

## CALIDAD DEL SERVICIO. ESTUDIO DESCRIPTIVO DE LOS SERVICIOS ADMINISTRATIVOS DE UNA UNIVERSIDAD ECUATORIANA

**Fernando Hallo Alvear**

✉ rohalloal@uide.edu.ec

Universidad Internacional del Ecuador - Ecuador

**Pamela Fajardo**

✉ pamelaf@uhemisferios.edu.ec

Universidad de los Hemisferios - Ecuador

### RESUMEN

Los servicios prestados por las instituciones permiten que el cliente evalúe la calidad y también la experiencia de compra, permitiendo medir su satisfacción. Este trabajo evaluó la calidad de los servicios prestados en el área administrativa de la modalidad de estudios en línea en una universidad privada ecuatoriana. La metodología utilizada se basó en la aplicación de los modelos SERVPERF y SERVQUAL en los estudiantes de la institución, valorando sus percepciones y expectativas en las cinco dimensiones de los modelos, por dos ocasiones en el mismo período en dos años consecutivos. Los resultados obtenidos mostraron que la evaluación de los estudiantes de la modalidad fue moderadamente alta, sin tener en cuenta la parte académica. También hay diferencias en la percepción de la calidad de los servicios por niveles académicos en los que los alumnos se encuentran, sin discriminar la edad, género o cualquier otro tipo de variable debido a la heterogeneidad de la población de estudio.

**Palabras clave:** SERVPERF, SERVQUAL, calidad de servicio, universidad, modalidad en línea.

### ABSTRACT

The services offered by the institutions allow the customer to evaluate the quality and also the shopping experience, allowing to measure their satisfaction. This work evaluated the quality of the services of the administrative area of the modality of online studies in an Ecuadorian private university. The methodology used was based on the SERVPERF and SERVQUAL models in the students of the institution, valuing their perceptions and expectations in the five dimensions of the models, for two occasions in the same period in two consecutive years. The results obtained showed that the evaluation of the students was high, regardless of academics. There are also differences in the perception of the quality of services by academic levels in which students are, excluding age, gender or any other variable due to the heterogeneity of the study population.

**Keywords:** SERVPERF, SERVQUAL, quality of service, university, online modality.

## 1. INTRODUCCIÓN

Dentro del contexto educativo, en Ecuador la educación superior está regida por la Ley Orgánica de Educación Superior, en donde se establecen algunas modalidades de estudios, entre ellas la denominada modalidad en línea antes llamada a distancia. Evaluar la calidad percibida por los estudiantes de la Modalidad a Distancia respecto a los servicios administrativos ofrecidos por la universidad resulta de suma importancia para medir acciones estratégicas; utilizando para este propósito los modelos de medición de calidad de los servicios SERVQUAL y SERVPERF. Es importante mencionar que, por ser información institucional, se mantiene el nombre de la universidad en reserva.

La calidad de servicio representa una de las variables consideradas clave por los expertos para la competitividad de una organización, más aún si éstas quieren permanecer en un mercado competitivo donde los clientes buscan más que un producto, buscan experiencias. Por tanto, la calidad del servicio se convierte en un elemento estratégico que confiere ventaja diferenciadora (Mendoza Aquino, 2009).

El concepto de calidad ha evolucionado con el pasar de los años. En sus orígenes la calidad era costosa porque rechazaba los productos defectuosos, lo que representaba coste, y después recuperar de alguna forma dichos productos, si era posible, representaba otro coste adicional. Hoy son las empresas de servicios las que representan la mayoría en los países desarrollados, puede alcanzar fácilmente el 70 – 75%, en detrimento de los empleos industriales. (Cuatrecasas, 2005)

La calidad de un servicio tiene dos dimensiones: una instrumental y otra funcional. En consecuencia, como afirma Gronroos, un servicio se identifica por los aspectos “técnicos” y “funcionales”, los dos componentes de la calidad (Cobra, 2001). Se debe medir estadísticamente la calidad aplicando cuestionarios, entrevistas o cualquier instrumento que permita controlar y medir la satisfacción de los clientes internos y externo. (Castellanos, 2008)

Se puede afirmar que para medir el servicio y la satisfacción entran en juego la expectativa como la percepción en el cliente; por lo tanto, dicha evaluación de servicio debe establecerse como un valor que genere acciones en el trabajo diario enmarcado dentro de los axiomas estratégicos empresariales. (Uribe Macías, 2010)

Por otro lado, a partir de 1895 los profesores Pasuraman, Zeithaml y Berry desarrollaron varios estudios cualitativos y cuantitativos que dan origen a la escala SERVQUAL por su abreviatura de SERVICE QUALITY, también conocido como Modelo PZB (iniciales del apellido de sus autores). Este modelo define la calidad del servicio como la diferencia entre las percepciones de los clientes y las expectativas formada. Se evalúa la calidad de servicio desde la perspectiva del cliente y si el valor de las percepciones iguala o supera el de las expectativas, el servicio es considerado de buena calidad, pero si el valor de las percepciones es inferior al de las expectativas se dice que el servicio presenta deficiencias de calidad. (Hoffman & Bateson, 2011)

