

HACIA UN MODELO DE CALIDAD EN EL SERVICIO EN LA UNIVERSIDAD DE LA
SABANA

CAMILA FERNANDA RODRIGUEZ MORENO

UNIVERSIDAD DE LA SABANA
FACULTAD DE EDUCACIÓN
MAESTRÍA EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS
CHÍA
2020

HACIA UN MODELO DE CALIDAD EN EL SERVICIO EN LA UNIVERSIDAD DE LA
SABANA

Línea de Profundización: Calidad de la Institución Educativa

CAMILA FERNANDA RODRÍGUEZ MORENO

Investigadora Principal

ANGELA MARÍA RUBIANO BELLO

Asesora

Magister en Educación

Universidad de La Sabana

UNIVERSIDAD DE LA SABANA

FACULTAD DE EDUCACIÓN

MAESTRÍA EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS

CHÍA

2020



Universidad de
La Sabana

FACULTAD DE EDUCACIÓN

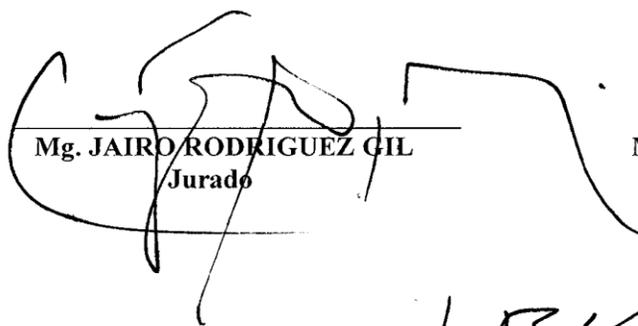
MAESTRIA EN DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE GRADO

Reunida la mesa examinadora el día 06 de febrero de 2020, constituida por los jurados que suscriben la presente acta, la estudiante expuso y sustento el trabajo de grado titulado: *“Hacia un modelo de calidad en el servicio en la Universidad de La Sabana”* bajo la dirección de la docente Investigadora Angela Rubiano Bello

Terminada la sustentación del trabajo de grado presentado por la estudiante: *Camila Fernanda Rodríguez Moreno*, los jurados les otorgaron la calificación de:

Meritoria (4.8)


Mg. JAIRO RODRIGUEZ GIL
Jurado


Mg. CRISANTO QUIROGA OTALORA
Jurado


Dr. JAVIER BERMUDEZ APONTE
Decano Facultad de Educación

DEDICATORIA

Dedicado a mi madre, Luz Marina Moreno, quien pacientemente ha sabido esperar y acompañarme en este proceso con amor, silenciosa calma, palabras de aliento y acciones siempre oportunas. Mamita gracias por todo tu legado de esfuerzo y amor. Todo es gracias a ti, todo te lo debo a ti.

Camila Fernanda Rodríguez Moreno

AGRADECIMIENTOS

Agradezco infinitamente a Dios por todos los dones y las bendiciones en mi vida. Gracias Dios por darme la inteligencia, la fortaleza y la persistencia y el amor para culminar la maestría. Pero, ante todo gracias por cada persona que has puesto en mi camino, mi familia, mis amigos, directivos, estudiantes y todos aquellos que estuvieron en este proceso para impulsarme, motivarme y apoyarme incondicionalmente.

Agradezco a la Universidad de La Sabana, por la formación personal y profesional que me han brindado, hoy soy lo que soy gracias a eso. Gracias por la oportunidad de llevar a cabo esta investigación, que más que un producto académico, es una manifestación de mi deseo de contribuir a que nuestra universidad continúe proyectándose con calidad y excelencia a través del trabajo bien hecho. Trabajar en la Universidad ha sido una gran oportunidad, una experiencia significativa, un reto por ser cada día mejor, y un profundo interés por servir con pasión y vocación. Por tanto, mi formación como Magíster en Dirección y Gestión de Instituciones Educativas representa el profundo interés por dar lo mejor de mí cada día en los procesos de los que hago parte en la Universidad.

Agradezco al Director de la Maestría, Dr. Javier Bermúdez, por su apoyo incondicional siempre, a los profesores del programa por las invaluable enseñanzas personales y profesionales. Especialmente gracias a mi Directora de tesis, Angela Rubiano a quien estaré eternamente agradecida por su incondicionalidad, y calidad humana, por poner a mi disposición todo su conocimiento e interés por reflejar la excelencia en cada palabra de este documento.

De corazón GRACIAS, este proyecto es el resultado de la culminación de un sueño y un aporte a la construcción de mi proyecto de vida.

Camila Fernanda Rodríguez Moreno

TABLA DE CONTENIDO

| | |
|---|----|
| RESUMEN | 11 |
| ABSTRACT..... | 13 |
| INTRODUCCIÓN..... | 15 |
| 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 19 |
| 1.1. Antecedentes y Contexto Institucional | 19 |
| 1.2. Descripción del Problema..... | 21 |
| 1.3. Pregunta Principal | 24 |
| 1.4. Objetivo General | 24 |
| 1.5. Preguntas Asociadas | 24 |
| 1.6. Objetivos Específicos | 24 |
| 1.7. Justificación | 25 |
| 2. MARCO TEÓRICO | 27 |
| 2.1. Sobre el concepto de Servicio | 27 |
| 2.2. Ciclo del servicio..... | 35 |
| 2.3. Calidad en el servicio | 37 |
| 2.4. Modelos de Medición de la Calidad en el Servicio..... | 39 |
| 3. ESTADO DEL ARTE..... | 42 |
| 4. MARCO METODOLÓGICO | 51 |
| 4.1. Tipo de Estudio | 51 |
| 4.2. Diseño..... | 52 |
| 4.3. Alcance | 52 |
| 4.4. Población y Muestra..... | 53 |
| 4.5. Técnica de recolección de información | 55 |
| 4.6. Instrumento | 55 |
| 4.7. Consideraciones Éticas | 62 |
| 5. ANÁLISIS DE DATOS..... | 63 |
| 5.1. Datos Sociodemográficos | 63 |
| 5.2. Resultados de las Percepciones de los estudiantes de pregrado matriculados en 2019-1 por cada Dimensión del Modelo SERVQUAL | 64 |

| | | |
|--------|---|-----|
| 5.3. | Resultados de la Brecha Global por cada Dimensión del Modelo SERVQUAL | 67 |
| 5.3.1. | Resultados brecha global “Fiabilidad” de la Calidad en el Servicio entre administrativos de la Universidad de La Sabana..... | 68 |
| 5.3.2. | Resultados brecha global “Sensibilidad” de la Calidad en el Servicio entre administrativos de la Universidad de La Sabana..... | 71 |
| 5.3.3. | Resultados brecha global “Seguridad” de la Calidad en el Servicio entre administrativos de la Universidad de La Sabana..... | 73 |
| 5.3.4. | Resultados brecha global “Empatía” en la Calidad en el Servicio entre administrativos de la Universidad de La Sabana..... | 76 |
| 5.3.5. | Resultados brecha global “Tangibles” en la Calidad en el Servicio entre administrativos de la Universidad de La Sabana..... | 78 |
| 5.4. | Análisis comparativo entre la brecha global obtenida por estudiantes que pertenecen a los primeros semestres y los que pertenecen a los últimos semestres | 81 |
| 5.5. | Relación entre los atributos del Modelo SERVQUAL y las virtudes humanas asociadas a la Vocación de Servicio en la Universidad de La Sabana..... | 82 |
| 6. | DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES..... | 87 |
| 7. | RECOMENDACIONES | 96 |
| 8. | LIMITACIONES | 98 |
| 9. | NUEVOS INTERROGANTES DE INVESTIGACIÓN..... | 99 |
| | REFERENCIAS | 100 |
| | ANEXOS | 103 |

LISTA DE TABLAS

| | |
|--|----|
| <i>Tabla 1.</i> Ficha técnica de la investigación..... | 54 |
| <i>Tabla 2.</i> Muestra inicial de estudiantes de pregrado 2019-1..... | 54 |
| <i>Tabla 3.</i> Matriz de Diseño del Instrumento para Medición de la Calidad con el Modelo SERVQUAL..... | 57 |
| <i>Tabla 4.</i> Resultados Descriptivos Calidad Percibida – Dimensiones de la Calidad en el Servicio | 65 |
| <i>Tabla 5.</i> Resultados CP- CE – Dimensiones de la Calidad en el Servicio..... | 69 |
| <i>Tabla 6.</i> Resultados generales y por ítems de Fiabilidad..... | 69 |
| <i>Tabla 7.</i> Resultados CP- CE atributos Fiabilidad..... | 70 |
| <i>Tabla 8.</i> Resultados generales Sensibilidad..... | 71 |
| <i>Tabla 9.</i> Resultados CP- CE atributos Sensibilidad..... | 72 |
| <i>Tabla 10.</i> Resultados generales Seguridad..... | 74 |
| <i>Tabla 11.</i> Resultados CP- CE atributos Seguridad..... | 75 |
| <i>Tabla 12.</i> Resultados generales Empatía..... | 76 |
| <i>Tabla 13.</i> Resultados CP- CE atributos Empatía..... | 77 |
| <i>Tabla 14.</i> Resultados generales Elementos Tangibles..... | 79 |
| <i>Tabla 15.</i> Resultados CP- CE atributos Elementos Tangibles..... | 80 |
| <i>Tabla 16.</i> Resultados CP- CE estudiantes de 1° a 5° semestre..... | 81 |
| <i>Tabla 17.</i> Resultados CP- CE estudiantes de 6° a 12° semestre..... | 81 |
| <i>Tabla 18.</i> Relación entre las virtudes humanas asociadas al servicio y las dimensiones y atributos del Modelo SERVQUAL..... | 83 |

LISTA DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| <i>Figura 1.</i> Modelo SERVQUAL..... | 40 |
| <i>Figura 2.</i> Programa al que pertenecen los estudiantes encuestados..... | 63 |
| <i>Figura 3.</i> Distribución de los participantes por semestre..... | 64 |
| <i>Figura 4.</i> Diferencia entre calidad percibida menos calidad esperada atributos fiabilidad..... | 71 |
| <i>Figura 5.</i> Diferencia entre calidad percibida menos calidad esperada atributos sensibilidad..... | 73 |
| <i>Figura 6.</i> Diferencia entre calidad percibida menos calidad esperada atributos seguridad..... | 75 |
| <i>Figura 7.</i> Diferencia entre calidad percibida menos calidad esperada atributos empatía..... | 78 |
| <i>Figura 8.</i> Diferencia entre calidad percibida menos calidad esperada atributos elementos tangibles..... | 80 |

LISTA DE ANEXOS

| | |
|---|-----|
| Anexo A. Captura de pantalla consentimiento informado..... | 103 |
| Anexo B. Captura de pantalla cuestionario de evaluación de la calidad en el servicio (percepciones)..... | 104 |
| Anexo C. Captura de pantalla cuestionario de evaluación de la calidad en el servicio (expectativas)..... | 110 |

RESUMEN

La presente investigación, de tipo cuantitativo y diseño descriptivo transversal, recoge las percepciones y expectativas de los estudiantes de pregrado de la Universidad de La Sabana matriculados en el período 2019-1 respecto a la calidad del servicio brindado por los administrativos de la institución. Cabe destacar que el servicio en La Sabana se considera una vocación que implica el ejercicio de las virtudes humanas. Es decir, en concordancia con el pensamiento de San Josemaría Escrivá de Balaguer, la filosofía institucional se fundamenta en el principio del trabajo bien hecho como uno de los pilares de la universidad. Así, la vocación del servicio como categoría antropológica ha sido fomentada de manera permanente a lo largo de la historia de la universidad desde su fundación, ya que corresponde con el estilo humano de la universidad.

A pesar de la relevancia del servicio para esta institución de educación superior, no se disponía de una medición formal de la percepción de la calidad en servicio desde la perspectiva de los estudiantes. Por tanto, el estudio constituye una primera aproximación institucional a dicho propósito con el fin de aportar elementos de análisis para configurar un modelo de evaluación de la calidad en el servicio. Este argumento es relevante ya que, de acuerdo con la revisión de la literatura una percepción favorable en el servicio se asocia a la intención de recomendación y a la calidad de la experiencia universitaria.

A través del cuestionario basado en el Modelo SERVQUAL (Parasuraman, Zeithaml y Berry 2009) validado para el contexto colombiano y adaptado en el presente estudio para la población de la Universidad de La Sabana, se recoge el resultado de la primera aplicación para una muestra probabilística de 422 estudiantes seleccionados a través de un muestreo aleatorio simple (MAS).

Los hallazgos evidencian que la percepción de los estudiantes sobre la calidad en el servicio es positiva, especialmente en la dimensión de elementos tangibles y en la de seguridad. Se presenta la mayor oportunidad de mejora en las dimensiones de fiabilidad, empatía y sensibilidad. En relación con la brecha global (diferencia entre la calidad percibida y la calidad esperada) se observan resultados similares.

Dentro de las conclusiones se destaca que los nuevos retos que afrontan las universidades revelan la importancia de reconocer si se están alcanzando o excediendo las expectativas iniciales

de los estudiantes con respecto a la calidad en el servicio. Los estudiantes son los destinatarios finales de la oferta de la institución educativa.

PALABRAS CLAVE

Servicio, calidad en el servicio, Modelo SERVQUAL, vocación, Universidad de La Sabana, expectativas y percepciones de los estudiantes.

ABSTRACT

The present quantitative study, framed upon a cross-sectional descriptive design, gathers the perceptions and expectations of a group of undergraduate students of the Universidad de La Sabana enrolled in the 2019-1 period (n=422). The study inquired about the quality of service provided by the administrative staff of the target institution. It should be noted that “service” at La Sabana is considered a vocation that implies the exercise of human virtues.

According to St. Josemaría Escrivá de Balaguer, the institutional philosophy is based on the principle of work well done, conceived as one of the ethical pillars of the university. Thus, the vocation of service viewed as an anthropological category, has been permanently promoted throughout the history of the university since its foundation, as it adheres to the human style of the university. Even though service is a ruling principle for this institution, no formal assessment or measurement tools have been yet implemented to capture students' perspectives.

Therefore, the present study constitutes a first institutional approach to meet this objective in order to provide elements of analysis to latter configure an institutional service quality evaluation model. This argument is highly relevant taking into consideration that former studies report that a favorable perception of service is associated with the intention of recommendation and the quality of the university experience.

Through the usage of a questionnaire based on the SERVQUAL Model (Parasuraman, Zeithaml and Berry 2009), validated for the Colombian context and adapted in the present study for the population of the Universidad de La Sabana, the study reports the first application for a probabilistic sample of 422 students, selected through a simple random sampling (MAS) procedure.

Thus, findings reveal that students' perception of quality in service is positive, especially in the dimension of Tangible Elements and Security. Findings also indicate that there is a high opportunity for improvement in the dimensions of Reliability, Empathy and Sensitivity. In relation to the global gap (difference between perceived quality and expected quality), similar results are also reported.

Conclusions highlight that the new challenges that universities face, reveal the importance of recognizing whether students' initial expectations regarding quality of service are being met or

exceeded. All in all, students are both, the core and the end-users of the institutional educational offer.

KEYWORDS:

Service, quality of service, SERVQUAL model, quality of service expectations

INTRODUCCIÓN

La educación constituye un fuerte impulsor del desarrollo social de un país; de ahí que la preocupación por su calidad se considere un tema que amerita reflexión e investigación. Durante décadas las instituciones educativas tuvieron como centro principal de la investigación la dimensión pedagógica de su acción, pero, en tanto comparten con las empresas el carácter de organizaciones humanas, también requieren gestión e investigación para incrementar la calidad de sus procesos administrativos. En consecuencia, es posible afirmar que la dimensión administrativa de la calidad también es relevante y ha de atenderse con igual rigurosidad que la dimensión pedagógica. Cabe destacar en este punto que la función de las instituciones educativas es la persona humana formada a diferencia de las empresas cuya función es la productividad (Sandoval, 2008), lo cual implica que el impulso de los aspectos administrativos medidos a través de diferentes indicadores no constituye, en si mismo, una meta de la calidad, pero si provee un insumo valioso para tomar decisiones y para definir acciones que contribuyan a elevar dicha calidad.

En este orden de ideas, la calidad en el servicio educativo puede ser medida a través de diferentes modelos de evaluación que brindan información clave para emprender acciones que permitan mejorar los procesos asociados a la acción educativa en las instituciones (Duque y Chaparro, 2012). En relación con el servicio, la Universidad de La Sabana asume una perspectiva trascendente en coherencia con la antropología cristiana que sustenta su Proyecto Educativo Institucional. Entonces, el servicio se define como una vocación que exige el cultivo de las virtudes humanas como condición inherente a la acción de servir. Servir es trascender. En apariencia estas dos posturas sobre el servicio serían contradictorias pues abordar el servicio como un constructo que puede ser evaluado puede entrañar retos que exigen poner el foco en los procesos.

Sin embargo, la presente investigación aborda el servicio desde un paradigma de complementariedad entre la concepción antropológica del servicio como vocación y la concepción administrativa del servicio como respuesta de calidad para satisfacer las necesidades de los destinatarios de la acción educativa. Como podrá evidenciar el lector, reconocer los atributos de cada dimensión del servicio e identificar la brecha global entre las percepciones y las

expectativas de los estudiantes en cada uno de dichos atributos, permite reflexionar sobre las acciones como personas antes que como administrativos.

La aproximación inicial al trabajo de campo, a través de diálogo con la Dirección de Planeación evidenció que en la Universidad de La Sabana se han emprendido diversas acciones con el fin de operacionalizar el servicio sin desconocer que este elemento es un pilar fundacional de orden filosófico. Es decir, la concepción del servicio como vocación es clara y sólidamente fundamentada en diferentes documentos institucionales que insisten en el trabajo bien hecho como un principio de La Sabana como obra corporativa del Opus Dei. No obstante, aunque actualmente se encuentran disponibles encuestas institucionales para la acreditación y aprobación de registros calificados de los programas, se evidenció la ausencia de una medición formal de la calidad en el servicio, puntualmente un modelo de medición que permita identificar la satisfacción de los estudiantes como ventaja competitiva y la necesidad de identificar los factores que puedan afectar la percepción del servicio.

De allí la relevancia y originalidad de la presente investigación, en la que, sin desconocer que el servicio es una vocación que requiere decisión y pasión, se asume que la medición objetiva de los atributos de la calidad del servicio es fundamental para impulsar los procesos de la Universidad de La Sabana.

En el presente documento se consigna el informe final de la investigación en nueve apartados. El primer capítulo es el planteamiento del problema en el cual se exponen los argumentos razonables que evidencian la necesidad del estudio, así como las preguntas y objetivos que guían la investigación. Además, se muestran los criterios para justificar el valor potencial del estudio.

El segundo capítulo es el marco teórico, en el cual se analizan los principales constructos de la investigación: concepto de servicio, ciclo del servicio, calidad en el servicio y modelos de medición de la calidad en el servicio, enfatizando en las ventajas del modelo SERVQUAL, que ha sido empleado exitosamente en numerosos contextos (Parasuraman, Zeithaml y Berry; 2009; Duque y Chaparro, 2012). Cabe anotar que la medición de la calidad en el servicio tiene en la actualidad dos tendencias para su abordaje teórico y metodológico. En una tendencia se considera que la percepción de los destinatarios de un servicio constituye en sí misma una medida de la calidad. En la segunda tendencia se asume que las personas tienen expectativas previas antes de

entrar en contacto con el servicio evaluado y que, por tanto, la calidad en el servicio se mide identificando la diferencia entre las percepciones después de recibir el servicio y las expectativas iniciales. Considerando que la revisión de la literatura evidencia que dicha diferencia, llamada brecha global está asociada a la satisfacción y a la intención de recomendación se consideró pertinente ubicar el estudio en la segunda tendencia.

Para complementar la perspectiva teórica, el tercer capítulo del estudio se enfocó en identificar el estado del arte en torno a la medición de la calidad en el servicio en universidades. En este apartado se realiza un análisis de los antecedentes de investigación que permite concluir que fortalecer la calidad en el servicio contribuye a impulsar las ventajas competitivas de las instituciones. De allí se desprende el reciente interés de medir dicha calidad, aspecto que antes se consideraba necesario solo en empresas de productos o servicios.

En el siguiente capítulo se describe la metodología del estudio y se argumenta la pertinencia del tipo de investigación cuantitativa, descriptiva y transversal que orientó la investigación. En concordancia con el diseño descriptivo se explica la ruta para el análisis estadístico que permitió medir los niveles de la calidad en el servicio y la satisfacción del estudiante. El estudio es transversal, porque se mide el constructo en un periodo acotado de tiempo (2019-1). En este capítulo también se explica el procedimiento para el muestreo probabilístico (muestreo aleatorio simple) y se presenta la matriz de dimensiones y atributos que da origen al instrumento final que correspondió a un cuestionario cuyas adaptaciones fueron validadas por dos expertas en calidad de la educación superior en Colombia, para proceder al pilotaje y la aplicación final a una muestra de 422 estudiantes de los 24 programas de pregrado de la Universidad de La Sabana.

El análisis de datos corresponde al quinto capítulo de la investigación y se presenta en función de los cuatro objetivos del estudio. En primer lugar, se describen las percepciones de los estudiantes de pregrado (2019-1) sobre la calidad en el servicio que brindan los administrativos de la Universidad de La Sabana. Posteriormente se analiza la brecha global entre la calidad percibida y la calidad esperada por los estudiantes encuestados. En tercer lugar, se establece la diferencia en la brecha global de los estudiantes de los semestres 1° a 5° y 6° a 10° con el fin de identificar la variación entre estos dos grupos y finalmente se establece una relación entre los

atributos de la calidad en el servicio y las virtudes humanas asociadas a la vocación de servicio en la Universidad de La Sabana.

En el séptimo capítulo se presentan las reflexiones teóricas y las implicaciones prácticas que surgen del análisis de datos. Allí se sustenta el alcance de cada uno de objetivos en función de la producción de conocimiento. El saber científico que se deriva de la investigación reviste utilidad para la universidad participante, así como para otras instituciones de educación superior que pretendan abordar el reto de evaluar la calidad en el servicio, desde la perspectiva de los estudiantes, en el marco de una educación humanista y de vanguardia.

El siguiente capítulo de la tesis consiste en la presentación de las recomendaciones que el equipo de investigación formula en virtud de los principales hallazgos y las conclusiones expuestas en el capítulo previo. Dichas recomendaciones también se consideran un aporte relevante dado que la investigadora principal ha vivido el rol de estudiante de pregrado, estudiante de posgrado y un cargo directivo en la Universidad de La Sabana. De allí que las sugerencias reflejen en una profunda comprensión del contexto y de la cultura institucional, así como el claro propósito de impulsar una perspectiva complementaria de la calidad en la cual las medidas de eficiencia constituyan un aporte para fortalecer la dimensión antropológica.

Finalmente, se presentan los capítulos de nuevos interrogantes de investigación y de limitaciones en los cuales se enuncian los tópicos en los cuales convendría darle continuidad al presente estudio y los desafíos abordados. Para concluir, es pertinente señalar que el lector se encuentra ante un trabajo riguroso desde la metodología cuantitativa pero fiel al estilo humano de la Universidad de La Sabana.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Antecedentes y Contexto Institucional

El presente proyecto se enmarca en el seminario de profundización de calidad de la Maestría en Dirección y Gestión de Instituciones Educativas. Para la Universidad de La Sabana, la calidad es un valor institucional que hace que la comunidad educativa sea y actúe de acuerdo con su identidad, naturaleza y de acuerdo con los referentes universales de excelencia en la educación superior. Este valor se hace realidad con la vivencia del Proyecto Educativo Institucional, PEI, y con el trabajo bien hecho. (Universidad de La Sabana, 2017, p.6)

La Universidad de La Sabana, comprometida con la calidad a través del trabajo bien hecho, a lo largo de los años ha tenido avances significativos, los cuales se evidencian en los planes de desarrollo y en la vivencia de lo contemplado dentro del PEI. Esto lleva a una reflexión y mejoramiento continuo en el desarrollo de los procesos académicos y administrativos, generando una cultura de calidad que pretende satisfacer las necesidades, intereses y expectativas de la comunidad Universitaria.

Haciendo referencia al compromiso con el desarrollo y fortalecimiento de la cultura de calidad, es importante identificar cómo se evidencia a través del servicio como vocación fundamental de la persona, en el desarrollo integral y la gestión articulada de los procesos, promoviendo la excelencia mediante el trabajo bien hecho.

La Sabana, en su condición de Universidad, “es una comunidad de personas vinculadas por el fin participado del crecimiento desinteresado del saber superior” (Universidad de La Sabana, 2017, p.1). Esta comunidad de personas está conformada por estudiantes, profesores y administrativos que en su labor diaria aportan a los procesos desde su propia realidad, configurando desde su hacer y desde su ser el sello de calidad de la Universidad.

Es en esta labor, donde la Universidad de La Sabana, como institución social fomenta el espíritu de servicio desinteresado en sus miembros, asumiendo las responsabilidades propias de la convivencia, preocupándose por situaciones injustas o penosas y así mismo de asuntos de interés común; promoviendo el reconocimiento de la dignidad del hombre para que obre en consecuencia, haciendo cuando corresponde y a quienes corresponde con lealtad (Universidad de La Sabana, 2018, p.17).

De acuerdo con lo anterior, cada uno de los miembros de la comunidad universitaria, animados con este espíritu de servicio enriquecen a la institución y dan a la tarea colectiva un sentido más pleno y un tono que coadyuva al estilo humano en la Universidad de La Sabana (Universidad de La Sabana, 2018).

Para la Universidad de La Sabana “el servicio es la acción de dar y aceptar libremente para satisfacer las necesidades humanas, que tiene como resultado el beneficio común” (Vargas y Campos, 2017, p.14) y se mide en cada una de sus formas y medios para lograr la satisfacción de la comunidad universitaria.

