



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES**



**LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS EN LOS PROCESOS DE  
CONTRATACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS, REALIZADOS EN  
UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA, EN EL PERIODO 2010. CASO:  
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA, CAMPUS  
ENSENADA**

**TESIS QUE  
PARA OBTENER EL GRADO DE:  
MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN**

**PRESENTA**

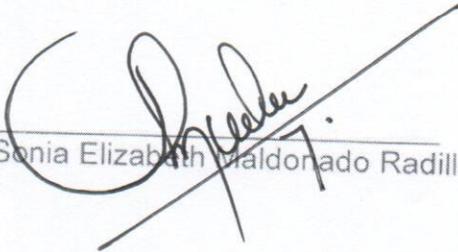
**MA. DEL CARMEN TOLEDO SÁNCHEZ**

**Ensenada, B. C.**

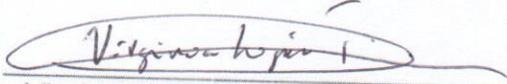
**Mayo de 2011**

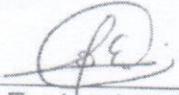
## CONSTANCIA DE APROBACIÓN

Director de la Tesis:

  
M.A. Sonia Elizabeth Maldonado Radillo

Aprobado por los Integrantes del Sínodo:

1.-   
Dra. Virginia Guadalupe López Torres

2.-   
M.A. Lourdes Evelyn Apodaca del Ángel

*A mi amado esposo, a mis queridos hijos, a mi adorada madre y a mi gran amiga  
Patty; por su apoyo incondicional y estar conmigo en cada momento.*

## **Agradecimientos**

A Dios por estar siempre a mi lado, aunque no me lo merezca.

A mi director de tesis M.A. Sonia Elizabeth Maldonado Radillo, muchas gracias por su gran apoyo, por la paciencia que me tuvo en todo momento, por el tiempo que me brindo para sacar adelante mi trabajo terminal y por compartir sus conocimientos para lograr mi meta.

A mis sinodales por el tiempo que se tomaron para revisar mi trabajo terminal.

A la Universidad Autónoma de Baja California por darme la oportunidad de seguir preparándome profesionalmente.

A mi preciosa Camila por descuidarte y tú sin saber el porqué.

A Carlos mi esposo y Saúl mi hijo por estar siempre a mi lado.

A ti mami querida por darme ánimos de seguir preparándome profesionalmente.

A mi amiga Paty Martínez por su cariño y apoyo para seguir adelante.

A mis compañeros de oficina, por su disponibilidad cuando solicitaba de su ayuda.

## Resumen

El desarrollo de este trabajo se lleva a cabo con la idea de aportar información confiable y relevante que permita establecer medidas que fortalezcan la calidad del servicio de los empleados cuya función es adquirir bienes y servicios para la institución. El presente estudio es de tipo descriptivo, cuyo objetivo consiste en evaluar la calidad en el servicio que prestan los empleados que manejan los procesos de contratación que se llevan a cabo en la Universidad Autónoma de Baja California, campus Ensenada durante el periodo 2010 a través de la percepción del personal administrativo y docentes que solicitan la contratación de bienes y servicios. Para la recolección de los datos se trabajó con un cuestionario integrado por 22 ítems distribuidos en cinco variables, el cual tomó en cuenta el modelo *SERVPERF* de Cronin y Taylor (1992). El instrumento mostró una alta consistencia interna ( $\alpha$  Cronbach=0.959). Los resultados revelaron que la percepción de los usuarios sobre la calidad en el servicio es buena. Siendo la variable Seguridad la mejor evaluada al contrario a la variable Confiabilidad siendo la más baja, lo cual es recomendable poner mayor atención en este punto, con el fin de elaborar un plan de mejora que ayuden al perfeccionamiento de las actividades para ser excelentes en la prestación del servicio.

**Palabras Clave:** calidad, calidad en el servicio, percepciones.

## Tabla de Contenido

Introducción	1
Justificación	4
Objetivos	5
Preguntas de Investigación	6
Hipótesis Alternativas	6
Alcance de la Investigación	7
<b>Capítulo 1 Marco Referencial</b>	
1.1 Calidad	8
1.2 Calidad en el Servicio	10
1.2.1 Definición de la Calidad en el servicio	10
1.2.2 Modelos de la Calidad en el Servicio	12
1.2.3 Estudios sobre la calidad en el servicio	15
1.2.4 Medición de la calidad en el servicio	18
1.2.5 Dimensiones	21
1.3 Instituciones de Educación Superior	26
1.3.1 Composición Nacional	26
1.3.2 Composición de la Educación en Baja California	29
<b>Capítulo 2 Metodología</b>	
2.1 Descripción del área de estudio	32
2.2. Tipo de estudio	33
2.3 Determinación del tamaño de la muestra	33
2.4 Caracterización de la población	35
2.5 Instrumento de medición para la recolección de datos	36
2.5.1 Diseño del Instrumento	36
2.5.2 Estructura del instrumento	38
2.5.3 Análisis de datos	38

2.5.4	Fiabilidad del instrumento	39
2.6	Procedimiento para la aplicación del instrumento	41
<b>Capítulo 3 Resultados y Análisis</b>		
3.1	Condición laboral	42
3.2	Partes interesadas	43
3.3	Análisis de la percepción de los usuarios respecto a la calidad en el servicio que ofrece el DSA	44
3.3.1	Estadísticos descriptivo	44
3.3.2	Variable Elementos Tangibles	45
3.3.3	Variable Confiabilidad	48
3.3.4	Variable Capacidad de Respuesta	52
3.3.5	Variable Seguridad	55
3.3.6	Variable Empatía	58
<b>Capítulo 4 Conclusiones, Recomendaciones y Limitaciones</b>		
	Recomendaciones	64
	Limitaciones	64
	Anexo	66
	Referencias	68

## Lista de Tablas

Número		Página
1.1	Estudios realizados sobre la Calidad	9
1.2	Estudios realizados en la Calidad en el Servicio	16
1.3	Escala de Servqual	19
1.4	Calidad en el servicio y sus dimensiones	22
1.5	Variables para este estudio	26
1.6	Subsistemas del Sistema de Educación Superior	28
2.1	Ficha técnica de estudio	34
2.2.	Composición del instrumento de medición	37
2.3	Baremo de intensidad para la Calidad en el Servicio	38
2.4	Análisis de fiabilidad del instrumento	39
2.5	Análisis de fiabilidad del instrumento aplicado a cada ítem y dimensión (alfa de Cronbach)	40
3.1	Estadísticos descriptivos Variable calidad	44
3.2	Estadísticos descriptivos variables independientes	45
3.3	Frecuencias- El DSA cuenta con equipos de cómputo, herramientas de trabajo, etc. actualizados y modernos	47
3.4	Frecuencias-Las instalaciones físicas del DSA son visualmente atractivos	47
3.5	Frecuencias-El personal tiene apariencia limpia y alineada.	48
3.6	Frecuencias-Los elementos materiales y documentación relacionada con el servicio que ofrece el DSA son visualmente atractivos.	48
3.7	Frecuencias- Cuando el personal promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace	50
3.8	Frecuencias-El personal muestra interés en solucionar problemas.	50
3.9	Frecuencias- El personal realiza bien el servicio a la primera vez.	51
3.10	Frecuencias- El personal concluye el servicio en el tiempo prometido	51
3.11	Frecuencias- El personal mantiene sus expedientes sin errores	52

3.12	Frecuencias- El personal ayuda a resolver los problemas inmediatamente	53
3.13	Frecuencias- El personal comunica cuando concluirá el servicio ofrecido	54
3.14	Frecuencias- El personal ofrece un servicio puntual.	54
3.15	Frecuencias- El personal muestra disponibilidad para ayudar.	55
3.16	Frecuencias- El personal se encuentra disponible para atenderle.	55
3.17	Frecuencias- El comportamiento del Departamento de Servicios Administrativos le inspira confianza.	56
3.18	Frecuencias- Se siente seguro en sus trámites realizados con el Departamento de Servicios Administrativos.	57
3.19	Frecuencias- El personal del Departamento de Servicios Administrativos es amable con Usted.	57
3.20	Frecuencias- El personal tiene conocimientos suficientes para responder a sus preguntas	58
3.21	Frecuencias- El Departamento de Servicios Administrativos tiene horarios de trabajo adecuado para todas las partes interesadas	59
3.22	Frecuencias- El Departamento de Servicios Administrativos cuenta con personal que le ofrece una atención personalizada	60
3.23	Frecuencias- El personal del Departamento de Servicios Administrativos se preocupa por los interés de las partes interesadas	60
3.24	Frecuencias- El personal del Departamento de Servicios Administrativos comprende las necesidades de las partes interesadas	61

## Lista de Figuras

<b>Número</b>		<b>Página</b>
1.1	La calidad del servicio según modelo nórdico de Grönroos	13
1.2	La Calidad del Servicio según Modelo Americano de Parasuraman, Zeithaml y Berry	14
1.3	Modelo de los tres componentes	15
3.1	Respuestas de acuerdo y totalmente para los ítems de la variable Elementos Tangibles	46
3.2	Respuesta totalmente de acuerdo y de acuerdo de los ítems de la variable confiabilidad	49
3.3	Respuesta totalmente de acuerdo y de acuerdo de los ítems de la variable Capacidad de Respuesta	53
3.4	Respuesta totalmente de acuerdo y de acuerdo de los ítems de la variable Seguridad	56
3.5	Respuesta totalmente de acuerdo y de acuerdo de los ítems de la variable Empatía	59

## Lista de Gráficas

<b>Número</b>		<b>Página</b>
2.1	Género	35
2.2	Edad de los encuestados	36
3.1	Tiempo trabajando	42
3.2	Condición laboral	43
3.3	Partes interesadas	44

## Introducción

La preocupación por la calidad, eficiencia, productividad y competitividad que existe hoy en día en las Instituciones Públicas de Educación Superior (en adelante IPES) tanto en el ámbito mundial como local, es el resultado de cambios internos y externos que las han afectado, fundamentalmente en los últimos 20 años.

En opinión de Lázaro (2000) desde principios de este siglo se han hecho evidentes una serie de desafíos en la educación superior, entre los cuales destacan la globalización, el avance tecnológico, la reducción del financiamiento, la búsqueda de la calidad de sus programas educativos. Indiscutiblemente estos desafíos han encaminado a las IPES a buscar una mayor calidad en sus servicios, no solo en lo que se refiere a parte académica sino también a cuestiones administrativas, principalmente lo referente al manejo de sus recursos.

Hay que recordar que para su subsistencia las IPES dependen de los recursos que la sociedad le aporta a través de los gobiernos federal y estatal, así como de ingresos propios. Los recursos federales y estatales que reciben, también denominados subsidios, que se clasifican con base en el uso que se les da. El subsidio federal está integrado por subsidio ordinario y extraordinario; mientras que el subsidio estatal lo integra únicamente el subsidio ordinario. Un subsidio ordinario cubre el gasto corriente que se destina al sostenimiento de la operación regular de las instituciones; cada año se asigna un presupuesto “irreductible”, igual al costo operativo del ejercicio del año inmediato anterior, más un incremento para cubrir el aumento de costos asociados tanto a servicios personales como a gastos de operación. Las aportaciones federal y estatal al subsidio ordinario de cada universidad se establecen y formalizan a través de un convenio tripartito anual suscrito por el Gobierno Federal, el Gobierno Estatal y la Universidad correspondiente (SES, 2003).

Respecto del subsidio extraordinario, éste se asigna recursos destinados a mejorar y asegurar la calidad de la educación superior mediante programas específicos, tales como: Programa del Mejoramiento del Profesorado (PROMEP), Fondo para la Modernización de la Educación Superior (FOMES), Fondo de Inversión para las Universidades Públicas Estatales con Programas Evaluados y Acreditados (FIUPEA), Programa de Apoyo al Desarrollo Universitario (PROADU) y el Fondo de Aportaciones Múltiples (FAM). Dentro de los subsidios extraordinarios, los recursos más importantes por su cuantía son aquellos que se destinan al fortalecimiento institucional, éstos forman parte del llamado Programa Integral de Fortalecimiento Institucional (en adelante, PIFI) (SES, 2003).

Una vez que las IPES reciben los diferentes subsidios, los mecanismos que emplea para adquirir bienes, arrendar, contratar servicios son: 1. Licitación Pública; 2. Invitación a cuando menos tres personas; y 3. Adjudicación directa. Estos mecanismos están descritos en la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos y Servicios del Sector Público (LAAySSP); sin embargo para elegir cualquiera de éstos procedimientos, se toma como referencia el monto estimado de la contratación; esto es, a partir de la cuantía del bien o servicio, se decide el procedimiento que habrá de seguirse.

Llevada a cabo la selección del procedimiento, es necesario decidir la normatividad que deberá aplicarse. Dependiendo del tipo de recursos, esto es si son federales o propios, las contrataciones de los bienes y servicios deben realizarse conforme se estipula en la LAAySSP en el primer caso, o el Reglamento aplicable para cada IPES, en el segundo caso.

Los procedimientos de Licitación, Invitación a cuando menos tres personas y Adjudicaciones directas han tenido mayor transparencia con la aparición de la Ley Federal de Federal de la Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental (en adelante, LFTAIPG) que fue publicada en el Diario Oficial de la Federación en junio del 2002. Su finalidad consiste en proveer lo necesario para

garantizar el acceso de toda persona a la información en posesión de entidad federal (LFTAIPG art. 1). En términos generales, los objetivos más importantes de esta Ley consiste en transparentar la gestión pública, favorecer la rendición de cuentas de los ciudadanos y contribuir con la democratización de la sociedad mexicana (LFTAIPG art. 5).

Dentro de los procedimientos Licitación, Invitación a cuando menos tres personas y Adjudicaciones directas, un punto fundamental es sin duda lo relativo a la percepción del personal académico y administrativo (usuarios) que recibe el servicio en los procesos de contratación que realiza el personal de las IPES, ya que éstos son uno de los actores principales del proceso de contratación. Aun cuando los procedimientos se siguen puntualmente como lo señala la Ley, a la fecha, no existen estudios formales que den a conocer las opiniones de los usuarios respecto a la forma de cómo se conducen los procesos de contratación de bienes y servicios.

Conocer la opinión de los usuarios respecto a la calidad en los servicios, “pueden ser consideradas como resultado de diferentes factores y dimensiones, que resultan ser instrumentos útiles tanto en la definición y análisis de los problemas como en la evaluación del cumplimiento de las normas” (Gattinara, Ibacache y Puente, 1995, p.425). La apreciación de los usuarios acerca de la satisfacción, confiabilidad y comunicación sobre la percepción y expectativas que son componentes importantes para la evaluación de los servicios.

Por esta razón y con el objeto de dar certeza del buen manejo de los subsidios, es conveniente conocer la calidad en los servicios con respecto al manejo de los procesos de contratación que llevan a cabo el personal de las IPES, ya que éstos involucran la gestión de los recursos.

## **Justificación**

La gestión de los procesos de contratación que realiza el personal de las IPES debe apegarse a lo que marcan las leyes y reglamentos que rigen los procedimientos de adquisiciones de bienes y servicios; no obstante, es importante conocer el comportamiento y la forma de trabajar del personal de esas IPES para cumplir con las necesidades que demandan las instituciones. Este comportamiento puede ser detectado a través de la percepción de los usuarios involucrados en estos procesos, lo cual está previsto en todas las organizaciones con Sistemas de Gestión de Calidad pues éstos deben cumplir con una norma relativa a la mejora del desempeño. En ese documento se enfatiza que: “La dirección debería establecer las relaciones con los usuarios y aliados de negocios para facilitar la comunicación con el objetivo de mejorar mutuamente la eficacia y eficiencia de los procesos que crean valor”, lo cual redundaría en la calidad del servicio (IMNC, 2001).

En la misma norma se puntualiza que una de las oportunidades para que las organizaciones incrementen su calidad es involucrarlos en la identificación o detección de aspectos que favorezcan la validación de la capacidad de los procesos

En este trabajo se pretende identificar cuál es la calidad en el servicio que prestan los empleados administrativos de una universidad pública involucrados en la realización de los procesos de contratación.

Para esta investigación se considera que se cuenta con los recursos necesarios para llevarla a cabo; de igual manera se estima contar con el tiempo suficiente, el acceso a la información, la disponibilidad por parte de los usuarios para ser encuestados, por lo cual existe la certeza de que la investigación es viable.

Las aportaciones de esta investigación pueden ser moderadas; sin embargo, son importantes porque proporcionarán el soporte para la elaboración de un plan de mejora continua de los procesos de contratación y reforzarán el marco del Sistema de Gestión de Calidad de las IPES lo cual se traducirá en un incremento del prestigio de la organización.

## **Objetivos**

La necesidad de ampliar los conocimientos es materia de calidad en el servicio en los procesos de contratación en la Universidad Autónoma de Baja California (en adelante UABC), contribuye al planteamiento de este estudio, a través de los siguientes objetivos.

### **Objetivo General**

Evaluar la calidad en el servicio que prestan los empleados que manejan los procesos de contratación que se llevan a cabo en la UABC, campus Ensenada durante el periodo 2010.

### **Objetivos Específicos**

Describir si los elementos tangibles (aparición de instalaciones físicas, equipos y personal) son evidentes para el usuario que solicita la contratación de un bien o servicio.

Describir la confiabilidad de los empleados que manejan los procesos de contratación.