Dentro de la corriente que es contraria a la medición de la calidad de servicio a través de la diferencia entre percepciones y expectativas, destaca especialmente la

aportación de Cronin y Taylor (1992) con su modelo SERVPERF por su abreviatura SERVICE PERFORMANCE, el mismo que se entiende como la medición y evaluación de la calidad del servicio, únicamente basado en las percepciones, es decir eliminando las expectativas de los clientes. (Mendoza Aquino, 2009)

Ambos modelos se enfocan a medir lo que el cliente experimenta del servicio de las organizaciones, pese al debate de autores de que un modelo mide de mejor manera que el otro. De esta forma, se puede analizar las cinco dimensiones de calidad propuestas por los modelos: Tangibilidad, Confiabilidad, Capacidad de respuesta, Seguridad y Empatía.

De acuerdo con (Cobra, 2001), la escala de medición SERVQUAL es una herramienta de diagnóstico que descubre las debilidades y fortalezas de la empresa en el área de la calidad en el servicio. Según (Aquino, 2009) Parasuraman propuso como dimensiones subyacentes integrantes del constructo calidad de servicio a dichas dimensiones; éstas tienen diferente importancia para los clientes.

En la Tabla 1 se definen cada una de ellas y lo que para los autores del modelo presenta como importancia, definida como variable multidimensional.

Esta importancia es la que proponen los autores, en el caso del presente trabajo no se la utilizará pues se busca dar el mismo peso a cada dimensión al ser una modalidad de estudios a distancia. Estos modelos de medición utilizan un cuestionario que contiene 22 ítems bajo una escala de Likert, los mismos que fueron acoplados para que puedan medir lo que se busca en la realidad dada.

Dimensión	Detalle	Importancia %
Confiabilidad	Congruencia y confiabilidad en el desempeño del servicio	32
Capacidad de respuesta	Compromiso de proporcionar oportunamente sus servicios	22
Garantía	Competencia y amabilidad de a sus clientes y la seguridad de sus operaciones	19
Empatía	Capacidad para colocarse en el lugar de sus clientes	16
Tangibles	Capacidad para manejar sus tangibles	11

Tabla 1 - Dimensiones del modelo SERVQUAL y su importancia para los clientes

Nota: Para sacar la importancia se pidió a consumidores que repartieran entre 100 puntos. Adaptado de *Improving Service Quality in America: Lessons Learned*, de Leonard, Berry, Parasuraman, & Zeithaml, *Academy of Management Executive*, 8, 2, (1994), pp.32-52  
Elaborado por: Autores

La aplicación de los modelos SERVQUAL y SERVPERF resultan válidos como conclusión de distintas investigaciones en distintos sectores, como por ejemplo en el industrial de Salomi et al. (2005), en el enfoque teórico reflexivo de Colmenares y Saavedra (2007), o en el campo educativo como el caso de García y Díaz (2008) (Torres Fragoso & Luna Espinoza, 2017).

Para (Quiñones & Vega, 2014) analiza las expectativas y las percepciones a la luz de la tangibilización del servicio y de los momentos de la verdad. Según (Alberdi & Rubio, 2006) una ventaja del modelo SERVPERF es la simplicidad para el encuestado, ya que la eliminación de las expectativas supone la reducción del número de ítems valorados, causando mayor precisión en las respuestas obtenidas.

Por otro lado, la buena o mala gestión administrativa es una parte primordial del proceso educativo, le permite el toque final de excelencia que ofrece tanto a la filosofía, la estructura y los medios de la organización y la calidad del educador desde el inicio hasta la consecución del

proceso educativo (Jany Castro, 2005). El organismo de control ecuatoriano que tiene como misión la rectoría de la política pública en función del aseguramiento de la calidad y excelencia en la educación superior evalúa como criterios a: academia, ambiente estudiantil, organización, recursos e infraestructura y vinculación con la sociedad. (CEAACES, 2017)

## 2. MATERIALES Y MÉTODOS

Esta investigación fue desarrollada bajo el estudio de campo, en el cual se involucra al estudiante, quien sabe la realidad de la calidad de servicio que presta la universidad y las falencias o aciertos que están recibiendo. El público objetivo está conformado por alumnos de los diez semestres de las carreras que oferta la universidad investigada en su Modalidad a Distancia, durante los períodos académicos septiembre 2015 – febrero 2016 y septiembre 2016 – febrero 2017.

