas juicios, categorías, y conceptos.

La percepción opera como un proceso que inicia con un estímulo que impacta al sentido especializado y este genera una respuesta. La percepción comienza con la exposición de un sujeto a estímulos ambientales que impactan a través de sus sentidos y continúa en su interior y les da un significado cognitivo que será evidenciado en la experiencia del sujeto con la realidad que lo circunda, esto hace que el sujeto pueda construir, recrear, integrar de forma subjetiva la estimulación que percibe. Por lo tanto, en la percepción hay dos actores el estímulo que afecta los órganos receptores del sujeto, y el individuo y sus procesos que interpretaran las sensaciones que ha experimentado (Moalla, 2006).

Después de hacer una revisión sobre los orígenes de la aplicación de la percepción como instrumento de evaluación y medida de la calidad de los servicios se encontró que

fue introducida por Sasser, Olsen y Wyckoff (1978) y comentan que existen factores importantes que permiten al cliente tener una posición frente al servicio ofrecido y afirman que las expectativas y las necesidades son factores motivantes que van a determinar la calidad del servicio, considerar el conjunto de atributos según un modelo compensatorio (es decir, que el consumidor aceptará tener menor cantidad de un/os atributo/s a cambio de una mayor cantidad de otro/s atributo/s).

La percepción también puede definirse como la forma en que cada cliente recoge, procesa e interpreta la información que proviene del entorno, es una representación subjetiva del mundo real

Como medida de la calidad la percepción se caracteriza por ser subjetiva, inestable, predominantemente visual y de complicada cuantificación.

2.2. Calidad

La calidad es un concepto abstracto que ha sido objeto de preocupación en todas las culturas y a lo largo del milenario devenir histórico. El cambio tecnológico, la globalización y los demás agentes que intervienen en el acelerado proceso de desarrollo de la civilización contemporánea han compelido a las instituciones de educación superior a preocuparse por comprender, con mayor profundidad, el concepto de calidad y desarrollar nuevos y mejores procedimientos para medirla, cuantificarla y darle aplicaciones prácticas en los procesos educativo y administrativo.

El trípode educación instrucción y formación requiere del diseño de procesos de alta calidad. La instrucción para que cumpla el objetivo de hacer hábil al aprendiz y prepararlo para alguna actividad exige la reunión y aplicación de elementos, instrumentos, procesos y procedimientos integradores que sean de calidad.

La formación se realiza mediante la pedagogía que pasó de ser una especulación filosófica moral a una tecno-ciencia cuya aplicación impone altos niveles de calidad. Así pues, la modernización de la educación ha evolucionado rápidamente al diseño de procesos pedagógicos de calidad, cada vez más exigentes y sofisticados.

La globalización ha generado grandes retos, tanto a las empresas productoras o transformadoras de bienes como a las prestadoras de servicios, respecto a la investigación sobre la calidad. Ha hecho necesario diseñar modelos de calidad y adoptar estándares de calidad que permitan crear un lenguaje uniforme cuyo significado sea igual para todos los implicados en el intercambio comercial y demás procesos de la economía mundial.

Al realizar un recuento histórico sobre el concepto de calidad, en general, se tiene que hasta la mitad de los años 80's la calidad fue medida de forma cuantitativa. Grönroos (1982, 1984) manifiesta que dada su inmaterialidad, los servicios requieren una activa interacción entre el comprador y el proveedor. Esta relación origina el concepto de calidad del servicio percibida, que implica el juicio subjetivo del cliente sobre el servicio que recibe. Para introducir la percepción como medida de la calidad del servicio es necesario tener en cuenta la óptica del usuario (Gil, 1995).

A finales de esta década que Parasuraman, Zeithalm y Berry (1993), citado por Roccaro (2002) elaboraron un instrumento que proponía una medida cualitativa de la calidad del servicio percibido por los clientes, a través de la medición del gap o brecha entre las percepciones sobre la prestación de un determinado servicio y las expectativas de los clientes acerca de un servicio de calidad. Este modelo fue adoptado por Parasuraman, el cual se describe, en los antecedentes de esta investigación.

Saurina (2002) opina que después de los trabajos realizados por Pasauriman y su equipo, el concepto de calidad, su medición, evaluación y control dejó de estar ligado únicamente a las características físicas y al cumplimiento de especificaciones técnicas para incluir también sensaciones, impresiones y satisfacciones.

El diccionario de la Real Académica Española (2002) presenta varias definiciones de calidad, entre ellas: "propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor, adecuación de un producto o servicio a las características especificadas, conjunto de condiciones que contribuyen a hacer la vida agradable, digna y valiosa" (2002, p. 1).

Climent (2003) realiza una revisión de los diferentes conceptos de calidad que se resumen en la Tabla 1:

Tabla 1
Conceptos de calidad (tomado de Climent, 2003)

| Autor | Concepto de calidad |
|---|---|
| Eduard Deming (1989, pp. 1-10) | Ofrecer a bajo costo productos y servicios que satisfagan a los clientes. Implica un compromiso con la innovación y mejora continua. |
| Joseph M. Juran (1990, pp. 1-15) | La "adecuación de uso" de un producto. |
| Philip B. Crosby: (2002, p.1; 1982) | Cumplimiento de normas y requerimientos. Su lema es "hacerlo bien a la primera vez y conseguir cero defectos". |

| | |
|---|---|
| Armand V. Feigenbaum (1961, 1986, 1991) | La calidad tiene que ser planeada en un enfoque orientado hacia la excelencia, en lugar del enfoque tradicional orientado hacia los fallos. |
| Kaoru Ishikawa (1994, 1986) | La calidad empieza y termina por la capacitación. La calidad revela lo mejor de cada empleado. El control de la calidad que no muestra resultados no es control. |
| Shigeru Mizuno (1989) | La calidad es establecer y delegar las políticas de calidad, requiere un sistema administrativo matricial internacional, necesita estar planeada mediante una definición clara de las responsabilidades de la media y alta administración y la formación de un comité de control de calidad total. |
| John S. Oakland (1993) | Definir una política sólida de calidad, junto con la estructura y las facilidades para ponerla en práctica. Toda organización necesita un marco de referencia definido que incluya una filosofía, guía, valores y creencias fundamentales y un propósito combinado con la declaración de la misión. |
| Thomas Peters (1988) | Su objeto es aportar a la teoría administrativa evidencias sobre las características comunes de las empresas exitosas, de tal forma que otras puedan serlo si adoptan los mismos principios. Las empresas de éxito tienen una gran capacidad para realizar acciones correctivas como resultado de análisis previos y de contar con la flexibilidad otorgada a sus integrantes para actuar por su propia iniciativa. |
| Shigeo Shingo: (1981) | Propone la creación de sistemas <i>poka-yoke</i> (a prueba de errores) que consiste en la creación de elementos que detecten los defectos de la producción. Propone el concepto de inspección en la fuente para detectar a tiempo los errores. |
| Genichi Taguchi (1986, 1979) | Los productos deben ser atractivos al cliente ofreciendo mejores productos que la competencia. La calidad se debe definir en forma monetaria por medio de la función de pérdida, donde a mayor variación de una especificación con respecto al valor nominal, mayor es la pérdida monetaria transferida al consumidor. |

Este conjunto de autores han elaborado una serie amplia de definiciones, pero ninguna se refiere a la medición de la calidad por medio de la percepción del servicio, según el cliente, pues se centran en analizar el concepto desde la perspectiva de las implicaciones económicas. Aunque esta sobrentendido el consumidor, no se definen variables que permitan analizar el concepto de calidad desde las teorías administrativas, en cuanto al nivel de satisfacción del cliente. Los conceptos están orientados hacia la excelencia, la capacitación del personal, aspectos monetarios como la calidad y los

costos, la competencia, la disminución de los errores en la producción entre otros aspectos universales de la calidad.

En contraste con los anteriores autores a continuación se mencionaran algunos autores que definen la calidad en los servicios de acuerdo con la revisión realizada por Frías, R., et al. (2007)

Tabla 2
Conceptos de la calidad en los servicios (Frías, R., et al., 2007)

| Autor | Concepto de Calidad |
|---|---|
| Oliver (1977, 1980, 1981, 1985, 1988, 1989) | La calidad del servicio puede ser considerada como una actitud. |
| Gronroos (1982, 1984) | En la evaluación de la calidad del servicio, los consumidores comparan el servicio que esperan con las percepciones del servicio que ellos reciben. |
| Lewis y Booms (1983) | La calidad del servicio es una medida de cómo el nivel de servicio desarrollado iguala las expectativas de los clientes con una base consistente. |
| Holbrook y Corfman y Olshavsky (1985) | Modo de evaluación o juicio de un producto o servicio similar en muchos casos a una actitud. |
| Holbrook y Corfman (1985) | Respuesta subjetiva de la gente a los objetos y, además, es un fenómeno altamente relativo que difiere entre distintas valoraciones. |
| Zeithaml (1988) | La calidad del servicio percibida se define como: la valoración que hace el consumidor de la excelencia o superioridad del servicio. Es una modalidad de actitud, relacionada, pero no equivalente a satisfacción, que resulta de la comparación entre las expectativas y las percepciones del desempeño del servicio. Toda calidad es percibida por alguien. |
| Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988) | Es una modalidad de actitud, relacionada, pero no equivalente a satisfacción, que resulta de la comparación entre las expectativas y las percepciones del desempeño del servicio. |
| Bitner (1990) | La calidad del servicio percibida es una forma de actitud, una evaluación global. |
| Bolton y Drew (1991) | Una forma de actitud, que resulta de la comparación de las expectativas con el desempeño. |

| | |
|------------------------|--|
| Horovitz (1993) | Nivel de excelencia que la empresa ha escogido alcanzar para satisfacer a su clientela clave. |
| Cronin y Taylor (1992) | La calidad del servicio es lo que el cliente percibe del nivel de desempeño del servicio prestado. |

Adicionalmente Morales (2004) hace un análisis de los diferentes tipos de calidad y propone cuatro definiciones que se estudian a continuación, dado que el enfoque de la satisfacción de las expectativas de los usuarios, son pertinentes en esta investigación:

Calidad como excelencia. De acuerdo con el término, las organizaciones de servicios deben conseguir el mejor de los resultados, en sentido absoluto. Sin embargo, debido a su subjetividad, es difícil entender qué se considera como excelente, ya que sería necesario marcar unas directrices.

Calidad como ajuste a las especificaciones. Desde esta perspectiva, se entiende la calidad como medida para la consecución de objetivos básicos, tales como, poder evaluar la diferencia existente entre la calidad obtenida en distintos períodos, para así poder obtener una base de comparación y determinar las posibles causas halladas bajo su diferencia, con la dificultad que esta evaluación es desde el punto de vista de la organización y no del propio usuario o consumidor.

Calidad como valor. Hace referencia al hecho de que no existe el mejor bien de consumo o servicio en sentido absoluto, depende de aspectos tales como precio, accesibilidad, etc. Se puede definir como lo mejor para cada tipo de consumidor.

Calidad como satisfacción de las expectativas de los usuarios o consumidores. Definir la calidad como el grado en que se atienden o no las expectativas de los consumidores o usuarios supone incluir factores subjetivos relacionados con los juicios de las personas que reciben el servicio.

Es una definición basada en la percepción de los clientes y en la satisfacción de las expectativas, esto es importante para conocer qué necesitan los usuarios y los consumidores.

En la práctica, no existe ningún bien o servicio que sea absolutamente perfecto y por lo tanto, se pueda o deba tomar como paradigma estático e inequívoco de la calidad.

La calificación de calidad excelente depende del método de valoración utilizado para medirla, pues todos los bienes y servicios son dinámicos y cambiantes.

Los consumidores de bienes y los usuarios de servicios, así como las entidades estatales reguladoras de la calidad consideran que los bienes y servicios son de calidad si se ajustan a las especificaciones estipuladas por los productores o definidas en la ley y los reglamentos.

Se supone que la relación entre calidad y valor es directamente proporcional. Sin embargo, se dan casos engañosos, en los cuales los consumidores son defraudados y pagan más por un espejismo.

En cuanto a la calidad de los bienes y servicios que satisfagan las expectativas de los consumidores y usuarios hay que tener en cuenta que los seres humanos toman decisiones por motivos racionales y emocionales y en muchos casos los consumidores carecen de claridad respecto a la clase de cosas que desean adquirir.

Manes (2008) dice que un modelo de evaluación de la calidad del servicio esta basado en la medición de expectativas y percepciones de la realidad de una institución educativa inserta en una determinada comunidad en un momento dado.

En este caso, los estudiantes son los usuarios del servicio de educación de la Universidad Manuela Beltrán, pero para disfrutarlo deben pasar por el proceso de matrícula y la medición de la calidad de este proceso se debe realizar por medio de la percepción del grado de satisfacción de los alumnos matriculados. Por lo tanto, esta medición de la calidad por la percepción implica tener en cuenta factores subjetivos y juicios de valor de los usuarios, que dificultan la aplicación de los métodos cuantitativos de evaluación, siendo primordial aplicar un modelo como el SERVIQUIALing

propuesto por Mejía, Reyes y Maneiro (2006) el cual permite obtener resultados más tangibles, y que es el utilizado en esta investigación con sus respectivas modificaciones dadas las características de este estudio.

Castillo (2002) hace una serie de consideraciones respecto de la calidad y afirma que el concepto de calidad siempre esta asociado a la evaluación de la misma y debe cumplir un conjunto de requisitos preestablecidos. La calidad por la percepción es el modo como el cliente ve y siente el producto o servicio. Es subjetiva y depende de la percepción de la manera como el producto o servicio satisface sus expectativas.

Aplicado el concepto anterior a la calidad en la educación implica que la percepción que tengan los estudiantes del servicio educativo, que se les ofrece, afecta el grado de aceptación y de satisfacción de los mismos en su calidad de usuarios del servicio.

En estas últimas definiciones de la calidad, queda claro que el sentido de la vista interviene expresamente en la percepción, pero la participación de los otros sentidos queda resumida en el uso del verbo sentir. La imagen que tiene el cliente es subjetiva y la calificación de la calidad depende del grado de satisfacción de las expectativas del adquirente del producto o del usuario del servicio.

De acuerdo con la filosofía de la calidad total, y, como lo menciona Duarte (2000), se considera a la organización como un sistema abierto, donde todas las partes están conectadas y se afectan unas a otras, por lo tanto, la calidad es una tarea de todos.

En este sentido, es necesario referirse a Ruiz (2001) quien presenta dos definiciones de la calidad: la técnica y la funcional. En la primera, el valor que se recibe es una medida objetiva y se obtiene un producto o servicio final enriquecido

cuantitativamente. Y en la segunda, el juicio del consumidor sobre la superioridad o excelencia general del producto o servicio es el que califica dicha calidad, dado que incluye el cómo se desarrolla y el cómo se recibe el proceso productivo, y no tan sólo el qué se recibe, con ella se produce una superioridad en la forma de entregar la prestación principal, ya que el cliente no quiere solamente una solución a la medida, sino que desea además información, asesoramiento y apoyo por parte del proveedor.

En concordancia con lo anterior y en el contexto educativo, se tiene que la satisfacción de los alumnos ha de basarse en la atención de sus propias necesidades educativas, en sus diversas manifestaciones a lo largo de las expectativas que se plantean en este terreno. Castillo (2002) propone que ambos aspectos se deben detectar directamente de los propios afectados siempre que ello sea posible, o indirectamente a través de manifestaciones que los pongan de relieve, y cuando esto no sea posible se acudirá a otros informadores indirectos que actúen en su nombre o representación.

Además, y para la comprensión amplia del concepto de calidad, es necesario precisar los componentes que la determinan, los cuales, según Ruiz (2001) parten de cuatro factores: el primero es la comunicación boca a boca, es decir que la opinión que se forma el potencial cliente, depende de lo que éste oye decir sobre ella a otros consumidores; el segundo factor son las necesidades personales, dado que las características y circunstancias personales de cada cliente modifican las expectativas que se puede llegar a crear; el tercer factor son las experiencias anteriores, donde las expectativas que tienen los clientes que no han utilizado nunca el servicio, no suelen ser las mismas de las de aquellos que ya las han experimentado con el uso de ese servicio o

con otro de características similares; y el cuarto factor es la comunicación externa que se refiere a los mensajes directos e indirectos que lanzan las empresas a sus clientes.

La calidad es un concepto abstracto y, como tal, susceptible de manipulación y tergiversación por parte de las personas interesadas en defender o atacar este concepto referido a las personas, a los bienes o a los servicios. Un ejemplo de tergiversación de la calidad mediante la utilización de la comunicación boca a boca es la difamación, que mediante los medios de comunicación se puede hacer de un individuo o de una institución o de un producto. En sentido contrario, se puede falsear el concepto de calidad mediante la creación de personajes, productos o servicios que son, supuestamente, perfectos y con esto engañar a los usuarios o consumidores.

Las necesidades de los individuos o de los grupos humanos son muy amplias y variadas. Las necesidades de un niño son diferentes a las de una persona de la tercera edad. Las necesidades de un grupo religioso son distintas a las de un partido político. En consecuencia, la percepción de la calidad y las exigencias de perfección de la calidad son equiparables pero no igualables.

La experiencia que posea un individuo o un grupo, respecto a la calidad de determinados bienes o servicios, condiciona o fortalece la aceptación de productos servicios o personas con características iguales, similares o diferentes a las conocidas por el adquiriente, usuario o vinculador.

Habitualmente, se parte del supuesto de que los mensajes transmitidos para promover un determinado producto o servicio corresponden a la calidad del producto o servicio y que los promotores actúan con honradez, honestidad y lealtad con sus clientes o usuarios. Este supuesto suele ser desvirtuado en la práctica por mensajes inexactos y

engañosos en los cuales se exagera la calidad de los productos o servicios objeto de la promoción.

Es importante mencionar que el perfeccionamiento en la evaluación de la calidad tiene como resultado un mejor desempeño de los diferentes tipos de empresas, disminución en los costos de producción, la lealtad de los clientes y consecuentemente el aumento de la rentabilidad (Guru, 2003).

Las instituciones deben preocuparse por la calidad y hacerlo de manera integral con el fin de favorecer la mejora continua teniendo en cuenta a todos los miembros de la institución dentro de su proceso de evaluación. También tiene en cuenta la satisfacción de sus usuarios, sean estos los clientes externos o internos, y para esto podrá utilizar la percepción que ellos tienen de la calidad. Es por esto que todas las personas que pertenezcan a la institución deben comprometerse con la calidad institucional.

2.2.1. Modelos de Calidad. A partir de la evaluación de la calidad en los diferentes ramos de la economía y, como consecuencia de un proceso de transformación progresiva, han aparecido diferentes modelos evaluativos con el objeto de medir la calidad de las distintas instituciones, productos, servicios y proceso. Algunos de estos modelos han sido creados para una disciplina específica y luego utilizados en otras para realizar la evaluación de otros bienes y servicios diferentes para los que fueron creados.

Los diferentes modelos de la calidad buscan la obtención de la excelencia, entendida ésta como la capacidad para alcanzar la satisfacción de las necesidades y expectativas de todos los integrantes de la institución. Para poder cumplir con las

esperanzas y satisfacer las necesidades se tiene en cuenta la información obtenida a través de la experiencia y la percepción que tiene el grupo frente a los diferentes procesos, estrategias y objetivos.

Es importante aclarar que los modelos, a diferencia de las normas, no son de obligatorio cumplimiento, sencillamente son una serie de guías para quienes están interesados en alcanzar la calidad.

A continuación se mencionan y describen algunos de ellos.

2.2.1.1. **Modelo de Sasser, Olsen y Wyckoff (1978).** Se basa en la hipótesis de que el consumidor traduce sus expectativas en atributos ligados tanto al servicio base (el que es el porqué de la existencia de la empresa) como a los servicios periféricos. Para evaluar la calidad del servicio, el cliente puede optar por uno de los siguientes planteamientos:

Seleccionar un único atributo de referencia (el que para el consumidor tenga un peso específico mayor que el resto de atributos del servicio). Seleccionar un único atributo determinante con la condición de que el resto de atributos alcancen un mínimo de satisfacción. Considerar el conjunto de atributos según un modelo compensatorio (es decir, que el consumidor aceptará tener menor cantidad de un/os atributo/s a cambio de una mayor cantidad de otro/s atributo/s). Rodríguez (2003)

2.2.1.2. **Metodología de la Calidad Interactiva** Fue propuesta por Acosta y Marval (2007); consta de cuatro fases interconectadas que a continuación se citan:

Primera fase: formulación de la visión, misión y valores organizacionales. La visión es el qué, la imagen del futuro de la institución que se piensa crear; la misión o propósito constituye el ¿por qué existimos? y los valores responden a la pregunta ¿cómo queremos actuar para el logro de nuestra visión y misión? Para responder a esta pregunta es importante conocer el contexto en el cual se

encuentra inmersa la institución y de esta manera dar respuesta a las necesidades de la misma, teniendo en cuenta tanto los actores externos como internos.

Segunda fase: formulación de los objetivos y metas. Para la formulación de objetivos y metas se consideran todos los insumos resultantes del diagnóstico estratégico. Los objetivos constituyen los logros que se quiere obtener para un período comprendido entre 1 y 3 años, dependiendo del plan de desarrollo estratégico que se elabore, y las metas son aspiraciones para un año. Cada objetivo alcanzado representa un paso más para avanzar hacia la visión y misión.

Tercera fase: formulación de estrategias y políticas. Se deben crear acciones para el logro de los objetivos y las metas y una herramienta para la formulación de las estrategias es la matriz FODA (Fortalezas, Oportunidades, Deficiencias y Amenazas).

Cuarta fase: evaluación. La evaluación constituye una parte indispensable de este proceso, pues tiene como propósito sistematizar la reflexión concerniente al desarrollo del proyecto, desde su inicio, a la incidencia sobre la vida de la escuela, a la dignificación de los alumnos y a todo el conjunto de factores que inciden sobre ellos, para luego introducir correctivos, establecer nuevos rumbos y generar compromisos de mejoramiento.

La metodología de la calidad de la gerencia interactiva es un modelo integral que al seguirlo rigurosamente conduce al logro de resultados satisfactorios en el corto y largo plazo de vida de la organización.

La formulación de la visión, misión y valores requiere de un trabajo interdisciplinario bien documentado y crítico para encontrar el punto de equilibrio entre fantasía y realidad, entre expectativas y potenciales realizaciones.

La formulación de objetivos y metas debe ser realista. Es necesario darle curso a la pero es inevitable tener en cuenta que en el desempeño empresarial surgen acontecimientos y situaciones que están por fuera del control y de la previsibilidad del empresario. Es aconsejable formular objetivos y metas alternos para retar los imprevistos.

La formulación de estrategias y políticas acertadas es la parte mas dinámica del proceso de gestión empresarial .cualquier proyecto por muy bien elaborado y calculado en los dos pasos anteriores es susceptible de no lograr resultados satisfactorios si quienes formulan las estrategias y las políticas se equivocan. Los directores y gerentes son los responsables de esta etapa.

Evaluación es sinónimo de control. Es una actividad incomoda para los miembros de las organizaciones y por aplicarlas surgen relaciones de conflicto entre las personas integrantes de la empresa y también con los clientes y los proveedores. La evaluación laxa o nula suele ser dañina para la buena calidad en el desempeño empresarial, tanto en el sector publico como en el privado. La evaluación provee la información necesaria para valorar los resultados de la gestión y visualizar los aciertos y los desaciertos para re-direccionar la nave o afianzarse en las decisiones que se ha tomado. No se sabe si la gestión de una organización es acertada y de buena calidad sino después de someterla a evaluación. El proceso de evaluación es costoso e incomodo, pero indispensable para que las organizaciones sobrevivan con calidad.

2.2.1.3. Modelo del Consejo Nacional de Acreditación – CNA Este Modelo corresponde a los lineamientos en Colombia del Ministerio de Educación Nacional (1998) y son un conjunto de políticas, estrategias, procesos y organismos cuyo objetivo fundamental "es garantizar a la sociedad que las instituciones de educación superior que hacen parte del sistema cumplen con los más altos requisitos de calidad y que realizan sus propósitos y objetivos" como lo expresa el artículo 53 de la ley de Educación superior o Ley 30 de 1992 (Congreso de la República, 1992, p. 1).