Describir la capacidad de respuesta de los empleados que manejan los procesos de contratación.

Describir la seguridad en el manejo de la información que utilizan los empleados que llevan a cabo procesos de contratación.

Describir la empatía que existe entre los usuarios que solicitan la contratación de un bien o servicio y los empleados que manejan estas contrataciones.

### **Preguntas de Investigación**

¿Son evidentes los Elementos Tangibles (apariencia de instalaciones físicas, equipos y personal) para los usuarios que solicitan la contratación de un servicio?

¿Inspira Confiabilidad el personal que maneja los procesos de contratación de la UABC?

¿Existe Capacidad de Respuesta por parte del personal cuando se llevan a cabo los procesos de contratación?

¿Ofrece Seguridad el personal cuando se llevan a cabo los procesos de contratación?

¿Existe Empatía entre el personal que lleva a cabo los procesos de contratación y el usuario solicitante del servicio?

### **Hipótesis Alternativas**

Ha1 Son evidentes los Elementos Tangibles (apariencia de instalaciones físicas, equipos y personal) para los usuarios que solicitan la contratación de un servicio.

Ha2 Inspira Confiabilidad el personal que maneja los procesos de contratación.

Ha3 Existe Capacidad de Respuesta por parte del personal cuando se llevan a cabo los procesos de contratación.

Ha4 Ofrece Seguridad el personal cuando se llevan a cabo los procesos de contratación.

Ha5 Existe Empatía entre el personal que lleva a cabo los procesos de contratación y el usuario solicitante del servicio.

### **Alcance de investigación**

El principal alcance de esta investigación consiste en aportar información confiable y relevante a la UABC, con relación a la calidad de los servicios prestados por personal del Departamento de Servicios Administrativos (en adelante DSA) de la UABC, respecto a la gestión de los procesos de contratación con la intención de establecer medidas de mejora en sus procesos de contratación de bienes y servicios para contribuir al fortalecimiento en el servicio.

El estudio se limita conceptualmente a la calidad en el servicio, especialmente al área de servicios administrativos de una universidad pública; temporalmente cubre el periodo 2010.

Esta investigación está integrada por cuatro capítulos: 1. Marco Referencial, menciona algunos estudios sobre la calidad en el servicios, describe los rasgos de las instituciones de educación superior; el Capítulo 2. Metodología hace referencia del área de estudio, tipo de estudio, así como el instrumento utilizado para la recolección de los datos; en el 3. Capítulo Resultados y Análisis se presentan los resultados de la percepción de los usuarios con relación a la calidad en el servicio, los estadísticos descriptivos de las variables utilizadas para este estudio; y en el Capítulo 4 Conclusiones, Recomendaciones y Limitaciones se describen los hallazgos encontrados así como recomendaciones para mejorar el servicio.

## **Capítulo 1**

### **Marco Referencial**

En este capítulo se describen algunos conceptos relacionados con el tema de este estudio; tales como: Calidad, Calidad en el Servicio, Instituciones de Educación Superior, los cuales servirán como base para la presente investigación.

#### **1.1 Calidad**

El término “calidad” es utilizado cada vez con más frecuencia en las compañías, ya sea en los sectores de alimentos, industria o servicios, en tecnologías informáticas e inclusive en el campo de la educación. Se dice que actualmente no es suficiente con proporcionar un servicio sino que es necesario ofrecerlo con calidad (Ventura, 2008).

La calidad tiene múltiples significados, puede entenderse de diferentes maneras dependiendo de la situación o el enfoque que se le quiera dar. Ha sido estudiada por muchos años y por varios autores. La Tabla 1.1 muestra las aportaciones sobre el tema de la calidad han hecho diversos autores.

**Tabla 1.1. Estudios realizados sobre la Calidad**

Autor	Aportación
Genichi Taguchi (1989)	Contribuyó al desarrollo de estándares industriales en Japón con la aplicación de métodos estadísticos para el mejoramiento de productos y procesos “la calidad de un producto es medible en términos de sus características
Edwards W. Deming (1989)	Responsabilidad de la calidad a personal gerencial de alto nivel, 14 puntos de la gestión, ciclo PECA. El control de Calidad no significa alcanzar la perfección. Significa conseguir una eficiente producción con la calidad que espera obtener en el mercado. La calidad reside en la traducción de las necesidades futuras del usuario a características conmensurables
Joseph M. Juran (1990)	Logró desarrollar los costos de la calidad, con la trilogía de la calidad (planeación, organización y responsabilidad). La calidad no es un lujo; define a la calidad como “adecuación al uso”
Caplan (1990)	Ubica la calidad como un sistema que desarrolla sus políticas, estándares objetivos y manual de calidad
Philips Crosby (1991)	La calidad total orientada en la fabricación, la define como “el cumplimiento de los requisitos”, fue promotor del programa “cero defectos” adoptado por el gobierno federal de E.U. (hacerlo bien a la primera) la calidad es una entidad alcanzable, medible y rentable.
Armand V. Feigenbaum (1992)	Sistema efectivo para integrar el desarrollo y mantenimiento de la calidad y los esfuerzos por mejorarla, que se logre aplicar en la mercadotecnia, ingeniería y servicio a todos los niveles de satisfacción total del cliente. Define de calidad como herramienta para mejorar continuamente.
Karou Ishikawa (1994)	Fue el primero que utilizó el término Control Total de Calidad (TQC) en Japón. Observó que los círculos de calidad eran más importantes para la industria de servicio que para la de manufactura.
Jan Carlzon	En su estrategia de calidad se documentó a todos los pasos que el cliente sigue para recibir el servicio, desde el punto de vista del cliente, a este se le llama el ciclo de servicio. Es el creador del concepto momentos de la verdad, a partir del cual desarrollo un programa de administración de la calidad para empresas de servicio.

Fuente: Elaboración propia a partir de Gutarra (2002) y Sánchez (2005).

Como se aprecia en la tabla anterior, se ha estudiado la calidad enfocada a las empresas que producen bienes como respuesta a la competencia y con la finalidad de mejorar la eficiencia en sus actividades. Conocer la calidad de un producto, es un proceso relativamente fácil que debe cumplirse con

especificaciones definidas para determinar la satisfacción del cliente, pero hablar de definición y medición de calidad en el servicio plantea varios inconvenientes debido a las diferencias que se presentan entre las características de los servicios y de los productos (López y Serrano, 2001).

## **1.2 Calidad en el Servicio**

La calidad en el servicio es un tema actual dentro de la línea de investigación de la mercadotecnia, cuya literatura es relativamente vasta. El análisis de la calidad en el servicio se inicia en 1985 con una serie de estudios donde se propone el primer modelo para efectuar la medición de la calidad en el servicio.

### **1.2.1 Definición de la Calidad en el Servicio**

Actualmente la calidad en el servicio es un tema multicitado en muchos discursos, tesis o ponencias sobre todo en lo que respecta a las IPES.

De acuerdo a Alén y Rodríguez (2004) la calidad de servicio “no es fácil de abordar en su definición. Por un lado, ha experimentado una gran evolución a lo largo de los años y, por otro, es difícil de definir porque en diferentes circunstancias significan cosas distintas” (p. 4). Para estos autores, la calidad es lo que opinan los clientes del servicio, que se centra en cubrir las necesidades y requerimientos de los consumidores para conocer hasta donde se alcanzan sus expectativas del servicio prestado.

Para alcanzar las expectativas del servicio prestado, se examinan diferentes investigaciones teóricas y empíricas sobre la calidad del servicio y su medición. Según señala Losada y Rodríguez (2007):

Un cambio en la visión objetiva de la calidad del servicio, se gesta a partir de Grönross (1982 y 1984), quien manifiesta que dada su inmaterialidad, los servicios requieren una activa interacción entre el comprador y el proveedor. Esta relación origina el concepto de calidad del servicio percibida, que implica el juicio subjetivo del cliente sobre el servicio que recibe (p. 241).

Colmenares y Saavedra (2007) distinguen el concepto de calidad desde dos puntos de vista: calidad objetiva que se enfoca en la perspectiva del productor y en calidad subjetiva centrada en la perspectiva del consumidor. Mencionan que la calidad percibida en los servicios es subjetiva debido a que su evaluación es más compleja en comparación con la de los productos.

Setó Pamies (2004) define calidad de servicio como “la comparación entre lo que el cliente espera recibir (sus expectativas) y lo que realmente recibe o él percibe que recibe (desempeño o percepción del resultado del servicio)” (p.17).

La calidad en el servicio se da a través de la percepción del cliente, es por ello que el concepto de la calidad en el servicio, permite la elaboración de escalas para su medición que han sido aplicadas en diferentes tipos de servicios; la aparición de estos instrumentos de medida han permitido crear una línea de investigación en torno a la calidad de servicio, cuya importancia se debe a que suele implicar un incremento en la satisfacción y en la lealtad de los clientes (Capellaras, 2001).

Ramírez, Rodríguez y Zapata (2005) comentan que en la década de los ochenta iniciaron en el área de mercadotecnia, demostrando que las características de un servicio es muy diferente a las características de un producto, así que no se puede percibir de igual manera la calidad en el servicio a la calidad de un producto, por lo tanto definen las características principales de los servicios como: intangibilidad, inseparabilidad, heterogeneidad y perecibilidad.

Por su parte, Garvin (1988) propuso que el concepto de calidad de un producto o de un servicio se compone de ocho dimensiones, ampliando así la perspectiva del

concepto de calidad de una organización y su participación en el mejoramiento y en la gestión.

Dichas dimensiones son: 1. Rendimiento: una característica operativa primaria de un producto/de un servicio; 2. Características: extras o complementos; 3. Confiabilidad: la probabilidad de ausencia de funcionamiento defectuoso o de avería durante un período de tiempo específico; 4. Conformidad: el grado en que el diseño de un producto y sus características operativas cumplen las normas establecidas; 5. Durabilidad: medida del tiempo de vida de un producto; 6. Utilidad: rapidez y facilidad de reparación; 7. Estética: el aspecto, tacto, gusto y olor de un producto y 8. Calidad percibida: la calidad tal como la percibe un consumidor, un cliente o un estudiante.

Según Rojas (2007) concluye que “la calidad del servicio es la orientación que siguen todos los recursos y empleados de una empresa para lograr la satisfacción de los clientes” (p.37 ).

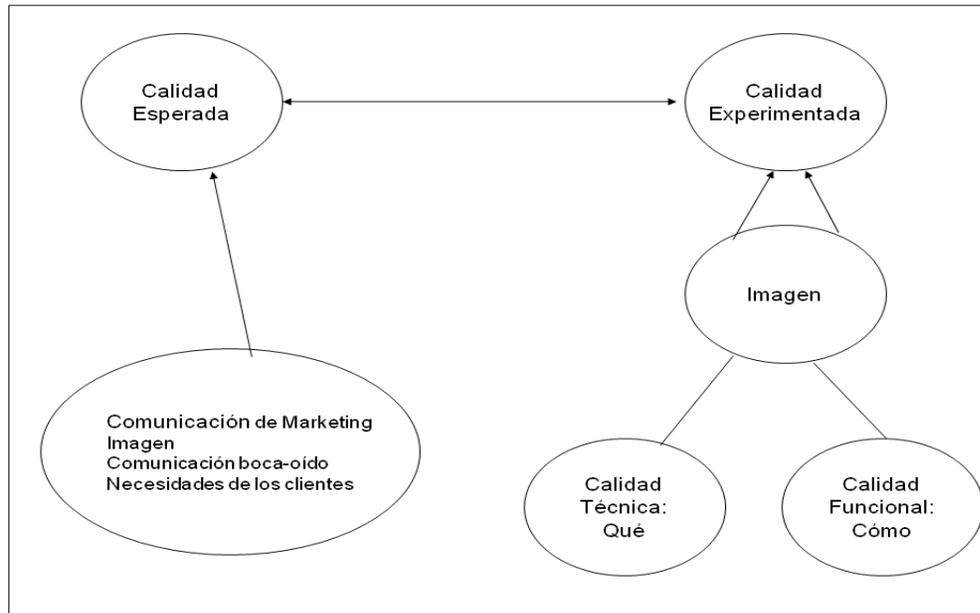
Quizás una de las definiciones de calidad de servicio más aceptada y utilizada sea la que sugieren Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988); citado por Alén y Rodríguez (2004) quienes explican que la calidad percibida es la amplitud de la discrepancia o la diferencia que existe entre las expectativas o deseos de los clientes (servicio esperado) y sus percepciones (servicio percibido).

### **1.2.2 Modelos de la calidad en el servicio**

Setó Pamies (2004) indica que existen dos modelos de la evaluación de la calidad de servicio: el nórdico y el americano. Menciona este autor que fue Grönroos (1984) quien desarrolló el modelo nórdico mostrado en la figura 1.1, en la cual los consumidores evalúan la calidad del servicio esperado con el recibido y que está en función a las dimensiones de: 1. Calidad Técnica (qué); 2. Calidad Funcional

(cómo) y da como resultado; 3. La Imagen Corporativa (como el consumidor percibe la prestación del servicio).

**Figura 1.1. La Calidad del Servicio, según el modelo nórdico de Grönroos**

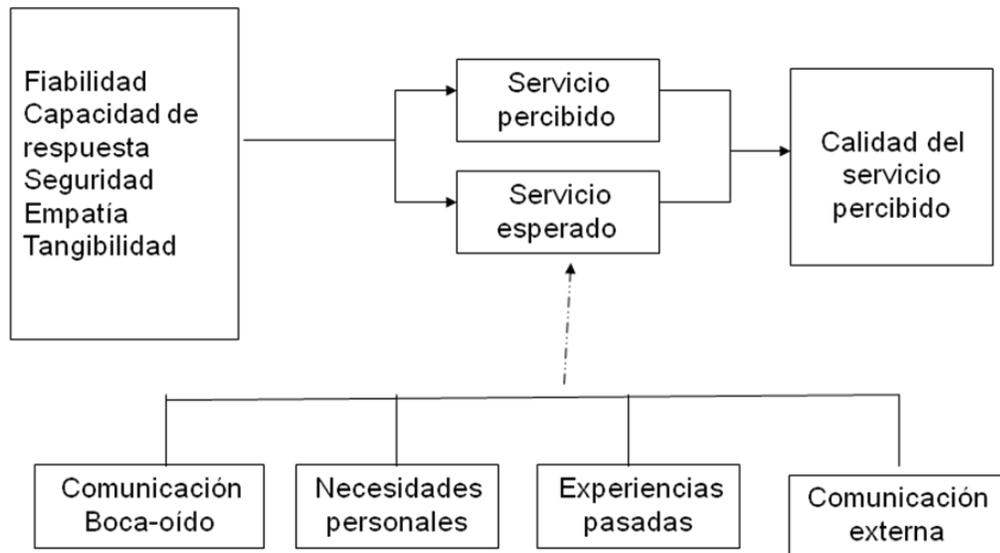


Fuente: Grönroos (1988,p.12) en Setó Pamies, (2004 p.25)

Por otro lado, Parasuraman, Zeithaml y Berry (citado por Setó Pamies, 2004), son partidarios del modelo americano; sostienen que el cliente evalúa la calidad en el servicio de igual forma que en el modelo nórdico, pero la evaluación se da contrastando la percepción del servicio esperado contra el servicio recibido. Su modelo plantea cuatro dimensiones, que intervienen para evaluar las expectativas. Las cuatro son: 1. Comunicación boca-oído; 2. Necesidades personales; 3. Experiencias personales; 4. Comunicación externa.

El modelo americano de Parasuraman et. al., se ilustra en la figura 1.2:

**Figura 1.2. La Calidad del Servicio según Modelo Americano de Parasuraman, Zeithaml y Berry**



Fuente: Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993, p.26) en Seto Pamies (2004 p. 26)

Como se puede observar en la figura anterior los deseos o expectativas de los clientes van incluidos por los cuatro factores claves que son los que determinan lo que el cliente espera de un servicio.

Menciona Duque (2005) en su investigación que existe otro modelo de medición de calidad de servicio (figura 1.3) llamado **Modelo de los tres componentes** desarrollado por Rust y Oliver en 1994 para el sector sanitario, que se compone de: 1. El servicio y sus características, 2. El proceso de envío y 3. El ambiente que rodea el servicio.

**Figura 1.3 Modelo de los tres componentes**



Fuente: Rust y Oliver (1994, p.11) en Duque (2005, p.74).

Como se muestra en la figura anterior el centro de atención es el producto físico, sin embargo al aplicarlo al servicio cambia el centro de atención pero afirma que de igual manera al hablar de empresas de servicios o de productos los tres elementos de la calidad del servicio están presentes (Duque, 2005).

### **1.2.3. Estudios sobre la calidad en el servicio**

La revisión de la literatura pone de manifiesto la existencia de una gran cantidad de estudios sobre la calidad en el servicio. Las primeras aportaciones relevantes de la calidad de un servicio fueron las de Grönroos en 1982 como un constructo de naturaleza compleja, elusiva y abstracta; Zeithaml en 1988; como un concepto multidimensional; Parasuraman, Zeithaml y Berry en 1986 la definen como un juicio global del consumidor comparando las expectativas sobre el servicio que van a recibir y las percepciones de la actuación de la empresa (Merino, 1999).

En la Tabla 1.2 se mencionan algunos estudios sobre la Calidad en el Servicio, además se incluye el tipo de variables utilizadas, el método así como las aportaciones entre otros.

