

Información Importante

La Universidad de La Sabana informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea de la Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad de La Sabana.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento para todos los usos que tengan finalidad académica, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le de crédito al documento y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, La Universidad de La Sabana informa que los derechos sobre los documentos son propiedad de los autores y tienen sobre su obra, entre otros, los derechos morales a que hacen referencia los mencionados artículos.

BIBLIOTECA OCTAVIO ARIZMENDI POSADA
UNIVERSIDAD DE LA SABANA
Chía - Cundinamarca

2014

Calidad del servicio en la Formación académica

Programa de doble titulación 2013:
International Management.

Universidad de La Sabana –Universidad
Cattolica del Sacro Cuore

La investigación sobre los procesos de evaluación de la formación referente al ámbito académico, representa hoy en día un objeto de estudio multidisciplinario. El comprender los factores que afectan directa o indirectamente los procesos de formación académica se evidencia como una necesidad desde la psicología, economía, educación, entre otras. Este estudio explora la satisfacción de los participantes, percibidos como clientes consumidores de un servicio prestado por la Universidad de la Sabana (US) y la Universidad Cattolica del Sacro Cuore (UCSC). El convenio que permitió a once estudiantes de la facultad de ciencias económicas de la US cursar un programa de doble titulación en la UCSC, ha sido evaluado en relación a la calidad del servicio, por medio de métodos cualitativos como lo es la aplicación de grupos de discusión y posteriormente el análisis del contenido. La investigación concluyó que existe un nivel bajo y que esta insatisfacción se evidencia en un no cumplimiento de las expectativas, transformación de la motivaciones que resultan en percepciones negativas por parte de los estudiantes que realizan el programa.

Maria Manuela Acosta Murcia
Alejandro de las Casas Zapata



TABLA DE CONTENIDO

Introducción	1
Marco Teórico	5
El comportamiento del consumidor	8
Satisfacción del cliente/estudiante	13
Diseño y realización de la investigación cualitativa	16
El análisis de contenido	17
Metodología	20
Guía para la realización	21
Resultados	26
Experiencia Universitaria.....	26
El valor de la experiencia en el extranjero.....	27
La experiencia realizada en UCSC	28
El programa de doble titulación y el mundo laboral.....	31
Conclusiones y Sugerencias	32
Análisis de resultados	33
Desarrollo personal	33
Área académica	35
Interculturalidad	43
Proyección Laboral.....	45
Conclusiones	48
Recomendaciones	51
Limitaciones	53
Referencias	54
Anexos	58

INTRODUCCIÓN

El QS Top University, entidad encargada de rankings mundiales en temas académicos y formativos ha publicado los resultados de las mejores ciudades para estudiar en el periodo académico 2013- 2014. La ciudad de Piacenza como foco principal de ésta investigación desafortunadamente no entra dentro la clasificación, sin embargo Milán sede principal de la Universidad Católica y situada a 60 km de Piacenza, ha sido colocada en el puesto 24 entre 50 debido a su glamour, lujo y consumismo. Éstas sin embargo, pueden ser consideradas razones banales para un estudiante, realmente Milán es una ciudad interesante para estudiar debido a sus eventos culturales, deportivos, la posibilidad de conseguir empleos y el impulso para desarrollar nuevas ideas.

Por su parte la Universidad Cattolica del Sacro Cuore en su boletín informativo de Noviembre – Diciembre de 2013 confirmó la posición de Milán como una de las mejores ciudades para estudiar, ya que solo dicha institución recibe más de 3000 estudiantes internacionales de aproximadamente 50 países. Sus programas de verano, semestrales y anuales son muy completos hospedando a sus estudiantes de la mejor manera posible. El profesor Cocconcelli explica la importancia de los programas internacionales diciendo que no sólo se trata del status académico, sino de darles a los estudiantes la mejor experiencia de sus vidas.

Esta entidad fundada en 1921 es considerada hoy en día la universidad privada más grande de Europa y la universidad Católica más grande del mundo. Su campus principal situado en Milán es solo uno de los seis campus encontrados en las ciudades de Piacenza, Brescia, Cremona, Roma y Campobasso. Dividida en 12 facultades con 7 escuelas de posgrados, se especializa hoy en día en sus programas de doble titulación (en lengua italiana o inglesa) con la participación de varias universidades alrededor del mundo. Esta organización educativa ha sido acreditada con cinco estrellas por la “QS Stars”; un sistema

de clasificación mundial de universidades, en los siguientes campos: la capacidad de inserción profesional, la enseñanza, las instalaciones y el compromiso. Adicionalmente, según un estudio de barómetro Internacional de los estudiantes, dentro de una muestra de 65 universidades europeas, ocupa la cuarta posición en el ámbito internacional, entre los más recomendados por parte de los estudiantes extranjeros. Según el QS World University Rankings 2012, la Cattolica está dentro de las 500 mejores universidades europeas siendo la única universidad italiana privada clasificada (QS World University Rankings, 2013).