En este orden de ideas, la satisfacción se concibe más allá de una medida de resultado en tanto puede existir una relación entre dicha satisfacción y la vocación de servicio, con la cual se desarrollen los procesos académicos y administrativos en la Universidad. La Satisfacción de los estudiantes sería entonces el resultado de un trabajo bien hecho y pasa a ser un elemento de orden trascendente que supera la perspectiva funcionalista de la calidad en la cual medir este indicador sirve para establecer planes de mejora.

Entonces, de acuerdo con el espíritu de la Universidad en cuanto al servicio como valor institucional, es pertinente identificar cuáles son las percepciones y expectativas que definen la calidad del servicio por parte de los estudiantes a partir de interacción con los administrativos y a partir de esto construir un plan de mejoramiento que contribuya a fidelizar al estudiante de pregrado en su paso por la universidad y en el futuro a partir de la apropiación en los administrativos participantes del concepto de servicio como vocación.

Hoy en día, es un reto para las instituciones de educación superior el servicio, como un factor transversal e intangible en los procesos académicos y administrativos, para lograr las metas propuestas y el cumplimiento de objetivos encaminados a satisfacer las exigentes necesidades de la comunidad (Cruz, 1997). Esta definición alude a una perspectiva administrativa de la calidad de la educación superior.

Sin embargo, la búsqueda del saber superior es el principal servicio y razón de ser de la Universidad, de acuerdo con lo contemplado en el PEI; por lo tanto, para el desarrollo de este proyecto, se busca identificar cómo incide la vocación del servicio de los administrativos de la Universidad de La Sabana a partir de las expectativas y percepciones de los estudiantes.

Desde una mirada educativa “el servicio es la capacidad de lograr transformaciones y cambios en la generación de valor, con lo que se espera superar las expectativas de los estudiantes” (Cruz, 1997, p.4). Cabe preguntarse cómo se genera dicho valor en una institución que asume el servicio como una vocación. Acerca de la gestión del servicio Cruz (1997) plantea que:

En las escuelas, como en cualquier organización de servicios, es posible identificar las relaciones de proveedor - cliente, tanto internos y externos; así como, los diferentes procesos que conforman las escuelas que están estrechamente enlazados para producir el servicio educativo con eficacia y eficiencia. En resumen, los servicios son las actitudes que tenemos y las acciones que tomamos, o es la acumulación de experiencias satisfactorias y repetidas (p. 4).

1.2. Descripción del Problema

De lo anterior se deduce que, los servicios añaden valor y aportan a la experiencia general de los estudiantes. El estudiante de hoy busca una experiencia de aprendizaje significativa, que va más allá de terminar sus estudios y obtener un título profesional, y ese significado implica distintos aspectos de sus vidas, desde lo académico hasta el bienestar. En el campo educativo, el concepto de experiencia tiene múltiples significados. Puede ser un concepto de uso cotidiano que se refiere a diversas situaciones de acuerdo con la percepción del estudiante. Esta experiencia surge a partir de las vivencias y sentidos que le permiten reconstruir significados a partir de la subjetividad personal (Guzmán y Saucedo, 2015).

Reflexionar de manera permanente sobre la calidad del servicio que se le ofrecen al estudiante, permite identificar los principales momentos de verdad que fortalecen su sentido de pertenencia con la Universidad. Estos momentos de verdad pueden constituir un factor decisivo en el sentido de pertenencia lo cual conduce a pensar que la calidad del servicio no depende solamente de lo que ocurre en el aula sino también de aspectos administrativos que hacen parte de dicha experiencia.

De esta manera, el presente estudio pretende analizar la calidad del servicio que brindan los administrativos de la Universidad de La Sabana a partir de la diferencia entre las percepciones y las expectativas, identificando cuáles es su incidencia en la experiencia del estudiante y cuáles

son las áreas con oportunidad de mejora, implementando con los actores involucrados un plan de acción que permita fortalecer su sentido de pertenencia.

Es en esta labor, donde a partir de herramientas como la autoevaluación institucional se identifican las oportunidades de mejora para el fortalecimiento a los procesos y potencializar la cultura de calidad. En este caso se quiere entender la incidencia de la vocación del servicio en los procesos administrativos y como pilar fundamental de la institución.

Esto permite a la Universidad identificar oportunidades de mejora en el servicio que brindan los administrativos para aportar a la calidad del servicio, y por lo tanto constituye un tema, una nueva forma de percibir la educación superior frente a los retos de la sociedad.

Para el desarrollo de esta investigación se tendrá un enfoque cuantitativo con el propósito de “evaluar, comparar, interpretar, establecer precedentes y determinar causalidad y sus implicaciones” (Hernandez, 2014) con una perspectiva descriptiva a partir de la “búsqueda de específica de propiedades y características importantes del fenómeno que se analiza. Describe tendencias de un grupo o población.” (Hernandez, 2014). Para iniciar esta investigación, se parte de un acercamiento al concepto de vocación de servicio, calidad, calidad en el servicio en la educación superior que permita el análisis de las tendencias encontradas y entender el significado de la calidad del servicio desde una mirada antropológica.

A lo largo de los años, se ha definido el concepto de calidad desde diferentes perspectivas, desde la calidad total y para este caso la calidad aplicada al proceso educativo. A partir del seminario de profundización de la Maestría en Dirección y Gestión de Instituciones Educativas es oportuno citar algunas definiciones que aporten a la construcción del concepto de calidad en la experiencia del estudiante.

El concepto de calidad esta presente y tiene aplicabilidad a todos los contextos de la vida diaria, visto desde un enfoque administrativo para Sanabria, Romero y Florez (2013), “la calidad es un aspecto fundamental para la perdurabilidad y el desarrollo de las organizaciones considerándola como el factor dinamizador de los procesos internos, de diferenciación del entorno, de adaptación al medio y de satisfacción de las necesidades de la sociedad y los diferentes grupos de interés” (p.175).

A partir del concepto calidad como satisfacción de las expectativas del cliente, permite medir e identificar las especificaciones de la calidad del producto o servicio, cumpliendo con los

requisitos del cliente, es así como las normas ISO consideran, la calidad como el “Conjunto de propiedades y características de un producto o servicio que le confiere la aptitud para satisfacer las necesidades explícitas e implícitas de los clientes” (Moreno, Peris, y Gonzáles, 2005, p.110)

Hablar de calidad en las instituciones de educación superior es para muchas de ellas el objetivo principal en el desarrollo de sus procesos para dar cumplimiento a los estándares. Sin embargo, la calidad en la educación pasa por “la armonización integradora de los diferentes elementos que la componen: eficacia en el logro de un servicio, bien u objeto excelente, mediante procesos eficientes, satisfactorios tanto para los destinatarios, directos e indirectos, como para el personal de la organización encargada de lograrlo” (Pérez, 2000). Así, la calidad en la educación no está determinada por el producto o los resultados sino en el destinatario (estudiantes) quienes determinan la satisfacción de las necesidades.

Así mismo Pérez considera que “la calidad educativa es, un continuo cuyos puntos representan combinaciones de funcionalidad, eficacia y eficiencia altamente correlacionados, y su grado máximo, la excelencia, suponen un óptimo nivel de coherencia entre todos los componentes fundamentales del sistema educativo” (Pérez, 2000, p.75).

En el contexto universitario la calidad del servicio es un tema de gran interés y la satisfacción de las necesidades es un factor fundamental en la tarea continua de mejora de calidad de servicio, de acuerdo con su función como proveedores de servicios, los estudios en el tema se centran en medir la satisfacción de los estudiantes a partir de las funciones básicas de la universidad, pero para identificar la experiencia del estudiante es importante dar una mirada a aquellos aspectos del entorno que aportan en la vida del estudiante universitario. (Duque, 2005)

La calidad y el servicio son dimensiones que permiten encontrar los factores diferenciadores en las instituciones educativas, a través de los cuales se identifican las necesidades de los estudiantes con el fin de potencializar el éxito en el medio, no existe calidad sin servicio y servicio sin calidad puesto que están de manera articulada y enfocadas con el ser humano. Las instituciones educativas miden la calidad que sobre el servicio tiene los beneficiarios con rigidez, lo que dificulta encontrar los aspectos que pueden mejorar y entender cuáles son las dimensiones que surgen a partir de las percepciones dadas, lo que lleva a comprender la importancia de la calidad del servicio como impacto para la gestión de los servicios educativos.

Para este estudio es importante evaluar la calidad en el servicio que brindan los administrativos de la Universidad desde la perspectiva de los estudiantes por medio del modelo SERVQUAL en cada una de las dimensiones del servicio, lo que permite identificar las diferencias y plantear estrategias de mejoramiento que puedan ser aplicadas a partir de la vocación de servicio en los administrativos de la Universidad de La Sabana.

1.3. Pregunta Principal

¿Cómo evalúan los estudiantes de pregrado matriculados en el 2019-1 la calidad en el servicio que brindan los administrativos de la Universidad de La Sabana?

1.4. Objetivo General

Evaluar la calidad en el servicio que brindan los administrativos de la Universidad de La Sabana desde la perspectiva de los estudiantes de pregrado matriculados en el 2019-1.

1.5. Preguntas Asociadas

1. ¿Qué perciben los estudiantes de pregrado (2019-1) sobre la calidad en el servicio que brindan los administrativos de la Universidad de La Sabana y que marcan una parte de la calidad de su experiencia universitaria?
2. ¿Cuál es la brecha global entre la calidad percibida y la calidad esperada por los estudiantes de pregrado matriculados en 2019-1, en el servicio que brindan los administrativos de la Universidad de La Sabana?
3. ¿Cuál es la diferencia en la brecha global de los estudiantes de los semestres 1° a 5° y 6° a 12°?
4. ¿En qué se relacionan los atributos de la calidad en el servicio y las virtudes humanas asociadas a la vocación de servicio en la Universidad de La Sabana?

1.6. Objetivos Específicos

1. Describir las percepciones de los estudiantes de pregrado (2019-1) sobre la calidad en el servicio que brindan los administrativos de la Universidad de La Sabana y que marcan la calidad de la experiencia universitaria.

2. Analizar la brecha global entre la calidad percibida y la calidad esperada por los estudiantes de pregrado matriculados en 2019-1, en el servicio que brindan los administrativos de la Universidad de La Sabana.
3. Establecer la diferencia en la brecha global de los estudiantes de pregrado de los semestres 1° a 5° y 6° a 10°.
4. Establecer una relación entre los atributos de la calidad en el servicio y las virtudes humanas asociadas a la vocación de servicio en la Universidad de La Sabana.

1.7. Justificación

La calidad del servicio debe estar basada en las percepciones que se tienen del servicio a partir de cada una de sus dimensiones, es un juicio global que repercute en la satisfacción del estudiante y por lo tanto en el desempeño, siendo un importante indicador para determinar la calidad del servicio como una ventaja fundamental para el crecimiento y ventaja competitiva de la Universidad.

En este sentido, la calidad del servicio que brindan los administrativos permite identificar las principales percepciones que fortalecen el sentido de pertenencia del estudiante en su paso por la Universidad. Dicho sentido de pertenencia puede estar relacionado a su vez con la formación del estudiante. Esto hace que el estudio de dicha experiencia sea relevante para identificar como la vocación de servicio, valor institucional de la Universidad de La Sabana, marca la calidad de la experiencia del estudiante, considerando esto como una oportunidad para fortalecer el sentido de pertenencia.

Por otra parte, con relación a la utilidad práctica, los resultados de esta investigación, pretenden ser un aporte para los procesos de la Universidad, hacia un modelo de servicio desde una mirada antropológica en la vocación de servicio, en la identificación de los administrativos de su rol y en la vivencia de la calidad del servicio como propósito de mejoramiento de la institución.

Entonces, entender la calidad del servicio como aporte fundamental a los procesos, hace que este sea un concepto operativo en la organización, de manera que repercute de forma positiva en los estudiantes y a su vez en el desempeño de la Universidad. Se espera que los resultados puedan orientar a las áreas encaminadas a incrementar eficientemente el servicio con calidad que aporte a

la experiencia del estudiante y permita la creación de espacios que contribuyan al mejoramiento institucional.

De esta manera, la profunda comprensión del concepto de servicio para la Universidad de la Sabana permite identificar algunos conceptos vitales para entender el desarrollo de este proyecto. El servicio propende por un beneficio, el cual asumido desde el bien comun por encima del bien público, permite comprender el servicio desde una noción trascendente. En cuanto a la satisfacción de las necesidades humanas, que es el propósito de quien sirve y de quien recibe un servicio, de acuerdo con la escala de necesidades humanas planteada por Max Neef et al (2006) dichas necesidades abarcan hasta la autorealización. Max Neef plantea que hay necesidades fisiológicas, de seguridad, de afiliación, reconocimiento hasta llegar a la autorealización, esta escala da un aporte importante porque permite comprender que en el fondo las necesidades humanas tienen que ver más con las personas que con las cosas que se usan para satisfacer esas necesidades lo cual es coherente con la definición planteada por la Universidad.

2. MARCO TEÓRICO

En este capítulo se exponen los referentes teóricos que enmarcan el proyecto de investigación y hace referencia a las principales propuestas que se han dado en la calidad del servicio. En primer lugar, se sustenta el servicio como cualidad en la acción de “la acción de dar y aceptar libremente para satisfacer las necesidades humanas, que tiene como resultado el beneficio común” (Vargas y Campos, 2017), como vocación desde la realización personal y como proceso en cuanto a que soporta una necesidad y da un valor de utilidad. Por otra parte, se introduce el concepto de calidad que permite identificar las situaciones específicas que aportan a la satisfacción de necesidades y orientar el trabajo a la calidad del servicio. Finalmente, calidad en el servicio concepto de interés reciente en el contexto educativo dada la implementación en algunas universidades del mundo como en México, Chile, Uruguay y en Colombia entendiéndolo como el impacto que genera la educación superior en el estudiante universitario de acuerdo con su naturaleza y a los desafíos que se enfrenta. De esta manera, este proyecto pretende identificar cómo inciden estos conceptos en la consolidación de un modelo de servicio en la Universidad de La Sabana.

2.1. Sobre el concepto de Servicio

Entender la importancia del servicio en el sector empresarial y educativo es hoy en día una preocupación constante que determina las ventajas competitivas como fuerza motivacional que orienta las habilidades administrativas y creativas de una organización. La empresa satisface una necesidad o servicio a través de una interacción entre el productor y el consumidor, si el producto es un bien útil se convierte en un servicio que mejora de forma indirecta las necesidades de la persona. En el contexto educativo el servicio satisface una necesidad de forma directa en cuanto la acción es inmediata en la persona quien la recibe sea formativa o de aprendizaje, afirma Sandoval (2008).

Según la Real Academia de la lengua en su diccionario define el servicio con su etimología del latín “*servitium*” como “acción y efecto de servir, o mérito que se adquiere sirviendo al estado, otra entidad o persona” (Vargas y Aldana, p.194), o “*Servus*” que significa esclavo, de ahí la connotación peyorativa que a lo largo de la historia se le ha dado como servidumbre,

servilismo o atención desmedida a otros. Actualmente, servir a los demás no es socialmente aceptado del todo, más cuando implica hacerlo de buena manera y con un verdadero sentido de ayuda desinteresada a otra persona (Panclarte, 1996).

Para autoras como Vargas y Aldana (2007), el servicio es “el conjunto de actividades realizadas, con disposición de entrega a los demás, para la construcción de procesos que conduzcan a la satisfacción de necesidades, deseos y expectativas de quien lo requiera. Lleva consigo múltiples interrelaciones personales, que producen beneficio mutuo” (Vargas y Aldana, 2007, p.194).

Este concepto tiene un elemento fundamental, el cual pone como centro a la persona en toda su integridad, “la persona como dueña de lo que piensa, de lo que crea y, a su vez, puede darlo a otro. La libertad del hombre es algo esencial en él, e implica apertura hacia el mundo y hacia las demás personas” (Vargas y Aldana, 2007, p.86)

Lo fundamental del servicio está en las personas y no en el proceso. Lo esencial es la manera de humanizar la calidad. La calidad humana se crea a partir del ejemplo y del querer dar un servicio, en las motivaciones y estímulos que genera que a través de una labor se puedan satisfacer las necesidades humanas. El espíritu de servicio es algo invisible que refleja la filosofía, es lo que mueve las personas que hacen parte de las organizaciones y es el reflejo de los valores. Albrecht (1988) define el espíritu de servicio como una actitud basada sobre ciertos valores y creencias acerca de la gente, la vida y el trabajo que dirigen las personas que de una manera voluntaria sirvan a otros y tomen orgullo por su trabajo (Albrecht, 1988, p. 50).

Por su parte, la Universidad de La Sabana fue creada con una vocación de servicio la cual se refleja en el Proyecto Educativo Institucional (PEI). Por tal motivo la institución se encuentra en una permanente reflexión para que esta vocación y decisión se encuentren siempre implícitas en la búsqueda de nuevos conocimientos y en la formación integral de la comunidad a través de cada actuación, siempre presentes en todos y cada uno de sus quehaceres. De esta manera toda la comunidad entendida como estudiantes, profesores, y administrativos están llamados, “a ejercer y vivir en plenitud el sentido de servicio que propone la Universidad según su inspirador” (Vargas y Campos, 2017, p.9).

Para el inspirador de la Universidad la educación y la formación se deberán encaminar a habilitar, a capacitar a cada persona para ese trance diario, de vivir en plenitud cada momento, las

amables y fecundidad exigencias de su personalísima vocación, y de la común vocación del cristiano, que se funden en el mismo deber y en la misma única e irrepitible vida (Escrivá de Balaguer, 1993).

El servicio para la Universidad de La Sabana es “la acción de dar y aceptar libremente para satisfacer las necesidades humanas, que tiene como resultado el beneficio común” (Vargas y Campos, p.14), este sentido de servicio propuesto por el inspirador de la Universidad, en sus palabras:

Como lema para vuestro trabajo, os puedo indicar éste: para servir, servir. Para servir hay que saber hacerlo, llevando a cabo con la mayor perfección posible el trabajo que cada uno tiene encomendado, y procurando la continua mejora personal y profesional. De lo contrario, no estaríamos seriamente comprometidos con esa misión de servicio de la Universidad. Porque, en primer lugar, para realizar las cosas, hay que saber terminarlas. No creo en la rectitud de intención de quien no se esfuerza en lograr la competencia necesaria, con el fin de cumplir debidamente las tareas que tienen encomendadas. No basta querer hacer el bien, sino que hay que saber hacerlo. Y, si realmente queremos, ese deseo se traducirá en el empeño por poner los medios adecuados para dejar las cosas acabadas, con humana perfección (Escrivá de Balaguer citado en Vargas y Campos, 2017, p.10).

Siendo así para la Universidad de La Sabana, el concepto de servicio y este hecho en plena conciencia se centra directamente en la persona como vocación fundamental. Este es definido como la acción de dar y nace del amor no como cualquier amor sino como amor hacia el otro porque se comparte y se exige la aceptación del otro. Cuando este dar se acepta, la vida adquiere un pleno sentido y la transforma en servicio. Esta acción de servicio tiene una vinculación directa con las necesidades básicas de las personas; estas necesidades pueden ser primarias y secundarias pueden ser de supervivencia o de bienestar personal.

El concepto de servir también está relacionado directamente con el amor y la libertad siendo este último un atributo esencial de la persona y su capacidad de disponer de sí misma y de sus acciones. Este concepto de libertad está ligado con el ser abierto a los demás, tener la capacidad de interactuar con otro, tener autodeterminación a través de la voluntad lo cual se reconoce como valioso y mejora a la persona. Por tanto, la libertad es elegir el bien que la inteligencia presenta a cada uno; la inteligencia es capaz de más conocimiento y así la persona es más libre y esto permite que la persona decida servir a los demás para procurar su bienestar. Amartya Sen (2004)

menciona que las capacidades humanas son oportunidades reales para la realización del ser humano desde la libertad, la capacidad es un tipo de libertad fundamental para lograr diferentes estilos de vida que lleva a la vocación, cada ser humano tiene la libertad para construir el estilo de vida que pueda tener. El servicio es la oportunidad de construir su propio estilo de vida.

En un lenguaje común el servicio se define como la acción de servir o estar empleado al servicio del otro. Es una expresión derivada de la palabra serviré de origen latino la cual se ajusta con el influjo del inicio de la era actual a partir de las consideraciones de las personas con la misma dignidad humana.

En consecuencia, entendiendo el servicio como las estrategias a realizar en grupo para alcanzar un objetivo común, entonces, el servicio es una acción que se ofrece y acepta libremente para satisfacer necesidades humanas que tienen como fin el bien común.

Así, en la Universidad de La Sabana, en su quehacer educativo la persona es el centro de todo puesto que surge con sus elementos esenciales la realidad del servicio; siendo la persona única, porque cada ser humano tiene características personales que lo diferencian de los demás, teniendo un cuerpo material y un principio de vida de orden trascendente, es decir, tiene la capacidad de conocer su realidad propia y de la que lo rodea, actuar y amar lo que conoce, transmitiendo así el conocimiento que posee.

Otro de sus elementos esenciales en el servicio tiene que ver con que la persona es perfectible, por estar siempre en la búsqueda constante de su plenitud, que para ello utiliza su naturaleza racional por sí misma o utilizando la ayuda de otros. Es también un ser social, porque coexiste, convive y necesita de otras personas, estando siempre dispuesta a donar de su propio yo y de su intimidad, esto se entiende como entrega a la otra persona. Lo anterior resumido en que cada persona tiene la conciencia de su ser, de su actuar a través de su relación con el otro en la cual se manifiesta siempre el respeto. Un último aspecto esencial de la persona es que es comunicativa, debido a que necesita una reciprocidad porque necesita de alguien que acepte lo que otro le dona, y esta condición es llamada comunicación; entonces el servicio como acción personal es autónomo y libre, es la aceptación de sí mismo y se dirige hacia los demás para ofrecer un bien que a su vez lo perfecciona conduciéndolo a la felicidad. (Vargas y Campos, p.16)

Ahora bien, la acción de servir necesita de unas virtudes básicas para contar con las mejores condiciones que den armonía a la persona y la fuerza para cumplir con esta actividad, y están relacionadas con la fortaleza, la justicia, la generosidad, la comprensión y la lealtad. Para Aristóteles las virtudes son hábitos que ayudan al desarrollo de las personas y la hacen mejor (Vargas y Campos, p.17).

Siendo así, las virtudes pasan a tener una relevancia importante en la acción de servir por cuanto, la virtud de la fortaleza se refleja en tener la valentía y la resistencia necesarias ante dificultades, situaciones emocionales y temores cuando se prolonga los momentos; la virtud de la justicia se brinda cuando la persona se reconoce a sí misma y al otro con derechos y obligaciones en cualquier contexto en que actúe; ser justo no es un regalo que se hace a los demás es una virtud que se haya en la voluntad como hábito para el actuar justo. Con respecto a la generosidad está dada en que se actúa a favor de los demás desinteresadamente y con alegría, se debe ser consciente de lo que se es y de lo que se tiene, así para vivir en generosidad es tomar conciencia de quien es uno para luego compartir ese conocimiento interior y transparente; esta generosidad se hace realidad sin necesidad de una relación personal con quien recibe y sin obtener un beneficio a cambio (Vargas y Campos, p.17).

En cuanto a la comprensión, es entendida como la capacidad intelectual y afectiva de relacionarse con otra persona con su vida cotidiana y sus circunstancias; es acercarse a la otra persona, es ponerse en sus zapatos y percibir sus necesidades para satisfacer una necesidad humana. Por último, hablar de la virtud de la lealtad, es dar cuenta de la responsabilidad, la sinceridad y la confianza de una persona sobre aquello que realmente ama, para mantener las relaciones con otras personas manteniendo la armonía y confianza en el otro. También tiene relación con los valores que el mismo representa y el reconocimiento del vínculo con otros seres humanos los cuales se fortalecen en el paso del tiempo y permiten a la persona actuar de manera coherente con la palabra dada (Vargas y Campos, p.20).

De acuerdo con lo anterior; los distintos escenarios en donde se produce la interrelación entre personas crean un espacio para la actitud del servicio; la persona a quien corresponde el amar debe desplegar la disposición interior del servicio que unida a las virtudes brindan al ser humano la posibilidad de desarrollar y consolidar comportamientos adecuados para crear relaciones en donde el servicio proporciona un valor agregado a los demás y a la sociedad.

Hablar de servicio implica hablar de pasión, que proviene de un espacio de generosidad de la persona. “Existe un campo energético entre los seres humanos, cuando uno tiene pasión, se encuentra con una respuesta apasionada de la otra persona y cambia la relación para siempre: la pasión es contagiosa” (Bell y Bell, p. 62).

El servicio no es como un producto al que se le puede diseñar, fabricar y empaquetar para considerarlo como finalizado. Es necesario contagiar a todos los que hacen parte de la organización esa filosofía del servicio, reflejada en el trabajo diario con la pasión que se realiza.

Para Aristóteles, la pasión es todo aquello que va acompañado de placer y de dolor, y lo uno no puede separarse de lo otro. San Agustín, reconoce el carácter activo de las pasiones que han de ser responsables sujetas a la voluntad: “La voluntad se halla en todos los movimientos del alma.” Para Kant, la pasión es una inclinación difícil o absolutamente invencible por la razón, pero han sido definitivas en la historia del hombre, pues nada grande se ha hecho sin pasión, a pesar de su carga de violencia y la necesidad de rechazarlas (Cárdenas, 2016, p. 2).

Las pasiones actúan como motores de la existencia humana, no están ligadas exclusivamente a estados emocionales, Para Bodei (1997) “es necesaria una pasión que implique todo nuestro ser en lo que queremos lograr” (Urbina, 2016, p.17). Las pasiones han estado presentes en los grandes momentos de la historia del hombre. Por su parte Vallerand (2003 citado en Urbina, 2016), define “la pasión como una fuerte inclinación hacia una actividad autodefinida que gusta al individuo (e incluso ama), que le resulta importante, y en la que invierte una cantidad significativa de tiempo y energía” (Urbina, 2016, p.17).

La pasión es decisión y guía, es un tipo de transformación que permite que las cosas pasen, puede iniciar como una emoción o sentimiento que impulsa a la acción y termina siendo el motor de la existencia humana.