Se aplicaron los modelos SERVQUAL y SERVPERF con 28 ítems de análisis en el cuestionario, con el fin de medir la calidad de los servicios administrativos que reciben los estudiantes. Adicional, se incorporó la opción para que los encuestados pongan la importancia de cada uno de los ítems expuestos. Se busca contrastar los resultados de ambos modelos y evidenciar si existe variación en resultados.

El cuestionario pasó por filtros antes de ser aplicado utilizando el Método Delphi, que Según Linston y Turoff (2002) es un método de estructuración de un proceso de comunicación grupal que es efectivo a la hora de permitir a un grupo de individuos tratar un problema

complejo (Reguant-Álvarez & Torrado-Fonseca, 2016). Un grupo de expertos en educación a distancia revisó la plantilla de afirmaciones de los modelos y definió el cuestionario después de 3 rondas de aplicación. De las 28 preguntas se hace referencia a las cinco dimensiones de evaluación de la calidad citadas anteriormente, y quedan agrupadas de la siguiente manera:

Elementos tangibles	Preguntas: 1, 2, 3, 4, 8 y 13, en total 6
Fiabilidad	Preguntas: 5, 6, 7, 10 y 24, en total 5
Capacidad de respuesta	Preguntas: 12, 16, 19, 22 y 28, en total 5
Seguridad	Preguntas: 9, 11, 15, 17, 18, 20 y 26, 7 en total
Empatía	Preguntas: 14, 21, 23, 25 y 27, en total 5.

Tabla 2 – Distribución de preguntas de acuerdo a las dimensiones investigadas

Nota: Ítems de valoración resultado de la aplicación del Método Delphi para aplicación de los Modelos SERVPERF y SERVQUAL  
Elaborado por: Autores

Se usó la escala de respuesta Likert con puntuación de cinco niveles, a los cuales el usuario pudo expresar su respuesta en mención de estar en acuerdo o desacuerdo con el enunciado. En la siguiente Tabla se detalla las escalas por niveles.

Totalmente desacuerdo	Moderadamente desacuerdo	Ni desacuerdo ni acuerdo	Moderadamente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

Tabla 3 - Escala de Likert utilizada en el instrumento de medición

Nota: La escala de Likert es de fácil comprensión para el encuestado y se puede aplicar en los Modelos SERVPERF y SERVQUAL

Los valores en el rango de porcentaje han sido ajustados para una mejor distribución y exigencia de acuerdo con los investigadores. (Zeithaml, 1988)

Nivel y puntos de Likert	Significado	Rango de porcentaje de satisfacción del cliente
1	Totalmente en desacuerdo	0 – 20%
2	Moderadamente en desacuerdo	20 – 40%
3	Ni desacuerdo ni acuerdo	40 – 60%
4	Moderadamente de acuerdo	60 – 80%
5	Totalmente de acuerdo	80 – 100%

Tabla 4 - Significado de la escala Likert para interpretar la satisfacción del cliente de acuerdo con las percepciones del servicio brindado

Nota: Tomado de (Zeithaml, Consumer perceptions of price, quality and value: A means-end model and synthesis of evidence, 1988)

Elaborado por: Autores

Para obtener la información se seleccionó entre sus componentes una muestra estadística. La población estudiantil en la Modalidad a Distancia estuvo compuesta en la fecha del estudio por 1.437 estudiantes repartidos entre las carreras que oferta la universidad, por lo que se tomó una muestra proporcional de la población que abarcó a todas las carreras por nivel.

La aplicación del instrumento fue realizada en dos ocasiones, durante el periodo septiembre 2015 – febrero 2016 y en el periodo septiembre 2016 – febrero 2017, con los mismos parámetros. El tipo de muestreo escogido para esta investigación es el no probabilístico estratificado que, de acuerdo con (Plazas Rojas, 2011) se caracteriza por usar información que permite agrupar a los elementos que componen la muestra en estratos diferenciados sin la necesidad de conocer todas las unidades muestrales en una población grande.

Para el cálculo del tamaño de la muestra del universo de estudiantes se toman en cuenta nivel de confianza del 95%; con margen de error de 5%; P y Q de 50% cada uno. Mediante el desarrollo de la siguiente fórmula se obtiene el tamaño de la muestra el cual refleja lo siguiente:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

N	Población	1 437
Z	Nivel de confianza	95% - 1.96
p	Probabilidad de éxito	50%
q	Probabilidad de fracaso	50%
e	Error de estimación	5%
n	Tamaño de la muestra	

Tabla 5 - Descripción de elementos de fórmula para determinar muestra

Nota: Los datos y cifras expuestos fueron consensuados dentro de la aplicación del Método Delphi.