Este modelo establece un sistema de acreditación que parte de un ideal de educación superior y busca articular referentes universales con los referentes específicos definidos por la misión y el proyecto institucional, de acuerdo a lo citado en la Ley 30 (Congreso de la República, 1992), donde estos criterios son considerados como una totalidad. Sin embargo, no hay entre ellos jerarquía alguna ni se establece predilección de uno sobre otro; ellos se complementan y potencian entre sí en el modelo de calidad del Consejo Nacional de Acreditación (2005) en cuanto principios que sirven de base al juicio sobre la calidad, también se encuentran ocho dimensiones para evaluar la calidad con un total de 53 ítems específicos que fueron adaptados nuevamente en el año 2010, y en el cual se describen los siguientes aspectos de interés para el desarrollo de este proyecto:

La educación superior debe ser un espacio de búsqueda y transmisión de conocimiento en un ambiente de convivencia, de paz y de libertad, en un clima democrático, participativo y pluralista; debe ser factor esencial para el desarrollo integral de los colombianos y debe contribuir a la soberanía y al logro de la unidad nacional, a la protección de su diversidad natural y cultural y de su patrimonio simbólico, a construir una actitud consciente para la preservación del medio ambiente y a afianzar entre los ciudadanos el respeto a la dignidad humana y la vigencia plena de los derechos humanos. Donde la calidad está determinada por la universalidad, la integridad, la equidad, la idoneidad, la responsabilidad, la coherencia, la transparencia, la pertinencia, la eficacia y la eficiencia con que la institución cumple con las grandes tareas de la educación superior y se expresa, como se ha dicho, en un conjunto de aspectos que permiten reconocer si se cumplen o no las condiciones para la acreditación institucional. Según la Ley de Educación Superior, la calidad hace referencia a los resultados académicos, a los medios y procesos empleados, a la infraestructura institucional, a las dimensiones cualitativas y cuantitativas del servicio prestado y a las condiciones en que se desarrolla cada institución. (Consejo Nacional de Acreditación, 2010, p. 1):

2.2.1.4 Modelo de calidad EFQM. Múltiples autores han escrito sobre El Modelo EFQM. A continuación se revisan algunos conceptos que permitirán Identificar las características de este modelo. Martínez (2005), referencia el modelo Fundación Europea para la Gestión de la Calidad - EFQM y dice que fue creado en 1988, cuando se asociaron catorce empresas europeas para buscar mecanismos de unificación de la calidad entre ellas.

Climent (2003) menciona que el modelo de la EFQM es una herramienta para la gestión de la calidad que posibilita orientar la organización hacia el cliente, siendo uno de sus frutos la sensibilización del equipo directivo y del staff en aras de la mejora de sus productos y/o servicios.

Moreno (2007) señala que el modelo EFQM se fundamenta en el axioma de que los resultados excelentes en el rendimiento general de una organización, en sus usuarios, en las personas y en la sociedad en la que actúa, se logran mediante un liderazgo que dirija e impulse la política y la estrategia, y que se hará realidad a través de las personas, las alianzas y recursos, y los procesos.

La excelencia de la calidad en las organizaciones esta incuestionablemente ligada a los líderes que las administran. A lo largo de la historia se ha demostrado que los periodos estelares de las naciones han sido el resultado de la gestión de grandes líderes. Las crisis de las instituciones suelen estar asociadas a carencia de liderato. Buscar y encontrar líderes empresariales es una tarea exigente y costosa.

Como se observa en la figura 1, la estructura del modelo divide a la organización en nueve partes denominadas criterios (cada uno de los rectángulos blancos). Cada criterio se refiere a los distintos aspectos o temas que el modelo plantea trabajar. A su vez cada criterio se divide en varios subcriterios, lo que permite desagregar el tema a tratar en aspectos más

pequeños y concretos, lo que facilita su comprensión y aplicación. Este modelo está compuesto por cinco criterios denominados agentes facilitadores, estos son: liderazgo, personas, política y estrategia, alianzas, recursos, y procesos. Los anteriores criterios tratan sobre lo que la organización hace y cómo lo hace. Los otros cuatro criterios se denominan resultados, en concreto: resultados en los clientes, resultados en las personas, resultados en la sociedad y resultados clave. Estos criterios tratan sobre lo que la organización consigue. Vale la pena mencionar que cada criterio tiene una ponderación diferente de acuerdo con la relevancia del ítem evaluado.

El modelo EFQM se sustenta en cuatro pilares fundamentales: principios básicos de la calidad, modalidades de Mejoramiento, ciclo de control para el mejoramiento y las actividades para iniciar un proceso hacia la calidad total. Estos, a su vez, tienen sus principios básicos para el logro de la calidad total : la calidad es la clave para lograr la competitividad; la calidad la determina el usuario; el proceso de producción está en toda la organización; la calidad de los productos y servicios son el resultado de los procesos; el proveedor es parte del proceso de gestión, son indispensables las cadenas de proveedor cliente interno; la calidad es lograda para las personas y por las personas; establecer mentalidad de cero defectos; la ventaja competitiva está en la reducción de errores y en el mejoramiento continuo; es imprescindible la participación de todos (la conciencia colectiva); y requiere una nueva cultura (Sánchez, 2010)

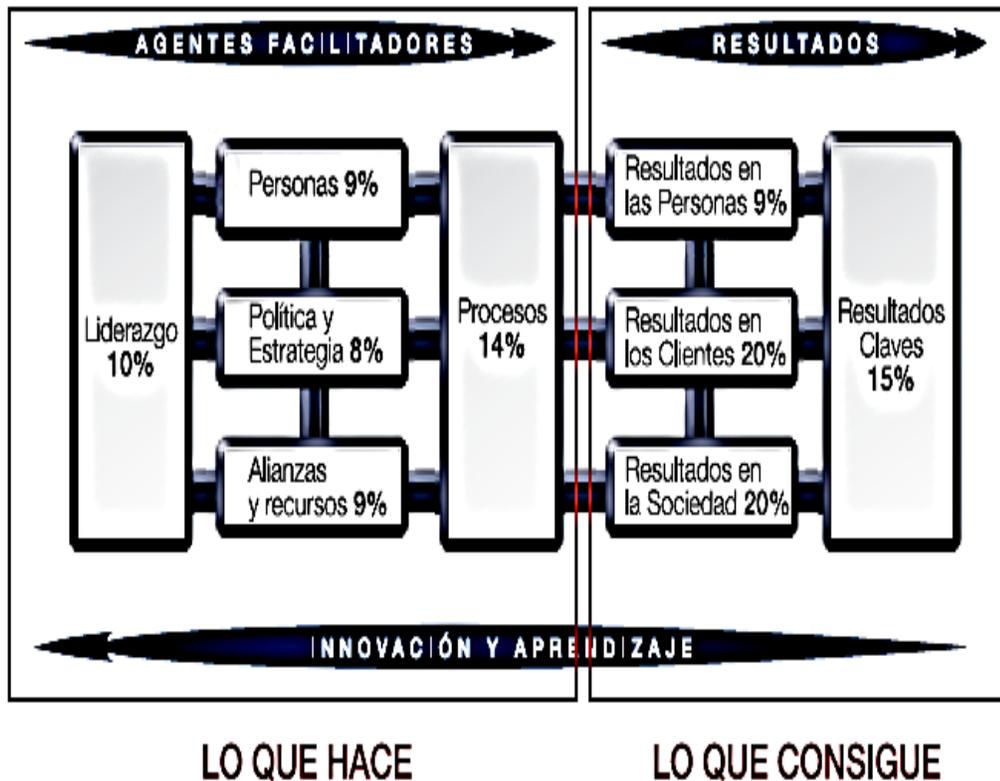


Figura 1 .Modelo EFQM (tomado de Moreno, 2007)

El modelo EFQM aplicado a la educación, para mejorar la calidad y lograr la excelencia tiene la siguiente formulación, según Martínez (2005, p. 42):

Orientación al cliente. La excelencia depende del equilibrio y satisfacción de las necesidades de todos los clientes relevantes, incluidas las personas que trabajan en la organización, los que solicitan sus servicios, los proveedores y la sociedad en general, así como todos aquellos con intereses, de un tipo u otro, en la organización.

Liderazgo y constancia de propósito. El liderazgo ayuda a conseguir la excelencia, si la visión y el propósito están alineados en la organización.

Orientación hacia los resultados. La excelencia se logra cuando los resultados satisfacen a todos los grupos implicados en la organización.

Desarrollo, implicación y reconocimiento de las personas. La excelencia se maximiza mediante la contribución al desarrollo, e implicación de las personas que trabajan en una organización en los procesos de mejora, mediante el trabajo en equipo.

Gestión por procesos y hechos. La excelencia se consigue a través de la gestión con un enfoque de procesos y hechos de una forma sistémica. Todas las actividades deben estar interrelacionadas y ser gestionadas como un sistema, con la comprensión e implicación de todos los miembros de la institución.

Desarrollo de alianzas. La excelencia se consigue desarrollando y manteniendo alianzas que añadan valor en las personas, instituciones y organizaciones que suministran productos, servicios o conocimientos al centro educativo.

Responsabilidad social de la organización. La excelencia se consigue excediendo el marco legal mínimo en el que opera la organización y esforzándose por entender y dar respuesta a las expectativas de los grupos de interés y de la sociedad.

La aplicación de los principios enumerados anteriormente implica procesos de innovación y aprendizaje; respeto a la autonomía de las instituciones y autoevaluación institucional y toma conjunta de decisiones mediante la participación de todos los miembros de la comunidad educativa lo que lleva a la formulación de nuevos planes y estrategias de mejoramiento continuo.

Blanco (2005) elabora una guía para la interpretación del modelo EFQM en el contexto de la gestión de un centro universitario de la Universidad del País Vasco - UPV/ EHU su razón de ser es servir como herramienta de trabajo para las direcciones de los centros universitarios interesados en conocer y aplicar el modelo para orientar la mejora sistemática del conjunto de su actividad, con una perspectiva exigente y a largo plazo. El documento está organizado siguiendo la estructura de nueve criterios del modelo EFQM. Este documento describe claramente la utilización del EFQM en el área de las instituciones educativas.

2.2.1.5 Modelo de calidad SERVQUAL Dado que en todos los procesos de evaluación de la calidad una de las dificultades es medir, de manera objetiva, la percepción de la satisfacción del cliente frente a los servicios ofrecidos, debido a la intangibilidad de algunos de ellos, este modelo que mide la disconformidad desde la perspectiva del cliente, llena las expectativas en dichos aspectos.

SERVQUAL es un instrumento de medida de la calidad desde el punto de vista del usuario tal cual como la percibe y con el que el encuestado debe confirmar dos veces su respuesta; define un nivel de calidad a través de la diferencia existente entre la expectativa (es lo que el cliente espera que le ofrezca el servicio para quedar satisfecho) y la percepción (se entiende como la valoración que el cliente hace del servicio recibido) del servicio por parte de los clientes (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1993).

La diferencia entre la expectativa y la percepción determina un valor que se puede ubicar en la escala de medición de Likert. Ésta es una escala ordinal y como tal no mide en cuánto es más favorable o desfavorable una actitud, sino que informa sobre un puntaje definido para una determinada actitud característica; "su mayor ventaja radica en que es fácil de construir y de aplicar, además de proporcionar una buena base para una primera orientación de los individuos en la característica que se mide porque no incluye preguntas abiertas" (Instituto Cultural Tampico, 2011, p. 1). La puntuación de la escala va de 1 a 5, siendo 1 la calificación más baja o totalmente desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 es ni de acuerdo ni en desacuerdo, 4 es de acuerdo y 5 es la calificación más alta o totalmente de acuerdo.

El instrumento de medida de la calidad, SERVQUAL, considera cinco dimensiones con base en las cuales define el servicio de una organización, es decir, tangibles, aseguramiento, velocidad de respuesta, confiabilidad y empatía (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1993). En este sentido Pascal (2005) refiere en su artículo que la escala multidimensional SERVQUAL es una herramienta para la medición de la calidad del servicio desarrollada por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993) que contó con el auspicio del Marketing Science Institute en 1988. El marco teórico, del cual partieron, incluyó la definición del nivel de calidad como aquel que iguala o sobrepasa las expectativas del cliente. Estas expectativas están definidas por la comunicación, ya sea informal o publicitaria, las necesidades del individuo y las experiencias previas con la empresa o con las empresas del mismo sector.

La versión utilizada por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993) ha experimentado mejoras, múltiples revisiones y ha sido validada en América Latina por Michelsen Consulting, con el apoyo del nuevo Instituto Latinoamericano de Calidad en los Servicios en el año de 1992. La validación SERVQUAL ha sido condensada en una escala de cinco dimensiones que se desagregan en 22 ítems.

De acuerdo con lo anterior se menciona que Servqual consta de cuatro partes: la primera se refiere a la medición de las expectativas a través de la calificación que le otorgan los clientes en términos de las empresas excelentes (*Measure of service Superiority*) o de las expectativas adecuadas (*Measure of Service Adequacy*), la segunda califica la percepción de la calidad del servicio de la empresa analizada. Para cada una de estas dos primeras partes presenta 22 ítems evaluados en una escala Likert de siete

puntos, la tercera tiene ocho preguntas y hace referencia a la importancia relativa de los cinco criterios y finalmente la cuarta parte se refiere a los datos socios demográficos del encuestado

A continuación se enumeran y describen las cinco dimensiones:

Tangibilidad: las facilidades físicas, el equipamiento y la apariencia del personal.

Fiabilidad: la capacidad de desarrollar el servicio prometido en forma segura y con precisión.

Capacidad de respuesta: prontitud en ayudar a los clientes y proveer un servicio rápido.

Confianza: conocimiento y cortesía de los empleados y su capacidad de inspirar confianza y certeza.

Empatía: preocuparse por la atención individualizada que la firma facilita a sus clientes (Michelsen Consulting, 1992, pp. 1-2).

En lo que respecta al análisis del modelo SERVQUAL a partir de la metodología GAPSs, en relación a cuatro diferencias/discrepancias/brechas Rocco (2002) indica que es un método utilizado para la medición de la satisfacción del cliente. Este enfoque incluye el análisis de las expectativas y la percepción del factor evaluado. El modelo introduce y analiza una serie de GAPS que pueden ser percibidos por los clientes, o producirse internamente en las organizaciones proveedoras de los servicios. El modelo contiene cinco GAPS

Gap 1: indica la discrepancia entre las expectativas de los clientes sobre un servicio concreto y las percepciones o creencias que se forman los directivos sobre lo que espera el consumidor de ese servicio.

Gap 2: mide la diferencia entre las percepciones de los directivos y las especificaciones o normas de calidad.

Gap 3: calcula la diferencia entre las especificaciones o normas de calidad del

servicio y la prestación del mismo.

Gap 4: mide la discrepancia entre la prestación del servicio y la comunicación externa.

Todas las diferencias mencionadas hacen que el servicio suministrado por la organización no cubra las expectativas que los clientes tenían puestas en él, produciéndose el gap 5:

$$\text{GAP 5} = f(\text{GAP 1}, \text{GAP 2}, \text{GAP 3}, \text{GAP 4})$$

Gap 5: mide la diferencia entre el servicio esperado y el servicio percibido, determinando a través de dicha magnitud el nivel de calidad alcanzado. La forma de reducir esta diferencia es controlando y disminuyendo todas las demás (Ruiz, 2001, p. 4).

A partir de estas cinco dimensiones, el modelo mide la calidad percibida de un servicio como la diferencia entre las percepciones reales por parte de los clientes del servicio y las expectativas que sobre éste se han ido formando previamente y, con base en esto los clientes se pueden clasificar en: "clientes satisfechos, cuando la percepción es mayor que la expectativa, entonces, la medida SERVQUAL es mayor que cero \mathcal{A} *expectativa superada*; y clientes insatisfechos donde la percepción es menor que la expectativa, entonces, la medida es menor que cero \mathcal{A} *Expectativa defraudada*" (Ruiz, 2006, p. 50). Figura 2

En resumen, y de acuerdo con las investigaciones realizadas por Parasuraman et al. (1985, 1988) se puede concluir que la calidad del servicio es igualar o sobrepasar las expectativas del cliente; es la diferencia entre expectativas y percepciones; las expectativas son esperanzas fundadas que generan las empresas en los clientes; •las percepciones son las maneras como los clientes captan los servicios a través de los momentos de verdad.

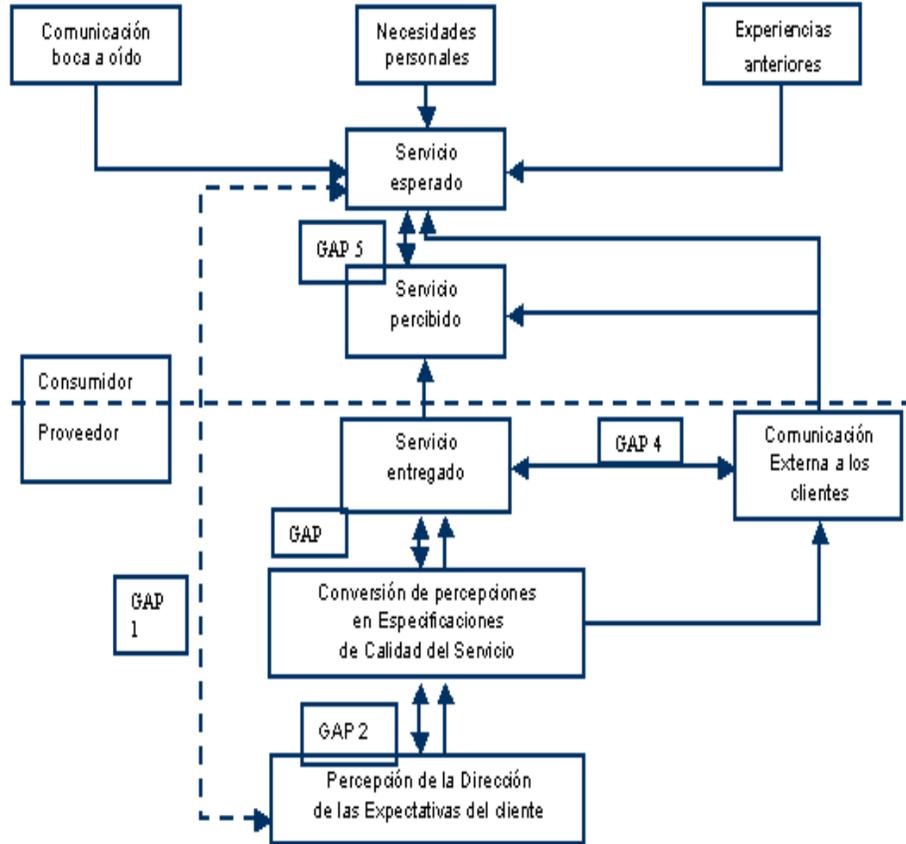


Figura 2 Modelo SERVQUAL tomado A. Parasuraman, A. Zeithaml y Berry

Es importante recordar que el modelo SERVQUAL ha tenido muchos críticos y producto de esto ha sufrido un proceso evolutivo que llevó a la aparición de una segunda versión del SERVQUAL y cuyas principales diferencias, con respecto a la primera versión, son que se redujo de diez a cinco el número de factores que determinan la calidad de los servicios, y se omiten las preguntas negativas, se sigue conservando la escala de Likert. Después de estas modificaciones aparecen nuevos críticos que objetan los Gaps dado que estos no miden la actitud sino las expectativas.

Los principales detractores son Cronin y Taylor (1992,1994) quienes propusieron SERVPERF.

De otra parte, a fin de complementar la teoría sobre el modelo SERVQUAL a continuación se describe la metodología que éste aplica y la modificación del modelo a través del SERVPERF, porque sus parámetros permiten analizar mejor las variables de la presente investigación.

Una aplicación válida de esta metodología es la descrita por Foroughi (2011), en su estudio denominado "Assessment of quality of education a non-governmental university via SERVQUAL model" (Evaluación de la calidad de la educación de una universidad no gubernamental a través del modelo SERVQUAL), donde el objetivo fue evaluar la calidad de los estudios de post graduados en funcionamiento midiendo la calidad de servicio de la Universidad Islámica Azad en Teherán (Irán) desde el punto de vista de los estudiantes de postgrado, evaluando expectativas, deseos, condiciones y percepciones presentes.

Los resultados del estudio son importantes para el desarrollo de la presente investigación dado que incluye a un grupo de estudiantes de postgrado que habían entrado a la universidad en el primer semestre académico del 2005, a quienes se les aplicó un cuestionario estándar con base en el modelo SERVQUAL el cual contenía cinco dimensiones: la garantía, la simpatía, las instalaciones, la responsabilidad y la confianza. El análisis de los datos de las expectativas de los estudiantes y las percepciones en la dimensión de garantía reveló una diferencia significativa entre estas variables y la puntuación media más alta de las respuestas de la expectativa perteneció a los suficientes conocimientos especializados de los profesores, atención recibida de parte

del área administrativa en todos los procesos académicos y la calificación más baja se dio en relación con las percepciones de los estudiantes sobre su preparación para futuros empleos y ocupaciones, de acuerdo con la educación que han recibido, lo cual indicó que en la universidad las políticas para cualificar al estudiante en la manera como éste debe enfrentarse al mercado laboral de su especialidad (Foroughi, 2011).

Con base en lo anterior, se puede decir que la calidad debe ser vista como un atributo multidimensional, que tiene la característica de irse transformando con el fin de darle respuesta a las exigencias del medio, lo cual en el ámbito de la educación, no solo debe centrarse en los procesos administrativos internos sino que debe proyectarse hacia las expectativas de los estudiantes, dado que el atributo de la calidad cambia de acuerdo con quien lo percibe.

Esto en razón a que para las instituciones educativas la calidad debe ser siempre su norte y para ello deben ser flexibles con el objetivo de irse adaptando y dando paso al cambio. Como producto de estas transformaciones se van generando procesos y estrategias innovadoras en las diferentes prácticas educativas y administrativas de la institución. Las causas que originan el cambio y llevan a la innovación darán las características al procedimiento de innovación y para que el cambio sea efectivo, deberá participar toda la comunidad implicada en el proceso. Por ello, es importante identificar donde tiene lugar la innovación, quien la impulsa y a quien va dirigida y qué efectos tendrá la implantación en el tiempo.

Es necesario reseñar la modificación realizada al modelo SERVQUAL en el modelo SERVPERF, que mide las percepciones sobre la calidad desde la perspectiva del cliente. Fue desarrollado por Cronin y Taylor en 1992, citado por Ruiz (2006) en un

estudio empírico realizado en ocho empresas de servicios comparando los dos modelos y del cual se dedujo que el modelo SERVQUAL no es el más adecuado para medir la calidad del servicio respecto al modelo modificado SERVPERF que utiliza los mismos ítems que el primero; la diferencia radica en que no obliga al encuestado a responder dos veces a cada ítem como sí lo hace SERVQUAL. Además, el modelo modificado utiliza exclusivamente la percepción como mejor aproximación a la satisfacción porque los objetivos de este modelo son evaluar el desempeño y examinar las relaciones entre calidad del servicio, satisfacción del consumidor, e intenciones de compra (Ruiz, 2006).

SERVPERF está basado en el desempeño, mide solamente las percepciones que tienen los consumidores acerca del rendimiento del servicio. Al estar basado en Servqual cuenta con 22 puntos donde se tienen en cuenta las actitudes y la satisfacción. Esta escala intenta superar las limitaciones de utilizar las expectativas en la medición de la calidad percibida, sin definir concretamente el tipo y el nivel de expectativas a utilizar (expectativas de desempeño, experienciales, predictivas, normativas, etc.). En conclusión, la escala es la misma, lo que varía es el enfoque de evaluación y las preguntas en los instrumentos. (Duque, 2005). Este modelo es el que sirve de guía en esta investigación a fin de determinar la percepción de la calidad del proceso de matrícula mediante la satisfacción de los estudiantes del programa de fisioterapia de la Universidad Manuela Beltrán – UMB.

Estos modelos han venido evolucionando y perfeccionando a lo largo del tiempo y dando origen a otros modelos que también permiten la evaluación de la calidad a través de la percepción del usuario, estos modelos son cada vez son más objetivos y

tienen en cuenta nuevas características que poco a poco van dando la posibilidad de hacer mas critica y precisa la evaluación a través de usuario.

2.2.1.6 Modelo *SERQHOS* Este modelo se crea con base en el *SERVQUAL* pero se utiliza para medir la calidad a través de la satisfacción del usuario en las instituciones de salud, basado en el paradigma de la desconfirmación que la teoría define como el resultado de la diferencia entre lo que se esperaba y lo que se obtiene. El cuestionario consta de tres partes un primer apartado de 18 preguntas orientadas al conocimiento de las expectativas que recogen aspectos claves de la atención, una segunda parte que trata de medir la fiabilidad y la confiabilidad de las preguntas realizada y finalmente una pregunta directa sobre el nivel global de satisfacción al ser dado de alta tiene un apartado donde se preguntan los datos personales y un espacio libre para captar su opinión. (Ayuso D, 2006).

Es pertinente mencionar que la preocupación por la percepción de la calidad a través de la percepción del cliente se esta dando en todas las áreas del mercado pues se ha identificado que el cliente es la razón de ser de cualquier institución que preste servicios, y esta satisfacción es lo único que permitirá a las diferentes empresas permanecer dentro del mercado.

Mundialmente estas escalas *SERVQUAL* / *SERVPERF*, son reconocidas como las más importantes y confiables para medir la calidad del servicio. Estas perciben al cliente, como el único capaz de calificar la calidad del servicio y a partir de estas dos escalas han surgido otras que se adaptan al área del mercado que se quiere evaluar.