El servicio se considera como vocación fundamental de la persona. Se puede decir que el ofrecimiento de la vida se puede catalogar como servicio en sentido pleno, desde una perspectiva de sacrificio, siendo así tiene un carácter litúrgico, cultural relacionándose con la condición sacerdotal del hombre, de tal manera que se dice que Cristo ha venido a servir a ofrecer su vida en sacrificio; a causa de esto el hombre ha sido creado para servir, para dar la vida y recibir la vida. De aquí nace la concepción originaria de la vocación del hombre al amor, representada en esa capacidad de darse y entregarse por el otro como Cristo lo hizo por la humanidad. La concepción cristiana del amor es, la vocación fundamental e innata del ser humano, que se

traduce en que el servicio es la vocación fundamental e innata del ser humano (Universidad de La Sabana, 2014, p. 56).

Etimológicamente la palabra vocación proviene del latín “*vocare*” que significa llamado o acción de llamar, se entiende como llamado hacia un fin determinado o destino. Hoy en día la vocación se considera como una realización personal acorde con las estructuras aprobadas por la sociedad.

De acuerdo con lo anterior se puede afirmar que visto el servicio como una vocación es amar, equivale a dar, en el sentido más alto del ser humano es el ser aceptado, este amar solo corresponde a las personas y de esta manera compromete su libertad, sin libertad no se ama. Siendo así, el que ama da, ofrece y depende de la aceptación de la otra persona.

En consecuencia, el servicio está dado por la capacidad de vaciarse de su propia excelencia para entregarse al otro de una manera amorosa demostrando su verdadera naturaleza en el reconocimiento, en ponerse a favor del otro y aceptarlo. En palabras del inspirador de la universidad acerca del servicio, es esforzarse por servir verdaderamente a Dios el cual se evidencia a través de la entrega a los demás, sirviendo con amor y vocación, así también servir se puede entender cómo el gozo más grande del alma como lo asumen los sacerdotes.

Visto el servicio como una entrega al otro, como una entrega a la iglesia también se puede afirmar que el trabajo como medio de santificación personal es parte esencial de la vocación del cristiano que es consciente de su dignidad y que mediante ese trabajo contribuye a la edificación de la sociedad. De acuerdo con esto, Bergoglio (2007), expresa que el trabajo debe ser realizado desde la clave del servicio, “Hacer por los otros y para los otros. Se trata de una revolución basada en el vínculo social del servicio. El poder es servicio”.

En la relación necesaria que se da entre trabajo y capital, el trabajo tiene prioridad, puesto que el hombre “desea que los frutos del trabajo estén a su servicio y al de los demás” y también desea ser corresponsable y coartífice del trabajo que realiza. Frente a la concepción que reduce el trabajo a un mero empleo, que tiene por fin la producción de bienes que sólo sirven para algunos, la mirada espiritual considera al trabajo como expresión de todas las dimensiones del hombre: desde la más básica, que hace al “realizarse de la persona” hasta la más alta, que lo considera “servicio” de amor (Bergoglio, 2017, p.183).

Así cuando un cristiano realiza con amor la más trascendente de las actividades diarias y lo hace con libertad y entrega está satisfaciendo una necesidad a través del amor visto como santificación diaria; así una entrega sin libertad se ve como un servilismo infrahumano y una libertad sin entrega es el sometimiento al capricho propio y al de la sociedad, de tal manera para que se evidencie esa vocación de servicio los dos deberán darse al mismo tiempo.

San Josemaría Escrivá de Balaguer menciona que “la educación y la formación se deberán encaminar a habilitar, a capacitar a cada persona para ese trance diario, de vivir en plenitud cada momento, las amables y fecundas exigencias de su personalísima vocación, y de la común vocación del cristiano que se funden en el mismo deber y en la misma única e irrepetible vida”. (Escrivá de Balaguer, 1993, p. 226).

En síntesis, el servicio debe ser una fuente de satisfacción y desarrollo personal, implica una alineación de los procesos para servir mejor. Servir es responder con humildad y buscar el agrado del otro. El servicio debe llevar a la construcción de buenas impresiones, que aporten al desarrollo de una organización. Servir con pasión y vocación permite a quien sirve ponerse en el lugar de otras personas que buscan satisfacer una necesidad y ser consciente de que a través de la interacción en las organizaciones se generan nuevas experiencias que marca la calidad del servicio.

En este sentido para el desarrollo de este proyecto es importante determinar el servicio como satisfacción de necesidades que contribuyen al desarrollo de la persona, y a su vez tener una aproximación al concepto de servicio desde una perspectiva administrativa orientando el servicio como un proceso o actividad como estrategia competitiva.

La literatura presenta múltiples definiciones de servicio que en su mayoría incluyen un elemento importante: la intangibilidad. “Los servicios constituyen actividades identificables, intangibles, que son objeto principal de una operación que se concibe para proporcionar la satisfacción de las necesidades” (Stanton, Etzel y Walter, 1992, p.532 citados en Vargas y Aldana, 2007).

Para Albretch (1988), el servicio es “el trabajo realizado por una persona para el beneficio de otra” (p.14), por su parte Kloter (1997 citado en Vargas y Aldana, 2007) define el servicio como “todo acto o función que una parte puede ofrecer a otra que es esencialmente intangible y no da

como resultado ninguna propiedad. Su producción puede o no vincularse a un producto físico” (Vargas y Aldana, 2007, p.194).

Diversos autores mencionan diferentes aspectos fundamentales que deben tener las empresas para competir y responder a las necesidades de los clientes. Sin embargo, mejorar el servicio hoy en día implica poner más atención a los factores humanos, el elemento fundamental para competir en el entorno (Albrecht 1988; Crosby 1991 citado en Vargas y Aldana, 2007)

En función de entender la naturaleza y características del servicio como para la experiencia de la calidad, existen momentos o interacciones que determinan el nivel funcional del servicio y se denominan momentos de verdad. Un momento de verdad corresponde a la situación en la que hay contacto con el servicio de una organización y tiene un efecto sobre la impresión que se genera en relación con la calidad de su servicio. Es el momento en el que hay un contacto dentro de una organización y sobre este se formulan opiniones sobre la calidad del servicio.

2.2. Ciclo del servicio

Este concepto fue introducido por Normann (1984), se presenta como el momento y el lugar en el que el proveedor de servicios tiene la posibilidad de demostrar la calidad de los servicios es un momento de verdad, que a su vez incluye el proceso y la gestión de los servicios de una organización y debe ir orientado hacia un resultado positivo (Albrecht, 1988, p.43).

El ciclo del servicio es un mapa de los momentos de verdad, se representa como una cadena continua de situaciones que experimenta la persona en el servicio. “Se presenta como un modelo natural e inconsciente que permanece en la mente” (Albrecht, 1988).

Ahora bien, el concepto de ciclo de servicio es una idea a través del cual el empleado se apropia de la situación dejando de pensar que él fabrica un producto o servicio, sino que hace parte de este, lo cual ayuda a modificar puntos de vista reconsiderando la posición frente a los clientes, y esto conlleva al mejoramiento de los ciclos de servicio convirtiéndose en elementos básicos en el proceso del manejo de los servicios.

Se dibuja un círculo que permite tener la referencia de cada uno de los momentos de verdad, enumerarlos de acuerdo con su orden desde el punto de vista del cliente. Se hace en círculo para resaltar la experiencia y como está relacionado el uno con el otro, esto permite separar los

momentos de verdad, de los momentos críticos de verdad que son los que le dan importancia a la organización, estos momentos varían de acuerdo con la naturaleza de la organización, la naturaleza de producto y la naturaleza del servicio ofrecido al cliente (Albrecht, 1988).

El concepto ciclo de servicio permite ayudar al cliente en la reorganización mental de lo que ocurre, un continuo análisis de los ciclos de servicio es parte importante del proceso de servicio en una organización. En una organización puede haber cientos de momentos de verdad y también ese número de ciclos del servicio.

Entender los momentos de verdad, permite acercar a los miembros de una organización tener una visión concreta de como desde su trabajo diario aporta a la satisfacción del cliente, orientados a la calidad del servicio. Es así, como los momentos de verdad implican una interacción directa entre el empleado y los clientes, y que llevan a la impresión del servicio prestado, la suma de todos los momentos de verdad construye la imagen del servicio.

Es importante identificar que no todos los momentos de verdad son iguales. Como lo plantea Albrecht (1988), pueden haber más de cien tipos diferentes de momentos de la verdad, sin embargo, solo algunos tendrán un impacto en la percepción de las personas, a estos momentos se les denomina momentos críticos de verdad. De esta manera lo que conforma el proceso de entrega del servicio incluye la habilidad, la motivación y las herramientas utilizadas por el representante de la empresa, así como las expectativas y el comportamiento del cliente.

De acuerdo con lo anterior, los conceptos de servicio implican contar con un excelente clima y entorno laboral que incentiva la calidad del servicio en una organización que impulsa a todos los integrantes a conseguir un mismo fin.

Lograr el principal propósito del servicio en la búsqueda de la satisfacción de necesidades en el contexto educativo es una tarea difícil, considerando las características de sus servicios teniendo en cuenta que a diferencia de una empresa u organización no ofrece un producto tangible. Las instituciones de educación superior tienen la capacidad de lograr transformaciones a partir de servicios como cualidad o proceso con el propósito de superar las expectativas, lo que permite identificar las relaciones existentes, así como los diferentes procesos que aportan a la percepción del estudiante aportando a la calidad del servicio.

2.3. Calidad en el servicio

Hoy en día la educación superior se encuentra en constante evolución, buscando responder a satisfacer las necesidades a través de nuevas ventajas competitivas, centrando las estrategias en el desarrollo de procesos que aporten a la experiencia de los estudiantes generando mayor valor (Duque 2009). Las universidades se han convertido en grandes empresas y las experiencias que de ella resultan deben estar explícitas en los procesos educativos y a las necesidades de los estudiantes, surge la necesidad de abordar el concepto de calidad en el servicio para determinar a partir de las dimensiones del servicio las percepciones de los estudiantes de la Universidad de La Sabana.

La Real Academia Española define calidad como la propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor. Esta definición establece dos elementos importantes, primero, la referencia a características o propiedades y, segundo, su bondad para valorar “algo” a través de ella. Para Deming (1989 citado en Camisón, Cruz y González, 2006) calidad es traducir las necesidades futuras de los usuarios en características medibles; solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción.

La calidad del servicio debe ser un concepto operativo en la organización, de manera que influya positivamente en los estudiantes y a su vez en el desempeño de la organización. El concepto de calidad del servicio viene determinado por la diferencia entre las necesidades y expectativas. De acuerdo con Parasuraman (1988 citado en Camisón, Cruz y González) las expectativas en la literatura de calidad del servicio se refieren a los deseos y necesidades del cliente, y a su vez las percepciones son las creencias del cliente frente al servicio recibido. De esta manera se mide la calidad del servicio con lo que se desea o espera, con lo que realmente reciben o perciben de ellos. (Camisón, Cruz y González, 2006, p. 897)

Es importante entender que la calidad del servicio va más allá de la medición de la calidad y la satisfacción del cliente, deber ser para gestionar y mejorar el servicio. La calidad del servicio difiere de la medición de la calidad del producto, considerando que evalúa y tiene en cuenta el proceso y el resultado del servicio (Camisón, Cruz y González, 2006). En ciertas ocasiones se confunde la calidad del servicio con la satisfacción del cliente, considerando esta última una medida de la reacción emocional del cliente en una experiencia determinada y por el contrario la calidad del servicio es una evaluación actitudinal, global y a largo plazo que el cliente percibe de

un servicio. Así, la calidad del servicio precede a la satisfacción, por tanto, la satisfacción es la consecuencia de la calidad del servicio percibida.

La calidad del servicio debe estar basada fundamentalmente en las percepciones que se tienen del servicio, para así determinar la calidad percibida. Es el juicio global del consumidor acerca de la excelencia o superioridad general del producto (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1988, p.16). Lo importante en la calidad del servicio es la orientación hacia el cliente, es lo que dice que es a partir de su percepción. De esta manera no es un concepto absoluto sino relativo que viene determinado por la diferencia existente entre las necesidades y expectativas.

En este sentido las expectativas son consideradas los deseos y necesidades del cliente y por su parte las percepciones son las creencias del consumidor relativas al servicio percibido, en este sentido los clientes valoran la calidad del servicio cuando comparan lo que desean o esperan con lo que perciben que reciben. Se percibe un servicio de alta calidad cuando la experiencia con la prestación de un servicio iguale o exceda las expectativas iniciales y al medirlas permiten identificar cuáles son las acciones de mejora de mayor impacto en el servicio.

Las percepciones permiten dar un valor agregado cuando las expectativas inicialmente son favorables, generando así un valor agregado a la calidad del servicio. Sin embargo, es importante considerar que las percepciones pueden ser inestables en el tiempo, la presencia de elementos subjetivos del cliente puede variar la percepción de un mismo servicio, prestado de la misma manera, en diferentes momentos del tiempo (Camisón, Cruz y González, 2006).

Para lograr altos niveles en la calidad del servicio la organización debe identificar cuáles son los atributos en los que se fijan sus clientes para evaluarla, son considerados factores determinantes de la percepción de la calidad de servicio que permiten identificar en que aspectos se deben centrar los esfuerzos y oportunas acciones de mejora. Estos atributos son denominados por la literatura como dimensiones, que a lo largo de los años en el estudio de la calidad del servicio de acuerdo con diferentes perspectivas varían en cuanto al tipo de servicio y de cliente. Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) consideran cinco las dimensiones de la calidad del servicio: los elementos tangibles, la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad y la empatía.

Los elementos tangibles corresponden a aquello que acompaña y apoyan el servicio como las instalaciones físicas, equipos y el aspecto del personal, la fiabilidad o habilidad para realizar el

servicio de forma fiable y cuidadosa, la capacidad de respuesta o disposición y voluntad para ayudar a los clientes a proporcionar un servicio rápido, la seguridad es el conocimiento y atención mostrado por los empleados y las habilidades para inspirar credibilidad y confianza y la empatía es la atención individualizada que se ofrece a cada cliente (Camisón, Cruz y González, 2006).

La diferencia entre las percepciones y expectativas permiten determinar las deficiencias en la calidad del servicio y así mismo establecer las medidas para mejorarla, para esto es importante que el proceso sea continuo, controle e identifique las percepciones que se tienen de un servicio prestado.

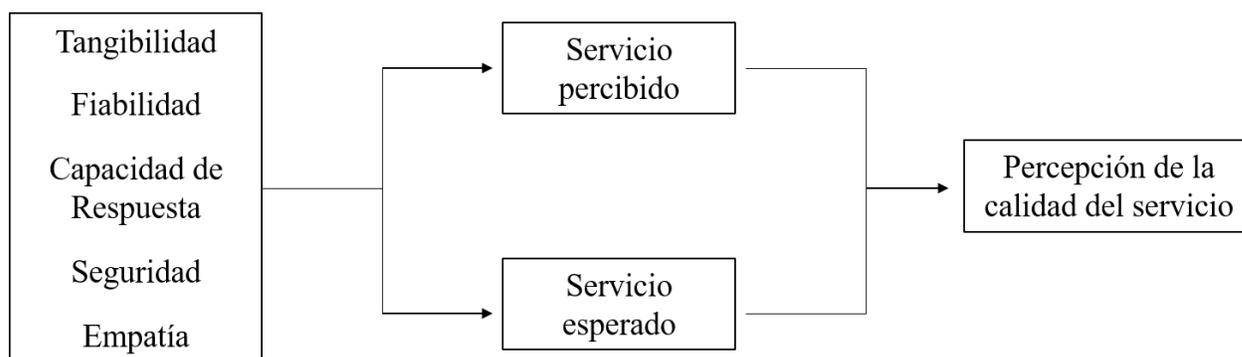
2.4. Modelos de Medición de la Calidad en el Servicio

La calidad del servicio se debe medir para que a partir de los resultados se establezcan acciones de mejora. La literatura menciona diferentes modelos de medición como SERVQUAL, SERVPERF y SERVQUALING, que han servido de base para medir la calidad del servicio y les han sido practicadas pruebas de fiabilidad y validez de sus escalas en diversos escenarios. Para el desarrollo de este proyecto se aplicará el modelo SERVQUAL que atiende a identificar las diferencias entre las percepciones y las expectativas a partir de cada dimensión de la calidad en el servicio.

Siendo SERVQUAL el modelo más completo para determinar estas diferencias, fue establecido por Parasuraman, Zeithaml y Berry (2009) quienes vinculan las diferencias entre las expectativas y percepciones existentes en la organización que afectan la posibilidad de ofrecer un servicio que sea percibido de calidad y que sirva como punto de inicio para la medición y mejora de la calidad del servicio.

Para estos autores las expectativas se definen como los deseos o lo que el cliente espera de lo que sería un servicio ideal. Las percepciones en este caso reflejan las apreciaciones del cliente en un momento específico del tiempo, por tanto, son las creencias que se tienen sobre el servicio recibido.

Figura 1. Modelo SERVQUAL



Fuente: Zeithaml, Berry y Parasuraman (2004, p.16).

De esta manera el modelo SERVQUAL busca identificar y medir dos conceptos distintos, las expectativas y las percepciones a partir de un cuestionario que de acuerdo con la dimensión a la que pertenece y es aplicable a cualquier tipo de organización. Varios estudios desarrollados en diferentes sectores han demostrado la consistencia de la escala SERVQUAL siendo esta un modelo de medición de la calidad percibida en servicio que mide las cinco dimensiones de la calidad del servicio a través de 44 ítems, mediante una escala tipo Likert de cinco puntos de respuesta donde 1 significa completamente desacuerdo y 5 completamente de acuerdo. El cliente debe responder por separado las expectativas y las percepciones, de esta manera el cuestionario corresponde a 22 preguntas para conocer las expectativas y 22 preguntas para conocer las percepciones, adicionalmente se sugiere incorporar preguntas de características sociodemográficas con el fin de poder realizar un análisis más detallado y de esta manera generar acciones de mejora concretas en las dimensiones más importantes para el cliente.

El propósito de este modelo es reducir la diferencia entre las percepciones y expectativas, por lo que de forma esquemática permite la comprensión, medición y mejora de la calidad del servicio. A partir cinco brechas de las cuales las cuatro primeras se enmarcan dentro de la organización y aportan a la aparición de la quinta brecha que es denominada deficiencia percibida por los clientes en la calidad del servicio, la cual hace referencia a la diferencia existente entre las percepciones y expectativas del servicio y es la implementada para el desarrollo de este proyecto de investigación, siendo esta la principal brecha para medir la calidad del servicio en cuanto a que

permite comprender la naturaleza y dimensión de la brecha para posteriormente identificar y analizar las deficiencias que corresponden a la organización.

El proceso para la medición de la calidad del servicio a través de la implementación del modelo SERVQUAL comienza comprendiendo la naturaleza de la diferencia existente entre las expectativas del servicio y percepciones reales de este, proceso fundamental que permite identificar y comprender la calidad del servicio en una institución.

Por tanto, la evaluación de la calidad depende principalmente de las características específicas del servicio, de los clientes y del contexto en el cual se desenvuelven, luego se debe tener en cuenta el concepto de servicio a evaluar y su caracterización. Esto implica que, como afirman Grönroos y Parasuraman (1985) la calidad percibida de los servicios es la mejor forma de conceptualizar la calidad en el ámbito de los servicios.

En este sentido el servicio se consolida en la gestión de una relación de mutua satisfacción de expectativas entre el cliente y la organización. Para ello se vale de la interacción y retroalimentación entre personas, en todas las etapas del proceso del servicio. El objetivo básico es mejorar las experiencias que el cliente tiene con el servicio de la organización. Para este caso la experiencia del estudiante de acuerdo con la naturaleza es individual, de esto se derivan desafíos, incertidumbres y preguntas sobre quiénes son los estudiantes, cómo abordan la educación superior, las formas de aprender y cómo se genera un impacto en la medida que avanza.

Así, las instituciones de educación superior requieren recursos para realizar las acciones y establecer las relaciones que les permiten existir y desarrollarse de acuerdo con la filosofía que las orienta, estos recursos son factores que aportan a la relevancia social de este proyecto dando sentido a las acciones realizadas por la institución.

3. ESTADO DEL ARTE

La educación universitaria se encuentra en una época de transformación y cambios significativos en respuesta a los desafíos de la globalización. Estos desafíos pueden ser considerados oportunidades de mejora para aportar a la calidad de la educación superior, a partir de comprender y abordar las expectativas y percepciones como factores claves y determinantes en la experiencia del estudiante, siendo este un importante indicador para considerar la calidad del servicio como una ventaja fundamental para el crecimiento y competitividad de la institución educativa (Duque, 2005).

Hoy en día, en las instituciones de educación superior a partir de la constante revisión de su proceso nace un interés especial por hacer mejoras en el servicio educativo. Como lo expresa Jiménez (2011 citado en Duque y Chaparro, 2012) la calidad en los servicios educativos refleja la calidad de la educación y a su vez la satisfacción del estudiante. La calidad se relaciona con un estado de satisfacción, de conformidad y de servicio, es el resultado de comparar las expectativas con la percepción del servicio recibido y a partir de este permite identificar los indicadores para el mejoramiento en el servicio.

La calidad del servicio es un factor importante en el sector industrial y comercial, puesto que a partir de este se generan promesas de valor, relaciones directas con los clientes y recordación de marca. Por esta razón se considera importante evaluar la calidad del servicio y el impacto que tiene en relación con otros servicios. El concepto de calidad de servicio en términos de percepción de acuerdo con Llosa (1998, citado en Duque, 2005) se define como el juicio sobre la excelencia general de una entidad, una actitud que proviene de una comparación de expectativas y desempeño percibido.

A nivel global, se han realizado diversas investigaciones acerca de la calidad percibida de los servicios de educación superior. Duque (2003) señala que, en países como Malasia, España, México, India, Turquía, entre otros, se han realizado dichas investigaciones basándose en los modelos SERVQUAL propuesto por Parasuraman, Zeithaml y Berry con el fin de determinar las principales dimensiones que contribuyen a la calidad del servicio.

De esta manera desde la diferencia entre las percepciones y las expectativas se pueden identificar los indicadores claves en el mejoramiento de la calidad del servicio, a partir de modelos como SERVQUAL creado en 1998 para medir por de forma independiente las

expectativas y percepciones de la calidad del servicio del consumidor a través de 5 dimensiones (Duque, 2005).

En principio este modelo de medición fue creado con el propósito de evaluar las percepciones de los clientes sobre la calidad del servicio en organizaciones, luego de ciertas investigaciones y evaluaciones los autores de este modelo Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988) , desarrollaron el instrumento que permitiera cuantificar la calidad del servicio y recibió el nombre de SERVQUAL, que permite tener una aproximación por separado de las expectativas y percepciones a través de procedimientos estadísticos, en la agrupación de variables con el fin de tener una mayor representatividad mediante las siguientes dimensiones determinantes en la calidad del servicio: empatía, fiabilidad, seguridad, capacidad de respuesta y elementos tangibles.

La empatía se refiere al nivel de atención individualizada que se ofrece y se transmite por medio de un servicio personalizado o adaptado al gusto del cliente. La fiabilidad Se refiere a la habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. La seguridad es el conocimiento y atención de los empleados y su habilidad para inspirar credibilidad y confianza. La sensibilidad es la disposición para ayudar a los usuarios y para prestarles un servicio rápido y adecuado. Por último, los elementos tangibles corresponden a aquello que acompaña y apoyan el servicio como las instalaciones físicas, equipos y el aspecto del personal. (Camisón, Cruz y González, 2006).

El proceso para evaluar la calidad percibida mediante este modelo inicia a partir de la diferencia entre lo esperado y lo percibido por el cliente, percepción que se define con cada una de las dimensiones planteadas. Por otra parte, a partir de las deficiencias relacionadas con las percepciones de la calidad del servicio de los administrativos y las tareas asociadas con el servicio que se presta son determinantes cuando se desea mejorar la calidad percibida. A estos vacíos los autores los denominan *gaps o brechas* (Duque, 2005).

En el 2001, debido a los importantes cambios que presentó España en la educación superior, en especial la internacionalización del sistema universitario y la creciente competitividad de las instituciones de educación superior, la Universidad Autónoma de Barcelona (Capelleras y Veciana, 2001 citados en Duque y Chaparro, 2012) realiza un estudio para medir la calidad del servicio en la enseñanza universitaria a través de la escala de medida SERVQUAL a partir de las

percepciones de una población de 811 estudiantes. Es importante mencionar que fue uno de los primeros estudios en este campo de investigación.

El objetivo principal de la investigación realizada en la Universidad Autónoma de Barcelona fue desarrollar una escala de medida de la calidad del servicio en el ámbito universitario a partir del modelo SERVQUAL, así como identificar las dimensiones que la conforman. Es un estudio exploratorio que tuvo como propósito analizar las variaciones a lo largo del tiempo de las expectativas y percepciones de un grupo de estudiantes con permanencia mínima de seis meses, la primera fase consistió en la identificación de los atributos clave de la calidad del servicio en el contexto universitario y la segunda etapa la aplicación del cuestionario a estudiantes pertenecientes a cuatro facultades pertenecientes de la Universidad Autónoma de Barcelona. Los resultados permiten concluir que la calidad percibida está determinada por la manera en que se prestan los servicios como por ejemplo la actitud y disposición por parte de los empleados y profesores (Capelleras y Veciana, 2001).

Considerando la importancia de la calidad educativa como parte de la transformación significativa de la educación superior, la calidad del servicio ha llamado la atención en los últimos años haciendo un llamado a las universidades en centrar sus esfuerzos en mejorar las experiencias de los estudiantes como aporte fundamental a la ventaja competitiva. Por ejemplo, el Instituto de educación Tecnológica de Serres, Grecia, realizó un estudio a partir de las percepciones de los estudiantes y personal administrativo sobre la calidad del servicio educativo que presta la institución. Para el desarrollo de este estudio se implementó el instrumento SERVQUAL adaptándolo al entorno educativo. Se aplicó a 335 estudiantes y 70 administrativos de la institución a través de una escala de Likert de 1 a 5.