Elaborado por: autores

El tamaño de muestra calculado para los estudiantes se determinó con base en la proporción de cada semestre; es así que se estableció lo siguiente:

Nivel de semestre	Nº de Alumnos	% Por semestre	Muestra
1	201	14%	44
2	139	10%	31
3	133	9%	29
4	168	12%	38
5	151	11%	35
6	141	10%	31
7	137	10%	31
8	136	9%	29
9	113	8%	25
10	118	8%	25
TOTAL	1 437	100%	318

Tabla 6 - Descripción de elementos de fórmula para determinar la muestra.

Nota: Cálculos desarrollados con base en la cifra de estudiantes proporcionada por la universidad

Para evaluar la confiabilidad del instrumento de medición se procedió con el análisis de consistencia interna mediante el Alfa de Cronbach que es un índice que indica consistencia y confiabilidad en los instrumentos de medición que oscilan de 0 a 1, siendo así que los valores que están entre 0,8 a 1 indican fiabilidad y si estos indicadores no superan el 0,8 se puede afirmar que son valores inconsistentes e inestables. (Schmalbach & Ibargüen, 2011)

El Alfa de Cronbach, con respecto a la medición de las dimensiones de los

modelos SERVQUAL y SERVPERF, es un indicador de los resultados tanto en la prueba piloto como también en la prueba final, para así llegar a un resultado final general que se pueda determinar que el instrumento empleado tenga un alto grado de confiabilidad.

Para realizar el cálculo se emplea la siguiente fórmula:

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left| 1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right|$$

A	Alfa de Cronbach
K	Número de ítems
Vi	Varianza de cada ítem
Vt	Varianza del total

### 3. RESULTADOS

Las siguientes tablas representan la validación de los elementos que conforman las dimensiones de calidad en los dos métodos estadísticos de medición de calidad, analizados por el Alfa de Cronbach con el objetivo de medir la fiabilidad del cuestionario en sus 28 preguntas.

Dimensión	Alfa de Cronbach
Elementos tangibles	0,987
Confiabilidad	0,842
Capacidad de respuesta	0,988
Seguridad	0,983
Empatía	0,922

Tabla 7 - Resultados correspondientes al Alfa de Cronbach por dimensiones - periodo septiembre 2015 – febrero 2016

Nota: Aplicación del instrumento en el periodo respectivo bajo la metodología explicada.  
Elaborado por: autores

Dimensión	Alfa de Cronbach
Elementos tangibles	0,898
Confiabilidad	0,937
Capacidad de respuesta	0,820
Seguridad	0,929
Empatía	0,986

Tabla 8 - Resultados correspondientes al Alfa de Cronbach por dimensiones - periodo septiembre 2016 – febrero 2017

Nota: Aplicación del instrumento en el periodo respectivo bajo la metodología explicada.  
Elaborado por: Autores

En el primer periodo de septiembre 2015 y febrero 2016, el resultado de la media fue de 0.944, mientras que el alfa de Cronbach para el cuestionario en el periodo septiembre 2016 a febrero 2017 fue de 0.914. Existe una alta confiabilidad en las preguntas y respuestas del cuestionario, lo que genera una alta fidelidad y demuestra que el instrumento es válido para ser aplicado en la medición de calidad.

Al realizar el procesamiento de datos de los 318 cuestionarios en el primer periodo (sept2015 - feb2016), se puede evidenciar el siguiente comportamiento con respecto a las dimensiones de calidad de servicios basados en los modelos SERVQUAL y SERVPERF.

	Elementos tangibles	Fiabilidad	Capacidad de respuesta	Seguridad	Empatía
Resultados SERVPERF	3.70	3.72	3.69	3.75	3.74
Resultados SERVQUAL	-0.19	-0.21	-0.23	-0.19	-0.20
Importancia	4.25	4.32	4.18	4.28	4.30

Tabla 9 - Resultados de los modelos SERVPERF, SERVQUAL e IMPORTANCIA con respecto a las dimensiones de calidad de servicio - periodo septiembre 2015 – febrero 2016

Nota: Aplicación del instrumento en el periodo respectivo bajo la metodología explicada.  
Elaborado por: Autores

Para el modelo SERVPERF, el promedio general de satisfacción es de 74.41%, si se lo revisa con la tabla 10 se puede identificar que la satisfacción que el estudiante tiene con respecto a los servicios proporcionados

por la institución educativa se encuentra en el rango de moderadamente satisfecho, si se lo toma dentro de la escala de Likert antes mencionada. Como dato más relevante en este análisis se encuentran las dimensiones de seguridad y empatía quienes tienen un nivel de aceptabilidad de satisfacción 75% lo cual sigue dentro del rango de satisfacción moderadamente de acuerdo

	Elementos tangibles	Fiabilidad	Capacidad de respuesta	Seguridad	Empatía
<b>Resultados SERVPERF</b>	3.70	3.72	3.69	3.75	3.74
<b>Promedio por dimensión</b>	74%	74.5%	73.8%	75.0%	74,8%
<b>Satisfacción del cliente equivalente en escala de LIKERT</b>	4	4	4	4	4
	<b>74,41%</b>				

Tabla 10 - Resultados del modelo SERVPERF y equivalencia en escala de Likert - periodo septiembre 2015 – febrero 2016

Nota: El promedio por dimensión está tomado con base en la escala de Likert y la Satisfacción del cliente presentado en la Tabla 4

Las dimensiones con mejor desempeño son seguridad y empatía, mientras que el que menor rendimiento ha tenido es la capacidad de respuesta.

