



ISSN: 2448-6574

Evaluación de la calidad del servicio educativo y su influencia en la satisfacción de los estudiantes.

Juan José Vaca Ruiz  
constructivismo64@hotmail.com

Cointa Herrera Herrera  
cointahh\_2005@hotmail.com

Juan José Vaca Herrera  
dace\_two@hotmail.com

## Resumen

El objetivo principal de esta investigación fue determinar si la variable independiente está asociada a las variables dependientes. El enfoque es cuantitativo; la investigación es de corte transversal ya que se presentó solo una intervención en un solo momento. El método de muestreo utilizado fue el muestreo probabilístico de técnica aleatoria simple; dicha muestra es aquella en donde el sujeto o unidad de observación tiene la misma probabilidad de ser elegido. La población fue de N=195 estudiantes. La muestra representativa determinada a partir de la población y mediante el cálculo de la fórmula fue de 130 alumnos del turno matutino; sexto semestre. En cuanto al género; el femenino son 48 estudiantes que representa el 37% y el masculino son 82 estudiantes que representa el 63% de la población en estudio. El diseño es no experimental. Las variables de estudio son: independiente calidad del servicio educativo (causa) y variable dependiente satisfacción (Efecto). Se plantearon dos hipótesis de investigación las cuales se aceptaron. El instrumento utilizado (SERVQUAL) consta de dos variables nominales 22 ítems de escala Likert. El método de consistencia interna basado en alfa de Cronbach arrojó una fiabilidad del instrumento de .941. Para el análisis estadístico se utilizó el SPSS (Statistical Package for the Social Science)

**Palabras clave:** medición, calidad del servicio, calidad educativa, estudiante, SERVQUAL



ISSN: 2448-6574

## Introducción

Las características políticas, económicas y sociales actuales demandan mayores exigencias de aquellos especialistas que diseñan y planifican las actividades de la formación educativa. Se requiere entonces, de centros educativos que presten servicios de formación de acuerdo a las demandas del mercado laboral de la región, del país y del mercado de trabajo globalizado. Las reformas educativas actuales en materia de educación se centran y orientan en una educación de calidad y una calidad del servicio por parte de las instituciones que satisfagan las necesidades de los alumnos y en forma general a la comunidad escolar global.

La calidad en el servicio de un establecimiento educativo se ve reflejado en la conformidad y la satisfacción que experimenta la comunidad académica sobre los diferentes servicios prestados por éste. En la escuela, la evaluación de la calidad del servicio se realiza de distintas maneras, como puede ser por medio de encuestas de satisfacción de estudiantes, evaluación de los docentes, número de usuarios atendidos por día, encuesta de percepción de la calidad del servicio, buzón de sugerencias, acreditación de los programas de licenciatura, documentación, número de egresados, etc. Ello se deriva de las acciones que las universidades están realizando para establecer un sistema de evaluación de la calidad del servicio que ofrecen. Una estrategia para incrementar la calidad en estas instituciones es satisfacer la demanda de servicio de los alumnos, con el fin de cumplir con esa parte donde la empresa tiene que satisfacer a su cliente, y haciendo hincapié al mundo cambiante que se vive en la actualidad con la globalización, para que el día de mañana la universidad pública sea reconocida como una institución de buena calidad recomendada por los estudiantes, como clientes satisfechos.

Existe el riesgo de que la calidad de la educación esté definida, desarrollada y evaluada sólo desde la óptica de los directivos, profesores, administrativos de las instituciones académicas y a aún desde el gobierno sin tomar en cuenta la percepción del estudiante; por lo cual es necesario conocer cuál es la necesidad del consumidor y de esta forma ofrecer una calidad educativa de calidad. La calidad de las instituciones educativas puede ser observada desde distintos puntos, sin embargo es necesario interrogar al estudiante, ya que es quien recibe la educación y las consecuencias de la calidad de esta. Uno de los objetivos principales del presente estudio es el medir la calidad del servicio que reciben los estudiantes del CBATIS 33. Reviste importancia indicar que es la primera investigación que se realiza en la institución sobre la calidad del servicio que está ofreciendo la institución a sus alumnos. Con esta investigación se sienta un precedente



ISSN: 2448-6574

y permite identificar las fortalezas y debilidades; para brindar una educación de calidad a los alumnos y sean competentes ante las demandas de la comunidad escolar y global.