Desde Octubre de 2010 la Universidad de la Sabana (US) y la Universidad Cattolica del Sacro Cuore (UCSC) firmaron un convenio que permite a los estudiantes de la facultad de ciencias económicas de la US cursar un programa de doble titulación en la UCSC sede Piacenza. Con esta nueva oportunidad de obtener una nueva visión académica y un encuentro multicultural, se esperó que los participantes a partir del involucramiento en el programa, sean permeables al enriquecimiento de sus competencias tanto profesionales como personales. Dicho lo anterior, hay que resaltar que no sólo se abren puertas individuales para los estudiantes, adicionalmente, se amplía el canal de “*networking*” educativo, el cual hoy en día se ha convertido en una de las herramientas fundamentales en la facilitación y contribución del conocimiento.

De acuerdo a lo mencionado previamente se puede reconocer que la UCSC es una prestigiosa universidad a nivel internacional, con la capacidad de hospedar diferentes estudiantes extranjeros. Esto convierte a la UCSC en una prestadora de bienes y servicios, la cual debe responsabilizarse por garantizar calidad y servicio a cada uno de sus estudiantes, proporcionándoles un ambiente adecuado para su desarrollo personal, intelectual y profesional. Dicha entidad debe asegurar el bienestar de sus estudiantes extranjeros dándoles las pautas necesarias para guiar su proceso formativo en temas

relacionados con su estadía, seguridad, vivienda, vida social, legalidad, idioma, permisos para permanecer en el país, entre otros.

De la misma forma los estudiantes internacionales se convierten en clientes y benefactores de la universidad, con el derecho de recibir ayudas y patrocinio que se ha establecido entre las dos partes. Así mismo, como clientes directos, los alumnos constantemente evalúan la universidad haciendo comparaciones con las cosas que ellos ya conocen. El cliente se vuelve muy crítico ya que tiene un punto de referencia de lo que ha visto en su país de origen o en otros lugares donde ha estudiado, adquiriendo la capacidad de evaluar aspectos como las instalaciones, los precios de las matrículas, el método de enseñanza, la seguridad, la calidad de sus profesores, los costos de vida, etc.

Las anteriores razones justifican el interés desde la psicología por conocer cuál es el nivel de satisfacción de los estudiantes, a partir de la evaluación de sus expectativas iniciales/finales, motivaciones, sentimientos, percepciones, gustos e insatisfacciones a lo largo del programa. Se espera conocer este grado de satisfacción utilizando una metodología orientada en la aplicación de los grupos focales seguido del análisis del contenido. Durante el proceso de la investigación el estudiante será visto y cuestionado como un cliente de la Universidad de la Sabana así como consumidor de un servicio dispuesto por la Universidad Cattolica del Sacro Cuore. En este orden de ideas, la exploración se desarrollara tomando como base las principales teorías psicológicas, focalizadas en el comportamiento del consumidor, servicio, atención y satisfacción del cliente.

OBJETIVO

Descubrir el nivel de satisfacción de los estudiantes respecto a la calidad del servicio prestado en el programa de doble titulación International Management, convenio Universidad Sabana, Colombia /Universidad Cattolica del Sacro Cuore, Italia.

- Conocer las expectativas, motivaciones y percepciones de los estudiantes de la Universidad de la Sabana que realizan el programa.
- Definir los estándares de la calidad del servicio en la formación académica secundaria.
- Reconocer la diferencia entre la experiencia en el extranjero en general (abarcando más áreas de desarrollo personal) y la experiencia específica como clientes compradores de un servicio definido.

MARCO TEÓRICO

La evaluación de la formación referente al ámbito académico, representa hoy en día un objeto de estudio multidisciplinario. El comprender los factores que afectan directa o indirectamente los procesos de formación académica se evidencia como una necesidad desde la psicología, economía, educación, entre otras. En otras palabras, la calidad de los procesos al interior-exterior de la formación académica involucra un nuevo rango de evaluación que se traslapa del enfoque de las personas a nivel individual, sus procesos motivacionales; expectativas, preferencias temáticas, exigencias, “*background*” familiar, hasta un contexto laboral y su relación en el cumplimiento de logros conjuntos (Cüel, Le Poulter, 1999). Pero entonces, es pertinente cuestionarse si es posible valorar la formación en términos de calidad de servicio, entendiendo la universidad como una organización; con una diversa gama de productos, al igual que los estudiantes como clientes en busca de un consumo que satisfaga unas necesidades específicas.