**Tabla 1.2 Estudios realizados en la Calidad en el Servicio**

<b>Autor</b>	<b>Título del estudio</b>	<b>Variables</b>	<b>Método</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Aportaciones</b>
Bethencourt, Díaz, González y Sánchez (2005)	La medición de la calidad de los servicios prestados por los destinos turísticos: Caso de las islas de La Palma	Tangibilidad Fiabilidad Capacidad de Respuesta Seguridad Empatía	Método Cuantitativo  Escala Servqual	Conocer las expectativas y percepciones de calidad de un destino	Definir una estrategia de comercialización más eficaz
Capelleras, (2001)	Calidad de servicio en la enseñanza universitaria: Desarrollo y validación de una escala de medida	Actitud y comportamiento del profesorado Competencia del profesorado Contenido del plan de estudio Instalaciones y equipamiento Organización de la enseñanza	Cuantitativo y Cualitativo (observaciones y entrevistas, encuestas)	Percepción de los estudiantes en la enseñanza	Evaluación y mejora en la enseñanza
Castillejos (2009)	Análisis de la calidad del servicio en hoteles resort de bahías de Huatulco, Oaxaca	Instalaciones Organización Personal	Escala Hotelqual	Analizar la calidad del servicio otorgado por los hoteles resorts de Bahías de Huatulco, a través de la opinión del turista-cliente.	Elaboración de planes estratégicos que contribuyen a la mejora de los establecimientos de hospedaje en el centro turístico.
Gattinara, Ibacache, y Puente, (1995)	Percepción de la Comunidad acerca de la Calidad de los Servicios de Salud Públicos en los distritos Norte e Ichilo, Bolivia	Competencia Profesional Satisfacción del usuario Eficacia Eficiencia Accesibilidad	Cualitativo y cuantitativo (encuestas, grupos focales, entrevistas abiertas, observaciones)	Percepción de la población respecto a la calidad en el servicio médico	Conocer la reputación de los servicios medico prestados, Conocer la baja capacidad de los servicios y Conocer las características interculturales de la región para mejorar el servicio

Autor	Título del estudio	Variables	Método	Objetivo	Aportaciones
Mejías, Reyes y Maneiro (2006)	Calidad de los Servicios en la Educación Superior Mexicana: Aplicación del Servqualing en Baja California	Elementos Tangibles Confiabilidad Capacidad de Respuesta Seguridad Empatía	Exploratorio Instrumento de medición Servqualing	Evaluar la calidad de los servicios en las Instituciones de Educación Superior en México	Identificar oportunidades de mejora en las iniciativas de implementación de modelos de gestión de la calidad
Morillo, (2007)	Análisis de la calidad del servicio hotelero mediante la escala Servqual  Caso: Hoteles de turismo del Municipio Libertador del Estado de Mérida	Confiabilidad Responsabilidad Seguridad Empatía Tangibilidad	Cuantitativo (encuesta a huéspedes)  Escala Servqual	Expectativas y percepciones del servicio	Conocer lo que los clientes esperan del servicio,  Diseñar estándares de servicios correctos, Entregar servicios de acuerdo a los estándares diseñados, igualar el desempeño del servicio.
Riñón, (2000)	Evaluación de la calidad del servicio de préstamo de una biblioteca universitaria	Elementos Tangibles Fiabilidad Capacidad de respuesta Seguridad Empatía	Cuantitativa (encuestas a estudiantes y personal de la universidad)  (Servqual)	Percepción y expectativas del servicio	Mejorar la fiabilidad para tener la satisfacción del usuario de bibliotecas
Rodríguez, Agudo, García y Herrero, (2002)	Análisis de los factores determinantes de la calidad percibida en los espectáculos deportivos: aplicación al fútbol profesional	Toma 13 variables para conocer Factores de calidad en los servicios futbolísticos Personalidad del equipo Percepción de las instalaciones físicas Nivel de plantilla	Cualitativo y cuantitativo  Análisis factorial	Percepción de la calidad en el servicio	Mejorar la calidad en el servicio prestado a los aficionados del fútbol.

Fuente: Elaboración propia de estudios realizados por varios autores

Como se puede observar en la Tabla 1.2 en cualquier área es importante llevar a cabo un estudio de la calidad en los servicios para conocer la percepción del cliente o usuario, ya que proporciona información relevante para mejorar el servicio y conocer el grado de satisfacción del cliente o usuario.

#### **1.2.4 Medición de la calidad en el servicio**

Una vez definido el concepto de calidad en el servicio, es necesario determinar de qué manera habrá de medirse en forma válida y fiable; medirlo, es un gran reto debido a su naturaleza e intangibilidad. Existen dos escalas con mayor difusión las cuales pueden ser utilizadas para medirlas, estas son conocidas como ***Servqual*** y ***Servperf***.

##### **Escala Servqual**

Menciona Setó Pamies (2004) que Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985, 1988) desarrollaron la escala **Servqual** que permite la medición de la calidad de servicio percibida; este instrumento ayuda a evaluar las expectativas y percepciones de un cliente a través de diez dimensiones: 1.Elementos Tangibles, 2.Fiabilidad, 3.Capacidad de respuesta, 4.Profesionalidad, 5.Cortesía, 6. Credibilidad, 7.Seguridad, 8.Accesibilidad, 9.Comunicación y 10. Comprensión del cliente; este primer modelo obtuvo varias críticas, dicha escala fue revisada y posteriormente modificada por ellos mismos en 1994, reduciendo a cinco dimensiones cuyas denominaciones y definiciones se describen en la Tabla 1.3. Esta escala se basa en diferenciar entre la percepción de la calidad del servicio esperado por el cliente y lo que realmente recibe.

**Tabla 1.3. Escala de Servqual**

	DIMENSIÓN	DEFINICIÓN
⊕	Tangibilidad	Se refiere a las características físicas y apariencia, es decir, de las instalaciones, equipos, personal y otros elementos con los que el cliente está en contacto al contratar el servicio.
⊕	Fiabilidad (Confiabilidad)	Se entiende como la habilidad que tiene la organización para ejecutar el servicio prometido de forma adecuada y constante.
⊕	Capacidad de respuesta	Disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido.
⊕	Seguridad	Conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza.
⊕	Empatía	Es el grado de atención personalizada que ofrecen las empresas a sus clientes.

Fuente: citado en Caetano (2003)

Al igual que la versión anterior, también esta versión sufrió varias críticas realizadas por Cronin y Taylor (1992,1994), quienes argumentaron que la escala no sirve para medir la calidad del servicio, ni la satisfacción porque los gap (deficiencias), no se basan en un modelo de actitud sino de expectativas opuestas (Ramírez et. al. 2005).

A pesar de que la escala Servqual es una técnica ampliamente difundida y con una gran aceptación, Salvador (2005) señala que ha sido criticado duramente, debido a que se piensa que no contempla la percepción de los clientes y no recopila todos los elementos que repercuten en la calidad del servicio. Aún con las fuertes críticas recibidas a la herramienta Servqual, no se invalida el uso de sus dimensiones, ya que éstas puedan variar de una organización a otra, según indica Miguel-Dávila (2007).

Menciona Capelleras (2001) que el modelo de análisis de las deficiencias (gaps) desarrollado por Parasuraman y Zeithaml fue creado “con el propósito de analizar las causas y orígenes de los problemas de calidad del servicio y diseñar acciones específicas encaminadas a mejorar el nivel de calidad del servicio prestado”

(p.90). Las deficiencias (gaps) o la falta de calidad en la prestación del servicio se dan cuando no se igualan o superan las expectativas, estas deficiencias internas son:

Deficiencia 1: discrepancia entre las expectativas de los usuarios y las percepciones de los directivos de dichas expectativas.

Deficiencia 2. Discrepancia entre las percepciones de los directivos sobre las expectativas de los usuarios y las especificaciones o normas de calidad.

Deficiencia 3. Discrepancia entre las especificaciones de la calidad del servicio y la prestación del servicio.

Deficiencia 4: discrepancia entre la prestación del servicio y la comunicación interna.

Como consecuencia de estas cuatro deficiencias que se producen internamente en las empresas tiene lugar a la disminución de la calidad percibida por los clientes, que se le denomina deficiencia 5 (Capelleras, p.90).

### **Escala Servperf**

A raíz de las críticas realizadas a la escala Servqual, Cornin y Taylor (1992, 1994) proponen el modelo Servperf en el cual no incluyen las expectativas, únicamente el concepto de las percepciones para la medición de la calidad en el servicio (Ramírez et al., 2005).

Refiere Colmenares y Saavedra (2007) en su investigación que la escala Servperf intenta superar las limitaciones de utilizar las expectativas en la medición de la calidad percibida, sin definir concretamente el tipo y el nivel de expectativas a utilizar (expectativas de desempeño, experienciales, predictivas, normativas).

El instrumento Servperf está compuesto por 22 ítems de la escala del Servqual que sirven de indicadores para las dimensiones que los clientes toman en cuenta para evaluar la calidad en el servicio (Setó Pamies, 2004). Según señalan Alén y Rodríguez (2004), la escala Servperf posee una mayor validez de constructo y explica un mayor porcentaje de la varianza en una medida global con ítem simple de la calidad de servicio que la Servqual.

Después de un largo debate académico, Parasuraman et al., reconocieron que la propuesta de Cronin y Taylor era superior cuando se consideraba como criterio de evaluación el psicométrico o predictivo. No obstante, debe reconocerse que la posibilidad de comparar las expectativas y las percepciones de los clientes posee un valor diagnóstico que no tiene la sola medida de las percepciones (Alén y Rodríguez, 2004).

Servperf no fue la única escala que ha sido desarrollada. A lo largo del tiempo han aparecido otras escalas tales como LODGSERV (1990) para la medición de la calidad de servicio en hoteles; LOGQUAL (1994) aplicable a hostelería; DINESERV (1995) propuesta para restaurantes; HOTELQUAL(1999) para servicios de alojamiento; HISTOQUAL (2000) para casas históricas, y ECOSERV (2003) que pretende medir la calidad percibida por ecoturistas (Alén y Rodríguez, 2004).

#### **1.2.5. Dimensiones**

Para visualizar la manera práctica y concreta de responder a las preguntas de investigación, además de cubrir los objetivos fijados se debe desarrollar o seleccionar un diseño de investigación acorde a nuestro estudio (Hernández, Fernández y Baptista, 2006), es por ello en la revisión de la literatura se tomaron algunos estudios y sus dimensiones como se describen en la Tabla 1.4 que servirán de base para definir las variables de este estudio.

**Tabla 1.4 Calidad en el Servicio y sus Dimensiones**

Título del estudio	Autor	Definición de la Calidad	Dimensión
La calidad de servicio bancario: entre la fidelidad y ruptura	Merino (1999)	La percepción que tiene el cliente acerca de la correspondencia entre el desempeño y las expectativas, relacionados con el conjunto de elementos, principal y secundarios, cuantitativos y cualitativos de un servicio principal	<p><b>1. Factores de comunicación o interacción:</b> descansa en gran medida en la bondad del contacto que el cliente establece con los empleados o representantes de la entidad financiera, los factores integrados refrendan la importancia del valor humano y son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Información clara y transparente:</b> Supone ajuste de la comunicación al nivel de comprensión del cliente, también transmitir una sensación de veracidad y no ocultamiento de la información.</li> <li>• <b>Trato/amabilidad:</b> en su relación con los empleados de la entidad, la atención prestada puede ser entendida como simpatía, deseo de agradar, amabilidad respeto y cortesía. Supone la vivencia emocional de ser afirmado, respetado como cliente.</li> <li>• <b>Flexibilidad comprensión de las necesidades</b></li> <li>• <b>Profesionalidad de los empelados</b></li> <li>• <b>Factores funcionales:</b> son los que expresan lo que el cliente está recibiendo del servicio (incluidas las condiciones pactadas o prometidas del servicio) fundamentalmente</li> <li>• <b>Rapidez:</b> factor que expresa la capacidad de las entidades de dar respuesta inmediata al cliente en sus operaciones con las mismas, en gran parte dependientes de la incorporación progresiva de sistemas informáticos avanzados y su coordinación.</li> <li>• <b>Eficacia:</b> expresa el concepto de calidad de servicios como cero defectos.</li> <li>• <b>Fiabilidad:</b> seguridad y garantía de cumplimiento del servicio en las condiciones pactadas o prometidas.</li> <li>• <b>Equipamiento tecnológico:</b> grado de mecanización: es la manifestación del grado de implementación y aprovechamiento de equipos técnicos e informáticos, así como el equipamiento de atención al público.</li> </ul> <p><b>2. Factores externos, estéticos-ambientales</b> Comprende todo aquellos aspectos tangibles y fácilmente constatables que definen el marco físico de la presentación del servicio y que constituye un soporte facilitador de la misma como el nivel de implantación, acceso, comodidad/estética, sistema de seguridad.</p> <p><b>3. Factores de imagen:</b> como concepto global es uno de los principales que configuran la imagen de la empresa.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Reputación:</b> se refiere a la reputación de una entidad como afamada, de la que estiman o valoran una serie de características bien en el ámbito empresarial.</li> <li>• <b>Credibilidad:</b> se refiere a la creencia de veracidad de las promesas e informaciones de la entidad así como de honestidad.</li> <li>• <b>Solvencia y seguridad financiera:</b> se refiere a la garantía de solidez y fiabilidad financiera, a la seguridad.</li> </ul>

Título del estudio	Autor	Definición de la Calidad	Dimensión
Evaluación de la calidad del servicio de préstamo de una biblioteca universitaria	Rifón (2000)		<p><b>Elementos tangibles:</b> aspectos de las instalaciones físicas, equipos y materiales de comunicación.</p> <p><b>Fiabilidad:</b> habilidad para realizar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.</p> <p><b>Capacidad de respuesta:</b> disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido</p> <p><b>Seguridad:</b> conocimiento y atención mostrada por el personal del servicio y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza.</p> <p><b>Empatía:</b> atención individualizada que se ofrece a los usuarios.</p>
Medición de la calidad y transparencia en los procedimientos de contrataciones de bienes y servicios realizados por las Instituciones de Educación Superior Mexicanas	Caetano (2003)	Desde la perspectiva del cliente, se define como la amplitud de la discrepancia o la diferencia que existe entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones (Rodríguez, 2002)	<p><b>Tangibilidad:</b> representa las características físicas y apariencia del proveedor, es decir, de las instalaciones, equipos, personal y otros elementos con los que el cliente está en contacto al contratar el servicio.</p> <p><b>Fiabilidad:</b> implica a habilidad que tiene la organización para ejecutar el servicio prometido de forma adecuada y constante.</p> <p><b>Capacidad de respuesta:</b> representa la disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido.</p> <p><b>Seguridad (garantía)</b> son los conocimientos y atención mostrados por los empleados respecto al servicio que están brindando, además de la habilidad de los mismos para inspirar confianza y credibilidad. En ciertos servicios, la seguridad representa el sentimiento de que el cliente está protegido en sus actividades y/o en las transacciones que realiza mediante el servicio.</p> <p><b>Empatía:</b> Es el grado de atención personalizada que ofrecen las empresas a sus clientes.</p>
Diagnostico administrativo aplicado a una empresa mexicana de telefonía celular con graves problemas en la calidad del servicio que ofrece	Romo (2003)	Forma de actitud, relacionada pero no equivalente con la satisfacción, donde el cliente compara sus expectativas con lo que recibe una vez que ha llevado a cabo la transacción	<p><b>Elementos Tangibles:</b> Se refiere a la apariencia de las instalaciones, equipo.</p> <p><b>Fiabilidad:</b> indica la habilidad que tiene la organización para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidosa.</p> <p><b>Capacidad de respuesta:</b> Alude a la disposición de ayudar a los clientes para proveerlos de un servicio rápido.</p> <p><b>Seguridad:</b> Conocimiento y atención mostrados por los empleados y habilidad de los mismos para inspirar confianza y credibilidad.</p> <p><b>Empatía:</b> Atención individualizada que ofrecen las empresas a sus competidores.</p>
Calidad de los servicios en la Educación Superior Mexicana: Aplicación del Servqualing en Baja California	Mejías, Reyes y Maneiro (2006)	Es el resultado de comparar lo que el cliente espera de un servicio con lo que recibe	<p><b>Elementos Tangibles:</b> Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación</p> <p><b>Fiabilidad:</b> Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.</p> <p><b>Capacidad de respuesta:</b> Disposición y voluntad del personal de la institución para ayudar al estudiante y proporcionar el servicio.</p> <p><b>Seguridad:</b> Conocimiento y atención mostrados por el personal de la institución y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza.</p> <p><b>Empatía:</b> Cuidado y atención individualizada ofrecida a los estudiantes.</p>

