



**UNIVERSIDAD AUTONOMA DE BAJA CALIFORNIA**  
**FACULTAD DE TURISMO Y MERCADOTECNIA**  
**MAESTRÍA EN ADMINISTRACION CON ENFASIS EN MERCADOTECNIA**



**EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE ATENCIÓN DEL  
DEPARTAMENTO DE SERVICIOS ESTUDIANTILES Y GESTIÓN  
ESCOLAR DE LA UABC, CAMPUS OTAY**

**Tesis para obtener grado de:  
MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN**

**Presenta:**

**ANA AMÉRICA LÓPEZ PARTIDA**

**Director:**

**DRA. MARISA REYES ORTA**

**Co-Director:**

**DR. JOSÉ TRINIDAD OLAGUE DE LA CRUZ**

**Tijuana, Baja California**

**Diciembre, 2018**

# CONSTANCIA DE APROBACIÓN

## UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA FACULTAD DE TURISMO Y MERCADOTECNIA MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN

Tijuana, Baja California, a 3 de diciembre de 2018

**MTRO. RICARDO VERJÁN QUIÑONES**  
DIRECTOR  
FACULTAD DE TURISMO Y MERCADOTECNIA  
**PRESENTE.-**

Reciba usted saludos cordiales a través de éste conducto, y sirva a su vez para notificarle que hago constar la emisión de mi VOTO APROBATORIO en relación al documento "EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE ATENCIÓN DEL DEPARTAMENTO DE SERVICIOS ESTUDIANTILES Y GESTIÓN ESCOLAR, DE LA UABC, CAMPUS OTAY", el cual es presentado por la C. ANA AMERICA LOPEZ PARTIDA como trabajo terminal para la obtención del grado de **MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN**.

La presentación del mencionado documento se enmarca dentro del **Programa de Posgrado de Maestría en Administración**, el cual es impartido en la unidad académica que usted dignamente representa, y es entregado con la finalidad de la consecuente titulación del aspirante al grado en cuestión.

Sin otro particular por el momento, me despido de usted quedando a sus apreciables órdenes para cualquier duda o aclaración al respecto.

**Atentamente,**  
**"Por la Realización Plena del Hombre"**

  
**Dra. Marisa Reyes Orta**  
Directora de trabajo terminal

c.c.p. Dr. Gabriel Ruiz Andrade. Coordinador de Posgrado e Investigación.  
c.c.p. Mtro. Omar Leonardo Valladares Icedo. Coord. de la Maestría en Administración.  
c.c.p. Interesado  
c.c.p. Expediente

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA**  
**FACULTAD DE TURISMO Y MERCADOTECNIA**  
**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN**

Tijuana, Baja California, a 3 de diciembre de 2018

**MTRO. RICARDO VERJÁN QUIÑONES**  
DIRECTOR  
FACULTAD DE TURISMO Y MERCADOTECNIA  
**PRESENTE.-**

Reciba usted saludos cordiales a través de éste conducto, y sirva a su vez para notificarle que hago constar la emisión de mi VOTO APROBATORIO en relación al documento “**EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE ATENCIÓN DEL DEPARTAMENTO DE SERVICIOS ESTUDIANTILES Y GESTIÓN ESCOLAR, DE LA UABC, CAMPUS OTAY**”, el cual es presentado por la C. ANA AMERICA LOPEZ PARTIDA como trabajo terminal para la obtención del grado de **MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN**.

La presentación del mencionado documento se enmarca dentro del **Programa de Posgrado de Maestría en Administración**, el cual es impartido en la unidad académica que usted dignamente representa, y es entregado con la finalidad de la consecuente titulación del aspirante al grado en cuestión.

Sin otro particular por el momento, me despido de usted quedando a sus apreciables órdenes para cualquier duda o aclaración al respecto.

**Atentamente,**  
**“Por la Realización Plena del Hombre”**

  
**Dr. José Trinidad Olague de la Cruz**  
**Co-director de trabajo terminal**

c.c.p. Dr. Gabriel Ruíz Andrade. Coordinador de Posgrado e Investigación.  
c.c.p. Mtro. Omar Leonardo Valladares Icedo. Coord. de la Maestría en Administración.  
c.c.p. Interesado  
c.c.p. Expediente

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA**  
**FACULTAD DE TURISMO Y MERCADOTECNIA**  
**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN**

Tijuana, Baja California, a 3 de diciembre de 2018

**MTRO. RICARDO VERJÁN QUIÑONES**  
**DIRECTOR**  
**FACULTAD DE TURISMO Y MERCADOTECNIA**  
**PRESENTE.-**

Reciba usted saludos cordiales a través de éste conducto, y sirva a su vez para notificarle que hago constar la emisión de mi VOTO APROBATORIO en relación al documento **“EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE ATENCIÓN DEL DEPARTAMENTO DE SERVICIOS ESTUDIANTILES Y GESTIÓN ESCOLAR, DE LA UABC, CAMPUS OTAY”**, el cual es presentado por la C. ANA AMERICA LOPEZ PARTIDA como trabajo terminal para la obtención del grado de **MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN**.

La presentación del mencionado documento se enmarca dentro del **Programa de Posgrado de Maestría en Administración**, el cual es impartido en la unidad académica que usted dignamente representa, y es entregado con la finalidad de la consecuente titulación del aspirante al grado en cuestión.

Sin otro particular por el momento, me despido de usted quedando a sus apreciables órdenes para cualquier duda o aclaración al respecto.

**A t e n t a m e n t e,**  
**“Por la Realización Plena del Hombre”**



**Dr. Isaac Cruz Estrada**  
**Lector del trabajo terminal**

c.c.p. Dr. Gabriel Ruíz Andrade. Coordinador de Posgrado e Investigación.  
c.c.p. Mtro. Omar Leonardo Valladares Icedo. Coord. de la Maestría en Administración.  
c.c.p. Interesado  
c.c.p. Expediente

## DEDICATORIA

En primera instancia dedico este trabajo a Dios, por su infinita misericordia y por permitirme la vida para la culminación de esta meta, a mi Madre que por su amor infinito, por cuidarme y aconsejarme he llegado hasta aquí, a mis hermanos que siempre estuvieron ahí, apoyándome en todos mis logros pero sobre todo moralmente e incondicionalmente, a mis hijos Raúl, Alejandro y Eduardo, quienes sufrieron mi ausencia, son los que me impulsan a seguirme preparando, a quienes amo profundamente y finalmente porque son el motor de mi vida.

# **AGRADECIMIENTOS**

## **A DIOS**

Principalmente por brindarme salud, fortaleza y capacidad para concluir este trabajo de investigación.

## **A MI FAMILIA**

Por estar presente en esta etapa de mi vida, por apoyarme en todas mis locuras, en mi superación y por darme el amor que llena mi vida para seguir cada día cumpliendo mis metas.

## **A MIS TUTORES Y LECTOR**

A la Dra. Marisa Reyes Orta y Dr. José Trinidad Olague de la Cruz, por, por su infinita paciencia, sus conocimientos aportados y por su motivación para la realización de este trabajo de investigación.

AL Dr. Isaac Cruz Estrada por sus conocimientos y orientación para la culminación de este trabajo.

## RESUMEN

La calidad de servicio representa la diferencia que existe entre los deseos de los usuarios y la percepción del conjunto de elementos cuantitativos y cualitativos de un producto o servicio principal (Horovitz, 2000).

La presente investigación ha sido realizada con el fin de determinar el nivel de la calidad de atención mediante la percepción de los estudiantes de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC) limitado al campus Otay., Tijuana, por lo que se evaluó al Departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar. La muestra se tomó de la población estudiantil, constituida por estudiantes de las diferentes carreras de la UABC en el periodo escolar 2018-1.

Para la recolección de los datos se hizo por medio del instrumento SERVQUAL (Service Quality), diseñado por Zeithaml, Berry y Parasuraman en 1989. Mediante sus cinco dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles, se lograron 248 casos válidos, de los cuales 115 fueron del sexo masculino y 133 femeninos, con un rango de edad de menos de 20 a más de 40 años, así como un NSE del nivel D hasta el nivel A/B.

Al analizar los resultados se obtuvo que la dimensión que mejor evaluaron los estudiantes fue la de elementos tangibles y la que obtuvo el puntaje más bajo fue la dimensión de capacidad de respuesta, no evaluando ninguna dimensión de manera excelente.

Por lo que se puede concluir, se detectaron áreas de oportunidad que deben convertirse en planes de acción específicos, por lo que las acciones deben ser el objetivo en toda medición de la calidad.

**Palabras Claves:** Calidad de servicio, Evaluación de la calidad, percepción, satisfacción.

## ABSTRACT

The quality of service represents the difference between the wishes of users and the perception of the set of quantitative and qualitative elements of a product or main service (Horovitz, 2000).

The present investigation has been carried out with the purpose of determining the level of the quality of attention through the perception of the students of the Autonomous University of Baja California (UABC) limited to the campus Otay., Tijuana, reason why it was evaluated to the Department of Student Services and School Management. The sample was taken from the student population, constituted by students of the different careers of the UABC in the 2018-1 school period.

The data was collected through the SERVQUAL instrument (Service Quality), designed by Zeithaml, Berry and Parasuraman in 1989. Through its five dimensions: reliability, responsiveness, security, empathy and tangible elements, 248 cases were achieved valid, of which 115 were male and 133 female, with an age range of less than 20 to over 40 years, as well as an NSE from level D to level A / B.

When analyzing the results, it was obtained that the dimension that better evaluated the students was that of tangible elements and the one that obtained the lowest score was the dimension of response capacity, not evaluating any dimension in an excellent way.

As far as can be concluded, areas of opportunity were identified that must be converted into specific action plans, so actions must be the objective in any quality measurement.

**Keywords:** Quality of service, Quality evaluation, perception, satisfaction.

## Contenido

|  |     |
|--|-----|
| Constancia de Aprobación .....   | i   |
| Dedicatoria .....  | iv  |
| Agradecimientos .....  | v   |
| Resumen.....   | vi  |
| Abstract.....  | vii |
| Introducción.....  | 1   |
| CAPÍTULO 1 .....   | 8   |
| MARCO TEORICO.....   | 8   |
| 1.1. La calidad en el servicio .....   | 8   |
| 1.5. Marco Referencial.....  | 22  |
| CAPITULO 2 .....   | 30  |
| DISEÑO METODOLÓGICO.....   | 30  |
| 2.1 Enfoque .....  | 30  |
| CAPITULO 3 .....   | 37  |
| ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....   | 37  |
| 3.1 Datos descriptivos .....   | 37  |
| 3.2 Datos sobre la evaluación. ....  | 44  |
| 3.3 Discusión .....  | 48  |
| 3.4 Propuesta y recomendaciones de sistema de gestión de calidad en los servicios de soporte de la educación superior..... | 52  |
| 3.4.1 Fiabilidad .....   | 52  |
| 3.6 Conclusiones .....   | 56  |
| Referencias bibliográficas .....   | 58  |
| Anexos .....   | 62  |

## Lista de Tablas

|  |    |
|--|----|
| Tabla 1 Importancia de la calidad en PDI 2015-2019 .....   | 6  |
| Tabla 2 Servicios que presta el Departamento de SEyGE.....   | 28 |
| Tabla 3 Estratificación de Estudiantes por Unidad Académica .....  | 32 |
| Tabla 4 Género de encuestados .....  | 37 |
| Tabla 5 Estado Civil .....   | 38 |
| Tabla 6 Edad de encuestados .....  | 39 |
| Tabla 7 Niveles socioeconómicos de los entrevistados (Regla AMAI 8x7) ...  | 40 |
| Tabla 8 Encuestados según Facultad de estudios .....   | 42 |
| Tabla 9 Porcentaje relativo de servicios solicitados por lo menos 1 vez<br>En los pasados 6 meses .....  | 43 |
| Tabla 10 Medias de rendimiento obtenido por el Departamento de<br>Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar (UABC Unidad Otay)<br>por Dimensión evaluadas..... | 45 |

## Lista Figuras.

|   |    |
|---|----|
| Figura 1 Modelo SERVQUAL .....  | 18 |
| Figura 2 Genero de los encuestados.....   | 37 |
| Figura 3 Estado Civil de los encuestados.....   | 38 |
| Figura 4 Rango de edad de los encuestados .....   | 39 |
| Figura 5 Niveles socioeconomicos de los entrevistados.....  | 41 |
| Figura 6 Encuestados según Facultad de estudios .....   | 43 |
| Figura 7 Porcentaje relativo de servicios solicitados por lo menos<br>Una vez en los pasados 6 meses .....  | 44 |
| Figura 8 Medias de rendimiento obtenido por el Departamento de<br>Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar (UABC Unidad Otay) por<br>dimensión evaluadas ..... | 48 |

## Introducción

Las universidades públicas han sido objeto de estudios desde hace varios decenios, lo que ha permitido detectar características de organizaciones tradicionales con modelos burocráticos, estructuras académicas y administrativas rígidas que afectan significativamente la calidad en la prestación del servicio, tanto a usuarios internos como a la comunidad en general (Alvarado, 2010)

La calidad en el servicio ha sido un tema complejo para determinar las necesidades de los consumidores o los usuarios para su satisfacción, principalmente porque intervienen diferentes criterios y enfoques multidisciplinarios (Kotler, Bowen y Makens 2005); en un entorno globalizado se vuelve necesario buscar ventajas competitivas en las empresas ya sean lucrativas o no lucrativas, públicas o privadas, como bien lo mencionan Kotler y Armstrong (2003). Puesto que la calidad en el servicio es un elemento estratégico en las instituciones de servicio, vinculando la calidad con el valor y la satisfacción del estudiante es prioritario conocer los elementos que podrían mejorarse. Entonces, lograr la calidad en el servicio resulta complejo debido a las características mismas del servicio, tales como: intangibilidad, caducidad, otras (Morillo, 2009).

En el contexto de las universidades, la satisfacción del estudiante es un factor determinante relevante para contribuir a un adecuado proceso de formación, dicho esto entonces, es necesario medirla constantemente para saber si se está logrando o es necesario mejorar los productos o servicios. Las empresas, así como las instituciones deberán definir sus propias medidas de control de calidad en el servicio, así como estándares y su vigilancia para el cumplimiento de estos (ISO, 2015).

En la actualidad, el modelo SERVQUAL (Service Quality) es uno de los instrumentos más usados para medir la calidad de un servicio. Ha sido validado y probado para medir la calidad de servicios, dividiendo en cinco dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía, y elementos tangibles. Por tanto, el modelo SERVQUAL no representa únicamente una metodología de evaluación, sino un enfoque para la mejora de la calidad de servicio.

Para las universidades, una de las grandes prioridades de la gestión de la calidad es el enfoque al estudiante. La Organización Internacional para la Normalización International Standard Organization, por sus siglas en inglés (ISO), establece que, las organizaciones dependen de sus clientes y por lo tanto deberían comprender sus necesidades actuales y futuras, satisfacer los requisitos y esforzarse en exceder sus expectativas (ISO,2016).

Entonces, la cultura de servicio se muestra a través de la actitud y comportamiento de las distintas personas con las cuales el estudiante entra en contacto. Ésta incluye la cortesía general con la que el personal responde a las preguntas, resuelve los problemas, ofrece o amplía la información, provee el servicio y trata a los otros estudiantes. Dichos elementos generan un impacto sobre el nivel de satisfacción de las expectativas del estudiante que lo hace valorar si desea volver a nuestra empresa (Pérez, 2007).

Considerando el prestigio con el que cuenta la Universidad Autónoma de Baja California (UABC) a nivel nacional, es de vital importancia cuidar esas áreas administrativas que tienen contacto directo con el público en general, así pues en cada interacción entre el prestador de servicio y el estudiante, es una oportunidad para mejorar la imagen de la Institución, aumentar su satisfacción y fortalecer la retención del estudiante.

Aunque existen mecanismos para que los estudiantes de la UABC realicen quejas o sugerencias, no existe un sistema de gestión de la satisfacción del usuario, por tal motivo este proyecto de investigación plantea la necesidad de establecer una línea base que permita el monitoreo e implementación de sistema de mejora, que contribuya a ofrecer un mejor servicio de calidad.

Considerando lo anterior, es necesario que las instituciones educativas evalúen no solo los procesos directamente vinculados a la formación, sino que, se asegure la calidad en los servicios de soporte. El presente trabajo denominado “Evaluación del servicio de atención al estudiante por parte del personal del departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar de la UABC Tijuana”, se ha realizado con el objetivo de medir los niveles de satisfacción del usuario

tomando en cuenta la atención de servicio al usuario que ofrece el personal del departamento antes mencionado. Con base en esta medición objetiva se realiza una propuesta de mejora en la calidad de la atención a estudiantes y de esta forma incidir positivamente en el cumplimiento de los objetivos institucionales de la UABC.

Se concluye en este sentido que el éxito de una universidad depende fundamentalmente de sus estudiantes; ellos son los protagonistas principales y el factor más importante del proceso de formación. Vista desde la perspectiva de mercado, la educación no se asemeja en nada al del siglo pasado, que era previsible y entendible. Antes la preocupación era producir más y mejor, porque había suficiente demanda. Esta situación obliga a pensar y actuar con criterios distintos para captar y retener a esos “clientes escurridizos” que no mantienen “lealtad” ni con las marcas ni con las empresas (Escudero, 2011).