Pues bien, es a partir de los años 50 cuando se empieza a hablar por primera vez de la eficacia y eficiencia en la formación como dos factores fundamentales en la toma de decisión para valorar con una nueva lógica los procesos educativos. Aparecen entonces en la literatura Kirkpatrick y Hamblin, exponiendo el impacto de la formación en el contexto laboral, más allá del análisis individual que tradicionalmente se le había otorgado (Kirkpatrick 1967; Hamblin 1974). A su vez Jack Phillips en 1998 se convierte en uno de los referentes del estudio entorno al área de recursos humanos, presentando el análisis de la medición del retorno de la inversión en formación. El diseño de la metodología “*The Return on Investment*” (ROI), ha tenido una evolución en los últimos años con la posibilidad de calcular el rendimiento de acciones y programas más allá de la formación,

reconoce igualmente que afectan al desarrollo global de las personas dentro de las organizaciones. Esta perspectiva va de la mano de las ideas expuestas por Mary Beth O'Neill, quién en el 2007 presenta una nueva descripción de la relación del cerebro con la mente y la conciencia, así como el rol que desempeñan las emociones, sentimientos y la imaginación en el proceso de aprendizaje. Por su parte expone la importancia de establecer una metodología organizacional para cumplir con los objetivos del cliente, utilizando el coaching como la principal herramienta (O'Neill, 2007).

Dentro del mismo enfoque formativo se presenta Gary Becker en 1993, definiendo los atributos humanos no solo en función de términos académicos, sino también como la capacidad de una persona de producir un amplio rango de habilidades, potencializando el desarrollo de los procesos mentales superiores para desarrollar eficazmente estrategias que puedan producir ingresos o bienestar. Dentro del mismo argumento, define el capital humano como el conjunto de las capacidades productivas que un individuo adquiere por acumulación de conocimientos. Como resultado se presenta una inversión, la cual puede ser evaluada por la diferencia entre los gastos de la educación (matrículas, material de estudio, tutores, etc.) y los costos de producción (futuro salario laboral) (Becker, 1993).

Finalmente dentro de este mismo orden de ideas es importante citar a Brinkerhoff y su enfoque para evaluar la efectividad de un aprendizaje. Su argumento principal indica que hay un patrón predecible para los resultados de un evento de aprendizaje: algunas personas utilizan su aprendizaje y obtienen resultados positivos; al contrario algunas personas no utilizarán su aprendizaje de ninguna manera. Sin embargo aquellos que utilizan ese aprendizaje notarán poco a poco el rendimiento indicando que los efectos así sea de una pequeña cantidad de éxitos, normalmente justifica el dinero que se gasta y, por tanto, genera un retorno positivo de la inversión. Brinkerhoff adicionalmente afirma que la

utilización de métodos de evaluación tradicionales, pasan por alto el verdadero impacto del éxito en el aprendizaje (Brinkerhoff, 2006).