Título del estudio	Autor	Definición de la Calidad	Dimensión
La Calidad en el Servicio a Clientes como una Estrategia de Diferenciación de una Empresa del ramo automotriz	Barrera (2006)	Se vincula a los de percepción y expectativas. La calidad percibida por el cliente es el resultante de comparar las expectativas sobre el servicio que va a recibir y las percepciones de las actuaciones de la empresa.	<p><b>Fiabilidad:</b> habilidad que posee una organización para suministrar el servicio prometido en forma confiable, segura y cuidadosa. Incluye puntualidad y todos los elementos que le permiten al cliente percibir los niveles de formación y conocimiento profesionales.</p> <p><b>Seguridad</b> Representa el sentimiento que tienen los clientes de que sus problemas están en buenas manos. Incluye el conocimiento y la actitud de atención que proyecte el personal y la capacidad que tenga para generar e y confianza.</p> <p><b>Elementos tangibles:</b> incluye a) la evidencia física y los elementos o artefactos que intervienen en el servicio, b) las instalaciones y equipo c) la apariencia del personal.</p> <p><b>Capacidad de Respuesta</b> actitud que se muestra para ayudar a los clientes y para suministrar un servicio rápido.</p> <p><b>Empatía</b> Ofrecer a los clientes cuidado y atención personalizado. Va más allá de la cortesía.</p>
Calidad percibida del servicio de aprovisionamiento en la industria turística	Miguel-Dávila (2007)		<p><b>Aspectos objetivos:</b> fiabilidad del servicio, elementos tangibles y capacidad de respuesta es la confiabilidad y la exactitud del servicio.</p> <p><b>Aspectos subjetivos:</b> seguridad y empatía relación que establecen los proveedores con el cliente.</p> <p><b>Aspectos genéricos de la organización</b> la fama, reputación certificaciones ISO son aquello que tienen impacto en la percepción del desempeño del servicio por parte de los clientes.</p>
Calidad en el servicio en una empresa de Publicidad como estrategia para lograr la competitividad	Rojas (2007)	Es la orientación que siguen todos los recursos y empleados de una empresa para lograr la satisfacción de los clientes; esto incluye a todas las personas que trabajan en la empresa y no solo a las que tratan personalmente con los clientes a los que se comunican con ellos por medio del teléfono, fax, carta o cualquier otra forma	<p><b>Elementos tangibles:</b> comprenden las instalaciones, la presentación del personal y el equipo utilizado es común que algunos clientes del ramo industrial con solo visitar la planta y/o conocer su sistema de cómputo, deciden hacer su primer pedido.</p> <p>Si la empresa es del sector de servicios también puede lograr beneficios a través de elementos tangibles, sin embargo el que un cliente realice una primera operación no garantiza que vuelva a comprarle a la misma empresa.</p> <p><b>Cumplimiento de promesas:</b> Se refiere a la entrega del servicio acordado o prometido. La entrega correcta y oportuna incluye dos elementos de igual importancia, debido a que provoca la confianza o desconfianza hacia una organización. La confianza es lo mas importante en materia de servicio y el cumplimiento de promesas es uno de los factores más determinantes.</p> <p><b>Actitud del servicio:</b> Es la disposición de los empleados para escuchar y resolver los problemas o emergencias de los clientes, en la forma más conveniente para ellos. Este factor también es determinante para que el cliente vuelva a comprar en la misma empresa.</p> <p><b>Habilidades o competencia del personal:</b> capacidades del personal, mostradas a través de su conducta, para realizar su trabajo. Esta área es evaluada por el cliente de acuerdo a los siguientes aspectos: que tan competente es el empleado para atenderlo, proyección de honestidad en cuanto a la información proporcionada, cortesía, proporcionando un trato cálido y amable al cliente.</p> <p><b>Empatía:</b> incluye aspectos como la facilidad de contacto y la comunicación apropiada a las características del cliente, así como a sus gustos y necesidades, haciéndolo sentirse único.</p>

Título del estudio	Autor	Definición de la Calidad	Dimensión
Propuesta de mejora en la calidad del servicio para el departamento de recepción de un hotel de gran turismo	Ventura (2008)	Es un proceso de mejoramiento continuo, en donde todas las áreas de la empresa participan activamente en el desarrollo de productos y servicios, que satisfagan las necesidades del cliente, logrando con ello mayor productividad	<p><b>Elementos Tangibles:</b> Se refiere a la apariencia de las instalaciones de la organización, la presentación del personal y hasta los equipos utilizados en determinada compañía (computo, oficina, transporte)</p> <p><b>Sensibilidad:</b> Actitud del servicio: con mucha frecuencia los clientes perciben falta de actitud de servicio por parte de los empleados, esto significa que no tienen disposición quienes atienden para escuchar y resolver sus problemas o emergencia de la manera más conveniente.</p> <p><b>Fiabilidad:</b> Cumplimiento de las promesas. Significa entregar correcta y oportunamente el servicio acordado.</p> <p><b>Empatía:</b> tomar en cuenta <b>los aspectos de</b></p> <p><b>Facilidad de contacto</b> ¿Es fácil llegar hasta su negocio? Cuando llaman a sus empleados o vendedores los encuentran, se reportan o sus números telefónicos son de los que siempre están ocupados o de los que nunca contestan o nadie puede ayudarlo?</p> <p><b>Comunicación:</b> Algo que buscan los clientes es un mayor nivel de comunicación de parte de la empresa que les vende, además en un idioma que ellos puedan entender claramente</p> <p><b>Gusto y necesidades:</b> el cliente desea ser tratado como si fuera único, que se le brinde los servicios que necesita y en las condiciones más adecuadas para el</p> <p><b>Seguridad :</b> Habilidad del personal: El cliente califica que tan competente es el empleado para atenderlo correctamente; si es cortés, si conoce la empresa donde trabaja y los productos y servicios que vende, si domina las condiciones de venta y las políticas, si es capaz de inspirar confianza con sus conocimientos.</p>

Fuente: Elaboración propia de estudios realizados por varios autores

Después de la revisión de los estudios descritos con anterioridad y considerando el objetivo de este trabajo se tomó en cuenta las variables y sus definiciones del modelo Servqual desarrollado por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985, 1988), como se muestra en la Tabla 1.5 con el propósito de aplicarlo en esta investigación.

**Tabla 1.5 Variables para este estudio**

	DIMENSIÓN	DEFINICIÓN
⊕	Elementos tangibles	Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación
⊕	Confiabilidad	Se entiende como la habilidad que tiene la organización para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa
⊕	Capacidad de respuesta	Disposición y voluntad del personal de la institución para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio.
⊕	Seguridad	Conocimientos y atención mostrados por el personal de la institución y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza.
⊕	Empatía	Es el cuidado y atención personalizada que ofrecen a los usuarios

Fuente: Mejías, Reyes y Maneiro (2006)

### 1.3 Instituciones de Educación Superior

Dado el contexto anterior en que se desarrolla este trabajo, a continuación se describen rasgos de las IES en México.

#### 1.3.1 Composición Nacional

En los últimos años se han expuesto temas en todo el mundo acerca de la Educación Superior, se habla de la necesidad de revisar y modificar los sistemas educativos que servirán de base para implementar estrategias de desarrollo para hacerle frente a los retos que se presentan a nivel nacional.

En México, la educación superior tiene como reto ofrecer oportunidades que permitan la correspondencia entre las aspiraciones individuales del estudiantado y las necesidades reales del país. Este tipo de enseñanza se distribuye como: a). Profesional asociado o Técnico superior que constituye el 3.4%; b) Licenciatura con el 89.8% y c) Posgrado que representa el 6.8% (SEP, 2009). No obstante los

avances logrados en la educación superior, ciencia y tecnología, éstos no han sido suficientes para cubrir la demanda debido a la falta de un financiamiento adecuado para fortalecer la investigación y el desarrollo tecnológico (ANUIES, 2009a).

La Educación Superior en México se divide en instituciones públicas e instituciones particulares. El universo de instituciones de educación superior del país, está conformado por 2,314 distribuidas en 806 públicas que equivale al 34.8% del total y 1,508 privadas que equivale a 65.2% (ANUIES,2009a) que juntas ofrecen a los mexicanos distintas opciones de formación de acuerdo a sus intereses y objetivos profesionales. La clasificación de Instituciones de Educación Superior (IES) su objetivo y conformación se muestran en la Tabla 1.6.

**Tabla No.1.6.Subsistemas del Sistema de Educación Superior**

<b>IES</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Conformado</b>
Sistema Nacional de Institutos Tecnológicos	Formar profesionistas competentes para que promuevan el desarrollo nacional mediante planes y programas de estudio pertinentes para la realidad de cada región.	218 instituciones en los 31 estados de la República.
Educación Normal Superior	Formar profesionales en educación preescolar, primaria, primaria intercultural bilingüe, secundaria, especial, inicial, física y artística	273 escuelas normales públicas en todo el país
Universidades Interculturales	Impartir programas formativos en los niveles de profesional asociado, licenciatura, especialización, maestría y doctorado, para que ayuden a promover un proceso de valoración y revitalización de las lenguas y culturas originarias.	10 universidades en el país
Universidades Politécnicas	Formar profesionistas de manera integral y con liderazgo tecnológico, que contribuyan al desarrollo económico y social de cada región y del país.	23 universidades
Universidades Tecnológicas	Que los estudiantes se incorporen en dos años al trabajo productivo o continuar estudios a nivel licenciatura en otras instituciones de educación superior.	61 Universidades Tecnológicas, en 26 estados de la República
Universidades Públicas Estatales	Desarrollar las funciones de docencia, generación y aplicación innovadora del conocimiento, así como de extensión y difusión de la cultura	42 Instituciones en todo el país
Centros Públicos de Investigación	Divulgar en la sociedad la ciencia y tecnología; innovar conocimiento, vincular la ciencia y tecnología en la sociedad y el sector productivo	10 centros en ciencias exactas, 8 centros en ciencias sociales y humanidades, 9 centros desarrollo tecnológico, 1 centro de investigación económico y 1 centro de investigación y de estudios avanzados
Universidades Públicas Federales	Además de funciones de docencia, un amplio espectro de programas y proyectos de investigación (generación y aplicación innovadora del conocimiento), y de extensión y difusión de la cultura.	6 instituciones
Otras instituciones públicas	Por sus características particulares no es posible ubicarlas dentro de alguno de los subsistemas anteriores.	Escuela Nacional de Biblioteconomía y Archivonomía, Escuela Nacional de Antropología e Historia, Instituto Nacional De Antropología e Historia, Universidad Autónoma de la Ciudad de México

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la SES (2009a)

Como puede apreciarse en la tabla anterior, el subsistema de la IES se clasifica en nueve tipos de instituciones establecidas con base en el objetivo para el cual fueron creadas y de esta manera los estudiantes puedan elegir en cualquier parte de México el tipo de educación que requieran para fortalecer su formación profesional. La UABC se encuentra en las IES de tipo Universidades Públicas Estatales.

De la matrícula de Educación Superior en el país en el periodo 2008-2009 el 38% corresponde al sostenimiento autónomo; el 13.8% al estatal; el sostenimiento federal cubre el 14.3% y las instituciones particulares cuentan con el 33.1% (SEP, 2009).

En los últimos años la Educación Particular en México ha tenido mayor participación en la oferta educativa, su crecimiento ha sido destacado, aunque desigual en comparación de la educación pública.

Para asegurar la calidad en las IES, tanto en las instituciones públicas como privadas deben acreditar sus programas académicos de educación superior a través de organizaciones reconocidas por el Gobierno Federal, algunas de las organizaciones acreditadoras son el Consejo para la Acreditación de la Educación Superior A.C. (Copaes) y los Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior, A.C. (CIEES) (SES, 2009b).

### **1.3.2 Composición de la Educación en Baja California**

En Baja California el Sistema de Educación Superior cuenta con Institutos Tecnológicos Federales en Ensenada, Mexicali y Tijuana, con la Universidad Tecnológica de Tijuana, la Universidad Politécnica de Baja California, ubicada en la ciudad de Mexicali, el Centro de Investigación Científica y de Educación Superior de Ensenada y la Universidad pública estatal más importante del Estado de Baja California, la UABC ubicada con sus tres campus en Mexicali, Tijuana y Ensenada. Existen universidades privadas en el Estado, algunas de ellas son el Centro de Enseñanza Técnica y Superior, conocida como Cetys, Universidad Católica Tecnológico de Baja California, la Universidad del Valle de México, *Campus* Mexicali, la Universidad Iberoamericana, Universidad del Noroeste, Centro de Estudios Universitarios Xochicalco, entre otras. Además se pueden encontrar escuelas Normales en cada municipio, la más importante es la

Benemérita Escuela Normal Urbana Federal Fronteriza, localizada en Mexicali (SES, 2009c).

En Baja California, la educación superior es atendida por instituciones públicas y privadas, la UABC representa el 60% del estudiantado a nivel licenciatura en todo el estado con una población estudiantil de 44,386 alumnos hasta el periodo 2010-1 (UABC, 2010) (UABC, 2007a).

Respecto a la UABC, su fundación y conformación se describen en su PDI, 2007-2010 de la siguiente manera:

La UABC fue fundada por decreto publicado en el Periódico Oficial del estado el 28 de febrero de 1957, como una institución cuyos fines son impartir educación superior, realizar investigación y extender los beneficios de la cultura, y que correspondan a las funciones sustantivas de docencia, investigación y extensión de la cultura y los servicios.

A 50 años de su nacimiento, la UABC tiene presencia en los cinco municipios del estado, con tres campus ubicados en Ensenada, Mexicali y Tijuana, además sus unidades en Tecate, Rosarito, Ciudad Morelos, San Felipe, San Quintín y Ciudad Guadalupe Victoria.

La UABC está conformada por 38 unidades académicas, de las cuales 22 son facultades, 7 son institutos de investigación, 8 son escuelas, y el Centro de Investigaciones Culturales-Museo (...) La UABC ofrece un total de 132 programas educativos: 2 de nivel técnico, 88 licenciaturas, 14 de especialidad, 18 de maestría, 7 de doctorado y 3 de maestría/doctorado, y en el semestre 2009-2 la matrícula en esos niveles de estudio es de alrededor de 45,104 alumnos quienes son atendidos por 4, 234 académicos (UABC, 2007a, p. 57-58).

La Universidad es considerada como una de las instituciones líderes por la calidad de sus programas educativos, que tiene como compromiso ofrecer una educación de excelencia, la generación de conocimiento y de proyectos creativos y

novedosos, para su fortalecimiento y desarrollo Institucional, la UABC está afiliada a la ANUIES con el fin de lograr el mejoramiento de la calidad de sus programas educativos y de los servicios que ofrecen a la sociedad (UABC, 2007a).

## **Capítulo 2**

### **Metodología**

El propósito de este capítulo consiste en describir el área de estudio, el tipo de estudio, la población, la obtención de la muestra y el diseño del instrumento de medición que servirá de base para el análisis de resultados de esta investigación.

Este estudio tiene la finalidad de recabar información valiosa acerca de la percepción que tienen los usuarios de cómo es el servicio de los procesos de contratación de bienes y servicios que realiza el personal del departamento de servicios administrativos de la UABC Campus Ensenada, con el fin de conocer la calidad en el servicio y en caso que se requiera proponer mejoras en el servicio prestado en los procesos de contratación.

#### **2.1 Descripción del área de estudio**

La UABC fue fundada el 28 de febrero de 1957, como una institución de educación superior con el propósito de formar profesionistas autónomos de manera integral con un alto sentido ético (UABC, 2007b).

La estructura actual de la UABC es piramidal, encabezada por el Rector seguida por el Secretario General, y después por las unidades académicas y tres Vicerrectorías en cada campus: Mexicali, Ensenada y Tijuana.

El Campus Ensenada, ubicado en el municipio más grande de México, se encuentra conformado por tres unidades: Unidad Valle Dorado, Unidad San Quintín y Unidad Ensenada; todas bajo el respaldo de la Vicerrectoría Campus Ensenada).

La estructura del Campus Ensenada está encabezada por una Vicerrectoría de la cual dependen 9 departamentos; uno de los cuales es el Departamento de

Servicios Administrativos precisamente es donde se desarrollan las actividades objeto de estudio para esta investigación.

## **2.2 Tipo de estudio**

Dentro del enfoque cuantitativo encontramos que el alcance de este estudio es de tipo descriptivo según por lo mencionado por Hernández, Fernández y Baptista (2006, p.102) un estudio descriptivo “busca especificar las propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población”

El diseño de investigación de este estudio según Hernández, Fernández y Baptista (2006) es no experimental transeccional descriptivo ya que el propósito es puramente descriptivo, sin manipular las variables ni asignar aleatoriamente a los participantes y la recolección de datos se realizara en un solo momento con el fin de tratar de evaluar como es la calidad en el servicio cuando se llevan a cabo los procesos de contratación que realiza el personal del DSA.

## **2.3 Determinación del tamaño de la muestra**

De acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2006, p.241) la muestra se define como un subgrupo de la población la cual puede ser dividida en probabilística y no probabilística, en la muestra no probabilística se diferencia de la probabilística porque los elementos no dependen de la probabilidad sino de la causas relacionada con las características de la investigación o de quien hace la muestra.

En esta investigación se ajusta a una muestra no probabilística, ya que se intenta aplicar el instrumento al mayor número de personal administrativo y académico que tienen relación directa con el DSA y cuyos resultados servirán de base para conocer la conveniencia de proponer un plan de mejora en el servicio prestado.

Por lo tanto, se solicitó al Departamento de Recursos Humanos un reporte anual del personal académico y administrativo laborando en el periodo 2010, con el fin para conocer la población a quien se le aplicaría las encuestas. Este reporte arrojó una población de 1,345 personal académico y 283 personal administrativo (Departamento de Recursos Humanos, comunicación personal, septiembre, 2010), una vez que se obtuvo la población se efectuó un análisis de los usuarios que han realizado trámites de contratación de bienes o servicios a través del DSA, para la obtención de la muestra debido a que no todo el personal académico y administrativo participa en los procesos de contratación. Se envió la encuesta a la mayor parte de los usuarios seleccionados (administradores, directores, secretarias, académicos) a través de correo electrónico y en forma personal para contar con información completa que avale la objetividad y confiabilidad de los resultados. El total de cuestionarios enviados fueron 300, obteniéndose respuesta únicamente de 108 usuarios. La descripción técnica de estudio se describe en la tabla 2.1.