Finalmente este trabajo de investigación nace frente a la necesidad de establecer una medida de la satisfacción del estudiante con respecto a la calidad de atención en el departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar (SEyGE), a través de un instrumento confiable y valido. Empleando el modelo SERVQUAL se pueden evaluar los aspectos de la calidad de los servicios prestados por el personal del departamento de SEyGE, ya que permitirá identificar oportunamente los factores decisivos que inciden en la calidad del servicio.

Se consideró pertinente la selección del tema puesto que es delimitado, claro y concreto. De los departamentos de la UABC, se limitó el estudio al de Servicios Estudiantiles y de Gestión Escolar, por ser uno de los que presenta mayor vinculación con el estudiante, definiendo las dimensiones de evaluación de servicios de soporte a la educación, que busca contribuir a la mejora de los mismos en beneficio de la comunidad estudiantil.

En la UABC no se ha realizado una evaluación respecto a la calidad en el servicio, particularmente en el Departamento de SEyGE, por lo que esta evaluación resulta un tanto original, así como relevante puesto que pretende mejorar el servicio de atención al usuario, además es factible ya que se cuenta

con la voluntad, tiempo, recurso humano y presupuesto correspondiente para llevar a cabo la investigación.

Considerando lo anterior, la pregunta general que guio la investigación fue ¿Qué estrategias pueden mejorar el servicio de atención que presta el personal del departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar, generadas a partir de la evaluación diagnóstica, empleando el instrumento de SERVQUAL?; así se fijaron cuatro preguntas que contribuyen a dar respuesta a la pregunta general. ¿Cuáles son los factores que inciden la satisfacción del usuario de servicio al estudiante y cuál es su importancia?, ¿Qué características debe tener un instrumento para evaluar la satisfacción del usuario en el servicio al estudiante?, ¿Cuál es el nivel de satisfacción del usuario en el servicio al estudiante que brinda el personal del departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar?, ¿Qué características deberá contener el plan de mejora para lograr una excelencia en el servicio de atención al estudiante?

En consecuencia, el objetivo general de la investigación se centró en el diseño de una propuesta de mejora del servicio que ofrece el departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar de la UABC, Campus Tijuana, empleando el enfoque SERVQUAL, durante 2018. Para alcanzarlo, se fijaron los objetivos específicos siguientes:

1. Analizar la importancia de los factores que inciden en la satisfacción del usuario de servicio al estudiante en lo general, e identificar su importancia en el contexto de la educación, como un elemento de soporte a la formación del estudiante.
2. Desarrollar un instrumento de medición y evaluación de los factores que inciden en el servicio al estudiante a partir de revisión documental e información cualitativa / o bien identificar, validar un instrumento de evaluación de satisfacción en el servicio al estudiante para el caso del departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar de la Universidad Autónoma de Baja California, Campus Otay.
3. Evaluar la satisfacción en el servicio al estudiante que brinda el personal del departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar de la Universidad

Autónoma de Baja California, Campus Otay, identificando las áreas de oportunidad.

4. Proponer estrategias de mejora de calidad para el departamento de SEGE de la UABC que contribuyan al logro de objetivos institucionales de la Universidad.

Las instituciones educativas deben de procurar contar con los medios para escucharles, conocerles y diseñar productos y/o servicios adecuados a sus necesidades, de esta manera conseguirá, a través de la atención entregada por un servicio al estudiante de calidad, diferenciarse de la competencia. El proceso de diferenciación es el acto de diseñar un conjunto de diferencias importantes que distingan la oferta de la empresa de las de sus competidores (Kotler, P. 2001). Cabe señalar, que el servicio de atención al cliente, no es la única herramienta de diferenciación que debe considerar la empresa, también debe preocuparse de la calidad del producto, el prestigio de la marca, precios atractivos, canal de distribución etc. pero estos últimos a la larga son posibles de imitar, en cambio la calidad del servicio de atención obtenida a partir de una filosofía pro-cliente es un factor más singular y más difícil de imitar.

Si un estudiante o usuario no recibe la atención adecuada, o no realizó cierto trámite por no habersele orientado en tiempo y forma, este tendrá una mala experiencia en cuanto a la atención y no propiamente del prestador del servicio sino de la Universidad completa, tanto que se encargará de transmitir esa experiencia a amistades y conocidos, por lo tanto ya crea un mal antecedente en cuanto al servicio de atención al estudiante que prevalece en la UABC, Tijuana, sin necesariamente que ésta sea la realidad. En la actual administración de la Universidad Autónoma Baja California se menciona la importancia que tiene la calidad tanto educativa como de sus servicios de apoyo para los estudiantes que conforman su matrícula, plasmado dentro del contenido del Programa de Desarrollo Institucional,(PDI) como se puede observar en la tabla 1.

**Tabla 1***Importancia de la calidad en PDI 2015-2019*

| <b>APARTADO DEL PDI 2015-2019</b>                     | <b>IMPORTANCIA</b>  |
|---|---|
| <b>Apartado II denominado: Responsabilidad Social</b> | <p>Fomentar la mejora continua del bienestar de su comunidad.</p> <p>Promover, a través de los resultados obtenidos, la calidad reconocida de los programas y procesos institucionales.</p> <p>Proyectar una imagen responsable.</p> <p>Promover el respeto a los derechos humanos.</p> <p>Lograr la satisfacción de los diversos actores institucionales.</p> <p>Contar con un sistema de gestión para la mejora continua y el aseguramiento de la calidad de las funciones institucionales.</p>   |
| <b>Apartado IV. Misión, valores y ejes rectores</b>   | <p><b>Inclusión educativa.</b> Desarrollar las funciones universitarias evitando la discriminación de cualquier naturaleza, ofreciendo servicios con los mejores estándares de calidad y procurando niveles equiparables de aprendizaje de todos los alumnos.</p> <p><b>Mejora continua y aseguramiento de la pertinencia y calidad de los programas académicos y administrativos.</b> Requerimiento indispensable de una institución socialmente responsable en el cumplimiento de sus funciones</p> <p><b>Internacionalización.</b> Adopción de estándares internacionales y participación de la Universidad en redes internacionales de formación, investigación, desarrollo tecnológico e innovación para contribuir a la mejora de la calidad de sus funciones.</p> <p><b>Buen trato.</b> Hacer uso de un lenguaje corporal y verbal tanto sencillo como cercano, saber escuchar, ser respetuoso y amable, brindar cortesía y simpatía, y dar buena muestra de profesionalidad y una imagen de fiabilidad.</p> <p><b>Desarrollo armónico y equilibrado.</b> Medio fundamental para lograr niveles equiparables de capacidad y competitividad académicas, así como de gestión académico-administrativa en cada uno de los campus de la Universidad.</p> |
| <b>escenario de la Visión 2025</b>                    | <p>Los servicios que presta la Universidad a su comunidad se caracterizan por su accesibilidad y buena calidad.</p> <p>El personal administrativo se encuentra en constante actualización para el cumplimiento de sus funciones y ofrece los servicios con un rostro humano.</p>  |

Fuente: Elaboración propia, basada en PDI 2015-2019 UABC

En seguimiento a la importancia dada a la calidad en sus servicios, en el PDI 2015-2019, se consideró realizar una investigación que le permita a la institución

conocer su situación actual y de ser necesario generar un cambio planificado, sistemático, coordinado y asumido por la institución, en la búsqueda del incremento a los niveles de calidad, relevancia y prestigio. Esto mediante la elaboración de una propuesta de Plan de Mejora derivado de la evaluación de los elementos o indicadores de calidad.

Por lo anteriormente expuesto, este caso de estudio es pertinente y relevante para la Universidad Autónoma de Baja California y en especial para el Departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar, ya que se realizó con el objetivo de aportar en la aplicación de métodos, técnicas y herramientas para una mejora continua, que contribuyan a un mejor desempeño del personal colaborador de esta institución, por ende una mejor respuesta de atención a su comunidad universitaria, potenciar la calidad de sus servicios y esto sumaría a su productividad y competitividad.

# **CAPÍTULO 1**

## **MARCO TEORICO**

En este apartado se realiza una revisión teórica que fundamenta la investigación, partiendo del concepto de calidad en el servicio, los distintos enfoques desarrollados para la evaluación de la calidad del servicio.

Un alto nivel de calidad en el servicio proporciona a las organizaciones diferentes beneficios, ya que se ve reflejado en su productividad, en su participación en el mercado, en la motivación del personal, la lealtad de los clientes actuales, en la diferenciación respecto a la competencia, en la entrada de nuevos consumidores, en la aceptación de nuevos proveedores, entre otros. Como consecuencia de esta convicción la calidad de servicio se ha convertido en una estrategia de gran interés y cada vez son más los que tratan de definirla y medirla, para posteriormente mejorarla (Rayport, Jaworski, 2005).

### **1.1. La calidad en el servicio**

El hombre desde la antigüedad, siempre ha buscado satisfacer sus necesidades mediante lo que estos producían. Poco a poco fue cambiando la manera de obtener sus productos, debido a que tenían que desplazarse por distancias más largas. Luego esto fue reemplazado por la aparición de mercados por ejemplo, donde había ya una gran variedad de productos, que día a día fueron mejorando debido a la alta competitividad que existió en los mercados, de tal manera que la calidad del producto ya no era suficiente, es por ello que surge un nuevo enfoque en la venta del producto, que en la actualidad recibe el nombre de servicio al cliente (Ferrando y Granero, 2008)

Por otro lado se considera a los servicios como actividades económicas que crean valor y proporcionan beneficios para los clientes en momentos y lugares específicos, como resultado de producir un cambio deseado en su nombre

(Lovelock, Vandermerwe, Lewis & Fernie, 2004). El servicio al cliente es más enfocado a los procesos y la estrategia de servicio, que define como una estrategia de gestión que se centra en la satisfacción de las expectativas del cliente (Duque, 2005).

De acuerdo a Hoffman & Bateson (2010), menciona que los servicios son acciones, esfuerzos o actuaciones, en donde la intangibilidad es la propiedad principal que lo diferencia de los bienes o mercancías. También se puede ver como el proceso de satisfacer al cliente, respecto a un producto o servicio, en la forma que el cliente define su necesidad, además de entregarlo con la eficiencia, la compasión y sensibilidad requeridas (Gibson, 2011).

La calidad es todo lo que alguien hace a lo largo de un proceso para garantizar que un cliente, fuera o dentro de la organización obtenga exactamente aquello que desea en términos de características intrínsecas, costos y atención que arrojará (Ishikawa, 1988).

A través del tiempo la calidad se ha transformado como uno de los pilares básicos sobre el cual se ha cimentado la competitividad de las organizaciones, incluso en un mundo tan competitivo, resulta indispensable fabricar un producto sin defectos, sin embargo existen empresas que tienen la creencia que la calidad no les compete, o que esta resulta ser una moda que, como otras pasara (Adamson, 1989). Según Feigenbaum (1971) menciona que la calidad es la composición total de las características del producto y el servicio en las áreas de mercadeo, ingeniería, manufactura y mantenimiento, a través de las cuales el producto y el servicio en uso cumplirán las expectativas de los clientes. Juicio que el cliente realiza acerca de la superioridad o excelencia global del producto, es una actitud relacionada, aunque no equivalente, a la satisfacción y se describe como el grado y dirección de las discrepancias entre las percepciones y las expectativas de los clientes.

Por otro lado Deming (1989) aporta que la calidad no significa el logro de la perfección, sino la producción eficiente que el mercado espera. Grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo costo, adecuado a las necesidades del mercado. Por su parte Druker (1992) menciona que la calidad es lo que el cliente está dispuesto a pagar en función de lo que obtiene y valora. Juran (1993) afirma que la calidad es la adecuación de uso de un producto, satisfaciendo las necesidades del cliente y en consecuencia hacen satisfactorio al producto.

La calidad es un conjunto de atributos o propiedades de un producto o servicio que satisface los requisitos o necesidades de los clientes y que permiten emitir un juicio de valor acerca de él, dentro de un ambiente organizacional comprometido con la mejora continua, la eficacia y la efectividad (Fernández, 2000).

La American Society for Quality Control (ASQC), citado por Paneque Reyes, 2001, define la calidad como la totalidad de detalles y características de un producto o servicio que influye en su habilidad para satisfacer necesidades dadas.

La Organización Internacional de Normalización (ISO) define la calidad como el grado en el que un conjunto de características inherentes a un objeto (producto, servicio, proceso, persona, organización, sistema o recurso) cumple con los requisitos del cliente (ISO, 2016). En el marco de las instituciones de educación superior, la percepción de la calidad hace referencia a una propiedad del servicio público de la educación en general y en particular, al modo en que este servicio se presta en cada institución.

Un producto es de calidad siempre y cuando se le realice con calidad, es por ello que la organización ISO con su norma ISO 9001 en sus diferentes actualizaciones provee lineamientos para poder elaborar, implementar y mantener un sistema de gestión que “asegure” que las operaciones se les realice cumpliendo estándares y se alcance la calidad de gestión y como consecuencia calidad de los productos o servicios.

Ahora bien, las Normas Oficiales Mexicanas de Control de Calidad (NOM-CC) (2001) apuntan que la calidad es el conjunto de propiedades y características de un producto o servicio que le confieren la aptitud para satisfacer las necesidades explícitas o implícitas preestablecidas.

Si bien la búsqueda de la mejora constante se originó en los productos, la calidad del servicio al cliente es prioritaria en las organizaciones de servicios dadas las características de éstos (Kotler, P. y Armstrong, G., 2001).

Los servicios se distinguen de los bienes materiales a partir de cuatro características: la intangibilidad, considerada la más sustancial. La intangibilidad significa que el servicio no se puede apreciar con los sentidos antes de ser adquirido, por lo que supone un mayor riesgo percibido para los consumidores manifestado como el temor a verse insatisfechos tras la adquisición; la inseparabilidad, que su producción es inseparable de su consumo; la heterogeneidad, que hace referencia a la dificultad de estandarización dada la alta variabilidad potencial en el desempeño de los servicios, así, los resultados de su prestación, pueden ser muy variables de productor a productor, de cliente a cliente, etc.; y por último, el carácter perecedero, o sea, no pueden almacenarse. (Padilla, A. 2000).

Estas características implican que la calidad no pueda ser gestionada de la misma manera como se hace con los productos tangibles, cuestión que se agudiza debido a la naturaleza subjetiva de la calidad de servicio dada por las percepciones propias del consumidor.

La calidad depende de cómo el cliente la aprecie, porque es el quien recibe el servicio. Peters, 1987 dice que el cliente es quien percibe el servicio bajo sus propias condiciones. Es el cliente quien paga la tarifa – o no la paga- por una razón o serie de razones que él o ella determinan.

El constructo de calidad con el paso del tiempo ha sufrido diversos cambios; a inicio se orientaba al producto y al control estadístico dentro de los procesos industriales. Después se introdujo el uso y el valor del producto hacia el mejoramiento de ciertas condiciones del cliente; más tarde se consideró que dichos productos, además de cumplir con unos requisitos, debían satisfacer las necesidades y expectativas del cliente involucrando en todo este proceso evolutivo a la organización. De tal manera que de acuerdo la literatura que se ha encontrado a lo largo de la historia se ha visto la calidad desde dos perspectivas, de calidad objetiva y de calidad subjetiva (Vásquez et al., 1996) refiriéndose a la materialidad de la calidad y a los enfoques que le han dado diferentes autores.

Aunado a lo anterior para el término de calidad del servicio existen dos aportaciones importantes que se basan en la percepción que el cliente tiene de la calidad recibida por parte de la empresa: el “modelo de la imagen” de Grönroos (1990) y el “Modelo de las *Gaps* o brechas” de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985). En ambos modelos, se supone que la calidad percibida es el resultado de la comparación que el cliente hace entre el servicio esperado y el servicio recibido. Ante tal comparación resultan diferencias que influyen como la necesidad personal, las referencias de otros, la publicidad, la imagen, el ánimo, entre otras sin dejar a un lado la propia experiencia. Básicamente mientras más altas sean las expectativas en cuanto al servicio esperado, menor será la calidad percibida (Correia y Miranda, 2005).

Por otra parte, Duque (2005) plantea que, “Entender los conceptos de servicio y calidad del servicio, es fundamental para comprender el objeto y las características de los modelos de medición”.

En este mismo orden de ideas se tiene que un producto, servicio o bien, se compone de uno o más atributos que la caracterizan; todos esos atributos o propiedades que permiten al consumidor asignar valor a ese producto es considerado como su calidad. La definición más común de la calidad del servicio

es la comparación que hacen los clientes entre sus expectativas y percepciones de un servicio recibido (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1988; Grönroos, 1982), (Holjevac; Markovic y Raspor, 2010).

La calidad de servicio percibida por el cliente es entendida como un juicio global del consumidor que resulta de la comparación entre las expectativas sobre el servicio que van a recibir y las percepciones de la actuación de las organizaciones prestadoras del servicio (Grönroos, 1994; Parasuraman, Zeithaml y Berry 1985; Capelleras, 2001).

## **1.2 Evaluación de la calidad**

En estos tiempos donde la calidad está inmersa en innumerables contextos, que suman relevancia a cualquiera que de estos se trate, sean estos empresariales, psicológicos, educativos, sociales, inclusive hasta políticos, en este sentido se debe entender que la evaluación es una actividad que se realiza a diario y que además es conducida por personas y afecta a personas (Zaragoza Radua, 2003). Ahora bien no se puede hablar de calidad sin dejar a un lado la evaluación, ya que estas palabras están estrechamente ligadas así como vinculadas por tanto en casi todos los ámbitos de la vida humana.