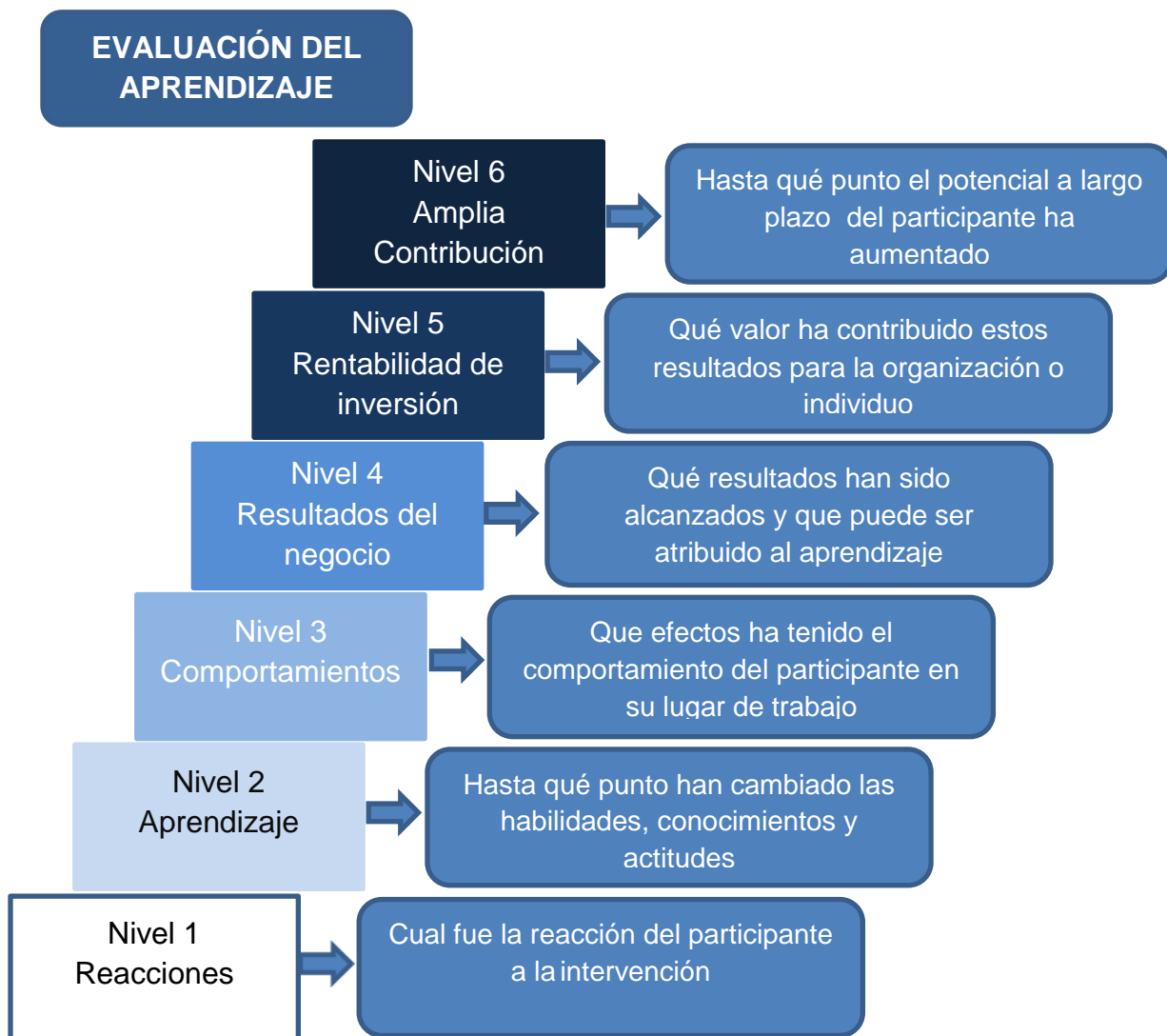


Gráfico No 1

En efecto, las universidades como organizaciones educativas han pasado de ser instituciones de masas dirigidas al academicismo a convertirse en proveedores de utilidades enfocadas en: la profesionalización, la investigación, la innovación, la transferencia del conocimiento y la extensión cultural. Es por esta razón que enfocar este tema en función de

los parámetros descritos anteriormente exige a su vez determinar la relación existente entre las motivaciones internas y externas evidenciadas en los estudiantes como clientes que afrontan un proceso de toma de decisiones frente a un servicio de formación como lo es el programa de doble titulación.

EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Se puede definir como la conducta que los consumidores exhiben al buscar, comprar, utilizar, evaluar y desechar productos y servicios los cuales esperan satisfacer sus necesidades (Shiffman, Kanuk, 2010). Este comportamiento resulta como un proceso final, previamente establecido por las familias o individuos, focalizándose en las opciones para gastar sus recursos disponibles en términos de tiempo, dinero y/o esfuerzo (Shiffman, Kanuk, 2010).

Belanger, Mount, y Wilson, (2002) argumentan que las expectativas de servicio de los estudiantes de reciente ingreso se forman primordialmente a partir de la información que proporciona la propia institución y de las interacciones que tiene el estudiante con el personal universitario durante su proceso de admisión. Una vez que el estudiante se integra a la universidad, sus expectativas se modifican con las experiencias de servicio repetidas y la información adicional que obtiene del servicio (Boulding, Kalra, Staelin, y Zeithaml, 1993).

El consumidor individual o personal compra bienes o adquiere un servicio para su propio uso, con el cual espera satisfacer sus necesidades o deseos. En el caso que el cliente o usuario final no se encuentre satisfecho o por ende feliz de adquirir el producto o servicio,

se presentan dos posibilidades: un nuevo intento en la adquisición del producto o el abandono, seguido de la compra directa a la competencia (Shiffman, Kanuk, 2010).

Para evitar lo anterior, las organizaciones, en este caso la universidad, debe proveer valor a los clientes, asegurar su satisfacción, construir confianza entre el cliente y la organización y por último buscar retenerlo. El valor orientado al cliente viene siendo la proporción entre los beneficios percibidos por los usuarios (económicos, funcionales y psicológicos) y los recursos (dinero, tiempo, esfuerzo, psicológicos) utilizados para obtener los bienes deseados (Shiffman, Kanuk, 2010).

La satisfacción del cliente se entiende según Shiffman y Kanuk, (2010) como la percepción que tiene el consumidor individual acerca del desempeño del producto o servicio en relación con sus propias expectativas. Un cliente que tenga una experiencia menor a sus expectativas quedará insatisfecho, mientras que si la experiencia excede sus expectativas quedará muy satisfecho y hasta encantado. El hecho de poder encantar el cliente, es uno de los fundamentos principales del marketing, lo cual significa que sus estrategias deben ser orientadas hacia la atracción en la compra. Un comprador satisfecho, es un cliente leal con sentido de pertenencia hacia la marca (bien o servicio); considerados también, como apóstoles, siendo aquellos que han excedido sus expectativas con el producto y hacen comentarios positivos de persona a persona (Shiffman, Kanuk, 2010).

Sin embargo cuando un cliente no se ve completamente satisfecho, se le puede denominar desertor, adquiriendo una posición neutral que posiblemente los lleva a dejar de consumir el producto. También existen los consumidores terroristas, quienes han tenido una experiencia negativa con el bien o servicio prestado. Adicionalmente los cautivos o rehenes, aquellos retenidos por el producto debido al monopolio o las buenas ofertas que el

bien les puede ofrecer. Finalmente están los mercenarios que aun cuando se ven satisfechos, no presentan ningún tipo de lealtad frente a la marca (Shiffman, Kanuk, 2010).