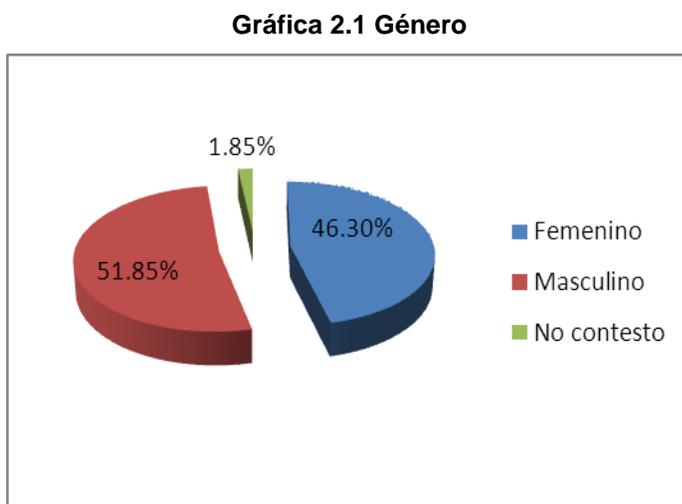
**Tabla 2.1 Ficha técnica de estudio**

<b>Características</b>	<b>Encuesta</b>
Universo	Empleados administrativos y docentes que solicitan contratación de bienes y servicios
Ámbito geográfico	Universidad Pública Mexicana
Método de Información	Cuestionario
Tipo de muestra	No probabilística (muestreo por conveniencia)
Tamaño de la población	1,345
Tamaño de participantes	300
Porcentaje de respuesta	36% (108 cuestionarios)
Tratamiento de los datos	SPSS
Fecha de trabajo de campo	Agosto a diciembre de 2010

**Fuente:** Elaboración propia

## 2.4 Caracterización de la población

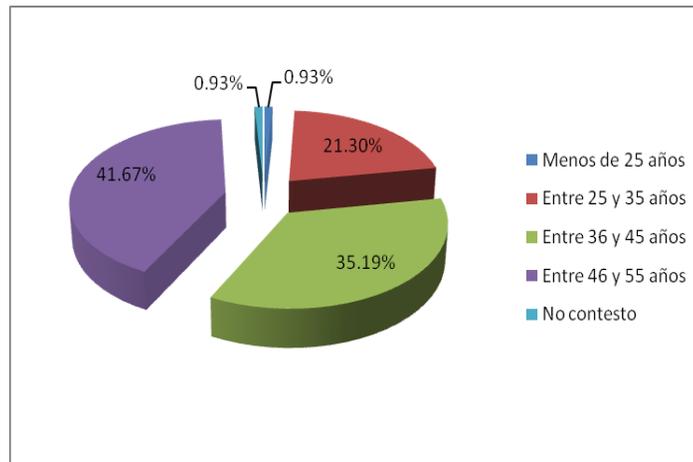
En cuanto al género de los encuestados se observa en la gráfica 2.1 que el 46.30% es personal femenino, el 51.85% masculino y el 1.85% se limitó a no contestar.



Fuente: Elaboración Propia

Se destaca que el rango de edad que predomina en los encuestados 41.67% oscila entre los 46 a 55 años, el 35.19% se encuentran en la edad de 36 a 45 años, el 21.30% de 25 a 35 años, mientras que el 0.93% omitió a contestar, ver Gráfica 2.2.

**Gráfica 2.2 Edad de los encuestados**



Fuente: Elaboración Propia

## 2.5 Instrumento de medición para la recolección de datos

### 2.5.1 Diseño del Instrumento

Para la recolección de los datos se tomó en cuenta el modelo *SERVPERF* propuesto por Cronin y Taylor (1992) que se basa únicamente para medir las percepciones que tienen los usuarios acerca del rendimiento del servicio; menciona Barrera y Reyes (2003) que la escala *SERVPERF* es la mejor escala para medir la calidad en el servicio

El modelo *SERVPERF* se compone de 22 ítems derivados de la escala *Servqual*, a partir de cinco variables: 1. Tangibilidad, 2. Fiabilidad, 3. Capacidad de respuesta, 4 Seguridad, 5 Empatía (Duque, 2005).

De acuerdo a las 5 variables del modelo *SERVQUAL* se elaboró el instrumento de medición (cuestionario) que se compone de 22 ítem para recolectar los datos que según Hernández, Fernández y Baptista el cuestionario es “Tal vez sea el instrumento más utilizado para recolectar los datos, que consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir” (Hernández, Fernández y Baptista, 2006, p. 310).

Posteriormente se realizó la operacionalidad de cada una de las variables para poder identificarlas claramente. Una vez definidas e identificadas, se describieron las dimensiones de cada variable con el fin elaborar las preguntas que formaron el instrumento de medición (Ver Tabla 2.2).

Enseguida se elaboró el cuestionario (Ver Anexo 1) con base en las cinco variables que se pretenden medir: (1). Elementos Tangibles; (2).Confiabilidad; (3).Capacidad de respuesta; (4) Seguridad; (5) Empatía. Este consta de 22 ítems dirigido al personal académico y administrativo, cuya finalidad es evaluar, a través de la percepción, la calidad en el servicio en los procesos de contratación que lleva a cabo el DSA Campus Ensenada.

**Tabla 2.2 Composición del instrumento de medición**

<b>VARIABLE</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>Número de Ítem</b>	<b>Cantidad de Ítem</b>
ELEMENTOS TANGIBLES	Apariencia del equipo y elementos materiales	1, 5	4
	Instalaciones	2	
	Apariencia del personal	3	
CONFIABILIDAD	Entrega oportuna	6, 9	5
	Aptitud del personal	7, 8,10	
CAPACIDAD DE RESPUESTA	Comunicación adecuada	11	5
	Disposición para atender	13, 14,	
	Rapidez para atender	4,12	
SEGURIDAD	Credibilidad del personal	15, 16	4
	Amabilidad del personal	17	
	Conocimientos del personal	18	
EMPATIA	Facilidad para contactarlo	19, 20,	4
	Cuidadoso para atender	21, 22	
		<b>TOTAL:</b>	22

Fuente: Elaboración propia a partir de las variables de la Escala Servqual

## 2.5.2 Estructura del instrumento

El instrumento de medición se integra en dos secciones; en la primera se incluyen 6 preguntas demográficas con el objeto de conocer el género, edad, partes interesadas, condición laboral, tiempo laborando en la UABC y tiempo laborando en el puesto actual; la segunda sección, consta de 22 preguntas concretas en la escala de Likert, que cuentan con 5 respuestas opcionales: (1) totalmente en desacuerdo, (2) en desacuerdo, (3) ni en desacuerdo ni de acuerdo, (4) de acuerdo y (5) totalmente de acuerdo; buscando con ello facilidad en la medición.

## 2.5.3 Análisis de datos

La información fue procesada estadísticamente empleando el programa SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) versión 15.0., para la obtención de frecuencias, estadísticos descriptivos, confiabilidad de Cronbach.

La valoración de la Calidad en el servicio se llevó a cabo mediante el baremo de intensidad mostrado en la Tabla 2.3; el cual fue construido en función del número de ítems que integran el cuestionario (22), en la que cada pregunta tiene cinco alternativas y considerando que solo existe una alternativa de respuesta para cada ítem.

**Tabla 2.3 Baremo de intensidad para la Calidad en el Servicio**

Rango		Categoría
De	Hasta	
1.	27	Malo
28	54	Regular
55	82	Aceptable
83	110	Bueno

Fuente: Elaboración propia

## 2.5.4 Fiabilidad del instrumento

Menciona Mejías, Teixeira, Rodríguez y Arzola (2010), que “El Alfa de Cronbach es un índice de consistencia interna que toma valores entre 0 y 1 y que sirve para comprobar si el instrumento que se está evaluando selecciona información defectuosa y por lo tanto lleva a conclusiones equivocadas o si se trata de un instrumento fiable que hace mediciones estables y consistentes” (p. 6).

Considerando lo anterior y para conocer si el instrumento que se va a utilizar en esta investigación realmente produce resultados iguales al aplicarlo, es necesario realizar un análisis de fiabilidad para lo cual se determinó a través del Coeficiente Alfa de Cronbach con apoyo del software SPSS, ya que es uno de métodos de fiabilidad más utilizado; el resultado obtenido es de 0.959 mostrado en la Tabla 2.4.

**Tabla 2.4 Análisis de Fiabilidad del instrumento**

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	No. de elementos
<b>.959</b>	<b>.960</b>	<b>22</b>

Fuente: Elaboración propia

Lo que se considera que dichos valores se encuentran sobre el nivel recomendado (>0.85) demostrándose así que la escala posee unos índices de consistencia satisfactorios por lo que el instrumento usado es considerado como fiable para determinar la calidad en el servicio (Morales y Calderón, 2005).

En la siguiente tabla 2.5 se muestra el análisis de fiabilidad para cada una de las variables al igual que para cada ítem:

**Tabla 2.5 Análisis de fiabilidad del instrumento aplicado a cada ítem y dimensión (Alfa de Cronbach**

<b>Ítem</b>	<b>Alfa de Cronbach si el ítem fuera eliminado</b>	<b>Variables</b>	<b>Alfa de Cronbach si el ítem fuera eliminado</b>
P01	0.960	Elementos tangibles	0.791
P02	0.959		
P03	0.959		
P05	0.958		
P06	0.957	Confiabilidad	0.892
P07	0.957		
P08	0.956		
P09	0.956		
P10	0.958		
P04	0.856	Capacidad de respuesta	0.869
P11	0.958		
P12	0.956		
P13	0.956		
P14	0.958		
P15	0.956	Seguridad	0.871
P16	0.956		
P17	0.958		
P18	0.956		
P19	0.960	Empatía	0.857
P20	0.956		
P21	0.956		
P22	0.955		

Fuente Elaboración propia

Los valores encontrados del coeficiente de Cronbach para cada uno de las variables al igual que para cada ítem, son valores altos (>.8), por lo tanto hay gran consistencia y se puede decir que es un instrumento confiable para ser aplicado (Morales y Calderón, 2005).

## **2.6 Procedimiento para la aplicación del instrumento**

La aplicación del cuestionario se procuró llevar a cabo a todos los usuarios que han participado en los procesos de contratación, parte de los cuestionarios se enviaron por correo electrónico, otros se les entregó personalmente a los usuarios que asistían a las instalaciones del DSA y otros cuestionarios se entregaron directamente en sus lugares de trabajo; sin embargo, no todos los usuarios a los cuales se les aplicó la encuesta contestaron el cuestionario.

## Capítulo 3

### Análisis y Resultados

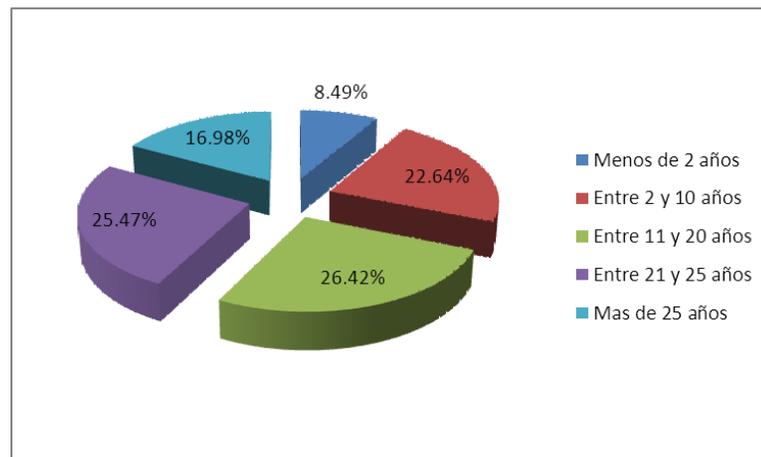
El objetivo de este capítulo consiste en presentar los resultados obtenidos a través de la aplicación del cuestionario a los usuarios que solicitan la contratación de un servicio o producto al Departamento de Servicios Administrativos; su finalidad es analizar e interpretar la percepción que se tiene a cerca de los servicios prestados.

En seguida se presenta la información sobre frecuencias que se obtuvieron de cada una de las variables demográficas más relevantes y las variables 1. Elementos tangibles; 2. Confiabilidad; 3. Capacidad de Respuesta; 4. Seguridad y 5. Empatía, con el fin de proporcionar información acerca de la percepción por parte de los usuarios encuestados.

#### 3.1 Condición laboral

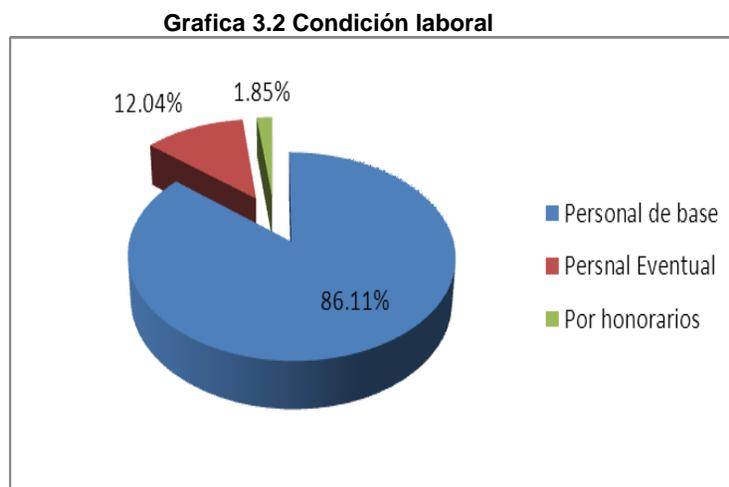
En cuanto el tiempo laborando dentro de la UABC de los encuestados destaca que el 16.98% tienen más de 25 años que pertenecen a la UABC, el 51.89% están en el rango de 11 a 25 años es decir la mayoría de los encuestados tiene estabilidad laboral dentro de la UABC, y por último el 8.49% respondió que tiene menos de 2 años ver gráfica 3.1.

Grafica 3.1 Tiempo trabajando



Fuente: Elaboración Propia

Respecto a la situación laboral de los encuestados enfatiza que el 86.11% es personal conocido como de base, es decir tienen plaza laboral definitiva dentro de la UABC, el 12.04% se considera personal eventual y el 1.85% se contrata por honorarios como se observa en la gráfica 3.2

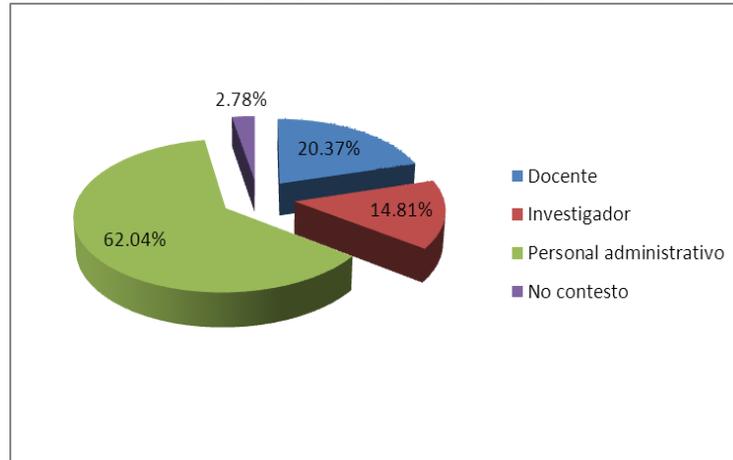


Fuente: Elaboración Propia

### 3.2. Partes Interesadas

En la Gráfica 3.3 se observa una buena participación de los usuarios lo cual permite obtener percepción más convincente sobre el servicio prestado. El 62.04% de los respondientes está integrado por personal administrativo que se encargan de elaborar y dar seguimiento a los procesos de contratación para que la UABC pueda continuar con la formación integral, capacitación y actualización de profesionistas y desarrollando sus proyectos de investigación; el 20.37% es personal docente que se dedica a la impartición de clases, parte fundamental para el cumplir con los programas educativos de calidad. En el mismo análisis se detectó un poco participación de los investigadores alcanzando un porcentaje de 34.85%, mientras el restante omitió a contestar, ver Gráfica 3.3.