En otra de las conceptualizaciones se menciona que la evaluación “es el proceso de obtener información y usarla para formar juicios que a su vez se utilizaran en la toma de decisiones” (Tenbrink 1981). También se señala que la evaluación es “la emisión de un juicio de valor sobre algo que se quiere mejorar. (Jorba y Sanmarti, 1996). Se menciona que refleja tres momentos por lo menos: recogida de información, análisis de dicha información y el juicio sobre el resultado de este, para una toma de decisiones de acuerdo con el juicio emitido.

Ahora bien el proceso de evaluar es único, aunque existen diferentes momentos y tipos de evaluación que cada uno aborda desde diferentes perspectivas, se podría inferir que cada uno de los momentos antes mencionados pertenece a cierto tipo de evaluación.

La evaluación de la calidad es considerada como un proceso general, que se describe como la diferencia entre las expectativas y percepciones a través y en cada momento de verdad que compone el ciclo de servicio. Mediante la aplicación del mismo se puede realizar un diagnóstico del proceso de servicio pero también facilita determinar las principales causas que provocan los problemas permitiendo a la organización la eliminación de estos por medio de las mejores estrategias (Espinosa, N y Gómez, J, 1986).

Principalmente esta investigación se basará en dos criterios o escuelas relacionados con la forma en que los clientes perciben o evalúan la calidad.

La escuela europea, liderada por (Grönroos, Brogowicz, Denle y Lith, 1990), que distinguen tres dimensiones básicas de la calidad: la técnica, la funcional y la imagen. Como se puede apreciar de los tres elementos de este modelo teórico, solamente la imagen presenta rasgos externos, se proyecta hacia el exterior; pero desde adentro de la organización tanto el qué (calidad técnica), como el cómo (calidad funcional) que constituyen elementos internos de la organización. Conceptualizan la calidad del servicio como una actitud, que debe ser medida en función única del desempeño, resultado o percepción.

En esta parte falta explicar la otra escuela de pensamiento (americana) sobre la calidad de servicio.

### **1.3 Modelos para la evaluación de la calidad**

Existe una gran diversidad de estudios que tratan de explicar este fenómeno. La base teórica sobre cómo medir la calidad de un servicio está vinculada con los trabajos clásicos de Grönroos (1982 y 1984) y Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985 y 1988). Estos autores consideran que definir y medir el término de calidad en cualquier servicio no es una tarea fácil, ya que una de las principales críticas apunta hacia su naturaleza intangible. Además señalan que la definición y medición de este término pueden ser abordadas desde un enfoque objetivo pero

también subjetivo, utilizando más este último, ya que cuando se habla de calidad percibida de cualquier producto o servicio, realmente se obtienen aquellos juicios de valor que los individuos le otorgan al objetivo de estudiar.

A continuación se describen los modelos más representativos de evaluación de la calidad de servicio, así como algunas alternativas surgidas de la revisión de los mismos.

**Modelo de imagen de Grönroos** (Grönroos, 1987-1988, 1990, 1994; Gumerson, 1978). Utiliza las expectativas y las percepciones. Posee un enfoque de proceso y centra su atención en las personas. Este modelo plantea que la calidad de servicio es el resultado de integrar la calidad total en tres tipos de dimensiones: calidad técnica (qué se da), calidad funcional (cómo se da) e imagen corporativa; en las que quedarán incluidos los atributos que pueden influir o condicionar la percepción que un sujeto tiene de un objeto, sea producto o servicio, siendo la imagen un elemento básico para medir la calidad percibida. Es decir, que relaciona la calidad con la imagen corporativa, de allí que la imagen sea un elemento básico para medir la calidad percibida. El modelo propuesto por Grönroos (1988) define y explica la calidad de servicio a la vez que asocia su gestión con las actividades propias del marketing y la relación de intercambio con un mercado de consumidores.

**Modelo Servperf:** (Cronin y Taylor 1992). Basado únicamente en las afirmaciones de los encuestados sobre las percepciones, evalúa utilizando solamente las percepciones.

**Modelo Lodgqual:** (Getty y Thomson 1994). Las encuestas utilizadas se basan en las percepciones solamente, evalúa utilizando percepciones.

**Modelo Hotelqual:** (Becerra Grande et al. 1998). Basado también solo en las percepciones, adaptado para la medición de la calidad en el sector hotelero. Solo tres dimensiones: evaluación del personal, evaluaciones de las instalaciones, funcionamiento y organización del servicio, evalúa utilizando percepciones.

**Resortqual:** Basado también en las percepciones, adaptado para la medición de la calidad en varios sectores. Dimensiones consideradas: aeropuerto, comunicación, hotel, red extra hotelera, calidad ambiental, elementos generales.

**Modelo Servqual:** (Parasuraman, Zeithaml, Berry 1985, 1998). Evalúa, analiza y diagnostica, utiliza percepciones y expectativas.

De los modelos antes mencionados, se destacan dos, uno de la escuela nórdica, liderada por Grönroos (1988) y el otro de la escuela americana encabezado por Parasuraman, Zeithaml, y Berry (1985,1989).

El modelo nórdico planteado por Grönroos toma elementos de un trabajo previo no publicado de Eiglier y Langeard en 1976. Define y explica la calidad del servicio percibida a través de las experiencias evaluadas a través de las dimensiones de la calidad. Paralelamente conecta las experiencias con las actividades del marketing tradicional esbozando la calidad (Grönroos, 1988,p. 12).

Según Grönroos (1994, p. 38), la experiencia de calidad es influida por la imagen corporativa/local y a su vez por otros dos componentes distintos: la calidad técnica y la calidad funcional. La calidad técnica se enfoca en un servicio técnicamente correcto y que conduzca a un resultado aceptable. Se preocupa de todo lo concerniente al soporte físico, los medios materiales, la organización interna. Es lo que Grönroos denomina la dimensión del “qué”. Lo que el consumidor recibe. La calidad funcional se encarga de la manera en que el consumidor es tratado en el desarrollo del proceso de producción del servicio. En palabras de Grönroos, es la dimensión del “cómo”. Cómo el consumidor recibe el servicio.

La forma en que los consumidores perciben la empresa es la imagen corporativa de la empresa. Es percepción de la calidad técnica y funcional de los servicios que presta una organización y, por ende, tiene efecto sobre la percepción global del servicio. Grönroos afirma que el nivel de calidad total percibida no está determinado realmente por el nivel objetivo de las dimensiones de la calidad técnica y funcional sino que está dado por las diferencias que existen entre la calidad esperada y la experimentada, paradigma de la des confirmación.

El modelo de la escuela americana de Parasuraman, Zeithaml y Berry se ha denominado SERVQUAL. Es sin lugar a dudas el planteamiento más utilizado por los académicos hasta el momento, dada la proliferación de artículos en el área que usan su escala<sup>2</sup>. Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985, 1988) partieron del paradigma de la des confirmación, al igual que Grönroos, para desarrollar un instrumento que permitiera la medición de la calidad de servicio percibida.

Luego de algunas investigaciones y evaluaciones, tomando como base el concepto de calidad de servicio percibida, desarrollaron un instrumento que permitiera cuantificar la calidad de servicio y lo llamaron SERVQUAL. Este instrumento les permitió aproximarse a la medición mediante la evaluación por separado de las expectativas y percepciones de un cliente, apoyándose en los comentarios hechos por los consumidores en la investigación.

Inicialmente en el modelo SERVQUAL se identificaron 10 dimensiones pero después de las críticas recibidas optaron por reducir esas dimensiones a solo cinco debido a que no eran necesariamente independientes unas de otras, quedando como sigue:

**Fiabilidad:** Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. Dentro del concepto de fiabilidad se encuentran incluidos todos los elementos que permiten al cliente detectar la capacidad y conocimientos profesionales de la organización, es decir, fiabilidad significa brindar el servicio de forma correcta desde el primer momento

**Capacidad de respuesta:** Disposición para ayudar a los estudiantes y para prestarles un servicio rápido. también hacen parte de este punto el cumplimiento a tiempo de los compromisos contraídos, así como lo accesible que resulte la organización para el cliente, es decir, las posibilidades de entrar en contacto con ella y la factibilidad de lograrlo.

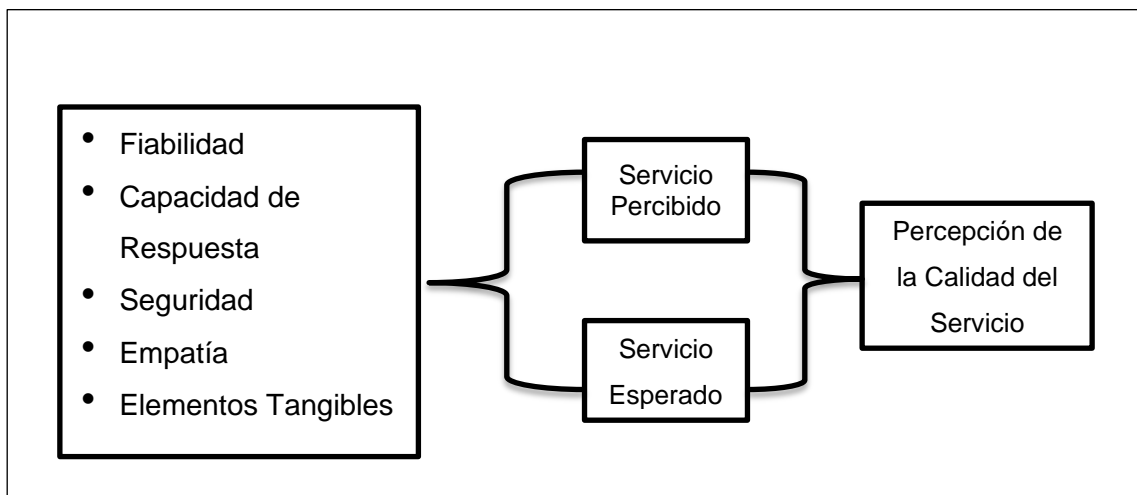
**Seguridad,** conocimiento y atención de los empleados y su habilidad para inspirar credibilidad y confianza, que a su vez incluye integridad, confiabilidad y

honestidad. Esto significa que no sólo es importante el cuidado de los intereses del cliente, sino que la organización debe demostrar también su preocupación en este sentido para dar al cliente una mayor satisfacción.

**Empatía:** Cuidado científico y humanístico personalizado a cada usuario. No es solamente ser cortés con el cliente, aunque la cortesía es parte importante de la empatía, como también es parte de la seguridad, requiere un fuerte compromiso e implicación con el cliente, conociendo a fondo sus características y sus requerimientos específicos.

**Elementos Tangibles:** Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.

**Figura 1** Modelo SERVQUAL



Elaboración: Propia. Fuente: Zeithaml, Bery y Parasuraman (1988). Zeithaml y Parasuraman (2004)

#### 1.4. Satisfacción del cliente / usuario

La satisfacción de las necesidades de los clientes es la clave de los intercambios entre empresas y mercado, y desde los orígenes del marketing la satisfacción ha sido considerada como el factor determinante del éxito (Gil, Sánchez, Berenguer, & González-Gallarza, 2005). Es sabido que el aumento de la satisfacción y de la retención de consumidores lleva a un aumento en las ganancias, *word-of-mouth* positivo, y menores gastos de marketing (Reichheld, 1996; Heskett, Sasser,

&Schlesinger, 1997). Es decir, estamos a todas luces frente a un tema de gran relevancia para las empresas de servicio.

De acuerdo al diccionario de la Real Academia Española es el sentimiento de bienestar que se obtiene cuando se ha cubierto una necesidad, en este caso es una resolución acertada hacia un servicio, una consulta o duda.

Se entiende la satisfacción como una evaluación post-compra de un acto de consumo específico (Oliver R., 1980), otra definición define la satisfacción como una evaluación global basada en la experiencia de consumo del servicio a lo largo del tiempo (Fornell, 1992; Johnson &Fornell, 1991).

Con base en Zeithaml et al (2009) la satisfacción del cliente está influida por características específicas del producto o servicio, las percepciones de la calidad del producto y servicio, y el precio. También considera que hay factores personales como el estado de ánimo o estado emocional del cliente y factores situacionales como las opiniones de los familiares también influirán en la satisfacción.

Se han realizado diferentes investigaciones en relación a la calidad del servicio en diferentes contextos, en los que en cada caso se han hecho aportaciones importantes, como Cordero, Muñiz y Pedraja (2005,2006), los que han coincidido en el enfoque de acepciones de forma objetiva (desde el servicio en sí), así como subjetiva (satisfacción del usuario) y de forma relativa, evaluando el servicio con diferentes indicadores, de tal manera que se logre mejoría y reflexión en cuanto a todas sus dimensiones.

De acuerdo con el trabajo de Md, Ooi, Zakuan, & Ismail (2013), tiene como objetivo determinar la relación y el impacto de la e-SQ (calidad de servicio) y e-Satisfacción (satisfacción del estudiante) sobre la e-Fidelidad (Fidelidad del estudiante) en la banca por internet de un banco comercial en Malasia. Los

cuestionarios fueron recogidos al azar de 265 usuarios de banca por Internet, finalmente determinó que el valor del coeficiente de correlación fue de  $r=0,776$ , el impacto del e-SQ hacia la satisfacción se puede considerar como alto.

En trabajo de investigación “Calidad de servicio y satisfacción del estudiante del servicio de administración tributaria de Trujillo – SATT en el año 2014”, realizado por González (2015) donde el estudio tiene como objetivo determinar la calidad de servicio en la satisfacción del cliente del servicio de administración tributaria de Trujillo – SATT en el año 2014. En cuanto a la metodología la investigación se desarrolla mediante la aplicación de una encuesta, la cual se aplicó a 367 clientes, de los cuales el 32.43% de los clientes considera que el SATT como organización brinda una calidad de servicio regular; el 33% de los clientes manifestaron sentirse poco satisfechos con la atención del personal y el 42.42% indicó sentirse poco satisfecho con la atención respecto a los tiempos en cada proceso.

Vera (2013), en su investigación determina los atributos relevantes de la calidad en el servicio de la telefonía móvil para clientes en México; asimismo, conocer su impacto tanto en la satisfacción como en la lealtad hacia la marca. Se aplicaron cuestionarios a  $n=180$  clientes de telefonía móvil de las principales compañías en la Ciudad de México; éstos quedaron distribuidos por marca de la siguiente forma: Telcel  $n=90$ , Iusacell  $n=51$  y Movistar  $n=39$ . Las personas encuestadas comprendieron una edad entre 20 y 60 años de un NSE C, C+ y por géneros quedó dividida en  $n=91$  hombres y  $n=89$  mujeres, en las pruebas estadísticas se tuvo los siguientes datos: respecto a las dimensiones estructuradas de satisfacción, se obtuvo la siguiente data; satisfacción general  $F=43,037$ , recibido contra expectativa  $F=31,426$  y recibido contra ideal  $F=24,944$ , con un nivel de significancia de 0,01.

Franco (2003) realizó una validación del modelo en una institución pública mexicana en donde se comprueba que funcionó de forma ideal y que es válido para otras investigaciones en instituciones de la misma índole. Díaz (2003) expone los diferentes reportes de los resultados de un estudio sobre la determinación de la percepción de la calidad en los servicios de una universidad. Los resultados evidencian la presencia de tres dimensiones: contactos personales, empatía y los elementos tangibles, siendo esta última la principal.

Roccaro (2002) en su investigación “El proceso de mejora continua y la gestión de Recursos Humanos en las Universidades públicas argentinas: análisis de las deficiencias internas. Universidad del Cuyo”, a partir del modelo Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) desarrolló una metodología para la implantación de la calidad total en el contexto universitario como sistema de gestión.

Hernández R. M., Medina, A. A., & Hernández, G. (2014) dice en su artículo “Satisfacción del cliente en empresas de base tecnológica del sector hidráulico cubano”, que basado en la adaptación del modelo de discrepancias, se propone la medición de la satisfacción de los clientes para determinar la orientación de la empresa hacia la calidad. En este estudio se aplica la escala de Parasuraman et al. (1985) para la medición del índice de calificación de la calidad en el servicio.

Clemenza, Gotera y Araujo, (2010), en su artículo: “Calidad de los Servicios prestados por el Servicio autónomo Municipal de Administración Tributaria (SAMAT)”, que partiendo de las bases del SERVQUAL y la percepción de los clientes, su estudio concluye que el servicio que reciben los contribuyentes del SAMAT (Institución en Venezuela) es producto de una cadena interrelacionada de servicios, en la que son evaluadas evidencias físicas, pero también el carácter intangible de los servicios.

En el artículo de Castellano, González (2010) dice que su estudio es una adaptación del modelo SERVQUAL y SERVPERF. Para el caso de venta de bienes, indica que el servicio es un valor agregado, adicional a este. Para las empresas de servicio, es la esencia. Su percepción depende mucho de la subjetividad de los clientes, siendo calificada de forma más crítica por los clientes que en el caso de los productos. La calidad del servicio se caracteriza de acuerdo con las acciones intangibles que la empresa ofrece a los clientes. En consecuencia, para conocer la calidad del servicio, se deben tener en cuenta las necesidades, expectativas y percepción de los clientes.