El análisis de los datos revela las diferencias existentes entre las percepciones de los estudiantes y el personal administrativo. Por parte de los estudiantes la fiabilidad, la seguridad y la empatía percibidas presentan mayor importancia respecto a los elementos tangibles y la capacidad de respuesta. Por parte del personal administrativo la brecha entre las expectativas y las percepciones es más alta en todas las dimensiones frente a la brecha obtenida por parte de los estudiantes, las dimensiones de mayor valor para el personal administrativo corresponden a fiabilidad y seguridad, en consecuencia, las percepciones la calidad del servicio del personal son

significativamente más altas que las de los estudiantes, pero al mismo tiempo tiene mayor expectativa de la una universidad ideal.

Más adelante, Zafiroopoulos y Vrana (2008) identifican a partir de su estudio la importancia de la gestión estratégica por parte de la institución para reducir la brecha global entre las expectativas y las percepciones de los estudiantes y el personal administrativo, elevando las expectativas de los estudiantes y formando una visión más realista en los administrativos. De esta manera vincular a los actores como parte importante del proceso educativo, mejorando la calidad del servicio, la mejora de la satisfacción laboral, la confianza y el compromiso con la institución y por lo tanto una mejor reputación.

Un estudio similar en la Universiti Malaysia Sabah en Labutan, Malasia, determinó la relación existente entre las dimensiones de la calidad del servicio y la satisfacción de los estudiantes de universidades privadas de educación superior implementado el modelo SERVQUAL. Este estudio nace con el interés de conocer las percepciones de los estudiantes hacia la educación superior privada y de mejorar la calidad del servicio como ventaja competitiva y un camino importante hacia la excelencia (Ilias, Rahman y Razk, 2008, p.164,).

Este estudio de tipo cuantitativo incluye las 5 variables del modelo SERVQUAL. La población corresponde a 200 estudiantes de diferentes programas de licenciatura de Kuala Lumpur, Infrastructure University College y Kolej Universiti Teknologi dan Pengurusan Malaysia. El instrumento se divide en tres partes: el factor demográfico, la medición de la calidad del servicio en la educación superior y la medición de la satisfacción del estudiante, utilizando una escala de Likert de 1 a 6 en la cual 1 es para nada satisfecho y 6 para muy satisfecho.

Las discusiones y conclusiones del estudio de Ilias, Rahman y Razk (2008) permiten identificar que existe una fuerte relación entre la calidad del servicio y la satisfacción de los estudiantes. En el análisis de los resultados se encontró que hay una relación positiva entre estos dos a partir de la valoración de las dimensiones siendo los elementos tangibles con mayor puntaje seguido de capacidad de respuesta y fiabilidad determinando como oportunidades de mejora las dimensiones de empatía y seguridad. Adicionalmente, este estudio demostró la utilidad de todas las dimensiones para explicar la satisfacción de los estudiantes, sin embargo, se resalta la seguridad como una de las dimensiones que está significativamente relacionada con la satisfacción. Este estudio concluye que, al mejorar la calidad del servicio, potencialmente se

puede mejorar la satisfacción de los estudiantes y a su vez generar una ventaja competitiva en el entorno. Es decir, se aumenta la probabilidad de recomendación de la universidad a otras personas.

En Vietnam, un estudio realizado por Nguyen (2013) centra en la comprensión de la calidad del servicio en el contexto universitario, a partir de la medición de la calidad del servicio de educación superior proporcionado por las universidades en Vietnam. En la investigación de alcance exploratorio, se aplicó un cuestionario a 675 estudiantes de una universidad para determinar las dimensiones de la calidad del servicio de educación superior en este contexto. Los resultados obtenidos de la escala SERVQUAL, muestran que los elementos tangibles, la capacidad de respuesta y la seguridad son tres dimensiones específicas del servicio de educación superior de las universidades vietnamitas. Este estudio pretende ser una herramienta útil para ayudar a los directores universitarios para mejorar la calidad del servicio a partir de la disposición y disponibilidad del personal administrativo, así como también mejorar en los elementos tangibles como el campus universitario (Nguyen, 2013).

Por su parte, la investigación de Green (2014), realizada con 280 estudiantes de la Universidad Tecnológica de Durban, Sudáfrica, revela que en promedio las expectativas de los estudiantes son más altas en los elementos tangibles, fiabilidad y seguridad y por parte de las percepciones la dimensión más alta corresponde a la de seguridad. El objetivo principal de este estudio es medir las expectativas y las percepciones de los estudiantes y los empleados para medir la calidad del servicio prestado en esta universidad y determinar las formas rentables para reducir las brechas de calidad del servicio a partir de la implementación del modelo SERVQUAL.

En el instrumento se empleó una escala tipo Likert de 1 a 7, siendo 1 “totalmente en desacuerdo” y 7 “totalmente de acuerdo”. A partir de la diferencia entre las expectativas y las percepciones se realizó el análisis de resultados que está determinado por la diferencia significativa entre las expectativas y las percepciones entre 1 y 2 unidades. A partir de esto, se realiza un análisis de cada una de las dimensiones siendo la más alta la de elementos tangibles y con mayor oportunidad de mejora la dimensión de empatía. Los resultados de este estudio son un aporte fundamental para medir y comparar la satisfacción de los estudiantes con la calidad del servicio en Universidades de Sudáfrica siendo un factor determinante para el desarrollo educativo

del país, en cuanto a que centra sus esfuerzos en mejorar la calidad del servicio como ventaja competitiva y ser referentes para la atracción de estudiantes altamente calificados que aporten a la calidad académica de las instituciones

Por otra parte, un estudio realizado por Palominos y Quezada (2016) en una universidad pública de Chile diseñó un cuestionario para medir la satisfacción de los estudiantes con él a partir de los factores que afectan la percepción del servicio educativo para este estudio resulta relevante entender la conformidad de los estudiantes con la calidad del servicio entregado a partir de la relación de determinados aspectos tangibles e intangibles del mismo.

Este estudio cuantitativo resalta la importancia que tienen los servicios complementarios que ofrecen las universidades como las instalaciones y los convenios convirtiendo al proceso educativo en una experiencia compleja, que influye de la misma manera tanto en los factores educativos como en la satisfacción del estudiante (Palominos y Quezada, 2016). Esta investigación tuvo un alcance descriptivo y correlacional en el análisis de las variables que recogen las principales características del servicio universitario que va más allá de su formación educativa y que afecta la percepción de la satisfacción. Los factores que miden este estudio son la reputación de la universidad que se construye a partir de satisfacción del estudiante y del resultado del servicio, estos factores buscan medir las principales características del servicio y son determinantes en la medida en que los estudiantes tienen mayor participación en la institución, lo que hace que se comprometan y generen sentido de pertenencia mejorando la reputación de la Universidad

Para el desarrollo del instrumento se ajustó el modelo diseñado por Duque (2003) el cual consistió en una adaptación al modelo SERVQUAL orientado a las universidades públicas. El modelo está compuesto por un conjunto de 37 afirmaciones ordenadas por cada dimensión, fue medido a través de una escala diferencial de seis opciones de respuesta y dio como resultado de confiabilidad un Alfa de Cronbach de 0.89. Se encontró una alta satisfacción general con el servicio, la buena percepción que tienen los estudiantes de su proceso de aprendizaje, la reputación de la universidad y la buena formación académica de los profesores. El modelo conceptual implementado en este proyecto de investigación tiene el propósito de validar las relaciones causales entre la satisfacción, la calidad percibida, la reputación, la coproducción y los resultados en la prestación de servicio en la "formación educativa universitaria" (Duque, 2003).

Por otra parte, un estudio realizado por Vergara y Quezada (2010) para analizar la calidad en el servicio y la satisfacción de los estudiantes a través de la implementación del modelo SERVQUAL con el propósito de evaluar y mejorar la calidad en la prestación de servicios a los estudiantes de Ciencias Económicas de la Universidad de Cartagena, Colombia. La población participante para el desarrollo de este estudio fue de 178 estudiantes de tercero a último semestre de los programas de Economía, Administración Industrial, Administración de Empresas y Contaduría Pública. Esta muestra fue seleccionada considerando que el estudiante haya pasado cierto tiempo en la universidad y de esta manera tenga una percepción más clara sobre la calidad y un nivel de satisfacción más objetivo. Este estudio de carácter cuantitativo implemento una escala de 21 ítems para medir la calidad del servicio con una escala de Likert de 1 a 6 donde 1 corresponde representaría “mucho peor de lo esperado” y 6 “mucho mejor de lo esperado”.

El análisis de este estudio da como resultado que las dimensiones consideradas por el modelo SERVQUAL son pertinentes para el análisis teniendo en cuenta que evidencia los efectos de las percepciones sobre el valor percibido y la satisfacción de los estudiantes comprobados a partir de los resultados obtenidos en este estudio y a su vez demostrar la implementación del modelo para evaluar la calidad del servicio, identificando las acciones de mejora en los que se debe centrar la institución con el propósito de ofrecer un buen servicio y de esta manera demostrar la aplicabilidad de este modelo en instituciones de educación superior. Lo anterior, debido a que el modelo está diseñado para ser implementado en cualquier sector de servicios, en este caso las dimensiones del modelo se pueden representar en las características de las Universidades y en el grado de contacto que se tienen entre los estudiantes y la institución.

Un estudio de Duque y Chaparro (2012) en el que proponen un instrumento para medir la percepción de la calidad del servicio de educación aplicado a los estudiantes de los tres últimos semestres de las carreras que ofrece la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia (UPTC) seccional Duitama. La construcción de este instrumento fue desarrollada en 2 fases que comprenden la estructuración, que consiste en la elaboración del cuestionario para la elaboración de datos y la comprobación, que tiene como fin mostrar la fiabilidad y validez de las escalas propuestas. En esta investigación de carácter cuantitativo participaron 229 estudiantes de los tres últimos semestres a quienes se aplicó el cuestionario que contenía 45 afirmaciones que debían ser evaluadas a través de una escala de Likert de 1 a 5 donde 1 equivale a “totalmente desacuerdo” y 5 a estar “totalmente de acuerdo”. Los principales resultados de este estudio permiten identificar la

perspectiva de los estudiantes confrontándolas con las debilidades y las fortalezas de la institución y de esta manera se gestionen dichas diferencias. De la misma manera conocer la importancia que tienen los profesores sobre la percepción de la calidad del servicio por parte de los estudiantes de manera funcional y con respecto a los directivos y administrativos de manera técnica. De esta manera la conclusión más importante es que los estudiantes valoran mejor a aquellos componentes con los que tienen mayor contacto con relación a las 5 dimensiones del modelo SERVQUAL.

De otra parte, también en Colombia, un estudio realizado por la Universidad Nacional Abierta y a Distancia con sede en Cartagena, Colombia parte de que la calidad hace referencia a propiedades y características de un bien o servicio frente a las necesidades del consumidor, y es relativa, por cuanto cada individuo tiene una percepción diferente de ella. Sánchez (2012) Para medir la calidad este estudio implemento el modelo SERVQUAL, que contempla las dimensiones propuestas por este, mediante preguntas cuantitativas con una escala de valoración de 1 a 5. A través de un alcance descriptivo mediante la indagación de sobre las expectativas de los estudiantes de los diferentes programas, y al mismo tiempo explicativo porque indaga sobre la percepción de los estudiantes en los servicios recibidos. De esta manera estos últimos los contrasta con las expectativas para encontrar las oportunidades de mejora.

Este estudio tomó como muestra la totalidad de los estudiantes que ingresaron a la Escuela de Administración de la UNAD Cartagena, a partir del análisis de las 5 dimensiones propuestas por el modelo SERVQUAL. Se aplicó un cuestionario para medir la percepción y otro para medir las expectativas con una escala donde 1 significa muy malo y 5 muy bueno. El resultado de estos instrumentos aplicados a los 53 estudiantes da como resultado una valoración promedio de 4.5 para las expectativas y de 3,8 para las percepciones. Las principales conclusiones de este estudio están orientadas a la validación del instrumento permitiendo identificar las expectativas con las que ingresan los estudiantes y las perspectivas de estos frente al servicio recibió. Por otra parte, identificar los ítems o dimensiones de mayor valoración y con gran necesidad de mejora que son seguridad y elementos tangibles.

Por otra parte, un estudio realizado en México, Reyes y Reyes (2012), cuyo propósito es analizar los aspectos que se relacionan sobre la percepción de la calidad del servicio de la educación universitaria de alumnos y profesores, considera fundamental el diseño y la

implementación en las estrategias de calidad propuestas en la educación universitaria a partir del análisis de las dimensiones más importantes de alumnos y profesores como aporte a la planeación estratégica y la mejora continua en el servicio.

En su estudio Reyes y Reyes (2012) aplica el modelo de medición SERVQUAL a estudiantes 473 estudiantes y 24 profesores de tiempo completo de la Universidad Autónoma de Baja California. El análisis de los resultados resalta la importancia de los elementos tangibles y la empatía, sobre dimensiones como empatía y fiabilidad con mayor oportunidad de mejora. Reyes y Reyes (2012) consideran importante tener en cuenta la cultura institucional que la hace diferente de otras organizaciones e instituciones de educación superior y por otra parte para entender las percepciones es importante identificar las necesidades de los estudiantes y de la organización educativa. Es evidente el interés por el establecimiento de programas de evaluación de la calidad del servicio es bastante relevante en términos de su mejoramiento, más aún cuando la educación superior se encuentra en constante transformación. El desafío que tienen las instituciones de Educación Superior es crear e identificar una cultura de servicio, que contribuya y de significado a la labor realizada a partir de la mejora de las percepciones de la comunidad educativa.

Se destaca el interés en los últimos años en calidad del servicio; de acuerdo con Mello, Dutra y Oliveira, 2001 citados en Sánchez, 2012) la educación superior ha sido cada vez más reconocida como una industria de servicios la cual debe esforzarse para identificar las expectativas y necesidades de sus clientes, que son los estudiantes, y se requiere, por tanto, conocer qué esperan recibir dichos clientes y qué nivel de importancia le otorgan a cada uno de los elementos que tienen relación directa o indirecta con la prestación del servicio que se recibe.

A la luz de los análisis presentados en el presente estado del arte, es posible afirmar que las investigaciones en calidad del servicio son un aporte a la mejora de la practica educativa, hacen referencia a que las instituciones de Educación Superior están trabajando eficazmente en un proceso de adaptación a las nuevas demandas de la sociedad, así mismo se ve la necesidad que las universidades y las demás instituciones de educación superior y los estudiantes participen en la creación de una manera constructiva en la mejora de la calidad del servicio lo que lleva a considerar el potencial de investigación en el área es bastante alto y es aplicable a todos los niveles del sistema educativo en Colombia.

4. MARCO METODOLÓGICO

4.1. Tipo de Estudio

De acuerdo con los objetivos planteados, la presente investigación se abordó desde un enfoque cuantitativo. Según Hernández, Fernández y Baptista (2010) los estudios cuantitativos representan un conjunto de procesos, por tanto, son secuenciales y probatorios. De esta manera el enfoque cuantitativo “utiliza la recolección de datos para probar una hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (Hernández, Sampieri y Mendoza, 2008, p.4 citado en Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

El enfoque cuantitativo brinda la posibilidad de generalizar los resultados más ampliamente, otorga un control sobre los fenómenos y además facilita la comparación entre estudios similares. En este caso, para identificar los indicadores claves en el mejoramiento de la calidad del servicio, es importante comprender la diferencia entre las percepciones y las expectativas como facilitadores determinantes para entender el fenómeno a observar mediante datos cuantitativos. Esto a partir de la aplicación de un modelo de medición con el fin de determinar las principales dimensiones que contribuyen a la calidad del servicio.

El primer objetivo de la investigación se orientó a describir las percepciones de los estudiantes de pregrado (2019-1) de 24 programas académicos sobre la calidad en el servicio que brindan los administrativos de la Universidad de La Sabana y que marcan la calidad de la experiencia universitaria. Para ello se aplicó un instrumento cuantitativo que permita comprender el fenómeno de estudio a través del modelo SERVQUAL.

De la misma manera, el segundo objetivo se encaminó a analizar la brecha global entre la calidad percibida y la calidad esperada por los estudiantes de pregrado matriculados en el 2019-1, en el servicio que brindan los administrativos de la Universidad. En este caso a través del modelo SERVQUAL se tuvo en cuenta las características y metodología del paradigma cuantitativo para realizar la medición de la satisfacción con la calidad del servicio.

El tercer objetivo, pretendía establecer la diferencia en la brecha global de los estudiantes de los semestres 1° a 5° y 6° a 12°. Se determinó a partir de la brecha general de cada grupo resultado del promedio general del modelo SERVQUAL identificando las diferencias significativas entre la calidad percibida y la calidad esperada.

Tal como lo recomiendan Hernández, Fernández y Baptista (2010) para estudios cuantitativos, se realizó un análisis detallado de los datos cuantitativos para aportar a la consolidación de un modelo de la calidad del servicio de la Universidad de La Sabana. Cabe resaltar que al ser una de las primeras investigaciones encaminadas a aportar elementos para el logro de este modelo, se consideró que un enfoque cuantitativo permitirá una mayor comprensión del fenómeno de estudio.

4.2. Diseño

Para el presente estudio se implementó un diseño descriptivo transversal a través del análisis de datos en un periodo de tiempo sobre una población muestra con el propósito de describir las variables en un momento dado con el propósito de generar acciones de mejora (Hernández, Sampieri y Mendoza, 2014 citados en Hernández, Fernández y Baptista, 2010). Los diseños transversales descriptivos indagan la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población. Se considera pertinente la implementación de este diseño para responder a los objetivos planteados en este proyecto considerando que a partir de los resultados obtenidos con la aplicación del modelo SERVQUAL se podrá realizar la descripción de las variables lo que permite la cuantificación y análisis de la vinculación entre ellas, en este caso las variables son las percepciones y experiencias de los estudiantes sobre la calidad del servicio, que se tienen a través del Modelo SERVQUAL.

4.3. Alcance

El presente estudio tiene un alcance descriptivo en el componente cuantitativo en la implementación del cuestionario como técnica de recolección de información. En este caso el instrumento fue una adaptación de la propuesta de evaluación de la calidad en el servicio a partir del modelo SERVQUAL, que permite tener una descripción por separado las expectativas y las percepciones a través de procedimientos estadísticos. La agrupación de atributos se realiza en función de unas dimensiones determinantes en la calidad del servicio: confianza y empatía, fiabilidad, responsabilidad, capacidad de respuesta y tangibilidad.

El proceso para evaluar la calidad percibida mediante este modelo se estableció partir de la diferencia entre lo esperado y lo percibido por el cliente, percepción que se midió en cada una de

las dimensiones planteadas. Por otra parte, identificar las deficiencias relacionadas con las percepciones de la calidad del servicio de los administrativos y las tareas asociadas con el servicio que se presta son determinantes cuando se desea mejorar la calidad percibida. A estos vacíos los autores los denominan *Gaps* (Duque, 2005).

De otro lado se pretende comprender cómo se vive la vocación de servicio desde las virtudes humanas involucradas en el acto de servir. Es decir, para el presente estudio se concibe que el servicio es mucho más que un proceso, es una vocación que por tanto amerita un abordaje reflexivo para ampliar la comprensión de la manera en que dichas virtudes influyen en la manera en que se vive el servicio auténtico.

4.4. Población y Muestra

La población de los estudiantes de pregrado de la Universidad de La Sabana para el período 2019-1 corresponde a 9.195 estudiantes de 24 programas de pregrado. Para determinar la muestra probabilística participante se realiza un muestreo aleatorio simple (MAS), guardando la proporción de los estudiantes que componen cada uno de los programas.

Para determinar el tamaño de la muestra se contó con un asesor estadístico que implementó la siguiente fórmula:

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

$$N = 369$$

A continuación, se presenta la ficha técnica de la investigación. Cabe anotar que se contempló una sobre muestra como contingencia por si no respondían todos los participantes seleccionados. Sin embargo, todos participaron, por lo cual se encuestó un total de 422 estudiantes.

Tabla 1. Ficha técnica de la investigación

| | |
|---|--|
| Población | N= 9.195 estudiantes de pregrado de la Universidad de La Sabana matriculados en el período 2019-1 en los 24 programas de pregrado. |
| Tamaño de la muestra calculado inicialmente | N = 369 |
| Margen de error | e = 5% |
| Nivel de confianza | Z = 1,96, p = 0,5 q = 0,5 |
| Diseño de la muestra | Muestreo aleatorio simple |
| Tamaño final de la muestra | N= 422 |

Fuente: Elaboración del asesor estadístico

Tabla 2. Muestra inicial de estudiantes de pregrado 2019-1

| Muestra Estudiantes de Pregrado 2019-1 | 369 |
|--|------------|
| Administración de Empresas | 20 |
| Administración de Mercadeo y Logística Internacional | 20 |
| Administración de Negocios Internacionales | 30 |
| Administración y Servicio | 7 |
| Economía y Finanzas Internacionales | 9 |
| Gastronomía | 12 |
| Comunicación Audiovisual y Multimedios | 24 |
| Comunicación Social y Periodismo | 36 |
| Comunicación Corporativa | 1 |
| Ciencias Políticas | 5 |
| Derecho | 22 |
| Enfermería | 7 |
| Fisioterapia | 14 |

| | |
|---|----|
| Filosofía | 2 |
| Ingeniería de Producción Agroindustrial | 3 |
| Ingeniería Civil | 13 |
| Ingeniería Industrial | 24 |
| Ingeniería Informática | 13 |
| Ingeniería Mecánica | 11 |
| Ingeniería Química | 19 |
| Licenciatura en Ciencias Naturales | 1 |
| Licenciatura en Educación Infantil | 6 |
| Medicina | 47 |
| Psicología | 25 |

Fuente: Elaboración propia

4.5. Técnica de recolección de información

Como técnica para la recolección de la información se empleó un cuestionario de preguntas cerradas. Como señalan Hernández, Fernández y Baptista (2010):

Tal vez el instrumento más utilizado para recolectar los datos es el cuestionario. Un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir. Debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis (p. 217).

En este caso, el cuestionario empleado era de preguntas cerradas con cinco opciones de respuesta organizadas en un escalamiento tipo Likert. “El concepto de escala (aplicado a la medición) puede definirse como: “sucesión ordenada de valores distintos de una misma cualidad” (Real Academia Española, 2001, p. 949). Es un patrón, conjunto, medida o estimación regular de acuerdo con algún estándar o tasa, respecto de una variable” (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p. 220).

4.6. Instrumento

Para el diseño del instrumento de recolección de información se tomó como base la propuesta de Duque (2012) con respecto a la aplicación del modelo SERVQUAL para la evaluación de la calidad en el servicio en instituciones de educación superior. Cabe aclarar que la propuesta de Duque (2012) es a su vez una adaptación a la propuesta inicial del modelo SERVQUAL (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1985; 1993). El instrumento empleó un escalamiento tipo Likert

para las respuestas de modo que permitiera a los estudiantes expresar el grado de opinión sobre la calidad percibida del servicio. Esta escala con cinco opciones de respuesta permitió tener mayor fiabilidad, lo que determina un punto importante en el análisis de la información (Camisón, Cruz, González, 2006).

El modelo SERVQUAL cuantifica la evaluación de la calidad del servicio mediante el cálculo de las diferencias entre las expectativas del cliente y sus percepciones del servicio recibido, en cuanto a 22 ítems que consideran cinco dimensiones de la calidad del servicio: tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. El instrumento incluye dos aspectos que se refieren a las expectativas y a la calidad percibida. La calidad percibida es la que realmente se recibe, de acuerdo con la visión del usuario. La calidad esperada es la que refleja las expectativas iniciales del encuestado con respecto al servicio evaluado. La diferencia entre las puntuaciones que los respondientes asignan a las expectativas y a las percepciones constituye la medida de calidad del servicio. SERVQUAL pretende definir y medir de una manera común y universal, la calidad de un amplio espectro de servicios, para implementar este instrumento en este proyecto se realizó una adaptación al lenguaje del modelo original propio a la Universidad de La Sabana.

Este modelo fue implementado en el desarrollo del proyecto de investigación debido a que permite evaluar la calidad global del servicio, determinando cuáles son las dimensiones más importantes para el cliente y adicionalmente permite comparar las expectativas y las percepciones de los estudiantes a lo largo del tiempo, para comparar el modelo entre una unidad y otra, para segmentar los resultados, determinar las diferencias que puedan existir en las percepciones de la calidad del servicio entre ellos y para evaluar las percepciones de los clientes internos sobre la calidad adaptando el modelo en las distintas áreas de una organización.

En el diseño del instrumento se contó con la participación de expertos con el propósito de hacer una revisión, evaluación y validación del instrumento de recolección de datos. La validación fue realizada por María Amalia Flórez Amaya, Magíster en Dirección y Gestión de Instituciones Educativas de la Universidad de La Sabana y actual directora de la firma consultora Experiencia Académica. La profesora Amalia se ha desempeñado como Directora de Planeación en dos universidades. La segunda evaluadora fue Natalia Alexandra Pava García, Magíster en Educación de la Universidad de La Sabana y profesora de planta de la Universidad San

Buenaventura. Las expertas realizaron comentarios respecto a la forma, reconocieron fortalezas en la adaptación realizada que hace honor al enfoque humanístico requerido en el servicio para el ámbito universitario. Desde su experticia resaltaron la pertinencia de hacer uso de un instrumento cuantitativo para reconocer la calidad del servicio, por lo cual destacaron que el instrumento final es pertinente, claro, viable y coherente con los principios del modelo que se concretan en dimensiones, aspectos e ítems de evaluación de expectativas y percepciones.

Una vez aprobadas las adaptaciones por las expertas se realizó un pilotaje con 25 estudiantes de pregrado de la Universidad de La Sabana para evaluar la pertinencia del lenguaje. Finalmente se procedió a realizar los ajustes finales. A continuación, se presenta la matriz final en la cual se relacionan las cinco dimensiones, los atributos que componen cada uno de ellas y los ítems evaluados.