2.2.1.7 Modelo Jerárquico y Multidimensional de la calidad del Servicio

Brady y Cronin (2001) en su estudio proponen un modelo jerárquico para evaluar la calidad (figura3) que parte de los planteamientos de Grönroos (1984) y otros. A través de su investigación cualitativa y empírica, identifican como la calidad del servicio conforma una estructura de tercer orden, donde la percepción de calidad es definida por precisas dimensiones, y a su vez, éstas están constituidas por diversas sub-dimensiones

En esta propuesta se observa una estructura jerárquica de múltiples niveles en la cual la calidad ésta determinada por la calidad de la interacción, el ambiente de servicio y el resultado de la calidad, estas tres dimensiones están compuestas por grupos específicos de nueve atributos en total, los cuales permiten al cliente tener una percepción del desempeño de la organización. La suma de las percepciones dará como resultando una percepción global de la calidad del servicio.

Los autores refieren que la calidad es una variable multidimensional que se manifiesta a través de constructos con alto grado de correlación y que los factores no son universales sino que son específicos para cada servicio evaluado, de esta manera si se quieren obtener evaluaciones detalladas sobre diferentes atributos o factores de la calidad se pueden construir modelos jerárquicos multidimensionales. La longitud del cuestionario dependerá del nivel de agregación del estudio: si se busca el nivel más desagregado (más detallado), la evaluación se realizaría a partir de las subdimensiones, mientras que si se busca un nivel más agregado (menos detallado) la evaluación se haría a partir de las dimensiones.

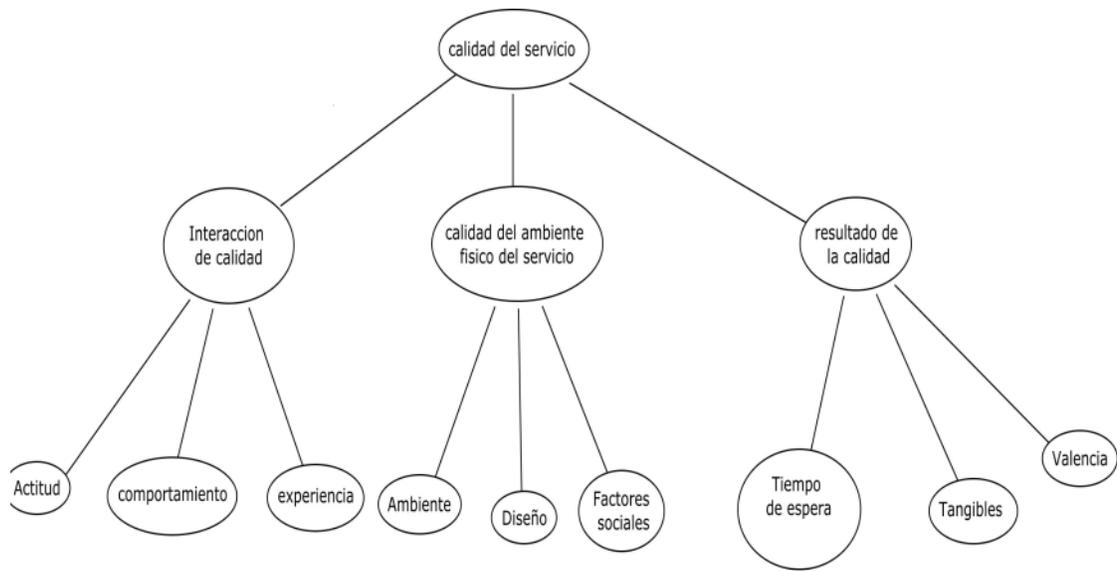


Figura 3 Modelo Jerárquico de la Calidad. Elaboración de la tesista a partir de Brady, M. K. y Cronin, J. (2001)

Los autores del estudio, en el que propusieron el modelo, encontraron que para los usuarios de SERVQUAL / SERVPERF la entrega fiable, sensible y empática del servicio es un efecto relacionado con la mejora de la percepción de la calidad del servicio. Este tipo de información puede diagnosticar fallas en el servicio e identificar los orígenes de las mismas. Uno de los ítems que más descalifica el servicio es el tiempo de espera. También señalan que existe una notable falta de validez discriminante entre las medidas de calidad del servicio percibido y la satisfacción del cliente.

2.3. Servicio

Existen múltiples definiciones de servicio, pero todas tienen en común que ofrecen un beneficio a los clientes o/ usuarios, por ello los servicios varían dependiendo de la actividad, de las condiciones del cliente si es virtual o se encuentra físicamente, de

a quién estén dirigidos a una persona o a un grupo de personas a un producto etc., Un factor importante que interviene en la calidad del servicio es el factor humano

Morales (2004) refiere que los servicios son básicamente intangibles ya que son beneficios, experiencias más que objetos, son heterogéneos, varían de un producto a otro de un usuario a otro de un servicio a otro, la calidad de los servicios se produce durante la prestación (fruto de la interacción entre el cliente y el proveedor). Al evaluar el servicio no solamente se tiene en cuenta el resultado final, sino también el proceso de recepción del mismo. En general, es más difícil evaluar la calidad de los servicios que la calidad de los productos tangibles, por lo que, finalmente, la evaluación de la calidad del servicio está determinada por lo que el cliente recibe y las expectativas que él tenía.

A nivel mundial el servicio de calidad se ha constituido en un tópico institucional y social en el que se fundamenta la economía de las diferentes organizaciones y por esto se ha convertido en una estrategia ganadora debido a que con base en el servicio se aumenta la productividad, el número de clientes, la lealtad de los mismos y directamente la rentabilidad de las instituciones.

Según la Comisión Federal de Mejora Regulatoria, citada por García (2007), el servicio es algo más que satisfacer a otros; es la manera de llevar a cabo la misión, visión y objetivo de la entidad y, así, fortalecer su desarrollo y la autorrealización de quienes participan en ella. Existen diferentes tipos de servicios y se pueden clasificar por su naturaleza, por el sector de actividad, por su función y por el comportamiento del consumidor. Por ello, la calidad de una organización cuyo producto es el servicio no

puede medirse con pruebas de laboratorio, debe medirse a través de la interacción con el cliente/usuario, para el caso de la presente investigación, el estudiante de fisioterapia.

2.3.1. Características del Servicio. La línea base de un servicio de alta calidad, para el cliente, debe fundamentarse en una filosofía de vida organizacional. La filosofía del servicio al cliente es percibida por éste como un baluarte que posee la institución para crear y mantener relaciones duraderas; por lo tanto es, un aspecto crítico, pues es parte de la imagen que proyecta la institución. Esta forma de pensar y actuar debe fundamentarse en los siguientes valores corporativos básicos (Ojeda, 2011, p3):

Honestidad: expresarse y actuar de manera franca y directa.

Respeto: tratar a las personas con consideración y deferencia.

Empatía: analizar y comprender las necesidades, inquietudes, percepciones e incluso las preocupaciones de los clientes.

Compromiso: cumplir con lo acordado entre las partes.

Oportunidad: entregar lo ofrecido en el marco de tiempo estipulado, además de la disponibilidad para servir al cliente en situaciones especiales que ameriten.

Responsabilidad: responder eficiente y eficazmente respecto a los acuerdos realizados.

Credibilidad: generar y mantener una imagen profesional, lo cual se logra entregando lo que se ha comprometido a proveer, en las condiciones pactadas.

Amabilidad: ser cordial, gentil y cálido en el trato

De acuerdo con Kotler (2002, p. 245), los servicios tienen cuatro características que a continuación se citan:

Intangibilidad: es una característica particular debido a que los servicios son acciones y no objetos que se puedan tocar, para volverlo tangible es importante la percepción del cliente.

Inseparabilidad: los servicios se producen y se consumen al mismo tiempo, entonces hay una interacción directa entre el cliente y el proveedor.

Variabilidad: es una característica difícil de controlar dado que depende de quién proporciona el servicio, cuándo y cómo lo provee.

Imperdurabilidad: hace referencia a la característica de los servicios de no poderse almacenar, por lo tanto, el servicio se ofrece, se consume y se termina.

Toda institución prestadora de servicios, para sobrevivir y triunfar en el mercado, necesita crear y mantener relaciones duraderas con sus clientes en el tiempo. Este objetivo básico debe ser predicado, comprendido y asimilado por todos y cada uno de los miembros al interior de la organización. La imagen que proyecta la institución al exterior ha de ser percibida con claridad por los usuarios porque cumple con las características de honestidad, respeto, empatía, compromiso, oportunidad, responsabilidad, credibilidad y amabilidad descritas, anteriormente, por el tratadista Ojeda.

Es de capital importancia para las instituciones prestadoras de servicios que todos sus miembros analicen y tengan claridad sobre las cuatro características intrínsecas de los servicios. El hecho de que el servicio sea intangible puede inducir a las personas encargadas de prestarlo a que descuiden sus responsabilidades por no ser palpable. Al no poder fraccionar el servicio, la valoración de su calidad tiene que ser integral. La variabilidad en el servicio coloca al usuario en una situación de desventaja relativa, por que la continuidad en la prestación depende de la eficiencia y, en muchos casos, del capricho del prestador. La característica de la imperdurabilidad de los servicios genera una dinámica que se traduce en la creación y desaparición continua de organizaciones de este sector de la economía.

Castillo (2002) indica que para el análisis de la satisfacción de los alumnos, se deben tener en cuenta los siguientes elementos: satisfacción por la atención a sus

necesidades básicas en donde se pretende comprobar si los alumnos consideran que las condiciones de la institución ofrecen garantías suficientes para su propia supervivencia en condiciones de seguridad y comodidad básica suficiente. La satisfacción por su sentimiento de seguridad donde se mide el grado de satisfacción de los alumnos por tener la seguridad de que las condiciones de supervivencia básica dentro del entorno habitual de la institución, están garantizados para ahora y en lo sucesivo; dicha seguridad puede ser de carácter físico, económico, emocional entre otros, siendo este último el factor de análisis de este proyecto, otro elemento es la satisfacción es por la aceptación que reciben, e indica el reconocimiento al alumno por el hecho de ser miembro del grupo o colectivo.

Está igualmente, la satisfacción por el aprecio que se les otorga, aspecto que coloca al estudiante ante la satisfacción del éxito o prestigio personal, que en el caso del proceso de matrícula se vincula con el buen trato que se les brinda haciéndolos sentir una parte importante de la comunidad académica para iniciar su nuevo periodo de clases. Finalmente se tiene la satisfacción por la oportunidad de desarrollarse libremente en el sentido de autorrealización libre considerando la posibilidad de que el estudiante pueda llevar a cabo sus aficiones y potencialidades en un ambiente de libertad y para disfrutar de los resultados de su propia creación personal.

2.3.2. **Satisfacción del usuario.** La opinión del cliente frente al servicio recibido debe ser importante para toda organización, al hacer una revisión de la literatura se encuentra que los modelos para identificar la satisfacción del cliente se han orientado hacia la industria principalmente.

Rey (2000) afirma que la opinión de los usuarios sobre la satisfacción o insatisfacción, deriva directamente de la calidad del servicio, de sus características o de la información que les proporcionen y constituye una información muy importante acerca del éxito o fracaso del sistema para cubrir sus expectativas. No es suficiente con que el sistema funcione, es necesario que el servicio que se presta sea satisfactorio para el usuario y que éste así lo perciba.

Asimismo, Terry (2003) define la satisfacción como una respuesta emocional del cliente ante la evaluación de la discrepancia, percibida, entre su experiencia previa y las expectativas del producto y el verdadero rendimiento experimentado una vez establecido el contacto con la organización y después de haber probado el producto.

La satisfacción es frecuentemente comprendida como una actitud afectiva que “influye en el comportamiento del usuario y su valoración del producto y, por lo tanto, condiciona la fidelidad del usuario” (Hassan, 2006). De esta forma, la satisfacción estaría comprendida por variables como la usabilidad, la accesibilidad, la funcionalidad, findability o facilidad de ubicación, la utilidad, la estética y la credibilidad.

Según Coine (1998) (citado también en el Modelo ResortQual), los estados de satisfacción del cliente pueden ser:

- Satisfecho: Las expectativas han sido igualadas, pero no superado. La transacción se ha desarrollado perfectamente y el nivel de esfuerzo ha sido el esperado.

- Irritado: La transacción ha ocurrido felizmente, pero el comportamiento del proveedor no ha sido apropiado.

- Insatisfecho: La transacción no ha tenido éxito, a pesar de un esfuerzo exigido.

- Enojado: La transacción no ha tenido éxito, a pesar de un esfuerzo por parte del cliente notablemente superior al esperado por culpa de un error del proveedor que podía habérselo evitado.

- Excitado (o sorprendido o deleitado): El cliente se lleva una sorpresa agradable porque las expectativas de éxito eran bajas, o el nivel esperado de esfuerzo alto, o la transacción ha sido redefinida de alza.

Castillo (2002) indica que para el análisis de la satisfacción de los alumnos, se deben tener en cuenta los siguientes elementos: satisfacción por la atención a sus necesidades básicas en donde se pretende comprobar si los alumnos consideran que las condiciones de la institución ofrecen garantías suficientes para su propia supervivencia en condiciones de seguridad y comodidad básica suficiente.

La satisfacción por su sentimiento de seguridad donde se mide el grado de satisfacción de los alumnos por tener la seguridad de que las condiciones de supervivencia básica dentro del entorno habitual de la institución, están garantizados para ahora y en lo sucesivo; dicha seguridad puede ser de carácter físico, económico, emocional entre otros, siendo este último el factor de análisis de este proyecto, otro elemento es la satisfacción es por la aceptación que reciben, e indica el reconocimiento al alumno por el hecho de ser miembro del grupo o colectivo.

Está igualmente, la satisfacción por el aprecio que se les otorga, aspecto que coloca al estudiante ante la satisfacción del éxito o prestigio personal, que en el caso del proceso de matrícula se vincula con el buen trato que se les brinda haciéndolos sentir una parte importante de la comunidad académica para iniciar su nuevo periodo de clases. Finalmente se tiene la satisfacción por la oportunidad de desarrollarse libremente en el sentido de autorrealización libre

considerando la posibilidad de que el estudiante pueda llevar a cabo sus aficiones y potencialidades en un ambiente de libertad y para disfrutar de los resultados de su propia creación personal.

2.3.3. Modelos en los que se basa el concepto del servicio

Existen varios modelos para la evaluación de la satisfacción del cliente y a continuación se mencionaran algunos de ellos.

2.3.3.1. *El modelo del servicio europeo*. Se denomina modelo de la calidad percibida de Grönroos que se planteó en Suecia a finales de los años 70's. Este modelo pone las bases para el estudio de la calidad de los servicios, tiene una orientación concreta del marketing de servicios y parte del supuesto de que los nuevos modelos están supeditados a la resolución de dos cuestiones básicas que buscan los clientes y que están evaluando en su relación con los servicios. Este modelo sitúa al consumidor como eje central y lo constituye en la fuente de información principal para medir el servicio. La calidad percibida de los servicios se define como “el resultado de un proceso de evaluación en el que el consumidor compara sus expectativas con el servicio percibido” (Rial, 2008, p. 90).

Grönroos diferencia entre la calidad técnica, (el qué) resultado y la calidad funcional, (el cómo) proceso. Es un modelo de calidad total, según el cual la calidad experimentada resulta de la evaluación de un conjunto de atributos, algunos de carácter técnico y otros de carácter funcional partiendo de la calidad esperada y de la calidad percibida. La calidad esperada depende de las necesidades de los clientes, y de las comunicaciones de la organización. La calidad percibida que surge de la comparación entre la calidad del servicio experimentado y la calidad esperada (Rial, 2008).

El modelo europeo es importante por que, cuando en el año de 1985 Parasuraman, Zeithaml y Berry, citados por Morales (2004), desarrollaron su modelo conceptual, se basaron, en parte, en el trabajo de Grönroos. Estos autores fueron quienes desarrollaron un modelo conceptual basado en discrepancias que culminó con el desarrollo de un instrumento de medida que denominó SERVQUAL, el cual fue descrito anteriormente.

2.3.3.2. **Modelo de servicio Kano** Fué creado en los 80's por el profesor Noriak Kano mide las características de la calidad en dos ejes el nivel de satisfacción y el nivel de ejecución, el principal objetivo es ayudar a los equipos a descubrir, clasificar e integrar tres categorías de necesidades del cliente y los atributos de los productos o servicios que están desarrollando. Los tres tipos de necesidades se clasifican en función de su capacidad para crear la satisfacción o insatisfacción del cliente y determinar sus causas, ya que no todas las características de un producto o servicio satisfacen al cliente (Uribe, 2008).

Además, y, como lo referencian Horváth y Partners (2003), este modelo divide las exigencias de los clientes en exigencias básicas, exigencias de prestaciones, y elementos capaces de provocar sobre satisfacción (encantamiento).

Las características básicas son aquellas que forman parte del producto o servicio y no son cuestionadas por el cliente, producen una satisfacción mínima y sólo cumplen con las características esperadas por él; por lo regular el cliente no se fija en ellas, pero nota su ausencia.

Las características de ejecución o exigencias de prestaciones son aquellas que tienen que ver con el funcionamiento y se refieren a la forma como el producto o servicio se comporta con el cliente.

Las características de encantamiento se refieren al valor agregado que tiene un servicio y lo diferencian de la competencia; produce una alta

satisfacción al cliente, son aquellos atributos extra o innovaciones que sorprenden agradablemente al cliente.

El tiempo juega un papel muy importante en este modelo.

La innovación, el valor agregado y el tiempo de respuesta aumentan la competitividad de la empresa (Valdés, 2002, p. 27).

El modelo visualiza los atributos o características del producto. Es una herramienta para la evaluación de las ideas nuevas, para el desarrollo de conceptos de nuevos productos y el modelo ofrece una metodología para localizar las respuestas del consumidor (Fig4). Las respuestas de los consumidores, respecto a la satisfacción, requieren el análisis de tres factores y tres cualidades (Uribe, 2008 p 3):

Factores básicos—atributos básicos esperados—requisitos necesarios—insatisfactores—*basic factors*. Son los requisitos mínimos que causarán el descontento del cliente si no se satisfacen, pero que no causan la satisfacción del cliente si se satisfacen (o se exceden).

Factores de entusiasmo—atributos de impacto (inesperados/ sorprendentes)—requisitos atractivos—satisfactores—*excitement factors*. —exaltación son los factores que aumentan la satisfacción del cliente si son entregados pero no causan el descontento si no se entregan. Estos factores sorprenden al cliente y generan —placer—usando estos factores, una empresa de cualquier tipo puede realmente distinguirse de sus competidores de una manera más positiva. Los atributos de impacto representan deseos ocultos y desconocidos, nuevas facetas de uso y aplicación, aspectos de personalización del producto al cliente (customización).

Factores de desempeño —atributos de rendimiento—una dimensión—requisitos unidimensionales—factores del desempeño—performance/linear.

Factores que causan satisfacción; si el desempeño es alto. Causan descontento si el desempeño es bajo. Estos factores están conectados típicamente con las necesidades explícitas de los clientes y los deseos y una empresa debe intentar ser competitiva aquí. Rendimiento: tanto mayor rendimiento, tanta mayor satisfacción.

Cualidades indiferentes, el cliente no le presta atención a las características.

Cualidades cuestionables, no es claro si esta cualidad es esperada por el cliente.

Cualidades inversas, mesta característica del producto, a la inversa, era la esperada por el cliente

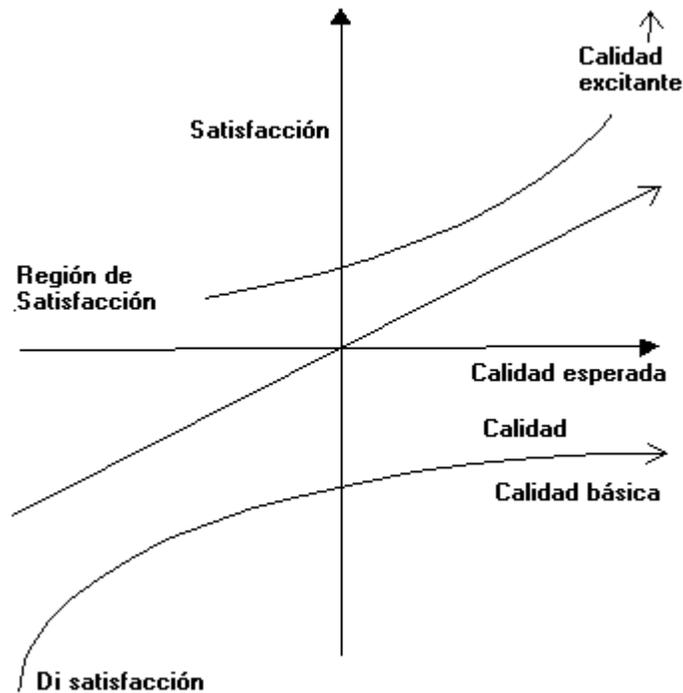


Figura 4. Modelo Kano de satisfacción del cliente (adaptado de Teoría y práctica de la calidad 2008)

La satisfacción de los consumidores es el gran desafío tanto para los productores de bienes como para los prestadores de servicios. El modelo permite encontrar las respuestas que dan habitualmente los consumidores cuando desean adquirir un producto o utilizar un servicio.

Todo producto debe tener un conjunto de factores básicos para que satisfaga las necesidades y las expectativas de los consumidores sin que éstos permanezcan indiferentes frente a sus cualidades.

Para los consumidores de tendencia conservadora los factores de entusiasmo no tienen mucha importancia y suelen cuestionarse sobre las cualidades nuevas encontradas en los objetos ofrecidos.

La importancia de este modelo, reside en la capacidad que tiene para identificar cuales son los atributos más deseados por los clientes que para el caso de este trabajo son los estudiantes del programa de fisioterapia

2.3.3.3. **Modelo del servicio tipo ACSI.** Este modelo sobre la satisfacción Al cliente fue creado por la Universidad de Michigan y la American Society Quality; (fig5) es el primer índice de satisfacción al cliente norteamericano (Evans, 2008).

Uno de los objetivos de este modelo es aumentar la percepción y el entendimiento de la calidad por parte del público. ACSI se basa en las evaluaciones que el cliente hace de la calidad de los productos y servicios. El modelo econométrico para producir el ACSI relaciona la satisfacción del cliente con sus factores determinantes: expectativa del cliente, calidad y expectativa percibida. La satisfacción del cliente se relaciona a su vez, con la lealtad del cliente, esto tiene un impacto sobre la productividad (Evans, 2008).

Uno de los objetivos de este modelo es aumentar la percepción y el entendimiento de la calidad por parte del público. ACSI se basa en las evaluaciones que el cliente hace de la calidad de los productos y servicios. El modelo econométrico para producir el

ACSI relaciona la satisfacción del cliente con sus factores determinantes: expectativa del cliente, calidad y expectativa percibida. La satisfacción del cliente se relaciona a su vez, con la lealtad del cliente, esto tiene un impacto sobre la productividad (Evans, 2008). El modelo también define dos consecuencias principales de la satisfacción del cliente: las quejas y la satisfacción del cliente (Kunsteli M, 2009). Como se observa en la Figura 5:

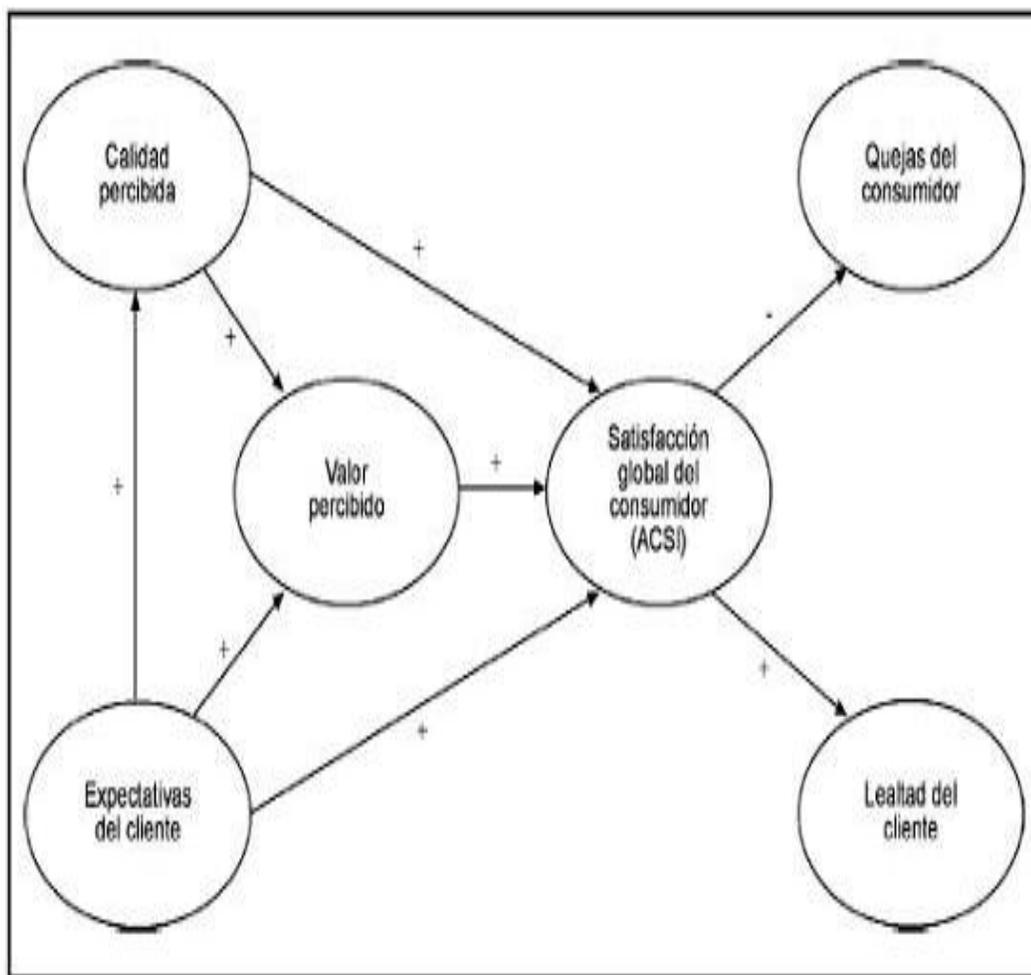


Figura 5 Modelo ACSI de satisfacción del cliente (tomado de Heath et all, 2003).