Se puede evidenciar que la importancia que dan los estudiantes a los aspectos de tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía con respecto a la calidad de servicio es superior a 4 puntos y como resultado el 85% de importancia a estos parámetros.

Si se comparan las respuestas del modelo SERVPERF con la importancia que le dan los estudiantes a cada dimensión, se obtiene que los resultados de la calidad de servicio administrativo está por

debajo del resultado de la importancia; en otras palabras, el servicio ofrecido actualmente por la universidad cumple en 87% con respecto a la importancia que le dan los encuestados dejando una brecha de calidad de 13% que es en la cual se debe trabajar y mejorar en primera instancia para alcanzar por lo menos el nivel óptimo esperado por los estudiantes.

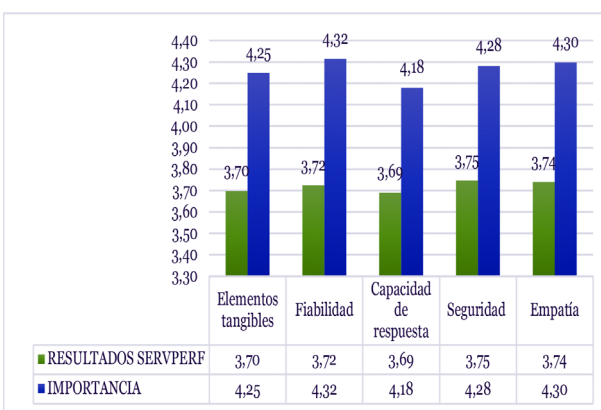


Figura 1. Comparación entre resultados SERVPERF e IMPORTANCIA - periodo septiembre 2015 – febrero 2016

Elaborado por: Autores

Con respecto a los resultados del modelo de medición de calidad SERVQUAL evaluado en el periodo septiembre 2015 – febrero 2016, se puede evidenciar que en las cinco dimensiones las respuestas se basan en los servicios ofrecidos versus los servicios percibidos adicionando la importancia que el estudiante le da a cada ítem.

En este modelo, los valores ofertados son mayores a los valores percibidos en la calidad de servicio administrativo de la institución educativa. Se puede evidenciar que los estudiantes están recibiendo menor calidad de servicio de lo que esperaban.

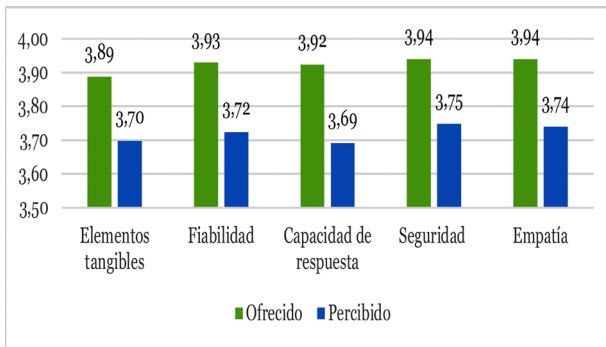


Figura 2. Comparación de resultados entre Servicios percibidos y Servicios ofrecidos - periodo septiembre 2015 – febrero 2016  
Elaborado por: Autores

Al aplicar los criterios que el modelo SERVQUAL expone:

Calidad de Servicio = Percepciones – Expectativas

Si  $P - E > 0$  El cliente percibe mayor calidad de lo esperado.

Si  $P - E = 0$  El cliente percibe la calidad esperada.

Si  $P - E < 0$  El cliente percibe menor calidad de lo esperado

Se determina que las 5 variables de medición de SERVQUAL tienen un valor negativo menor a cero, siendo así que la variable de elementos tangibles es la que más se acerca a una calidad esperada por el consumidor con -0.19 sobre 0.

	Elementos tangibles	Fiabilidad	Capacidad de respuesta	Seguridad	Empatía
Ofrecido	3,89	3,93	3,92	3,94	3,94
Percebido	3,70	3,72	3,69	3,75	3,74
Resultados SERVQUAL	-0,19	-0,21	-0,23	-0,19	-0,20

Tabla 11 - Resultados del instrumento de medición para el modelo SERVQUAL - periodo septiembre 2015 – febrero 2016

Nota: Aplicación del instrumento en el periodo respectivo bajo la metodología explicada.  
Elaborado por: Autores

Pasando al periodo septiembre 2016 – febrero 2017, con respecto a las respuestas de los modelos SERVQUAL y SERVPERF, el instrumento de medición fue el mismo que se utilizó en el periodo septiembre 2015 – febrero 2017. De esta manera se obtuvieron los siguientes resultados.

	Elementos tangibles	Fiabilidad	Capacidad de respuesta	Seguridad	Empatía
Resultados SERVPERF	3,73	3,76	3,80	3,79	3,80
Resultados SERVQUAL	-0,16	-0,18	-0,15	-0,17	-0,15
Importancia	4,25	4,32	4,18	4,28	4,30

Tabla 12 - Resultados de los modelos SERVPERF, SERVQUAL e IMPORTANCIA con respecto a las dimensiones de calidad de servicio - periodo septiembre 2016 – febrero 2017

Nota: Aplicación del instrumento en el periodo respectivo bajo la metodología explicada.

De igual manera que en el análisis de instrumento de medición del periodo anterior, en el modelo SERVPERF los aspectos a considerar son las cinco dimensiones del instrumento. Como resultado global del modelo SERVPERF el promedio general de satisfacción es de 75.52% de aceptación y el estudiante tiene, con respecto a los servicios proporcionados por la institución, un rango moderadamente satisfecho.

	Elementos tangibles	Fiabilidad	Capacidad de respuesta	Seguridad	Empatía
Resultados SERVPERF	3,73	3,76	3,80	3,79	3,80
Promedio por dimensión	75%	75%	76%	76%	76%
Satisfacción del cliente en escala de Likert	4	4	4	4	4
<b>Promedio de satisfacción</b>	<b>75,52%</b>				

Tabla 13 - Resultados correspondientes al modelo SERVPERF en escala Likert - periodo septiembre 2016 – febrero 2017

Nota: El promedio por dimensión está tomado con base en la escala de Likert y la Satisfacción del cliente presentado en la Tabla 4.  
Elaborado por: Autores



La importancia que los estudiantes dan a las dimensiones de tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía con respecto a la calidad de servicio es de 4,26, dando como resultado 85% de importancia a estos parámetros. Mientras que las percepciones de calidad de servicio en los mismos aspectos considerados tienen un promedio de 3,78 sobre 5 en escala de Likert.

Si se comparan ambas respuestas, se tiene que la calidad de servicio otorgada por la universidad está por debajo de la importancia que le dan los estudiantes en la modalidad a distancia. Si la máxima calificación de la calidad de servicio se la pusiera al resultado de importancia se tendría que el servicio ofrecido actualmente por la universidad cumple en 89% dejando una brecha de calidad de 11% que es en el cual se debe trabajar y mejorar en primera instancia.

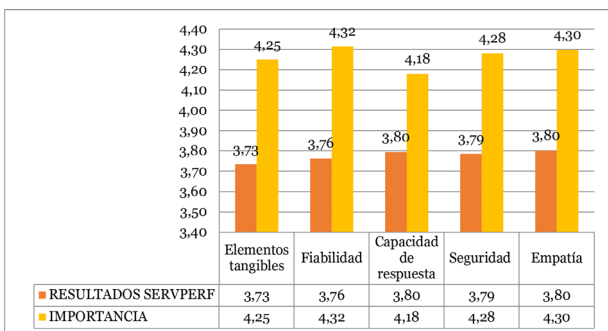


Figura 3. Comparación entre resultados SERVPERF e IMPORTANCIA – periodo septiembre 2016 – febrero 2017  
Elaborado por: Autores

En el análisis de resultados del modelo de medición de calidad SERVQUAL en septiembre 2016 – febrero 2017, se evidencia que en las cinco dimensiones los estudiantes están recibiendo menor calidad de servicio a lo a ellos

les ofrecieron, esto tiene sin duda un parecido con el análisis realizado el periodo anterior.

Sin embargo, las dimensiones más relevantes de este instrumento de medición de la calidad son la capacidad de respuesta y la empatía, siendo los elementos tangibles los que menor desempeño tienen al momento de generar calidad de servicio. La dimensión de calidad que la universidad más oferta es la seguridad, la empatía y capacidad de respuesta. En este punto el modelo SERVQUAL hace referencia a que si la calidad percibida es menor a la ofertada hay que realizar cambios en cada una de las dimensiones que este bajo la calidad ofrecida.

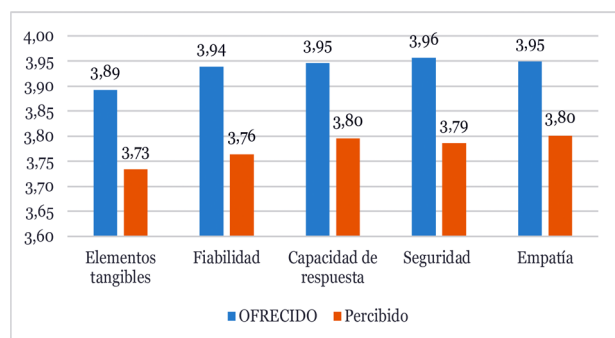


Figura 4. Comparación de resultados entre Servicios percibidos y Servicios ofrecidos – periodo septiembre 2016 – febrero 2017  
Elaborado por: Autores

En este análisis se puede determinar que las cinco variables de medición de SERVQUAL tienen un valor negativo menor a cero como en el análisis del periodo anterior, siendo así que la dimensión de capacidad de respuesta y empatía son las que más se acercan a cumplir con ofrecido por la universidad en cuanto a calidad de servicio se refiere, sin que se llegue a igualar todavía.

	Elementos tangibles	Fiabilidad	Capacidad de respuesta	Seguridad	Empatía
<b>Ofrecido</b>	3,89	3,94	3,95	3,96	3,95
<b>Percibido</b>	3,73	3,76	3,80	3,79	3,80
<b>Resultados SERVQUAL</b>	<b>-0,16</b>	<b>-0,18</b>	<b>-0,15</b>	<b>-0,17</b>	<b>-0,15</b>

Tabla 14 - Resultados del instrumento de medición para el modelo SERVQUAL ofrecidos – periodo septiembre 2016 – febrero 2017

Nota: Aplicación del instrumento en el periodo respectivo bajo la metodología explicada.  
Elaborado por: Autores

Con lo mencionado, en la Figura siguiente se evidencian los resultados por dimensiones de cada uno de los periodos con el Modelo SERPERF.

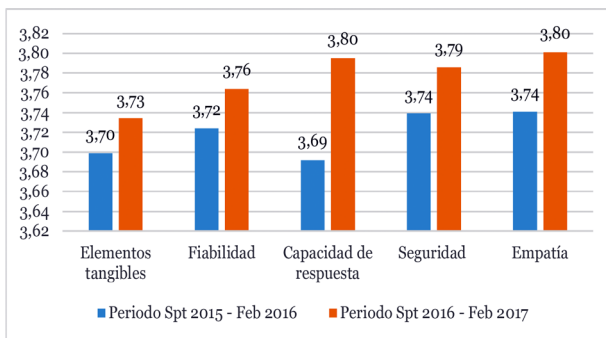


Figura 5. Resultados de las dimensiones del Modelo SERPERF en los dos periodos investigados  
Elaborado por: Autores

Es evidente que los resultados del segundo periodo de medición son superiores a los del primero. Capacidad de respuesta es la que en mayor porcentaje ha incrementado entre un periodo y otro con el 3%, y el resto con 1%. Estos resultados, si bien es cierto no son óptimos para un intangible puro, lo positivo es que ha existido un incremento que puede evidenciarse en actividades que la institución realizó para mejorar su servicio.

Por otro lado, en la Figura siguiente se evidencian los resultados por

dimensiones de cada uno de los periodos con el Modelo SERVQUAL.

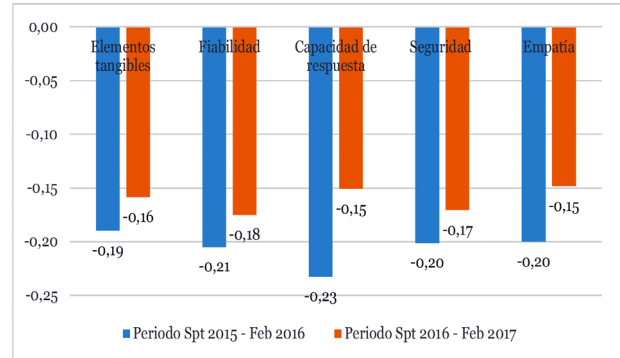


Figura 6. Resultados de las dimensiones del Modelo SERVQUAL en los dos periodos investigados  
Elaborado por: Autores

#### 4. DISCUSIÓN

Los resultados de las dimensiones del Modelo SERVQUAL tienen el mismo comportamiento que los resultados del Modelo SERPERF, con las respectivas diferencias de cálculo en cada uno. Los resultados del periodo septiembre 2016 – febrero 2017, son mejores a los del primer periodo, y de igual manera la dimensión de capacidad de respuesta es la que en mayor porcentaje ha mejorado en lo que respecta a la brecha con un 35% entre un periodo y otro, en un 26% la empatía, un 16% los elementos tangibles y fiabilidad y seguridad con un 15%.

#### 5. CONCLUSIONES

El nivel de importancia de cada una de las dimensiones para los estudiantes es superior todavía a los resultados de los modelos SERVQUAL y SERPERF. Una de las posibles causas de esta situación, y que deberá ser profundizada posteriormente, es la realidad de

sus estudiantes al no tener contacto constante con el personal administrativo. El comparativo presentado entre los dos modelos en los dos periodos consecutivos evaluados, arroja como resultado que las autoridades de la institución de educación superior deben ahondar esfuerzos para aumentar el nivel de calidad en sus procesos administrativos, con el fin de subir el porcentaje alcanzado. Si bien es cierto, en un tema cualitativo se alcanza en promedio a una calificación de medianamente alto, es cierto también que cuantitativamente no supera el 80%, por lo que se vuelve un punto de análisis para decisiones gerenciales que coadyuven a la mejora del servicio. Los modelos aplicados permitieron evidenciar que la brecha entre la calidad de servicios percibida y la ofertada en periodo de septiembre 2016 – febrero 2017 es menor que la del periodo septiembre 2015 – febrero 2016 en todas las dimensiones, mostrando que de un año a otro se realizaron actividades que para los estudiantes tuvieron cierto valor que permitió subir la percepción de calidad en el servicio. Gracias a los resultados que ambas herramientas arrojaron se midió la realidad de la institución de educación superior y de sus estudiantes. Los datos presentados corroboran que los resultados no difieren en gran medida entre ambos modelos, y que el aplicar un instrumento validado con el Método Delphi permite llegar a los objetivos planteados dentro de la investigación conociendo el comportamiento de los ítems de cada una de las dimensiones, por cada uno de los periodos, aplicando cada modelo y validados por la aplicación del índice Alfa de Cronbach.

## 6. REFERENCIAS

1. Aparicio, G., & Zorrilla, P. (2015). Distribución comercial en la era omnicanal. Madrid, España: Ediciones Pirámide.
2. Cavassa, C. R. (2004). La gestión administrativa en las instituciones educativas. México, México: LIMUSA.
3. Cobra, M. (2001). Marketing de servicios (2ª ed.). Santa Fe de Bogotá: Mc Graw Hill.
4. Cuatrecasas, L. (2005). Gestión integral de la calidad (3ª ed.). Barcelona: Ediciones 2000.
5. Eklof, J. A., & Westlund, A. (1998). Customer satisfaction Index and its role in quality management. *Total Quality Management*, 9(4), 80-85.
6. González, F. J., Mera, A. C., & Lacoba, S. R. (2007). Introducción a la gestión de calidad (1ª ed.). Madrid: Delta.
7. Gutierrez, J. A., Vázquez, R., & Bello, L. (2005). Investigación de mercados: métodos de recogida y análisis de la información para la toma de decisiones en marketing (1ª ed.). Madrid: Paraninfo.
8. Hoffman, K. D., & Bateson, J. E. (2011). *Marketing de Servicios. Conceptos, estrategias y casos* (Cuarta ed.). México: CENGAGE Learning.
9. International Organization for Standardization. (04 de 09 de 2017). Online Browsing Platform. Recuperado el 04 de 09 de 2017, de <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:10004:en>
10. Jany Castro, J. N. (2005). Investigación integral de mercados: decisiones sin incertidumbre. Colombia, México: Nomos S.A.
11. Leonard, L., Berry, A.,

- Parasuraman, A., & Zeithaml, V. A. (1994). Improving Service Quality in America: Lesson Learned. *Academy of Management Executive*, 8(2), 32-52.
12. Plazas Rojas, F. (2011). Investigación de mercados: un enfoque gerencial. Ediciones de la U.
13. Prieto Herrera, J. E. (2010). Gerencia del servicio la clave para ganar todos (2a. ed. ed.). (P. ebrary, Ed.) Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
14. Reguant-Álvarez, M., & Torrado-Fonseca, M. (enero de 2016). El método Delphi. *REIRE, Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, 9(1), 87-102. doi:10.1344/reire2016.9.1916
15. Schnarch Kirberg, A. (2009). Desarrollo de nuevos productos. Creatividad, innovación y marketing (Sexta ed.). Bogotá: McGraw-Hill.
16. Setó Pamies, D. (2004). De la calidad del servicio a la fidelidad del cliente. Madrid, España: ESIC. doi:84-7356-371-9
17. Sotomayor, M. H. (2014). Gestión y marketing de servicios turísticos y hoteleros (2ª ed.). Bogotá: ECOE.
18. Torres Fragoso, J., & Luna Espinoza, I. (2017). Evaluación de la percepción de la calidad de los servicios bancarios en el Istmo de Tehuantepec con el modelo SERVPERF. *Contaduría y Administración*, próxima publicación.
19. Uribe Macías, M. E. (2010). Gerencia del servicio: alternativa para la competitividad. (P. ebrary, Ed.) Bogotá: Ediciones de la U.
20. Vivanco, M. (2005). Muestreo estadístico: Diseño y aplicaciones (1ª ed.). Santiago de Chile: EDITORIAL UNIVERSITARIA.
21. Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality and value: A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52, 2-22.
22. Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2009). Marketing de servicios (5ª ed.). México: Mc Graw Hill.