La construcción de la confianza de parte del cliente se refiere al reto establecido por la institución o la organización para satisfacer al consumidor y generar cohesión entre ambas partes. Adicionalmente la Nielsen's Customized Research Services afirma que la confianza de los consumidores se transfiere efectivamente de persona a persona (también conocido como el voz a voz o *word spread* en inglés), planteándose así una comunicación con base en la recomendación de otro cliente en la cual se genera confiabilidad en el consumidor (78% de la gente confía en esas fuentes). Hoy en día se ha incrementado el interés por las opiniones que la gente publica en internet, especialmente en las redes sociales y blogs; estos anuncios en línea influyen fuertemente la decisión del consumidor (Shiffman, Kanuk, 2010).

Para poder entender al consumidor, es importante retomar la psicología cognitiva que se ha dedicado a trabajar los últimos treinta años en la búsqueda de un mejor entendimiento de los procesos de decisión de los humanos. Los principales avances vienen de los psicólogos Kahneman y Tversky, los cuales a partir de 1979 han formulado y verificado experimentalmente la "Teoría del Prospecto" (Kahneman y Tversky, 1979). Ambos proponen que la apreciación del valor viene dado en manera comparativa, es decir que a nivel perceptivo el ser humano está en grado de identificar variaciones de valor en vez de atribuir un valor absoluto a un producto dado. Un ejemplo de esto es cuando se percibe una variación en el calor pero es difícil identificar la temperatura exacta. Por lo tanto los autores proponen que la evaluación del valor no es absoluta, sino relativa ya que el contexto en el que viene la evaluación o medición es determinada según el resultado, es decir que la valoración viene determinada al comparar las diferentes escogencias.

De acuerdo a esta teoría, el sistema cognitivo está compuesto de dos sistemas de elaboración que van separados pero paralelos, los cuales se conocen como intuición y razonamiento. La intuición está basada en procesos automáticos (no son voluntarios o usualmente conscientes), pueden ser perceptivos y afectivos y generan impresiones acerca de las características de los objetos percibidos y pensados. Mientras que el razonamiento está basado en procesos controlados (cognitivos y racionales) los cuales generan un juicio explícito e intencional (Mardegan, Riva, Pettiti, 2013).

El descubrimiento de diversos sistemas cognitivos ha permitido desarrollar un conocimiento funcional en la gestión de entender al consumidor, debido a que sugiere la existencia de un concepto de valor por cada sistema cognitivo. Para el razonamiento, el valor correspondiente es la utilidad corresponde al valor; mientras que para la intuición el valor se ha definido como una “oportunidad” (*affordance*) (Mardegan et al., 2013). El termino *affordance* (Gibson, 1979) se entiende como una oportunidad de acción dentro de un proceso de percepción de un objeto ecológico rico de valor. Por lo tanto se puede entender como una invitación del ambiente donde el sujeto intuitivamente aprehende a utilizar el objeto.

Teniendo claro este concepto es necesario conceptualizar el término valor. Bosio, Kotler e Keller (2007) refieren a este valor un componente psicológico, los cuales se describen como ideales que guían la vida de cada persona indicando el fin de la actividad humana (Rockeach, 1973). Los valores son representaciones cognitivas de tres tipos diversos de necesidad, primero las necesidades biológicas, las de comunidad de prácticas y las de obligaciones institucionales.

Por último es pertinente mencionar el marketing experiencial donde la marca ya sea una universidad, una empresa o una institución busca atraer al consumidor por medio del

control total de la experimentación percibida de un producto o de un servicio (Mardegan et al., 2013). Este objetivo se obtiene planeando la asociación del producto o el servicio a una o más experiencias diversas con el fin de valorizarlo lo mejor posible (Addis, 2007). Según Schmitt (1999, 2003) para alcanzar estos objetivos se sugiere utilizar diferentes experiencias:

- Sense experiences: experiencias que involucran la percepción sensorial.
- Feel experiences: experiencias que involucran sentimiento y emociones.
- Think experiences: experiencias creativas y cognitivas que estimulan el pensamiento y le hacen vivir sensaciones.
- Act experiences: experiencias que involucran la actividad física.
- Relate experiences: experiencias donde el individuo encuentra diversas realidades, grupos y sujetos.

Esta posibilidad de tener una experiencia directa con el producto conlleva progresivamente al tema de la retención al cliente. La anterior tiene como objetivo entregar a los interesados un valor agregado de forma continua ofreciendo de manera eficaz, lo que la competencia no provee (Mardegan et al., 2013). Concorde a esto, se espera retener clientes satisfechos y con una confianza alta. De acuerdo a Shiffman y Kanuk (2010) las organizaciones deben tener una filosofía corporativa centrada en el valor, la satisfacción y la retención del cliente.