2.3.3.4. ***Modelo del servicio LIBQUAL.*** Los objetivos de este modelo son fomentar la excelencia en la prestación del servicio bibliotecario, ayudar a las bibliotecas en el mejor conocimiento de lo que los usuarios perciben como (servicio de) calidad, recoger e interpretar retroalimentación de los usuarios (a lo largo del tiempo), ofrecer información comparable con otros centros homogéneos (benchmarking), identificar las buenas prácticas, mejorar las destrezas analíticas de los bibliotecarios para interpretar y actuar según los datos obtenidos (Herrera y López, 2008).

Este modelo mide las percepciones y las expectativas de los usuarios a través de valor afectivo del servicio, la biblioteca como lugar y el control de la información. Aplica, además, una encuesta de satisfacción basada en 22 preguntas, en cada pregunta hay que dar 3 respuestas cada una con puntuación de 1 a 9 y con base en esto se estudian tres niveles de satisfacción, donde el nivel de servicio mínimo (VM) es el valor por debajo del cual el usuario no tolera respecto al ítem que se le está preguntando; el nivel observado (VO) es el valor que observa o percibe respecto al ítem que se le está preguntando; y el nivel de servicio deseado (VD) que es valor que el usuario desearía sobre el ítem que se le está preguntando (máximas expectativas). LIBQUAL mide la distancia entre el valor mínimo y el valor observado (Herrera y López, 2008)

2.4. Procesos

Muzaurieta (2004) refiere que, un proceso puede ser definido como un conjunto de actividades interrelacionadas entre sí, que a partir de una o varias entradas de materiales o información, dan lugar a una o varias salidas también de materiales o información con valor añadido para un usuario. En otras palabras, es la manera como se hacen las cosas

en la organización. El punto de partida para el éxito organizacional, es tener procesos bien diseñados.

Igualmente, se tiene que Gutiérrez (2004), define el proceso como el conjunto de acciones o pasos que se dan con el fin de que determinados insumos actúen entre sí, para obtener de esta interacción un determinado resultado; esto implica transformación.

Mejía (2006), dice que existen diferentes tipos de procesos según sus características. Hay "procesos interfuncionales, son aquellos que recorren toda la organización poniendo en juego diferentes áreas de servicio; procesos interdepartamentales son aquellos que recorre varios departamentos; y procesos vitales son los esenciales para el funcionamiento y la supervivencia de una empresa" (2006, p. 70).

De acuerdo con lo anterior y para los efectos de trabajo de tesis, los insumos del proceso de matrícula de los alumnos de fisioterapia de la Universidad Manuela Beltrán - UMB, son las formas que hay que diligenciar, incluyen cuatro documentos específicos: orden de matrícula, registro del recibo de pago, certificado de afiliación a la seguridad social y plan de estudios. El proceso, son las acciones que deben ejecutarse y el resultado es el contrato de matrícula debidamente firmado por las partes con el cual se da inicio al periodo académico, es decir, se inicia la relación de servicio entre la institución y el estudiante (el cliente). A continuación se describe el proceso general de matrícula que se lleva a cabo en el programa de fisioterapia (ver la Figura 6).

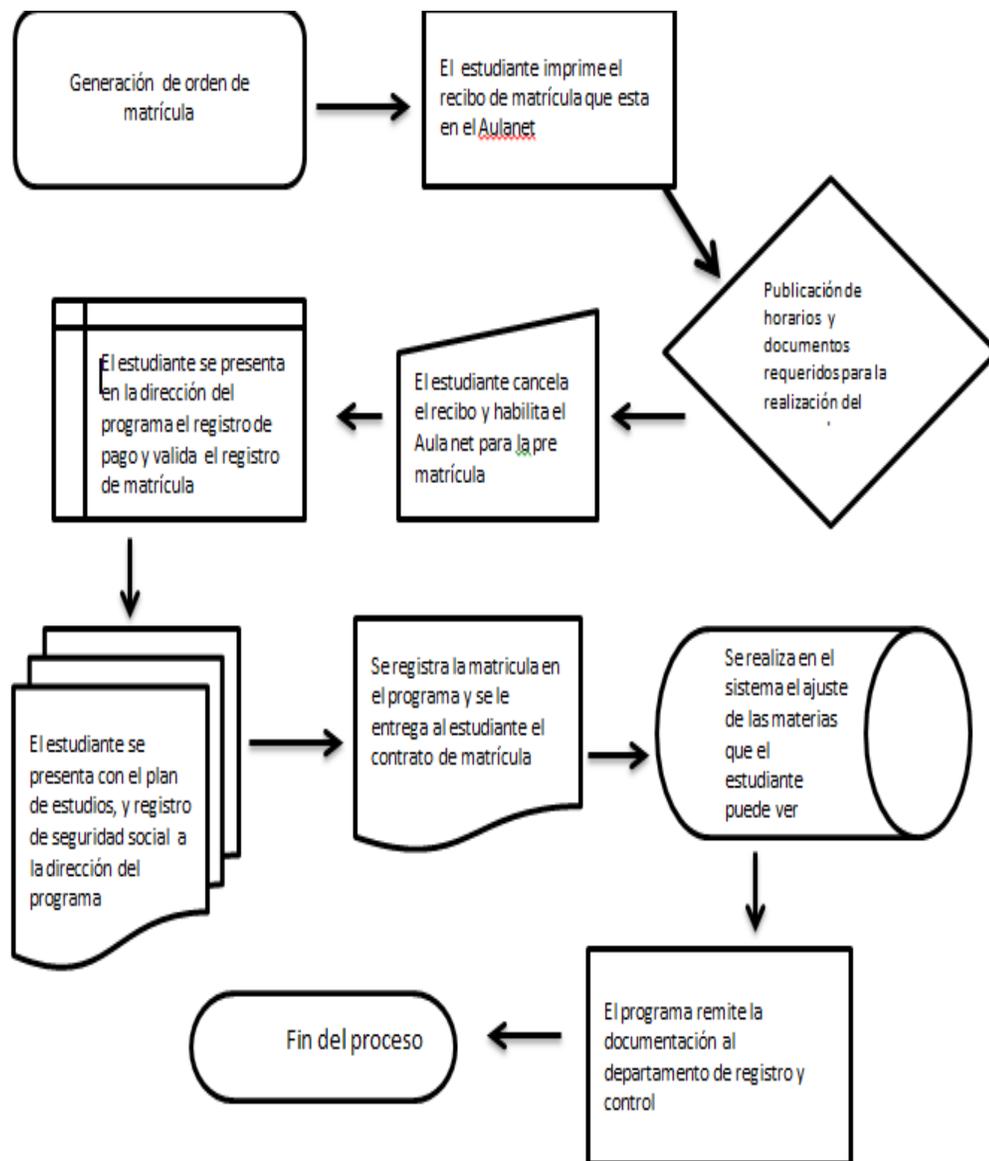


Figura 6 Proceso de matrícula del programa de fisioterapia UMB (información recabada por la autora).

Es importante mencionar que en la universidad no existe ningún documento en el cual se encuentre descrito el proceso de matrícula citado en esta figura, por lo que el diagrama de flujo del proceso se realizó con base en la tradición oral de la asistente del programa de fisioterapia, quien ejecuta todas las funciones dentro de dicho proceso.

3. Capítulo. Metodología

En este capítulo se describe la metodología de la investigación utilizada en la realización este estudio, los participantes, los instrumentos que se utilizaron para recolectar la información, incluyendo las diferentes fases que se realizaron para tales efectos (diagnóstico del entorno – grupo focal, prueba piloto y aplicación del cuestionario). Asimismo se incluyen los distintos procedimientos aplicados para la recolección, tratamiento y análisis de la información obtenida durante el trabajo de campo.

3.1. Tipo de estudio y fases de la investigación

El contexto en el que se desarrolló el estudio fue la Universidad Manuela Beltrán que es una institución de carácter privado, ubicada en la ciudad de Bogotá, D.C. Colombia; con 35 años de experiencia en el ambiente educativo; actualmente ofrece 14 carreras profesionales, incluyendo la de fisioterapia, la cual es una unidad académica administrativa adscrita a la facultad de salud. El programa de fisioterapia fue creado el día tres de marzo de 1993 por el acuerdo 001 del Consejo Superior Universitario.

La formación del estudiante de fisioterapia se fundamenta en el modelo pedagógico de la Universidad, el cual formula en sus objetivos el desarrollar procesos educativos dinámicos centrados en el estudiante, a través de la promoción de competencias genéricas cognitivas, comunicativas, socio-afectivas, administrativas e investigativas. Con el objetivo de facilitar la formación académica dentro del marco de flexibilidad y formación integral enunciados en el Proyecto Educativo Institucional de

la Universidad. El Programa de Fisioterapia se ha estructurado con base en tres ciclos de formación: básica, básica profesional y profesional, las dos últimas conforman las áreas de conocimiento propios de la disciplina.

Las prácticas formativas se dividen por niveles de atención; las prácticas I corresponden a promoción y prevención en población sana, las prácticas de nivel II a las prácticas neuropedíatras y neurogeríatras y las III y IV de carácter asistencial, desarrolladas en instituciones hospitalarias y cuyo objetivo es plantear propuestas y conductas de intervención a través del diseño e implementación de programas basados en evaluaciones y mediciones, de acuerdo con las necesidades de la población teniendo como fundamento la toma de decisiones desde los conceptos de osteomioneurocinemática.

Desde su inicio hasta la actualidad se han graduado 25 promociones y tiene 2688 egresados y actualmente cuenta con una planta docente de 41 maestros del programa.

Esta institución cuenta con una visión misión y valores institucionales, los cuales se mencionan a continuación. La visión indica que "la UMB será una casa de estudio y de cultura para todos, comprometida con la Sociedad y sus valores; con el desarrollo científico y tecnológico y con el bienestar colectivo" (Universidad Manuela Beltrán, 2002, p. 17). La misión de la institución refiere que es un "semillero de buenos ciudadanos innovadores, productivos líderes en su comunidad y disciplina profesional" (2002, pp. 17-18).

Los valores que se inculcan a los estudiantes son: actitud, comportamiento, carácter (Universidad Manuela Beltrán, 2002, 18).

Para medir la calidad del proceso de matrícula, mediante la percepción del grado de satisfacción de los estudiantes del Programa de Fisioterapia de la Universidad Manuela Beltrán – UMB (Bogotá D.C.), se realizó un estudio mixto porque fue necesario combinar métodos para la recolección de información. Estos fueron el grupo focal y la aplicación de un cuestionario sobre las variables objeto de estudio en la investigación.

Existen tantas definiciones de métodos mixtos como autores, por ello se seleccionaron las descripciones que más se ajustan al objeto de este estudio. La de Johnson, Onwuegbuzie y Turner (2007) dice que el método mixto es el tipo de investigación en el cual el investigador combina elementos de los enfoques de investigación cualitativa y cuantitativa, es decir, puntos de vista, recolección de datos, técnicas de análisis e inferencia con el propósito de ampliar y profundizar la comprensión y corroboración.

Tashakkori y Teddlie (2003) definen el método mixto como aquel que combina los enfoques cualitativo y cuantitativo en la metodología de un solo estudio o en un estudio multifases.

Bajo la perspectiva cualitativa el objetivo es comprender fenómenos de tipo social desde el punto de vista de los participantes. La realidad en este enfoque de investigación es una construcción social con la inmersión del investigador en el medio de los sujetos integrados al estudio, es decir, "el investigador es el instrumento de medida, pues los datos recabados son filtrados por el criterio del investigador" (Bisquerra, 2000, p. 593).

Con referencia a la perspectiva cuantitativa Hernández, Fernández y Baptista (2010) refieren que la investigación cuantitativa usa la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías.

Los estudios de tipo mixto tienen varios beneficios que merecen ser desatacados. Con esta metodología se logra una perspectiva más amplia y profunda del fenómeno, produce datos más ricos y variados a través del uso de múltiples observaciones, potencia la creatividad teórica, efectúa indagaciones más dinámicas, permite una mayor y mejor explotación de los datos. En este sentido la Universidad César Vallejo (2010) del Perú menciona que “los métodos deben combinarse de tal manera que se complementen las fortalezas de los dos métodos y no se sobrepongan sus debilidades y de esta combinación surgen los diferentes tipos de estudios mixtos.

Hernández, Fernández y Baptista. (2010) afirman que la meta de la investigación mixta no es remplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación combinándolas y tratando de minimizar sus potenciales debilidades. Los referidos autores también dicen que el investigador registra los resultados obtenidos y no tiene ninguna injerencia sobre ellos, motivo por el cual el estudio no es experimental sino transversal debido a que la información se obtiene en un solo periodo de tiempo.

El presente estudio comenzó con un proceso exploratorio por que el tema ha sido poco abordado en lo general y, en lo particular, en la Universidad Manuela Beltrán no ha sido trabajado.

Para dar respuesta al planteamiento del problema sobre cuál es la calidad del proceso de matrícula, mediante la percepción del grado de satisfacción de los estudiantes del Programa de Fisioterapia de la Universidad Manuela y dadas las características de este trabajo de investigación, se realiza un estudio mixto con un diseño secuencial explicativo, que se caracteriza por la recolección y análisis de datos cualitativos seguidos de la recolección y análisis de datos cuantitativos. Generalmente, la prioridad se les da a los datos cualitativos pero los dos métodos se integran durante la fase de interpretación del estudio (Creswel y Plano, 2007).

Siguiendo la orientación sugerida por los anteriores autores la etapa cualitativa de este trabajo se inicio con la integración de un grupo focal de 12 alumnos. Este trabajo se desarrollo en noviembre del 2011 y con base en los resultados obtenidos se elaboró una encuesta que se aplicó a un grupo piloto compuesto por 50 estudiantes. Posteriormente, se seleccionó la muestra cuantitativa formada por 287 alumnos, con base en los resultados obtenidos en la encuesta se recolectaron los datos para hacer el análisis e interpretación de los mismos, teniendo en cuenta el siguiente esquema en el diseño de investigación (ver la Tabla3):

Tabla 3
Esquema del diseño de investigación (información recabada por la autora)

| Objetivo general | Tipo de información | Fuentes | Metodología e instrumento |
|--|----------------------------|---------------------------|---------------------------|
| Determinar la calidad del proceso de matrícula mediante la percepción del grado de satisfacción de los estudiantes del programa de fisioterapia de la UMB. | Cualitativa | 12 Alumnos | Grupo Focal |
| | Cuantitativa (estadística) | 287 encuestas Respondidas | Análisis estadístico |

3.2. Participantes

La población o universo es el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones, estas pueden ser de contenido, lugar y tiempo. La muestra es un subgrupo de la población con la que se desarrolla la investigación (Hernández, Fernández y Baptista, 2006).

El universo con la cual se realizó esta tesis fuerón todos los estudiantes del programa de fisioterapia de la Universidad Manuela Beltrán, que estaban matriculados para el primer período lectivo o académico que abarca desde el mes de febrero hasta junio del año 2012, en el momento de la aplicación de la encuesta la población estaba conformada por 700 estudiantes del programa de fisioterapia de los 1050 proyectados para este mismo período.

El universo del cual se tomo la muestra es el grupo de alumnos que se matricularon para el primer semestre académico del año 2012 en el programa de fisioterapia de la Universidad Manuela Beltrán. El programa había previsto recibir para el periodo académico de febrero a junio 1050 estudiantes, pero el día de aplicación del formulario de la encuesta solo se habían matriculado 700 distribuidos en todos los semestres de carrera.

Los 12 estudiantes seleccionados al azar para integrar el grupo que trabajo en el grupo focal pertenecen al nivel básico profesional de la carrera de fisioterapia. En este grupo había doce mujeres que cooperaron en forma eficiente.

Hubo 50 estudiantes que cursaban práctica intersemestral en los meses de diciembre 2011 – enero 2012 fueron los que respondieron las preguntas de la prueba piloto.

Los 287 estudiantes que integraron la muestra y respondieron el cuestionario estaban realizando las tutorías de práctica, previas a la iniciación del siglo regular de práctica profesional

3.2.1. Muestra Para la investigación desarrollada la muestra se tomó bajo el Concepto de muestra teórica o conceptual definida por Hernández, Fernández, Baptista (2010) como aquella que se utiliza cuando el investigador necesita entender un concepto o teoría y puede tomar casos que le ayuden a esta comprensión, que en este caso es la medición de la calidad del proceso de matrícula, mediante la percepción del grado de satisfacción de los estudiantes del programa de fisioterapia de la Universidad Manuela Beltrán.

El único criterio de inclusión para la muestra es que los estudiantes estuvieran matriculados para el primer período académico del año 2012 y realizando las tutorías de práctica (que se efectuarón durante la última semana del mes de enero de 2012) antes de iniciar el período lectivo de manera formal; esta muestra correspondió a 287 estudiantes a quienes se les aplicó la encuesta. La aplicación se realizó con estos alumnos dado que el recuerdo del proceso de matrícula residía en su memoria reciente y ello facilitaba la remembranza con claridad y daba autenticidad en los datos.

Para este trabajo el muestreo es de tipo probabilístico, aleatorio simple y sin reposición; es probabilístico, porque se le ha dado la posibilidad a todos los estudiantes

del programa de fisioterapia que estaban matriculados de ser seleccionados y todos tienen la misma posibilidad de participar en el estudio (Vivanco, 2005).

Es aleatorio, porque una vez que se tiene el número de sujetos, se seleccionan al azar entre la totalidad de los estudiantes inscritos que tiene el programa. Sin reposición, porque una vez determinado el número de sujetos que integran la muestra, si alguien decide no participar en el estudio, no será cambiado por otro aleatoriamente. Esto garantiza que la población, una vez seleccionada, no sea manipulada en forma caprichosa (Vivanco, 2005).

La fórmula que se utiliza para determinar el tamaño de la muestra, en poblaciones finitas, es la misma que se va a aplicar en la presente investigación. A continuación se plantea y se analizan sus componentes:

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

Donde:

n = Numero de sujetos requeridos para realizar el estudio, tomados de la población estudiantil del Programa de Fisioterapia de la Universidad.

N= Total de la población de estudiantes del Programa de Fisioterapia de la Universidad Manuela Beltrán.

Z= nivel estadístico para prueba de hipótesis con un nivel de confiabilidad, para este estudio, del 95%. Generalmente el valor en las tablas es una constante de 1.96.

P= Porcentaje de la población que se estima posee ciertas condiciones: como no se conocen estudios previos que midan la calidad del proceso de matrícula, mediante la percepción del grado de satisfacción de los estudiantes, lo que dice la estadística es que automáticamente se debe dar un valor del 50%.

Eo = nivel de error que se manejara en el estudio que, para el caso, no será mayor del 5%.

3.3. Instrumentos y técnicas de Recolección de Datos

Para efectos de este estudio se aplicaron diferentes técnicas e instrumentos de investigación. La técnica del grupo focal, para el diagnóstico y el análisis del entorno del problema con el cual se puede hacer una medición de tipo cualitativo. También se utilizaron las técnicas de prueba piloto y de trabajo de campo. El instrumento cuestionario permite recolectar la información para llevar a cabo el análisis de tipo cuantitativo.

3.3.1. Grupo Focal. Técnica de investigación cualitativa donde se realiza una entrevista grupal con el fin de recolectar opiniones detalladas sobre un tema en particular. Las respuestas indican las reacciones del grupo frente a los diversos temas, no la reacción individual (ver el Apéndice A); se obtiene información sobre lo que piensan y sienten las personas de manera libre y espontánea guiadas por un facilitador o moderador. Esta técnica es muy utilizada cuando lo que se quiere explorar está influenciado por las conductas y las actitudes (Balcázar et al, 2000).

Para este trabajo se aplicó la técnica del focal group con estudiantes del programa de fisioterapia. Lo que se pretendió fue recoger opiniones acerca de los aspectos que son importantes o no al acceder al proceso de matrícula, se utilizó esta técnica verbal cuya pregunta detonadora fue: ¿Qué piensan los estudiantes del proceso de matrícula?

El focal group se realizó con 12 estudiantes que pertenecen a los semestres de IV-VIII y IX en noviembre del 2011, estos fueron elegidos al azar, el único criterio de inclusión para su selección fue que estuviesen matriculados para este período lectivo. Al realizar la pregunta detonadora se percibió un ambiente de inconformidad generalizada y todos querían hablar simultáneamente de lo que estaban sintiendo y pensando. Además, hubo necesidad de poner orden en la sala para poder continuar con el trabajo que se estaba ejecutando.

3.3.2. **Cuestionario.** Es un instrumento de investigación cuantitativa que permite la aplicación de preguntas en un orden determinado que el sujeto debe responder en un periodo limitado de tiempo. El objetivo general de un cuestionario es medir el grado en que los sujetos encuestados conocen determinadas variables o conceptos de interés (opiniones, conceptos, conductas ente otros). Traduce conceptos complejos en preguntas y respuestas simples que permiten al encuestado que exprese el grado o forma que posee determinada variable o concepto expresados en forma numérica. Este proceso se denomina operacionalización (Canales, 2006).

En concordancia con lo anterior, en este trabajo el cuestionario surge de la revisión de la literatura y de los resultados de la realización del grupo focal . El cuestionario está conformado por 14 preguntas (ver el Apéndice B), orientadas a recabar información sobre cinco ítems específicos que abarcan los siguientes aspectos: el

conocimiento de los estudiantes sobre el proceso de matrícula; duración del proceso de matrícula; consideraciones con respecto al personal que realiza el proceso de matrícula; infraestructura; resultado final del proceso.

Para conocer su confiabilidad se usó la prueba de alfa de Cron Bach, la cual según Hernández, Fernández y Baptista (2010) quienes dicen que este método se usa para medir la coherencia interna del instrumento. Para demostrar la validez de este instrumento se aplicó una prueba piloto con cincuenta participantes, el resultado fue que hubo que corregir la redacción de una pregunta que había generado dudas en los estudiantes al momento de responderla.

3.3.3. **Prueba Piloto.** La prueba piloto se utiliza para verificar un instrumento de recolección de datos (validez, fidelidad y precisión de las medidas que permite reunir) antes de la aplicación total de los elementos de la muestra (Giroux, 2004), que en este caso es la calidad del proceso de matrícula. La prueba piloto se le aplicó a un grupo de 50 estudiantes que estaban desarrollando la práctica profesional durante el periodo intersemestral correspondiente al mes de enero del 2012. Esta muestra para la prueba piloto se tomó teniendo en cuenta los mismos criterios de inclusión de la muestra definitiva, pero no formó parte de la misma a fin de evitar sesgar o contaminar los resultados.

Lo anterior se hizo para encontrar una guía relacionada con la temática sobre la cual se está indagando. Este procedimiento permitió establecer contacto directo con los estudiantes, comentar sus observaciones a cada una de las preguntas y de esta manera identificar si el sentido de las preguntas del cuestionario era percibido de la manera

esperada. Este formato se diseñó para aplicarlo solamente a los estudiantes del programa de fisioterapia.

3.3.4. **Encuesta.** Definida como la aplicación de un procedimiento estandarizado para recabar información de una muestra de sujetos cuyo objetivo fundamental es la obtención de mediciones estandarizadas, requiere que la administración del cuestionario tenga la misma independencia que la del entrevistador que la realiza (Vidal, 2009).

3.3.5. **Escala Likert** Existen diferentes escalas de medición. La escala de Likert Es un instrumento de medición o recolección de datos en la investigación social La escala de Likert diseñada por Rensis Likert en 1932, citado por el Instituto Cultural de Tampico (2011), se utiliza para evaluar actitudes y opiniones. Se le conoce como escala sumada debido a que la puntuación de cada unidad de análisis se obtiene mediante la sumatoria de las respuestas obtenidas en cada ítem. Consiste en un conjunto de ítems bajo la forma de afirmaciones o juicios ante los cuales se solicita la reacción (favorable o desfavorable, positiva o negativa) de los individuos encuestados. Esta escala establece cinco grados con referencia a las afirmaciones así: 1a. muy de acuerdo, 2b. De acuerdo, 3c. Indeciso, 4d. En desacuerdo y 5e. Muy en desacuerdo. Estas afirmaciones puntúan de 1 a 5 y fueron planteadas por Canales (2006).