**Gráfica 3.3 Partes Interesadas**



Fuente: Elaboración propia

### 3.3 Análisis de la percepción de los usuarios respecto a la calidad en el servicio que ofrece el DSA

Para dar certeza en el manejo de los procesos de contratación que realiza el DSA consideramos relevante describir la percepción de los usuarios a través del análisis de las variables de este estudio y sus dimensiones

#### 3.3.1 Estadísticos descriptivos

Conocer si la percepción de los usuarios sobre la calidad en el servicio es buena, primeramente se llevó a cabo la comparación de los resultados de la variable calidad (Tabla 3.1) con las categorías del baremo, en la que se afirma que la percepción de los usuarios sobre la calidad en el servicio es bueno

**Tabla 3.1 Estadísticos descriptivos variable Calidad**

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
calidad	108				
N válido (según lista)	108	41.00	110.00	84.4167	16.35364

Fuente: Elaboración propia con resultados de trabajo de campo

Así mismo con el propósito de conocer en cual variable se debe poner mayor atención se llevó a cabo la valoración de las variables Elementos Tangibles,

Confiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad y Empatía; expresando los resultados en la tabla 3.2

**Tabla 3.2 Estadísticos descriptivos variables independientes**

	<i>N</i>	<i>Mínimo</i>	<i>Máximo</i>	<i>Media</i>	<i>Desv. típ.</i>
Tangibilidad	108	1.5	5	3.78	0.79
Confiabilidad	108	1.2	5	3.71	0.86
Capacidad de respuesta	108	2	5	3.88	0.84
Seguridad	108	1.25	5	4.22	0.70
Empatía	108	1.5	5	3.92	0.83

Fuente: Elaboración propia con resultados de trabajo de campo

Como se muestra en la tabla anterior la variable Seguridad es la que cuenta con mayor preferencia por parte de los usuarios, es decir, es la variable mejor evaluada con una media de 4.22, lo cual confirma que el personal del DSA es amable y cuenta con los suficientes conocimientos para responder a las dudas que se le presentan, por lo contrario la variable Confiabilidad es la variable peor evaluada obteniendo una media de 3.71 ya que los usuarios no están totalmente de acuerdo en que el personal muestra interés en ayudarlos o no realizan bien el servicio a la primera vez lo cual es recomendable poner mayor atención en este punto.

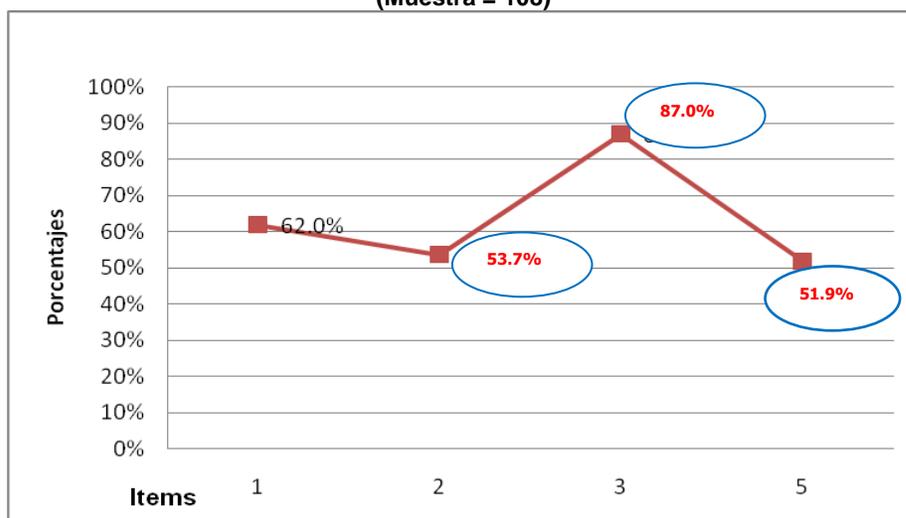
### 3.3.2 Variable Elementos Tangibles

Esta variable refleja la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación (Mejías, Reyes y Maneiro, 2006). De acuerdo con el análisis de los resultados podemos señalar que la percepción de los usuarios es poco favorable.

En la Figura 3.1 se muestran las frecuencias de las preguntas totalmente de acuerdo y de acuerdo para esta variable. El aspecto débil corresponde tanto a los elementos materiales como las instalaciones del DSA ya que el 51.9% y 53.7%

opinan que éstos no son modernos y visualmente atractivos dicha referencia es indicativo para analizar si hay opción de modificar la documentación utilizada, así como reestructurar las instalaciones física para cambiar la percepción que tienen los usuarios. En contraparte, el aspecto fortalecido se refiere a la apariencia limpia y alineada del personal obteniendo con un 87.03% de respuesta favorable.

**Figura 3.1 Respuestas de acuerdo y totalmente para los ítems de la variable Elementos Tangibles (Muestra = 108)**



Fuente: Elaboración propia

En relación a la apariencia del equipo (Tabla 3.3) el 62% de los encuestados tienen una percepción positiva opinando que están de acuerdo y totalmente de acuerdo que la institución cuenta con equipos y nuevas tecnología, el 26.9% no está de acuerdo ni desacuerdo al respecto, esto indica que, es conveniente investigar cuales son las razones de su indiferencia al contestar.

**Tabla 3.3 El DSA cuenta con equipos de cómputo, herramientas de trabajo, etc. actualizados y modernos**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Totalmente en desacuerdo	3	2.8	2.9
	En desacuerdo	4	3.7	3.9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	29	26.9	28.2
	De acuerdo	40	37.0	38.8
	Totalmente de acuerdo	27	25.0	26.2
	Total	103	95.4	100.0
Perdidos	No contesto	5	4.6	
Total		108	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Respecto a la infraestructura de la institución, la Tabla 3.4 muestra que el 53.7% de los encuestados señaló que las instalaciones físicas son visualmente atractivas para realizar las actividades que ocupan este estudio; mientras que el 23.1% no tuvo opinión ni en sentido favorable ni desfavorable.

**Tabla 3.4. Las instalaciones físicas del DSA son visualmente atractivos**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Totalmente en desacuerdo	4	3.7	3.8
	En desacuerdo	19	17.6	17.9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	25	23.1	23.6
	De acuerdo	42	38.9	39.6
	Totalmente de acuerdo	16	14.8	15.1
	Total	106	98.1	100.0
Perdidos	No contesto	2	1.9	
Total		108	100.0	

Fuente: Elaboración propia

En el caso de la apariencia del personal, en la Tabla 3.5 la mayoría de los encuestados 87% consideraron que el personal cuenta con una apariencia limpia y alineada, señalamiento importante dado que el personal forma parte de la imagen de la institución, únicamente el 3.7% está en desacuerdo.

**Tabla 3.5 El personal tiene apariencia limpia y alineada.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	En desacuerdo	4	3.7	3.8
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	6.5	6.7
	De acuerdo	51	47.2	48.6
	Totalmente de acuerdo	43	39.8	41.0
	Total	105	97.2	100.0
Perdidos	No contesto	3	2.8	
Total		108	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Sobre la apariencia de los materiales y documentos relacionados con el servicio, en la Tabla 3.6 se señala que de los 108 encuestados 56 equivalente al 51.8% están totalmente de acuerdo en que los elementos materiales y documentación que son visualmente atractivos; el 35.2% no está ni de acuerdo ni desacuerdo; no obstante y dado que se refiere a la imagen de la institución, es indispensable hacer un análisis de la diferencia.

**Tabla 3.6. Los elementos materiales y documentación relacionada con el servicio que ofrece el DSA son visualmente atractivos.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Totalmente en desacuerdo	5	4.6	4.7
	En desacuerdo	7	6.5	6.6
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	38	35.2	35.8
	De acuerdo	35	32.4	33.0
	Totalmente de acuerdo	21	19.4	19.8
	Total	106	98.1	100.0
Perdidos	No contesto	2	1.9	
Total		108	100.0	

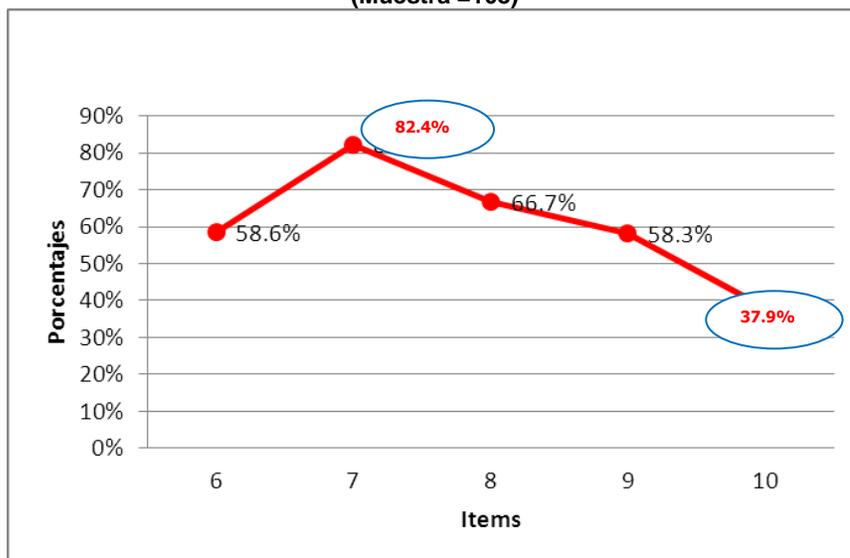
Fuente: Elaboración propia

### 3.3.3 Variable Confiabilidad

Esta variable describe la habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa (Mejías, Reyes y Maneiro, 2006).

La figura 3.2 describe los resultados de las frecuencias de las preguntas totalmente de acuerdo y de acuerdo. En ella se observa un aspecto fortalecido 82.4% en lo relativo a la disposición del DSA para mostrar interés en solucionar problemas; sin embargo, su punto débil es la falta de cuidado por parte del DSA en mantener sus expedientes sin errores con una percepción por parte de los usuarios del 37.9%, esto refleja que los usuarios probablemente se limitaron a contestar por desconocer a fondo la manera que el DSA lleva a cabo sus expedientes ya que el 45% no están ni de acuerdo ni en desacuerdo.

**Figura 3.2 Respuesta totalmente de acuerdo y de acuerdo de los ítems de la variable Confiabilidad (Muestra =108)**



Fuente: Elaboración propia

Del análisis para cada ítem que integran la variable Confiabilidad se destaca lo siguiente:

Como aspecto particular respecto a la promesa de realizar alguna actividad, en la Tabla 3.7 se observa que el 55.6% opinan que el DSA tiene disposición cuando promete hacer algo en cierto tiempo lo realiza esto interpreta que el DSA usualmente está atento a cumplir a tiempo sus promesas; sin embargo este porcentaje es muy bajo, refleja que se debe poner más atención a lo que se promete ya que el 25.9% se abstuvo a opinar.

**Tabla 3.7 Cuando el personal promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Totalmente en desacuerdo	3	2.8	2.8
	En desacuerdo	15	13.9	14.2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	28	25.9	26.4
	De acuerdo	29	26.9	27.4
	Totalmente de acuerdo	31	28.7	29.2
	Total	106	98.1	100.0
Perdidos	No contesto	2	1.9	
Total		108	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Sobre el interés de solucionar problemas, en la Tabla 3.8 se observa que más de las tres cuartas partes (82.4%) opinan que el DSA muestra interés para solucionar problemas, indicador importante que debe fomentarse para seguir brindando el compromiso de servicio.

**Tabla 3. 8 El personal muestran interés en solucionar problemas.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	En desacuerdo	5	4.6	4.6
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	14	13.0	13.0
	De acuerdo	44	40.7	40.7
	Totalmente de acuerdo	45	41.7	41.7
	Total	108	100.0	100.0

Fuente: Elaboración propia

En relación a la realización del servicio por primera vez, el 66.7% como se señala en la Tabla 3.9 considera que al DSA realiza bien el servicio a la primera vez, dato relevante con relación al interés y preparación que cuenta el personal para el desempeño de sus actividades

**Tabla 3.9 El personal realiza bien el servicio a la primera vez.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Totalmente en desacuerdo	3	2.8	2.8
	En desacuerdo	13	12.0	12.3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	18	16.7	17.0
	De acuerdo	43	39.8	40.6
	Totalmente de acuerdo	29	26.9	27.4
	Total	106	98.1	100.0
Perdidos	No contesto	2	1.9	
Total		108	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Respecto a la promesa de concluir el servicio en el tiempo prometido (Tabla 3.10) el 58.3% de los usuarios están de acuerdo que el DSA concluye el servicio en el tiempo prometido, dato importante para continuar con la confiabilidad en la prestación del servicio; sin embargo hay que tomar en cuenta que el 20.4% de los encuestados opina lo contrario, por lo tanto es recomendable investigar las razones que tienen los usuarios para considerar que no se concluye el trámite a tiempo.

**Tabla 3.10 El personal concluye el servicio en el tiempo prometido**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Totalmente en desacuerdo	2	1.9	1.9
	En desacuerdo	20	18.5	18.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	22	20.4	20.6
	De acuerdo	40	37.0	37.4
	Totalmente de acuerdo	23	21.3	21.5
	Total	107	99.1	100.0
Perdidos	No contesto	1	.9	
Total		108	100.0	

Fuente: Elaboración propia

En relación a la opinión de los expedientes sin errores en la Tabla 3.11 se observa un porcentaje muy bajo (37.9.1%), que considera que los expedientes se encuentran libres de errores, resultado alarmante; ya que el 45% de los

encuestados no considero ni positivo ni negativamente su respuesta, por lo que es aconsejable analizar las causas.

**Tabla 3.11 El personal mantiene sus expedientes sin errores**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Totalmente en desacuerdo	4	3.7	4.0
	En desacuerdo	7	6.5	6.9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	49	45.4	48.5
	De acuerdo	28	25.9	27.7
	Totalmente de acuerdo	13	12.0	12.9
	Total	101	93.5	100.0
Perdidos	No contesto	7	6.5	
Total		108	100.0	

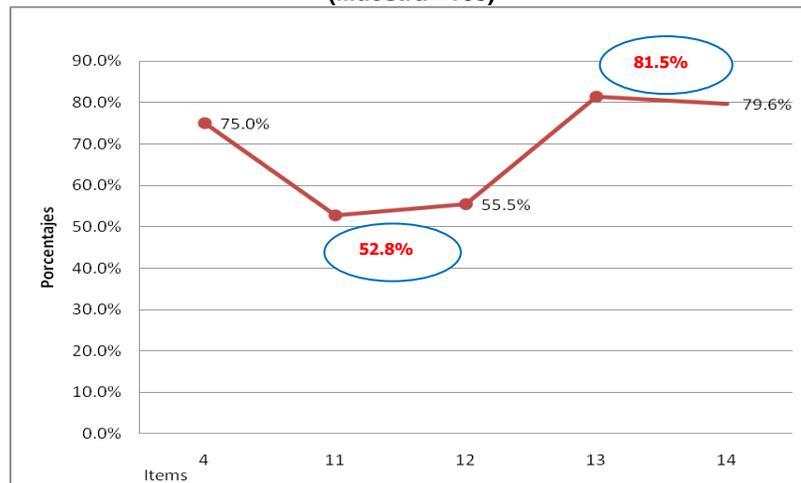
Fuente: Elaboración propia

### 3.3.4 Variable Capacidad de Respuesta

Se refiere a la disposición y voluntad del personal de la institución para ayudar y proporcionar el servicio (Mejías, Reyes y Maneiro, 2006).

La figura 3.3 describe los resultados de las frecuencias de las preguntas totalmente de acuerdo y de acuerdo. Apunta un aspecto fortalecido del 81.5% en lo relativo a la disposición con que cuenta el DSA para ayudar; sin embargo, su punto débil es en lo que respecta a comunicar al usuario cuando concluirá el servicio ofrecido con un porcentaje del 52.8%, es conveniente indagar la falta de iniciativa del DSA para comunicar el proceso del servicio.

**Figura 3.3 Respuesta totalmente de acuerdo y de acuerdo de los ítems de la variable Capacidad de Respuesta (Muestra =108)**



Fuente: Elaboración propia

Al indagar sobre la ayuda que presta el personal para resolver problemas, (Tabla 3.12) los resultados revelan que el 75.0% de los encuestados indicó que el DSA ayuda a resolver inmediatamente los problemas que se presentan, por lo tanto se puede decir que el DSA tiene disposición para ayudar; sin embargo es conveniente conocer porque el 17.6% contestaron que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo.

**Tabla 3.12 El personal ayuda a resolver los problemas inmediatamente.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Totalmente en desacuerdo	3	2.8	2.8
	En desacuerdo	5	4.6	4.6
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	19	17.6	17.6
	De acuerdo	36	33.3	33.3
	Totalmente de acuerdo	45	41.7	41.7
	Total	108	100.0	100.0

Fuente: Elaboración propia

No obstante a lo anterior, en lo que respecta a la disposición que tiene el DSA para comunicar el estado del servicio en la Tabla 3.13 denota la importancia de poner atención para informar cuando concluye el servicio, puesto que únicamente

el 52.80% de los respondientes está de acuerdo en que si hay comunicación para avisar la terminación del servicio.

**Tabla 3.13. El personal comunica cuando concluirá el servicio ofrecido**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Totalmente en desacuerdo	9	8.3	8.5
	En desacuerdo	16	14.8	15.1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	24	22.2	22.6
	De acuerdo	33	30.6	31.1
	Totalmente de acuerdo	24	22.2	22.6
	Total	106	98.1	100.0
Perdidos	No contesto	2	1.9	
Total		108	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Al analizar la puntualidad del servicio (Tabla 3.14) el 55.5% de los encuestados percibe que el DSA ofrece un servicio puntual, este resultado hace suponer la falta de esmero por parte del personal del DSA para desempeñar su trabajo.

**Tabla 3.14. El personal ofrece un servicio puntual.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Totalmente en desacuerdo	5	4.6	4.7
	En desacuerdo	15	13.9	14.0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	27	25.0	25.2
	De acuerdo	40	37.0	37.4
	Totalmente de acuerdo	20	18.5	18.7
	Total	107	99.1	100.0
Perdidos	No contesto	1	.9	
Total		108	100.0	

Fuente: Elaboración propia

En el caso de la disponibilidad del DSA para ayudar al usuario, existe un alto porcentaje del 81.5% como se muestra en la Tabla 3.15 evidentemente factor importante que debe conservarse.