El tema de la retención de estudiantes ha sido investigado extensamente sobre todo en universidades de Canadá y Estados Unidos, con propósitos no solo académicos sino también de recursos financieros y cumplimiento de políticas educativas (Rowley, 2003). La exploración confirma que la calidad del servicio y la satisfacción afectan la retención del

estudiante y también se ha establecido que la relación entre satisfacción y lealtad no es una relación directa. La retención o permanencia de un estudiante en una universidad no implica necesariamente una lealtad auténtica ya que el estudiante pudo haber decidido permanecer en la institución educativa porque no hay otras opciones disponibles que se perciban superiores o porque el programa educativo que le interesa solo existe en la universidad (Arroyo, 2010). Por ende, la medición de lealtad debe ir más allá de observar las tasas de retención (número de estudiantes de nuevo ingreso que se gradúan). También hay que considerar la complejidad de la relación entre satisfacción y lealtad - un incremento en la satisfacción no necesariamente conlleva una mayor lealtad -. En el contexto de la educación superior, esta relación es influenciada por factores adicionales asociados ya sea al perfil del estudiante o a las características de la institución educativa (Arroyo, 2010).

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE/ ESTUDIANTE

Se entiende la satisfacción como un estado mental que se produce por la optimización de la retroalimentación cerebral. Diferentes regiones del cerebro compensan su potencial energético y brindan la sensación de plenitud. Al alcanzar la satisfacción, el funcionamiento mental del ser humano se encuentra en armonía. Un estado positivo de dicho término contribuye a la felicidad, por el contrario la insatisfacción genera sufrimiento (Shiffman, Kanuk, 2010).

La teoría del servicio al cliente está basada en identificar y satisfacer las necesidades del consumidor y sus expectativas con respecto al bien o servicio que desea adquirir (Shiffman y Kanuk, 2010). Una institución educativa debe estar comprometida a entregar altos estándares de calidad en el servicio buscando ganar y/o retener la lealtad del cliente. De

acuerdo a Dick y Basu (1994) la lealtad del cliente es vista como una fortaleza en la relación entre la actitud y los patrones repetitivos de un individuo. La relación es mediada por normas sociales y factores situacionales, antecedentes cognitivos y afectivos al igual que factores relacionados con la motivación, percepción y el comportamiento que contribuyen a la lealtad de un cliente hacia una institución.

De acuerdo a Vergara, Quesada (2011) la calidad en el servicio de un establecimiento educativo se ve reflejada en la conformidad y la satisfacción que experimenta la comunidad académica sobre los diferentes servicios prestados. Un estudio realizado acerca de la imagen y la reputación de la educación superior ha descubierto que estos dos aspectos están directamente ligados con la lealtad del cliente (Nguyen, LeBlanc, 2001). Los resultados muestran que el grado de lealtad tiene una tendencia a ser mayor cuando la percepción de ambos es favorable.

Obtener un alto nivel en los índices de lealtad, requiere una sincronía de la jerarquía organizacional en su totalidad. Esta concordancia se puede identificar en términos de desempeño, utilizando la herramienta “The Baldrige Education Criteria” diseñada en 1990 y adaptada luego a las instituciones educativas sustituyendo la satisfacción del cliente por la satisfacción del estudiante. En el Baldrige National Quality Award Programme (2002) en vez de exponer la calidad del servicio en términos de la satisfacción del estudiante, se discutió y se definió haciendo uso de la analogía del “producto terminado”. Es decir la calidad educativa ofrecida por parte de la institución solo se puede calificar una vez el estudiante se ha graduado (Mohanty, 2008).

Una investigación hecha por Arambewela, Hall (2006) con estudiantes internacionales de post grado midió la satisfacción, la influencia de los valores personales, los procesos de formación y los efectos internos y externos de los entornos de aprendizaje, concluyendo

que las investigaciones hechas previamente acerca de la satisfacción de los estudiantes han sido enfocadas de manera imprecisa, ya que solo se han centrado en los aspectos internos de las universidades (la enseñanza, el aprendizaje y los servicios de apoyo). Sin embargo los autores resaltan la importancia del entorno extra académico universitario, siendo este el ambiente en donde los estudiantes pasan la mayor parte del tiempo y se obtienen los niveles más altos de satisfacción.

En este contexto, la valoración de estos aprendizajes no debe relacionarse solamente con el empleo o la carrera profesional, sino que también deben reconocerse aquellos aprendizajes basados en “actividades de ocio o intereses especiales” (Eurydice, 2001); se trata entonces de valorar “el aprendizaje sin que importe, en teoría, dónde y cómo se ha llevado a cabo, proporcionando visibilidad, valor de mercado y vigencia a los conocimientos, destrezas y competencias alcanzadas, tanto en el lugar de trabajo como de cara a acceder a otros niveles de educación y formación” (Eurydice, 2007).