González y Atencio (2007) asumen en su artículo: “Calidad de servicio en la editorial de la Universidad del Zulia (EDILUZ)”, que bajo la adaptación del modelo de Parasuraman et al. (1985) Pertuz y Cárdenas (2007) afirman que el concepto de calidad tiene múltiples dimensiones, ya que las necesidades de los clientes son diversas y comprenden preferencias por la aptitud para utilizar el producto o servicio, así como diseño, seguridad, fiabilidad y hasta características particulares como respeto al medio ambiente. Para estos autores es importante el valor que recibe el cliente del producto o servicio comprado. En el estudio se abordaron las dimensiones de Zeithaml y Bitner, con bases del SERVQUAL.

## **1.5. Marco Referencial**

### **1.5.1. Instituciones de Educación Superior (IES)**

En México, como señala Marín (2000), la educación superior comienza en el siglo XVI cuando se establece la Corona Española con la Real y Pontificia Universidad de México, el 21 de septiembre de 1551, iniciándose las clases el 25 de enero de 1553. La universidad funcionó con cátedras de Teología, Sagrada Escritura, Leyes, Cánones, Artes, Retórica y Gramática. En la época colonial se fundaron otros institutos de estudios mayores, tanto en la ciudad de México como en algunos otros estados. Durante esta época, se fundaron diez universidades cada

cien años, de las cuales desapareció una cuarta parte antes de 1825. En los siguientes ciento veinticinco años, se consolidaron aproximadamente cincuenta más para llegar a setenta y cinco. De 1950 a 1975, el número creció a 330, en 1980 ascendió a 400 y hasta 1985 llegó a 450.

Por ello, la Subsecretaría de Educación Superior (SES), define a las Instituciones de Educación Superior (IES) como: “un organismo o estructura que desempeña labores de docencia, investigación y difusión con el fin de formar profesionistas en las diferentes ramas del conocimiento y preservar, crear y transmitir los bienes de la cultura en relación con el interés social. Las instituciones se rigen por un conjunto de normas, leyes nacionales y reglamentos propios y cuentan, para llevar a cabo su labor, con recursos humanos, materiales, tecnológicos y financieros. Las instituciones pueden ser públicas o privadas, autónomas, federales o estatales, según el tipo de ingresos de que dispongan”, (SES, 2005).

Una universidad autónoma goza de libertad de cátedra y designa a su personal académico; expide certificados, grados y títulos; otorga validez a los estudios realizados en otros establecimientos nacionales y del extranjero; de acuerdo con sus normas, reconoce o incorpora estudios de bachillerato o licenciatura impartidos en instituciones privadas; administra libremente su patrimonio y determina su presupuesto. Los ingresos de las universidades públicas autónomas provienen, en gran medida, del Gobierno Federal y de los Gobiernos Estatales. (SES, 2005)

En la actualidad, la mayoría de las universidades en México, cuentan con facultades, escuelas, institutos o centros de investigación, departamentos, academias, áreas y divisiones como parte de las formas de organización académico administrativas; asimismo tienen consejos universitarios conformados por académicos y estudiantes, rectoría etc. No está por demás subrayar que son las universidades públicas en México las que concentran el mayor número de estudiantes.

Las Instituciones de Educación Superior (IES) fueron creadas para ejercer libertad de pensamiento y libre flujo de ideas, pilares fundamentales que propician las condiciones para el desarrollo del conocimiento a través del estudio y la investigación. (Sarukhán, J. 2006).

Tiene como propósito formar las profesiones fundamentales: contribuir a los procesos de producción, promover los principios de la democracia, coadyuvar la competitividad y favorecer el mejoramiento de la realidad del país. (I p.84). En estos enunciados se tejen los valiosos componentes que definen a las IES como el mejor bien cultural para el progreso de la sociedad que las construye.

La universidad como institución surge como proceso educativo interesado en transmitir los valores de la comunidad y a utilizar sus recursos para vivir de ellos. Obedece a una constitución legal, además la universidad siempre dependerá de un poder que la financie, que reconozca sus diplomas y que confíe en ella. (SEP, 2005).

De acuerdo al tipo de sostenimiento financiero el estado de Baja California en el periodo 2016-2017 tiene registradas 107 Instituciones de Educación Superior (IES) de licenciaturas universitarias y tecnológicas públicas y privadas, de los cuales 36 son autónomas, 3 estatales, 4 federales y 64 privadas, el municipio de Tijuana cuenta con 11 autónomas, 2 estatales, 2 federales y 37 privadas, dentro de las IES autónomas públicas se encuentra la Universidad Autónoma de Baja California en campus Otay (SEE BC, 2017).

### **1.5.2. Universidad Autónoma de Baja California (UABC)**

Dentro de este contexto de las Instituciones de Educación Superior se encuentra la Universidad Autónoma de Baja California, en la cual se localiza el Departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar, campus Tijuana, objeto de estudio, de esta investigación, por lo cual se antecederá una breve reseña de esta.

La Universidad Autónoma de Baja California (UABC), fue fundada en el año de 1957, en la Cd. de Mexicali, Baja California, es una institución de educación superior, descentralizada del gobierno del estado, con plena autonomía, patrimonio propio y personalidad jurídica, distribuida en los cinco municipios del estado de Baja California. (Ley Orgánica UABC, 1957).

En septiembre de 1959 inicio el ciclo escolar como plantel universitario, y así año tras año se fueron creando las demás escuelas, simultáneamente en el Estado, iniciando en Mexicali.

Para el ciclo 1961-1962 empezó sus actividades en Tijuana, la Escuela de Economía y Ciencias Administrativas en ella se impartieron dos carreras, licenciado en economía y contador público, en 1969, se creó la escuela de Turismo en Tijuana, posteriormente por los años de 1971 y 1979 se crearon las escuelas de Medicina, Odontología y Ciencias Químicas en el mismo campus de Tijuana.

La escuela de Humanidades se formó entre los periodos de 1983 a 1986. Para el año de 1989 se creó la Escuela de Ingeniería en Tecate y así sucesivamente se fueron creando las demás escuelas que hoy por hoy forman parte del Campus Tijuana (Pinera D. 1997).

En el año de 1998 se construyó el edificio de Vicerrectoría en Tijuana, que se ha significado como la presencia de la UABC en Tijuana. En la Actualidad está conformada por once departamentos administrativos, dos directamente apoyadas por el Patronato Universitario: Tesorería y Auditoría Interna, un Asesor Jurídico y una Secretaria Particular. Los restantes nueve departamentos están al servicio las unidades académicas, así como de la población externa de la UABC (Castro R. 2006).

La Universidad Autónoma de Baja California, Benemérita Institución, es una universidad pública, del Estado de Baja California. En 2013 ocupaba el primer lugar de entre las mejores universidades en el Noroeste del país, el número doce en México a nivel general y el mil quinientos sesenta y tres a nivel mundial. (Ranking web of Universities, 2013).

En el periodo de 2015-2 en todo el Estado de Baja California, la UABC cuenta con cinco escuelas, treinta y cinco facultades, ocho institutos, 61,717 estudiantes de licenciaturas, de los cuales 22,132, pertenecen al Campus Tijuana, 1,681 estudiantes de posgrado, donde 549, corresponden al Campus Tijuana, así como setenta y cinco programas acreditados. (Pérez Morales, 2015).

En la actualidad está conformada por once departamentos administrativos, dos directamente apoyadas por el Patronato Universitario: Tesorería y Auditoría Interna, un Asesor Jurídico y una Secretaria Particular. Los restantes nueve departamentos están al servicio las unidades académicas, así como de la población externa de la UABC (Castro R. 2006).

En el campus Tijuana laboran 539 empleados administrativos, distribuidos entre las unidades académicas y dependencias administrativas, quienes realizan principalmente actividades de atención a alumnos, personal docente y público en general, logística informática, evaluación, así como de mantenimiento y preservación de la infraestructura universitaria (idem).

Actualmente la Universidad Autónoma de Baja California, goza de prestigio internacional, por sus programas de intercambio estudiantil por las certificaciones de sus planes de estudios, procesos y procedimientos, entre otros. Obligándose de cierta manera a mantener esa calidad en todos los aspectos, por consiguiente el servicio de atención al estudiante no es de menor importancia, para el cumplimiento de su misión.

La UABC Campus Tijuana, actualmente da albergue a 22 mil 232 estudiantes, (SEyGE, 2017) que llegan con la promesa de adquirir el conocimiento adecuado

para lograr terminar una carrera que en el futuro les dará mejor calidad de vida, esperan también encontrar respuestas a sus necesidades básicas que es la información en primer término de cómo iniciar ese proceso para el ingreso a tan prestigiada Universidad, posteriormente desean recibir la información adecuada de cómo pagaran sus colegiaturas, de que tramitología tendrán que seguir en el transcurso de su estancia, como por ejemplo, que pasos seguir para un intercambio académico, donde solicitar algún documento, como constancia de estudios, que necesitan para ingresar a la biblioteca, de qué manera pueden tener acceso al centro de cómputo universitario, etc. son necesidades básicas de un estudiante.

La misma Norma Internacional ISO 9001-2008 (IMNC, 2008) menciona la importancia que tiene la satisfacción del estudiante mediante la evaluación del desempeño, de esta manera las organizaciones tomaran sus medidas para obtener y utilizar la información recabada, respecto a la percepción del estudiante; de esta manera habrá una retroalimentación organización – cliente, que traerá como consecuencia un servicio excelente.

### **1.5.3 Departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar (SE y GE)**

El Departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar tiene por objeto realizar la inscripción de alumnos de nuevo ingreso y reingreso de las unidades académicas del campus universitario, de conformidad con el reglamento general de inscripciones.

Este Departamento se integra por dos áreas de trabajo: gestión escolar y servicios estudiantiles. La primera es aquella en la que se lleva a cabo el control, gestión y expedición de documentación escolar de los alumnos de los diversos programas técnicos, técnico superior universitario, de licenciaturas, maestrías y doctorados de la Universidad Autónoma de Baja California en el Campus Mexicali. Y el área de servicios estudiantiles brinda servicios de apoyo a los

alumnos de la institución, tales como becas, seguros médicos, entre otros, en cada campus o unidad de todo el estado.

Entre los diversos procesos que este Departamento lleva a cabo, se encuentran los de inscripción de alumnos de nuevo ingreso, ingreso por acreditación y equivalencia, reinscripción de alumnos, reingreso de alumnos que interrumpieron sus estudios, entre otros. Los principales servicios que proporciona el departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar se presentan en la tabla 2.

**Tabla 2**  
*Servicios que presta el Departamento de SEyGE*

| SERVICIO PRESTADO   | ÁREA A QUE PERTENECE | GRADO DE INFORMACIÓN | PRE-SENCIAL |
|---|----------------------|----------------------|-------------|
| Expedición de fichas para examen de admisión y aplicación del mismo.  | Control Escolar      | X                    | X           |
| Expedición y duplicados de credenciales de alumnos.   | Digitalización       |                      | X           |
| Expedición de kárdex y diversas constancias de estudios.  | Control Escolar      | X                    | X           |
| Expedición de duplicados de certificados de preparatorias que pertenecieron a UABC                              | Control Escolar      |                      | X           |
| Elaboración de certificados de estudios parciales y completos.  | Control Escolar      |                      | X           |
| Elaboración de cartas de pasante.   | Titulación           | X                    | X           |
| Autorizaciones de exámenes profesionales de grado y posgrado.   | Titulación           |                      | X           |
| Trámites para la expedición y duplicados de títulos y cédulas profesionales.                                    | Titulación           | X                    | X           |
| Trámites para la autorización de alguna de las 11 becas que existen, para estudios de licenciatura y posgrados. | Becas                | X                    | X           |
| Aplicación de Examen General de Evaluación de Licenciatura (exámenes CENEVAL).                                  | CENEVAL              |                      | X           |
| Expedición de reconocimientos de mérito escolar.  | Titulación           |                      | X           |
| Autorizaciones de acreditaciones y equivalencias de estudios.   | Equivalencias        | X                    | X           |
| Altas de alumnos en el Instituto Mexicano del Seguro Social.  | Digitalización       |                      | X           |
| Altas de alumnos en seguro estudiantil de accidentes.   | Digitalización       |                      | X           |

Fuente: Elaboración propia, con datos estadísticos de Coordinación de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar UABC

Dicho lo anterior, se puede resaltar que es un departamento que tiene el mayor trato con los estudiantes, sujetos de esta investigación, por lo que resulta útil como población y muestra para dicha investigación.

La Evaluación en los Servicios Universitarios se puede considerar “como elemento de soporte a la garantía de la calidad” (Blaya, 2008) de las enseñanzas, persiguiendo el objetivo de mejora continua y satisfacción global de los grupos de interés: personal docente e investigador, personal de administración y servicios, estudiantes, egresados, empleadores, colegios profesionales, otras universidades u otros centros académicos y/o de investigación y la sociedad en general.

Para efecto de esta investigación, se evaluará la calidad en el servicio que presta el personal I administrativo del Departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar, a fin de determinar en qué nivel se encuentra el servicio de atención que prestan al público interno de la Universidad Autonomía de Baja California, Campus Tijuana.

## CAPITULO 2

### DISEÑO METODOLÓGICO

#### 2.1 Enfoque

Se realizó un estudio de corte cuantitativo, en donde según Hernández, Fernández y Baptista (2006:5), refieren que “el enfoque cuantitativo 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”

Se realizó un estudio de conocimiento aplicado, transversal de corte descriptivo. Según Bunge (2008), es aplicada ya que tiene como finalidad primordial la resolución de problemas prácticos inmediatos y su resultado será un modelo de competitividad. Transversal, debido a que en este nivel e investigación se ocupa de recolectar datos en un solo momento y en un tiempo único. Su finalidad es la describir las variables y analizar su incidencia e interacción en un momento dado, sin manipularlas (Stracuzzi y Martlins, 2012)

De acuerdo a Hernández Sampieri (1988) los estudios descriptivos permiten detallar situaciones y eventos, como ocurren y como se manifiestan tratando de especificar propiedades importantes de cualquier fenómeno que sea sometido a análisis. Ahora bien basados en Tamayo (2003) una investigación es descriptiva puesto que registra, analiza e interpreta la naturaleza actual así como la composición de los fenómenos, trabajando sobre realidades de hechos, y su característica principal es que presenta una interpretación correcta. La investigación descriptiva según Arias (2012), define la investigación descriptiva mediante la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo, o grupo.

Resultó pertinente realizar un estudio de este corte ya que se analizan los factores que inciden en el servicio de atención al público interno del Departamento de Servicios estudiantiles y gestión escolar de la Universidad Autónoma de Baja California, no se explicarán las relaciones entre variables.

En el diseño de la investigación se planteó un estudio no experimental, según (Carrasco S., 2009) al no manipularse intencionalmente las variables independientes carecen de manipulación intencional, y no posee grupo de control.

Según el autor Stracuzzi y Martlins, (2010), definen el diseño no experimental como aquel que se realiza sin manipular en forma deliberada ninguna variable, por lo que el investigador no sustituye intencionalmente las variables independientes. Se observan los hechos tal y como se presentan en su contexto real y en un tiempo determinado o no, para luego analizarlos. De tal manera que en este diseño no se construye una situación específica si no que se observa las que existen.

La investigación se realizó con una población de 21,964 estudiantes de licenciatura registrados en el periodo 2018-1 en la UABC Tijuana (SEyGE, 2018), excluyendo de los estudiantes de la Unidad Rosarito, Tecate y Valle de las Palmas.

Se empleó el diseño muestral no probabilístico, estratificado. De la población de 21,964 estudiantes de la UABC Tijuana, se determinó la fórmula de tamaño muestral para poblaciones finitas, considerando un error del 5%, con un intervalo de confianza del 95% y, un nivel de heterogeneidad (p y q) de atributo del 50%, resultando la cantidad de 378 estudiantes. La muestra al estar conformada por 11 unidades académicas, se estratificó aplicando una relación de proporción en función de la cantidad de estudiantes por unidad (ver tabla 3).

Fórmula:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Dónde:

N = Tamaño de la población;

Z = Nivel de confianza;

p = Probabilidad de éxito;  
q = Probabilidad de fracaso;  
d = Error máximo permisible.

**Tabla 3**  
*Estratificación de Estudiantes por Unidad Académica*

| <b>Facultad Campus Otay</b>   | <b>Matrícula por Facultad Periodo 2018-1</b> | <b>Muestra Estratificada</b> |
|-------------------------------|--|------------------------------|
| ARTES                         | 398  | 7                            |
| CONTABILIDAD Y ADMINISTRACION | 4,082  | 70                           |
| CS. QUIMICAS E INGENIERIA     | 2,816  | 48                           |
| DEPORTES                      | 813  | 14                           |
| DERECHO                       | 4,164  | 72                           |
| ECONOMIA                      | 1,486  | 26                           |
| HUMANIDADES                   | 2,953  | 51                           |
| IDIOMAS                       | 949  | 16                           |
| MEDICINA Y PSICOLOGIA         | 1,632  | 28                           |
| ODONTOLOGIA                   | 990  | 17                           |
| TURISMO Y MERCADOTECNIA       | 1,681  | 29                           |
| <b>TOTALES</b>                | <b>21,964</b>                                | <b>378</b>                   |

**Fuente:** Elaboración Propia **Datos:** Coordinación de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar UABC

La delimitación de los estudiantes que fueron seleccionados para el estudio se consideraron que los siguientes criterios: ser estudiante de licenciatura de alguna de las carreras que ofrece la UABC: Artes, Contaduría y Administración, Cs. Químicas e Ingeniería, Deportes, Derecho, Economía, Humanidades, Idiomas, Medicina, Odontología y Turismo y Mercadotecnia.