**Tabla 3.15. El personal muestra disponibilidad para ayudar.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	En desacuerdo	4	3.7	3.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	14.8	14.8
	De acuerdo	41	38.0	38.0
	Totalmente de acuerdo	47	43.5	43.5
	Total	108	100.0	100.0

Fuente: Elaboración propia

Respecto a la disponibilidad del personal para atender (Tabla 3.16) el DSA se encuentra disponible para brindar atención puesto que el 79.6% de los encuestados están de acuerdo esto refleja que la disponibilidad del DSA es buena.

**Tabla 3.16 El personal se encuentra disponible para atenderle.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Totalmente en desacuerdo	2	1.9	1.9
	En desacuerdo	4	3.7	3.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	13.9	14.0
	De acuerdo	39	36.1	36.4
	Totalmente de acuerdo	47	43.5	43.9
	Total	107	99.1	100.0
Perdidos	No contesto	1	.9	
Total		108	100.0	

Fuente: Elaboración propia

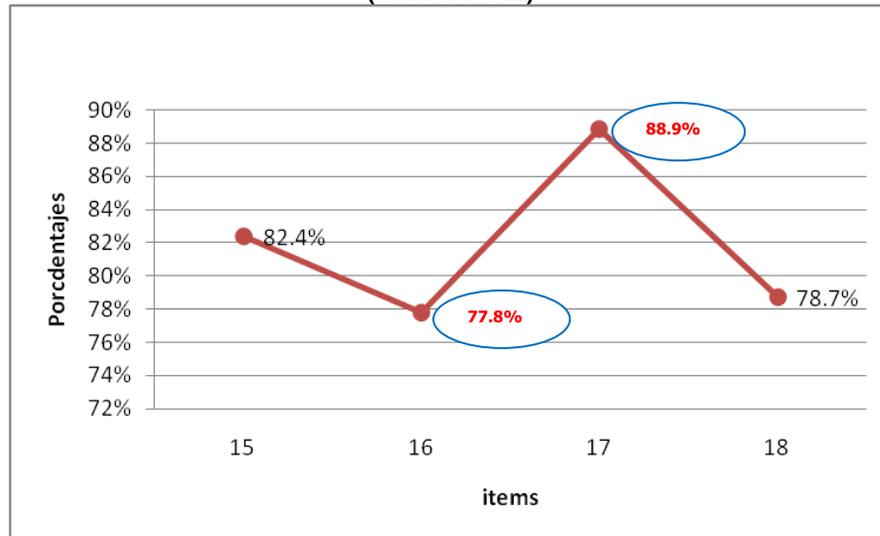
### 3.3.5 Variable Seguridad

Mejías, Reyes, y Maneiro (2006) definen esta variable como los conocimientos y atención mostrados por el personal de la institución y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza.

La figura 3.4 describe los resultados de las frecuencias de las preguntas totalmente de acuerdo y de acuerdo para esta variable, con un porcentaje de 88.9% señala un aspecto fortalecido en lo relativo a la amabilidad que ofrece el DSA, la misma tabla muestra el 77.8% de los encuestados se siente seguro

cuando realiza un trámite, relativamente tres terceras partes de los encuestados están de acuerdo en la seguridad y amabilidad del DSA.

**Figura 3.4 Respuesta totalmente de acuerdo y de acuerdo de los ítems de la variable Seguridad (Muestra =108)**



Fuente: Elaboración propia

Sobre el comportamiento del personal como se muestra en la Tabla 3.17 aun cuando el comportamiento inspira confianza no se cumple con la expectativa del usuario ya que únicamente el 82.4% está de acuerdo; porcentaje que debe incrementarse.

**Tabla 3.17. El comportamiento del Departamento de Servicios Administrativos le inspira confianza.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Totalmente en desacuerdo	1	.9	.9
	En desacuerdo	4	3.7	3.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	12.0	12.1
	De acuerdo	42	38.9	39.3
	Totalmente de acuerdo	47	43.5	43.9
	Total	107	99.1	100.0
Perdidos	No contesto	1	.9	
Total		108	100.0	

Fuente: Elaboración propia

En relación a la seguridad de que los trámites se llevan adecuadamente (Tabla 3.18) el 79.2% de los usuarios está de acuerdo o totalmente de acuerdo que se siente seguro en sus trámites realizados con el DSA, de ahí se puede decir que el personal cuenta con la habilidad y conocimientos para atender acertadamente al usuario.

**Tabla 3.18 Se siente seguro en sus trámites realizados con el Departamento de Servicios Administrativos.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Totalmente en desacuerdo	3	2.8	2.8
	En desacuerdo	3	2.8	2.8
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	14.8	15.1
	De acuerdo	46	42.6	43.4
	Totalmente de acuerdo	38	35.2	35.8
	Total	106	98.1	100.0
Perdidos	No contesto	2	1.9	
Total		108	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Respecto a la amabilidad en el servicio (Tabla 3.19) la respuesta obtenida fue del 89.7% equivalente a 96 encuestados que están de acuerdo y totalmente de acuerdo que el DSA es amable, ya que solo el 10.2% opina lo contrario, respuesta que favorece al DSA.

**Tabla 3.19 El personal del Departamento de Servicios Administrativos es amable con Usted.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	En desacuerdo	1	.9	.9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	9.3	9.3
	De acuerdo	31	28.7	29.0
	Totalmente de acuerdo	65	60.2	60.7
	Total	107	99.1	100.0
Perdidos	No contesto	1	.9	
Total		108	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Sobre los conocimientos que posee el personal para atender los procesos de contratación (Tabla 3.20) el 78.7% de los respondientes está de acuerdo con que el personal cuenta con suficientes conocimientos para responder a sus cuestionamientos, se puede decir entonces que el personal posee la preparación suficiente para desempeñar su labor correctamente.

**Tabla 3.20 El personal tiene conocimientos suficientes para responder a sus preguntas**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Totalmente en desacuerdo	1	.9	.9
	En desacuerdo	2	1.9	1.9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	20	18.5	18.5
	De acuerdo	47	43.5	43.5
	Totalmente de acuerdo	38	35.2	35.2
	Total	108	100.0	100.0

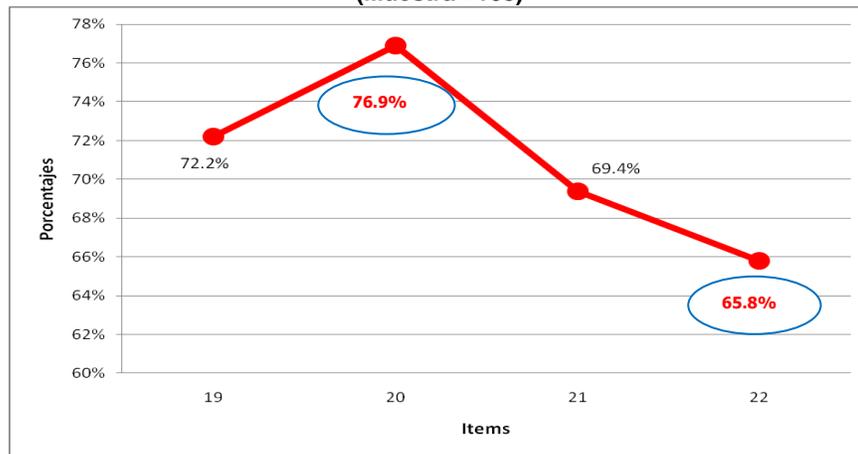
Fuente: Elaboración propia

### 3.3.6 Variable Empatía

A esta variable Mejías, Reyes, y Maneiro (2006) la definen como el cuidado y atención individualizada ofrecida a los estudiantes, aplicado a este estudio sería dirigido a los usuarios que solicitan bienes y servicios.

La figura 3.5 representa los resultados de las frecuencias de las preguntas totalmente de acuerdo y de acuerdo para esta variable, observando un aspecto fortalecido en lo relativo a la atención personalizada que ofrece el DSA con un porcentaje de 76.9%; sin embargo un aspecto débil es en lo que se refiere a la comprensión de las necesidades de los interesados ya que solo se alcanzó un porcentaje del 65.8% esto refleja que se debe mejorar la percepción de las necesidades por parte de los usuarios

**Figura 3.5 Respuesta totalmente de acuerdo y de acuerdo de los ítems de la variable Empatía (Muestra =108)**



Elaboración propia

Tomando en cuenta la variable Empatía se obtuvieron los siguientes resultados para cada ítem

En relación al horario de trabajo (Tabla 3.21) el 72.2% opina que está de acuerdo con que el personal tiene horarios adecuados, punto básico para continuar con la atención requerida y así cubrir las necesidades de los usuarios. Cabe señalar que el 13.9% prefirió reservar su respuesta contestando que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo al respecto.

**Tabla 3.21 El Departamento de Servicios Administrativos tiene horarios de trabajo adecuado para todas las partes interesadas**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Totalmente en desacuerdo	6	5.6	5.6
	En desacuerdo	8	7.4	7.5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	13.9	14.0
	De acuerdo	44	40.7	41.1
	Totalmente de acuerdo	34	31.5	31.8
Total		107	99.1	100.0
Perdidos	No contesto	1	.9	
Total		108	100.0	

Fuente: Elaboración propia

En lo que se refiere a la atención personalizada que ofrece el personal en la Tabla 3.22 registra que el 75.9% de los encuestados tiene una opinión favorable, evidentemente es un factor importante que se debe de conservar; sin embargo el 18.5% respondió que no está ni a favor ni en contra por lo que es conveniente indagar la falta de interés por contestar.

**Tabla 3.22 El Departamento de Servicios Administrativos cuenta con personal que le ofrece una atención personalizada**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Totalmente en desacuerdo	3	2.8	2.8
	En desacuerdo	2	1.9	1.9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	20	18.5	18.7
	De acuerdo	43	39.8	40.2
	Totalmente de acuerdo	39	36.1	36.4
	Total	107	99.1	100.0
Perdidos	No contesto	1	.9	
Total		108	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Con relación a la Tabla 3.23 se presenta un porcentaje bajo en lo que respecta al interés por parte del DSA para prestar el servicio ya que únicamente el 69.4% de los encuestados están de acuerdo; así mismo una cuarta parte (25%) de los encuestados no tiene una opinión ni favorable ni desfavorable indicativo para que el DSA mejore el interés en la prestación de sus servicios.

**Tabla 3.23 El personal del Departamento de Servicios Administrativos se preocupa por los interés de las partes interesadas**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	En desacuerdo	5	4.6	4.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	27	25.0	25.2
	De acuerdo	39	36.1	36.4
	Totalmente de acuerdo	36	33.3	33.6
	Total	107	99.1	100.0
Perdidos	No contesto	1	.9	
Total		108	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Sobre la comprensión de las necesidades de los usuarios (Tabla 3.24) el 65.8% de los respondientes opina que el personal del DSA comprende sus necesidades, lo anterior refleja que hay margen para mejorar puesto que el 22.2% fue neutral en su respuesta.

**Tabla 3.24 El personal del Departamento de Servicios Administrativos comprende las necesidades de las partes interesadas**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	Totalmente en desacuerdo	3	2.8	2.8
	En desacuerdo	9	8.3	8.4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	24	22.2	22.4
	De acuerdo	42	38.9	39.3
	Totalmente de acuerdo	29	26.9	27.1
	Total	107	99.1	100.0
Perdidos	No contesto	1	.9	
Total		108	100.0	

Fuente: Elaboración propia

De esta manera de dio una amplia explicación acerca del análisis de los resultados de las variables de este estudio. Las conclusiones y recomendaciones se mencionan en el siguiente capítulo.

## Capítulo 4

### Conclusiones, Recomendaciones y Limitaciones

En este último capítulo se refiere a las conclusiones que se llegaron a partir del análisis de los resultados, así como de su interpretación para poder dar ciertas recomendaciones para mejorar la calidad en el servicio que prestan los empleados que manejan los procesos de contratación que se llevan a cabo en la UABC.

A partir de los resultados de este estudio es posible cumplir con los objetivos planteados, los cuales consisten en evaluar las variables que integran la calidad en el servicio (Elementos Tangibles, Confiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad y Empatía).

En términos generales, se encontró que la percepción de los usuarios respecto a la calidad del servicio que presta el personal del DSA es buena. Sin embargo, aun cuando los resultados son alentadores nos revelan un nicho de oportunidades para el mejoramiento de la calidad en el servicio, como es el caso específico de las variables estudiadas en donde se observa un buen nivel, ya que todas éstas alcanzan medias superiores al 3.71 en una escala del 1 al 5.

Del análisis se desprende que la variable Seguridad, es la mejor evaluada con una media de 4.22; en contraparte el aspecto con el valor más bajo fue el relacionado con la variable Confiabilidad, de manera enunciativa a continuación se resumen los aspectos más relevantes:

- Con relación a la apariencia de las instalaciones físicas, equipos personal y materiales de comunicación (elementos tangibles) es necesario atenderse lo relativo a los materiales y documentación ya que a juicio de los usuarios éste aspecto no es evidente para ellos. Esto no necesariamente significa que los elementos materiales y documentación no sean visualmente atractivos, lo que significa es que se debe poner más atención en la difusión de éstos.

- Respecto a la habilidad que tiene el personal del DSA para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa (Confiabilidad) obteniendo una media de 3.71 es la variable con el puntaje más bajo; por lo tanto, es preciso vigilar el procedimiento sobre el manejo de los expedientes para que éstos estén exentos de errores y pueda aumentar la percepción positiva de los usuarios; puesto que no logran un nivel de excelencia, para lograrlo es conveniente dar seguimiento continuamente en la forma en que trabaja el personal para detectar las fallas y hacer cambios al respecto.
- Sobre la disposición y voluntad del personal de la institución para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio (Capacidad de Respuesta), es beneficioso que el personal continúe con la disponibilidad que tiene para atender al usuario; sin embargo puede mejorarse incentivando al personal del DSA para perfeccionar el servicio.
- Los conocimiento y atención mostrados por el personal de la institución y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza (Seguridad) son excelentes para la mayor parte de los usuarios, quiere decir que el personal cuenta con la preparación que se requiere para ofrecer un buen servicio.
- El cuidado y atención personalizada que ofrecen a los usuarios (Empatía) hacen sentir al usuario que sus requerimientos son comprendidos y que el servicio que demanda es personalizado, punto favorable para incrementar la buena imagen de la institución.

En resumen, con base en los resultados obtenidos se concluye que la Calidad en el servicio que presta el personal del DSA en los procesos de contratación es buena. No obstante la Institución deberá hacer una revisión minuciosa de los aspectos que resultaron con un puntaje más bajo con el fin de elaborar un plan de mejora que ayuden al perfeccionamiento de las actividades para ser excelentes en la prestación del servicio.

## **Recomendaciones**

De acuerdo a la información de los resultados obtenidos se hacen las siguientes recomendaciones con el fin de optimizar la calidad en el servicio.

Es recomendable que el DSA realice la difusión constantemente de la documentación y elementos materiales que se utiliza en la prestación del servicio y que se ponga en contacto habitualmente con el usuario para dar seguimiento de los avances obtenidos.

Llevar a cabo una evaluación de la manera en que está trabajando el personal del DSA para identificar sus fortalezas, debilidades así como los aspectos prioritarios que requieren atención para consolidar sus habilidades y conocimientos con el fin de mejorar la prestación del servicio.

Otro aspecto que debe contemplarse en la evaluación del personal es la actitud de éstos, enfocada a la atención personalizada para lograr la satisfacción total del usuario, que puedan adaptarse a sus necesidades para seguir conservando o aumentando la buena imagen que se tiene.

## **Limitaciones**

Una de las principales limitaciones de este trabajo es el tipo de muestreo; ya que se trata de un muestreo no probabilístico, los resultados expuestos deben tomarse con cierta reserva. Sin embargo, la información obtenida es muy útil como marco de referencia a futuras investigaciones.

Otra limitante es que el estudio se realizó únicamente en un campus de la institución por lo cual no refleja la calidad del servicio de toda la universidad, como futuras investigaciones este puede ampliarse para los Campus Mexicali y Campus

Tijuana con el fin de obtener información relevante que pueda ayudar al mejoramiento en la prestación del servicio.

## Anexo 1. CUESTIONARIO: PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD

Folio: \_\_\_\_\_

Este cuestionario solicita información general sobre su percepción acerca de la calidad de los servicios que presta el Departamento de Servicios Administrativos. La información proporcionada es **totalmente anónima** y se mantendrá una **absoluta confidencialidad** sobre la misma. Este instrumento forma parte de una investigación base para el desarrollo de sistemas de mejora continua, por lo que le agradecemos su valioso tiempo e información.

**Instrucciones generales:**

- Todos los espacios sin llenar serán considerados como nulos.

**INFORMACIÓN GENERAL**

Marque con una  aquella respuesta que creas conveniente.