Tabla 3. Matriz de Diseño del Instrumento para Medición de la Calidad con el Modelo SERVQUAL

| Dimensiones | Atributos | Ítem para evaluar Expectativas | Ítem para evaluar Percepciones | Escala de respuesta |
|--------------------|--|---|---|--|
| Fiabilidad | 1. Cumplimiento de las promesas | 1. Cuando los administrativos de una universidad prometen hacer algo en cierto tiempo lo deben hacer. | 1. Cuando el personal administrativo de la Universidad de La Sabana promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace. | Escala tipo Likert de 1 a 5 1. Totalmente en desacuerdo 2. En desacuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo |
| | 2. Interés en la resolución de problemas | 2. Los administrativos de una universidad deben mostrar un sincero interés en solucionar los problemas que presentan los estudiantes. | 2. Cuando tengo un problema los administrativos de la Universidad de La Sabana muestran un sincero interés en solucionarlo. | |

| | | | | |
|---|--------------------------------------|--|---|--|
| | 3. Realizar el servicio a la primera | 3. Los administrativos de una universidad deben realizar bien su trabajo a la primera vez. | 3. Los administrativos que trabajan en la Universidad de La Sabana realizan bien su trabajo en el primer momento. | |
| | 4. Concluir en el plazo promedio | 4. Los administrativos de una universidad deben prestar el servicio en el momento en que prometen hacerlo. | 4. Los administrativos que trabajan en la Universidad de La Sabana prestan el servicio en el momento en que prometen hacerlo. | |
| | 5. No cometer errores | 5. Los administrativos que trabajan en una universidad no deben cometer errores con los registros y anotaciones entre otros documentos a su cargo. | 5. Los administrativos que trabajan en la Universidad de La Sabana no cometen errores con los registros, anotaciones entre otros documentos a su cargo. | |
| Sensibilidad/ Capacidad de respuesta | 1. Colaboradores comunicativos | 1. Los administrativos de una universidad deben informar oportunamente los tiempos de prestación del servicio. | 1. Los administrativos de la Universidad de La Sabana informan oportunamente los tiempos de prestación del servicio. | |
| | 2. Colaboradores rápidos | 2. Los administrativos de una universidad deben ofrecer | 2. Los administrativos de la Universidad de La Sabana | |

| | | | |
|-----------|---|--|--|
| | | un servicio rápido. | ofrecen un servicio rápido. |
| | 3. Colaboradores dispuestos a ayudar | 3. Los administrativos de una universidad deben estar siempre dispuestos a ayudar. | 3. Los administrativos de la Universidad de La Sabana están dispuestos a ayudar. |
| | 4. Colaboradores que responden | 4. Los administrativos de una universidad deben estar siempre dispuestos a responder a las preguntas de los estudiantes. | 4. Los administrativos de la Universidad de La Sabana siempre están dispuestos a responder a las preguntas de los estudiantes. |
| Seguridad | 1. Colaboradores que transmiten confianza | 1. El comportamiento de los administrativos de una universidad debe transmitir confianza. | 1. El comportamiento de los administrativos de la Universidad de La Sabana transmite confianza. |
| | 2. Clientes seguros con su proveedor | 2. Los estudiantes de una universidad deben sentirse seguros con el servicio que prestan los administrativos. | 2. Me siento seguro con el servicio que prestan los administrativos de la Universidad de La Sabana. |
| | 3. Colaboradores amables | 3. Los administrativos de una universidad deben ser siempre amables con los estudiantes. | 3. Los administrativos de la Universidad de La Sabana son amables siempre con los estudiantes. |
| | 4. | 4. Los | 4. Los |

| | | | | |
|---------|--|---|--|--|
| | Colaboradores bien informados | administrativos de una universidad deben tener conocimiento suficiente para responder a las preguntas de los estudiantes. | administrativos de la Universidad de La Sabana tienen conocimiento suficiente para responder a las preguntas de los estudiantes. | |
| Empatía | 1. Atención personalizada de los colaboradores | 1. Los administrativos de una universidad deben ofrecer atención personalizada a los estudiantes. | 1. Los administrativos de la Universidad de La Sabana ofrecen atención personalizada a los estudiantes. | |
| | 2. Atención individualizada a los clientes | 2. Los administrativos de una universidad deben brindar una atención individualizada cuando se requiere. | 2. Los administrativos de la Universidad de La Sabana brindan una atención individualizada cuando se requiere. | |
| | 3. Preocupación por los intereses de los clientes | 3. Los administrativos de una universidad deben preocuparse por los intereses de los estudiantes. | 3. Los administrativos de la Universidad de La Sabana se preocupan por mis intereses, por aquello que me beneficia. | |
| | 4. Comprensión por las necesidades específicas de los clientes | 4. Los administrativos de una universidad deben comprender las necesidades específicas de los estudiantes. | 4. Los administrativos de la Universidad de La Sabana comprenden las necesidades específicas de los estudiantes. | |

| | | | | |
|---------------------|---|---|--|--|
| | 5. Horarios convenientes | 5. Los administrativos de una universidad deben tener horarios convenientes para todos. | 5. Los administrativos de la Universidad de La Sabana tienen horarios convenientes para todos. | |
| Elementos Tangibles | 1. Equipamiento de aspecto moderno | 1. Los equipos de uso de los administrativos de una universidad deben tener apariencia moderna. | 1. Los equipos de uso de los administrativos de la Universidad de La Sabana tienen apariencia moderna. | |
| | 2. Instalaciones físicas visualmente atractivas | 2. Las instalaciones físicas de una universidad deben ser visualmente atractivas. | 2. Las instalaciones físicas de la Universidad de La Sabana son visualmente atractivas. | |
| | 3. Apariencia pulcra de los colaboradores | 3. Los administrativos de una universidad deben tener buena presentación personal. | 3. Los administrativos de la Universidad de La Sabana tienen buena presentación personal. | |
| | 4. Elementos tangibles atractivos | 4. Los elementos materiales de una universidad debe ser visualmente atractivos (folletos, documentos, material publicitario). | 4. Los elementos materiales de La Universidad de La Sabana (folletos, documentos, material publicitario) son visualmente atractivos. | |

Fuente: Elaboración propia de adaptación del modelo.

Con respecto a la fiabilidad del instrumento cabe destacar que los análisis comparativos entre distintos sistemas de evaluación de la calidad del servicio muestran que el cuestionario del

Modelo SERVQUAL alcanza un índice de Alfa de Cronbach satisfactorio después de la aplicación de diferentes pruebas estadísticas (García-Mestanza y Díaz-Muñoz, 2008). Estudios sobre las propiedades psicométricas del Modelo SERVQUAL han evidenciado que

El modelo Servqual implica el cálculo de alfa de Cronbach, que es el valor que demuestra que las encuestas se encuentran libres de errores aleatorios. El alfa de Cronbach permite cuantificar el nivel de fiabilidad de una escala de medida para la magnitud inobservable construida a partir de las n variables observadas. Para valores inferiores a 0,6 se considera que los ítems tienen baja fiabilidad, y para valores de 0,6 a 1 se considera que los ítems tienen alta fiabilidad (Matsumoto, 2014, p. 187)

En el estudio de Matsumoto se encontró que “el Alfa de Cronbach de los 44 ítems es de 0,955. Es un valor mayor a 0,60 es por eso que las preguntas de las expectativas y percepciones tienen congruencias entre sí” (Matsumoto, 2014, p.190). Otros estudios como el de López-Ramírez et al (2018) calcularon el Alfa de Cronbach de forma separada para las expectativas y las percepciones. Se encontró que

El instrumento reportó una validez clasificable como excelente de acuerdo (criterios de George y Mallery) con un valor alfa de Cronbach de 0.967 para la primera parte del instrumento correspondiente a «expectativas» y la segunda parte correspondiente a «percepciones» con 0.923 (p. 65)

4.7. Consideraciones Éticas

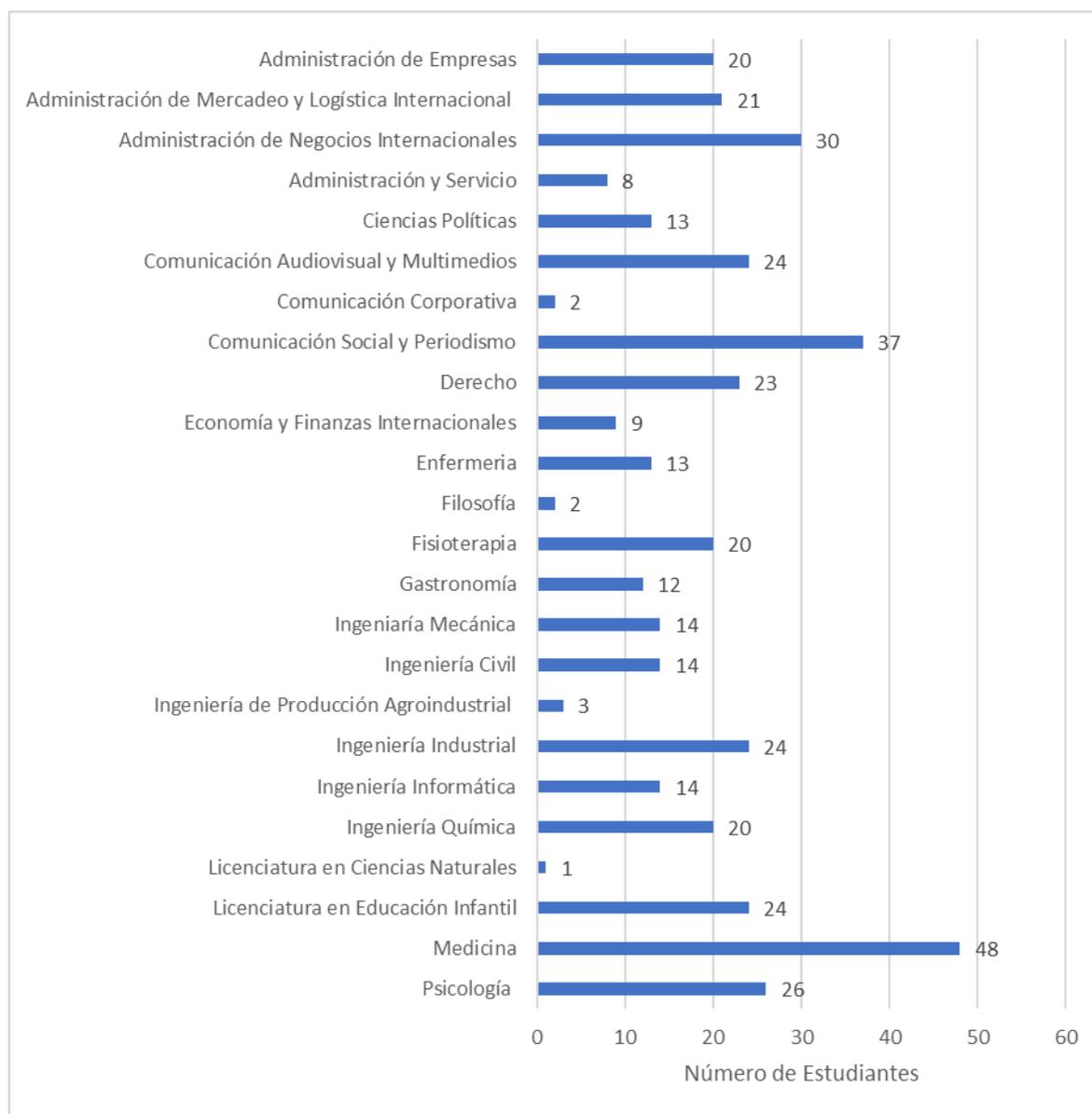
La presente investigación cumplió con los procedimientos éticos establecidos para estudios en ciencias sociales. Es decir, se implementaron mecanismos para asegurar la voluntariedad, la confidencialidad y el respeto a la integridad de los estudiantes participantes. La participación en el estudio fue voluntaria y se contó con el consentimiento informado de cada estudiante (Anexo A). Finalmente, en la plataforma empleada para la aplicación de la encuesta se presentaron primero los ítems para evaluar las percepciones (Anexo B) y luego los ítems para evaluar las expectativas (Anexo C).

5. ANÁLISIS DE DATOS

5.1. Datos Sociodemográficos

El total de estudiantes encuestados fue de 422. Con respecto al programa al cual pertenecían los estudiantes encuestados, la figura 2 señala que la encuesta fue respondida mayoritariamente por estudiantes de Medicina (48), seguido de Comunicación Social y Periodismo (37), y Administración de Negocios Internacionales (30).

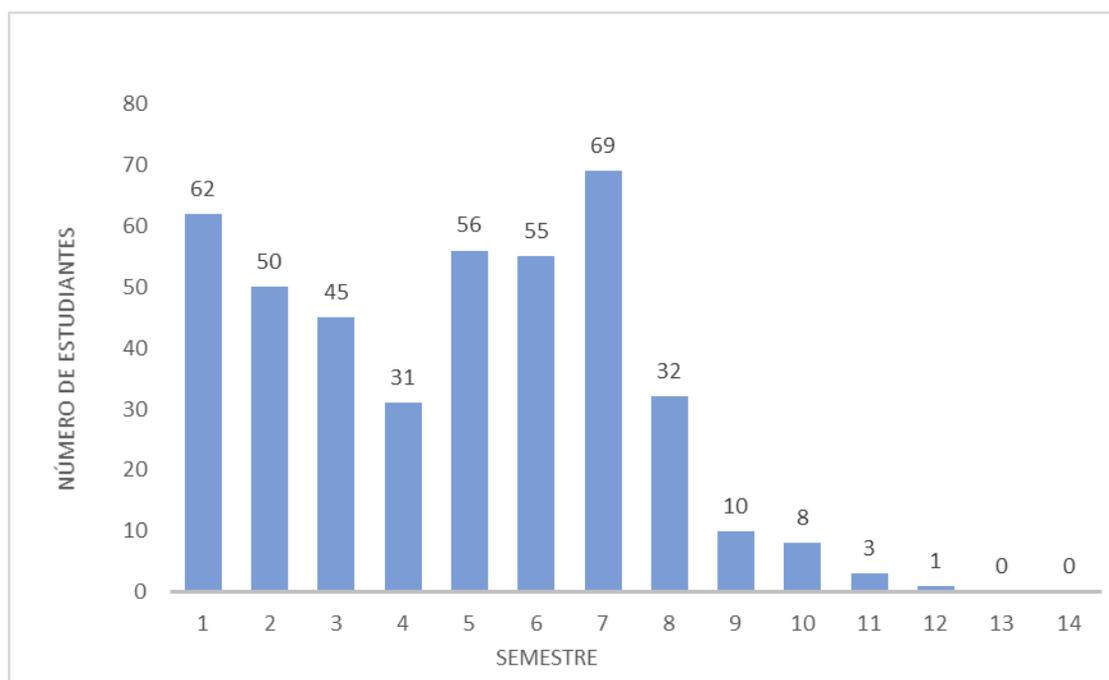
Figura 2. Programa al que pertenecen los estudiantes encuestados



Fuente: Elaboración propia

Con respecto a los semestres que cursaban los estudiantes en el momento de aplicar la encuesta de medición de calidad en el servicio de los administrativos de la Universidad de La Sabana, se muestra en la figura 3 que el mayor número de estudiantes se concentran en primero, segundo, quinto, sexto y séptimo semestre. En menor cantidad aquellos que cursaban tercero, cuarto, octavo, noveno, decimo y undécimo.

Figura 3. Distribución de los participantes por semestre



Fuente: Elaboración propia

5.2. Resultados de las Percepciones de los estudiantes de pregrado matriculados en 2019-1 por cada Dimensión del Modelo SERVQUAL

El primer objetivo específico consistió en describir las percepciones de los estudiantes de pregrado (2019-1) sobre la calidad en el servicio que brindan los administrativos de la Universidad de La Sabana y que marcan la calidad de la experiencia universitaria.

Tabla 4. Resultados Descriptivos Calidad Percibida – Dimensiones de la Calidad en el Servicio

| Dimensiones | Media Calidad Percibida CP (Percepciones) |
|--|--|
| Fiabilidad | 3,68 |
| Cumplimiento de las promesas | 3,60 |
| Interés en la resolución de problemas | 3,72 |
| Realizar el servicio a la primera | 3,85 |
| Concluir en el plazo promedio | 3,83 |
| No cometer errores | 3,40 |
| Sensibilidad | 3,87 |
| Colaboradores comunicativos | 3,72 |
| Colaboradores rápidos | 3,56 |
| Colaboradores dispuestos a ayudar | 4,12 |
| Colaboradores que responden | 4,09 |
| Seguridad | 4,07 |
| Colaboradores que transmiten confianza | 4,15 |
| Cientes seguros con su proveedor | 4,13 |
| Colaboradores amables | 4,02 |
| Colaboradores bien informados | 3,98 |
| Empatía | 3,84 |
| Atención personalizada de los colaboradores | 3,96 |
| Atención individualizada a los clientes | 4,08 |
| Preocupación por los intereses de los clientes | 3,91 |
| Comprensión por las necesidades específicas de los clientes | 3,80 |
| Horarios convenientes | 3,57 |
| Tangibles | 4,22 |
| Equipamiento de aspecto moderno | 3,79 |
| Instalaciones físicas visualmente atractivas | 4,40 |

| | |
|--|-------------|
| Apariencia pulcra de los colaboradores | 4,49 |
| Elementos tangibles atractivos | 4,21 |
| Media total | 3,91 |

Fuente: Elaboración propia

Los resultados descriptivos evidencian en la dimensión de fiabilidad la valoración por parte de los estudiantes es de 3,85 en cuanto a que los administrativos de la Universidad de La Sabana realizan su trabajo en el primer momento y prestan el servicio en el momento en que prometen hacerlo. En cuanto a que los administrativos muestran un sincero interés en brindar soluciones cuando los estudiantes tienen un problema la valoración promedio es de 3,72; en el atributo de cumplimiento de las promesas la percepción es de 3,60 y por su parte en el atributo en el que menciona no cometen errores con los registros, anotaciones entre otros documentos a su cargo el puntaje es de 3,40 siendo este el atributo con menor valoración de esta dimensión y el menor puntaje en calidad percibida de los 22 ítems de la prueba.

En la dimensión de sensibilidad cuando se pregunta a los encuestados si perciben que los administrativos de la Universidad de La Sabana están dispuestos a ayudar y a responder a las preguntas de los estudiantes, se obtuvo una valoración de 4,12 y 4,09 respectivamente. Cuando se pregunta si informan oportunamente los tiempos de prestación del servicio el promedio de la percepción de los estudiantes correspondió a un 3,72. La valoración más baja de esta dimensión correspondió al ítem en el que se indagaba acerca de si los administrativos ofrecen un servicio rápido, aspecto que obtuvo una valoración promedio de 3,56.

La dimensión de seguridad en general tiene una percepción positiva por parte de los estudiantes, alcanzando una valoración media de 4,07.

En la dimensión de empatía, la atención individualizada cuando se requiere es valorada con una percepción de 4,08; en cuanto a la atención personalizada es de 3,96. Por su parte, al

indagar cómo perciben los estudiantes la preocupación por sus intereses por parte de los administrativos de la Universidad de La Sabana, se obtuvo una media de 3,91. En cuanto a la comprensión de las necesidades específicas se obtuvo una valoración media de 3,80. El atributo de horarios convenientes para la atención de los estudiantes es el más bajo de esta dimensión con un promedio de 3,57.

En la última dimensión correspondiente a los elementos tangibles, es la dimensión con mayor percepción por parte de los estudiantes con una valoración media de 4,22, siendo de esta la más alta la buena apariencia de los administrativos con un promedio de 4,49; seguido de las instalaciones físicas visualmente atractivas con una valoración de 4,40 en la media. En cuanto a si los elementos los elementos materiales de la Universidad son visualmente atractivos los estudiantes tienen una percepción promedio de 4,21. A su vez cuando se preguntó si los equipos de uso de los administrativos de la Universidad de La Sabana tienen apariencia moderna la percepción alcanzó una media de 3,79.

El promedio total de la calidad percibida es de 3,91, el cual considerando la escala de 1 a 5, se puede afirmar que el resultado es positivo.

5.3. Resultados de la Brecha Global por cada Dimensión del Modelo SERVQUAL

El segundo objetivo específico consistió en analizar la brecha global entre la calidad percibida y la calidad esperada por los estudiantes de pregrado matriculados en 2019-1, en el servicio que brindan los administrativos de la Universidad de La Sabana.

El Modelo SERVQUAL permite identificar la diferencia entre las expectativas y las percepciones de los encuestados con el fin de identificar si se está excediendo la Calidad Esperada de los grupos de interés, para este caso a los estudiantes. Por tanto, se calcula la

diferencia entre la Calidad Esperada (CE) y la Calidad Percibida (CP) para obtener un valor entre -5 y 5. Los valores negativos en esta diferencia significan oportunidades de mejora desde la perspectiva de la calidad en el servicio. Mientras que un valor igual a 0 en la diferencia entre CP-CE revela que se están cumpliendo las expectativas de las personas atendidas. Finalmente, valores positivos en la diferencia significa que se están excediendo estas expectativas (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1993; Casino, 2019; Duque, 2014). Es decir, en función del objetivo general se indagó por la brecha entre expectativas y percepción en la calidad en el servicio.

Tabla 5. Resultados CP- CE – Dimensiones de la Calidad en el Servicio

| Dimensiones | Media Calidad Percibida CP (Percepciones) | Media Calidad Esperada CE (Expectativas) | CP- CE |
|--|--|---|---------------|
| Fiabilidad | 3,68 | 4,25 | -0,57 |
| Sensibilidad | 3,87 | 4,41 | -0,54 |
| Seguridad | 4,07 | 4,51 | -0,44 |
| Empatía | 3,84 | 4,38 | -0,54 |
| Tangibles | 4,22 | 4,42 | -0,20 |
| Promedio Calidad en el Servicio | 3,91 | 4,38 | -0,47 |

Fuente: Elaboración propia

5.3.1. Resultados brecha global “Fiabilidad” de la Calidad en el Servicio entre administrativos de la Universidad de La Sabana

La Fiabilidad es la habilidad para realizar el servicio de forma confiable y cuidadosa. Es decir, se refiere a la percepción que los estudiantes tienen sobre la capacidad del personal de cumplir con sus promesas, sobre entregas, suministro del servicio, solución de problemas y fijación de precios. Para el total de encuestados se encontró que el promedio de Calidad Esperada

(CE) para esta dimensión fue de 4,25 en una escala de 1 a 5, mientras que la Calidad Percibida (CP) fue de 3,68 en la misma escala. Siguiendo la ruta de análisis prevista en el Modelo SERVQUAL (CE- CP) se obtiene una diferencia de -0,57.

Tabla 6. Resultados generales y por ítems de Fiabilidad

| Dimensión/ Ítems | Media Calidad Esperada CE (Expectativas) | Media Calidad Percibida CP (Percepciones) | CP- CE |
|--|--|---|--------------|
| Fiabilidad | 4,25 | 3,68 | -0,57 |
| Cuando los administrativos de una universidad prometen hacer algo en cierto tiempo lo deben hacer | 4,13 | | -0,53 |
| Cuando el personal administrativo de la Universidad de La Sabana promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace. | | 3,60 | |
| Los administrativos de una universidad deben mostrar un sincero interés en solucionar los problemas que presentan los estudiantes. | 4,28 | | |
| Cuando tengo un problema los administrativos de la Universidad de La Sabana muestran un sincero interés en solucionarlo. | | 3,72 | -0,56 |
| Los administrativos de una universidad deben realizar bien su trabajo a la primera vez. | 4,27 | | -0,42 |
| Los administrativos que trabajan en la Universidad de La Sabana realizan bien su trabajo a la primera vez. | | 3,85 | |
| Los administrativos que trabajan en una universidad deben prestar el servicio en el momento en que prometen hacerlo. | 4,53 | | |
| Los administrativos que trabajan en la Universidad de La Sabana prestan el servicio en el momento en que prometen hacerlo. | | 3,83 | -0,70 |
| Los administrativos que trabajen en una universidad no deben cometer errores | 4,03 | | |

con los registros y anotaciones entre otros documentos a su cargo.

Los administrativos que trabajan en la Universidad de La Sabana no cometen errores con los registros, anotaciones entre otros documentos a su cargo.