Los estudiantes debían estar inscritos en el Campus Otay de la UABC, independientemente del semestre que cursen, sin embargo debían haber solicitado por lo menos tres servicios de los que ofrece el Departamento de SEyGE, ya que de esta manera tendrán una visión general del servicio, lo que aportara una evaluación objetiva.

Si bien, no se logró coleccionar la muestra definida en el diseño metodológico, el estudio si permite tener una línea base para la evaluación constante del servicio y permite realizar una primera medición no generalizable, de carácter exploratorio.

Determinado lo anterior se definen como sujetos de análisis a los estudiantes de la Universidad Autónoma de Baja California, que cursen alguna carrera, dentro del Campus Otay.

Por lo anteriormente expuesto fue conveniente la utilización de un instrumento basado en un cuestionario de preguntas cerradas, para conocer los criterios de los estudiantes respecto a los factores que inciden en la calidad de atención al servicio que presta el personal del departamento de Servicios estudiantiles y gestión escolar, de la Universidad Autónoma de Baja California.

Parasuraman, Valarie, Zeithaml y Berry (1985) introdujeron una escala de 22 ítems del SERVQUAL, para la medición de la calidad del servicio; este modelo ha sido ampliamente adoptado en el área industrial y comercial. La idea central del SERVQUAL se encuentra en sus cinco dimensiones de la calidad en el servicio que se evalúan mediante técnicas indirectas de comparación entre las expectativas y la percepción posterior al rendimiento; es decir, la calidad en el servicio está dada o definida por las diferencias aritméticas entre las expectativas y percepciones del estudiante a través de los 22 ítems de medición. Las medidas que representan la calidad en el servicio son indirectas en el sentido de que son los investigadores y no los sujetos mismos quienes realizan la comparación entre las expectativas y las percepciones.

Tal es la cantidad de estudios que se han hecho por medio de la literatura del instrumento SERVQUAL (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1985), que en ésta investigación se asumió la escala mencionada para la evaluación de la calidad percibida y la satisfacción, desde la mirada del estudiante del servicio del departamento de SEyGE, de la UABC, Campus Otay.

Según especialistas como Cantú (2006), Hoffman y Bateson (2002), el análisis de la calidad del servicio se da por una serie de modelos conceptuales e instrumentos. Estas son herramientas que permiten desde el punto de vista del usuario medir la calidad del servicio prestado por los proveedores de diversas ramas de servicio y conceptualizando a la calidad como la diferencia entre

percepciones y expectativas. Si bien la calidad ha sido concebida desde la óptica del cliente, su medición no puede ser distinta.

Para esto se tomaron las cinco dimensiones de calidad del servicio (Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad, Empatía y Elementos Tangibles), este instrumento contiene 22 preguntas que tratan de obtener y medir a través de una escala significativa las respuestas.

Para determinar la importancia de cada pregunta, se trabajó con una escala de Likert de 1 al 5, en donde, 1 representa el puntaje más bajo, es decir, cuando el cliente está en total desacuerdo y 5 representa el puntaje más alto, es decir, cuando el cliente está muy de acuerdo con la pregunta planteada.

Toda vez que se obtienen las mediciones de las expectativas y las percepciones de usuarios, se realiza el análisis mediante la aplicación de la metodología utilizada por Parasuraman, Zeithaml y Berry, (Parasuraman, A., Zeithaml, VA., Berry, LL. 1985).

Adaptado el instrumento se procedió a realizar las pruebas necesarias para su aplicación, en una primera instancia se aplicó la prueba piloto, posteriormente la aplicación de la encuesta a los estudiantes de las distintas licenciaturas de la UABC, campus Otoy. Las encuestas se aplicaron vía electrónica, es decir por medio de correo electrónico, mediante la aplicación de Google forms.

A fin de validar el instrumento, se realizó pilotaje el día 24 de abril del año 2018, este se aplicó a estudiantes de la Facultad de Turismo y Mercadotecnia de diferentes grupos tomados al azar, en donde en el procedimiento se dio una reseña breve de la encuesta, donde se explicó el objetivo de la prueba piloto y la manera de contestar la encuesta, informándoles que ésta consta de dos secciones, la primera engloba 22 preguntas dividida en cuatro bloques, la segunda sección la conforma el estudio socioeconómico; se hizo hincapié que en esta sección no se les solicitará información personal ni datos sensibles.

Así mismo se les informó que la encuesta se realizaría en línea y que el tiempo empleado para responderla sería aproximadamente de 3 minutos cada sección, posteriormente se les proporcionó la liga por correo electrónico para la realización del pilotaje, es importante mencionar que se les informó que la liga estaría disponible hasta las 10:00 horas del día 25 de abril del mismo año, con el fin de que pudieran responder esa encuesta en el momento apropiado.

El día 25 de abril del 2018 a las 10:00 horas como se les había informado a los estudiantes, se cerró la liga para la recepción de encuestas. Posteriormente a la ejecución de la prueba piloto, se procedió a revisar las respuestas de los encuestados, lo que demostró que el instrumento no tuvo complicaciones al ser respondido, cumplió con el tiempo que se tenía previsto para su contestación así como la comprensión de las preguntas.

Por lo anteriormente expuesto y al no recibir inquietudes respecto a las preguntas planteadas en el instrumento aplicado, se pudo concluir que el pilotaje realizado representa a un instrumento confiable y por lo tanto puede aplicarse a los estudiantes en la cual manifiesten su percepción en relación a la calidad del servicio que les proporciona el Departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar de la Universidad Autónoma de Baja California Campus Otay.

La etapa de recolección de dato definitivos se realizó considerando un universo de 21,964 estudiantes, el cual estuvo conformado por estudiantes que estuvieron inscritos en el periodo 2018-1, de las diferentes facultades que conforman la Universidad Autónoma de Baja California, Campus Otay. El tamaño de la muestra fue de 378 estudiantes. El error muestral fue de 5% con un nivel de confianza de 95%.

La técnica utilizada para este trabajo de investigación fue la encuesta por medio de un cuestionario como instrumento, conformado por preguntas

adecuadamente formuladas mismas que fueron aplicadas a los sujetos de la investigación, siendo estos los estudiantes de la UABC campus Otay.

El cuestionario se conformó por 22 ítems dividido en cinco dimensiones, debidamente cuantificadas para su procesamiento posterior, apoyado en el Software Estadístico SPSS para su análisis. Se redactaron cinco preguntas para cada una de las dimensiones de Fiabilidad y Elementos tangibles, para el resto de las dimensiones, Seguridad, Empatía y Capacidad de respuesta, fueron cuatro preguntas por cada dimensión. (Ver anexo No.1)

Se realizaron dos tipos de encuestas; encuestas virtuales y encuestas tangibles. Las encuestas virtuales se aplicaron en el periodo de clases regulares en el mes de mayo de 2018, estas se hicieron llegar a los estudiantes por medio de un link electrónico a través de correos de grupales, apoyados por los docentes de los grupos. Posteriormente en el mes de julio del mismo año, se hicieron llegar encuestas a alumnos de cursos intersemestrales, de forma virtual; una tercera entrega de cuestionarios se realizó en el mes de agosto, donde se les entregaron los cuestionarios tangibles a estudiantes que acudieron a solicitar diferentes servicios en el Departamento evaluado.

Finalmente se cuantificaron las encuestas en el software SPSS para el análisis correspondiente.

## CAPITULO 3

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

#### 3.1 Datos descriptivos

Después de analizar la información recabada en esta investigación por medio de la encuesta y de acuerdo al género de los encuestados se obtuvieron 248 casos válidos de los cuales 115 resultaron hombres y 133 mujeres, mismos que pueden observarse en la Tabla 4.

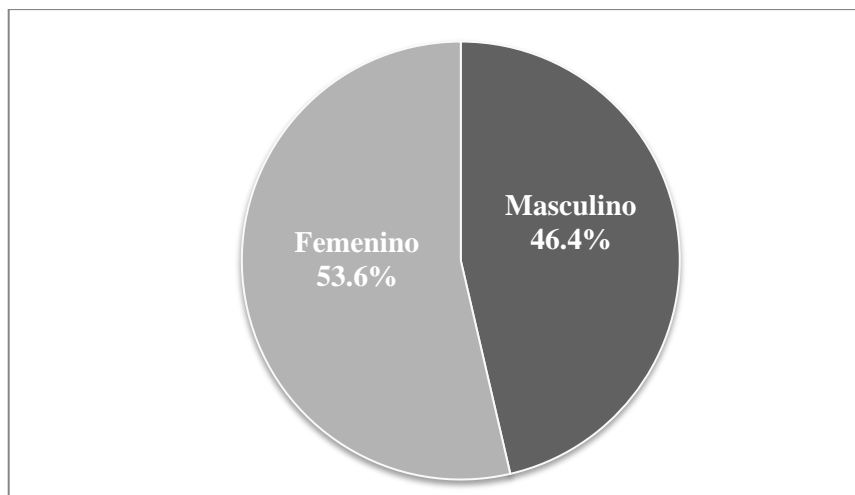
**Tabla 4**  
*Género de encuestados*

|              | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje %</b> |
|--------------|-------------------|---------------------|
| Masculino    | 115               | 46.4                |
| Femenino     | 133               | 53.6                |
| <b>Total</b> | <b>248</b>        | <b>100.0</b>        |

Fuente: Elaboración propia

Respecto a la Figura 2 y de acuerdo a la información analizada, se encontró que el 54% de los estudiantes encuestados fueron del género femenino, por otro lado el 46% resulto ser del género masculino.

**Figura 2** *Género de los encuestados*



Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 5 se puede observar que la mayoría de los encuestados, son estudiantes que permanecen solteros (as) en este nivel de estudios, ya que de los 248 estudiantes encuestados se encontraron 211 solteros (as), 35 casados (as) /Unión libre y solo 2 separados (as) / Divorciados (as).

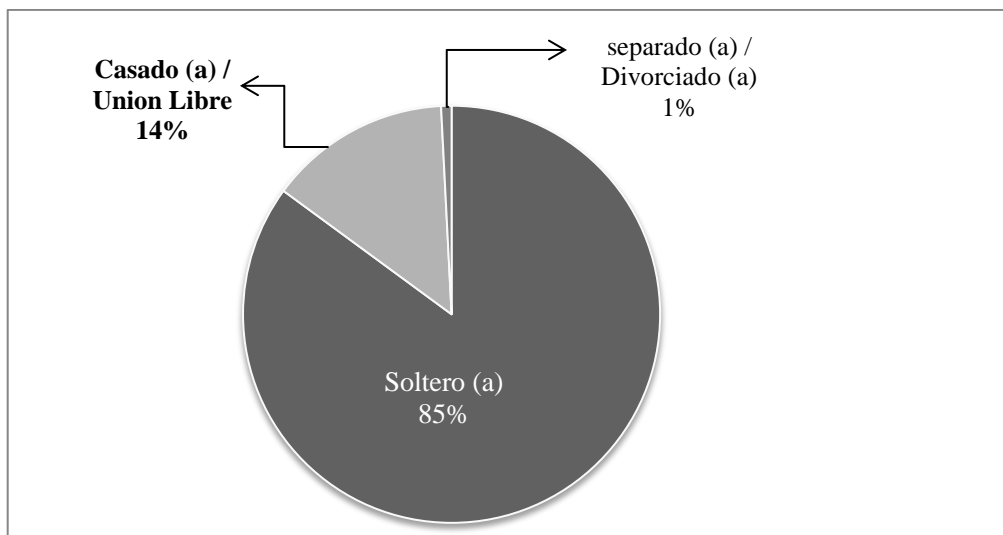
**Tabla 5**  
*Estado Civil*

|                               | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje %</b> |
|-------------------------------|-------------------|---------------------|
| Soltero                       | 211               | 85.1                |
| Casado (a) / Unión Libre      | 35                | 14.1                |
| separado (a) / Divorciado (a) | 2                 | .8                  |
| <b>Total</b>                  | <b>248</b>        | <b>100.0</b>        |

Fuente: Elaboración propia

En la Figura 3 se puede observar que el 85% corresponde a estudiantes encuestados con un estatus civil de solteros, el 14% corresponde a casados (as) / Unión libre y el 1% resulto con un estatus civil de separado (a) / Divorciado (a).

**Figura 3** *Estado civil de encuestados*



Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 6 y la Figura 4 se puede observar que en relación a la mayor participación que tuvieron los encuestados en esta investigación, resultaron 143

estudiantes, estos estuvieron dentro del rango entre 21 y 25 años de edad, lo cual representa el 57.7% del total de los estudiantes encuestados, seguidos de 49 estudiantes, entre el rango de 20 años o menos con un porcentaje de 19.8%, los del rango de entre 26 y 30 años fueron 35 estudiantes representando el 14.1%, con un porcentaje del 8.0 fueron 20 estudiantes dentro del rango de 31 y 40 años de edad y por último el rango que menor participación tuvo fue el de más de 40 años, siendo la participación de un solo estudiantes el cual representó el .4% del total de los estudiantes encuestados.

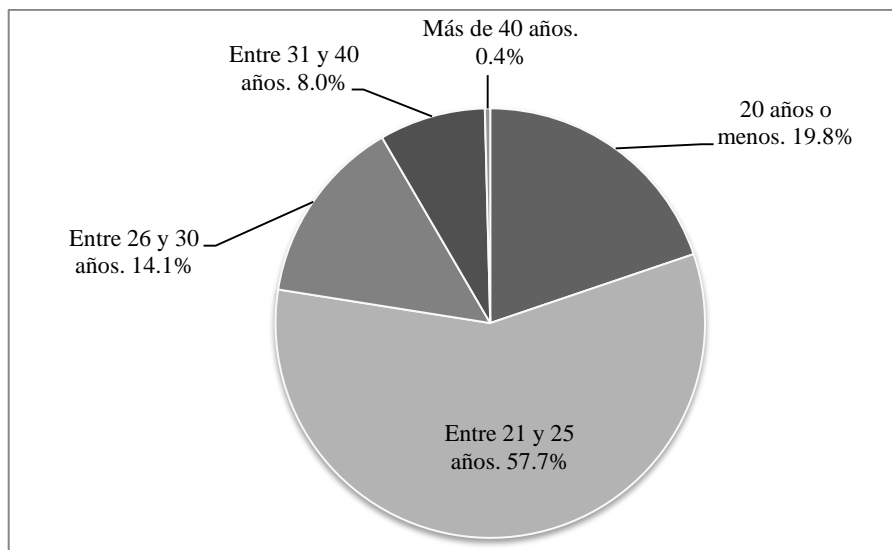
**Tabla 6**

*Edad de encuestados*

|                    | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje</b> |
|--------------------|-------------------|-------------------|
| 20 años o menos    | 49                | 19.8              |
| Entre 21 y 25 años | 143               | 57.7              |
| Entre 26 y 30 años | 35                | 14.1              |
| Entre 31 y 40 años | 20                | 8.0               |
| Más de 40 años     | 1                 | .4                |
| <b>Total</b>       | <b>248</b>        | <b>100.0</b>      |

Fuente: Elaboración propia

**Figura 4** *Rango de edad de los encuestados*



Fuente: Elaboración propia

**Tabla 7**  
*Niveles socioeconómicos de los entrevistados (Regla AMAI 8x7)*

|              | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------|------------|-------------------|
| Nivel D      | 3          | 1%                |
| Nivel D+     | 25         | 10%               |
| Nivel C-     | 31         | 13%               |
| Nivel C      | 51         | 21%               |
| Nivel A/B    | 52         | 21%               |
| Nivel C+     | 85         | 34%               |
| <b>Total</b> | <b>247</b> | <b>100%</b>       |

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo al modelo estadístico denominado Regla NSE, aplicado por la Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión Pública (AMAI), se presentan los niveles socioeconómicos identificados en la muestra obtenida de los encuestados, observando en la Tabla 7 que el nivel C+ resulto ser el estratos en el que se encuentra la mayoría de los estudiantes encuestados de la UABC, para el fin de esta investigación.

A este nivel pertenecen también las familias emprendedoras, integradas por trabajadores independientes o profesionales. Por lo general son idealistas y sus compras se orientan a la satisfacción de necesidades psicológicas o simbólicas. La mayoría de las familias de este nivel viven en casas cómodas y amplias, con construcciones cuya área es más a los 200 metros cuadrados (AMAI, 2018). En este nivel se ubica el 34 % de la población estudiantil encuestada.

Según la AMAI en el Nivel C, el 81 % de los hogares el jefe de hogar posee estudios superiores a primaria y el 73 % cuenta con una conexión fija a internet en su vivienda. En cuanto a gastos de alimentación, las familias de este nivel socioeconómico destinan 35 % y únicamente 9 % a la educación.