Género	
Femenino	<input type="checkbox"/>
Masculino	<input type="checkbox"/>

Edad	<input type="checkbox"/>
Menos de 25 años	<input type="checkbox"/>
Entre 25 y 35 años	<input type="checkbox"/>
Entre 36 y 45 años	<input type="checkbox"/>
Entre 46 y 55 años	<input type="checkbox"/>

Partes Interesadas		<input type="checkbox"/>
Docente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Investigador	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Personal Administrativo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Si eres empleado de la UABC, favor de responder lo siguiente:

Condición Laboral	<input type="checkbox"/>
Personal de base	<input type="checkbox"/>
Personal Eventual	<input type="checkbox"/>
Por Honorarios	<input type="checkbox"/>

Tiempo trabajando en la UABC	<input type="checkbox"/>
Menos de 2 años	<input type="checkbox"/>
Entre 3 y 10 años	<input type="checkbox"/>
Entre 11 y 20 años	<input type="checkbox"/>
Entre 21 y 25 años	<input type="checkbox"/>
Más de 25 años	<input type="checkbox"/>

Tiempo trabajando en el puesto actual	<input type="checkbox"/>
Menos de 2 años	<input type="checkbox"/>
Entre 3 y 10 años	<input type="checkbox"/>
Entre 11 y 20 años	<input type="checkbox"/>
Entre 21 y 25 años	<input type="checkbox"/>
Más de 25 años	<input type="checkbox"/>

Marque con una  aquella respuesta que considere conveniente.

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

ÍTEMS	1	2	3	4	5	
El Departamento de Servicios Administrativos cuenta con equipos de cómputo, herramientas de trabajo, etc. actualizados y modernos.						[ ] P01
Las instalaciones físicas del Departamento de Servicios Administrativos son visualmente atractivas.						[ ] P02
El personal del Departamento de Servicios Administrativos tiene apariencia limpia y alineada.						[ ] P03
Si se me presenta un problema o necesito ayuda el personal del Departamento de Servicios Administrativos me ayuda a resolverlo inmediatamente.						[ ] P04
Los elementos materiales y documentación relacionada con el servicio que ofrece el Departamento de Servicios Administrativos son visualmente atractivos.						[ ] P05
Cuando el personal del Departamento de Servicios Administrativos promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace?						[ ] P06
Cuando Usted tiene un problema en el Departamento de Servicios Administrativos muestran interés en solucionárselo.						[ ] P07
El personal del Departamento de Servicios Administrativos realiza bien el servicio a la primera vez.						[ ] P08
El personal del Departamento de Servicios Administrativos concluye el servicio en el tiempo prometido.						[ ] P09
El personal del Departamento de Servicios Administrativos mantiene sus expedientes sin errores						[ ] P10
El personal Departamento de Servicios Administrativos le comunica cuando concluirá el servicio ofrecido.						[ ] P11
El personal del Departamento de Servicios Administrativos le ofrece un servicio puntual.						[ ] P12
El personal del Departamento de Servicios Administrativos se muestra dispuesto a ayudarlo.						[ ] P13
El personal del Departamento de Servicios Administrativos se encuentra disponible para atenderle.						[ ] P14
El comportamiento del personal del Departamento de Servicios Administrativos le inspira confianza.						[ ] P15
Usted se siente seguro en sus trámites realizados con el Departamento de Servicios Administrativos.						[ ] P16
El personal del Departamento de Servicios Administrativos es amable con Usted.						[ ] P17
El personal del Departamento de Servicios Administrativos tiene conocimientos suficientes para responder a sus preguntas						[ ] P18
El Departamento de Servicios Administrativos tiene horarios de trabajo adecuado para todas las partes interesadas						[ ] P19
El Departamento de Servicios Administrativos cuenta con personal que le ofrece una atención personalizada						[ ] P20
El personal del Departamento de Servicios Administrativos se preocupa por el interés de las partes interesadas						[ ] P21
El personal del Departamento de Servicios Administrativos comprende las necesidades de las partes interesadas						[ ] P22

## Referencias

Alén, M. y Rodríguez, L. (2004). Evaluación de la calidad percibida por los clientes de establecimientos termales a través del análisis de sus expectativas y percepciones. *Revista Galega de Economía*, 13, (1-2), 1-18. Consultado el 15 de junio de 2009 en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/391/39113201.pdf>.

Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) (2009a). Educación superior para el desarrollo de México. Consultado el 20 de agosto de 2009 en: [http://www.anuies.mx/secciones/convocatorias/pdf/Presen ANUIES FINAL agosto 2009.pdf](http://www.anuies.mx/secciones/convocatorias/pdf/Presen_ANUIES_FINAL_agosto_2009.pdf)

Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (2009b). Instituciones Afiliadas. Consultado el 26 de junio de 2009 en: [http://www.anuies.mx/secciones/convocatorias/pdf/Presen ANUIES FINAL agosto 2009.pdf](http://www.anuies.mx/secciones/convocatorias/pdf/Presen_ANUIES_FINAL_agosto_2009.pdf)

Barrera, A. (2006). La Calidad en el Servicio a clientes como una estrategia de diferenciación de una empresa en el ramo automotriz. Tesis de Maestría. Instituto Politécnico Nacional. México, D.F. Consultado el 10 de octubre de 2010 en: [http://itzamna.bnct.ipn.mx:8080/dspace/bitstream/123456789/1848/1/1152\\_2006 ESCA-ST MAESTRIA adriana barrera navor.pdf](http://itzamna.bnct.ipn.mx:8080/dspace/bitstream/123456789/1848/1/1152_2006_ESCA-ST_MAESTRIA_adriana_barrera_navor.pdf)

Barrera, B. y Reyes R. (2003) *Análisis comparado de las escalas de medición de la calidad en el servicio*. En XIII Jornada Hispano-Lusas de Gestión Científica, 13,285-294. Lugo: Universidad de Santiago de Compostela

Bethencourt, C., Díaz, P., González, Sánchez, P. y González, M. (2005). La medición de la calidad de los servicios prestados por los destinos turísticos: el caso de la isla de La Palma. *Pasos Revista de Turismo y patrimonio cultural* 3 (02), 265-272. Consultado el 15 de enero de 2011 en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1176298>

Caetano, G. (2003). Marketing de los servicios de educación: Modelo de percepción de calidad. Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid, España. Consultado el 3 de agosto de 2009 en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=16746>

Capelleras, J. L. (2001) Factores condicionantes de la calidad de la Enseñanza Universitaria: Un Análisis Empírico. Tesis Doctoral, Departamento de Economía de la Empresa, Universidad Autónoma de Barcelona, España.

Castillejos, L. (2009) Análisis de la Calidad del servicio en hoteles resort de Bahías de Huatulco, Oaxaca. Tesis de Maestría, Universidad Veracruzana, Coatzacoalcos, Veracruz.

Colmenares, O. y Saavedra T. (2007). Aproximación teórica de los modelos conceptuales de la calidad del servicio. *Revista Técnica Administrativa*, 6 (04) Consultado el 01 de octubre de 2010 en:

<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2934571>

Garvin, D (1988). Competir en las ocho dimensiones de la Calidad, *Harvard Deustos Business Review*, 34, 37-48.

Gattinara, B., Ibacache, J. y Puento, C. (1995). Percepción de la Comunidad de la Calidad de los Servicios de Salud en los Distritos Norte e Ichilo, Bolivia. *Cad. Saúde Pública*, 11 (3), 425-438. Consultado el 08 de marzo de 2009 en:

<http://www.scielo.br/pdf/csp/v11n3/v11n3a05.pdf>

Gutarra, V. (2002). Implementación de los círculos de calidad en el Instituto Superior Tecnológico-ITEC. Tesis Título Profesional, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú. Consultado el 20 de julio de 2009 en:

[http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/Tesis/Ingenie/Gutarra\\_M\\_V/t\\_completo.pdf](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/Tesis/Ingenie/Gutarra_M_V/t_completo.pdf)

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación* (4ª. Ed.). México: McGraw-Hill/Interamericana Editores, SA de CV

Instituto Mexicano de Normalización y Certificación, A.C. (IMNC) (2001). Sistema de Gestión de Calidad-Directrices para la mejora del desempeño. NMX-CC-9004-IMNC-2000.

Duque, O. (2005). Revisión del Concepto de Calidad del servicio y sus modelos de medición. *Revista INNOVAR*. 25 p 64 80 Consultado el 10 de agosto de 2010 en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=8180250564-80>.

Lázaro, L. (2000). Problemas y Desafíos para la educación en el siglo XXI en Europa y América Latina. Consultado el 18 de agosto de 2009 en:

<http://books.google.com.mx/books?id=hlolpFjiZPEC&pg=PA59&dq=educacion+superior#v=onepage&q=&f=false>

López, M. C. y Serrano, A.M. (2001). Dimensiones y medición de la calidad en el servicio en empresas hoteleras. *Revista Colombiana de Marketing*, 3, 1-13. Consultado el 15 de junio de 2009 en:

<http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=10900303>

Losada, M. y Rodríguez, A. (2007). Calidad del servicio de salud: una revisión a la literatura desde la perspectiva del marketing. *Cuadernos de la Administración*, 20(34), 237-258. Consultado el 15 de junio del 2009 en:

<http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=20503411>

Mejías, A., Reyes, S. y Maneiro, M. (2006). Calidad de los servicios en la educación superior mexicana: Aplicación del Servqualing en Baja California. *Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal*. 14(034), 36-41. Consultado el 10 de enero de 2011 en: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/674/67403407.pdf>

Mejías, A., Teixeira, J., Rodríguez, J. y Arzola, M (2010). Evaluación de la Calidad de los Servicios Universitarios No académicos en una Universidad Venezolana. Latin American and Caribbean Conference for Engineering and Technology. Consultado el 30 de noviembre de 2010 en: [http://cybertesis.urp.edu.pe/ponencias/LACCEI\\_2010/Papers/Papers\\_pdf/UM073\\_Mejias.pdf](http://cybertesis.urp.edu.pe/ponencias/LACCEI_2010/Papers/Papers_pdf/UM073_Mejias.pdf)

Merino, J. (1999). La Calidad de Servicio Bancario: entre la Fidelidad y la Ruptura. Tesis Doctoral, Universidad Complutense. Madrid, España. Consultado el 10 de octubre de 2010 en: <http://eprints.ucm.es/tesis/19972000/S/2/S2034501.pdf>

Miguel-Dávila, J. (2007). Calidad percibida del servicio en la cadena de aprovisionamiento en la industria turística. Programa de doctorado Interuniversitario, Universidad de Valladolid, España. Consultado el 2 de julio de 2009 en: [http://www3.uva.es/empresa/uploads/dt\\_19\\_07.pdf](http://www3.uva.es/empresa/uploads/dt_19_07.pdf).

Morales, M y Calderón, L. (2005). Desarrollo de un instrumento para medir la calidad de servicio en cursos y programas de educación para ejecutivos. *Revista de empresas* No. 13. 30-41 Consultado el 06 de enero de 2010 en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2240395>

Morillo, M. (2007). Análisis de la calidad del servicio hotelero mediante la escala Servqual. *Visión Gerencial*. 6 (2), p.269-297. Consultado el 20 de julio de 2009 en: <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/25152/2/articulo8.pdf>.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. y Berry I. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research, *Journal of Marketing*, Vol. 49, 41-50.

Cronin, J. y Taylor, S. (1994) Servperf versus Servqual: Reconciling performance based and perceptions minus expectations measurement of service quality. *Journal of Marketing*, 58, 125-131.

Ramírez, E., Rodríguez, A. y Zapata, E. (2005). Influencia de las diferencias individuales en la calidad de los servicios Universitarios. *Revista Colombiana de Marketing*, 4 (006), 7-28. Consultado el 17 de marzo de 2009 en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=10900602&iCveNum=2329>.

Riñón, C. (2000). Evaluación de la Calidad del Servicio de préstamos de una biblioteca universitaria. *Revista General de Información y Documentación*, 10, (1), 211-223. Consultado el 19 de junio de 2009 en:

[http://biblioteca.universia.net/html\\_bura/ficha/params/id/34102801.html](http://biblioteca.universia.net/html_bura/ficha/params/id/34102801.html).

Rodríguez, I., Agudo, A., García, M. y Herrero, A. (2002). Análisis de los Factores Determinantes de la Calidad Percibida en los Espectáculos Deportivos: Aplicación al fútbol Profesional. Congreso Mundial de Gestión Económica del Deporte. Barcelona

Rojas, M. (2007). Calidad en el Servicio en una Empresa de Publicidad como Estrategia para lograr la competitividad. Tesis Maestría, Instituto Politécnico Nacional. Consultado el 25 de junio de 2009 en:

<http://itzamna.bnct.ipn.mx:8080/dspace/bitstream/123456789/176/1/TESIS%20INTEGRADA%20LISTArojasortega.pdf>

Romo H. (2003) Diagnóstico administrativo aplicado a una empresa mexicana de telefonía celular con graves problemas en la calidad del servicio que ofrece. Tesis de Maestría. Instituto politécnico Nacional. México D.F. Consultado en:

[http://itzamna.bnct.ipn.mx:8080/dspace/bitstream/123456789/1202/1/tesis\\_HUGO%20ROMO.pdf](http://itzamna.bnct.ipn.mx:8080/dspace/bitstream/123456789/1202/1/tesis_HUGO%20ROMO.pdf)

Sánchez, J. (2005). Estrategias para la formación de una cultura de calidad en las instituciones de educación superior: El caso del centro universitario de ciencias económico administrativas de la universidad de Guadalajara. Tesis Doctorado, Instituto Politécnico Nacional. Consultado el 19 de diciembre de 2009 en:

<http://itzamna.bnct.ipn.mx:8080/dspace/handle/123456789/4/items-by-author?author=SANCHEZ+GUTIERREZ%2C+JOSE>

Salvador, C. (2005). La percepción del cliente de los elementos determinantes de la calidad del servicio universitario: características del servicio y habilidades profesionales. *Papeles del Psicólogo* (90), 1-9. Consultado el 20 de julio de 2009 en:

<http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=77809001&iCveNum=6017>.

Setó Pamies, D. (2004). *De la Calidad de Servicio a la fidelidad del cliente* (1ra. ed.). Madrid: ESIC Editorial.

[http://books.google.com.mx/books?id=9Nk8sWMjoBcC&pg=PA155&lpg=PA155&dq=Set%C3%B3+Pamies,+D.+\(2004\).+De+la+Calidad+de+Servicio+a+la+fidelidad+del+cliente&source=bl&ots=Ph04eJfV\\_k&sig=MUuJyI2ALatIjqOc9y1dECiEMA&hl=es&ei=yftDTNPMLoKB8gbxqezoDw&sa=X&oi=book\\_result&ct=result&resnum=1&ved=0CBQQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false](http://books.google.com.mx/books?id=9Nk8sWMjoBcC&pg=PA155&lpg=PA155&dq=Set%C3%B3+Pamies,+D.+(2004).+De+la+Calidad+de+Servicio+a+la+fidelidad+del+cliente&source=bl&ots=Ph04eJfV_k&sig=MUuJyI2ALatIjqOc9y1dECiEMA&hl=es&ei=yftDTNPMLoKB8gbxqezoDw&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=1&ved=0CBQQ6AEwAA#v=onepage&q&f=false)

Secretaría de Educación Pública (SES) (2009). Principales Cifras Ciclo Escolar (2008-2009). Dirección General de Planeación y Programación. México, D.F: Sistema Educativo de los Estados Unidos Mexicanos (1ra Ed.) consultado el 11 de octubre de 2010 en:

<http://www.dgpp.sep.gob.mx/Estadi/Principales%20cifras/PrincipalesCIF2008-2009.pdf>

Subsecretaría de Educación Superior (SES) (2009a). Educación Superior Pública. Consultado el 26 de junio de 2009 en:

[http://www.ses.sep.gob.mx/wb/ses/educacion\\_superior\\_publica](http://www.ses.sep.gob.mx/wb/ses/educacion_superior_publica)

Subsecretaría de Educación Superior (SES) (2009b). Sistema nacional de evaluación, acreditación y certificación, consultado el 19 de diciembre de 2009 en:

[http://www.ses.sep.gob.mx/wb/ses/sistema\\_nacional\\_de\\_evaluacion\\_acreditacion\\_y](http://www.ses.sep.gob.mx/wb/ses/sistema_nacional_de_evaluacion_acreditacion_y)

Subsecretaría de Educación Superior (SES) (2009c). Reconocimiento de validez Oficial de estudios superiores y estatales, consultado el 25 de junio de 2009 en:

<http://www.sirvoes.sep.gob.mx/sirvoes/reportes/>

Universidad Autónoma de Baja California (UABC) (2007a). *Plan de Desarrollo Institucional 2007-2010*. Mexicali: Editorial Universidad Autónoma de Baja California.

Universidad Autónoma de Baja California (UABC) (2007b). *Plan de Desarrollo Institucional 2007-2010*. Contexto Institucional. Mexicali: Editorial Universidad Autónoma de Baja California (p.57).

Universidad Autónoma de Baja California (UABC) (2010). Coordinación de Servicios Estudiantiles y Gestión Escolar Población estudiantil. Población Estudiantil. Consultado el 27 de septiembre de 2010 en: <http://csege.uabc.mx/>

Ventura,(2008). *Propuesta de mejora en la Calidad del Servicio para el Departamento der recepción en un hotel de gran turismo*. Tesis de maestría, Politécnico Nacional. México, D.F. Consultada el 15 de enero de 2010 en:

[http://itzamna.bnct.ipn.mx:8080/dspace/bitstream/123456789/4027/1/PROPUEST\\_AMEJORAHOTEL.pdf](http://itzamna.bnct.ipn.mx:8080/dspace/bitstream/123456789/4027/1/PROPUEST_AMEJORAHOTEL.pdf)