Con base en lo anterior, en este trabajo se utiliza el modelo de la escala de Likert para conocer la percepción de la calidad del proceso de matrícula de los estudiantes del programa de fisioterapia de la Universidad Manuela Beltrán.

3.4. Procedimientos (Trabajo de Campo)

En este estudio, inicialmente, se realizó un grupo focal con estudiantes elegidos al azar a quienes se les formuló la pregunta detonadora ¿Qué piensan los estudiantes del proceso de matrícula?

Este grupo estaba conformado por estudiantes de diferentes semestres, algunos de ellos se conocían entre sí y otros no. Una vez congregados se les informo el objeto de la reunión, se les solicito la colaboración mediante la participación en la actividad, se les advirtió que la información suministrada es confidencial y forma parte de un estudio, finalmente, se estipulo el tiempo de duración de la reunión.

Posterior a ello se realizó un análisis de lo ocurrido durante el grupo focal y a partir de esto se diseñó el cuestionario para medir la calidad del servicio que sería la base de la encuesta para aplicarla a los estudiantes. Esta encuesta fue validada por la asesora de la investigación, doctora Nora Silvia Vieytes Cichero del Instituto Tecnológico de Monterrey (México), y el doctor Germán Augusto Baquero S., magister en epidemiología, Director de Investigaciones de la Escuela Militar de Cadetes José María Córdova (Bogotá – Colombia), quienes con modificaciones aprobaron el instrumento.

Luego se realizó la prueba piloto, antes descrita, con los 50 alumnos distintos a la muestra seleccionada, con el propósito de evaluar la confiabilidad y la validez del instrumento de medición a utilizarse para la aproximación cuantitativa y realizar los

ajustes necesarios al cuestionario que finalmente, se aplicó a la muestra de 287 estudiantes.

3.5. Estrategia de Análisis de Datos

En el momento de la realización del estudio, el Programa de Fisioterapia no contaba con documentos escritos en los cuales se evidenciara el proceso de matrícula o el grado de satisfacción de los estudiantes, se encontró que se contaba con la tradición oral como indicación para la realización del proceso de matrícula.

Inicialmente, se recolectó y analizó la información obtenida en el grupo focal que mostró dónde se encontraban las mayores inconformidades de los estudiantes frente al proceso de matrícula y se generó el cuestionario.

La información recopilada a través del cuestionario se analizó con la tabla de escalamiento tipo Likert, para lo cual se tuvo en cuenta la puntuación de 1 a 5 siendo uno el de menor valor y 5 el de mayor valor lo que correspondería a un mayor grado de satisfacción. Posteriormente, este cuestionario se aplicó a la muestra y se agruparon los resultados en una matriz montada en Excel a fin de facilitar el análisis cuantitativo de los resultados de las 287 encuestas, teniendo en cuenta cada uno de los valores numéricos y porcentuales, los cuales, a su vez, fueron correlacionados con las preguntas de investigación planteadas inicialmente.

Además, la información se presenta en gráficas estadísticas que incluyen el análisis cuantitativo de las variables, incluyendo los comentarios que los estudiantes

realizaron en algunas de las preguntas, y que para efectos de esta investigación, permiten identificar las características de satisfacción o insatisfacción.

4. Capítulo. Análisis de Resultados

Con el fin de dar respuesta a las preguntas de investigación y de acuerdo con Giroux y Tremblay (2008), quienes definen el análisis como el procedimiento en el que el investigador examina las particularidades de todos los datos recopilados, establece relaciones con los datos de investigación anteriores, mencionadas en la sección de Problemáticas y, a la luz de la nueva información que ha recopilado, lanza una mirada crítica sobre todas las explicaciones ofrecidas en la documentación. Este capítulo presenta los resultados de la investigación de tipo mixto que se derivan de la aplicación de un grupo focal y una encuesta de satisfacción utilizados para medir la calidad del proceso de matrícula, mediante la percepción del grado de satisfacción de los estudiantes del programa de fisioterapia de la Universidad Manuela Beltrán - UMB.

4.1. Análisis descriptivo de los resultados de la observación

A continuación se presentan las tablas y análisis de los resultados obtenidos de la realización del grupo focal ejecutado con los estudiantes y la encuesta aplicada a los mismos, posterior a la realización del proceso de matrícula.

Al realizar la pregunta detonadora se percibió un ambiente de inconformidad generalizada y todos querían hablar simultáneamente de lo que estaban sintiendo y pensando. Además, hubo necesidad de poner orden en la sala para poder continuar con el trabajo que se estaba ejecutando.

4.1.1. **Análisis descriptivo del Grupo focal** El objeto de la actividad fue obtener información sobre cómo perciben los estudiantes el proceso de matrícula, y a través de esta percepción cómo miden la calidad de dicho proceso. El grupo se reunió en noviembre del 2011 y estaba formado por 12 estudiantes de tres semestres diferentes (IV, VIII y IX), elegidos al azar y quienes se encontraban reunidos con la docente tesista, quien les explicó el objeto de la reunión y la importancia de sus aportes y formuló la pregunta ¿Qué piensan los estudiantes del proceso de matrícula? A continuación se reproducen algunas de las respuestas obtenidas.

Al realizar la pregunta detonadora se percibió un ambiente de inconformidad generalizada y todos querían hablar simultáneamente de lo que estaban sintiendo y pensando. Además, hubo necesidad de poner orden en la sala para poder continuar con el trabajo que se estaba ejecutando.

Inicialmente los estudiantes identificaron que el proceso de matrícula comienza con la impresión de la orden de matrícula frente a lo cual comentan:

“La universidad debería imprimir la orden de matrícula de los estudiantes, los estudiantes no deben imprimirla si son el cliente, pues consiéntalos; mencionan que “las fechas de pago son muy cortas” y que “se debe esperar a terminar el semestre académico para hacer el pago del siguiente semestre”, “esperar a que se suban las notas al Aula net para colocar la primera fecha de pago” (información recabada por la autora).

En este momento los estudiantes se perciben muy eufóricos e inconformes y todos quieren hablar al tiempo, después de permitirles expresarse libremente, la conversación se centró en la pregunta detonadora. Algunas de las respuestas son las siguientes

.....“En el proceso de inscripción de matrícula es demorada la apertura de la plataforma y queda muy encima del inicio de las clases (pre matrícula)”.
“Deben dar más días por cada semestre e informar con suficiente anterioridad”.

“Toca pedir ficha y las filas son muy largas”. “El proceso es muy demorado por que hay mucha gente y no hay suficiente personal para atender a los estudiantes”.... Apéndice A. (información recabada por la autora).

Estas respuestas claramente muestran un alto grado de insatisfacción frente al proceso de matrícula. A partir de estas respuestas se empezaron a generar las preguntas que aparecen en el cuestionario aplicado en este estudio (Ver al Apéndice B).

De acuerdo con las respuestas dadas a la pregunta sobre que piensan los estudiantes sobre el proceso de matrícula esta pregunta se evidencia que no existe claridad en todos los estudiantes sobre el proceso de matrícula y desconocen los documentos que deben presentar.

A continuación se reproducen algunas de las opiniones emitidas por los estudiantes respecto a proceso de matrícula.

“Deben informar qué documentos se deben llevar para hacer el proceso de matrícula”.

Estudiante 2

Se observa que los estudiantes están inconformes con el tiempo empleado durante el proceso de matrícula y la escasez de personal administrativo para realizar esta actividad con lo cual aumenta el tiempo de espera evidenciado en las largas filas.

“Toca pedir ficha y las filas son muy largas, el proceso es muy demorado por que hay mucha gente y no hay suficiente personal para atender a los estudiantes”.

Estudiantes del 1al 12.

Los estudiantes consideran que aumentando el tiempo de atención del personal administrativo se puede agilizar el proceso de matrícula disminuyendo así el tiempo de espera.

“En los días de matrícula debe haber jornada continúa para poder atender a todo el mundo”

Estudiantes 3, 5, 7, 8, 9, 10,12.

En cuanto a los equipos se evidenció que los estudiantes consideran que éstos son insuficientes.

“Faltan equipos y hay muy pocas personas encargadas de realizar el proceso de matrícula”. Estudiantes 12, 11, 4, 3,1.

La escasez de personal hace que los funcionarios encargados de la matrícula deban desempeñar otras funciones, aumentando el tiempo de espera y demorando el proceso de matrícula.

“Algunas veces las personas encargadas de la matrícula tienen que desempeñar otras funciones y entonces se demora más el proceso”.

Estudiantes 7, 8,1.

Los estudiantes también manifiestan inconformidad por la falta de cupos para inscribirse en las diferentes materias.

“No es justo que no hayan cupos para las diferentes materias en las que uno se debe matricular, si hay muchos estudiantes pues que abran más cursos.”

Estudiantes 1 al 12.

La oferta parece estar organizada en función de la ubicación de los espacios de la universidad y no responde a la auténtica necesidades de los estudiantes ni a la libre elección de las asignaturas deseables por cada alumno.

Cuando califican el proceso de matrícula como malo dicen que:

“el sistema es malo”. Estudiante 5.

“Los cupos de las materias son pocos y no les dan a los estudiantes la posibilidad de inscribirse.” Estudiante 6.

“El sistema de pre-matrículas no permite matricularse adecuadamente.”

Estudiante 8.

“Falta capacitación del personal para la inscripción de la matrícula y además hay muy pocos encargados.” Estudiante 10.

“Mala atención debido al poco personal disponible para la atención de los estudiantes”. Estudiante 7.

Como resultado de este grupo focal se evidenció que hay falencias importantes en el proceso de matrícula que permiten inferir que el grado de satisfacción de los estudiantes, con respecto al proceso de matrícula, es bajo. Estas falencias se encuentran principalmente en el tiempo de espera, independientemente de cuál sea la causa de la misma; en la cantidad de personal que atiende el proceso y en la tecnología; la falta de cupos en las diferentes materias para las cuales ellos se deben matricular, entre otras.

Para profundizar más en el tema, con base en el grupo focal y la revisión de la literatura, se inicia la elaboración de un cuestionario.

De acuerdo con los comentarios realizados por los estudiantes y teniendo en cuenta a Muzaurieta (2004) quien refiere que un proceso es la manera como se hacen las cosas en la organización y que el punto de partida para el éxito organizacional, es tener procesos bien diseñados. Se evidencia, entonces, la necesidad e importancia de tecnificar el proceso de matrícula para contribuir al éxito de la universidad.

4.1.2 Análisis descriptivo del cuestionario de encuesta. El cuestionario consta de catorce preguntas divididas en dos grandes grupos. El objeto del cuestionario es identificar el grado de conocimiento que tienen los estudiantes de los procesos de matrícula; verificar la capacidad de respuesta de los funcionarios responsables de la matrícula; medir el grado de confianza de los estudiantes en los funcionarios; encontrar la percepción que tienen los

estudiantes de las instalaciones y de la dotación física y, finalmente, identificar las expectativas de los estudiantes con respecto al servicio de matrícula.

El cuestionario fue sometido a la prueba alfa de Cron Bach y se comprobó que tiene un alto nivel de confiabilidad 0,985 porque el valor absoluto de este coeficiente oscila entre cero y uno de modo que un resultado que se acerca a la unidad que es el máximo valor de confiabilidad para un cuestionario demuestra una alta fiabilidad de la medida . (Ver el Apéndice C) La alta consistencia interna es un indicador suficientemente valido de que el cuestionario mide la calidad del servicio.

El cuestionario fue respondido por 287 estudiantes del programa de fisioterapia de los diferentes semestres, que cumplieron con el criterio de inclusión, estar matriculados. En el momento de la aplicación del cuestionario había 700 estudiantes matriculados de los 1050 proyectados para el primer semestre lectivo del 2012.

De acuerdo con Castillo (2002) se tiene que la satisfacción de los alumnos ha de basarse en la atención de sus propias necesidades educativas que deben ser detectadas directamente de los propios afectados, siempre que ello sea posible, en sus diversas manifestaciones a lo largo de las expectativas que se plantean, es por esto que para el desarrollo de este trabajo son importantes las respuestas dadas por los estudiantes al grupo focal y al cuestionario.

Las respuestas a las preguntas del cuestionario se analizan de acuerdo con los objetivos de cada pregunta (ver la Tabla 4.) Estas preguntas fueron formuladas teniendo en cuenta el contexto y las características de la población objeto de estudio.

Tabla 4

Distribución de temas, ítems y objetivos en el cuestionario (información recabada por la autora)

| Tema | Ítems | Objetivo |
|---|--------------|--|
| Proceso de matricula | 1,2 | Identificar si existe o no un conocimiento general del proceso |
| La disposición inmediata para atender a los estudiantes y dar un pronto servicio. | 3,4,5,8 | Identificar la capacidad de respuesta |
| El conocimiento, profesionalidad y cortesía de los encargados de proceso de matrícula y su habilidad para comunicarse e inspirar confianza. | 6,7 | Identificar el grado de confianza |
| Recursos materiales, equipos, materiales de comunicación e instalaciones con las que cuenta el Servicio | 9,10,11, | Reconocer los aspectos tangibles que el estudiante percibe |
| Ítems que aluden a la satisfacción de los usuarios | 12,13, 14 | Identificar las expectativas que tienen del servicio los estudiantes |

Las preguntas fueron divididas en dos partes, la primera compuesta por las preguntas 1-2 que se realizaron con el fin de identificar si, de manera general, los estudiantes tienen conocimiento del proceso de matrícula y de la existencia o no de algún manual del proceso de matrícula. Las preguntas de la 3 a la 14 se dividieron teniendo en cuenta el modelo propuesto en el SERVPERF que contempla elementos tangibles e intangibles. Los primeros se encuentran representados por los elementos físicos e instalaciones, y los segundos por la capacidad de respuesta, disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido. Dentro de los elementos intangibles está la seguridad entendida como conocimiento y atención mostrada por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza. También está dentro de los intangibles la empatía para dar atención individualizada.

A continuación se realiza el análisis cuantitativo de cada una de las variables, objeto de esta investigación. Las siguientes preguntas tienen relación con el proceso de matrícula.

En cuanto a la pregunta 1¿Conoce el proceso de matrícula? La figura 7 muestra que el 88% de los encuestados, correspondiente a 253 estudiantes manifiestan conocer el proceso de matrícula. El 10% de los encuestados, correspondiente a 29 Estudiantes, argumentan que su conocimiento respecto al proceso de matrícula es “más o menos”, lo que permite inferir que aun tienen dudas sobre alguna parte del proceso; 1,05% equivalente a tres estudiantes responden no tener conocimiento sobre el proceso de matrícula y esto puede ser porque no lo han realizado antes o porque, a pesar de haberlo realizado, sienten que tienen muchas dudas frente al proceso y el 0.7% correspondiente a 2 estudiantes no respondieron esta pregunta . Tener conocimiento claro del proceso de matrícula es imprescindible para calificar la calidad de dicho acto administrativo

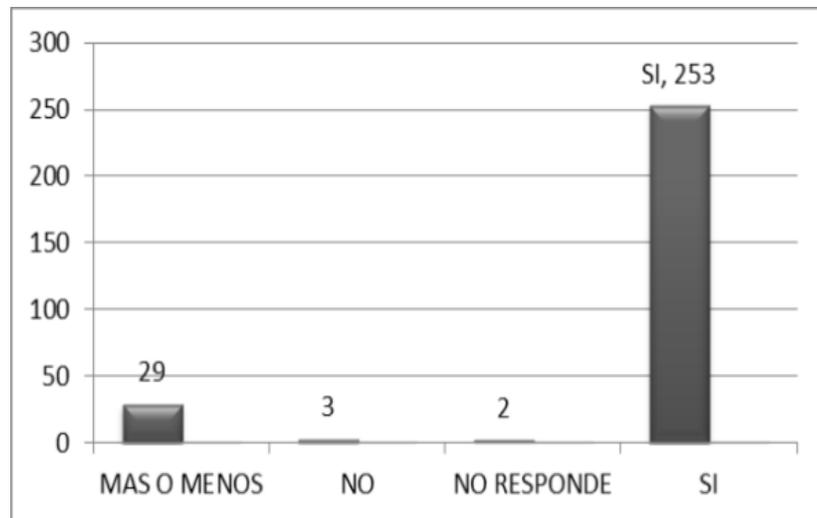


Figura 7. Proceso de matrícula (información recabada por la autora).

Los resultados de la pregunta 2 ¿conoce si existe algún manual o guía del proceso de matrícula de la Universidad? Consignados en la figura 8 muestran que el 65% de la población encuestada 171 estudiantes, reporta que no conoce, si existe algún manual. El 35%,116 estudiantes, respondió afirmativamente, es probable que lo hicieron por que tienen la idea de que la información suministrada de manera verbal durante el proceso de matrícula es el manual. Después de la investigación se comprobó que en el Programa de Fisioterapia no existe ningún manual sobre el proceso de matrícula.

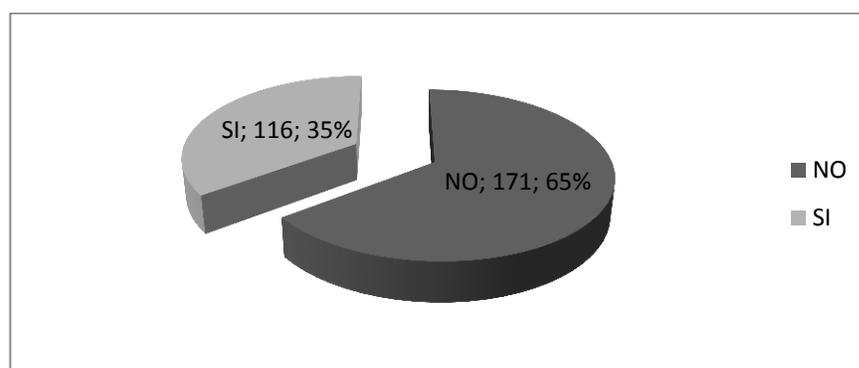


Figura 8. Conocimiento sobre la existencia de un manual del proceso de matrícula (información recabada por la autora).

De acuerdo con el objetivo de estas dos preguntas, que es identificar si existe o no conocimiento del proceso de matrícula, es evidente que los estudiantes sí lo conocen y a partir de este conocimiento lo pueden cualificar utilizando la percepción que tienen del mismo. Llama la atención el hecho de que los estudiantes realicen personalmente el proceso de matrícula y, sin embargo, lo desconozcan o no lo tengan claro.

Sánchez (2010) menciona que la calidad de los productos y servicios son el resultado de los procesos. De acuerdo con la opinión del autor es evidente que existen deficiencias en el proceso de matrícula al no ser claro para los estudiantes, si se tiene en cuenta las respuestas dadas en el cuestionario.

De otra parte, respecto a las preguntas 3, 4, 5 y 8, que se relacionan con la intangibilidad del servicio, y tienen como objetivo identificar la capacidad de respuesta, a través de la disponibilidad inmediata para atender a los estudiantes y dar un pronto servicio se obtuvieron los siguientes resultados:

En cuanto a la pregunta 3 ¿La orientación recibida para realizar el proceso de matrícula es?, la figura 9 muestra que el 47% de los encuestados 134 estudiantes, están de acuerdo en que la información suministrada para realizar el proceso de matrícula es buena; 4% 13 estudiantes, califican la orientación como buena; 40%, 115 estudiantes califican la orientación como regular; 9%, 25 estudiantes consideran que la orientación es mala. De lo anterior se concluye, que el 51.22% de los encuestados tiene una percepción buena de la calidad de la orientación suministrada para realizar el proceso de matrícula. El 48.78% de los encuestados tiene una percepción de la calidad de la orientación suministrada para ejecutar el proceso de matrícula entre regular y mala, lo cual permite concluir que la orientación es aceptable.

Según Ojeda (20011) menciona que la empatía es un valor corporativo que permite analizar y comprender las necesidades, inquietudes, percepciones e incluso las preocupaciones de los clientes y está presente durante el proceso de matrícula, de acuerdo con los resultados encontrados en la encuesta

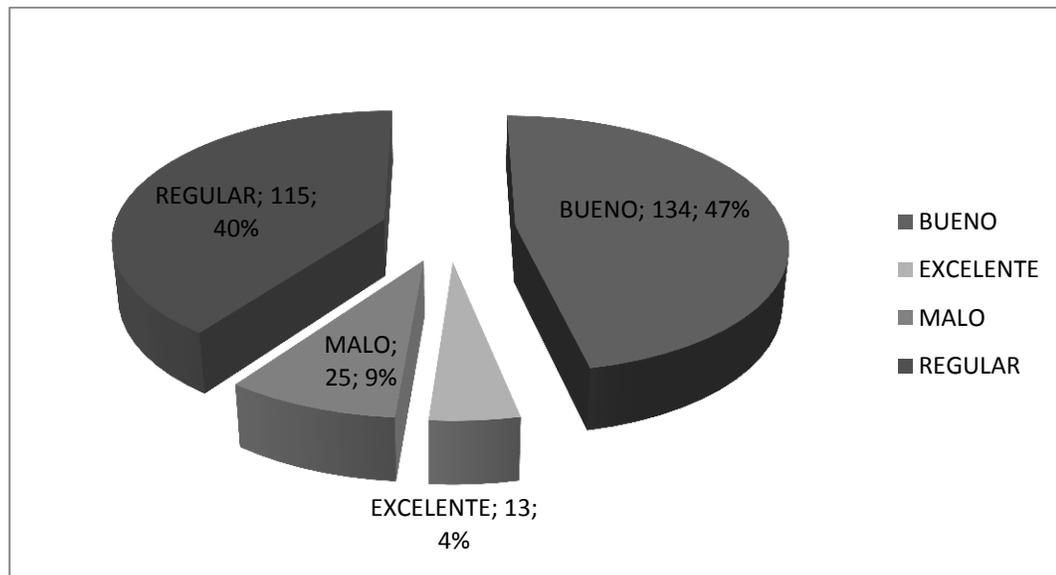


Figura 9. Calificación de la orientación del proceso de matrícula (información recabada por la autora).

La pregunta 4 con la cual se investiga ¿Cuánto tiempo gasta usted en realizar el proceso de matrícula? La figura 10 permite identificar el tiempo empleado durante todo el proceso y llegar a algunas conclusiones respecto a la percepción que tienen los estudiantes de la calidad del proceso de matrícula teniendo en cuenta el tiempo empleado para realizarlo. El 50.87% de los encuestados, 146 estudiantes, dicen que el proceso de matrícula demora más de 61 minutos; el 15.68% de los encuestados, 45 estudiantes, reportan que el proceso demora entre 46 y 60 minutos; el 11.15% de los encuestados, 32 estudiantes, calculan que gastan de 16 a 30 minutos; el 17.42% de los encuestados, 50 estudiantes, afirman haber gastado de 16 a 30 minutos; el 4.88% de los encuestados, 14 estudiantes, manifiestan que el proceso dura de 1 a 15 minutos. Las respuestas obtenidas en esta pregunta de la encuesta permiten concluir que el 22.30% de los encuestados percibe que el proceso dura menos de 30 minutos y el 77.70% más de media hora. Estas cifras permiten concluir que la percepción que los encuestados tienen

respecto a la calidad del proceso de matrícula, por el tiempo empleado, es baja y, en consecuencia, no es satisfactoria.

Brady, M. K. y Cronin, J. (2001) en su estudio señalan que uno de los ítems que más descalifica el servicio es el tiempo de espera.

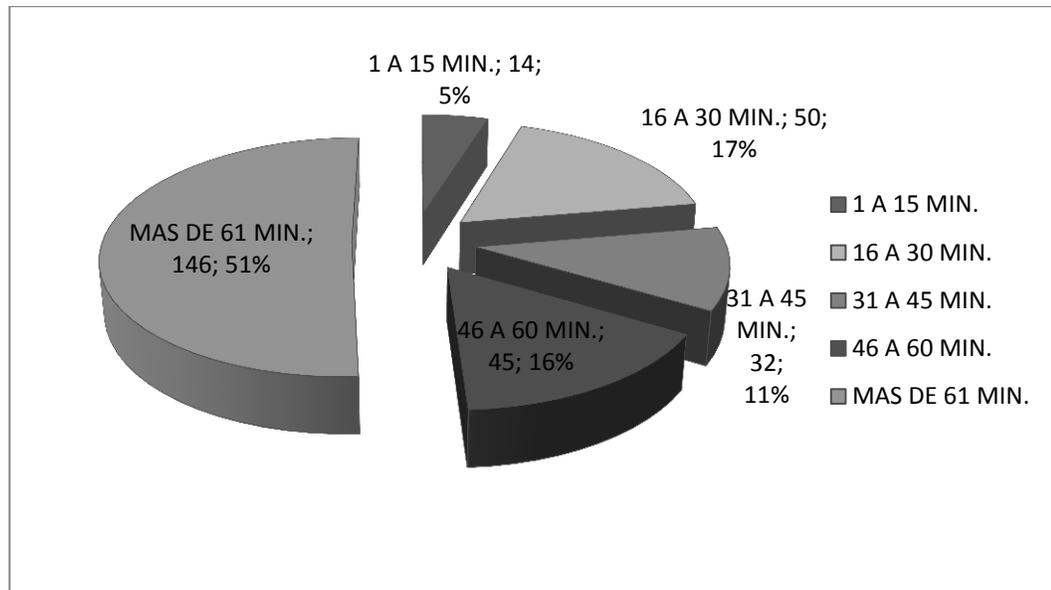


Figura 10. Tiempo que el estudiante gasta durante el proceso de matrícula (información recabada por la autora).