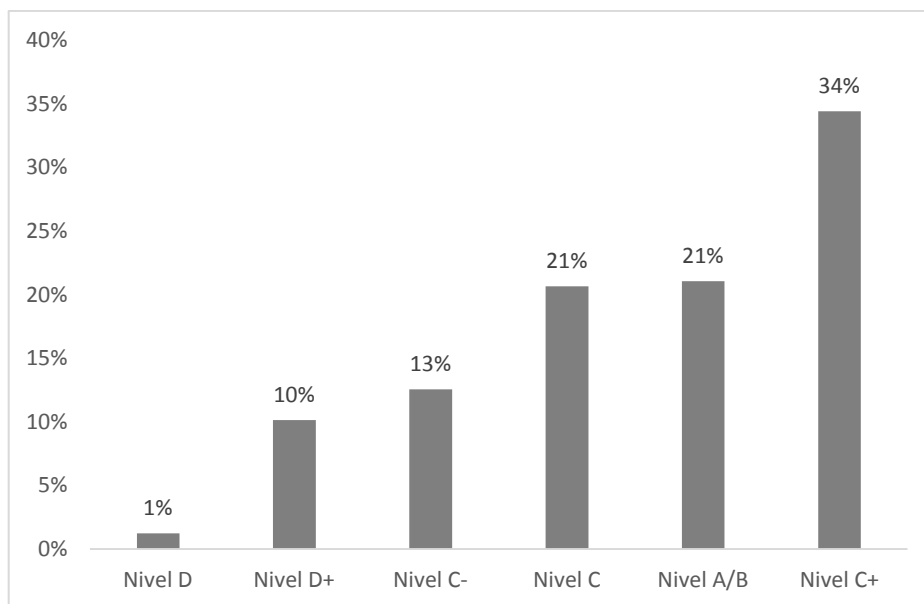
Enfocan sus compras hacia una buena relación costo-beneficio. Las familias más jóvenes viven en casas o departamentos rentados, y otras mayores viven en viviendas propias que, por lo general, poseen un solo baño.

Dependen casi exclusivamente de un salario que es complementado con el ingreso de otros miembros de la familia. En la UABC El 21% de la población estudiantil encuestada pertenece a este nivel.

Solo el 1% de la población estudiantil encuestada pertenece al nivel D, el cual se caracteriza según la AMAI en que en el 56 % de hogares de este nivel el jefe de familia posee estudios de primaria y solo un 4 % cuenta con internet fijo en su vivienda. Casi la mitad de sus ingresos (46 %) es destinada al gasto en alimentación. Su principal fuente de ingresos es el trabajo asalariado y recibe subsidios gubernamentales.

En la Figura 5 se muestra el estrato socioeconómico en el que se encuentra la población estudiantil encuestada, mismo que va desde el 1% clasificado en el nivel D hasta el nivel C+ con el 34%. El 10% corresponde al nivel D+, con un porcentaje del 13% de los estudiantes encuestados se clasificaron en el nivel C-, también se puede observar que el nivel C y A/B les correspondió el 21% de los estudiantes encuestados a cada nivel.

**Figura 5** Niveles socioeconómicos de los encuestados (Regla AMAI 8x7)



Fuente: Elaboración propia

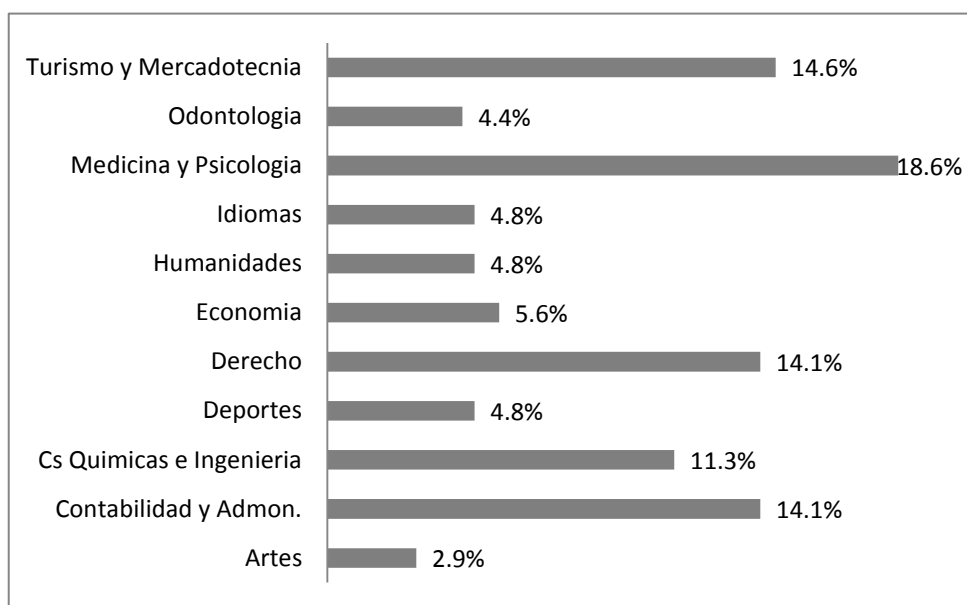
De acuerdo al análisis realizado respecto a la participación de los encuestados para esta investigación, se observó que la Facultad de Medicina y Psicología, fue la que más participación tuvo, como se observa en la Tabla 8, con un total de 46 estudiantes, lo cual representa el 18.6% del total de los encuestados, seguido por la Facultad de Turismo y Mercadotecnia con el 14.6%, las Facultades de Contabilidad y Administración y la Facultad de Derecho ambas con el 14.1%, la Facultad de Ciencias Químicas e Ingeniería participo con 28 estudiantes representando así el 11.3%, la Facultad de Economía un total de 14 estudiantes encuestados que significa el 5.6%, además las Facultades de Deportes, Humanidades e Idiomas con 12 estudiantes encuestados, cada una, lo cual representa el 4.8% del total de los encuestados, finalmente las Facultades de Odontología y Artes con 11 y 7 estudiantes, que representa el 4.4% y 2.9% respectivamente, como se muestra en la Figura 6.

**Tabla 8**  
*Encuestados según Facultad de estudios*

| <b>Facultad UABC Campus Otay</b> | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje %</b> |
|----------------------------------|-------------------|---------------------|
| Medicina y Psicología            | 46                | 18.6                |
| Turismo y Mercadotecnia          | 36                | 14.6                |
| Contabilidad y Administración    | 35                | 14.1                |
| Derecho                          | 35                | 14.1                |
| Ciencias Químicas E Ingeniería   | 28                | 11.3                |
| Economía                         | 14                | 5.6                 |
| Deportes                         | 12                | 4.8                 |
| Humanidades                      | 12                | 4.8                 |
| Idiomas                          | 12                | 4.8                 |
| Odontología                      | 11                | 4.4                 |
| Artes                            | 7                 | 2.9                 |
| <b>TOTAL</b>                     | <b>248</b>        | <b>100</b>          |

Fuente: Elaboración propia

**Figura 6** Encuestados según Facultad de estudios.



Fuente: Elaboración propia

En la tabla 9 se puede observar que el trámite de Titulación y carta de pasante resultó ser el menos solicitado por los estudiantes encuestados, con siete estudiantes lo cual representó el 1%, los tramites de Credencial, Digitalización y Constancia sumaron 104, 116 y 122 respectivamente del total de estudiantes encuestados, por lo que corresponde a inscripción y reinscripción fue 175 y 213 respectivamente los estudiantes que acudieron al departamento evaluado a solicitar dichos tramites.

**Tabla 9**

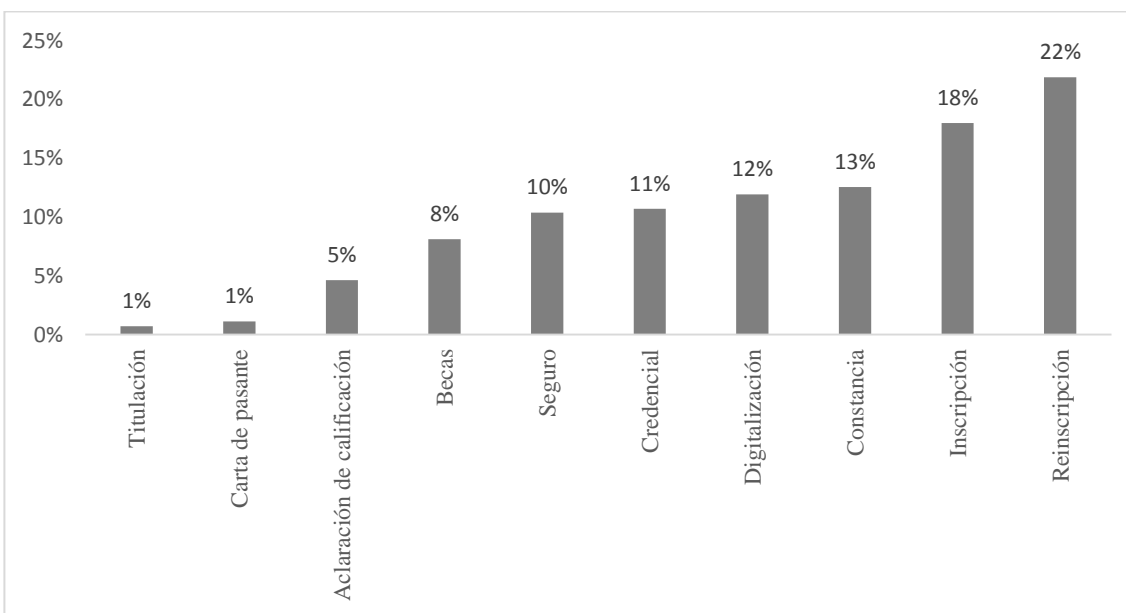
*Porcentaje relativo de servicios solicitados por lo menos 1 vez en los pasados 6 meses*

|                            | N   | Suma | Porcentaje Relativo |
|----------------------------|-----|------|---------------------|
| Titulación                 | 248 | 7    | 1%                  |
| Carta de pasante           | 248 | 11   | 1%                  |
| Aclaración de calificación | 248 | 45   | 5%                  |
| Becas                      | 248 | 79   | 8%                  |
| Seguro                     | 248 | 101  | 10%                 |
| Credencial                 | 248 | 104  | 11%                 |
| Digitalización             | 248 | 116  | 12%                 |
| Constancia                 | 248 | 122  | 13%                 |
| Inscripción                | 248 | 175  | 18%                 |
| Reinscripción              | 248 | 213  | 22%                 |
| N válido (según lista)     | 248 | 973  | 100%                |

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la Figura 7, los tramites que más solicitaron los estudiantes encuestados en el departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar fueron los siguientes: Reinscripción con el 22%, seguido por Inscripción con el 18%, así como la solicitud de Constancia y digitalización con un 13% y 12% respectivamente.

**Figura 7** Porcentaje relativo de servicios solicitados por lo menos una vez en los pasados 6 meses



Fuente: Elaboración propia

### 3.2 Datos sobre la evaluación.

En relación a las cinco dimensiones evaluadas en el estudio, se encontraron con valores en promedio por dimensión desde 3.40 hasta 3.91, en una escala de 1 a 5, siendo la calificación que describe el servicio general como regular, tal como se ve en la Tabla 10. De la dimensión fiabilidad, que evalúa la realización de los servicios de forma fiable y cuidadosa, el grupo evaluó con 3.40. La empatía, fue evaluada con 3.41, referida ésta a la atención individualizada que ofrecen los empleados a los estudiantes. En relación a la dimensión Capacidad de Respuesta, resultó tener un valor más bajo de todas con 3.25 puntos, a su vez

que evalúa desde la perspectiva del usuario la capacidad para resolverles y atenderles en tiempo y forma. En cuanto a la dimensión de Seguridad que se refiere a los conocimientos y a la atención mostrada por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza se obtuvo un 3.64. La dimensión de elementos tangibles resultó tener la mayor calificación 3.91, sin embargo aunque esta dimensión obtuvo el puntaje más alto no resultó ser mayor a 4 puntos en promedio, esta dimensión evalúa la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.

De acuerdo a la información analizada en referencia a las dimensiones que se tomaron en cuenta para la evaluación se observa en la Tabla 10, la dimensión de Capacidad de respuesta que obtuvo el menor puntaje siendo este de 3.10; que dentro de sus preguntas identificamos la número siete y ocho referidas a la rapidez con que se atiende al estudiante y en relación al interés que presta el personal del Departamento para atender a los solicitantes de trámites. Sin embargo por otro lado los estudiantes encuestados opinaron que la dimensión de Elementos tangibles mediante una de sus preguntas manifestaron que las instalaciones son las adecuadas para el desempeño de sus actividades, esta fue evaluada con 4.10, seguida por la pregunta 21, con un puntaje de 4.06, donde la población estudiantil encuestada manifestó que bajo su percepción, el personal de dicho departamento presenta una apariencia pulcra.

**Tabla 10**

*Medias de rendimiento obtenido por el Departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar (UABC Unidad Otay) por Dimensión*

| <b>Medias de rendimiento obtenido por el Departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar (UABC Unidad Otay) por Dimensión</b> |     |        |        |       |            |
|---|-----|--------|--------|-------|------------|
|   | N   | Mínimo | Máximo | Media | Desv. típ. |
| <b>FIABILIDAD</b>   |     |        |        |       |            |
| <b>P01</b> Cuando el personal de SE y GE promete entregarle algún documento, lo cumple en tiempo y forma                                | 248 | 1      | 5      | 3.46  | 1.075      |
| <b>P02</b> Cuando Usted tiene algún problema, el personal de SE y GE muestra interés en resolverlo                                      | 248 | 1      | 5      | 3.27  | 1.056      |
| <b>P03</b> El personal de SE y GE le da importancia a su problema en primera instancia  | 248 | 1      | 5      | 3.27  | 1.075      |

|  |     |   |   |             |              |
|--|-----|---|---|-------------|--------------|
| <b>P04</b> El personal de SE y GE cumple los horarios de atención y la entrega de documentos según lo previsto   | 248 | 1 | 5 | 3.39        | 1.188        |
| <b>P05</b> El personal de SE y GE le realiza el trámite sin error.   | 248 | 1 | 5 | 3.59        | 1.057        |
|  |     |   |   | <b>3.40</b> | <b>1.090</b> |
| <b>CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>  |     |   |   |             |              |
| <b>P06</b> El departamento de SE y GE informa claramente sobre los horarios de atención.   | 248 | 1 | 5 | 3.40        | 1.190        |
| <b>P07</b> El personal de SE y GE lo atienden de manera rápida.  | 248 | 1 | 5 | 3.10        | 1.136        |
| <b>P08</b> El personal de SE y GE se interesa en su problema.  | 248 | 1 | 5 | 3.20        | 1.083        |
| <b>P09</b> El personal de SE y GE siempre tienen disposición para atenderle.   | 248 | 1 | 5 | 3.29        | 1.071        |
|  |     |   |   | <b>3.25</b> | <b>1.120</b> |
| <b>SEGURIDAD</b>   |     |   |   |             |              |
| <b>P10</b> El trato que le da el personal de SE y GE le inspira confianza.   | 248 | 1 | 5 | 3.55        | 1.041        |
| <b>P11</b> Se sintió seguro al realizar los trámites en el departamento de SE y GE.  | 248 | 1 | 5 | 3.71        | 0.995        |
| <b>P12</b> El personal administrativo del Departamento de SE y GE es atento y educado en el trato con los estudiantes.                                 | 248 | 1 | 5 | 3.50        | 0.982        |
| <b>P13</b> El personal administrativo del Departamento de SE y GE posee los conocimientos suficientes para dar respuesta a sus inquietudes.            | 248 | 1 | 5 | 3.81        | 0.943        |
|  |     |   |   | <b>3.64</b> | <b>0.990</b> |
| <b>EMPATÍA</b>   |     |   |   |             |              |
| <b>P14</b> El personal administrativo del Departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar está siempre dispuesto a ayudar a los estudiantes. | 248 | 1 | 5 | 3.48        | 1.068        |
| <b>P15</b> El personal del Departamento de SE y GE le brinda atención personalizada.   | 248 | 1 | 5 | 3.76        | 1.012        |
| <b>P16</b> Los horarios de atención del departamento de SE y GE le son convenientes.   | 248 | 1 | 5 | 2.83        | 1.402        |
| <b>P17</b> El departamento de SE y GE le da a conocer los horarios y servicios que ofrece.   | 248 | 1 | 5 | 3.55        | 1.165        |
|  |     |   |   | <b>3.41</b> | <b>1.162</b> |
| <b>ELEMENTOS TANGIBLES</b>   |     |   |   |             |              |
| <b>P18</b> El Departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar posee adecuadas instalaciones y  | 248 | 2 | 5 | 4.10        | 0.898        |

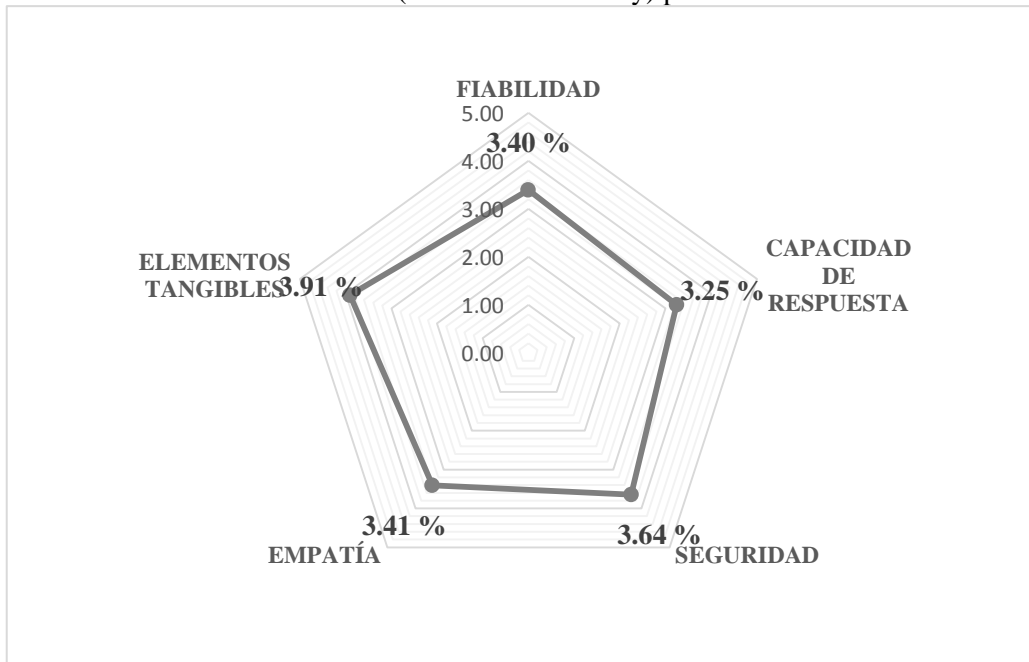
equipamientos.

|  |     |   |   |             |              |
|--|-----|---|---|-------------|--------------|
| <b>P19</b> El departamento de SE y GE posee tecnología reciente (hardware y software).                           | 248 | 1 | 5 | 3.94        | 1.046        |
| <b>P20</b> El Departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar posee acceso a discapacitados.           | 248 | 1 | 5 | 3.71        | 1.185        |
| <b>P21</b> El personal del Departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar presenta apariencia pulcra. | 248 | 1 | 5 | 4.06        | 0.963        |
| <b>P22</b> La publicidad o información es visualmente atractiva.   | 248 | 1 | 5 | 3.73        | 1.164        |
|  |     |   |   | <b>3.91</b> | <b>1.051</b> |
| N válido (según lista)   | 248 |   |   |             |              |

Fuente: Elaboración propia

En la figura 8 se puede observar las dimensiones evaluadas en el Departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar, donde la dimensión de Capacidad de respuesta resulto ser la dimensión que obtuvo el menor puntaje, siendo de 3.25% y la mejor evaluada resulto ser la de Elementos tangibles con 3.91%.