### **Planteamiento del problema**

Actualmente el concepto de calidad está influyendo en organizaciones, empresas e instituciones educativas en los diferentes niveles; por lo cual es de suma importancia el realizar periódicamente evaluaciones para evaluar el grado de satisfacción del cliente y determinar las debilidades y fortalezas. Por lo anterior surge la necesidad de realizar la presente investigación con el objetivo de determinar el nivel de satisfacción del cliente (estudiante) en función al servicio que le ofrece la institución y de esta manera lograr que los alumnos logren los aprendizajes esperados; así como las diferentes competencias que les permitan ser competentes ante las demandas del mundo globalizado. Además nos permite plantear la definición del problema. ¿Cómo es la calidad del servicio educativo que reciben los alumnos del turno matutino de sexto semestre en el CBATIS 33 de San Luis Rio Colorado Sonora durante el ciclo escolar 2015-2016?

### **Contextualización**

El presente estudio se realiza en la institución de nivel medio superior CBATIS 33 (Centro de Bachillerato Tecnológico Industrial y de Servicios No.33) se encuentra ubicado en: Avenida Venustiano Carranza, Carretera del valle San Luis Rio Colorado Sonora México.

### **Justificación**

**Conveniencia:** la investigación es conveniente debido a los resultados obtenidos permite identificar debilidades y fortalezas en la calidad del servicio que reciben los alumnos en sus aprendizajes y la atención recibida por parte del personal en general de la institución.

**Relevancia social:** los beneficiados de forma directa de la investigación son principalmente los alumnos, maestros, directivos y la comunidad escolar en su conjunto.

**Implicaciones prácticas:** va a permitir solucionar significativamente una adecuada y mejor calidad del servicio inclusiva tanto en un mejor trato y aprendizajes más innovadores para el alumnado.

**Utilidad metodológica:** mediante el estudio de las variables y sus resultados va a permitir realizar un análisis y proponer objetivos realizables en función de calidad del servicio y poder investigar variables en un futuro inmediato que influyen en la calidad del servicio para la mejora de la calidad educativa.



ISSN: 2448-6574

### **Objetivo general**

Comprobar y medir estadísticamente las dos hipótesis de investigación planteada en la presente investigación.

### **Objetivos específicos**

- a) Determinar si la variable independiente está asociada a la variable dependiente.

### **Sustentación teórica**

#### **Conceptualización de la calidad percibida del servicio**

La calidad de un bien o servicio está constituida por todos los atributos o propiedades que lo conforman y que le otorgan valor. La calidad de los productos puede ser fácilmente medible pero no así la calidad de los servicios debido a sus características de intangibilidad, inseparabilidad, heterogeneidad y caducidad (Kotler, 1997; Parasuraman et al., 1985; Lovelock, 1983; Grönroos, 1978, 1984).

La calidad del servicio es de vital importancia para el éxito de cualquier organización debido a que un elevado nivel de calidad de servicio proporciona a las empresas considerables beneficios en cuanto a productividad, reducción de costos, motivación de nuevos clientes.

Sangüesa et al (2006), sostiene “en los servicios hay que prestar una atención especial a la prevención de errores, ya que en este caso, los problemas surgen a medida que se está ejecutando el servicio, y hay que dar una solución lo más rápido posible”.

Sverdlick (2012:29) señala que la calidad en relación con la gestión en educación fue traspolada desde el ámbito empresarial y fue vinculada a la idea del control en el proceso de producción.

Cuando el proceso de calidad se aplica al ámbito educativo es necesario considerar la posición desde la que se hace, ello implica finalidad, sentido y funciones de la educación. Es decir que se ponen en juego sus funciones, los procesos de enseñanza aprendizaje, la acción de los docentes y la evaluación, considerando al sistema educativo en su conjunto (Sverdlick, 2012). Para Senlle Szodo y Gutiérrez Francescon (2005:9) “la calidad no es aplicar las normativas internacionales aprobadas por 157 países o incrementar ya sea las horas de clase o los exámenes; la calidad es un cambio profundo en la manera de pensar, de programar, de evaluar y de sentir la educación”.