La pregunta 5 ¿considera que el tiempo empleado, en usted, para realizar su matrícula es adecuado? En la figura 11 se identifica que el 34% de los estudiantes (98) están en desacuerdo con el tiempo empleado durante el proceso de matrícula; el 29% de los estudiantes (83) muy en desacuerdo; el 21% de los estudiantes (60) de acuerdo; el 2% de los estudiantes (6) muy de acuerdo; 14% de los estudiantes (40) ni de acuerdo ni en desacuerdo. Entonces, si la calidad de un servicio se evalúa por el grado de satisfacción de las necesidades del cliente cuando lo recibe, de acuerdo con la información anterior, se concluye que la percepción del grado de satisfacción de la

calidad del proceso de matrícula, en cuanto al tiempo empleado, es insatisfactoria dado que no cumple con las expectativas de los estudiantes.

De acuerdo con Ojeda (2011) uno de los valores del servicio es la oportunidad: definida como la capacidad de entregar lo ofrecido en el marco de tiempo estipulado, además de la disponibilidad para servir al cliente en situaciones especiales que lo ameriten. Este valor es deficiente en el proceso de matrícula porque el tiempo empleado es muy largo.

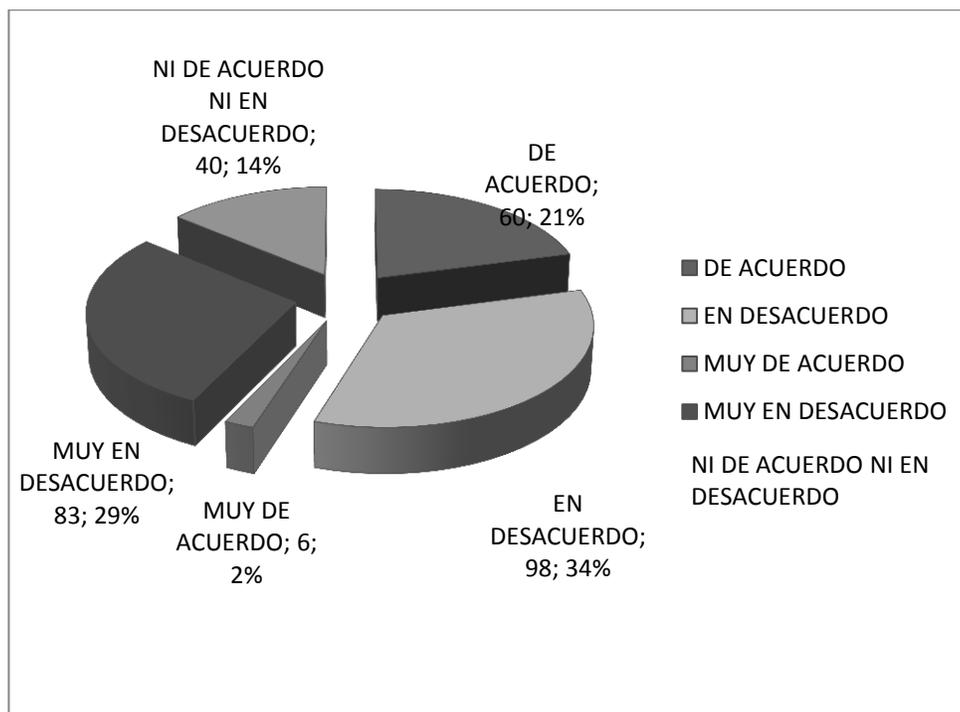


Figura 11. Calificación de la calidad del tiempo que la institución emplea durante el proceso de matrícula (información recabada por la autora).

A la pregunta 8, que hace referencia al número de personas que atienden el servicio de matrícula, la figura 12 muestra que los estudiantes respondieron de la siguiente manera: el 49% de los encuestados 149 estudiantes están muy en desacuerdo; el 36% de los encuestados 102 estudiantes están en desacuerdo; el 9% de los

encuestados 27 estudiantes están de acuerdo y tan solo el 1% 4 estudiantes están muy de acuerdo. Las respuestas dadas a esta pregunta permiten concluir que la percepción de la calidad del proceso de matrícula es desfavorable porque la sumatoria de las respuestas “muy en desacuerdo” y “en desacuerdo” alcanzan el 84.32% de inconformidad.

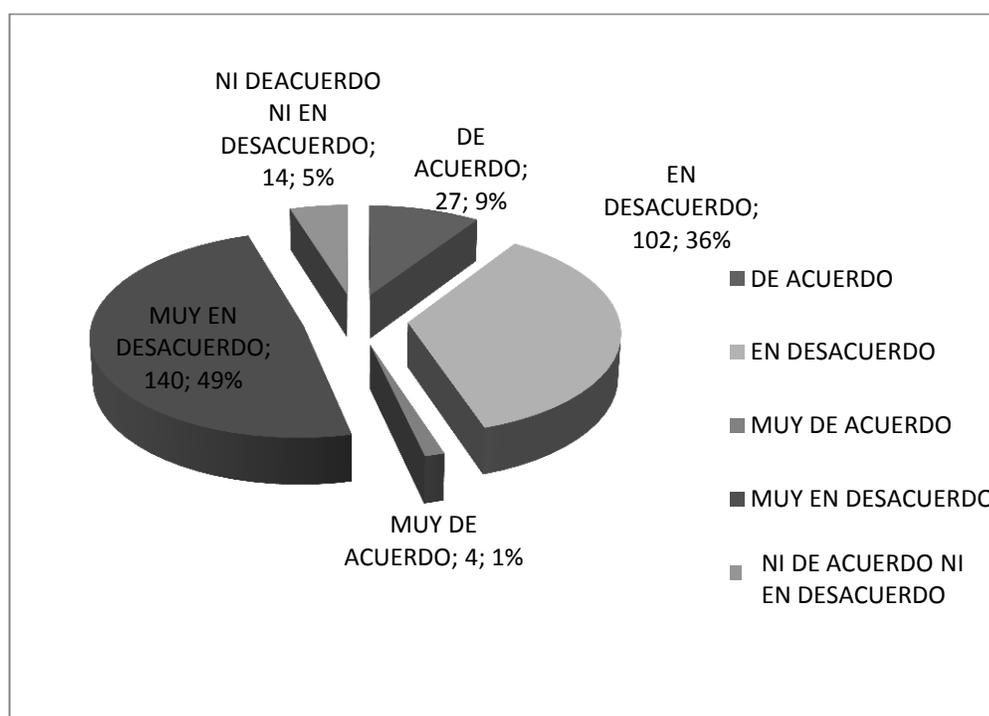


Figura 12. El personal que atiende el proceso de matrícula es el adecuado (información recabada por la autora).

Con referencia a la identificación del grado de confianza sobre el conocimiento, profesionalidad y cortesía de los encargados de proceso de matrícula y su habilidad para comunicarse se analizaron las preguntas 6 y 7. Que de acuerdo con el modelo corresponden a la seguridad.

La pregunta 6 ¿Considera que el personal que realiza el proceso de matrícula tiene conocimiento y es capaz de responder a las preguntas? En la figura 13 se expone que el

55% (157) de los estudiantes están de acuerdo con que el personal que realiza el proceso de matrícula tiene el conocimiento necesario y es capaz de responder con claridad a las preguntas; el 4% (13) de los estudiantes están muy de acuerdo; el 24% (68) de los estudiantes están en desacuerdo; el 8% (23) estudiantes están muy en desacuerdo el 9% (26) de los estudiantes responde ni de acuerdo ni en desacuerdo . Al comparar la sumatoria del porcentaje de las respuestas “de acuerdo” y” muy de acuerdo”, 59%, con “en desacuerdo” y” muy en desacuerdo”, 32%, se observa que el mayor número de estudiantes está de acuerdo con la idoneidad del personal que realiza el proceso de matrícula, pues solo el 32% está inconforme. Los resultados anteriores dan pie para deducir que la percepción del grado de satisfacción de los estudiantes, con respecto a la idoneidad del personal que realiza el proceso de matrícula, es satisfactoria.

De acuerdo con Ojeda (2011) otro valor corporativo básico es la credibilidad que permite generar y mantener una imagen profesional, lo cual se logra entregando lo que se ha comprometido a proveer, en las condiciones pactadas. El resultado de la encuesta permite concluir que este valor corporativo es una fortaleza en el personal que atiende el proceso de matrícula en el programa de fisioterapia.

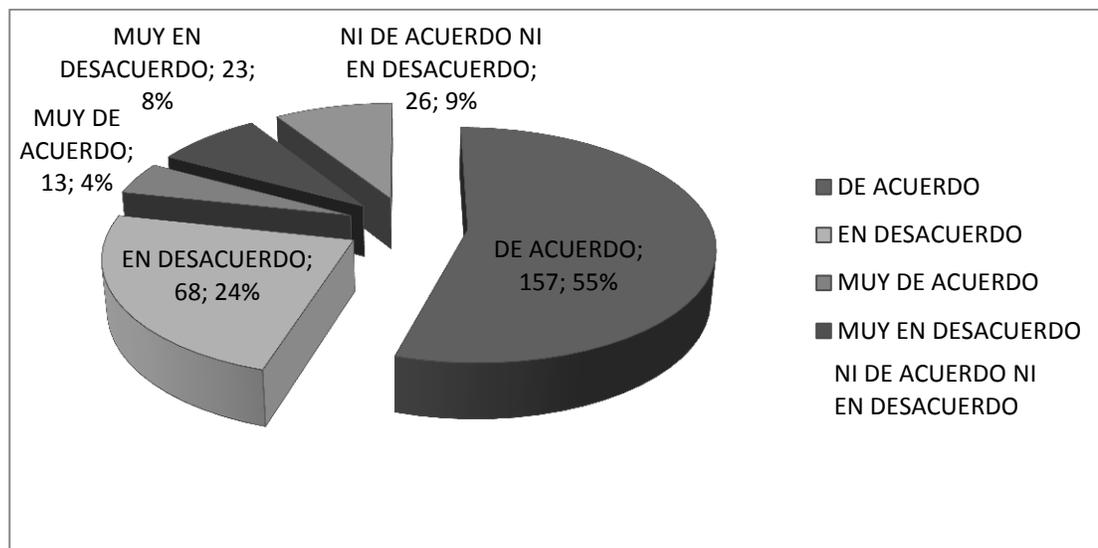


Figura 13. Calificación del nivel de conocimientos y capacidad del personal que realiza el proceso de matrícula (información recabada por la autora).

La pregunta 7 ¿Considera que el trato dado por el personal encargado del proceso de matrícula es? En la figura 14 se evidencia que el 7% , 21 de los estudiantes considera que el trato dado por el personal encargado del proceso de matrícula es excelente; el 54%, 155 estudiantes es bueno; el 32%(90estudiantes) regular y el 7% 21estudiantes lo califican como malo. Estos datos muestran que los estudiantes están satisfechos con el trato que les brinda el personal encargado del proceso de matrícula. Si se realiza una suma de "bueno" y "excelente" el resultado muestra que existe un porcentaje de satisfacción del 61% y al sumar “regular y “malo” el resultado es de insatisfacción del 39%.

La satisfacción es, frecuentemente, comprendida como una actitud afectiva, que influye en el comportamiento del usuario y su valoración del producto y, por lo tanto, condiciona la fidelidad del usuario. Esta actitud afectiva está influenciada por el grado de confiabilidad de las personas que prestan el servicio. De acuerdo con SERVQUAL,

si las expectativas igualan a las percepciones: entonces los niveles de calidad son modestos. De acuerdo con lo anterior este ítem se calificaría con un nivel modesto de calidad pese a que la percepción de la confiabilidad es buena.

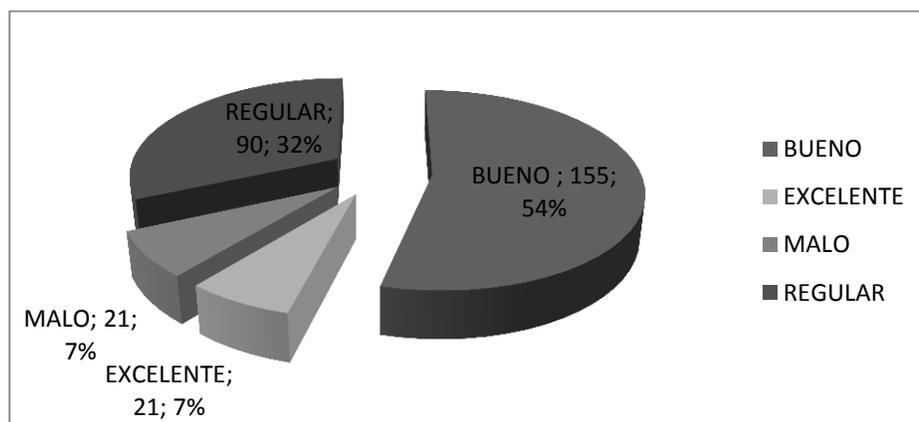


Figura 14. Calificación del trato brindado por el personal que realiza el proceso de matrícula (información recabada por la autora).

Para reconocer los aspectos tangibles (Recursos materiales, equipos, materiales de comunicación e instalaciones) que el estudiante percibe y que influyen en la medición de la calidad se realizaron las preguntas 9, 10 y 11.

Al revisar los resultado de la pregunta 9 correspondientes a la figura 15 ¿Considera que las instalaciones donde se lleva acabo el proceso de matrícula son cómodas para realizarlo? Se observa que el 45% de los estudiantes encuestados (128) están en desacuerdo con las instalaciones utilizadas para realizar el proceso de matrícula; el 24% (70 estudiantes) muy en desacuerdo; el 2% (6 estudiantes) muy de acuerdo; el 23% (66 estudiantes) de acuerdo; el 6% (17estudiantes) ni de acuerdo ni en desacuerdo. Estos resultados muestran que se percibe un alto grado de insatisfacción con las instalaciones utilizadas para ejecutar el proceso de matrícula. En este ítem la calidad del

servicio está relacionado con las condiciones que ofrece el área física y la adecuación para la prestación del servicio.

El Modelo Jerárquico de la Calidad propuesto por Brady, M. K. y Cronin, J. (2001) tiene en cuenta el ambiente del servicio como componente para evaluar la calidad y, de acuerdo con los resultados de la encuesta, este factor es calificado como deficiente en este estudio.

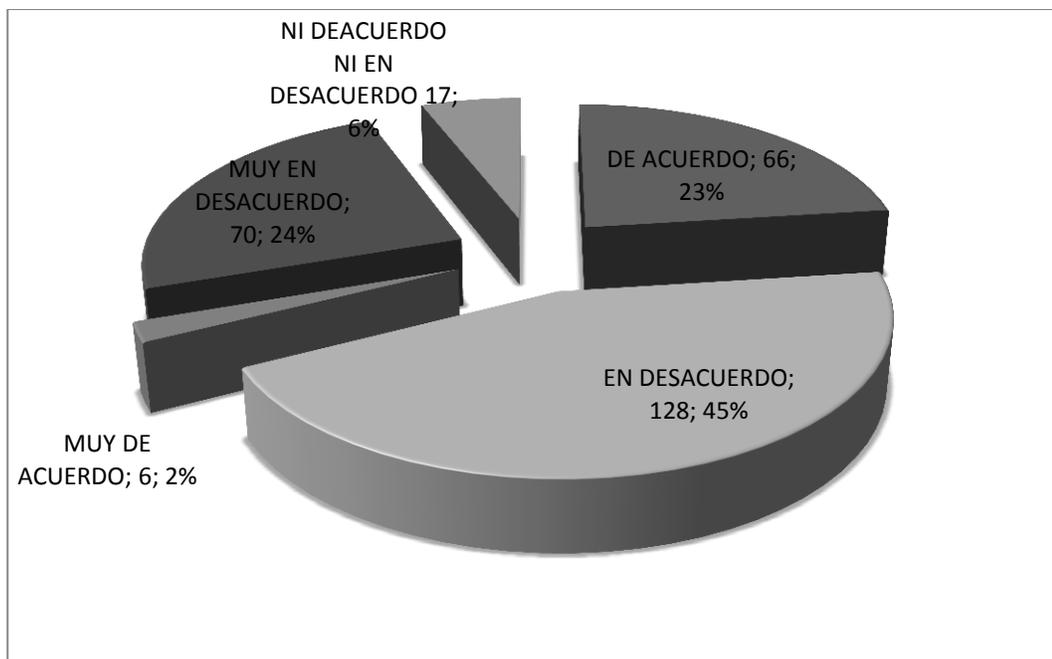


Figura 15. Calificación de la comodidad de las instalaciones en donde se desarrolla el proceso de matrícula (información recabada por la autora).

Con base en los resultados de la pregunta 10 ¿Considera que los equipos de cómputo que se usan en el proceso de matrícula son suficientes y tecnológicamente adecuados? La figura 16 muestra que el 45% del total de la muestra (128) encuestados está en desacuerdo con la tecnología utilizada; el 28%, (82) encuestados, muy en desacuerdo; el 20%, (58) encuestados, están de acuerdo; el 1%, (2) encuestados, están

muy de acuerdo; el 6%, (17) encuestados, no están de acuerdo ni en desacuerdo, les es indiferente esta medida de la calidad. Al sumar las respuestas “en desacuerdo” y “muy en desacuerdo” se encuentra que el 73% de los encuestados están inconformes con la tecnología que se viene utilizando en el proceso de matrícula, lo cual genera insatisfacción.

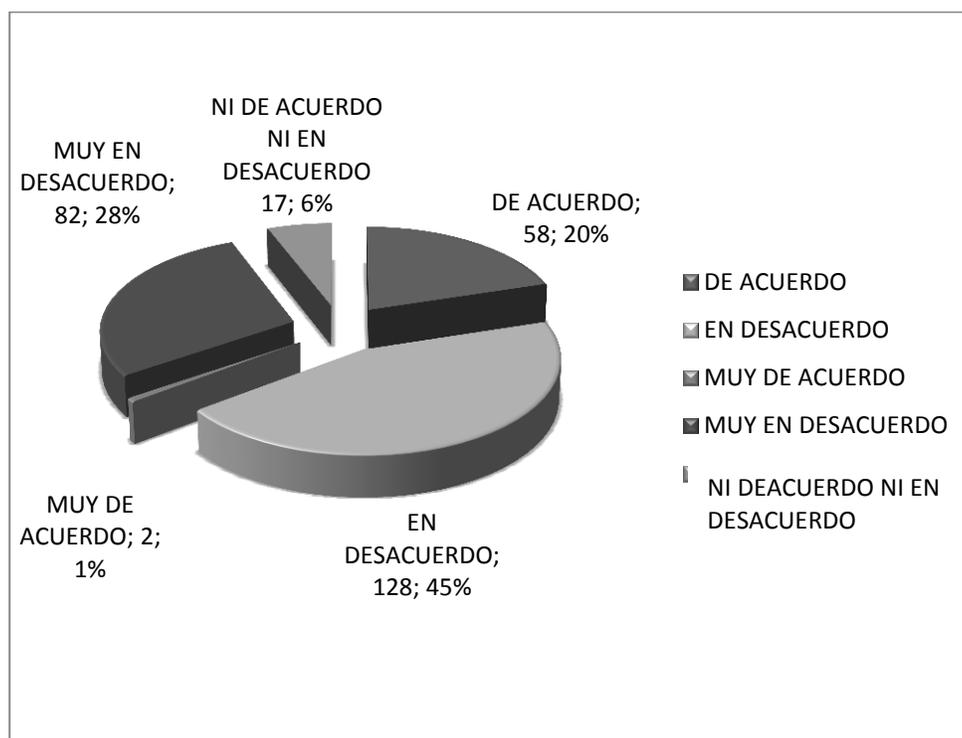


Figura 16. Calificación de la eficacia de los equipos utilizados en el proceso de matrícula (información recabada por la autora).

La pregunta 11 hace referencia a si ¿el personal dispone de los medios adecuados de comunicación con otros servicios de la Universidad para facilitar su labor? Las respuestas dadas a esta pregunta, resumidas en la figura 17, muestran que el 32%, (93) estudiantes, están en desacuerdo con la calidad de los medios utilizados para establecer comunicación con otros servicios de la institución; el 16%, (46) estudiantes, están muy

en desacuerdo; el 38%, (108) estudiantes, están de acuerdo; el 1% ,(2) estudiantes, están muy de acuerdo; el 13%, (38) estudiantes, responden ni de acuerdo ni en desacuerdo. Estos resultados indican que la percepción de la calidad que tienen los estudiantes de los medios utilizados para comunicarse en el Programa de Fisioterapia con las diferentes dependencias de la Universidad durante el proceso de matrícula es insatisfactoria.

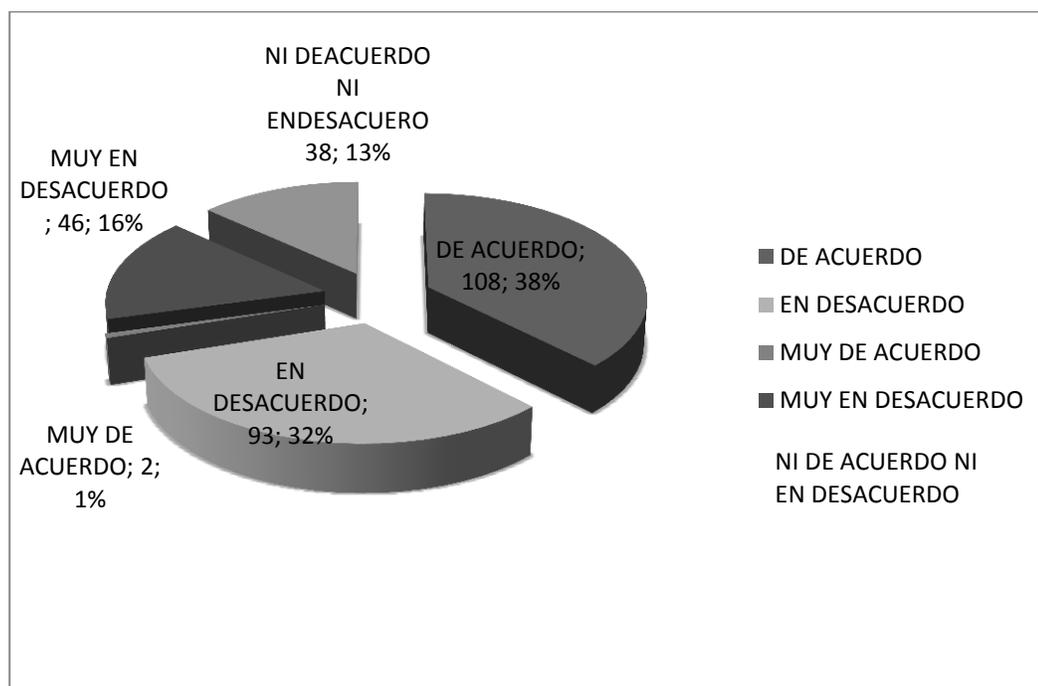


Figura 17. Calificación de la eficacia en la comunicación con otros servicios de la universidad y que se requieren en el proceso de matrícula (información recabada por la autora).

Al analizar los elementos tangibles, que son una dimensión del SERVPERF para medir la calidad, se evidencia, en este caso, un importante nivel de insatisfacción lo que deteriora de manera significativa la calificación dada al proceso de matrícula.

Para identificar si el proceso de matrícula cumple con las expectativas que tienen del servicio los estudiantes se realizaron las preguntas 12,13 y 14.

La figura 18 correspondiente a la pregunta 12 ¿Qué tan satisfecho está usted con el proceso de matrícula? muestra que el 48%, (137) estudiantes, están medianamente satisfechos con el proceso de matrícula; el 35%, (101) estudiantes, están insatisfechos; el 17%, (49) estudiantes, están satisfechos. Las anteriores respuestas indican que la percepción del grado de satisfacción de los estudiantes con respecto al proceso de matrícula es altamente insatisfactoria.

A este respecto Hussain y Ekiz (2007) indican que la calidad como satisfacción del cliente se concibe como el grado en que se satisfacen sus expectativas. Las respuestas a esta pregunta indican que el proceso de matrícula no satisface las expectativas de los estudiantes y más bien les genera un sentimiento de insatisfacción.