3,40

-0,63

Fuente: Elaboración propia

Al analizar los resultados de la dimensión de fiabilidad en cada uno de los atributos que constituyen esta dimensión se encuentra que en los cinco hay oportunidades de mejora. El “Realizar el servicio a la primera” y “Cumplimiento de las promesas” y son los atributos que obtuvieron el mejor resultado ya que la diferencia CP- CE arrojó un puntaje de -0,42 y -0,53 para cada uno. El atributo de “Interés en la resolución de problemas” obtuvo una diferencia de -0,56. Finalmente, los dos atributos que reflejan mayor oportunidad de mejora son y “No cometer errores” y “Concluir en el plazo promedio” cuya diferencia entre CP y CE arrojó un puntaje de -0,63 y -0,70. A continuación, se presentan desagregados los resultados de la dimensión de fiabilidad por cada uno de los atributos que la constituyen:

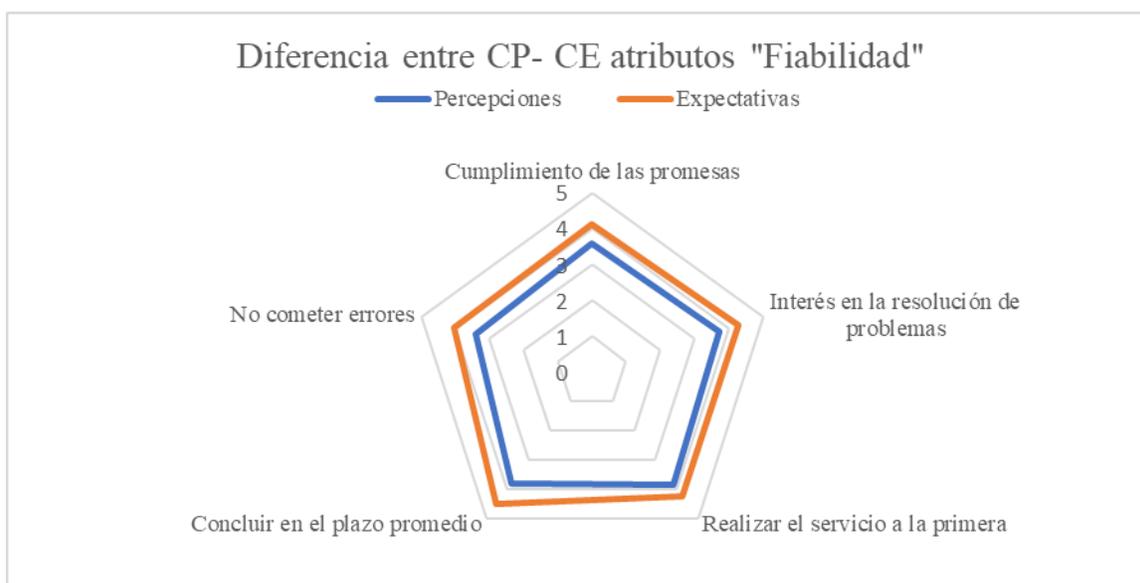
Tabla 7. Resultados CP- CE atributos Fiabilidad

| Atributos de la Dimensión | Media Calidad Percibida CP (Percepciones) | Media Calidad Esperada CE (Expectativas) | CP- CE |
|---------------------------------------|--|---|---------------|
| Cumplimiento de las promesas | 3,60 | 4,13 | -0,53 |
| Interés en la resolución de problemas | 3,72 | 4,28 | -0,56 |
| Realizar el servicio a la primera | 3,85 | 4,27 | -0,42 |
| Concluir en el plazo promedio | 3,83 | 4,53 | -0,70 |
| No cometer errores | 3,40 | 4,03 | -0,63 |

Fuente: Elaboración propia

La Figura 4 permite observar las oportunidades de mejora en forma gráfica:

Figura 4. Diferencia entre Calidad Percibida menos Calidad Esperada atributos Fiabilidad



Fuente: Elaboración propia

5.3.2. Resultados brecha global “Sensibilidad” de la Calidad en el Servicio entre administrativos de la Universidad de La Sabana

La Sensibilidad o Capacidad de Respuesta se refiere a la disposición y voluntad para ayudar a los clientes y proporcionar un servicio rápido y adecuado. Es decir, evalúa la atención y prontitud al tratar las solicitudes, responder preguntas y quejas de los clientes, y solucionar problemas. Para el total de encuestados se encontró que el promedio de Calidad Esperada (CE) para esta dimensión fue de 4,41 en una escala de 1 a 5, mientras que la Calidad Percibida (CP) fue de 3,87 en la misma escala. Siguiendo la ruta de análisis prevista en el Modelo SERVQUAL (CE- CP) se obtiene una diferencia de -0,54.

Tabla 8. Resultados generales Sensibilidad

| Dimensión/ Ítems | Media Calidad Esperada CE (Expectativas) | Media Calidad Percibida CP (Percepciones) | CP- CE |
|--|--|---|--------------|
| Sensibilidad | 4,41 | 3,87 | -0,54 |
| Los administrativos de una universidad deben informar oportunamente los tiempos de realización del servicio. | 4,43 | | -0,71 |

| | | | |
|---|------|------|-------|
| Los administrativos de la Universidad de La Sabana informan oportunamente los tiempos de realización del servicio. | | 3,72 | |
| Los administrativos de una universidad deben ofrecer un servicio rápido. | 4,31 | | -0,75 |
| Los administrativos de la Universidad de La Sabana ofrecen un servicio rápido. | | 3,56 | |
| Los administrativos de una universidad deben estar siempre dispuestos a ayudar. | 4,48 | | -0,36 |
| Los administrativos de la Universidad de La Sabana están siempre dispuestos a ayudar. | | 4,12 | |
| Los administrativos deben estar siempre dispuestos a responder a las preguntas de los estudiantes. | 4,42 | | -0,33 |
| Los administrativos de la Universidad de La Sabana siempre están dispuestos a responder a las preguntas de los estudiantes. | | 4,09 | |

Fuente: Elaboración propia

Al analizar los resultados de la dimensión de “Sensibilidad” en cada uno de los atributos que la constituyen se encuentran las siguientes valoraciones: Los “Colaboradores que responden” es el atributo que obtuvo el mejor resultado ya que la diferencia CP- CE arrojó un puntaje de (-0,33), seguido de “Colaboradores dispuestos a ayudar” con una diferencia de (-0,36) Finalmente, los dos atributos que reflejan mayor oportunidad de mejora son “Colaboradores comunicativos” y “Colaboradores rápidos” cuya diferencia entre CE y CP arrojó un puntaje de (-0,71) y (-0,75) respectivamente. A continuación, se presentan desagregados los resultados de la dimensión de “Sensibilidad” por cada uno de los atributos que la constituyen:

Tabla 9. Resultados CP- CE atributos Sensibilidad

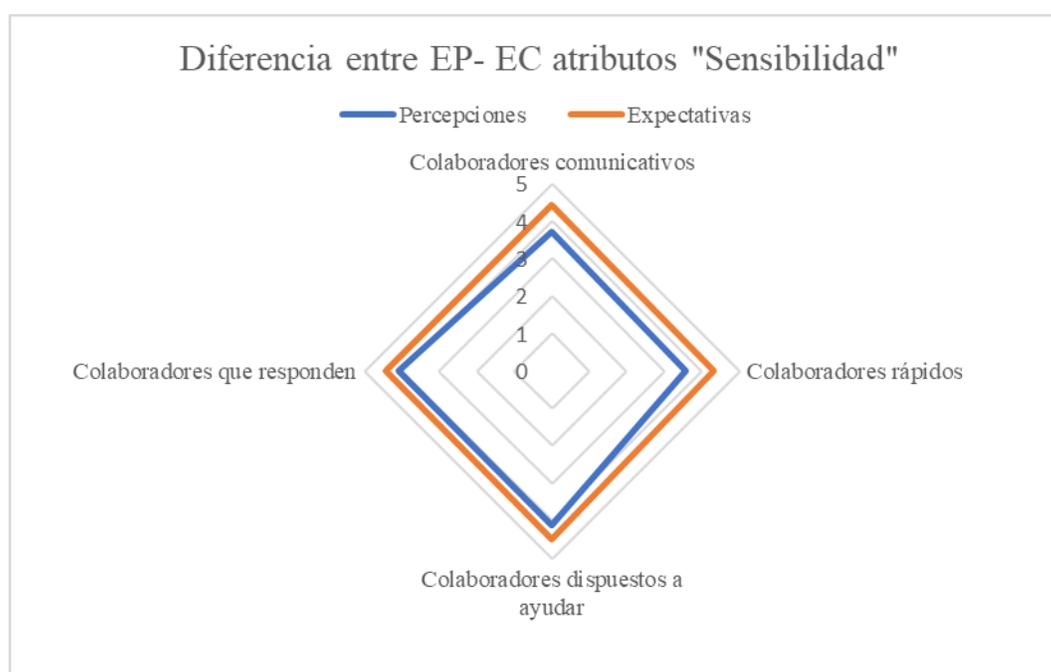
| Atributos de la Dimensión | Media Calidad Percibida CP (Percepciones) | Media Calidad Esperada CE (Expectativas) | CP- CE |
|----------------------------------|--|---|---------------|
| Colaboradores | 3,72 | 4,43 | -0,71 |

| | | | |
|-----------------------------------|------|------|-------|
| comunicativos | | | |
| Colaboradores rápidos | 3,56 | 4,31 | -0,75 |
| Colaboradores dispuestos a ayudar | 4,12 | 4,48 | -0,36 |
| Colaboradores que responden | 4,09 | 4,42 | -0,33 |

Fuente: Elaboración propia

La Figura 5 permite observar las oportunidades de mejora en forma gráfica:

Figura 5. Diferencia entre Calidad Percibida menos Calidad Esperada atributos Sensibilidad



Fuente: Elaboración propia

5.3.3. Resultados brecha global “Seguridad” de la Calidad en el Servicio entre administrativos de la Universidad de La Sabana

La Seguridad se refiere a los conocimientos y atención mostrados por los administrativos y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza en los estudiantes. Para el total de encuestados se encontró que el promedio de Calidad Esperada (CE) para esta dimensión fue de 4,51 en una escala de 1 a 5, mientras que la Calidad Percibida (CP) fue de 4,07 en la misma

escala. Siguiendo la ruta de análisis prevista en el Modelo SERVQUAL (CE- CP) se obtiene una diferencia de -0,44.

Tabla 10. Resultados generales Seguridad

| Dimensión/ Ítems | Media Calidad Esperada CE (Expectativas) | Media Calidad Percibida CP (Percepciones) | CP- CE |
|--|---|--|---------------|
| <i>Seguridad</i> | 4,51 | 4,07 | -0,44 |
| El comportamiento de los administrativos de una universidad debe transmitir confianza. | 4,47 | | -0,32 |
| El comportamiento de los administrativos de la Universidad de La Sabana transmite confianza. | | 4,15 | |
| Los estudiantes de una universidad deben sentirse seguros con el servicio que prestan los administrativos. | 4,56 | | -0,43 |
| Me siento seguro con el servicio que prestan los administrativos de la Universidad de La Sabana. | | 4,13 | |
| Los administrativos deben ser siempre amables con los estudiantes. | 4,53 | | -0,51 |
| Los administrativos de la Universidad de La Sabana son siempre amables con los estudiantes. | | 4,02 | |
| Los administrativos deben tener conocimiento suficiente para responder a las preguntas de los estudiantes. | 4,47 | | -0,49 |
| Los administrativos de la Universidad de La Sabana tienen conocimiento suficiente para responder a las preguntas de los estudiantes. | | 3,98 | |

Fuente: Elaboración propia

Al analizar los resultados de la dimensión de “Seguridad” en cada uno de los atributos que la constituyen se encuentra que los “Colaboradores transmiten confianza” es el atributo que obtuvo

el mejor resultado ya que la diferencia CP- CE arrojó un puntaje de -0,32, seguido de “la seguridad con el servicio” cuya diferencia entre CE y CP arrojó un puntaje de -0,43. Finalmente, los dos atributos que reflejan oportunidad de mejora son “Colaboradores bien informados” y “Colaboradores amables” cuya diferencia entre CE y CP arrojó un puntaje de - 0,49 y -0,51 respectivamente. A continuación, se presentan desagregados los resultados de la dimensión de “Sensibilidad” por cada uno de los atributos que la constituyen:

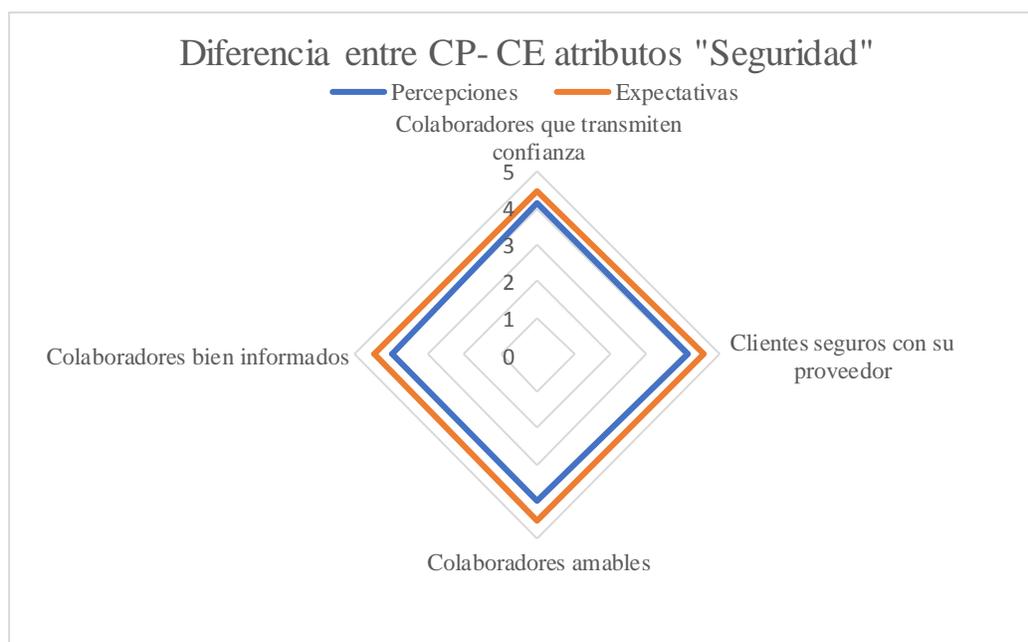
Tabla 11. Resultados CP- CE atributos Seguridad

| Atributos de la Dimensión | Media Calidad Percibida CP (Percepciones) | Media Calidad Esperada CE (Expectativas) | CP- CE |
|--|---|--|--------|
| Colaboradores que transmiten confianza | 4,15 | 4,47 | -0,32 |
| Cientes seguros con su proveedor | 4,13 | 4,56 | -0,43 |
| Colaboradores amables | 4,02 | 4,53 | -0,51 |
| Colaboradores bien informados | 3,98 | 4,47 | -0,49 |

Fuente: Elaboración propia

La Figura 6 permite observar las oportunidades de mejora en forma gráfica:

Figura 6. Diferencia entre Calidad Percibida menos Calidad Esperada atributos Seguridad



Fuente: Elaboración propia

5.3.4. Resultados brecha global “Empatía” en la Calidad en el Servicio entre administrativos de la Universidad de La Sabana

La Empatía se refiere al nivel de atención individualizada que ofrecen las instituciones a quienes toman sus servicios. Se debe transmitir por medio de un servicio personalizado o adaptado a las necesidades del destinatario de los servicios. Para el total de encuestados se encontró que el promedio de Calidad Esperada (CE) para esta dimensión fue de 4,38 en una escala de 1 a 5, mientras que la Calidad Percibida (CP) fue de 3,84 en la misma escala. Siguiendo la ruta de análisis prevista en el Modelo SERVQUAL (CE- CP) se obtiene una diferencia de -0,54.

Tabla 12. Resultados generales Empatía

| Dimensión/ Ítems | Media Calidad Esperada CE (Expectativas) | Media Calidad Percibida CP (Percepciones) | CP- CE |
|--|--|---|--------------|
| Empatía | 4,38 | 3,84 | -0,54 |
| Los administrativos deben ofrecer atención personalizada a los estudiantes. | 4,20 | | -0,24 |
| Los administrativos de la Universidad de La Sabana ofrecen atención personalizada a los estudiantes. | | 3,96 | |
| Los administrativos de una universidad deben brindar una atención individualizada cuando se requiere. | 4,37 | | -0,29 |
| Los administrativos de la Universidad de La Sabana brindan una atención individualizada cuando se requiere. | | 4,08 | |
| Los administrativos de una universidad deben preocuparse por los intereses de los estudiantes. | 4,47 | | -0,56 |
| Los administrativos de la Universidad de La Sabana se preocupan por mis intereses, por aquello que me beneficia. | | 3,91 | |
| Los administrativos de una universidad deben comprender las necesidades específicas de los estudiantes. | 4,41 | | |
| | | | -0,61 |

| | | | |
|---|------|------|-------|
| Los administrativos de la Universidad de La Sabana comprenden las necesidades específicas de los estudiantes. | | 3,80 | |
| Los administrativos de una universidad deben tener horarios convenientes para todos. | 4,48 | | -0,91 |
| Los administrativos de la Universidad de La Sabana tienen horarios convenientes para todos. | | 3,57 | |

Fuente: Elaboración propia

Al analizar los resultados de la dimensión de “Empatía” en cada uno de los atributos que constituyen esta dimensión se encuentra que en tres de los cinco hay oportunidades de mejora. La “Atención personalizada” es el atributo que obtuvo el mejor resultado ya que la diferencia CP-CE arrojó un puntaje de -0,24 seguido de “Atención individualizada” cuya diferencia entre CE y CP es de -0,29 Finalmente, los atributos que reflejan mayor oportunidad de mejora son “Preocupación por los intereses de los clientes”, “Comprensión por las necesidades específicas” y “Horarios convenientes” cuya diferencia entre CE y CP arrojó un puntaje -0,56, -0,61 y -0,91 respectivamente. A continuación, se presentan desagregados los resultados de la dimensión de “Empatía” por cada uno de los atributos que la constituyen:

Tabla 13. Resultados CP- CE atributos Empatía

| Atributos de la Dimensión | Media Calidad Percibida CP (Percepciones) | Media Calidad Esperada CE (Expectativas) | CP- CE |
|---|--|---|---------------|
| Atención personalizada de los colaboradores | 3,96 | 4,20 | -0,24 |
| Atención individualizada a los clientes | 4,08 | 4,37 | -0,29 |
| Preocupación por los intereses de los clientes | 3,91 | 4,47 | -0,56 |
| Comprensión por las necesidades específicas de los clientes | 3,80 | 4,41 | -0,61 |

Horarios

convenientes

3,57

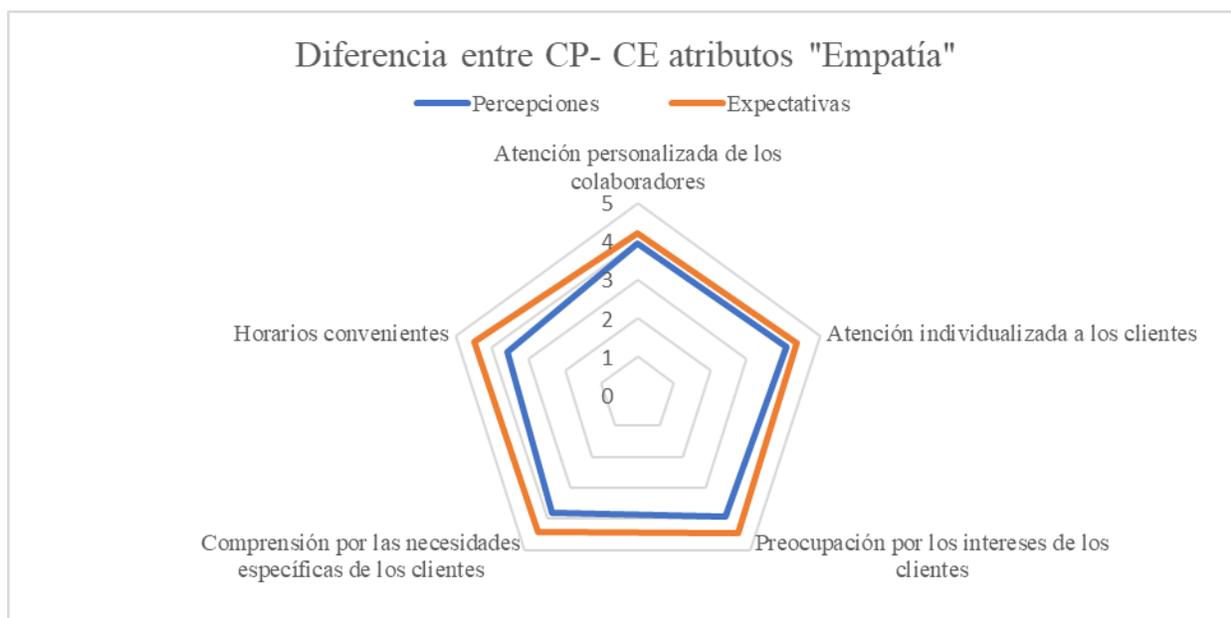
4,48

-0,91

Fuente: Elaboración propia

La Figura 7 permite observar las oportunidades de mejora en forma gráfica:

Figura 7. Diferencia entre Calidad Percibida menos Calidad Esperada atributos Empatía



Fuente: Elaboración propia

5.3.5. Resultados brecha global “Tangibles” en la Calidad en el Servicio entre administrativos de la Universidad de La Sabana

La dimensión de “Tangibles” evalúa la calidad en la gestión de los recursos que acompañan y apoyan el servicio. Los “Tangibles” se refieren a la apariencia física, instalaciones físicas, como la infraestructura, equipos, materiales, personal. Para el total de encuestados se encontró que el promedio de Calidad Esperada (CE) para esta dimensión fue de 4,42 en una escala de 1 a 5, mientras que la Calidad Percibida (CP) fue de 4,22 en la misma escala. Siguiendo la ruta de análisis prevista en el Modelo SERVQUAL (CE- CP) se obtiene una diferencia de -0,20 siendo esta la dimensión mejor evaluada en toda la encuesta.

Tabla 14. Resultados generales Elementos Tangibles

| Dimensión/ Ítems | Media Calidad Esperada CE (Expectativas) | Media Calidad Percibida CP (Percepciones) | CP- CE |
|--|--|---|--------|
| <i>Elementos Tangibles</i> | 4,42 | 4,22 | -0,20 |
| Los equipos de uso de los administrativos de una universidad deben tener apariencia moderna. | 4,17 | | -0,38 |
| Los equipos de uso de los administrativos de la Universidad de La Sabana tienen apariencia moderna. | | 3,79 | |
| Las instalaciones físicas de una universidad deben ser visualmente atractivas. | 4,51 | | -0,11 |
| Las instalaciones físicas de la Universidad de La Sabana son visualmente atractivas. | | 4,40 | |
| Los administrativos de una universidad deben tener buena presentación personal. | 4,56 | | -0,07 |
| Los administrativos de la Universidad de La Sabana tienen buena presentación personal. | | 4,49 | |
| Los elementos materiales de una universidad deben ser visualmente atractivos. | 4,45 | | |
| Los elementos materiales de La Universidad de La Sabana (folletos, documentos) son visualmente atractivos. | | 4,21 | -0,24 |

Fuente: Elaboración propia

Al analizar los resultados de la dimensión de “Tangibles” en cada uno de los atributos que constituyen esta dimensión se resalta la “Apariencia pulcra de los colaboradores” siendo el mejor resultado de toda la encuesta ya que la diferencia CP- CE arrojó un puntaje de -0,07, seguido de “Instalaciones físicas visualmente atractivas” y “Elementos tangibles atractivos” y cuya diferencia entre CE y CP arrojó un puntaje de -0,07 y -0,24 para ambos atributos Finalmente, el atributos que refleja mayor oportunidad de mejora es “Equipos de aspecto moderno” cuya

diferencia entre CE y CP arrojó un puntaje de -0,38. A continuación, se presentan desagregados los resultados de la dimensión de elementos tangibles por cada uno de los atributos que la constituyen:

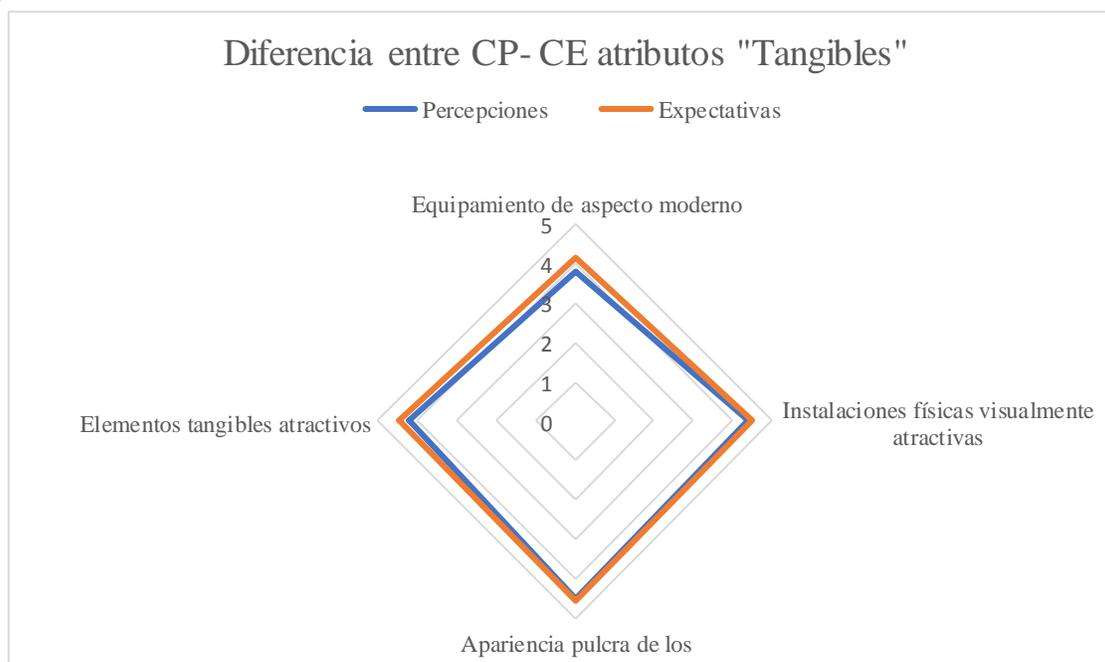
Tabla 15. Resultados CP- CE atributos Elementos Tangibles

| Atributos de la Dimensión | Media Calidad Percibida CP (Percepciones) | Media Calidad Esperada CE (Expectativas) | CP- CE |
|--|---|--|--------|
| Equipamiento de aspecto moderno | 3,79 | 4,17 | -0,38 |
| Instalaciones físicas visualmente atractivas | 4,40 | 4,51 | -0,11 |
| Apariencia pulcra de los colaboradores | 4,49 | 4,56 | -0,07 |
| Elementos tangibles atractivos | 4,21 | 4,45 | -0,24 |

Fuente: Elaboración propia

La Figura 8 permite observar las oportunidades de mejora en forma gráfica:

Figura 8. Diferencia entre Calidad Percibida menos Calidad Esperada atributos Elementos Tangibles



Fuente: Elaboración propia

5.4. Análisis comparativo entre la brecha global obtenida por estudiantes que pertenecen a los primeros semestres y los que pertenecen a los últimos semestres

El tercer objetivo del estudio consistió en establecer la diferencia en la brecha global de los estudiantes de los semestres 1° a 5° y 6° a 10°. Se aclara que para el caso de Medicina se cursan 14 semestres sin embargo en la aplicación de la encuesta no se registraron respuestas de estudiantes 13 y 14 semestre. Por tanto, se presenta la diferencia global de los estudiantes de semestres de 1° a 5° y de 6° a 12°.