**Figura 8** Medias de rendimiento obtenido por el Departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar (UABC Unidad Otay) por Dimensión.



Fuente: Elaboración propia

### 3.3 Discusión

Las organizaciones con usuarios satisfechos logran crear la lealtad de los mismos y por consiguiente logrará mejor margen en el mercado por lo que la satisfacción deja de ser un concepto teórico y llega a ser una herramienta estratégica de competencia por medio de la cual la organización puede lograr una ventaja competitiva por lo que es importante el conocer, medir, cuantificar, estructurar un modelo conceptual y de aplicación que logre dar entendimiento sobre la diferencia entre la expectativa del servicio y los estándares de calidad aplicables ( Barsky, 2003).

Bajo la perspectiva de las dos escuelas principales abordadas en la literatura tomada como base para esta investigación, se toma como punto de partida al modelos de evaluación a la calidad del servicio, de la escuela nórdica, de Grönroos (1994, p. 35) que establece la importancia de conocer qué factores utilizan los clientes para evaluar el servicio y cuál es la percepción que tienen sobre los mismos. Al mismo tiempo, es necesario establecer el concepto de calidad a tener en cuenta pues las evaluaciones de calidad además del sesgo del evaluador tienen el sesgo del concepto de calidad utilizado.

La escuela nórdica o norteeuropea (Grönroos, 1984; Eigler y Langeard, 1989; Rust y Oliver, 1994; Brady y Cronin, 2001; entre otros), aportaron originalmente propuestas conceptuales más que empíricas, los cuales sirvieron de base para estudios y análisis posteriores. Donde exponen desde diferentes contextos, diversos esquemas sistémicos donde se identifican algunas dimensiones y elementos claves de la producción y entrega del servicio, el ambiente y la imagen; que habría que considerar y administrar en la relación cliente-empresa para garantizar un ofrecimiento de un servicio de calidad superior y la satisfacción del consumidor sobrepasando sus expectativas. Para ello es necesaria la calidad en

todos los elementos complementarios (subsistemas) que conforman el sistema del servicio.

En relación a lo aportado por la escuela norteamericana liderada por Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1985 y sus seguidores como (Cronin y Taylor, 1992; Brady y Cronin, 2001; entre otros) marco una diferencia respecto a la escuela nórdica, además del diseño del modelo conceptual multidimensional agregaron el diseño de instrumento de medida a profundidad para la evaluación de la calidad del servicio, genero un impulso para su aceptación y aplicación en diferentes contextos; aunado a esto sirvió de fundamento para investigaciones posteriores validadas y contrastadas en diversas ocasiones y casos particulares. aunque las dimensiones y escalas iniciales de medición no fueron confirmadas para todos los casos por diferentes limitaciones, sirvieron para la discusión y creación de nuevas contribuciones conceptuales, escalas de medición y de interpretación de la calidad del servicio.

Sin embargo las dos escuelas coincidieron en el carácter multidimensional y multinivel de la calidad del servicio así como en el factor determinante al evaluar dependiendo de las diversas actitudes del cliente. No encontrando factores comunes para cada servicio evaluado, más bien existen factores específicos que el mismo servicio en cada contexto circunstancial aporta.

Por lo anteriormente expuesto esta investigación se realizo de acuerdo al enfoque de la escuela norteamericana, basado en primera instancia y como primer momento solo en las percepciones de los estudiantes encuestados, para posteriormente buscar un segundo momento que lleve a evaluar las expectativas y percepciones relacionadas que conduzca a un trabajo integral, determinando realidades específicas.

De acuerdo a lo planteado en el objetivo general de este trabajo de investigación, que fue el diseño de una propuesta de mejora del servicio que ofrece el departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar de la UABC, Campus Tijuana, empleando el instrumento de SERVQUAL, durante 2018, se tiene que

para dar cumplimiento a este, se enfocó en atender los cuatro objetivos específicos como a continuación se enmarcan.

En el primer objetivo específico se trataba de analizar la importancia de los factores que inciden en la satisfacción del usuario de servicio al estudiante en lo general, e identificar su importancia en el contexto de la educación, como un elemento de soporte a la formación del estudiante; debido al cual se realizó la medición de la satisfacción del estudiante lo que permitió identificar los factores o variables que determinan según los estudiantes encuestados, su satisfacción, resultando de esto que generalmente el Departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar no cumple el total de las expectativas en su puntaje más alto, puesto que de acuerdo a las cinco dimensiones evaluadas en cada una se obtuvo un nivel de percepción menor a la generalmente aceptable, determinando que la capacidad y empatía resultaran ser las más vulnerables y con mayor área de oportunidad.

En cuanto al segundo objetivo específico que determinaba “Desarrollar un instrumento de medición y evaluación de los factores que inciden en el servicio al estudiante a partir de revisión documental e información cualitativa / o bien identificar, validar un instrumento de evaluación de satisfacción en el servicio al estudiante para el caso del departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar de la Universidad Autónoma de Baja California, Campus Otoy.”, para este objetivo se trabajó con el modelo SERVQUAL diseñado por Parasuraman et, al. (1985). Este instrumento fue adaptado a las particularidades tanto del Departamento evaluado así como la de los estudiantes, se trabajó con dicho instrumento mediante un cuestionario de 22 ítems, que reflejaran el servicio prestado por el departamento como las necesidades de los estudiantes, con la finalidad de identificar los factores que incidían en el servicio a los estudiantes, por medio del cual se llegó a buen término, identificando dichos factores.

“Evaluar la satisfacción en el servicio al estudiante que brinda el personal del departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar de la Universidad Autónoma de Baja California, Campus Otay, identificando las áreas de oportunidad”, es el tercer objetivo específico planteado, que sirvió de base para el resultado de esta investigación, por el cual se llegó a la identificación de varias áreas de oportunidad generadas a partir de la opinión de los estudiantes mismas que dieron apertura para plantear estrategias para la obtención de un mejor nivel de la de la calidad en el servicio.

De acuerdo a lo anteriormente expuesto el cuarto y último objetivo específico, fue el determinante para la conclusión de este trabajo, el cual se denominó: “Proponer estrategias de mejora de calidad para el departamento de SEGE de la UABC que contribuyan al logro de objetivos institucionales de la Universidad”, de tal manera que tomando en cuenta este objetivo, se analizaron las cinco dimensiones que se tomaron en cuenta para la realización de esta evaluación, teniendo que el promedio de satisfacción al estudiante fue de 3.51. De las cinco dimensiones relacionadas en este trabajo, resultó que en tres de ellas en relación al servicio, existen áreas de oportunidad, siendo las siguientes: capacidad de respuesta, fiabilidad y empatía. Al respecto la estrategia a seguir en las dimensiones con áreas de oportunidad radica en la mejora, de esas áreas bajo la perspectiva del propio departamento evaluado, por otra parte, las dimensiones de seguridad y elementos tangibles resultaron ser los mejores evaluados, de acuerdo a la percepción del estudiante encuestado, por lo que la estrategia en estos rubros se orienta al aseguramiento de la calidad.

Posteriormente a lo expuesto corresponde el análisis particular de cada dimensión del servicio de atención, con la finalidad de identificar las acciones causales que puedan incidir en elevar o mantener la excelencia en la calidad, buscando la estrategia adecuada para lograr una ventaja competitiva.

### **3.4 Propuesta y recomendaciones de sistema de gestión de calidad en los servicios de soporte de la educación superior.**

De acuerdo a lo analizado por medio del modelo SERVQUAL, propuesto por Zeithaml, Parasuraman y Berry, (1989) aplicados al Departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar en donde el diagnóstico detectó que la calidad en el servicio al estudiante de dicho departamento presenta deficiencias o limitaciones en las dimensiones de capacidad de respuesta, fiabilidad y empatía, mientras que por otro lado las dimensiones de tangibilidad y seguridad resultaron con menos grado de deficiencias, sin embargo estas dos últimas no resultaron del todo satisfactorias según la evaluación de los estudiantes encuestados.

De tal manera que de acuerdo al diagnóstico detectado, se presenta la Propuesta y recomendaciones de Mejora, tomando en cuenta los resultados obtenidos mediante la aplicación del instrumento y su respectiva propuesta para las cinco variables que se consideraron por el modelo SERVQUAL, de acuerdo a la investigación realizada.

#### **3.4.1 Fiabilidad**

En este apartado el promedio de la evaluación fue de 3.39, resultando con esto que los estudiantes encuestados no se sintieron completamente satisfechos en relación al tiempo de atención, percibiendo que el personal de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar necesita agilizar los tiempos de atención.

Para disminuir los tiempos de espera se recomienda hacer uso de la tecnología, por medio de la automatización de citas, esto es hacer citas online, que permita distribuir eficientemente el servicio de atención, de esta manera se pueden solucionar inquietudes online, reduciendo el flujo de usuarios y por consiguiente la reducción de los tiempos de espera y se mejora la experiencia de los usuarios.

### **3.4.2 Capacidad de Respuesta**

Después de analizar los resultados obtenidos mediante la encuesta de los estudiantes, se considera que existe la necesidad de los estudiantes de sentirse atendidos con cortesía y rapidez, así mismo perciben falta de comunicación en cuanto a los horarios de atención.

Esta variable resulto ser la más baja en evaluación con un promedio de 3.25, por lo que es necesario darle una mayor importancia a este rubro.

Como recomendación a este rubro se propone fortalecer la capacitación al personal que tiene trato directo con el estudiante, mediante cursos o talleres que ayuden a sensibilizar el trato con los estudiantes, así como implementar protocolos de atención.

### **3.4.3 Seguridad**

En relación a la variable Seguridad, el promedio de la evaluación fue de 3.64, si bien se observó que los estudiantes encuestados evaluaron este rubro con el segundo puntaje más alto, no llegó a ser una calificación excelente, por lo que en general los encuestados opinan que el personal del departamento cuenta con las habilidades necesarias para resolver algunos de sus problemas, además el personal les inspira confianza al realizar los servicios de atención, sin embargo en relación al trato que el personal da a los estudiantes, los encuestados determinaron que no es muy bueno, ya que ellos perciben falta de atención y sensibilidad en el trato.

Debido a lo anterior, se recomienda capacitación al personal en relación a solución de problemas, así como sensibilización en el servicio de atención.

### **3.4.4 Empatía**

En esta variable los estudiantes encuestados de acuerdo a su percepción, manifestaron la falta de atención a sus requerimientos, haciéndolos sentir poco satisfechos con el servicio, aunado a esto uno de las principales quejas en este

rubro fueron que los horarios no les son del todo convenientes, ya que los horarios de clases y los horarios de labores del departamento son diferentes, de tal manera que no encuentran soluciones a sus inquietudes en el momento que asisten a clases.

En cuanto al interés del departamento para la atención y solución de problemas, los resultados de la investigación nos arrojan que la percepción de los estudiantes ante este rubro, indica que el personal no le da la debida importancia a sus necesidades.

Debido a lo anterior se recomienda que se establezca formatos de quejas y/o sugerencias para la atención de servicios, comprometiéndose a darle seguimiento adecuado, puesto que esto ayudará a la retroalimentación estudiante – departamento, mejorando así el servicio de atención.

#### **3.4.5 Elementos Tangibles**

En lo referente a Elementos Tangibles se puede determinar que es la variable mejor evaluada por los estudiantes encuestados, con un promedio de 3.90, donde los estudiantes encuestados consideran que la apariencia del departamento en general es agradable a la vista, estando en su mayoría conformes con los espacios e instalaciones disponibles para la atención del servicio, sin embargo en relación a los espacios para discapacitados se presentó el inconveniente del acceso a una ventanilla no adecuada para tal caso.

Debido a lo analizado en este rubro se recomienda a adecuación de la ventanilla de atención al estudiante, de tal manera que los estudiantes con alguna discapacidad física puedan acceder fácilmente a solicitar los servicios.

De acuerdo a lo anterior, se propone que a un mediano plazo, se pueda realizar una remodelación de la ventanilla para así optimizar los espacios de tal manera que haya inclusión para las personas con alguna discapacidad física.

En cuanto a la apariencia los encuestados manifestaron por medio de la encuesta que el personal de dicho departamento se presenta pulcro en su aspecto, por lo

que se sienten cómodos, al solicitar sus servicios; es importante mencionar que esta pregunta fue una de las mejores evaluadas, por los estudiantes encuestados.

#### **3.4.6 Planeación de la evaluación.**

Como resultado del análisis obtenido de las cinco variables evaluadas a través de la investigación realizada, bajo las encuestas aplicadas, se detectaron áreas de mejora que deben convertirse en planes de acción específicos, por lo que las acciones deben ser el objetivo en toda medición de la calidad.

#### **3.4.7 Temporalidad de la evaluación**

Se recomienda que la aplicación de la evaluación se realice por lo menos una vez al término del semestre, como un requisito para concluir el ciclo escolar.

Así mismo al inicio de cada semestre se pretende que el estudiante seleccione su grado de satisfacción respecto al semestre anterior concluido.

La recolección de datos se deberá realizar entre los diferentes estudiantes de la UABC, campus Otay, tomando como población a toda la población estudiantil de las carreras existentes, asegurando una muestra representativa para tal efecto.

### **3.5 Dimensiones**

Respecto a las dimensiones a evaluar, serían las anteriores presentadas:

Empatía, Capacidad de respuesta, Seguridad, Fiabilidad y Elementos tangibles

Para concluir con esta investigación, se recomienda evaluar en forma sistemática y fundamentada el grado de satisfacción de los usuarios del departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar, con el objeto de mejorar continuamente el servicio de atención, de tal manera que permita día a día adaptarse más a las necesidades de los estudiantes, cumpliendo o mejorando sus expectativas.

Para finalizar con la propuesta de mejora, es recomendable, proveer al personal de capacitación en cuanto a la sensibilización y protocolos de atención al público, así mismo sistematizando las áreas directas de atención al cliente.

### **3.6 Conclusiones**

En todo el escrito se hizo referencia a la importancia de la satisfacción del estudiante, ya que la mayoría de las personas en algún momento han sido consumidor, por lo que la competitividad se ha vuelto una variable que constantemente es supervisada por los rangos más altos de una empresa o institución, debido a que esta variable se convierte en el éxito o fracaso para la empresa. Por tal motivo el grado de satisfacción puede determinar la lealtad de un estudiante, el cual puede decidir después de recibir un servicio si se mantiene leal a la empresa o elegir otra que le brinde mayor satisfacción; de tal manera que en el caso de una institución educativa el comportamiento de los estudiantes en este caso los estudiantes, resulta ser similar a las otras empresas, también exigen un excelente servicio de atención y estar completamente satisfechos en sus expectativas iniciales, sin importar que la institución educativa sea pública o privada, se debe cuidar el servicio de atención, sin comprometer las expectativas de los estudiantes.

En esta investigación se planteó un modelo para determinar el grado de satisfacción de los estudiantes, específicamente del departamento de Servicios Escolares y Gestión Escolar, campus Tijuana, donde los estudiantes encuestados manifestaron que la rapidez de atención del servicio, el interés por atenderles, incluyendo la disposición así como la atención individual resulto ser lo que más tomaron en cuenta por lo que estas variables fueron las más bajas en la puntuación de la evaluación.