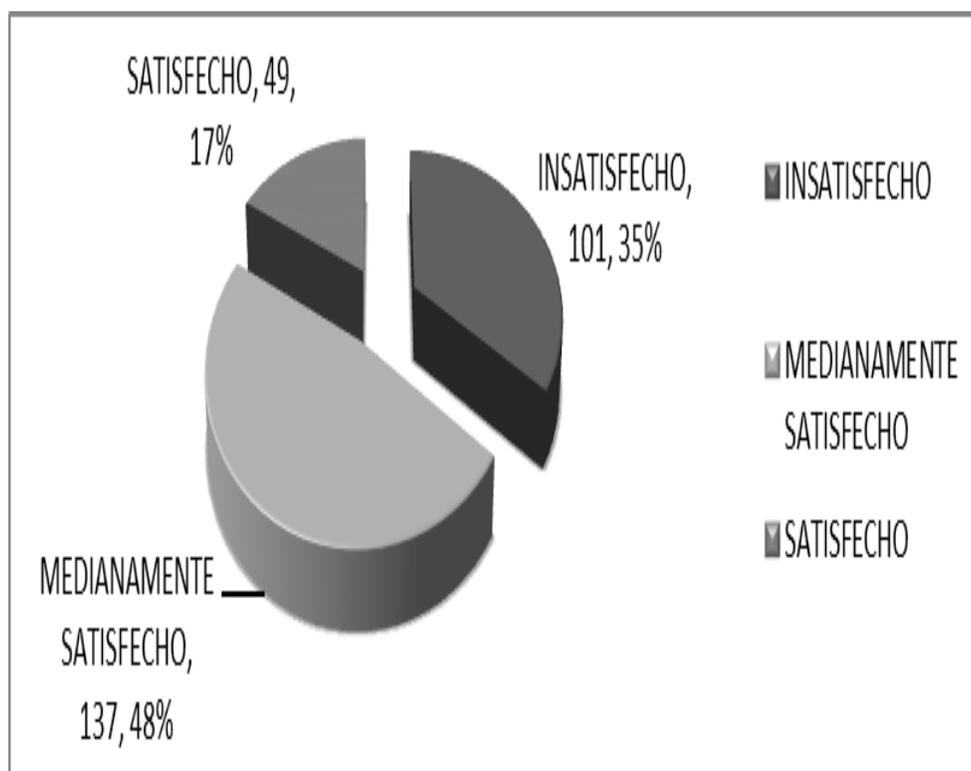


Figura 18. Nivel de satisfacción sobre todo el proceso de matrícula (información recabada por la autora).

La pregunta 13 ¿Considera que hay deficiencias en el proceso de matrícula? es una pregunta directa al estudiante sobre cómo observa el proceso de matrícula. La figura 19 muestra el resultado de las respuestas dadas por los encuestados al proceso de matrícula el 93%, (267) estudiantes, consideran que existen deficiencias en el proceso. Solo el 7%, (20) estudiantes, manifiestan que no existen deficiencias en el proceso. La percepción de la calidad del proceso de matrícula, medida con esta pregunta, hace pensar que es necesario introducir reformas al proceso porque es insatisfactorio.

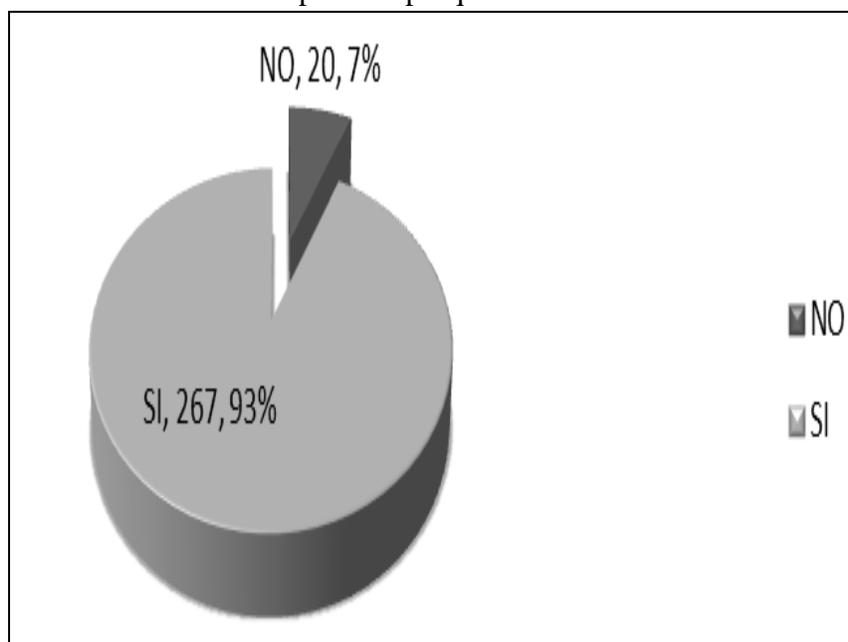


Figura 19. Existencia de deficiencia en el proceso de matrícula (información recabada por la autora).

Es importante mencionar que el proceso de matrícula es esencialmente un proceso de gestión académica, que le permite al educando adquirir la calidad de estudiante de manera formal y le da acceso a los beneficios y servicios que la institución universitaria ofrece. Las deficiencias percibidas por los estudiantes dan cuenta de las dificultades que

presenta el proceso, lo que genera limitaciones e inconformidad en los usuarios del servicio.

La pregunta 14 ¿Ha observado mejoras en el proceso de matrícula en las distintas oportunidades en las cuales se ha matriculado? Esta pregunta da la oportunidad al estudiante de hacer una evaluación rápida sobre cómo ha sido el proceso de matrícula en los diferentes períodos. La figura 20 muestra que el 59%, (169) encuestados, respondieron que no perciben mejoras en el proceso de matrícula: el 41%, (118) encuestados, manifiestan haber percibido mejoras. Esta diferencia entre los porcentajes de las respuestas afirmativas y negativas permite concluir que la percepción del grado de satisfacción del mejoramiento del proceso de matrícula es negativo.

Morales (2004), dice que al evaluar el servicio no solamente se tiene en cuenta el resultado final sino también el proceso de percepción del servicio y estas tres últimas preguntas permiten evaluar todo el proceso de matrícula teniendo en cuenta lo que los estudiantes esperaban y lo que reciben.

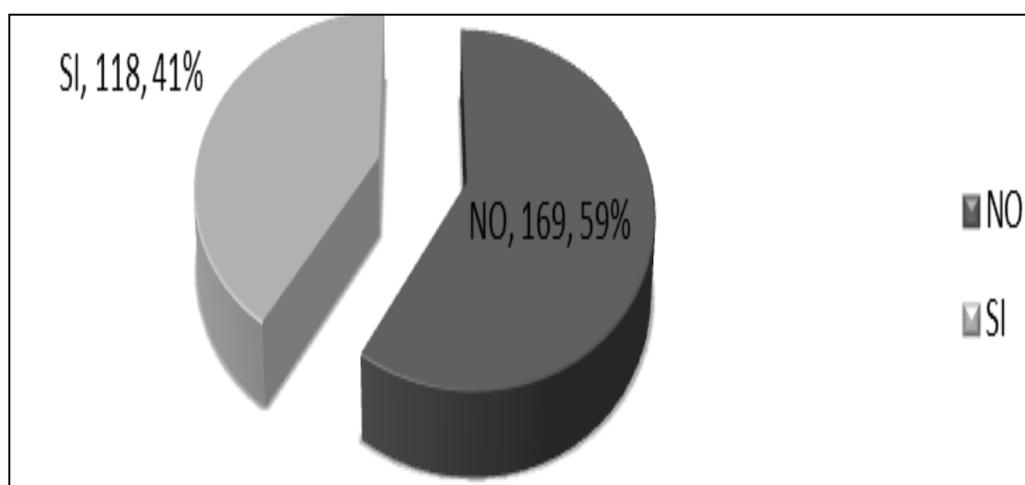


Figura 20 Observación de mejoras en el último proceso de matrícula al comparar el proceso realizado en las anteriores matrículas (información recabada por la autora).

Finalmente, para las instituciones educativas, las cuales dependen de los estudiantes, que son su razón de ser, es de gran utilidad investigar sobre la percepción que tienen los alumnos de los diferentes servicios ofrecidos, y de los procesos institucionales que tienen que ver con ellos. Las respuestas dadas por los estudiantes son una base de aprendizaje institucional que permite optimizar la calidad de los servicios y procesos para un plan de mejora continúa, tratando de llevar a la excelencia a la institución educativa. El proceso de evaluación institucional, teniendo en cuenta las percepciones de los estudiantes permite estimular el compromiso con la institución educativa y participar activamente en el mejoramiento de su calidad pues ellos captan que sus expectativas académicas y sociales son tenidas en cuenta.

5. Capítulo. Conclusiones

Con base en el marco teórico, los objetivos que se plantearon al inicio de la investigación y al análisis e interpretación de los resultados de la investigación de campo, se deducen las conclusiones que dan respuesta a las preguntas de investigación formuladas en el capítulo primero.

El marco teórico provee al autor de la tesis de un conjunto de conceptos y precisiones conceptuales que lo habilitan para comprender, analizar y criticar la información existente y la que se vaya creando referente al tema objeto de su investigación.

El concepto de calidad es muy complejo, su análisis comprensión y aplicación han sido objeto de rigurosas investigaciones que trascienden la imagen simple e ingenua que de ella, comúnmente, tiene la gente.

Existen diferentes procedimientos para evaluar la calidad, uno de ellos es la percepción del individuo. Es importante reconocer que aunque la evaluación de la calidad, por medio de la percepción, tiene un componente subjetivo no por esto deja de ser confiable.

La percepción utilizada como instrumento para medir la calidad, destaca la percepción visual y sintetiza las otras formas de percepción en el verbo sentir.

Los seres humanos buscan, en forma consiente o inconsciente, la satisfacción en sus actos. Sin embargo, los procesos diseñados e implantados en las empresas suelen ir

en contravía de las satisfacción subjetiva individual y, solo satisfacen el interés objetivo de la organización. Esta preferencia ha venido cambiando y, por lo menos teóricamente, la tendencia actual es buscar en forma preferente la satisfacción de los consumidores de los bienes y de los usuarios de los servicios.

A nivel del programa de fisioterapia la satisfacción de los usuarios de los servicios, no ha sido objeto de investigación, ni se ha tomado en cuenta como criterio para la toma de decisión.

La metodología Servperf, utilizada en esta investigación, demostró ser práctica para la ejecución de trabajos sobre la calidad, usando como medida la percepción.

Desde el punto de vista de la teoría y de la práctica administrativa, se visualiza la necesidad que tiene el programa de fisioterapia de adelantar estudios más profundos de micro organización y sistematización sus procesos, para cuantificar con precisión los tiempos y movimientos, estrictamente necesarios, para reducir costos y hacer más eficiente la prestación de los servicios.

El programa de fisioterapia, uno de los más grandes de la universidad, necesita para su crecimiento y sostenibilidad introducir cambios en el proceso administrativo de matrícula.

5.1. Hallazgos

5.1.1. Conclusiones en torno de las preguntas de investigación Las preguntas

Formuladas en el capítulo primero fueron respondidas satisfactoriamente con el trabajo de campo, para cuya ejecución se logró una decidida y responsable cooperación por parte de las directivas del programa de fisioterapia y de los estudiantes. A continuación se reproducen las conclusiones que se derivan de las respuestas dadas por los encuestados

Respecto a la pregunta principal:

¿En qué grado la percepción de la calidad del proceso de matrícula afecta la satisfacción de los estudiantes del programa de fisioterapia de la Universidad Manuela Beltrán - UMB?

Teniendo en cuenta el total de las respuestas dadas a la encuesta, se puede concluir que la medición de la calidad del proceso de matrícula, mediante la percepción del grado de satisfacción de los estudiantes del programa de fisioterapia de la Universidad Manuela Beltrán es negativa, es decir, desfavorable en una 64.29% como lo muestra la figura 21.

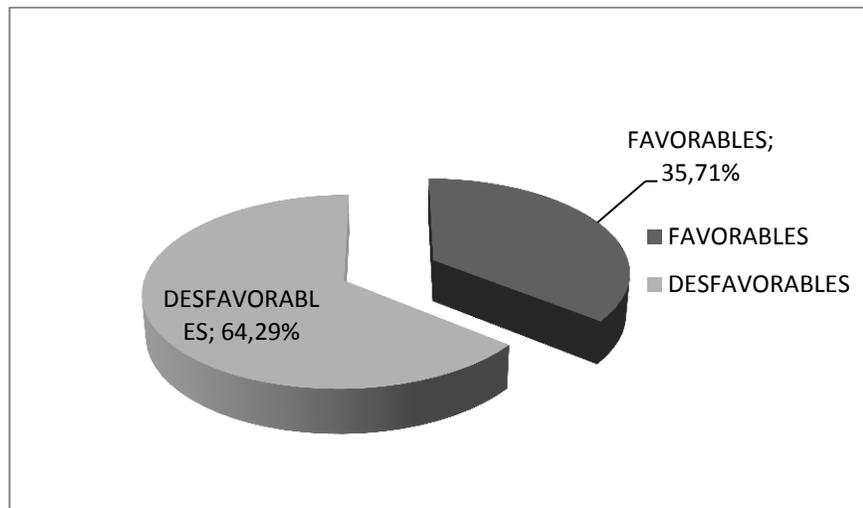


Figura 21 Resumen de la calificación dada respecto a la percepción de la calidad en el proceso de matrícula (información recabada por la autora).

La respuesta a la pregunta principal es que la percepción de la calidad sí afecta la satisfacción del usuario y esto es evidente en la mala calificación que le dieron los encuestados en la evaluación al proceso.

Respecto a las preguntas secundarias la investigación permitió responderlas de la siguiente manera:

¿Cómo perciben los estudiantes el proceso de matrícula?

Después de realizar el grupo focal, aplicar el cuestionario y analizar las respuestas dadas en el cuestionario, se evidencia que los estudiantes perciben el proceso de matrícula como inadecuado y con muchas falencias.

¿Cómo el proceso de matrícula, medido por la percepción, afecta la satisfacción de los alumnos?

La percepción que tienen los alumnos del proceso de matrícula es que éste es deficiente y ellos estén insatisfechos

5.1.2. Conclusiones en torno a los objetivos de investigación Los objetivos propuestos en el primer capítulo se alcanzaron mediante la ejecución del trabajo de campo, cuyas conclusiones se reproducen a continuación.

El grupo focal mostro que los estudiantes están inconformes con el proceso de matrícula especialmente con lo relacionado con los tiempos de espera para iniciar el mismo.

Las respuestas dadas a las preguntas uno y dos denotan conocimiento deficiente del proceso de matrícula por parte de los estudiantes. Estos resultados indican que es necesario hacer más difusión y emplear algún procedimiento pedagógico para enseñar y hacer comprender el proceso y, de ese modo, mejorar la calidad.

El hecho de que el 65% de la población encuestada haya respondido que no conoce ningún manual o impreso que le sirva de orientación y guía para realizar el proceso de matrícula, ponen de manifiesto que la organización necesita hacer un significativo esfuerzo para mejorar la comunicación con los alumnos.

Las respuestas dadas por los encuestados, respecto a la percepción de la calidad de la información y orientación dada por la institución a las personas que necesitan matricularse, es apenas aceptable, y es solo de tipo verbal.

El uso eficiente del tiempo es una variable muy sensible para medir la calidad de un servicio. Las respuestas dadas por los alumnos encuestados permiten concluir que el 67.7% de los matriculados tiene que gastar mas de 30 minutos en el proceso. Este

resultado induce a pensar que el proceso, que se aplica actualmente, no es satisfactorio y no satisface las expectativas de los estudiantes.

La prestación eficiente de un servicio requiere que se consiga el equilibrio entre la cantidad de personas que solicitan el servicio y el número de personas necesarias para atenderlo, en un determinado período de tiempo. La sumatoria de las respuestas, 84.32%, dadas por los encuestados, en la pregunta N.8 del cuestionario, pone en evidencia que la calidad percibida por los encuestados es insatisfactoria.

Respecto a la capacitación y la habilidad de los funcionarios para resolver las inquietudes de los matriculados, con respecto al proceso de matrícula y su ejecución, las respuestas son positivas, solo el 32% manifiesta inconformidad.

Hay una relación directa entre el espacio destinado a la prestación de un servicio, su dotación, su calidad, y el grado de satisfacción de los usuarios. La respuesta dada por los encuestados pone de manifiesto la percepción de un alto grado de insatisfacción con la calidad del espacio destinado a atender el proceso de matrícula.

La rápida evolución de la tecnología, la obsolescencia de los equipos de cómputo y el alto costo de reposición de los mismos lleva a las instituciones a continuar trabajando con equipos desactualizados e ineficientes. El 73% de las personas que respondieron la encuesta percibieron baja calidad de los equipos e insatisfacción con el procesamiento de la información en el proceso de matrícula.

La calidad y eficiencia de una organización se perciben por el funcionamiento de la red de comunicaciones, tanto internas como externas, de la misma. A la pregunta

relacionada con la percepción de la calidad de las comunicaciones internas, utilizadas en el proceso de matrícula, la mayor parte de los encuestados expresó insatisfacción.

El cuestionario contiene una pregunta específica sobre el grado de satisfacción de los estudiantes con el proceso integral de matrícula. Las respuestas dadas muestran un alto grado de insatisfacción.

Cualquier proceso puede tener falencias y es susceptible de depuración y sofisticación. En la encuesta se formuló una pregunta concreta a cerca de si los encuestados percibían deficiencias en el proceso de matrícula, el 93% de las respuestas indican que hay deficiencias.

El trabajo cuenta con una buena validez tanto externa como interna dada por los referentes bibliográficos y también por el número de participantes en la prueba piloto, la validez del contenido se refiere al grado en el que instrumento de medida recolecta información sobre el concepto estudiado y por los resultados que se obtuvieron después de aplicar la prueba de alfa de Cron Bach 0,98 indica una alto grado de validez al igual que por la información recogida en el grupo focal.

Para poder competir en un mundo globalizado tener en cuenta la calidad del servicio es fundamental para cualquier actividad económica

5.2. Sugerencias

Después de hacer una revisión a las diferentes preguntas que componen el cuestionario y, teniendo en cuenta las respuestas dadas por los estudiantes, se concluye que existen aspectos en los que se puede mejorar el servicio ofrecido a los estudiantes en el proceso de matrícula. Los aspectos a mejorar serían:

Aumentar el personal entrenado en el uso de la plataforma, para que pueda realizar el proceso de matrícula.

Mayor facilidad y rapidez en la atención de los estudiantes.

Actualizar del hardware y software de los equipos.

Ampliar el horario de atención.

Tecnificar el proceso de matrícula graficándolo para subirlo luego al Aula Net y ponerlo a la disposición de los estudiantes para que puedan consultarlo cada vez que sea necesario, rompiendo así la tradición oral, que es ineficiente y perjudica la percepción de la calidad del mismo.

Dentro de los puntos más importantes para la satisfacción de los estudiantes en el futuro se encuentran:

Ambiente adecuado para la realización del proceso de matrícula.

Seguridad en la información suministrada a los estudiantes.

Funcionarios con buena voluntad para atenderlos.

Disposición física de los muebles y equipos.

Funcionarios capacitados para la atención.

Atención solícita cordial y ágil.

Realizar evaluaciones periódicas de calidad a los diferentes procesos administrativos del Programa utilizando la percepción como unidad de medida de la calidad.

Se recomienda continuar ahondando en el conocimiento de los temas de la calidad utilizando como medida la percepción

5.3. Líneas de Investigación sugeridas para nuevos estudios

El trabajo desarrollado, en esta investigación, abre opciones para futuros trabajos que aportarán conocimiento en el área de la calidad, utilizando como instrumento de medida la percepción de los usuarios.

Se sugiere la iniciación de algunas líneas de investigación en los siguientes campos:

Comparar niveles de satisfacción entre estudiantes de los diferentes programas y en diferentes procesos administrativos.

Diseñar diferentes modelos para evaluar la calidad de los procesos administrativos de la universidad, aplicando la percepción como herramienta de medición de la calidad.

Contrastar los trabajos sobre medida de la calidad en los procesos administrativos, utilizando la percepción de los estudiantes en diferentes instituciones educativas y diferentes facultades de una misma institución .

La anterior enumeración es solamente indicativa. La universidad, dentro de sus múltiples intereses y conveniencias puede seleccionar los campos en los cuales se deban adelantar las investigaciones en el futuro

Apéndice A. Grupo Focal

| | |
|--------------------------------|--|
| Fecha del grupo focal | Diciembre 1 del 2011 |
| Lugar | Universidad Manuela Beltrán |
| Número y tipo de participantes | 12 estudiantes pertenecientes a IV, VIII, semestres del programa de fisioterapia |
| Nombre del moderador | Fisioterapeuta Sofía Berdugo León |
| Pregunta detonadora | <i>¿Qué piensan los estudiantes del proceso de matrícula?</i> |

Introducción al Grupo focal

Buenas tardes y bienvenidos a la sesión. Gracias por sacar un tiempo para participar en esta discusión. Me llamo SOFIA BERDUGO LEON y estoy desarrollando el proyecto de tesis Medición de la calidad del proceso de matrícula, mediante la percepción del grado de satisfacción de los estudiantes del Programa de Fisioterapia de la Universidad Manuela Beltrán – UMB (Bogotá D.C.) Cada uno de ustedes tiene experiencia en el tema.

El objetivo de mi estudio es Determinar la calidad del proceso de matrícula mediante la percepción del grado de satisfacción de los estudiantes del programa de fisioterapia de la UMB.

Las opiniones y respuestas que proporcionen serán de vital importancia y absolutamente confidenciales, se emplearan exclusivamente para la tesis.

En esta actividad no hay respuestas correctas o incorrectas, sino diferentes puntos de vista. Por favor siéntase con libertad de expresar su opinión, aun cuando esta difiera de la expresada por sus compañeros.

Pregunta detonadora *¿Qué piensan los estudiantes del proceso de matrícula?*

Quien quiere responder

Inicialmente los estudiantes identificaron que el proceso de matrícula inicia con la impresión de la orden de matricula frente a lo cual mencionan que

Estudiante 1

“La universidad debería imprimir la orden de matrícula de los estudiantes

Estudiante 2

Los estudiantes no deben imprimirla si son el cliente pues consiéntanlos

Estudiante 1al 12

Las fechas de pago son muy cortas y se debe esperar a terminar el semestre académico para hacer el pago del próximo semestre

Estudiante 4, 5, 6, 7,8

Deben esperar a que se suban las notas en aulanet para colocar la primera fecha de pago

Después identifican que el siguiente paso es la inscripción de la matrícula y mencionan

Estudiantes 1,5, 6, 7,8

El proceso de inscripción de matrícula es demorada la apertura de la plataforma y queda muy encima del inicio de las clases (pre matricula)”

Estudiantes 9, 10, 11,12

Deben dar más días por cada semestre e informar con suficiente anterioridad

Estudiantes del 1al 12

Toca pedir ficha y las filas son muy largas

El proceso es muy demorado por que hay mucha gente y no hay suficiente personal para atender a los estudiantes”

Estudiante 3-9

Los casos especiales son muy demorados y retrasan el proceso de todos, pese a que a los estudiantes desnivelados se les da una fecha específica

Estudiante 2

Deben informar que documentos se deben llevar para hacer el proceso de matricula

Estudiantes 3, 5, 7, 8, 9, 10,12

Los días de matrícula “debe haber jornada continua” para poder atender a todo el mundo

Estudiante 12, 11, 4, 3,1

Faltan equipos y hay muy pocas personas encargadas de realizar el proceso de matricula

Estudiantes 7, 8,1

Algunas veces las personas encargadas de las matriculas tienen que desempeñar otras funciones y entonces se demora mas el proceso

Estudiantes 1-12

No es justo que no hayan cupos para las diferentes materia en las que uno se debe matricular, si hay muchos estudiantes pues que abran mas cursos

En este momento los estudiantes tienen los ánimos exaltados y es necesario indicarles que mantengan la calma y nuevamente se habla de lo que pasa durante el proceso de matricula y se insiste en la pregunta detonadora a los estudiantes y aparecen las siguientes respuestas

Estudiante 5

Es malo

¿Porque?

Estudiante 5

“el sistema es malo

Estudiante 6

Los cupos de las materias son pocos y no les dan la posibilidad de inscribirse

Estudiante 4

A las personas niveladas se les quita la oportunidad de ver las materias por demora en el pago o en el crédito y la red no te deja inscribir

Estudiante 8

El sistema de pre matriculas no les permite matricularse adecuadamente

Estudiante 10

Falta de capacitación del personal para la inscripción de la matricula y además hay muy pocos encargados

Estudiante 9

En cuanto a las personas con crédito no les guardan cupo se demora un mes el certificado el día de la ultima fecha le dan los papeles

Estudiante 8

No hay comunicación adecuada dentro del programa, No se dan los cupos con imparcialidad.