Barnett (1992:113) considera que “las cuatro actividades institucionales que afectan a la formación del estudiante comprenden la calidad del método de enseñanza, la calidad del proceso de evaluación del aprendizaje, la calidad del diseño de los cursos y la calidad del programa de desarrollo del profesorado”, actividades comunes a toda institución de educación superior y



ISSN: 2448-6574

viales de ser evaluadas. El afán eficientista llevo a muchas instituciones a preocuparse por la calidad dejando de lado el asegurar la enseñanza y aprendizaje en los estudiantes.

Diferentes autores plantean lo que es un servicio; para Fisher y Navarro (1994, p. 185) es “un tipo de bien económico, constituye lo que denomina el sector terciario, todo el que trabaja y no produce bienes se supone que produce servicios”; para Colunga (1995, p. 25) “es el trabajo realizado para otras personas”; Kotler (1997, p. 656) lo enuncia como “cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico”.

Dentro de los círculos académicos la calidad del servicio se ha definido como:

- El ajuste del servicio entregado a los consumidores con sus expectativas. Es una medida de que tan bien el nivel del servicio entregado encaja con las expectativas del consumidor (Lewis y Booms, 1983).
- Depende de la comparación del servicio esperado con el servicio percibido (Gronroos, 1994) agrega que la calidad percibida es el resultado de la sumatoria de la calidad técnica, dimensión del “qué” o del resultado, lo que el consumidor recibe; y de la calidad funcional, dimensión del “cómo” relacionada con los procesos como el consumidor recibe el servicio. A su vez, la imagen de la empresa afecta las expectativas que el cliente genera sobre lo que espera del servicio (Grönroos, 1988, 1994).
- Los juicios de satisfacción son el resultado de la diferencia percibida por el consumidor entre sus expectativas y la percepción del resultado (Rust y Oliver, 1994).
- Resultado de la comparación que el consumidor establece entre el servicio percibido (Parasuraman et al., 1985, p.47).

### **Calidad del servicio en el contexto educativo**

La idea básica para entender el sentido de la palabra calidad debe ser el de satisfacer unas necesidades y expectativas. La calidad de un producto o servicio es satisfactoria cuando responde a las necesidades del cliente, es decir, es lo que esperaba o más de lo que esperaba el cliente. Hodson (2001) sostiene que la palabra calidad tiene múltiples significados, los dos que utilizan con mayor frecuencia son que “La calidad consiste en aquellas características del producto que satisfacen las necesidades de los clientes y proporciona la satisfacción con el producto” y que “La calidad consiste en productos y procesos libres de deficiencias”.

Por su parte, la norma ISO 9000: 2005 define a la calidad como “el grado en el que un conjunto de características inherentes cumplen con los requisitos”.



ISSN: 2448-6574

## **Servicio**

El diccionario de la Real Academia Española (2009) define servicio como “actividad llevada a cabo por la administración o, bajo un cierto control y regulación de esta, por una organización, especializada o no, y destinada a satisfacer necesidades de la colectividad”.

Martínez Rizo (2009) considera que las buenas evaluaciones son necesarias para apoyar los esfuerzos de mejora, pero debe evitarse el error recurrente de desarrollar evaluaciones inadecuadas que podrían tener consecuencias negativas graves y que los profesionales preocupados por la educación deberían tratar de evitar. Por su parte Lepeley (2004) opina que:

Quando se trata de evaluación de la calidad, utilizar instrumentos de medición simples, con los que los encuestados se sienten cómodos, resulta ser una práctica muy recomendable, dado que las teorías e instrumentos complejos incrementan los esfuerzos y desvirtúan el interés en evaluar y mejorar. (p.36)

## **Escalas de medición de la calidad del servicio**

Las escalas SERVQUAL y SERVPERF son herramientas diseñadas para la medición de la calidad del servicio (Cronin y Taylor, 1994, p. 126) dentro de los ámbitos académicos son las más usadas para el fin.

SERVQUAL es una escala de ítems múltiples que sirve para medir las percepciones del cliente con respecto a la calidad del servicio (Parasuraman et al., 1985; 1988; 1991) el instrumento se compone de 22 frases que miden las expectativas del cliente y 22 frases similares que miden las percepciones del cliente y la calidad del servicio se establece mediante la diferencia de las puntuaciones que el cliente asignó a las expectativas y a las percepciones.