Tabla 16. Resultados CP- CE estudiantes de 1° a 5° semestre

| Dimensión | Media Calidad Percibida CP (Percepciones) | Media Calidad Esperada CE (Expectativas) | CP- CE |
|---------------------|---|--|--------|
| Elementos Tangibles | 4,29 | 4,44 | -0,15 |
| Empatía | 3,93 | 4,32 | -0,39 |
| Fiabilidad | 3,78 | 4,33 | -0,55 |
| Seguridad | 4,13 | 4,46 | -0,33 |
| Sensibilidad | 3,99 | 4,35 | -0,36 |
| Media Total | 4,02 | 4,38 | -0,36 |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 17. Resultados CP- CE estudiantes de 6° a 12° semestre

| Dimensión | Media Calidad Percibida CP (Percepciones) | Media Calidad Esperada CE (Expectativas) | CP- CE |
|---------------------|---|--|--------|
| Elementos Tangibles | 4,16 | 4,40 | -0,24 |
| Empatía | 3,77 | 4,40 | -0,63 |
| Fiabilidad | 3,56 | 4,18 | -0,62 |
| Seguridad | 4,01 | 4,53 | -0,52 |
| Sensibilidad | 3,74 | 4,42 | -0,68 |
| Media Total | 3,85 | 4,39 | -0,54 |

Fuente: Elaboración propia

Para este fin, se hizo la clasificación de estudiantes de 1° a 5° y de 6° a 12° de todos los programas, que evidenció la existencia de diferencias significativas entre la Calidad Percibida (CP) y la Calidad Esperada (CE). En general, los resultados obtenidos muestran que la media de la diferencia entre la Calidad Percibida (CP) y la Calidad Esperada (CE) es menor en los estudiantes de 1° a 5° semestre con una valoración de -0,36 respecto a la valoración de los estudiantes de 6° a 12° que corresponde a -0,54. El hecho de que la brecha sea menor entre los

estudiantes de los primeros semestres puede revelar que en los últimos dos años se han producido cambios institucionales que han influido en una percepción más positiva, si bien puede observarse que la expectativa de los estudiantes de los primeros semestres era más alta.

La brecha global obtenida por los estudiantes de 1° a 5° semestre permite analizar los resultados en cada dimensión. En relación con la dimensión de elementos tangibles se observa el resultado más positivo cuya diferencia CP- CE arrojó un puntaje de -0,15, seguido de seguridad, sensibilidad y empatía que tuvieron una diferencia entre CE y CP correspondiente a -0,33, -0,36 y 0,39. La dimensión que refleja mayor oportunidad de mejora para este grupo de estudiantes es fiabilidad cuya diferencia entre CE y CP arrojó un puntaje de -0,55.

Por su parte, la brecha global obtenida por los estudiantes de 6° a 12° semestre permite analizar los resultados en cada dimensión en lo que se resalta la dimensión de elementos tangibles siendo el mejor resultado cuya la diferencia CP- CE arrojó un puntaje de -0,24, seguido de seguridad con una diferencia de -0, 52. Las dimensiones de fiabilidad, empatía y sensibilidad reflejan una importante oportunidad de mejora para este grupo de semestres considerando que la diferencia entre CE y CP corresponde a -0,62, -0,63 y -0,68.

5.5. Relación entre los atributos del Modelo SERVQUAL y las virtudes humanas asociadas a la Vocación de Servicio en la Universidad de La Sabana

El cuarto objetivo del estudio fue establecer una relación entre los atributos de la calidad en el servicio y las virtudes humanas asociadas a la vocación de servicio en la Universidad de La Sabana.

Para este fin, se elaboró una matriz de relación comparativa entre los atributos de cada dimensión del Modelo SERVQUAL y las virtudes humanas propuestas como condiciones para vivir la vocación del servicio en la Universidad de La Sabana (Vargas y Campos, 2017).

Tabla 18. Relación entre las virtudes humanas asociadas al servicio y las dimensiones y atributos del Modelo SERVQUAL

| | Virtud | Definición según Universidad de La Sabana (Vargas y Campos, 2017) | Dimensiones y Atributos del Modelo SERVQUAL (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1988) |
|---------------------------------------|--------------------|---|---|
| Virtudes asociadas al servicio | Fortaleza | Para servir se necesita ser fuerte, tener la valentía y resistencia necesarias. Requiere de la perseverancia para desarrollar nuevas acciones en la realización de los sueños. | Fiabilidad <ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento de las promesas • Colaboradores bien informados |
| | Justicia | La persona que se reconoce a sí misma y al otro con derechos y obligaciones en cualquier ámbito en el que actúen. Ser justo no es un regalo que se hace a los demás, es una virtud que se halla en la voluntad como hábito estable para el actuar justo. | Fiabilidad <ul style="list-style-type: none"> • Realizar el servicio a la primera • Concluir en el plazo promedio • No cometer errores |
| | Generosidad | Actúa a favor de otras personas desinteresadamente y con alegría, teniendo en cuenta la utilidad y la necesidad de la aportación para esas personas, aunque le cueste esfuerzo. Tomar conciencia de quien es uno y luego, compartirlo. Solo en el ámbito de la generosidad tienen sentido las palabras: gracias, perdón, por favor. | Fiabilidad <ul style="list-style-type: none"> • Interés en la resolución de problemas Sensibilidad <ul style="list-style-type: none"> • Colaboradores dispuestos a ayudar |
| | Comprensión | Capacidad intelectual y afectiva de sintonizar con otra persona, con su realidad y sus circunstancias. Empatía. | Fiabilidad <ul style="list-style-type: none"> • Interés en la resolución de problemas Sensibilidad <ul style="list-style-type: none"> • Colaboradores comunicativos • Colaboradores rápidos • Colaboradores que |

| | | | |
|--|----------------|---|---|
| | | | <p>responden</p> <p>Empatía</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atención personalizada de los colaboradores • Atención individualizada a los clientes • Preocupación por los intereses de los clientes • Comprensión por las necesidades específicas de los clientes |
| | Lealtad | Está relacionada con la responsabilidad, la sinceridad y la confianza. Una persona es leal a aquello que realmente ama. Una virtud que lleva a mantener las relaciones con las personas en armonía y con plena confianza. | <p>Fiabilidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento de las promesas <p>Seguridad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Colaboradores que transmiten confianza <p>Elementos Tangibles</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instalaciones físicas visualmente atractivas • Apariencia pulcra de los colaboradores |

Fuente: Elaboración propia combinando los aportes de Vargas y Campos (2017) y de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988)

La tabla de relaciones que se presenta anteriormente se considera un aporte fundamental de la investigación, ya que a la luz de los resultados analizados es posible comprender que la perspectiva antropológica del servicio y la perspectiva funcionalista o administrativa no son necesariamente excluyentes sino complementarias. La virtud es el fruto de un hábito repetitivamente bueno, de esta manera en el ejercicio de las virtudes, la virtud de la fortaleza

implica la valentía, la perseverancia y la resistencia que son fundamentales para cumplir las promesas de valor (fiabilidad) y para promover canales y mecanismos de comunicación interna eficaces para asegurar que los administrativos estén bien informados y como consecuencia realicen su labor con mayor fortaleza.

En relación con la virtud de la justicia implica reconocer que cada persona, incluido si mismo, tiene deberes y derechos, cuyo reconocimiento exige una forma de actuación ecuánime frente a todos. Entonces, la justicia guarda relación con la dimensión de fiabilidad específicamente en lo que respecta a los atributos de realizar el servicio oportunamente, concluir en el plazo promedio y no cometer errores, especialmente en la documentación oficial que se emite para los estudiantes. En este caso la justicia es la virtud que puede sustentar la relevancia de estos atributos, ya que brindar el servicio oportunamente y con calidad no es solo una cuestión de eficiencia sino de ecuanimidad hacia los derechos de otros y de rectitud en el obrar propio.

Con respecto a la virtud de la generosidad cabe reconocer que es desde un sentido trascendente de la donación que se puede servir con alegría y entrega para actuar a favor de los otros, aunque cueste. En este orden de ideas la virtud de la generosidad se asocia con la fiabilidad, específicamente en el atributo de interés en la resolución de problemas ya que, en ocasiones atender estas situaciones puede demandar un esfuerzo adicional por parte de los administrativos. Así mismo la generosidad será una virtud clave en relación con la dimensión de sensibilidad en el atributo de colaboradores dispuestos a ayudar, precisamente porque implica trascender la concepción de que el cumplimiento del deber refleja el trabajo bien hecho y elegir servir con alegría y no solo por obligación sino por la oportunidad de actuar con generosidad.

La virtud de la comprensión también está asociada al servicio (Vargas y Campos, 2017) e implica poner en acción habilidades intelectuales y afectivas para reconocer la realidad y la necesidad del otro. En este sentido guarda una relación directa con la dimensión de fiabilidad en lo que atañe al atributo de interés en la resolución de problemas que tendría como condición para este caso, la dimensión de la sensibilidad específicamente en los atributos de colaboradores comunicativos, colaboradores rápidos y colaboradores que responden. Al poner en práctica la virtud de la comprensión es más probable que los administrativos puedan comunicar a tiempo y con oportunidad la información que les corresponde entregar a los estudiantes. Así mismo, la virtud de la comprensión guarda relación con la dimensión de la empatía que en el modelo SERVQUAL tiene como atributos la atención personalizada de los colaboradores (atender con

calidad humana), la atención individualizada a los clientes (en este caso atender a cada estudiante), la preocupación por los intereses de los clientes y la comprensión por las necesidades específicas de los clientes. Es decir, que el fomento de la virtud de la comprensión es clave para que los administrativos obren con fiabilidad, eficiencia y empatía.

Por último, el servicio como vocación exige poner en acción la virtud de la lealtad (responsabilidad, sinceridad y confianza) que se asocia a la fiabilidad en lo que respecta al atributo de cumplimiento de las promesas. Es decir, cumplir la promesa de valor que se ofrece a los estudiantes no es una mera cuestión de calidad en el servicio, es un asunto de lealtad que a su vez puede influir en la fidelización de los estudiantes. También es posible relacionar la virtud de la lealtad con la dimensión de seguridad considerada en el modelo SERVQUAL, específicamente en el atributo de colaboradores que transmiten confianza ya que no se trata solamente de confiar en la calidad del proceso sino en la calidad de las personas. Finalmente, la dimensión de elementos tangibles también puede relacionarse con la virtud de la lealtad, especialmente en los atributos de instalaciones físicas visualmente atractivas y en la apariencia pulcra de los colaboradores, ya que en la Universidad de La Sabana la pulcritud no es una cuestión de forma sino de fondo, es un reconocimiento a la dignidad trascendente de la persona humana.

6. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La Universidad de La Sabana como obra corporativa del Opus Dei pondera en su Proyecto Educativo Institucional el trabajo bien hecho como un camino para la santificación en la vida ordinaria. Es decir, el trabajo es una oportunidad de trascendencia; un llamado o vocación para la realización personal a partir del ejercicio pleno de las virtudes. De allí que sobre el valor trabajo bien hecho se hayan producido diversas publicaciones institucionales que invitan a la reflexión y a la práctica de las virtudes en la labor diaria, en las clases, en las tareas administrativa y en todo espacio. Allí, en medio del trabajo bien hecho se requiere del servicio como cualidad en la acción de dar y aceptar con libertad para satisfacer las necesidades humanas, logrando el bien común (Vargas y Campos, 2017).

Es desde esa perspectiva antropológica que se ha promovido el servicio en La Sabana. Sin embargo, desde una perspectiva administrativa, se puede considerar el servicio como un proceso en a través del cual se da respuesta a una necesidad generando utilidad. En apariencia estas dos perspectivas son opuestas e incluso podría pensarse que la segunda es exclusiva de las empresas. Sin embargo, en la actualidad se reconoce que las instituciones educativas y las empresas comparten el hecho de que son organizaciones humanas, por tanto, sin perder de vista el principio de solidaridad que impulsa las instituciones educativas también es claro que requieren eficiencia administrativa. En consecuencia, el presente estudio pretende tender en puente entre la perspectiva antropológica y la administrativa en relación con el servicio. Es justamente en el campo de la administración de empresas donde surge el concepto de la calidad en el servicio como un conjunto de atributos que pueden elevar la posibilidad de acercarse a la excelencia en el trabajo bien hecho. Es desde esa pretensión de complementariedad que nace el presente estudio, en el marco de la profundización en calidad de las instituciones educativa de la Maestría en Dirección y Gestión de Instituciones Educativas.

En este orden de ideas, el objetivo principal de la investigación fue evaluar la calidad en el servicio que brindan los administrativos de la Universidad de La Sabana desde la perspectiva de los estudiantes de pregrado matriculados en el 2019-1, para esto se implementó una adaptación al contexto universitario del modelo SERVQUAL, esta aplicación permitió medir las diferencias entre las expectativas y percepciones existentes en la universidad y que son el punto de inicio para la medición y mejora de la calidad del servicio. La medición de la calidad en el servicio se

aborda a partir de la evaluación de la calidad esperada (las aspiraciones de los estudiantes al ingresar a una universidad) y la calidad percibida (la experiencia de los universitarios a lo largo de su proceso de permanencia en la institución). En el modelo SERVQUAL la diferencia entre estas dos mediciones es la calidad en el servicio. Es decir, la calidad en el servicio es igual a la medida de la calidad esperada menos la medida calidad percibida. (Parasuraman, Zeithaml y Berry; 2009). Es por ello, en el propósito de la mejora continua, varias universidades latinoamericanas en Chile, México, Uruguay y Colombia han iniciado procesos de evaluación de la calidad en el servicio (Duque y Chaparro, 2012).

Dado el análisis de datos, es posible afirmar que el objetivo se cumplió en tanto permite tener información sobre la brecha global entre la calidad percibida y la calidad esperada, siendo esta información un insumo para enfocar las acciones de mejora en cada unidad administrativa y académica de acuerdo con las dimensiones del modelo. La evaluación permitió identificar que la calidad percibida por los estudiantes en relación con el servicio que brindan los administrativos es positiva. Sin embargo, es posible realizar acciones de mejora focalizadas en relación con varios atributos que se explicarán más adelante, ya que aún no se están excediendo las expectativas de los estudiantes en relación con la calidad esperada en el servicio que brindan los administrativos. Cabe anotar en este punto que un concepto fuertemente ligado al de la calidad en el servicio es el ciclo de servicio, el cual de acuerdo con Albrecht (1988) al ser comprendido e interiorizado conscientemente por los colaboradores de una organización permiten que la experiencia de quienes toman el servicio sea excelente. Por tanto, los resultados que se discuten a continuación son de importancia crucial para mejorar la experiencia de los estudiantes de pregrado de la Universidad de La Sabana. Tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía y seguridad son las dimensiones que se midieron en esta primera aplicación del Modelo SERVQUAL en la Universidad de La Sabana, brindando información clave sobre la percepción de los estudiantes en estos aspectos.

El servicio para la Universidad de La Sabana como valor institucional es la fuente con la cual se desarrollan los procesos académicos y administrativos en la Universidad. La satisfacción de los estudiantes es entonces el resultado de un trabajo bien hecho y pasa a ser un elemento de orden trascendente que supera la perspectiva funcionalista de la calidad en la cual medir este indicador sirve para establecer planes de mejora.

De los hallazgos se desprende la importancia de identificar cuáles son las percepciones y expectativas que definen la calidad del servicio por parte de los estudiantes a partir de interacción con los administrativos y es la fuente para construir un plan de mejoramiento que contribuya a fidelizar al estudiante de pregrado en su paso por la universidad y en el futuro, todo esto a partir de la apropiación en los administrativos del concepto de servicio como vocación.

Es importante considerar que el concepto de calidad percibida se ha propuesto a lo largo de los años según como se expone en el marco teórico del presente proyecto, en donde se presenta una descripción de como este concepto se ha aplicado en la educación superior y como estas investigaciones permiten destacar la importancia de la calidad del servicio en el ámbito universitario. Este concepto ha generado puntos de discusión significativos que permiten entender el servicio como satisfacción, calidad y valor. De esta manera una conclusión importante de este proyecto para el contexto universitario es el servicio esperado a partir de las expectativas generadas, permitiendo identificar las necesidades de los estudiantes, tener en cuenta estas percepciones como fuente de ventaja competitiva siendo este un aporte fundamental a la creación de valor y por tanto siendo este un aspecto importante que permita crear un nuevo modelo de medición de la calidad del servicio en la educación superior a partir de estudios cualitativos y cuantitativos (Duque, 2005)

Por otra parte, el entorno académico competitivo actual, donde la oferta de programas es abierta y dispuesta para todos los estudiantes del mundo, la calidad del servicio se convierte en una forma de mejorar la experiencia universitaria. Con el desarrollo de este proyecto se demuestra que el modelo permite evaluar la calidad del servicio en instituciones educativas, y puede consolidarse identificando los factores clave en los cuales debe centrar la atención la Universidad para mejorar la percepción de servicio de los estudiantes y de esta manera aumentar la intención de recomendar la universidad. Los autores de este modelo sugieren la adaptación de la escala para un determinado sector, teniendo en cuenta la confiabilidad y validez del modelo en varios contextos (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1988) en este caso el contexto educativo que además de compartir las características específicas de los servicios tienen otras características entre ellas la formación. Con el fin de ampliar la comprensión sobre los objetivos alcanzados en la presente investigación a continuación se discuten los hallazgos y se exponen las conclusiones que se derivan de dicha discusión.

El primer objetivo específico de la presente investigación buscaba describir las percepciones de los estudiantes de pregrado (2019-1) sobre la calidad en el servicio que brindan los administrativos de la Universidad de La Sabana y que marcan la calidad de la experiencia universitaria. Esta descripción a partir de cada una de las dimensiones permite evidenciar el promedio total de la calidad percibida es de 3,91, el cual considerando la escala de 1 a 5, tiene oportunidades de mejora se puede afirmar que es bueno. Vale la pena resaltar que en la escala de evaluación 3 representa el nivel ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que 4 representa el nivel de acuerdo. Por supuesto la meta es que al intervenir intencionadamente los atributos específicos en los cuales se encontró mayor oportunidad de mejora, la Universidad de La Sabana pueda avanzar en la calidad del servicio que brindan los administrativos, así como promover con mayor conciencia el trabajo bien hecho.

La descripción de las percepciones permite establecer el valor agregado cuando las expectativas inicialmente son favorables, generando así un valor agregado a la calidad del servicio. La calidad en los servicios debe estar basada fundamentalmente en las percepciones. Un nivel de percepción favorable es un punto de partida para identificar cuáles son los atributos en los que se fijan sus clientes para evaluarla, son considerados factores determinantes de la percepción de la calidad de servicio puesto que permiten identificar en que aspectos se deben centrar los esfuerzos y oportunas acciones de mejora y de esta manera permite lograr altos niveles en la calidad del servicio la Universidad.

De acuerdo con lo anterior, cabe resaltar la percepción en la dimensión de elementos tangibles es la dimensión con mejor percepción por parte de los estudiantes. Los elementos tangibles corresponden a aquello que acompaña y apoyan el servicio como las instalaciones físicas, equipos y el aspecto del personal, seguido de la seguridad que es el conocimiento y atención mostrado por los empleados y las habilidades para inspirar credibilidad y confianza y la sensibilidad es la capacidad de respuesta o disposición y voluntad para ayudar a los clientes a proporcionar un servicio rápido. (Camisón, Cruz, Gonzalez, 2006). Las dimensiones con mayor oportunidad de mejora en cuanto a la percepción por parte de los estudiantes corresponden a empatía y fiabilidad, la primera que corresponde a la atención individualizada que se ofrece a cada cliente y fiabilidad es la habilidad para realizar el servicio de forma fiable y cuidadosa.

Específicamente el estudio revela que, en la dimensión de elementos intangibles, que obtuvo el mayor promedio en las percepciones (4,22), los atributos con mayor ponderación fueron la apariencia pulcra de los colaboradores (4,49), seguido de las instalaciones físicas visualmente atractivas (4,40) y los elementos tangible atractivos (materiales impresos y digitales) (4,21). Se encontró oportunidad de mejora en el equipamiento de aspecto moderno (3,79). Estos puntajes reflejan el esmero de la Universidad de La Sabana por cuidar el aspecto pulcro de sus trabajadores y de sus instalaciones como una forma de evidenciar el reconocimiento a la dignidad trascendente de la persona humana.

La segunda dimensión con el mejor puntaje en las percepciones fue la de seguridad (4,07). En esa dimensión los atributos con mayor media son el de administrativos que transmiten confianza (4,15), estudiantes seguros con la labor de los administrativos (4,13) y los administrativos amables (4,02). Estos puntajes reflejan que los estudiantes sienten que pueden confiar en los administrativos si bien estos puntajes son susceptibles de mejora. Se encontró mayor oportunidad de mejora en el atributo de administrativos bien informados (3,98), lo cual revela la importancia de que todos los colaboradores tengan claridad sobre la información que corresponde a su cargo y al de otros administrativos con el fin de orientar al estudiante para que pueda resolver sus inquietudes o peticiones.

La dimensión que obtuvo el tercer promedio a nivel general fue la de sensibilidad (3,87). En dicha dimensión los atributos mejor evaluados fueron los de administrativos dispuestos a ayudar (4,12) y el de administrativo que responden (4,09). Estos hallazgos evidencian una sensibilidad o disposición para brindar un adecuado servicio a los estudiantes. Los atributos con mayor oportunidad de mejora en esta dimensión son el de administrativos comunicativos (3,72) y el de administrativos rápidos (3,56) lo cual refleja la importancia de generar conciencia en los administrativos de que el uso del tiempo también es un factor que incide en la percepción de los estudiantes.

La dimensión que obtuvo la cuarta media general fue la de empatía (3,84). En esta dimensión los atributos con mejor percepción fueron el de atención individualizada a los estudiantes (4,08) y el de atención personalizada de los administrativos (3,96), seguida de la preocupación por los intereses de los estudiantes (3,91). Los atributos con mayor oportunidad de mejora de acuerdo con la percepción de los estudiantes fueron el de comprensión de las necesidades específicas de

los estudiantes (3,80) y el de la conveniencia en los horarios (3,57). Estos hallazgos invitan a pensar en la necesidad de evaluar la posibilidad de reconocer las necesidades específicas de los estudiantes con respecto al servicio que brindan los administrativos en cada unidad o dependencia para realizar ajustes viables que respondan a esa necesidad.

La dimensión de fiabilidad fue la que obtuvo la más baja media general (3,68). En esta dimensión los atributos con las medias más altas en cuanto a las percepciones fueron el de realizar el servicio en el momento justo (3,85) y concluir en el plazo promedio (3,83). Los atributos con las medias más bajas fueron el de interés en la resolución de los problemas (3,72), el cumplimiento de las promesas (3,60) y el de no cometer errores en la documentación a cargo de los administrativos que debe ser entregada a los estudiantes (3,40). Estos resultados reflejan la importancia de que los administrativos implementen acciones de revisión sistemática en la documentación que entregan al estudiante para evitar errores que afecten negativamente la percepción de los estudiantes, especialmente porque este fue el ítem con la media más baja en toda la encuesta según la percepción de los estudiantes.

El segundo objetivo específico de la presente investigación apuntó a analizar la brecha global entre la calidad percibida y la calidad esperada por los estudiantes de pregrado matriculados en 2019-1 en el servicio que brindan los administrativos de la Universidad de La Sabana. Esta diferencia entre las percepciones y expectativas permite determinar las deficiencias en la calidad del servicio y así mismo establecer las medidas para mejorarla, para esto es importante que el proceso sea continuo, controle e identifique las percepciones que se tienen de un servicio prestado. En todas las dimensiones hay oportunidad de mejora, este análisis puede llegar a ser el primer insumo para la construcción de un plan de mejora en la calidad de servicio en la universidad de La Sabana.

Esta brecha se calcula a partir de la diferencia entre la Calidad Percibida (CP) y la Calidad Esperada (CE) para obtener un valor entre -5 y 5. Los valores negativos en esta diferencia significan oportunidades de mejora desde la perspectiva de la calidad en el servicio, mientras que un valor igual a 0 en la diferencia entre CP- CE revela que se están cumpliendo las expectativas de las personas atendidas. Esta medición dio como resultado una brecha promedio de -0,47 en general, resaltando de nuevo la dimensión de elementos tangibles en cada uno de los atributos que constituyen esta dimensión se resalta la “Apariencia pulcra de los colaboradores” siendo el

mejor resultado de toda la encuesta ya que la diferencia CP- CE arrojó un puntaje de $-0,07$, es decir que el *gap* que falta para alcanzar las expectativas de los estudiantes es menor a uno. Por otra parte, la dimensiones que reflejan mayor oportunidad de mejora son fiabilidad en el atributo “Concluir en el plazo promedio” cuya diferencia entre CE y CP arrojó un puntaje de $-0,70$ y sensibilidad en “colaboradores rápidos” cuya diferencia corresponde a $-0,75$.

A la luz de los hallazgos del tercer objetivo se ratifica que, aunque la percepción positiva de los estudiantes a nivel global es destacada, aun hay un camino por recorrer para alcanzar y exceder la calidad esperada por los estudiantes en relación con el servicio que brindan los administrativos de la universidad de La Sabana.

El tercer objetivo específico de esta investigación fue establecer la diferencia en la brecha global de los estudiantes de los semestres 1° a 5° y 6° a 10°. Es importante considerar que la determinación de la calidad en los servicios se basa no en las percepciones que los clientes tienen sobre el servicio como tal, sino en qué tan eficaz es la organización para satisfacer las necesidades de los clientes, específicamente la expectativa general con el servicio, lo cual es “demasiado complejo de medir, si se toma como base la evidencia donde la satisfacción es un antecedente de la calidad” (Duque, 2005, p.13).

Para este fin, se hizo la clasificación de estudiantes de 1° a 5° y de 6° a 12° de todos los programas, que evidenció la existencia de diferencias significativas entre la Calidad Percibida (CP) y la Calidad Esperada (CE). En general, los resultados obtenidos muestran que la media de la diferencia entre la Calidad Percibida (CP) y la Calidad Esperada (CE) es menor en los estudiantes de 1° a 5° semestre con una valoración de $-0,36$ respecto a la valoración de los estudiantes de 6° a 12° que corresponde a $-0,54$.