Mavondo, Tsarenko y Gabbott (2008) presentan un estudio donde se desarrolla un modelo conceptual para evaluar la satisfacción de los estudiantes en las universidades y la probabilidad que estos recomienden sus instituciones a otros pares. Mavondo et al. (2008) conceptualizan la satisfacción de los estudiantes como un mediador entre los recursos proporcionados por la universidad, las capacidades individuales que pueden desarrollar y las recomendaciones finales que pueden entregar. Los recursos que contribuyen a la satisfacción estudiantil se identifican como: la calidad de los profesores, el nivel de aprendizaje, tecnología, librería, servicios estudiantiles y orientación. Al hacer una comparación de las necesidades, se confirma que se necesitan más recursos por parte de la universidad para poder satisfacer a los estudiantes locales, ya que tienen una percepción mayor de los posibles beneficios brindados con respecto a los extranjeros.

Pretuzzellis, D'Uggento, Romanazzi (2006) han escrito un artículo sobre la satisfacción de los estudiantes y la calidad del servicio en las universidades italianas. Los autores a través de entrevistas han descubierto que las universidades en Italia deben concentrar sus esfuerzos en el mejoramiento de la calidad de la metodología/ contenidos académicos y en los servicios que no están relacionados con la enseñanza. Todo esto con el fin de responder a las necesidades del cliente y fomentar una relación más fuerte con el entorno económico y los sistemas productivos.

Como recomendaciones los investigadores sugieren que las universidades en Italia necesitan adoptar una aproximación estratégica centrada en el cliente junto con la aplicación de cuestionarios en diferentes países para obtener una percepción global.

DISEÑO Y REALIZACIÓN DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

Hoy en día, la investigación cualitativa se ha convertido en una herramienta importante para la comprensión y análisis del consumidor. Diferentes técnicas vienen siendo usadas en estos últimos años, de acuerdo a Shiffman y Kanuk (2010) existen dos tipos principales de entrevista en los métodos cualitativos los cuales descubren y arrojan resultados acerca de las motivaciones, percepciones, actitudes y creencias: y son la entrevista en profundidad y los focus groups.

A menudo el tamaño de la muestra es pequeño, por ende los resultados no se pueden generalizar. No obstante este tipo de investigación contribuye a la identificación y mejoramiento de un problema en un producto, ya que incluye preguntas abiertas y de respuesta libre, material visual el cual estimula e impulsa la forma de expresar sus percepciones y sentimientos ampliando el rango de respuesta.

Los grupos de enfoque son también conocidos como grupos de discusión donde se presentan pocos participantes (máximo 10) y un moderador el cual se enfoca en explorar las percepciones de un producto o un servicio. En una sesión se debe incitar a los participantes a discutir acerca de sus reacciones ante las preguntas o conceptos presentados. El entrevistador debe tener habilidades comunicativas que permitan la inclusión de participantes logrando una exploración completa acerca de cada individuo en el grupo.

Muchos investigadores prefieren los grupos de enfoque para trabajar e identificar necesidades, debilidades o percepciones del cliente ya que su interacción es muy dinámica. Puede producir ideas novedosas, generar conocimientos nuevos y aportar un mejor entendimiento a la hora de desarrollar el informe y buscar una solución o recomendación para el producto o servicio. A pesar de su utilidad y buenos resultados se ha determinado que muchas veces los participantes ofrecen respuestas que son socialmente aceptables las cuales no son necesariamente ciertas, igualmente los participantes pueden perder la atención debido a la larga duración de la actividad (2- 3 horas) y esto afectando directamente los resultados de la investigación.

EL ANÁLISIS DE CONTENIDO

El análisis de contenido de las comunicaciones se conoce como un instrumento de investigación aplicable a mensajes de naturaleza muy diferente, es decir difusión de masas, intercambios personales, entrevistas clínicas, materiales estadísticos, observaciones etnológicas o documentos históricos (Bardin, 2002). A priori toda palabra oral, escrita, espontánea o premeditada puede ser sometida a dicho análisis ya sea por un psicólogo, sociólogo o antropólogo.

El análisis del contenido es presentado como una técnica que consiste en perfeccionar las descripciones de contenido que son demasiado aproximativas y/o subjetivas, para poner de manera palpable y objetivamente los estímulos que está experimentando el sujeto (Bardin, 2002).

La técnica se entiende como la identificación y explicación de las representaciones cognoscitivas que otorgan el sentido a todo relato comunicativo. Bajo esta orientación el “emisor” selecciona los datos que se consideran más pertinentes, a su juicio, acerca de dichos objetos de referencia y los hace llegar al receptor por un procedimiento comunicativo. Las expresiones que son usadas por los participantes no tienen que ser obligatoriamente codificadas en forma lingüística, ya que pueden tener una naturaleza diversa, ya sea, prosémica, kinésica o de cualquier otro tipo. Sin embargo en todos los casos presentados las expresiones citadas construyen un relato que está sujeto a una determinada sintaxis y semántica que el “análisis del contenido” podrá identificar (Bardin, 2002).