Las expectativas se definen como los deseos de los consumidores (Parasuraman et al., 1988) o lo que ellos esperan de lo que sería un servicio ideal. Las percepciones de la calidad del servicio reflejan las apreciaciones del consumidor en un momento específico del tiempo (Cronin y Taylor, 1994) son las creencias que tienen los consumidores sobre el servicio recibido; son las maneras como los clientes captan los servicios a través de los momentos de la verdad. A su vez, los momentos de verdad son generados por todo empleado o sistema que entra en contacto con el cliente (Albrecht, 1992).

## **Servperf**

El trabajo de Cronin y Taylor (1992) tiene como antecedente al servqual, del que ellos plantean que es inadecuado: “...el rendimiento menos las expectativas es una base inadecuada para su uso en la medición del servicio” (Cronin y Taylor, 1994, p. 125) entre otros aspectos, se menciona



ISSN: 2448-6574

que la literatura sobre marketing apoya la superioridad de basar las medidas de la calidad del servicio sólo sobre el desempeño (p.56) así, el instrumento se plantea como una alternativa al servqual. El servperf utiliza los 22 ítems de la escala original servqual valorando sólo la puntuación de las percepciones para medir la percepción sobre la calidad del servicio. Es decir, que la percepción es el único factor determinante para la evaluación de la calidad de cualquier servicio.

### **Sustentación metodológica**

El enfoque de la investigación es de corte cuantitativo el cual se centra fundamentalmente la idea de que los fenómenos pueden reducirse a sus partes constituyentes, partes que pueden ser medidas para llegar al establecimiento de relaciones causales entre ellas. La búsqueda de la objetividad a través de este enfoque conlleva la expresión de sus resultados en términos cuantitativos. Estos resultados objetivos deben ser a su vez reproducibles por la experiencia de otros y predecir eventos futuros bajo circunstancias similares. La presente investigación tiene un nivel de confianza de 95% y un margen de error de 5%.

### **Diseño**

De acuerdo a Arnau (1986) define a un diseño de investigación “un procedimiento de investigación de sujetos a las condiciones experimentales, así como la selección de las técnicas estadísticas de análisis adecuadas”. Con respecto a la investigación el diseño es no experimental ya que se realiza sin manipular deliberadamente variables.

### **Población y muestra**

Algunos autores han manifestado diversas definiciones referidas a la población, expresadas de la siguiente manera: “Es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Está queda delimitada por problema y por los objetivos del estudio”. (Arias, 2006:81); la muestra “es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible”. (Arias, 2006:83). En el estudio la población de estudiantes es de 195 que representa el 100% de los estudiantes del turno matutino. La muestra representativa calculada es de 48 alumnos. En cuanto al género masculino son 82 que representa el 63% y femenino son 127 que representan el 37%. La muestra en estudio son alumnos/as de sexto semestre. Por lo que respecta a las edades se registraron 40 estudiantes



ISSN: 2448-6574

de 17 años que representa el 31%, 81 estudiantes de 18 años que representan el 62% y 9 alumnos de 19 años que representa el 7%.

### **Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

De acuerdo a Rojas Soriano, (1996:197) señala al referirse a las técnicas e instrumentos para recopilar información como la de campo, lo siguiente:

Que el volumen y el tipo de información cualitativa y cuantitativa que se recaben en el trabajo de campo deben estar plenamente justificados por los objetivos e hipótesis de investigación, o de lo contrario se corre el riesgo de recopilar datos de poca o ninguna utilidad para efectuar un análisis adecuado del problema.

En la presente investigación la técnica utilizada para la recolección de la información fue el cuestionario (Instrumento) de escala Likert.

### **Técnicas de procedimiento y análisis de datos**

Una vez aplicados los instrumentos a la muestra representativa se concentraron y se procedió a realizar la codificación mediante la computadora y con el programa SPSS (Statistical Package for the Social Science) versión 23.