Estudiante 7

Mala atención debido al poco personal disponible para la atención de los estudiantes

Estudiante 11

No hay conexión entre registro y control

Estudiante 12

Las materias electivas no son electivas ya que los inscriben en la que haya cupo

APÉNDICE B. Modelos de Cuestionario

ENCUESTA

Respetados estudiantes, mi nombre es SOFÍA BERDUGO LEÓN, soy docente de la Universidad y estoy desarrollando el proyecto tesis titulado Medición de la calidad del proceso de matrícula, mediante la percepción del grado de satisfacción de los estudiantes del Programa de Fisioterapia de la Universidad Manuela Beltrán – UMB (Bogotá D.C.)

Las respuestas y opiniones que suministren en esta encuesta son absolutamente confidenciales y solo se emplearán para la elaboración de la tesis.

Agradezco de antemano su tiempo y disponibilidad para proporcionarme la información requerida.

Marque con claridad la opción elegida con una cruz, tache o bien con una palomita

X ✓

Semestre en el que se encuentra matriculado

Preguntas

1. ¿Conoce el proceso de matrícula?

SI NO MÁS O MENOS

2. ¿Conoce si existe algún manual o guía del proceso de matrícula de la Universidad?

SI NO

3. La orientación recibida para realizar el proceso de matrícula es

1 Excelente 2 Bueno 3 Regular 4Malo

4. ¿Cuánto tiempo gasta usted en realizar el proceso de matrícula?

1-15min 16– 30 min 31- 45 min 46-60 min
Más de 61min

5. ¿considera que el tiempo empleado, en usted, para realizar su matrícula es adecuado?

1. Muy en desacuerdo 2. En Desacuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4. De acuerdo 5. Muy de acuerdo

6. ¿Considera que el personal que realiza el proceso de matrícula tiene conocimiento y es capaz de responder a las preguntas

1. Muy en desacuerdo 2. En Desacuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4. De acuerdo 5. Muy de acuerdo

7. ¿Considera que el trato dado por el personal encargado del proceso de matrícula es:

1 Excelente 2 Bueno 3 Regular 4 Malo

8. ¿Considera que el número de personas que realiza el proceso de adecuado para atender a los estudiantes?

1. Muy en desacuerdo 2. En Desacuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4. De acuerdo 5. Muy de acuerdo

9. ¿Considera que las instalaciones donde se lleva el proceso de matrícula son cómodas para realizarlo?

1. Muy en desacuerdo 2. En Desacuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4. De acuerdo 5. Muy de acuerdo

10. ¿Considera que los equipos de computo que se usan en el proceso de matrícula son suficientes y tecnológicamente adecuados?

1. Muy en desacuerdo 2. En Desacuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4. De acuerdo 5. Muy de acuerdo

11. ¿El personal dispone de los medios adecuados de comunicación con otros servicios de la Universidad para facilitar su labor?

1. Muy en desacuerdo 2. En Desacuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4. De acuerdo 5. Muy de acuerdo

12. ¿Qué tan satisfecho está usted con el proceso de matrícula?

Insatisfecho Medianamente satisfecho satisfecho
sumamente satisfecho

13. ¿Considera que hay deficiencias en el proceso de matrícula?

SI NO

14. ¿Ha observado mejoras en el proceso de matrícula en las distintas oportunidades en las cuales se ha matriculado?

SI NO

GRACIAS POR SU AMABLE COLABORACIÓN

Apéndice C. Prueba de Cron Bach

| | | | | | | | | | |
|----------------|---|-------------------------|---|-------------------|---|---------------------|------------------|-------------------|---|
| 1 | | 2 | | 3 | | 5 | | 6 | |
| NO | 1 | NO | 1 | MALO | 1 | MUY EN DESACUERDO | 1 | MUY EN DESACUERDO | 1 |
| MAS O MENOS | 2 | SI | 2 | REGULAR | 2 | EN DESACUERDO | 2 | EN DESACUERDO | 2 |
| NO RESPONDE | 2 | | | BUENO | 3 | NO RESPONDE | 3 | NO RESPONDE | 3 |
| SI | 3 | | | EXCELENTE | 4 | DE ACUERDO | 4 | DE ACUERDO | 4 |
| | | | | | | MUY DE ACUERDO | 5 | MUY DE ACUERDO | 5 |
| 7 | | 8 | | 9 | | 10 | | 11 | |
| MALO | 1 | MUY EN DESACUERDO | 1 | MUY EN DESACUERDO | 1 | MUY EN DESACUERDO | 1 | MUY EN DESACUERDO | 1 |
| REGULAR | 2 | EN DESACUERDO | 2 | EN DESACUERDO | 2 | EN DESACUERDO | 2 | EN DESACUERDO | 2 |
| BUENO | 3 | NO RESPONDE | 3 | NO RESPONDE | 3 | NO RESPONDE | 3 | NO RESPONDE | 3 |
| EXCELENTE | 4 | DE ACUERDO | 4 | DE ACUERDO | 4 | DE ACUERDO | 4 | DE ACUERDO | 4 |
| | | MUY DE ACUERDO | 5 | MUY DE ACUERDO | 5 | MUY DE ACUERDO | 5 | MUY DE ACUERDO | 5 |
| 4 | | 12 | | 13 | | 16 | | | |
| 1 A 15 MIN. | 5 | INSATISFECHO | 1 | NO | 1 | NO | 1 | | |
| 16 A 30 MIN. | 4 | MEDIANAMENTE SATISFECHO | 2 | SI | 2 | SI | 2 | | |
| 31 A 45 MIN. | 3 | SATISFECHO | 3 | | | | | | |
| 46 A 60 MIN. | 2 | SUMAMENTE SATISFECHO | 4 | | | | | | |
| MAS DE 61 MIN. | 1 | | | | | | | | |
| | | | | | | TOTAL MAXIMO | 56 | | |
| | | | | | | Promedio total | 31 | | |
| | | | | | | P | 0,56 | | |
| | | | | | | K | 50 | | |
| | | | | | | ALPHA DE CRC | 0,9843226 | | |

Esta fue la prueba que se le aplico al cuestionario en el que se evidencia que el alfa de Cron Bach tiene un valor de 0,98 lo cual muestra un alto nivel de confiabilidad.

Referencias

Acosta, C. y Marval, G. (2007). Evaluación institucional estratégica, *Anales de la Universidad Metropolitana*, 7(1), p. 117-136. Recuperado de: <http://dialnet.unirioja.es/ser_vlet/articulo?codigo=3665798>.

Alvarado, O. (2005). *Gestión de proyectos educativos: lineamientos metodológicos*. Lima Universidad Nacional Mayor de San Marcos - UNMSM, Fondo Editorial. pp. 1-197.

Ayuso, D y Grande, R. (2006) *La gestión de enfermería y los servicios generales en las Instituciones sanitarias*. España: Ediciones Díaz y Santos, pp. 1-655

Balcázar, P. et al. (2005). *Investigación cualitativa*. México: Universidad Autónoma de México, pp. 125-145.

Barrera, C.; Cañas, O. y Giménez, R. (2010) *El trabajo colaborativo en la administración: aportaciones del programa Comparti*, Generalitat de Catalunya

Departamento de Justicia, 1-259. Recuperado de: <http://www.gencat.cat/justicia/publicacions>>.

Bisquerra, R. (2000). *Métodos de investigación educativa*, *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 10(025), 593-596. Recuperado de: <<http://redalyc.uaemex.mx/pdf/140/14002519.pdf>>

Blanco, J. (2005). *Guía para la interpretación del modelo EFQM en el contexto de la gestión de un centro universitario de la UPV/EHU San Sebastián-Donostia*,

Universidad del país Vasco, 1-35. Recuperado de: <http://www.kalitate-katedra.ehu.es/p211content/es/contenidos/informacion/efqm/es_efqm/adjuntos/GUIA_GESTION.pdf>.

Brady, M. K. y Cronin, J. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach. *Journal of Marketing*, 65 (3), pp 34-49.

Caisedo, S. L. y Caldas, M. (2002). *La importancia de la cultura organizacional en la implementación y mantenimiento de sistemas de gestión de calidad basados en la*

Norma ISO 9000. *Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, (020), pp. 135-148.

Canales, C. (2006). *Metodología de la investigación social*. Santiago de Chile: LOM, pp. 24-406.

Castillo, A. (2002). Compromisos de la evaluación educativa, Pearson, p. 1- 395. Recuperado de: <<http://www.pearsoneducacion.com/csociales/detalle.asp?ean=9788420535623&categoria=Educaci%F3n&mod=Ciencias+sociales+y+educaci%F3n&color=naranja>>.

Climent, S. (2003) Los costos de calidad como estrategia empresarial en las empresas certificadas en las normas ISSO 9000 de la CV, Universidad de Valencia Servicio de Publicaciones, p. 23-32. Recuperado de: <<http://www.cyta.coar/biblioteca/bddoc/bdlibros/tqm/ediriciones/ediciones.htm>>.

Congreso de la República. (1992). Ley 30: por el cual se organiza el servicio público de la educación superior, Diario Oficial No. 40.700, 1-26. Recuperado de: <http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-86437_Archivo_pdf.pdf>.

Consejo Nacional de Acreditación. (2005). Indicadores específicos para los procesos de autoevaluación con fines de acreditación de los programas de educación superior técnicos y tecnológicos, Sistema Nacional de Acreditación, 1-91. Recuperado de: <http://cms-static.colombiaaprende.edu.co/cache/binaries/articulos-186376_indicadores_4.pdf?binary_rand=2616>.

----- (2010). La calidad en la acreditación institucional, Lineamientos de acreditación, 1-2. Recuperado de: <<http://www.cna.gov.co/1741/article-190811.html>>.

Cordero, J.M.; Muñiz, M.A. y Pedraja, F.M. (2006). La confusión de la calidad en los servicios públicos: distintos conceptos, distintas medidas y distintas soluciones, Memorias del XIII Encuentro de Economía Pública, 13, 56-90. Recuperado de: <<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3134014>>.

Creswell, J. W. y Plano, V. L. (2007). Designing and conducting mixed methods research (Diseño y realización de la investigación de métodos mixtos), Sage, 1-275. recuperado de: <<http://www.worldcat.org/title/designing-and-conducting-mixed-methods-research/oclc/65399935/editions?lang=es&editionsView=true>>.

Díaz, Y. y Camelo, R. (2003). Medición y evaluación de la calidad de servicio percibida: análisis crítico, Fundación Universitaria Andaluza, 1-24. Recuperado de: <<http://www.eumed.net/ce/2009b/dgpg2.doc>>.

Duarte, J.L. (2000). Calidad de servicio: revisión de corrientes principales y propuestas para investigación futura, Departamento de Economía de la Empresa Universidad de Barcelona, 1-36. Recuperado de: <<http://www.keisen.com/documentos/Corrientes%20de%20Calidad%20en%20Servicio.pdf>>.

Duque, E.J. (2005): “Revisión de los modelos de evaluación de la calidad del servicio”. Revista Innovar (15) 25, 64-80.

Evans, R. (2008). Administración y control de la calidad, Cengage Learning, 1-848. Recuperado de: <http://www.cengage.com.mx/Book_detail.php?ISBN=9789706868367#.T0e2YIdOCEA>.

Frías, R., et al. (2007). Gestión de la Calidad. Universidad de Matanzas Camilo Cienfuegos. Centro de Estudios de Turismo. Texto electrónico

Foroughi, A. (2011). Assessment of quality of education a non-governmental University via SERVQUAL model (Evaluación de la calidad de la educación de una universidad no gubernamental a través del modelo SERVQUAL), Brown University Library, 15, 2020-2304. Recuperado de:<<http://library.brown.edu/find/Summon/Search?type=Author&lookfor=Abari%2C%20Ahmad%20Ali%20Foroughi>>.

García, (2007). Comité de competitividad de la honorable Cámara de Diputados: mesas de trabajo para impulsar la competitividad, Confemer, 1-23. Recuperado de: <http://www.usem.org.mx/.../competitividad_mejora_regulatoria_carlos_garcia.html>.

Gil, I. (1995). La conceptualización y evaluación de la calidad de servicio al cliente percibida en el punto de venta. Madrid: Puzzle.

Giroux S. (2004) Metodología de las Ciencias Humanas. La investigación en Acción. México. Ed. Fondo de cultura Económica, pp. 123

Guarix, (SF). Centros hospitalarios de alta resolución de Andalucía, Test Jurídico Común, 1-148. Recuperado de: <<http://books.google.com.co/books?id=n2qIK7qYLIAC&pg=PA244&dq=modelo+de+encuesta+de+satisfaccion+Donabedian+Avedis&hl=es&sa=X&ei=gYL9TsqJEYiCtgf-t8D>>.

Guru, C. (2003). Tailoring e-service quality through CRM. Managing Service Quality, 13 (6), 520-531.

Gutiérrez, M. (2004). Administrar para la calidad: conceptos administrativos del control total de calidad. 2 ed. México: Limusa – Noriega, pp. 1-297.

Hassan, Y. (2006). Factores del diseño Web orientados a la satisfacción y no frustración de uso, Revista Española De Documentación Científica, 29(2) 239-257. Recuperado de: http://www.nosolousabilidad.com/hassan/Factores_satisfaccion_frustracion.pdf>.

Heath, F. et al. (2003). Emerging tools for evaluating digital library services: conceptual adaptations of LibQUAL+ and CAPM (Herramientas emergentes para evaluar los servicios de bibliotecas digitales: adaptaciones conceptuales de LibQUAL + y CAPM), *Journal of Digital Information*, 4(170), 1-9. Recuperado de: <<http://journals.tdl.org/jodi/article/viewArticle/102/10>>.

Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, L. (2010). Metodología de la investigación. 5 Ed. México: McGraw-Hill, pp. 15-602.

Herrera, E. y López, J. (2008). Calidad y satisfacción del usuario. El modelo LIBQUAL, 1-30. Recuperado de: <sci2s.ugr.es/secabaweb/publicaciones/Satisfaccion_Teoria1.pdf>.

Horváth y Partners. (2003). Dominar el cuadro de mando integral: manual práctico basado en más de 100 experiencias. Barcelona, Gestión 2000. pp. 1-507.

Hussain, K. y Ekiz, E.H. (2007). Percepción de la calidad del servicio de la calidad del servicio en las empresas aéreas del norte de Chipre: una aplicación del análisis lineal de patrones, *Estud. Perspect. Tur*, 16(3), 341-360. Recuperado de: <http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322007000300005&lng=es&nrm=iso>.

Iglesias T (1998). Prasuraman, Zeithaml y Berry, (1985). Modelo ResortQual para la evaluación de la calidad percibida del servicio en un destino turístico de sol y playa - en Comercialización de productos y servicios turísticos” Edit. Síntesis,

Instituto Cultural Tampico. (2011). Escala de Likert: utilizada prácticamente por todos los estudios de investigación, ANTZ Información clave para la toma de decisiones – NewsLetter, 1-5. Recuperado de: <http://www.ict.edu.mx/acervo_bibliotecologia_escalas_Escala%20de%20Likert.pdf>.

Johnson. R.; Onwuegbuzie, A. y Turner, L. (2007). Toward a definition of mixed methods research" (Hacia una definición de los métodos de investigación mixtos), *Journal of Mixed Methods Research*, 1(2), 12-133. Recuperado de: <<http://mmr.sagepub.com/content/1/2/112.abstract>>.

Kunsteli, M. (2009). Cómo aprovechar plenamente los resultados de las encuestas a usuarios de la administración electrónica: el caso de Eslovenia. *Revista internacional de ciencias administrativas: revista de administración pública comparada*, Vol. 75, Nº.1, págs. 133-174

Kotler, P. (2002). Dirección de Marketing Conceptos Esenciales. México: Prentice Hall, pp. 200-2002.

Manes J (2008) Gestión estratégica para las instituciones educativas. Buenos Aires. Ed.Granica PP. 13-133

Martínez, M. (2005). El modelo de excelencia en la EFQM y su aplicación para la mejora de la calidad de los centros educativos, Educación UNED, XXI(8), 35-65. Recuperado de: <<http://www.uned.es/educacionXX1/pdfs/08-02.pdf>>.

Mejía, G. (2006). Gerencia de procesos para la organización y el control interno de empresas de salud. 5 ed. Bogotá: Ecode, pp. 1-224.

Mejías, A.; Reyes, O. y Maneiro, N. (2006). Calidad de los servicios en la educación superior mexicana: aplicación del SERVIQUALing en Baja California, Investigación y Ciencia, 14(034), 36-41. Recuperado de: <<http://redalyc.uaemex.mx/pdf/674/67403407.pdf>>.

Michelsen Consulting. (1992). ¿Qué es SERVQUAL?, validación SERVQUAL 1-2. Recuperado de: <http://www.michelsenconsulting.com/web/serv_ual/servqual10.htm>.

Ministerio de Educación Nacional. (1998). Sistema nacional de acreditación de la educación superior, Acreditación institucional, 1-2. Recuperado de: <<http://www.cna.gov.co/1741/article-186365.html>>.

Molla, A. (2006) *Comportamiento del consumidor*. Barcelona Ed UOC

Morales, S. (2004). La calidad y su gestión, Revista Digital, 10(76), p. 1-16. Recuperado de. <www.efdeportes.com/efd76/calidad.htm>.

Morales, L. y Calderón, L.F. (2005). Un instrumento para medir la calidad de servicio en cursos y programas de educación para ejecutivos, Revista de Empresa: La Fuente de Ideas del Ejecutivo, 13, 30-41. Recuperado de: <<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2240395>>.

Moreno, J. (2007). Guía para la aplicación del modelo EFQM en entidades de acción social, Cuaderno de Gestión 2 Fundación Luis Vives España, 3-81. Recuperado de: <<http://www.fundacionluisvives.org/servicios/publicaciones/detalle/4638.html.es>>.

Muzaurieta, D. (2004) . Los procesos y su modelación como instrumento para mayor eficacia, eficiencia y satisfacción, Asesores de Negocios, 1-13. Recuperado de: <http://www.grupomendez.com/attach/boletin_4ta_parte.pdf>.

Ojeda, Z. (2011). Calidad del servicio al cliente en instituciones de educación superior, Gestipolis, 1-6. Recuperado de: <<http://www.gestipolis.com/marketing-2/calidad-del-servicio-al-cliente-en-instituciones-educacion-superior.html>>.

Oviedo (2004). La definición del concepto de percepción en Psicología con base en la teoría Gestalt. *Psicología en Colombia* (18), 89-96

Parasuraman, A.; Zeithaml, V. y Berry, L. (1993). Calidad total en la gestión de servicios: cómo lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores, Díaz de Santos p.1-256. Recuperado de: <<http://www.librosexp.com/2011/05/calidad-total-en-la-gestion-de.html>>.

Pascal, C. (2005). SERVQUAL un instrumento para medir la calidad de los servicios, Asociación Española para la calidad, 1-4. Recuperado de: <http://www.rebiun.org/opencms/opencms/handle404?exporturi=/export/docReb/biblio_servqual.pdf&%5d>.

Patiño, C.A. (2006). Modelos de calidad en la formación profesional y en la Educación. Análisis y complementariedad. (Papeles de la Oficina Técnica, 18). Montevideo: CINTERFOR/OIT, pp. 159-163.

Pereiro, J. (2008). La satisfacción del cliente en ISO 9001, Portal Calidad1-7. Recuperado de: <http://www.portalcalidad.com/articulos/71-la_satisfaccion_del_cliente_iso_9001>.

Real Academia Española de la Lengua. (2002). Calidad, Artículo Enmendado Avance de la 23 ed, p. 1-2. Recuperado de: <<http://buscon.rae.es/draeI/SrvltObtenerHtml?IDLEMA=82448&NEDIC=Si>>.

Rey, M. (2000). La satisfacción del usuario: un concepto en alza, Anales de Documentación, 3, 139-153. Recuperado de: <<http://revistas.um.es/analesdoc/article/view/2451>>.

Rial, B. (2008). La evaluación de la calidad percibida como herramienta de gestión en servicios deportivos, Tesis Doctoral Universidad Santiago de Compostela, 11-183. Recuperado de: <dspace.usc.es/bitstream/10347/2185/1/978_8497508810_content.pdf>.

Roccaro, I.E. (2002). El proceso de mejora continua y la gestión de recursos humanos en las universidades públicas argentinas: análisis de las deficiencias internas. Universidad de Cuyo, 1-8. Recuperado de: <http://www.riurh.c.unc.edu.ar/.../Proceso%20mejora%20continua_...html>.

Rodríguez V. (2003) La Calidad en los servicios y la satisfacción del cliente. Revista Ciencias.com Recuperado de: <file:///F:/lecturas%20adicionales/nueva%20bibliografia/La%20Calidad%20en%20los%20Servicios%20y%20la%20Satisfaccion%20al%20Cliente%20-%20RevistaCiencias.com.htm>

Ruiz, L. (2006). Guía de orientación para la realización de estudios de análisis de la demanda y de encuestas de satisfacción, Ministerio de Administraciones Públicas – Agencia de Evaluación de Calidad, 1-99. Recuperado de: <http://www.aeval.es/comun/pdf/Guia_analisis_demanda_y_encues.pdf>.

Ruiz, O. (2001). Gestión de la calidad del servicio, Control de Gestión - Universidad de Zaragoza, p. 1-112. Recuperado de: <<http://www.5campus.com/leccion/calidadserv>>.

Sánchez, O. (2010). Calidad de la educación superior definición y modelos, Memorias del Programa Científico, 248-276. Recuperado de: <http://www.cned.cl/public/secciones/seccionpublicaciones/doc/59/cse_articulo694.pdf>.

Sangüesa M.(2008) Teoría y práctica de la calidad Ed. Paraninfo

Saurina, C. (2002). Medida de la calidad: Adaptación de la escala Servqual al ámbito financiero, Revista Española de Financiación y Contabilidad, XXXI (113), pp. 803-831.

Tashakkori, A. y Teddli, C. (2003). Handbook of mixed methods in social and behavioral research (Manual de métodos mixtos en la investigación social y de comportamiento), Sage Publicaciones, 1-912. Recuperado de:<<http://www.sagepub.com/books/Book233405>>.

Terry, G. (2003). Cómo medir la satisfacción del cliente según la ISO 9001:2000. 2 ed. Barcelona: Fundación Confemetal, pp. 1-402.

Universidad César Vallejo. (2010). Los métodos mixtos, Coach Professional, 1-83. Recuperado de: <<http://www.slideshare.net/Bernachi/los-metodos-mixtos>>.

Universidad de Caldas. (2006). Informe de autoevaluación con fines de acreditación institucional, Acredi Instit, 1-520. Recuperado de: http://sig.ucaldas.edu.co/acredita/docs/INFORME_COMPLETO.pdf>.

Universidad del Tolima. (2007). Informe de autoevaluación con fines de acreditación institucional, Acredi Instit, 1-470. Recuperado de: http://www.desarrollo.ut.edu.co/tolima/hermesoft/portal/home.../arc_20452.pdf>

Universidad Manuela Beltrán. (2008). Acuerdo No. 0055: reglamento estudiantil de la UMB, UMBVirtual, 1-21. Recuperado de: <http://www.umbvirtual.edu.co/anexos/Reglamento_UMB_Virtual.pdf>.

----- (2009). Manual de calidad: política de calidad, UMBVirtual, 1-5. Recuperado de:<<http://www.umbbga.edu.co/calidad/.../calidad/MA N-DIR-1000.pdf>>.

----- (2011). Manual de calidad: prestación del servicio, UMBVirtual, 1-5. Recuperado de: <<http://manuela.umb.edu.co:8080/ISOlucion/IdentificaUsuario.asp?Pagina1=FrameSetGeneral.asp&>>.

----- (2002). Proyecto Educativo Institucional – PEI. Bogotá: Publicaciones UMB, pp.17-18.

Uribe, A. (2008). Customer satisfaction model (Modelo de satisfacción del cliente), Gestipolis, 1-6. Recuperado de: <<http://www.gestipolis.com/marketing/modelo-de-satisfaccion-del-cliente.htm>>.

Valdés, B. (2002). La re-evolución empresarial del siglo XXI: conocimiento y capital las nuevas ventajas competitivas de la empresa. Bogotá: Norma. pp. 1-532.

Vásquez A. y Carrillo J. (2010). La evolución y bases conceptuales de la calidad en las organizaciones y su impacto en la educación superior, Memorias del Programa

Científico – Cuba, 378, 1-5. Recuperado de: <<http://site.ebrary.com/lib/consorcioitesmsp/Doc?id=10384208&ppg=2>>.

Vergara, J. C. y Quesada, V. M. (2011). Análisis de la calidad en el servicio y satisfacción de los estudiantes de Ciencias Económicas de la Universidad de Cartagena mediante un modelo de ecuaciones estructurales, Revista Electrónica de Investigación Educativa, 13(1), 108-122. Recuperado de: <<http://redie.uabc.mx/vol13no1/contenido-vergaraquesada.html>>.

Vivanco, M. (2005). Muestreo estadístico diseño y aplicaciones .Santiago de Chile. Editorial Universitaria pp.1-209.