La presente investigación evaluó la calidad en el servicio de atención que brinda el Departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar a los estudiantes de la Universidad Autónoma de Baja California, abarcando únicamente la población estudiantil localizada en el campus Otay.

Durante el desarrollo de esta investigación se presentaron algunas limitaciones permeando esto al resultado deseado. El principal contratiempo fue la falta de interés de los estudiantes para contestar la encuesta, debido a que como lo mencionaron algunos, la poca importancia que se le da a estas investigaciones, ya que la Institución no hace mucho o nada al respecto para mejorar lo que ellos opinen; otro fue el periodo de aplicación de las encuestas debido a que se aplicaron en periodo final de clases y en periodos de intersemestrales, por lo que no se logró recabar las encuestas programadas ya que los estudiantes estaban más interesados en trabajos finales y terminar el ciclo escolar que en contestar una encuesta.

Para futuras investigaciones se recomienda que el periodo de aplicación del instrumento sea entre el segundo y tercer mes del semestre, de esta manera los estudiantes estarán más dispuestos a contestar la encuesta.

Finalmente esta investigación resulta una contribución para otros estudios en los que se trate el tema de calidad en el servicio de atención, a través de diferentes métodos que las instituciones resuelvan a fin de mejorar el nivel de calidad de atención al usuario del Departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar de la Universidad Autónoma de Baja California, de tal manera que genere sentido de responsabilidad demostrando una buena capacidad para atender y solucionar los problemas en este caso de los estudiantes, mejorando en gran medida el trato brindado aportando confiabilidad para los estudiantes.

Es importante mencionar que dicha percepción resultante de los estudiantes por mínima que sea resulta una oportunidad para mejorar, ya que estos representan la parte principal de la Universidad Autónoma de Baja California, que finalmente serán individuos que participaran en la sociedad activa como ciudadanos profesionistas contribuyendo al desarrollo del país.

Finalizo este trabajo de investigación con el siguiente principio:

“Trátame cómo quisieras ser tratado”

## Referencias bibliográficas

- Acacia Leroy, A. (septiembre de 2014). *Trendwaching.com*. Recuperado el 13 de septiembre de 2016, de The Future Of Costumer Service:  
<http://trendwaching.com/trends/fture-customer-service/>
- Albrecht, K. (1992). Servicio al Cliente Interno. Como solucionar la crisis de liderazgoen la gerencia intermedia. Barcelona: Paidós.
- Alvarez Ibarrola, J. M., Alvarez Gallegos, I., & Bullon, C. J. (2006). Introduccion a la Calidad. Aproximacion a los sistemas de Gestion y Herramientas de Calidad. España: Ideas Propias.
- Alvarado, Lisandro; Hernández, Judith y Chumaceiro (2010). “Calidad de Servicio en Universidades Públicas Venezolanas”. Revista Científica.
- Bojórquez, R. C. (2016). *100 Documentos y Hechos Relevantes en la Historia de la UABC.p.94*.Mexico: San Andres.
- Barsky, J. (2003). Customer satisfaction: Applying concepts to industry-wide., (pág. 173/183). Cornell Hotel and Restaurant
- Caruana, A., Money, A. & Berthon, P. (2000). Service quality and satisfaction – the moderating role of value. *European Journal of Marketing*, 1338-1352.
- Chiavenato, I. (2004). *Introduccion de la teoria general de la administracion*.Mexico: McGraw-Hill Interamericana 7ma. Edicion.Cronin, J.J. & Taylor, S. A. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, 56, 55-68
- Cordero Ferrera, J. M., Muñiz Pérez, M. A. y Pedraja Chaparro, F. (2006). La

Confusión de la calidad en los servicios públicos: distintos conceptos, distintas medidas, distintas soluciones. XIII Encuentro de economía Pública, España, 1- 34.

Eiglier, P. & Langeard, E. (1989). *Servucción. El marketing de servicios*. Madrid: McGrawHill

Escudero, J. (2011). *Gestion Comercial y Servicio de Atencion al Cliente*. España: Paraninfo.

Ferrando Sánchez, Miguel y Granero Castro Javier (2008) *Calidad Total: Modelo EFQM de Excelencia*. España. FC Editorial. Segunda Edición.

Fornell, C. (1992). A national customer satisfaction barometer: the swedish experience.

Franco Espejel, G. M. (2003). Validación del SERVQUAL, en una institución pública mexicana. *Revista Unidad Profesional Interdisciplinaria de Ingeniería y Ciencias Sociales y Administrativas*, 33(1), 1-4.

Gallarza, M., & Gil, I. (2006). Desarrollo de una escala multidimensional para medir el valor percibido de una experiencia de servicio. *Revista Española de Investigación de Marketing*, 25-59.

Giese, J., & Cote, J. (2000). Defining consumer satisfaction. *Academy of Marketing Science*, 1-24.

Gil, I., & González, M. (2008). La investigación en valor percibido desde el marketing. *Innovar*, 9-18.

Gil, I., Sánchez, M., Berenguer, G., & González-Gallarza, M. (2005). Encuentro de servicio, valor percibido y satisfacción del cliente en la relación entre empresas.

Grönroos, C. (1978). A Service Oriented Approach to Marketing of Services. *European Journal of Marketing*, 12(8), 588-601.

Gummerson, E. (1987). *Quality – The Ericsson Approach*. Estocolmo: Ericsson.

Heskett, J., Sasser, W., & Schlesinger, L. (1997). *The Service-Profit Chain*. New York: Free Press.

Imai, M. (2001). *Kaizen, La clave de la ventaja competitiva japonesa*. México:

Continental.

IMNC. (2008). *El Instituto Mexicano de Normalización y Certificación*. Recuperado el 18 de septiembre de 2016, de Iso México 9001-2008: <http://www.imnc.org>

ISO (2016). Quality management systems. En: <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9000:ed-4:v1:en:term:3.6.2>. (Consultado el 27/08/2017).

Journal of Marketing, 6-21. Zeithaml, V., Bitner, M., & Gremler, D. (2009). *Marketing de Servicios*. Ciudad de México: McGraw-Hill/Interamericana.

Kotler, Peter (2001): *Dirección de Marketing*, edición del milenio.

Kotler, Bowen, y Makens (2005). *Marketing para hotelería y turismo*. México D.F.: Prentice-Hall.

Kotler, P. y Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de marketing*. México D.F.: McGraw Hill.

Ley Orgánica de la Universidad Autónoma de Baja California. Artículo 1ero. *Diario Oficial del Estado de Baja California*. (28 de febrero de 1957). Mexicali, Baja California, Mexico: *Diario Oficial del Estado de Baja California*.

Morales, M. E. (2015). *Programa de Desarrollo Campus Tijuana 2015-2019*. Mexico: UABC.

Morales, M. E. (2015). *Vicerrectoría Tijuana*. Recuperado el 18 de septiembre de 2016, de Bienvenida: <http://www.tij.uabc.mx/campus/index.php>

Morillo, M. (2010). La calidad del servicio de instituciones financieras en el municipio de Libertador del estado de Mérida. *Economía XXXIV*,(27), 199-223

Parker, C., & Mathews, B. (2001). Customer satisfaction: contrasting academic and consumers' interpretations. *Marketing Intelligence & Planning*, 38-44.

Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1985b). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 41-50.

Porto, J. P. (25 de agosto de 2008). *Definiciones*. Recuperado el 20 de septiembre de 2016, de <http://www.definiciones.com>

- Ramírez, D. P. (1997). *Historia de la Universidad Autónoma de Baja California 1957- 1997*. pp.47-51. Mexico: UABC.
- Reichheld, F. (1996). *The loyalty effect*. Boston: Harvard Bussiness School Press.
- 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*. Buenos Aires: Cuyo
- Sánchez, J., Callarisa, L., Rodriguez, R., & Moliner, M. (2006). Perceived value of the purchase of a tourism product. *Tourism Management*, 394-409.
- Sarukhán Kermes José, *Educación, visiones y revisiones*, en Fernando Solana (coord.), Fondo Mexicano para la Educación y el Desarrollo, Siglo XXI, México, 2006, pp. 143.
- SEP, *Equidad, Calidad e Innovación en el Desarrollo Educativo Nacional*, México, 2005.
- Valarie Zeithaml y Mary Jo Bitner ,*Services Marketing*, McGraw-Hill, 1996.
- Zaragoza Radua, J. M.(2003). *Actitudes del Proferosrado de Secundaria Obligatoria hacia la Evaluacion de los Aprendizajes de los Alumnos*. Tesos doctoral, Universidad Autonoma de Barcelona, Barcelona.
- Zeithaml, V. (1988). Consumer perceptions of price, quality and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 2-22.
- Zeithaml, V. & Parasuraman, A. (2004).*Relevant knowledge series: Service Quality*. Cambridge, Mass.: Marketing Science Institute.
- Zeithaml, V., Berry, L.L. & Parasuraman, A. (1988). Communication and Control Processes in Delivery of Service Quality. *Journal of Marketing*, 52, 35-48.
- <http://csege.uabc.mx/web/csege1/estadisticas1>

# Anexos

**Universidad Autónoma de Baja California  
Facultad de Turismo y Mercadotecnia  
Maestría en Administración con énfasis en Mercadotecnia**

**ENCUESTA SOBRE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS QUE OFRECE EL DEPARTAMENTO DE SERVICIOS ESTUDIANTILES Y GESTION ESCOLAR**

El siguiente cuestionario tiene como finalidad recolectar datos para un proyecto de investigación relacionado al servicio de atención al estudiante, por lo que le agradecemos se sirva responder de forma voluntaria nuestras preguntas. Cabe señalar que toda información proporcionada será utilizada para propósitos de investigación, así mismo le informamos que no recolectaremos datos personales ni información sensible, de tal manera que su anonimato se encuentra garantizado.

**SECCIÓN I.**

**INSTRUCCIONES:** Marque con una **X** aquella respuesta que se adecúe a su persona.

Es estudiante de UABC Campus Otay? Si  No

Facultad a la que pertenece: \_\_\_\_\_

**SECCION II.**

**INSTRUCCIONES:** Marque con una **X** aquella respuesta que se adecúe a su persona.

| Edad | Genero |   | Estado Civil |                             |                                  |           |  |  |  |  |
|------|--------|---|--------------|-----------------------------|----------------------------------|-----------|--|--|--|--|
|      | F      | M | Soltero (a)  | Casado (a) /<br>Union libre | Separado (a) /<br>Divorciado (a) | Viudo (a) |  |  |  |  |

¿Qué servicios ha solicitado en el Departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar durante los pasados 6 meses?

|  |   |  |                             |  |   |
|--|---|--|-----------------------------|--|---|
| <input type="checkbox"/> Becas         | <input type="checkbox"/> Digitalización | <input type="checkbox"/> Constancias estudio | <input type="checkbox"/> de | <input type="checkbox"/> Trámite de Titulación               | <input type="checkbox"/> Seguro Facultativo           |
| <input type="checkbox"/> Carta Pasante | <input type="checkbox"/> de Inscripción | <input type="checkbox"/> Re- inscripción     |                             | <input type="checkbox"/> Expedición/Duplicados de Credencial | <input type="checkbox"/> Aclaración de calificaciones |

|  |   |   |   |   |   |   |   |
|--|---|---|---|---|---|---|---|
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| ¿Cuál es el total de cuartos o habitaciones con que cuenta su hogar? |   |   |   |   |   |   |   |

|  |   |   |   |          |
|--|---|---|---|----------|
|  | 1 | 2 | 3 | Más de 3 |
| ¿Cuántos baños completos con regadera y W.C. (excusado) hay para uso de los integrantes de su hogar? |   |   |   |          |

|  |    |    |
|--|----|----|
|  | SI | NO |
| ¿Cuenta con regadera funcionando en alguno de los baños? |    |    |

|   |     |      |       |       |           |
|---|-----|------|-------|-------|-----------|
|   | 0-5 | 6-10 | 11-15 | 16-20 | Más de 21 |
| Contando todos los focos que utiliza su hogar, incluyendo los de techos, paredes y lámparas de buró o piso. ¿Cuántos focos tiene su vivienda? |     |      |       |       |           |

|  |                          |                                 |
|--|--------------------------|---------------------------------|
|  | Tierra o cemento (Firme) | Otro tipo de material o acabado |
| ¿El piso de su hogar es predominantemente de tierra o cemento o de algún otro tipo de acabado? |                          |                                 |

|  |   |   |   |          |
|--|---|---|---|----------|
|  | 1 | 2 | 3 | Más de 3 |
| ¿Cuántos automóviles propios tienen en su hogar? |   |   |   |          |

|   |    |    |
|---|----|----|
|   | SI | NO |
| ¿Su hogar cuenta con estufa de gas o eléctrica? |    |    |

¿Pensando en la persona que aporta la mayor parte del ingreso en su hogar. ¿Cuál fue el último año de estudios que completó?

|  |   |  |  |  |
|--|---|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> No estudió            | <input type="checkbox"/> Primaria Incompleta  | <input type="checkbox"/> Primaria Completa       | <input type="checkbox"/> Secundaria Incompleta | <input type="checkbox"/> Secundaria Completa     |
| <input type="checkbox"/> Carrera Comercial     | <input type="checkbox"/> Carrera Técnica      | <input type="checkbox"/> Preparatoria Incompleta | <input type="checkbox"/> Preparatoria Completa | <input type="checkbox"/> Licenciatura Incompleta |
| <input type="checkbox"/> Licenciatura Completa | <input type="checkbox"/> Diplomado o Maestría | <input type="checkbox"/> Doctorado               |  |  |

### SECCION III.

**Instrucciones:** Basándose en su experiencia como estudiante y usuario de los servicios que ofrece el departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar, (SEyGE) de la UABC, por favor indiquenos, hasta que punto considera que este departamento posee las características descritas en cada cuestión.. **Marque con una X la opción que recoge su valoración de acuerdo a la siguiente escala:**

|  |  |  |   |   |
|--|--|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> <b>1</b> Totalmente en desacuerdo | <input type="checkbox"/> <b>2</b> En desacuerdo con la mayoría de los aspectos | <input type="checkbox"/> <b>3</b> Ni de acuerdo ni en desacuerdo | <input type="checkbox"/> <b>4</b> De acuerdo con la mayoría de los aspectos | <input type="checkbox"/> <b>5</b> Totalmente de acuerdo |
|--|--|--|---|---|

| FIABILIDAD             |   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|------------------------|---|---|---|---|---|---|
| 1                      | Cuando el personal de SE y GE promete entregarle algún documento, lo cumple en tiempo y forma   |   |   |   |   |   |
| 2                      | Cuando Usted tiene algún problema, el personal de SE y GE muestra interés en resolverlo   |   |   |   |   |   |
| 3                      | El personal de SE y GE le da importancia a su problema en primera instancia   |   |   |   |   |   |
| 4                      | El personal de SE y GE cumple los horarios de atención y la entrega de documentos según lo previsto   |   |   |   |   |   |
| 5                      | El personal de SE y GE le realiza el trámite sin error  |   |   |   |   |   |
| CAPACIDAD DE RESPUESTA |   |   |   |   |   |   |
| 6                      | El departamento de SE y GE informa claramente sobre los horarios de atención.   |   |   |   |   |   |
| 7                      | El personal de SE y GE lo atienden de manera rápida.  |   |   |   |   |   |
| 8                      | El personal de SE y GE se interesa en su problema.  |   |   |   |   |   |
| 9                      | El personal de SE y GE siempre tienen disposición para atenderle.   |   |   |   |   |   |
| SEGURIDAD              |   |   |   |   |   |   |
| 10                     | El trato que le da el personal de SE y GE le inspira confianza.   |   |   |   |   |   |
| 11                     | Se sintió seguro al realizar los trámites en el departamento de SE y GE.  |   |   |   |   |   |
| 12                     | El personal administrativo del Departamento de SE y GE es atento y educado en el trato con los estudiantes.                                 |   |   |   |   |   |
| 13                     | El personal administrativo del Departamento de SE y GE posee los conocimientos suficientes para dar respuesta a sus inquietudes.            |   |   |   |   |   |
| EMPATIA                |   |   |   |   |   |   |
| 14                     | El personal administrativo del Departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar está siempre dispuesto a ayudar a los estudiantes. |   |   |   |   |   |
| 15                     | El personal del Departamento de SE y GE le brinda atención personalizada.   |   |   |   |   |   |
| 16                     | Los horarios de atención del departamento de SE y GE le son convenientes.   |   |   |   |   |   |
| 17                     | El departamento de SE y GE le da a conocer los horarios y servicios que ofrece.   |   |   |   |   |   |
| ELEMENTOS TANGIBLES    |   |   |   |   |   |   |
| 18                     | El Departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar posee adecuadas instalaciones y equipamientos.                                 |   |   |   |   |   |
| 19                     | El departamento de SE y GE posee tecnología reciente (hardware y software).   |   |   |   |   |   |
| 20                     | El Departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar posee acceso a discapacitados.   |   |   |   |   |   |
| 21                     | El personal del Departamento de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar presenta apariencia pulcra.                                       |   |   |   |   |   |
| 22                     | La publicidad o información es visualmente atractiva.   |   |   |   |   |   |

**Gracias por su colaboración.**