### **Consistencia del instrumento método por alfa de Cronbach**

Todo instrumento de recolección de datos debe resumir dos requisitos esenciales: validez y confiabilidad. Con la validez se determina la revisión de la presentación del contenido, el contraste de los indicadores con los ítems (preguntas) que miden las variables correspondientes. Se estima la validez como el hecho de que una prueba sea de tal manera concebida, elaborada y aplicada y que mida lo que se propone medir. De acuerdo a Hernández, Fernández y Baptista (2003:243), indican que la confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto, produce iguales resultados. Con respecto a lo anterior el instrumento aplicado en el estudio reporta un alfa de Cronbach de .941. Lo que indica una adecuada fiabilidad en los resultados de la investigación.

### **Variable**

Una variable hace referencia a “una característica de interés en un estudio que posee diferentes valores para diferentes sujetos y objetos y se refiere a cualquier cosa que sea medida o manipulada en el estudio” (García, 1995) es decir, cada rasgo de los elementos de una población

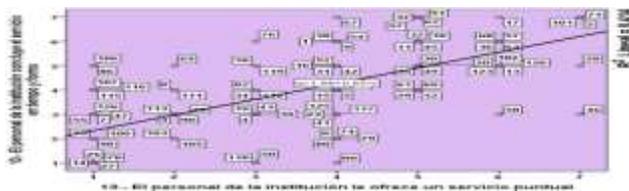
que estudiaremos. La variable de investigación es: independiente “**calidad del servicio**” independiente “**satisfacción**”.

**Hipótesis**

**H<sub>1</sub>**: El personal de la institución le ofrece un servicio puntual y concluye el servicio en tiempo y forma.

**H<sub>0</sub>**: El personal de la institución no le ofrece un servicio puntual y no concluye el servicio en tiempo y forma.

**Gráfica 1 Correlación de Pearson.**



Correlación positiva de Pearson de .643\*

**Tabla 1 Pruebas de Chi-cuadrada**

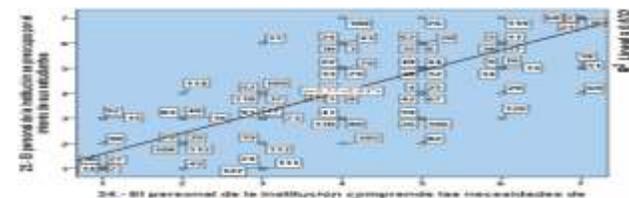
Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótico (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	119,451*	38	,000
Razón de verosimilitud	112,990	38	,000
Asociación lineal por lineal	59,350	1	,000
N. de casos válidos	120		

A. 43 casillas (87,8%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .35.

**H<sub>2</sub>**: El personal de la institución comprende las necesidades de sus estudiantes y se preocupa por el interés de sus estudiantes.

**H<sub>0</sub>**: El personal de la institución no comprende las necesidades de sus estudiantes y no se preocupa por el interés de sus estudiantes.

**Gráfica 2 Correlación de Pearson.**



Correlación positiva de Pearson de .795\*\*

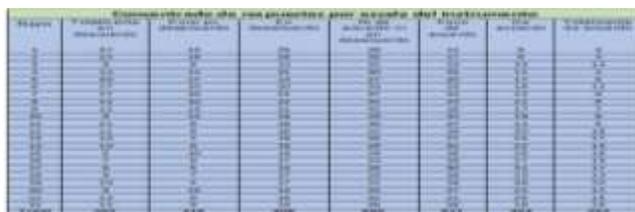
**Tabla 2 Pruebas de Chi-cuadrado**

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (2 caras)
Chi-cuadrado de Pearson	218,984 <sup>a</sup>	36	,000
Razón de verosimilitud	168,164	36	,000
Asociación lineal por lineal	81,519	1	,000
N de casos válidos	130		

a. 44 casillas (89,8%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 62.

**Tabla 2 Resultados totales de las escalas del instrumento.**



## Conclusiones

Se puede concluir con fundamento en la gráfica uno; una correlación significativa de Pearson de **.643\*\*** y en pruebas de chi-cuadrado un “P” valor de **.000 < 0.005 (Alfa)** por lo tanto existe una asociación estadísticamente significativa para aceptar la hipótesis de investigación y rechazar la hipótesis nula. Por lo cual se afirma que: **H<sub>1</sub>**: El personal de la institución le ofrece un servicio puntual y concluye el servicio en tiempo y forma.