El hecho de que la brecha sea menor entre los estudiantes de los primeros semestres puede revelar los momentos de verdad y a su vez considerarse un punto importante, si bien puede observarse que los estudiantes que llevan mayor tiempo de permanencia dentro de la universidad poseen elementos de juicios sólidos para expresar una opinión sobre la calidad del servicio, lo cual concordaría con las afirmaciones de Duque y Chaparro (2012)

Un hallazgo importante a partir de este objetivo es determinar los momentos de verdad en la Universidad como un factor que permite identificar los momentos del ciclo del servicio que cambian las expectativas de los estudiantes. Los momentos de verdad corresponden a la situación

en la que hay contacto con el servicio de una organización y tienen una impresión sobre la calidad de su servicio. Es el momento en el que hay un contacto y sobre este se formulan opiniones sobre la calidad del servicio (Duque y Chaparro, 2012). Entender los momentos de verdad, permite acercar a los miembros de una organización a tener una visión concreta de como desde su trabajo diario aporta a la satisfacción del cliente, orientados a la calidad del servicio.

Es así, como los momentos de verdad implican una interacción directa entre los administrativos y los estudiantes, incidiendo en la percepción sobre el servicio prestado, la suma de todos los momentos de verdad construye la imagen del servicio, siendo el administrativo parte del servicio y la calidad es el resultado de los momentos de verdad que el estudiante ha experimentado. Esto último es un aspecto determinante que va más allá de un modelo de medición, pues lo importante es que las dimensiones a tener en cuenta y los ítems a evaluar correspondan a los momentos de verdad y permitan mejorar la calidad en el servicio.

Finalmente, el cuarto objetivo de este proyecto establecer una relación entre los atributos de la calidad en el servicio y las virtudes humanas asociadas a la vocación de servicio en la Universidad de La Sabana, quizás es el aporte intangible más elevado de este proyecto de investigación teniendo en cuenta que brinda la posibilidad de conciliar la perspectiva antropológica en relación con el servicio donde se asume como una vocación que implica la puesta en acción de las virtudes humanas. Es el cultivo de las virtudes humanas quienes llevan a cabo el servicio a partir de la búsqueda del perfeccionamiento integral bajo una concepción antropológica cristiana, y la de convivencia social con todo el tejido de valores, virtudes y actitudes que le son propias al estilo humano en la Universidad de La Sabana.

La Universidad de la Sabana, dada su función esencialmente social y de cultivo de las ciencias fomenta el espíritu de servicio desinteresado en sus miembros, en servir a los demás con generosidad que es darse sin contraprestación, en el servicio confluyen todas las virtudes. La fortaleza, la justicia, la generosidad, la comprensión y la lealtad son virtudes asociadas al servicio en la medida en que se pueden señalar como necesarias para el servicio y fundamento de otras. (Universidad de La Sabana, 2019).

Al establecer una relación entre los atributos de la calidad en el servicio y las virtudes humanas asociadas a la vocación de servicio en la Universidad de La Sabana, se concilia un punto de encuentro entre las dos perspectivas para describir unos atributos que son medibles, pero para lograr llegar a la dimensión no solo se necesita acción sino vocación fundamental de la

persona, en el desarrollo integral y la gestión articulada de los procesos, promoviendo la excelencia mediante el trabajo bien hecho.

Hoy en día las universidades se encuentran en constante evolución, buscando satisfacer o exceder las necesidades de los estudiantes a través del potenciamiento de nuevas ventajas competitivas, centrando las estrategias en el desarrollo de procesos que aporten a la experiencia de los estudiantes generando mayor valor y calidad en el servicio (Duque 2009). Lograr el principal propósito del servicio en la búsqueda de la satisfacción de necesidades en el contexto educativo es una tarea difícil, considerando las características de sus servicios teniendo en cuenta que a diferencia de una empresa una institución educativa no ofrece un producto tangible. Sin embargo, esto hace que el estudio de dicha experiencia sea relevante para identificar como la vocación de servicio, valor institucional de la Universidad de La Sabana, marca la calidad de la experiencia del estudiante, considerando esto como una oportunidad para fortalecer el sentido de pertenencia.

La calidad del servicio debe estar basada en las percepciones que se tienen del servicio a partir de cada una de sus dimensiones, es un juicio global que repercute en la satisfacción del estudiante y por lo tanto en el desempeño del administrativo, siendo un importante indicador para determinar la calidad del servicio como una ventaja fundamental para el crecimiento y ventaja competitiva de la Universidad. Por tanto, este estudio constituye una primera aproximación institucional a dicho propósito con el fin de aportar elementos de análisis para configurar un modelo de evaluación de la calidad en el servicio.

7. RECOMENDACIONES

Las reflexiones consignadas en el capítulo anterior permiten establecer que la calidad del servicio implica asumir el reto de satisfacer o exceder las expectativas del estudiante alineando dicha calidad a los propósitos expresados en el Proyecto Educativo Institucional. De ahí la importancia de definir, implementar y evaluar acciones de mejora para potenciar cada una de las dimensiones evaluadas en esta primera aplicación del modelo SERVQUAL en la Universidad de La Sabana, para generar ventaja competitiva e incrementar la posibilidad de recomendación.

De esta investigación nace la propuesta de construir un modelo de servicio, analizando los elementos que determinan la percepción de los estudiantes y el cumplimiento de sus expectativas a partir de acciones de mejora que contribuyan a la formación de los administrativos en habilidades que permitan el desarrollo pleno de las virtudes. Entre los aspectos que requieren una pronta revisión conviene destacar el análisis sobre la conveniencia en los horarios de atención de los administrativos. Posiblemente la implementación de acciones de mejora conduzca a elevar la percepción en este ítem y para ello sería importante realizar el estudio de las necesidades específicas en torno a los horarios y a otros aspectos relacionados con los estudiantes de cada unidad académica o dependencia administrativa.

Así mismo, se recomienda que los administrativos que emiten documentación para los estudiantes implementen protocolos de revisión para asegurar que los errores se reduzcan idealmente a la mínima cantidad. Además, si se considera que la nueva emisión de un documento implica un reproceso con costos en tiempo y recursos (papel, tinta y otros insumos) implementar acciones de mejora en este aspecto es prioritario.

De otra parte, en la dimensión de empatía hay varios aspectos que requieren revisión por lo cual además de la formación en virtudes que se brinda a los administrativos posiblemente sea necesario que desde la Dirección Administrativa General o desde las jefaturas administrativas de cada unidad o dependencia se promueva la formación en habilidades blandas (escucha activa, resiliencia, liderazgo, gestión del tiempo, atención plena, negociación y resolución de conflictos, atención al cliente, entre otras).

En relación con la información que deben manejar los administrativos sería de gran valor que en cada unidad los directivos se aseguren de que todos conocen lo que corresponde a su cargo, así como las funciones que otros deben cumplir. De este modo podrán orientar mejor a los estudiantes. Podría ser valioso que en la inducción de estudiantes se incluya la entrega de un

folleto de preguntas frecuentes o servicios que pueden atendidos por los administrativos de su facultad y de otras dependencias. En el recorrido de bienvenida también podría enfatizarse en estos aspectos.

Dado que los resultados que se presentan en este informe de investigación son institucionales, se propone que con el apoyo de los jefes administrativos se analice la información propia de cada unidad. Esto con el fin de revisar los resultados específicos que arroje el modelo SERVQUAL en cada una de las dimensiones y a partir de la información interna de cada una de las facultades establecer un plan de acción que contribuya a reducir la diferencia entre las percepciones y las expectativas de los estudiantes y a su vez consolidar el sentido de pertenencia en los administrativos reflejado en un buen servicio como parte del trabajo bien hecho.

El objetivo básico de estas acciones es mejorar las experiencias que el estudiante tiene con el servicio de la Universidad. Es necesario anotar la importancia de la gestión de la calidad del servicio más allá que un sistema de gestión de calidad, sino que, de acuerdo con lo encontrado en esta investigación impulsa también el enfoque antropológico que aporta a la calidad y al servicio como valores institucionales.

Una recomendación clave es establecer la aplicación periódica (anual o semestral) del modelo SERVQUAL con el fin de controlar el avance que se produzca como consecuencia de las acciones de mejora. Cabe anotar que teniendo en cuenta los resultados, posiblemente la primera meta sea incrementar los resultados en la calidad percibida hasta alcanzar las expectativas de los estudiantes. Es decir, reducir la brecha global a 0 de modo que paulatinamente se establezcan metas que conduzcan a exceder la calidad esperada por los estudiantes en relación con el servicio que brindan los administrativos de La Sabana. Es decir, la meta es lograr que haya puntajes positivos en la brecha global.

Finalmente, la recomendación es que para construir un modelo de servicio paulatinamente se evalúe la calidad en el servicio que brindan otros estamentos de la universidad. Por ejemplo, la evaluación sobre la calidad percibida y la calidad esperada en relación con el servicio que brindan los profesores puede ser clave para reconocer que perciben los estudiantes en relación con la empatía y la sensibilidad (trato cercano y respetuoso), la fiabilidad (confiabilidad en los procesos de enseñanza, aprendizaje y evaluación), seguridad (tranquilidad generada por el acompañamiento a los procesos) e intangibilidad (materiales y recursos físicos y digitales que emplean los profesores).

8. LIMITACIONES

Durante el proceso de desarrollo de la presente investigación se afrontaron algunas situaciones que constituyeron limitaciones para el proyecto. En primer lugar, es conveniente mencionar que por razones académicas y laborales fue necesario realizar un ajuste al proyecto y reorientarlo en tercer semestre. Este aspecto generó retrasos de tiempo que se compensaron con un esfuerzo adicional, si bien no se alcanzó a implementar alguna intervención. No obstante, la investigación representa una primera apuesta institucional hacia la consolidación de un modelo de medición de la calidad en el servicio que puede dar origen a nuevas investigaciones sobre la implementación de planes de mejora como se indicará más adelante.

De otra parte, la autora tuvo la oportunidad de acceder a un nuevo cargo en la universidad, pero este logro profesional entrañó grandes desafíos personales por la exigencia en la dedicación de tiempo ante la nueva responsabilidad. Esto también afectó el cronograma inicialmente planteado para el proyecto.

Finalmente, cabe subrayar la complejidad de convocar a la muestra de estudiantes para participar en la encuesta, por lo cual fue necesario recurrir a solicitar apoyo del Director General Administrativo y del Fondo de Estudiantes para alcanzar el número de participantes previsto.

9. NUEVOS INTERROGANTES DE INVESTIGACIÓN

Del análisis de datos, la discusión y las conclusiones se desprenden nuevos tópicos de investigación que permitan darle continuidad a este importante tema para la Universidad de La Sabana, especialmente desde el propósito de mantener el servicio como valor institucional inmerso en la cultura. En este orden de ideas entre las preguntas que podrían investigarse están:

¿Cuáles acciones de mejora contribuyen a incrementar la calidad en el servicio en los administrativos de cada unidad académica?

¿Qué perciben los estudiantes de la Universidad de La Sabana sobre la calidad en el servicio brindado por los profesores de cada unidad académica?

¿Qué efecto tiene la medición sistemática de la calidad en el servicio en la Universidad de La Sabana?

¿Cómo consolidar y fortalecer un modelo institucional de medición de la calidad del servicio que se articule con la perspectiva antropológica del servicio fundamentado en virtudes humanas?

REFERENCIAS

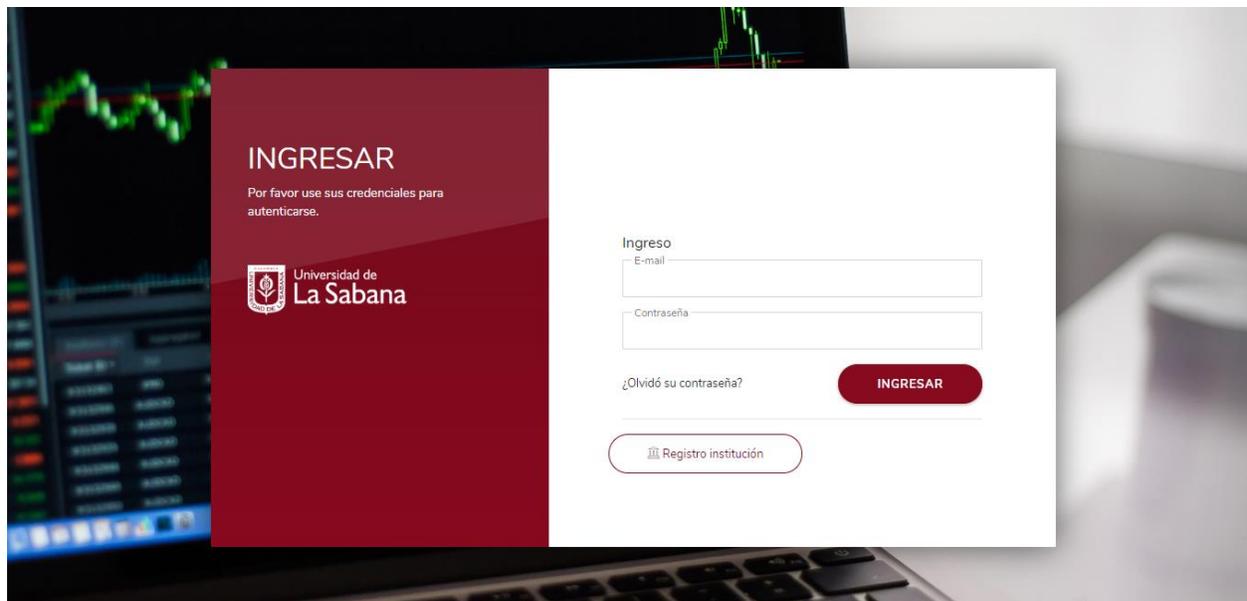
- Albrecht, K. (1988). *At America's Service: How corporations can revolutionize the way they treat their customers*. Dow Jones: Irwin.
- Albrecht, K. (1998). *La Excelencia en el servicio*. España. Ediciones Paidós Ibérica.
- Amartya, S. (2004). *Capital humano y capacidad humana*. Foro de economía política. Disponible en www.red-vertice.com/fep
- Bell, C. & Bell, B. (2005). *Los 7 secretos del servicio magnético: como crear clientes apasionadamente devotos*. México D.F: Panorama.
- Bergoglio, J. (2007). *El verdadero poder es el servicio*. Editorial Claretiana. Argentina.
- Camisón, C., Cruz, S. & González, T. (2006). *Gestión de la calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Madrid: Pearson Educación S.A.
- Capelleras, J. & Veciana, J. (2001). "Calidad de servicio en la enseñanza universitaria: desarrollo y validación de una escala de medida". *Working Papers 0104, Departament Empresa*. Universitat Autònoma de Barcelona
- Cruz, J. (1997). *Educación y calidad total*. México: Grupo Editorial Iberoamérica.
- Duque, E. (2009). La gestión de la universidad como elemento básico del sistema universitario: una reflexión desde la perspectiva de lo stakeholders. *Innovar, Especial en Educación*, 25-42.
- Duque, E. & Chaparro, C. (2012). Medición de la percepción de la calidad del servicio de educación por parte de los estudiantes de la UPTC Duitama. *Criterio Libre*, 10 (16) 159-192.
- Duque, E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Innovar*, 15(25), 64-80.
- Duque, L. (2003). La satisfacción del usuario del servicio 'formación educativa universitaria' en Economía de la educación, *AEDE XII: 18 y 19 septiembre*, Madrid: Universidad Carlos III, 88-99.
- Escrivá de Balaguer, J. (1993). *San José María y la Universidad*. Navarra, España: Eunsa.
- García-Mestanza, J. & Díaz-Muñoz, R. (2008). "Comparativa entre distintos sistemas de medición de calidad de servicio". *EsicMarket*, 130, 57-97
- Green, P. (2014). Measuring service quality in higher education: a South African case study. *Journal of International Education Research*. 10(2) 131-142.

- Grönroos, C. (1990). *Marketing y Gestión de Servicios: La gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios*. Madrid: Madrid Ediciones Díaz de Santo S.A.
- Guzmán, C., & Saucedo, C. (2015). Experiencias, vivencias y sentidos en torno a la escuela y a los estudios: Abordajes desde las perspectivas de alumnos y estudiantes. *Revista mexicana de investigación educativa*.
- Hasan, H., Ilias, A., Rahman, R. & Razak, M. (2008). Service quality and student satisfaction: A case study at private higher education institutions. *International Business Research*, 1, 163-175.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill.
- Matsumoto, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *Perspectivas*, (34),181-209. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=4259/425941264005>
- Max-Neef, M., Elizalde, A. & Hopenhayn, M. (1986). *Desarrollo a Escala Humana una opción para el futuro*. Chile: Cepaur
- Moreno, M., Peris, F. & Gonzáles, T. (2005). *Gestión de la calidad y el diseño de organizaciones*. España: Prentice Hall.
- Nguyen Thi Hoang, Y. (2013) Measuring Service Quality in The Context of Higher Education in Vietnam. *Journal of Economics and Development*. Vietnam.
- Palominos, B., Quezada, L., Osorio, C., Torres, J. & Lippi, L. (2016), “Calidad de los servicios educativos según los estudiantes de una universidad pública en Chile”. *Revista Iberoamericana de Educación Superior*. 2 (18), 130-142.
- Pérez, R. (2000). *Hacia una educación de calidad*. España: Narcea S.A.
- Reyes, O. & Reyes, M. (2012). Percepción de la Calidad del Servicio de la Educación Universitaria de Alumnos y Profesores. *Revista Internacional Administración & Finanzas*. 5 (5) 87-98.
- Sanabria, P., Romero, V. & Flórez, C. (2014). El Concepto de calidad en las organizaciones: una aproximación desde la complejidad. *Universidad & Empresa*, 157-205.
- Sánchez, C. (2012). Expectativas y percepciones sobre calidad del servicio educativo. *Revista Estrategia Organizacional*. 1 (67)
- Sandoval, L. (2008). *Institución Educativa y Empresa. Dos organizaciones humanas distintas*. Pamplona: EUNSA

- Universidad de La Sabana. (2014). *Servicio en la Universidad de La Sabana*. Chía
- Universidad de La Sabana. (2018). *Proyecto Educativo Institucional*. Chía.
- Universidad de La Sabana. (s. f). *El Estilo Humano en la Universidad de La Sabana*. Chía
- Urbina, J. (2016). El arte de aprender con pasión. ¿Cómo aprenden los estudiantes universitarios cuando estudian con pasión?. *Revista Encuentros, Universidad Autónoma del Caribe, 14 (01)*, 15- 29.
- Vargas, M. & Aldana, L. (2007). *Calidad y servicio conceptos y herramientas*. Bogotá. EOCOE Ediciones
- Vargas, M. & Campos, Á. (2017). *El Servicio en la Universidad de La Sabana*. Chía.
- Vergara, J. & Quesada, V. (2011). Análisis de la calidad en el servicio y satisfacción de los estudiantes de Ciencias Económicas de la Universidad de Cartagena mediante un modelo de ecuaciones estructurales. *Revista Electrónica de Investigación Educativa, 13(1)*, 108-122.
- Zafiropoulos, K. & Vrana, V. (2008). Service quality assessment in a Greek Higher Education Institute. *Journal of Business Economics and Management, 9*. 33-45.

ANEXOS

Anexo A. Captura de pantalla consentimiento informado



Bienvenido

Como parte de un proyecto de investigación y con el propósito de medir la calidad del servicio por parte de los administrativos de la Universidad de La Sabana, queremos conocer su expectativas y nivel de percepción en una escala de 1 a 5, siendo 1 totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

Su participación es muy importante, es voluntaria, confidencial y anónima por tanto los datos se utilizarán únicamente con fines para la investigación.

Gracias por su participación.

Datos personales

Semestre
Seleccione ▼

Programa
Seleccione ▼

[Continuar](#)

Anexo B. Captura de pantalla cuestionario de evaluación de la calidad en el servicio (percepciones)

☰
Todos Anónimo 

 Percepción

 Expectativa

Fiabilidad

Con el propósito de conocer su valoración de la calidad del servicio por parte de los administrativos de la Universidad de La Sabana, indique cual es su nivel de percepción



Quando el personal administrativo de la Universidad de La Sabana promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace.

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

Quando tengo un problema los administrativos de la Universidad de La Sabana muestra un sincero interés en solucionarlo.

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

Los administrativos que trabajan en la Universidad de La Sabana realizan bien su trabajo a la primera vez.

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

Los administrativos que trabajan en la Universidad de La Sabana prestan el servicio en el momento en que prometen hacerlo.

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

Expectativa

Los administrativos que trabajan en la Universidad de La Sabana no cometen errores con los registros, anotaciones entre otros documentos a su cargo.

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

Percepción

Expectativa

Sensibilidad / Capacidad de respuesta

Con el propósito de conocer su valoración de la calidad del servicio por parte de los administrativos de la Universidad de La Sabana, indique cual es su nivel de percepción



Los administrativos de la Universidad de La Sabana informan oportunamente los tiempos de realización del servicio.

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

Los administrativos de la Universidad de La Sabana ofrecen un servicio rápido

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

Los administrativos de la Universidad de La Sabana están siempre dispuestos a ayudar

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

Los administrativos de la Universidad de La Sabana siempre están dispuestos a responder a las preguntas de los estudiantes

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

Percepción

Expectativa



Seguridad

Con el propósito de conocer su valoración de la calidad del servicio por parte de los administrativos de la Universidad de La Sabana, indique cual es su nivel de percepción

El comportamiento de los administrativos de la Universidad de La Sabana transmite confianza

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

Me siento seguro con el servicio que prestan los administrativos de la Universidad de La Sabana.

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

Los administrativos de la Universidad de La Sabana son siempre amables con los estudiantes.

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

Los administrativos de la Universidad de La Sabana tienen conocimiento suficiente para responder a las preguntas de los estudiantes

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo



Percepción



Expectativa

Empatía

Con el propósito de conocer su valoración de la calidad del servicio por parte de los administrativos de la Universidad de La Sabana, indique cual es su nivel de percepción

Los administrativos de la Universidad de La Sabana ofrecen atención personalizada a los estudiantes

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

Los administrativos de la Universidad de La Sabana brindan una atención individualizada cuando se requiere

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

Los administrativos de la Universidad de La Sabana se preocupan por mis intereses, por aquello que me beneficia

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

Los administrativos de la Universidad de La Sabana comprenden las necesidades específicas de los estudiantes

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

Los administrativos de la Universidad de La Sabana tienen horarios convenientes para todos

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo



Percepción



Expectativa

Elementos Tangibles

Con el propósito de conocer su valoración de la calidad del servicio por parte de los administrativos de la Universidad de La Sabana, indique cual es su nivel de percepción



Los equipos de uso de los administrativos de la Universidad de La Sabana tiene equipos de apariencia moderna

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

Las instalaciones físicas de la Universidad de La Sabana son visualmente atractivas

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

Los administrativos de la Universidad de La Sabana tienen buena presentación personal

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

Los elementos materiales de La Universidad de La Sabana (folletos, documentos) son visualmente atractivos.

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

Anexo C. Captura de pantalla cuestionario de evaluación de la calidad en el servicio (expectativas)

Percepción

Expectativa

Fiabilidad

Con el propósito de conocer sus *expectativas* frente a cómo debería ser la calidad del servicio por parte de los administrativos de la Universidad de La Sabana.



Cuando los administrativos de una universidad prometen hacer algo en cierto tiempo lo deben hacer.

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

Los administrativos de una universidad deben mostrar un sincero interés en solucionar los problemas que presentan los estudiantes.

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

Los administrativos de una universidad deben realizar bien su trabajo a la primera vez.

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

Los administrativos que trabajan en una universidad deben prestar el servicio en el momento en que prometen hacerlo.

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

Los administrativos que trabajen en una universidad no deben cometer errores con los registros y anotaciones entre otros documentos a su cargo.

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo



Percepción



Expectativa

Sensibilidad / Capacidad de respuesta

Con el propósito de conocer sus *expectativas* frente a cómo debería ser la calidad del servicio por parte de los administrativos de la Universidad de La Sabana.



Los administrativos de una universidad deben informar oportunamente los tiempos de realización del servicio.

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

Los administrativos de una universidad deben ofrecer un servicio rápido

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

Los administrativos de una universidad deben estar siempre dispuestos a ayudar

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

Los administrativos deben estar siempre dispuestos a responder a las preguntas de los estudiantes

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

 Percepción

 Expectativa

Seguridad

Con el propósito de conocer sus *expectativas* frente a cómo debería ser la calidad del servicio por parte de los administrativos de la Universidad de La Sabana.

El comportamiento de los administrativos de una universidad debe transmitir confianza

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

Los estudiantes de una universidad deben sentirse seguros con el servicio que prestan los administrativos

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

Los administrativos deben ser siempre amables con los estudiantes.

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

Los administrativos deben tener conocimiento suficiente para responder a las preguntas de los estudiantes

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

 Percepción

 Expectativa

Empatía

Con el propósito de conocer sus expectativas frente a cómo debería ser la calidad del servicio por parte de los administrativos de la Universidad de La Sabana.

Los administrativos deben ofrecer atención personalizada a los estudiantes

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

Los administrativos de una universidad deben brindar una atención individualizada cuando se requiere

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

Los administrativos de una universidad deben preocuparse por los intereses de los estudiantes

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

Los administrativos de una universidad deben comprender las necesidades específicas de los estudiantes

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

Los administrativos de una universidad deben tener horarios convenientes para todos

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo



Percepción



Expectativa

Elementos Tangibles

Con el propósito de conocer sus *expectativas* frente a cómo debería ser la calidad del servicio por parte de los administrativos de la Universidad de La Sabana.



Los equipos de uso de los administrativos de una universidad deben tener equipos de apariencia moderna

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

Las instalaciones físicas de una universidad deben ser visualmente atractivas

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

Los administrativos de una universidad deben tener buena presentación personal

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

Los elementos materiales de una universidad debe ser visualmente atractivos

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo