

**Validación de un instrumento para la medición de la calidad del servicio al cliente externo
en el ámbito universitario**

ARÉVALO GUZMÁN LEIDY JOHANA

I.D: 000300169

JUAN GABRIEL CASTEAÑEDO POLANCO

Asesor de trabajo de grado

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

CENTRO REGIONAL SOACHA

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y SOCIALES

PROGRAMA DE PSICOLOGÍA

Noviembre del 2016

Se aprueba el trabajo de grado
con una nota de 4.4



Juan Carlos Borbón Arias

Jurado 1



Andres Alejandro Reyes Reyes

Jurado 2

Validación de un instrumento para la medición de la calidad del servicio al cliente externo en el ámbito universitario

Resumen: La presente investigación tiene como objetivo realizar la validación un instrumento psicométrico, que permita evaluar la calidad del servicio al cliente externo en el ámbito universitario, utilizando como población los estudiantes de la Corporación Universitaria Minuto de Dios - Centro Regional Soacha; en la cual se evaluó la perspectiva que tiene el cliente externo (estudiantes) del servicio que se le está brindando. Para ello se adecua la escala utilizada por Tumino & Poitevin (2014), el cual se modificó, para ajustar el instrumento a las necesidades específicas del contexto donde se desea aplicar. La escala cuenta con un total de 40 variables las cuales contribuyen a la medición de la perspectiva del servicio que tiene el estudiante frente a los procesos de la institución. En los resultados obtenidos, el análisis factorial identificó seis dimensiones con coeficiente de Alpha de Cronbach de 0,95 por lo que puede afirmarse que la escala es fiable, y posee consistencia interna.

Palabras claves: Calidad del servicio, percepción, cliente externo, medición de la calidad.

Abstract: The objective of this study is to validate a psychometric instrument, which evaluates the quality of customer service in a university environment, using the student population of Corporación Universitaria Minuto de Dios – Centro Regional Soacha; in which the customer's perspective of their received service was evaluated. For that purpose, the scale used by Tumino & Poitevin (2014) is suitable, but was modified, in order to adjust the instrument to the specific needs of the area where it is applied. The scale counts a total of 40 variables which contribute to the evaluation of a student's opinion of the customer service offered by the university. In the study's results, a factorial analysis identified six factors with a Cronbach Alpha coefficient of 0.95 that assure the scale is reliable, and possesses internal consistency.

Keywords: Service quality, perception, external client, measurement quality.

Planteamiento del problema

De acuerdo con Aquino, M., & Vogel, M. (2009), en la actualidad lo que determina la posición de una empresa a largo plazo “es la opinión de los clientes sobre el producto o servicio que reciben”, (p1), por ello en los últimos años ha sido mayormente investigada la manera de medir la calidad del servicio que se ofrece, los instrumentos más utilizados hasta el momento son el SERVQUAL y el SERVPEF. (Botero, M. & Peña, P., 2006:222). “La principal diferencia entre estos modelos se centra en la escala empleada: en la primera se utiliza una escala a partir de las percepciones y expectativas, mientras que en la segunda se emplean únicamente las percepciones”, (Aquino & Vogel, 2009:10). Esto en referencia a las organizaciones, pero al hablar de este proceso en las instituciones, los instrumentos utilizados son menos comunes; al revisar base de datos como: SCOPUS, SCINCEDIRECT, DIALNET, EBSCO, entre otras; se logró evidenciar que en Latinoamérica existen pocos instrumentos validados para medir el servicio de calidad en el ámbito educativo superior, y en lo que refiere a Colombia no se encontró ninguno hasta el momento; según el informe estadístico del Ministerio de Educación (2016), en Colombia existen aproximadamente 287 instituciones de educación superior, lo cual permite plantear como problema de investigación la falta de instrumentos validados en Colombia para la medición del servicio de calidad en las instituciones de educación superior.

Objetivos

Objetivo general

- Construir y validar un instrumento psicométrico, que permita evaluar la calidad del servicio al cliente externo en el ámbito universitario.

Objetivos específicos

- Realizar revisión teórica de los aspectos que evalúa el servicio al cliente y los antecedentes de los instrumentos utilizados para la evaluación del mismo, en el ámbito de la educación superior.
- Aplicar el instrumento realizado para la medición del servicio de calidad en contextos universitarios.
- Determinar la consistencia interna del instrumento construido.

Justificación

Como se mencionaba anteriormente, los instrumentos que han sido validados para la medición del servicio de calidad en las instituciones de educación superior son mínimos, motivo por el cual la propuesta de esta investigación es construir y validar un instrumento que permita afianzar futuras investigaciones en este campo de acción de la psicología organizacional.

En este sentido Hidalgo. J. (2013), propone que las instituciones de educación superior como las universidades, escuelas politécnicas, de posgrados, entre otras, poseen unas características diferentes a las de cualquier organización, pero eso no la hace exceptúas de tener y aplicar los principios del servicio al cliente. El autor manifiesta que los clientes del ámbito educativo superior deben ser tratados y atendidos con una filosofía de servicio fundamentada en valores. Schmidt, W., Pizzinatto, N., Belli, H., de Carvalho, A, & Dos Santos, R. (2014), aportan que estos valores deben apuntar a un conjunto de estrategias desarrolladas en la institución, privada o pública, y cuyo objetivo es satisfacer las necesidades, las demandas, de sus clientes.

Díaz, M., & Rangel, P., (2010), consideran que la pertinencia del servicio en el ámbito educativo superior, consiste en acercar al sistema y las organizaciones educativas a la necesidad del país, generando un mercadeo educativo como pieza clave para identificar las demandas sociales enunciadas y señalar los propósitos y objetivos que debe perseguir la organización educativa en el contexto en el que se desarrolla. (p.113). Todo esto surge porque según Palacios, J. (2013), durante las últimas dos décadas la categoría de calidad educativa se ha puesto en el

centro del debate internacional. “Cuenta de ello dan las acciones que se han tomado desde diferentes organizaciones internacionales, la variedad de simposios, y la implementación de políticas locales, cuyo propósito principal es el de encaminar las acciones educativas al logro de la calidad.” (P. 178).

Desde esta perspectiva la calidad, es el objetivo principal del servicio al cliente en el ámbito educativo, Fernández, M., (2009), propone que el concepto debe ser optimizado, mejorando el proceso de enseñanza, a través de la utilización de recursos que contribuyan a hacer óptima la relación entre sus componentes. (p. 85). Sverdlick, M., (2012), señala que el principio de calidad fue traspolada desde el ámbito empresarial para dar peso a “la finalidad, sentido y funciones de la educación” (p.24).

Finalmente, a nivel legal y profesional se justifica el proyecto a través de la ley 1090 del 2006, al cumplir los principios de: Bienestar del usuario, evaluación de técnicas e investigación con participantes humanos; Mediante estos principios que rigen la profesión del psicólogo, el proyecto podrá contemplar los distintos factores que estén afectando el desarrollo integral del estudiante UNIMINUTO, permitiendo no solo ejecutar la medición y mejora en el proceso de servicio al cliente externo y calidad en el servicio, si no evidenciando otras características que permitan generar nuevas investigaciones en torno a las necesidades, conflictos y situaciones que pueden llegar a aquejar a el estudiante en el ámbito universitario.

Los aportes que se realizan a nivel económico, no son evidenciados de manera directa e inmediata dentro de la organización, ya que este proceso implica una mejora continua que

contribuya al desarrollo y ejecución del plan de calidad establecido por el sistema UNIMUTO y así sea reconocido por sus altos niveles de calidad educativa, generando con ello una mayor demanda por parte de sus futuros usuarios.

Marco Teórico

La calidad es entendida desde una perspectiva organizacional como la adecuación a los objetivos de la organización (Quiñonero D. & García D.; 2003, p. 76), en relación, se habla de servicio de calidad siempre y cuando cumpla con dichos objetivos establecidos. De igual manera Serna H. (2008; p.133) señala que de no cumplir con esta adecuación los objetivos de la organización serán sus propias debilidades.

En cuanto al concepto de "Gestión de la calidad" Camisón C., Cruz S. & González, T. lo plantean como un sistema que relaciona un grupo de componentes relevantes para poner en marcha una serie de principios, prácticas y técnicas para la mejora de la calidad (2007; p. 211). Por lo tanto, la creación e implementación de procesos de gestión de calidad debe contemplar diferentes variables que permitan el cumplimiento de los objetivos de la organización. Moreno M., Peris F., & González, T. (2001), afirman que estos procesos permiten que desde la selección de materiales y su control permanente, se logra asegurar un mejor proceso de calidad.

Acorde con Ruiz, O. (2001), en la actualidad las organizaciones deben plantear sus objetivos en relación con sus clientes, ya que sus necesidades y expectativas deben ser satisfechas ya sea por los productos o sus servicios. Oliva, D. (2005, p.15) señala que desde las organizaciones se deben considerar "el estudio y desarrollo de sistemas integrados de calidad que permitan estudiar la relación del servicio al cliente con la estrategia organizacional." De esta manera procesos de gestión de calidad facilitan la información sobre los servicios que se están ofreciendo, su calidad y el nivel de satisfacción de las necesidades de los clientes. (Montoya & Bárbaro, 2011); citados

por (Samuel, M., Stanescu, C. & Cardozo, M., 2011, p. 3).

Según Requena, M. (2005) citando a Zeithaml (1988), la calidad percibida es “la opinión del consumidor sobre la superioridad o excelencia de un producto”. Esta opinión es producto de los atributos intrínsecos y extrínsecos, entendiendo estos como las cualidades que componen del producto o servicio obtenido. Es necesario tener en cuenta que la calidad percibida por el cliente y la productividad no se pueden separar, ya que el cliente activo en su participación en la construcción del servicio. (Martínez, R., 2013; p.97). Así mismo Osorio, C., Pizarro M, S., & Riveros B, G. (2010, 23) señalan que "medir sistemáticamente la satisfacción de sus usuarios permite orientar políticas de mejoramiento continuo para entregar un mejor servicio." por lo cual se logra uniformar y cuantificar la efectividad del modelo de servicio, todo acorde a sus propias características, ya que "las organizaciones, al igual que las huellas digitales, son siempre singulares." (Ojeda, J., & Ferrer, M., 2010; p. 23).

Percepción del cliente

La percepción que tiene el cliente, desempeña un papel importante en la evaluación del servicio ya que “El cliente es el punto de partida de una estrategia de servicio y el objetivo de una buena estrategia de servicio debe consistir tanto en mantener a los actuales clientes como en atraer a los clientes potenciales.” (Sanz, I., Castán, J. C. R., Gutiérrez, P., & Sáenz, G. C.; 2005, p. 33). A partir de lo anterior se determina la importancia que presentan los clientes en una organización, ya que una institución debe establecer una rentabilidad creciente sin llegar a estropear en ningún momento el nivel de servicio al cliente. (Aguilar, S.; 2012; p.163), ya que cometer un error

durante el proceso del servicio en relación con el cliente, hará que el cliente quede insatisfecho, debido a que el servicio ofrecido no ha llenado sus niveles de expectativa (Pontón, H., 2010; p.47), por lo tanto, y como lo señala Gómez, C. “Desde una perspectiva de la gestión se exige que la relación sea totalmente proactiva y dinámica con los clientes mediante el fortalecimiento de actitudes para su desarrollo” (2010; p.45), por este motivo es necesario tener en cuenta que se deben implantar acciones de formación sobre técnicas de comunicación y atención al cliente para el personal de la institución García, J., Cepeda, G., & Martín, D. (2012, p. 317), ya que el mantener satisfechos a los clientes, se alcanza una mayor productividad y primordialmente el logro de los objetivos de las empresas. (Espinoza, M. & Parra, L.; 2016, p.39).

Contemplando lo anterior, en una organización se debe entender que la satisfacción completa del cliente está determinada por la emoción, ya que “se asocia a la activación y a la actuación de procesos cognitivos, valorando hasta qué punto el bien o servicio cumple con las funciones que tenía asignadas” (p.207). la cual es movilizadora por un proceso en el cual se realiza una comparación entre las expectativas propias del cliente y la calidad del servicio ofrecido por la organización (Montecinos, J.; 2015, p. 207) de tal manera que de generar una comparación eficiente y complaciente en el usuario, ese grado de satisfacción en el cliente aumenta la percepción que este tenga sobre la honestidad, benevolencia y competencia de la organización (Ganesan, 1994; Selnes, 1998 citados por Navarré, C. , Mafé, C., & Blas, S.; 2010, p.40). Los clientes pueden tener distintos grados de implicación y desarrollar emociones distintas, de acuerdo con el grado de satisfacción obtenido; por lo que se pueden identificar cambios en la lealtad conductual en función del tipo de institución y de servicio. (Velázquez, B. & Contrí, G.; 2011, p. 119), finalmente, hay que señalar que un cliente satisfecho recomendará a más cliente, y

este a su vez influencia la decisión de los nuevos usuarios, utilizando un método mecanicista en el cual el sujeto manipula la información que ha adquirido para persuadir al otro (Watts, D. 2006:27), de acuerdo por lo cual se deben mantener propuestas eficaces de atención y servicio (Pérez Pico, G.; 2011; p. 56).

Calidad de servicio

Un proceso de servicio se considera funcional cuando las debilidades son disminuidas, las fortalezas son incrementadas, las amenazas son consideradas y atendidas puntualmente, y el aprovechamiento de las oportunidades está impregnado en el alcance de los objetivos de la Misión y Visión de la institución. (Cadena-Badilla, M., Acosta, A., Vega-Robles, A., & Quiroga, J.; 2015. P.16). Las fuentes de información implementadas generalmente recogen información que determina que la satisfacción del cliente está relacionada significativamente con la calidad de servicio (Zamorano, C., Rodríguez, M., Acosta, A., & Ávila, L... 2013; 263). De igual manera al contemplar el concepto de calidad hacia el cliente desde la perspectiva de la administración de la calidad total, según Botello (2015); citado por Durán, I., Vota, A., López, E., Pérez, E., & Martínez, A., (2016; p. 356) este se basa en que los clientes sean servidos al mayor grado posible, de manera tal que los servicios o productos satisfagan sus necesidades. En ese sentido los servicios que acompañan al servicio principal de formación universitaria (servicio de biblioteca, secretaría, salas de informática, actividades extracurriculares...), son considerados igual o más relevantes que la formación académica en sí, lo que condiciona la gestión de las instituciones universitarias y la consecución de la satisfacción de los estudiantes. (Gardó, T., Granizo, M., Francés, D., & Alarcón, F.; 2011, p. 418).

Medición de la calidad de servicio al cliente en el ámbito educativo

En cuanto a la educación, “se considera que uno de los indicadores más importantes para medir la calidad de la enseñanza tiene que ver con el grado de satisfacción de las personas involucradas en el proceso educativo.” (Durán, I., Vota, A., López, E., Pérez, E., & Martínez, A., 2016; p. 356), por lo tanto, los profesores y el servicio deben comprender la idea de que su relación es de aprendizaje mutuo. No se trata de que la universidad vaya al servicio para obtener unos aprendizajes o para ofrecer unos conocimientos, sino que el servicio también aprende con los proyectos y también aporta conocimientos (Godfrey, Illes y Berry, 2005; citados por Bertomeu, P., González, E., & Latorre, G., 2013; p.182). A partir de lo cual se debe hacer hincapié en que el proceso de evaluación de los planes de calidad de las universidades se puede ver optimizado cuando estas incluyen opiniones e indicadores de satisfacción estudiantil. (González-Peiteado, M., Pino-Juste, M., & Penado-Abilleira, M., 2016; p.1).

La mejora de la calidad de las universidades constituye uno de los principales objetivos de los actores implicados en la educación superior. (Puga, M., 2011: p. 81) por lo tanto el ámbito educativo debe ser mejorado continuamente en todas sus dimensiones para garantizar una competitividad ante la globalización, ya que se exige innovar los espacios y procesos educativos, estos en función de cualquier coyuntura social, política y económica de un país. (Ovalle, J., 2016: p.2).

Existen antecedentes que demuestran que los índices de retención estudiantil y rendimiento académico, al igual que los aspectos de motivación académica tiene una correlación positiva con

la satisfacción estudiantil (Fuentes, R., Carlos, J., Gurría, F., Timoteo, R., & Gordillo Martínez, Á. E.; 2015, p. 109), generando así que muchos estudiantes logran desarrollar las competencias necesarias en su proceso formativo que favorecen la consecución de sus objetivos académicos (Rosales R., & Rosales, F.; 2013, p. 343).

Teniendo en cuenta lo anterior Tumino & Poitevin (2013), aportan que la medición de la calidad en el ámbito educativo superior debe enfrentar problemas de consenso entre lo que brinda en la universidad y lo que desea el estudiante, desde esta perspectiva se hace necesario buscar una medición a través de instrumento validados que le permita a la entidad conocer la percepción que tiene su cliente externo, en este caso la comunidad estudiantil. (p.69).

Según Castillo (2005), la escala multidimensional SERVQUAL, es una de las utilizadas para la medición de calidad del servicio, esta escala mide y relaciona la percepción que tiene el cliente con las expectativas respecto a la calidad de servicio; entendiendo la percepción del cliente, como la estimación que la empresa cumple al momento de entregar el servicio y la valoración que tiene el cliente de la misma, y la expectativa del cliente como él lo espera del servicio obtenido. Por consiguiente, Martínez (2009), considera pertinente realizar evaluaciones del servicio, ya que son ellas las que permiten conocer si la oferta que se realiza cumple la demanda de la misma.

Bajo esta perspectiva autores como Tumino & Poitevin (2013); Rodríguez, Durán, Guajardo, & Doña, (2015); Carrión, Gómez, & Rivera, (2015), han generado instrumentos bajo las premisas del SERVQUAL, que les ha permitido generar una medición de la calidad en el servicio de educación. Por su parte Tumino & Poitevin encontraron que “la percepción de la calidad puede estar influenciada

por las expectativas que a su vez varían en las diferentes culturas y circunstancias.”(p.80).

Rodríguez, Durán, Guajardo, & Doña evaluaron componentes de la condición física, donde se resaltó “que poco tienen que ver con los objetivos de la disciplina. El objetivo fue determinar la influencia percibida por los docentes a sus prácticas educativas y en el entorno escolar, atribuida a la aplicación de la prueba SIMCE-EF. Se encuestan y entrevistan a 17 profesores de EF, pertenecientes al 100% de los establecimientos de la Comuna de Viña del Mar, Chile, que se les aplicó el SIMCE-EF en los años, 2010, 2011 y 2012.” (p.435). Finalmente Carrión, Gómez, & Rivera, desarrollaron un trabajo en el cual:

Se presenta el Sistema Gestión de Calidad Basado en la Norma ISO 9001:2008 aplicados en la Vicerrectoría de Estudios de Graduados de la Universidad Central del Este. Inicia con la observación directa del proceso y la recopilación de información. Continúa con una inspección general al proceso, apoyada en la Lista de Verificación ISO 9001:2008. Se detectaron las causas principales y secundarias que afectan al proceso, clasificándolas y vinculándolas entre sí. Se determinaron las debilidades y fortalezas. Las descripciones de cargo permitieron conocer los deberes y responsabilidades del personal involucrado con el proceso y con el sistema de gestión de la calidad. (p.3).

De acuerdo con lo anterior, se evidencia la importancia que ha tomado el conocer la calidad en el servicio que se le brinda a los estudiantes en el ámbito educativo superior, ya que a partir de la percepción que el estudiante genera de su universidad, las distintas entidades que se encargan de la supervisión de instituciones educativas pueden llegar a implementar estrategias para mejorar los procesos de formación en los estudiantes.

Teoría clásica de los test

Según Adánez, G. & González, A. (2003). Desde inicio de del siglo XX, la construcción y aplicación de los test psicométricos se ha basado en la teoría clásica de los test (p.1), la cual “asume que los puntajes de los test expresan la habilidad y que existen factores en el medio ambiente que pueden alterarlos y, por tanto, deben ser controlados en el proceso de aplicación de los test.” (Escurre-Mayaute, L. M.; 2015, p. 74); esto se logra a partir de la distribución de los ítems, calculando la proporción del N° respuestas, la media, desviación estándar, el índice de asimetría y la proporción de respuesta a cada valor de puntuación. (Castillo, I., Rojas, O., Saiz, F., & Albet, J.; 2008, p.42). Adicional a ello los autores aportan que:

La TCT surge del modelo lineal de Spearman y tiene como base la definición de unos postulados teóricos considerados débiles (Lord, 1980; Hambleton, Swaminathan y Rogers, 1991). Su principal limitación es que la medida de una variable depende de la muestra de sujetos y del test utilizado. Esto plantea problemas a la hora de interpretar los resultados. Por un lado, los estadísticos que muestran las características psicométricas de un test (fiabilidad, error, correlaciones con otros tests, etc.) dependen de la muestra sobre la que se aplica. Por otro lado, los ítems utilizados en un test delimitan las puntuaciones obtenidas por los sujetos, de ahí que las comparaciones entre individuos o grupos estén limitadas a que todos hayan respondido al mismo test. (p.41).

A partir de lo anterior lo que se busca es reducir la tasa de error y aumentar la viabilidad de cada uno de los ítems.

Confiabilidad y validez

De acuerdo con Cohen & Swerdilk, (2007), existen dos aspectos relevantes dentro de la “solidez Psicométrica”, la primera de ella es la confiabilidad y la segunda validez. Se entiende como confiabilidad o fiabilidad “la consistencia o estabilidad de una medida” (Virla, 2010:245), cuyo objetivo es “asegurarse de que un investigador, siguiendo los mismos procedimientos descritos por otro investigador anterior y conduciendo el mismo estudio, puede llegar a los mismos resultados y conclusiones. Nótese que se trata de rehacer el mismo estudio, no una réplica del mismo” (Miguel, 2006:7). Es decir, la confiabilidad determina la consistencia interna del instrumento, mediante varias expresiones de medidas una de las más conocida y utilizada el alpha de Cronbach generando como resultado el grado en el que están relacionados recíprocamente los reactivos o ítems. (Virla, 2010:248)

Por otra parte la validez es definida como “el grado de propiedad de las inferencias e interpretaciones derivadas de los puntajes de los test, incluyendo las consecuencias sociales que se derivan de la aplicación del instrumento” (Rojas, 2013: 116). En este sentido la solidez psicométrica solo se presenta si de cierta manera el instrumento cuenta con ambos factores. Teniendo en cuenta que según Babbie, (2010) citado por Rojas (2013), “La confiabilidad es condición necesaria pero no suficiente para la validez” (p.118). Es decir, si el instrumento posee un grado apto de validez puede llegar a tener un alto grado de confiabilidad; sin embargo el autor plantea que si el instrumento posee un alto nivel de confiabilidad este no es necesariamente valido.

Metodología

Tipo de investigación

De acuerdo con Baquero & Avedaño (2015) citando Montero & León, 2007, la presente investigación es tipo instrumental ya que esta tuvo como objetivo la validación de instrumento psicométrico, que permitiese la medición del servicio de calidad educativa en el ámbito universitario.

Población

La población estuvo conformada por 5697 estudiantes activos de la Corporación Universitaria Minuto de Dios – Centro Regional Soacha, inscritos en alguna de las tres jornadas ofertadas por la institución.

Muestra

Se utilizó una muestra no probabilística intencional conformada por 478 estudiantes pertenecientes a los distintos programas ofertados por dicha institución, como se evidencia en la tabla 1; la edad de los participantes oscilo de los 18 a los 40 años teniendo un promedio de edad de 23 años, de los cuales 284 fueron mujeres y 196 hombres.

Tabla 1. Representación muestral por programa

Programa al que pertenece	Resultados
Administración de empresas	116
Administración en Salud ocupacional	24
Administración Financiera	4
Comunicación social y periodismo	30
Contaduría Pública	62
Licenciatura en Pedagogía Infantil	23
Psicología	84
Técnico en Gestión de Mercado	15
Tecnología electrónica	1
Tecnología en Automatización Industrial	30
Tecnología en Comunicación Gráfica	4
Tecnología en Costos y Auditoria	1
Tecnología en Informática	32
Tecnología en Logística	14
Tecnología en Redes computacionales	2
Trabajo Social	36

Fuente: Elaboración propia

Instrumento

La escala de medición es un instrumento de evaluación tipo Likert, en la cual se utilizó una encuesta de datos demográficos y la escala tipo likert de medición del servicio de calidad educativa en el ámbito universitario, producto de esta investigación. Las variables incluidas dentro de la encuesta fueron: sexo, edad, programa al que pertenece, semestre actual, modalidad de estudio y jornada inscrita, lo anterior con el objetivo de caracterizar el grupo de participantes para en futuras investigaciones y poder relacionar los datos obtenidos con los resultados de cada factor hallados mediante la escala. Por otra parte el instrumento cuenta con 40 ítems que miden 6 factores (Desempeño laboral, procesos administrativos, actitudes frente al proceso académico por parte del docente, aspectos del programa académico, malla académica e instalaciones físicas), este debe ser respondido mediante escala Likert con 5 niveles de respuesta, siendo estos 1 = Muy en desacuerdo. 2 = En Desacuerdo. 3 = Indeciso. 4 = De Acuerdo. 5 = Muy de acuerdo. (Véase anexo 1).

Procedimiento

La investigación se llevó a cabo en cinco fases: en la primera fase se realizó un revisión teórica de los distintos instrumentos que han sido utilizados para la medición de la calidad y de los antecedentes referentes al servicio de calidad en el ámbito universitario; durante la segunda se realizó la elaboración del instrumento con base a los hallazgos realizados, en la tercer fase se realizó la aplicación de la prueba piloto a 102 usuarios de la institución, luego de esto se realizó la aplicación masiva teniendo una muestra total de 478 participantes; durante la cuarta fase se

realizó la tabulación de las encuestas realizadas, para finalmente en la quinta fase se llevó a cabo el análisis estadístico pertinente y la validación correspondiente.

Resultados

Construcción y validación del instrumento

A partir de la propuesta de Tumino y Poitevin (2014), basados en el modelo de Capelleras y Veciana (2004), referentes a la adecuación de los programas académicos y a la efectividad de los procesos administrativos, se elaboró una escala tipo Likert de 40 ítems, que incluía los aspectos de mayor relevancia para evaluar el servicio de calidad en el ámbito educativo señalados por estos autores.

Se contextualizaron los ítems de la escala, modificando el contenido textual de los componentes adecuándolos a las necesidades específicas de la institución, se sometió el cuestionario al juicio de profesionales en psicología con experiencia en el campo académico y organizacional, que adicional a esto tuvieran conocimiento de las políticas y procesos de la institución; estos profesionales evaluaron la claridad y pertinencia de los ítems. Teniendo en cuenta que la Teoría clásica de los test sostiene que “existen factores en el medio ambiente que pueden alterar los test y, por tanto, deben ser controlados en el proceso de aplicación.” (Escurre-Mayaute, L. M.; 2015, p. 74), se realizó un proceso de evaluación del instrumento construido, mediante una prueba piloto que se realizó con 102 estudiantes pertenecientes a los distintos programas académicos ofertados por la universidad. Tras el proceso de validación, la escala

quedo conformada por 40 ítems y se incluyeron las variables demográficas de: sexo, edad, programa al que pertenece, semestre actual, modalidad de estudio y jornada inscrita.

La escala de medición del servicio de calidad educativa en el ámbito universitario, es evaluada por una escala tipo Likert de 5 puntos que oscilan entre 1 (muy en desacuerdo) y 5 (muy de acuerdo). De esta forma, las puntuaciones más altas dentro de la escala reflejan una percepción positiva frente al ítem que se está evaluando y aquellas más bajas una percepción negativa frente al mismo. Para evaluar la consistencia interna de la escala se calculó el coeficiente Alfa de Cronbach para el total de la muestra, resultando ser de 0,951, por lo que puede afirmarse que la escala es fiable.

Tabla 2. Estadística de confiabilidad SPSS

Alfa de Cronbach	N. de elementos
,951	40

Fuente: Elaboración propia

La TCT, propone que para tener un mayor control en los factores que pueden llegar a alterar el instrumento se debe realizar la distribución de los ítems, calculando la proporción del N° respuestas, la media, desviación estándar, el índice de asimetría y la proporción de respuesta a cada valor de puntuación. (Castillo, I., Rojas, O., Saiz, F., & Albet, J.; 2008, p.42). Aportando a lo anterior se calculó el error muestral siendo este de +/- 4,3% con un nivel de confianza de 95%. La media de las puntuaciones fue de 3,58, indicando un nivel de indeciso en el servicio

que ofrece la universidad; la desviación estándar identificada fue de 0,04, y finalmente el índice de asimetría arrojó 0,11.

Para la validez de la escala se realizó un análisis factorial aplicando rotación otorgal varimax a fin de explicar la estructura subyacente en la matriz de datos, como se aprecia en la tabla 3, el análisis factorial arrojó seis factores que explican el 21,191% de la varianza total.

Tabla 3. Matriz factorial rotada SPSS

VARIABLES	COMPONENTES					
	F - 1	F - 2	F - 3	F - 4	F - 5	F - 6

1. El equipamiento (laboratorios, cámara de Gesell, salón de radio, salón de TV.) son adecuados para ejercer sus actividades académicas	,678
2. Las zonas comunes (baños, cafetería, biblioteca, áreas de deporte y cultura), cumplen con sus expectativas	,679
3. La bibliografía disponible es suficiente	,566
4. Las instalaciones físicas son adecuadas para el desarrollo del aprendizaje	,680
5. Los profesores motivan el aprendizaje de los contenidos de las materias.	,608
6. Los docentes fomentan la participación de los estudiantes en clase	,709
7. Los profesores brindan el espacio de tutoría cuando es pertinente	,688
8. Existe una comunicación asertiva entre estudiante - profesor y profesor-estudiante	,702
9. Los métodos evaluativos son adecuados para medir lo que ha aprendido el estudiante	,445

VARIABLES**COMPONENTES**

F - 1 F - 2 F - 3 F - 4 F - 5 F - 6

10. El material entregado por los docentes es útil y pertinente para las clases.	.470	
11. Los profesores tiene un nivel suficiente de conocimiento teórico	.712	
12. Los profesores tiene un nivel suficiente de conocimiento práctico	.714	
13. Los docentes están actualizados en sus conocimientos	.679	
14. Los docentes tienen la capacidad de transmitir adecuadamente sus conocimientos	.545	
15. Los docentes explican los temas con claridad y coherencia	.573	
16. Los profesores orientan el trabajo autónomo de los estudiantes adecuadamente		.415
17. En su programa existe una combinación adecuada entre asignaturas obligatorias y electivas		.674
18. En su carrera existe una oferta amplia de electivas CPC y CMD		.666
19. En su programa existe una combinación adecuada de contenidos teóricos y prácticos		.590
20. En su carrera se estimula el desarrollo investigativo en los estudiantes		.582

VARIABLES
COMPONENTES

F - 1 F - 2 F - 3 F - 4 F - 5 F - 6

21. Los horarios de clase son adecuados a las necesidades de los estudiantes		,575
22. El número de estudiantes por clase es adecuado para los procesos de enseñanza – aprendizaje		,592
23. Los contenidos vistos a lo largo del semestre contribuyen y potencializan su perfil profesional		,474
24. El trato recibido por los profesores es adecuado		,534
25. En este momento se cumplen las expectativas que tenía al iniciar la carrera	,482	
26. El seguimiento de la malla académica es adecuada para enriquecer su nivel profesional	,521	
27. La metodología docente (recursos, estrategias didácticas, actividades complementarias), es adecuada	,568	
28. El trabajo autónomo es adecuado y pertinente		,486
30. Los procesos de comunicación y canales de comunicación son útiles para la comunidad educativa		,433
31. Los espacios existentes para expresar opiniones (murales), son adecuados	,411	
32. El tratamiento de quejas y/o sugerencias sobre diferentes aspectos de los servicios universitarios son adecuados y generan pronta respuesta	,685	

VARIABLES**COMPONENTES**

F - 1	F - 2	F - 3	F - 4	F - 5	F - 6
--------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

33. El clima de convivencia y relaciones interpersonales son adecuadas	,543
34. El trato por parte del personal administrativo hacia el estudiante es adecuado	,592
35. Las soluciones y alternativas que se plantean para resolver las dificultades, quejas y/o sugerencias son adecuadas	,662
36. La ampliación de las instalaciones como plan de mejora e innovación le permite tener mayor calidad en su proceso	,421
37. El desarrollo investigativo es fomentado dentro de su programa académico	,372
38. Los procesos administrativos (matricula, tramites, solicitudes académicas, certificados, entre otros), son ejecutados de manera ágil	,734
39. La respuesta hacia sus solicitudes y/o inconformidades son generadas de forma eficaz y eficiente	,747
40. El sistema de Internet dentro de las instalaciones de la universidad le facilitan el desarrollo de actividades académicas	,508

Fuente: Elaboración propia.

Una vez determinado el número de factores, se estudió la composición de las saturaciones factoriales con el propósito de interpretar sus significados. La denominación y el contenido de cada factor se describen a continuación:

- Factor 1: Conformado por los ítems 10, 11, 12, 13, 14, 15, 25, 26 y 27 (4,893% de la varianza total), denominado Desempeño laboral del cuerpo docente. Este factor contempla aspectos relacionados con el conocimiento práctico y teórico que tiene el docente y su manera pedagógica de transmitir sus conocimientos.
- Factor 2: compuesto por los ítems 31, 32, 34, 35, 38, 39 y 40 (4,044% de la varianza total), denominado procesos administrativos. Esta dimensión incluye aquellos ítems que refieren la eficacia y eficiencia del cuerpo administrativo para dar solución a las quejas e inconformidades del cliente.
- Factor 3: ítems 5, 6, 7,8 y 9 (2,944 % de la varianza total), denominado Actitudes frente al proceso académico por parte del docente. Esta dimensión comprende los aspectos motivacionales, comportamientos y actitudes que tiene el cuerpo docente de la institución frente a los procesos de enseñanza y aprendizaje.
- Factor 4 el cual comprende los ítems 21, 22, 23, 24, 28, 29, 30, 33, 36 y 37 (4.388% de la varianza total), denominado Aspectos del programa académico. En este factor se evalúa todas las características propias del programa académico, intensidad horaria, numero de cupos por materia, contenido temático, formas de evaluación, entre otras.
- El factor 5 comprende los ítems 16, 17, 18, 19 y 20 (2,809 de la varianza total), denominado Malla académica, esta dimensión logra evaluar la percepción que tiene el cliente referente a las materias y electivas que le ofrece el programa académico al cual ha accedido.
- Factor 6: ítems 1, 2, 3 y 4 (2,112 de la varianza total), denominado instalaciones físicas, en esta dimensión es posible conocer la perspectiva que tiene el cliente

referente a las instalaciones físicas de la institución, salones, laboratorios y zonas recreativas y deportivas.

Confiabilidad de la escala

De acuerdo a los resultados obtenidos en los diferentes factores, fue posible realizar el análisis de confiabilidad de la escala calculado el coeficiente del Alpha de Cronbach para cada uno de los seis factores, dando como resultado los siguiente valores: 0,894, 0,848, 0,824, 0,855, 0,804 y 0,699. De los resultados obtenidos se infiere que los factores derivados de la escala ofrecen consistencia interna.

Discusión y conclusiones

Al incorporar otros aspectos únicos de la institución, (especificación de los espacios físico de la misma, la utilización de contenido exclusivo como las electivas CPC y CMD, entre otros) en la percepción de la calidad de los servicios del ámbito universitario, se observó una conformación de factores de percepción de la calidad diferentes a los obtenidos por Tumino y Poitevin (2014). Estos resultados permiten inferir que la percepción obtenida por los clientes puede ser influenciada por la expectativa que estos tienen frente al servicio al cual acceden (Gómez, 2006, p.19). Esto contribuye a sugerir que las escalas de percepción de la calidad de los servicios en el ámbito universitario deben ser contextualizadas y parametrizadas de acuerdo a las necesidades de cada una de las instituciones. Tal como señala Brea, J. & González, (2006), la percepción contiene componentes cognitivos y afectivos que afectan la evaluación del

consumidor respecto a la transición de su experiencia de consumo, generando en él, una percepción positiva o negativa del servicio al cual accedió. La calidad de servicio percibida representa un juicio global y duradero, a través de múltiples encuentros de servicio y es similar a una actitud general hacia la empresa (p.254).

En relación con los resultados obtenidos, es importante resaltar que los factores evaluados son de orden subjetivo a la experiencia de cada estudiante dentro del servicio al cual ha accedido, en cuanto al instrumento es importante señalar que el factor 6, debe ser considerado por aparte para futuras investigaciones con la finalidad de aumentar su confiabilidad y que en este caso este factor quedo comprendido por solo 4 ítems. Adicional a ello se recomienda que la escala no tenga un punto intermedio de evaluación, en este caso eliminar la opción indeciso, con el objetivo de que los resultados puedan ser mucho más precisos referente a la percepción positiva o negativa del consumidor en futuras investigaciones.

Una recomendación que emerge luego de la validación del instrumento, es que este debe ser adecuado al contexto institucional en el cual sea aplicado. Como medida de evaluación, el instrumento permite tener acceso a diferentes áreas de la organización; en las cuales sus resultados aportaran a planes de mejora que contribuyan al desarrollo de la institución para alcanzar altos niveles de calidad y estandarización educativa.

Finalmente de acuerdo con Zapata, D. (2015), los nuevos horizontes de la psicología organizacional se dirigen al trabajo de las áreas de: aseguramiento de calidad total, marketing y comportamiento del consumidor, comportamiento organizacional, administración del talento humano, gestión medio ambiental, desarrollo del talento humano, salud ocupacional,

informática, derecho laboral, liderazgo, toma de decisiones, negociación, creatividad, comunicación, administración del tiempo entre otras. (p.14). Motivo por el cual, esta investigación realiza una aporte a la nueva generación de investigación en esta campo de la psicología.

Referencias

Adánez, G. P., & González, A. R. D. (2003). Análisis de un test mediante el modelo de Rasch. *Psicothema*, 15(1), 94-100.

- Aguilar Santamaría, P. A. (2012). Un modelo de clasificación de inventarios para incrementar el nivel de servicio al cliente y la rentabilidad de la empresa. *Pensamiento & Gestión*, (32), 142-164.
- Aquino, J. A. M., & Vogel, M. H. (2009). *Medición de la calidad del servicio*. El Cid Editor.
- Baquero Correa, A. D. J. (2015). Diseño y análisis psicométrico de un instrumento para detectar presencia de ciberbullying en un contexto escolar. *Psychology, Society, & Education* 2015, Vol.7, (2), 213-226.
- Bertomeu, P. F., González, E. L., & Latorre, G. P. (2013). Aprendizaje y servicio: estudio del grado de satisfacción de estudiantes universitarios. *Revista de educación*, (362), 159-185.
- Botero, M. M., & Peña, P. (2008). Calidad en el servicio: el cliente incógnito. *Suma psicológica*, Vol. 13, (2), 217-228.
- Brea, J. A. F., & González, M. E. A. (2006). Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del consumidor: su evaluación en el ámbito del turismo termal. *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*, 12(1), 251-272.
- Cadena-Badilla, M., Acosta, A. M., Vega-Robles, A., & Quiroga, J. V. (2015). La satisfacción estudiantil universitaria: análisis estratégico a partir del análisis de factores. *Ind. Data*, 18, 1.
- Camisón C., Cruz S. & González, T. (2007). *Gestión de la calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Madrid: Pearson.
- Carrión, M., Gómez, O., & Rivera, A. (2015). Sistema de Gestión de Calidad para la Vicerrectoría de Estudios de Graduados y Educación Continuada de la Universidad Central del Este en base a la norma ISO9001: 2008 (Primera parte). *UCE Ciencia. Revista de postgrado*, 3(3).

- Castillo, E. (2005). Escala Multidimensional SERVQUAL. Recuperado el 24 de abril de 2015.
Disponible en <http://www.gestiopolis.com/escala-servqual-para-medir-la-calidad-en-el-servicio/>
- Castillo, I. I., Rojas, O. M. L., Saiz, F. G., & Albet, J. T. (2008). Valoración psicométrica de la Escala de Severidad de la Dependencia a partir de dos modelos de análisis: la Teoría Clásica de los Test y la Teoría de Respuesta al Ítem. *Boletín de Psicología*, (93), 41-57.
- Cohen, R. & Swerdlick, M. (2001). Pruebas y Evaluación Psicológicas. Introducción a las Pruebas y a la Medición. McGraw Hill. México.
- Díaz, M, & Rangel, P. (2010). Un enfoque de mercadeo de servicios educativos para la gestión de las organizaciones de educación superior en Colombia: el modelo MIGME. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*. Recuperado de [http://www. Scielo.Org.Co/pdf/rfce/v18n2/v18n2a07](http://www.Scielo.Org.Co/pdf/rfce/v18n2/v18n2a07). (Pp. 113).
- Durán, I. M., Vota, A. M. D. G. A., López, E. D., Pérez, E. V., & Martínez, A. V. (2016). SATISFACCION ESTUDIANTIL DE LA MAESTRIA EN CIENCIAS DE LA PRODUCTIVIDAD FRUTÍCO LA DE FACIATEC DE LA UACH. *Revista Mexicana de Agronegocios*, 38, 355-366.
- Escurre Mayaute, L. M. (2015). Análisis psicométrico del Cuestionario de Honey y Alonso de Estilos de Aprendizaje (CHAEA) con los modelos de la Teoría Clásica de los Tests y de Rasch. *Persona*, (14), 71-109.
- Espinoza, M. A. M., & Parra, L. M. G. (2016). Gestión de desempeño de las empresas inmobiliarias en Santiago de Chile, a través de modelos multicriterio= Performance management of real estate companies in Santiago, Chile, through multicriteria models. *Anales de Edificación*, 2(2), 28-39.

- Fernández, M. (2009). Dirección y calidad de la educación. El rendimiento del centro escolar. *Enseñanza & Teaching: Revista Interuniversitaria de Didáctica*, 22. (p.85).
- Fuentes, R., Carlos, J., Gurría, F., Timoteo, R., & Gordillo Martínez, Á. E. (2015). Satisfacción Estudiantil Sobre Servicios Recibidos En La Universidad: Percepción De Egresados (Student's Satisfaction with Services Received in a University. Graduates Perceptions). *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 8(3), 103-112.
- García Fernández, J., Cepeda Carrión, G., & Martín Ruíz, D. (2012). La satisfacción de clientes y su relación con la percepción de calidad en Centro de Fitness: utilización de la escala CALIDFIT1. *Revista de Psicología del Deporte*, 21(2), 0309-319.
- Gardó, T. F., Granizo, M. G. G., Francés, D. S., & Alarcón, F. A. (2011). Análisis y evaluación del servicio de formación universitaria: implicaciones para el marketing estratégico de las universidades. *Revista de investigación en educación*, 2(9), 133-152.
- Gómez, C. (2010). La relación cliente-agencia: visión de los clientes. *Pensamiento & Gestión*, 28, 25-53.
- Gómez, E. (2009). *Barreras contra el buen servicio. Como conservar más clientes (la amabilidad es la clave)*. (1ra. Ed.) Argentina: El Cid Editor. (p.19).
- González-Peiteado, M., Pino-Juste, M., & Penado-Abilleira, M. (2016). Estudio de la satisfacción percibida por los estudiantes de la UNED con su vida universitaria. *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 20(1).
- Hidalgo, J. F. O. (2013). Responsabilidad social, construcción de un concepto desde la percepción del docente universitario. *Revista Científica Teorías, Enfoques y Aplicaciones en las Ciencias Sociales*, 5(12), 11-24.
- Ley 1090 del 2006. *Ley del psicólogo*. Disponible en <http://www.colpsic.org.co>

- Martínez, R. (2013). Relación entre calidad y productividad en las pymes del sector Servicios. *Publicaciones en Ciencias y Tecnología*, 7(1), 85-102.
- Miguélez, M. M. (2006). Validez y confiabilidad en la metodología cualitativa. *Revista Paradigma*, 27(2), 7-33.
- Ministerio de Educación. (2016). *Resumen de indicadores de educación superior*. Subdirección de desarrollo sectorial. Disponible en <http://www.mineducacion.gov.co/sistemasdeinformacion/1735/w3-article-212350.html>
- Montecinos, J. P. (2015). Rol de las expectativas en el juicio de satisfacción y calidad percibida del servicio. *LÍMITE Revista Interdisciplinaria de Filosofía y Psicología*, 1(14), 195-214.
- Moreno, M. D., Peris, F. Y González, T. (2001). *Gestión de la Calidad y Diseño de Organizaciones*. Madrid:Prentice Hall.
- Navarré, C. L., Mafé, C. R., & Blas, S. S. (2010). Implicaciones de la satisfacción, confianza y lealtad en el uso de los servicios bancarios online. Un análisis aplicado al mercado español. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 19(1), 27.
- Ojeda, J., & Ferrer, M.(2010) Planificación académica y cultura organizacional en las instituciones de educación básica Academic Planning and Organizational Culture in the Institutions of Basic Education.34 (2) pp. 15-33
- Oliva, E. J. D. (2005). Del servicio y sus modelos de medición. *Innovar: Revista de ciencias administrativas y sociales*, 15(25), 64-80.
- Osorio Rubio, C., Pizarro Martínez, S., & Riveros Basoalto, G. (2010). Propuesta metodológica para la evaluación de la calidad de los servicios en una biblioteca central universitaria. *Serie Bibliotecología y Gestión de Información*, (61), 1-30.

- Ovalle, J. P. (2016). LA SATISFACCIÓN ESTUDIANTIL: INDICADOR PARA MEJORAR EL CONTEXTO UNIVERSITARIO. *Análisis de la Realidad Nacional*, 102, 8.
- Palacios, J. (2013). Calidad educativa: un análisis sobre la acomodación de los sistemas de gestión de la calidad empresarial a la valoración en educación. *Tendencias pedagógicas*, (21), 178.
- Pérez Pico, G. A. (2011). La Calidad del Servicio y su incidencia en la satisfacción de los clientes en la Cooperativa de Transportes Flota Pelileo.
- Pontón, H. (2010). Medición de la satisfacción del cliente como parte de la calidad de servicio de los distribuidores de equipos y materiales para el sector de la publicidad exterior en el municipio Maracaibo. *COEPTUM*, 1(1), 34-48.
- Puga, M. P. (2011). Nuevas tendencias en la evaluación de la calidad de las universidades: los índices de calidad percibida y satisfacción de los egresados (con modelos de ecuaciones estructurales). *Aula abierta*, 39(3), 73-84.
- Quiñonero, D. M., & de Lema, D. G. P. (2003). Gestión de los costes de calidad y rendimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas. *Revista iberoamericana de contabilidad de gestión*, (2), 75-99.
- Requena Laviña, M. (2005). *El desarrollo de las marcas gestionadas por la distribución. Análisis de las variables relevantes* (Doctoral dissertation, Tesis doctoral Universidad Pontificia Comillas, Madrid, España).
- Rodríguez, F., Durán, T., Guajardo, A., Alvarado, C., & Doña, A. (2015). Sistema de medición de la calidad de la educación física en Chile y su influencia en la realidad escolar. *Movimiento*, 21(2), 435-448.

- Rojas, E. M. (2013). Referentes conceptuales y metodológicos sobre la noción moderna de validez de instrumentos de medición: implicaciones para el caso de personas con necesidades educativas especiales. *Actualidades en psicología*, 27(114), 113-128.
- Rosales Ricardo, Y., & Rosales Paneque, F. R. (2013). Burnout estudiantil universitario: Conceptualización y estudio. *Salud mental*, 36(4), 337-345.
- Ruiz Olalla, C. (2001): "Gestión de la calidad del servicio"; recuperado el 27 de octubre de 2016, extraído de <http://www.5campus.com>
- Samuel, M. T., Stanescu, C. V., & Cardozo, M. L. (2011). Análisis estratégico de la evaluación de la calidad del servicio en el sector público. *Compendium: revista de investigación científica*, (27), 39-59.
- Sanz, I., Castán, J. C. R., Gutiérrez, P., & Sáenz, G. C. (2005). La satisfacción en los practicantes de spinning: elaboración de una escala para su medición. *European Journal of Human Movement*, (13), 17-36.
- Schmidt, W. R., Pizzinatto, N. K., Belli, H. C., de Carvalho, A. D., & dos Santos, R. A. (2014). Estrategias de marketing en servicios educativos: estudio de casos en la enseñanza de idiomas. *Invenio: Revista de investigación académica*, (33), 37-54.
- Serna, H. (2008). Gerencia estratégica. Bogotá D.C.: 3R Editores. 133
- Sverdlick, I. (2012). *¿Qué hay de nuevo en evaluación educativa?*. Buenos Aires: Centro de Publicaciones Educativas y Material Didáctico.
- Tumino, M. & Poitevin, E. (2013). Evaluación de la calidad de servicio universitario desde la percepción de estudiantes y docentes: caso de estudio. *Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 12(2), 73-74.

- Tumino, M. C., & Poitevin, E. R. (2014). Evaluación de la calidad de servicio universitario desde la percepción de estudiantes y docentes: caso de estudio. *REICE. Revista Electrónica Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*.
- Velázquez, B. M., & Contrí, G. B. (2011). El efecto de la satisfacción del cliente en la lealtad: aplicación en establecimientos minoristas. *Cuadernos de Administración*, 24(42), 101-124.
- Virla, M. Q. (2010). Confiabilidad y coeficiente Alpha de Cronbach. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 12(2), 248-252.
- Watts, D. (2006). *Seis grados de separación. La ciencia de las redes en la era del acceso*. Barcelona: Paidós, p.27.
- Zamorano, C. O. C., Rodríguez, M. E. G., Acosta, A. M., & Ávila, L. C. F. (2013). Medición de la satisfacción estudiantil universitaria: un estudio de caso en una institución mexicana. *Iberoamerican Journal of Industrial Engineering*, 5(9), 261-274.
- Zapata, D. I. C. (2015). Estado del arte en aprendizaje organizacional, a partir de las investigaciones realizadas en facultades de psicología, ingeniería industrial y administración de empresas en Bogotá, entre los años 1992 y 2002. *Acta Colombiana de Psicología*, (11), 23-33.

Anexos

Anexo 1. Instrumento

Datos Demográficos

Sexo: F ___ M ___ Edad: ___ Programa al que pertenece _____

Semestre que cursa actualmente: ___ Modalidad de estudio: Presencial ___ Distancia ___

Jornada inscrita: Diurna ___ Nocturna ___ Distancia ___

Escala tipo Likert

No.	Ítem	Calificación				
		1	2	3	4	5
1	El equipamiento (laboratorios, cámara de Gesell, salón de radio, salón de TV.) son adecuados para ejercer sus actividades académicas	1	2	3	4	5
2	Las zonas comunes (baños, cafetería, biblioteca, áreas de deporte y cultura), cumplen con sus expectativas	1	2	3	4	5
3	La bibliografía disponible es suficiente	1	2	3	4	5
4	Las instalaciones físicas son adecuadas para el desarrollo del aprendizaje	1	2	3	4	5
5	Los profesores motivan el aprendizaje de los contenidos de las materias.	1	2	3	4	5
6	Los docentes fomentan la participación de los estudiantes en clase	1	2	3	4	5
7	Los profesores brindan el espacio de tutoría cuando es pertinente	1	2	3	4	5
8	Existe una comunicación asertiva entre estudiante - profesor y profesor-estudiante	1	2	3	4	5
9	Los métodos evaluativos son adecuados para medir lo que ha aprendido el estudiante	1	2	3	4	5
10	El material entregado por los docentes es útil y pertinente para las clases	1	2	3	4	5
11	Los profesores tiene un nivel suficiente de conocimiento teórico	1	2	3	4	5
12	Los profesores tiene un nivel suficiente de conocimiento práctico	1	2	3	4	5
13	Los docentes están actualizados en sus conocimientos	1	2	3	4	5
14	Los docentes tienen la capacidad de transmitir adecuadamente sus conocimientos	1	2	3	4	5
15	Los docentes explican los temas con claridad y coherencia	1	2	3	4	5
16	Los profesores orientan el trabajo autónomo de los estudiantes adecuadamente	1	2	3	4	5

17	En su programa existe una combinación adecuada entre asignaturas obligatorias y electivas	1	2	3	4	5
18	En su carrera existe una oferta amplia de electivas CPC y CMD	1	2	3	4	5
19	En su programa existe una combinación adecuada de contenidos teóricos y prácticos	1	2	3	4	5
20	En su carrera se estimula el desarrollo investigativo en los estudiantes	1	2	3	4	5
21	Los horarios de clase son adecuados a las necesidades de los estudiantes	1	2	3	4	5
22	El número de estudiantes por clase es adecuado para los procesos de enseñanza – aprendizaje	1	2	3	4	5
23	Los contenidos vistos a lo largo del semestre contribuyen y potencializan su perfil profesional	1	2	3	4	5
24	El trato recibido por los profesores es adecuado	1	2	3	4	5
25	En este momento se cumplen las expectativas que tenía al iniciar la carrera	1	2	3	4	5
26	El seguimiento de la malla académica es adecuada para enriquecer su nivel profesional	1	2	3	4	5
27	La metodología docente (recursos, estrategias didácticas, actividades complementarias), es adecuada	1	2	3	4	5
28	El trabajo autónomo es adecuado y pertinente	1	2	3	4	5
29	La evaluación del aprendizaje (procedimientos de evaluación, resultados y revisión de parciales), es adecuada	1	2	3	4	5
30	Los procesos de comunicación y canales de comunicación son útiles para la comunidad educativa	1	2	3	4	5
31	Los espacios existentes para expresar opiniones (murales), son adecuados	1	2	3	4	5
32	El tratamiento de quejas y/o sugerencias sobre diferentes aspectos de los servicios universitarios son adecuados y generan pronta respuesta	1	2	3	4	5
33	El clima de convivencia y relaciones interpersonales son adecuadas	1	2	3	4	5
34	El trato por parte del personal administrativo hacia el estudiante es adecuado	1	2	3	4	5
35	Las soluciones y alternativas que se plantean para resolver las dificultades, quejas y/o sugerencias son adecuadas	1	2	3	4	5

36	La ampliación de las instalaciones como plan de mejora e innovación le permite tener mayor calidad en su proceso	1	2	3	4	5
37	El desarrollo investigativo es fomentado dentro de su programa académico	1	2	3	4	5
38	Los procesos administrativos (matricula, tramites, solicitudes académicas, certificados, entre otros), son ejecutados de manera ágil	1	2	3	4	5
39	La respuesta hacia sus solicitudes y/o inconformidades son generadas de forma eficaz y eficiente	1	2	3	4	5
40	El sistema de Internet dentro de las instalaciones de la universidad le facilitan el desarrollo de actividades académicas	1	2	3	4	5