Con respecto a la hipótesis dos y con respecto a la gráfica dos hay una correlación significativa de Pearson de **.795\*\*** y en pruebas de chi-cuadrado un “P” valor de **.000 < 0.005 (Alfa)** por lo tanto existe fundamento de rigor estadístico significativo para aceptar la hipótesis de investigación y rechazar la hipótesis nula. Se puede afirmar que: **H<sub>2</sub>**: El personal de la institución comprende las necesidades de sus estudiantes y se preocupa por el interés de sus estudiantes. Finalmente se concluye que la variable independiente está asociada a la variable dependiente. El reto de toda institución educativa es evaluarse para medir la calidad del servicio e identificar fortalezas y debilidades; para formar alumnos competentes y responder a las necesidades de la sociedad global.

## Bibliografía

Albrecht, K. (1992). *Servicio al cliente interno: cómo solucionar la crisis de liderazgo en la* Arias, Fidias. (2006). Proyecto de investigación. *Introducción a la metodología científica* (quinta edición). Caracas: Editorial episteme. C.A



ISSN: 2448-6574

Arias, Fidas. (2006). *Proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica* (quinta edición). Caracas: Editorial Episteme. C.A

Arnua, G (1986). *Diseños experimentales en Psicología y Educación*. México, Edit. Trillas.

Cronin, J.J. & Taylor, s. a. (1992). “*Measuring service quality: a reexamination and extension*”, in: *Journal of Marketing*, 56, 55-68.

Cronin, J.J. & Taylor, s. a. (1992). “*Servperf versus servQual: reconciling performance based and perceptions minus expectations measurement of service quality*”, in: *Journal of Marketing*, 58, 125-131.

Cronin, J.J. & Taylor, s. a. (1994). “*Servperf versus servQual: reconciling performancebased and perceptions minus expectations measurement of service quality*”, in: *Journal of Marketing*, 58, 125-131.

Fisher, I. Y Navarro, V. (1994). *Introducción a la investigación de mercados. 3ª edición*, México: McGraw-Hill interamericana S. A. de C.V.

García Roldan, J. (1995). “*Como elaborar un proyecto de investigación*” Murcia: Campbell. S. L. Gerencia intermedia. Barcelona: Paidós.

Grönroos, C. (1978). “*aservice oriented approach to marketing of services*”, in: *European Journal of Marketing*, 12(8), 588-601.

Grönroos, c. (1988). “*Service Quality: the six criteria of Good service Quality*”, in: review of business. New York: St. John’s university press.

Grönroos, c. (1994). *Marketing y gestión de servicios: la gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios*. Madrid: editorial días de santos.

Hernández, Sampieri Roberto, Fernández C. baptista L.P. (2002): “*metodología de la investigación*”. Ed. Mc Graw Hill. Chile.

Kotler, P. (1997). *Mercadotecnia*. México: Prentice Hall

Lewis, R.C. & Booms, B.H. (1983). “*The marketing aspects of service quality*”, in: Berry,I.; shostack, G. & Upah, G. (eds.). *Emerging perspectives in service Marketing*. Chicago: American Marketing Association, 99-107.

Lovelock, C. H. (1983). “*classifying services to gain strategic marketing insights*”, in: *Journal of Marketing*, 47, 9-20.

Measuring consumer perceptions of services quality”, in: *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.

Norma internacional ISO 9000: 2005. *Sistemas de gestión de la calidad. Conceptos y vocabulario*. Ginebra Suiza: ISO.

Parasuraman, a.; Berry, I. & Zeithaml, v. (1991a). “*Refinement and reassessment of*

*Parasuraman, a.; Zeithaml, v. & berry, I. (1985). “A conceptual model of service quality and its implications for future research*”, in: *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.

Parasuraman, a.; Zeithaml, v. & berry, I. (1988). “*ServQual: a multiple-item scale for future research*”, in: *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.

Rojas, Soriano Raúl (1996): “*Guía para realizar investigaciones sociales*”. Edición 18. Plaza y Valdés Editores. España.

Rust, R.A. & Oliver, R.I. (1994). *Service quality. New directions in theory and practice*. California: sage publications. The servQual scale”, in: *Journal of Retailing*, 67(4), 420-450.