En este marco, las técnicas que se desarrollan son las únicas eficaces de identificar representaciones que orientan la visión del mundo de cada individuo por lo tanto el análisis desde una base empírica permite catalogar, medir y descubrir el procedimiento mediante el cual cada relato comunicativo se relaciona con dichos objetos de referencia, con las normas y los valores que están vigentes en cada momento de la historia al igual que con la interpretación de cada cultura (Carrion, 2002).

Los métodos cualitativos expuestos anteriormente son la herramienta de análisis y medición del nivel de satisfacción encontrado en el convenio de doble titulación; International Management. Este programa, se caracteriza por las oportunidades de carrera profesional entorno a una red de estudiantes internacionales provenientes de todo el mundo, el proyecto tiene la intención de capacitar a los alumnos en el trabajo organizacional, la industria manufacturera y los servicios, junto con los procesos de internacionalización orientados particularmente a aquellos que deseen operar con una alta responsabilidad social. A nivel formativo el impacto y la eficacia de un período de estudios en el extranjero muestran que los graduados que han cursado un programa de doble titulación desarrollan competencias avanzadas para su carrera profesional.

La ciudad de Piacenza específicamente hospeda un total de 2500 estudiantes, asesorados de 270 profesores y 130 miembros del personal. El convenio establecido por la Universidad de La Sabana y la Universidad Católica del Sacro Cuore a la fecha ha permitido la movilización de 20 estudiantes matriculados en la facultad de ciencias económicas de la US, éstos admitidos al programa con base en el mérito académico y el conocimiento del inglés, tuvieron la oportunidad de completar sus estudios del último año (dos semestres académicos) en la Universidad partner. Gracias al reconocimiento mutuo de créditos, la pasantía o práctica y una tesis supervisada por profesores de ambas universidades, los estudiantes que participan en el doble grado se hacen acreditadores de ambos títulos (pregrado y master).

METODOLOGÍA

Diseño

Aplicación de 2 grupos focales con una duración de 120 min cada uno, 5 y 6 participantes específicamente.

Participantes

11 estudiantes (hombres y mujeres) de la facultad de ciencias económicas y administrativas, Universidad de La Sabana, Chía, Colombia que han cursado el programa de doble titulación en el año 2012/2013, 2013/2014 en la sede de la universidad Cattolica del Sacro Cuore, Piacenza, Italia.

Instrumentos

Guía para la realización de los grupos de discusión.

Procedimiento

Se recopiló una primera información respecto a la cantidad de estudiantes de la Sabana presentes en Piacenza en el año 2013 cursando los periodos académicos 2012/2013 y 2013/2014. Esta información proveniente de la oficina de relaciones internacionales de la UCSC sirvió para entablar el primer contacto con los participantes. Se programaron las fechas de la aplicación en la cual los moderadores se desplazaron de Milán a Piacenza con el fin de llevar a cabo los grupos de discusión con base en la siguiente guía previamente desarrollada:

MOTIVACIONES Y BARRERAS DE LA EXPERIENCIA EN EL EXTRANJERO

“CONVENIO DOBLE TITULACIÓN US/UCSC 2013”

GUIA PARA LA REALIZACIÓN Y CONDUCCIÓN DE LOS GRUPOS DE DISCUSIÓN

Estructura y tiempos para la tipología de la muestra

1	Introducción y presentación	15 min
2	La experiencia universitaria	20 min
3	El valor de la experiencia en el extranjero	20 min
4	La experiencia realizada en UCSC	30 min
5	El programa de doble titulación respecto al mundo laboral	20 min
6	Conclusiones y sugerencias	15 min
		Total 120 min

1. INTRODUCCIÓN Y PRESENTACIÓN 15 MIN

- Presentación del moderador (se enfatiza que el moderador no hace parte del Staff ni de la US ni la UCSC).
- Presentación del argumento y objetivos de la investigación: primeros comentarios sobre la experiencia en el extranjero que se puede desarrollar trámite la US y UCSC, con el fin de recoger la mayor cantidad de opiniones, diferencias en la experiencia, expectativas previas y demás categorías relativas al argumento de investigación.
- Privacidad y análisis de datos: reafirmar a los participantes que el moderador mantiene siempre una posición neutral frente a la dos Universidades, que la información expuesta en el grupo de discusión vendrá manejada de forma anónima, sin encontrar igualmente respuestas correctas o erróneas.
- Presentación de los participantes: nombres, edad, año de frecuencia académica, hobbies e intereses.

2. LA EXPERIENCIA UNIVERSITARIA

20 MIN

- “*Warm up*”; de manera general cada estudiante encuentra:
 - un adjetivo para describirse como estudiante.
 - dos aspectos positivos de la inserción al programa.
 - dos negativos de la inserción al programa.
- Ventajas y desventajas de la experiencia convenio US- UCSC
 - Completar la frase con la primera cosa que se les viene a la cabeza, sin pensarlo mucho:
 - frecuentar la UCSC me hace sentir...
 - no se debe inscribir al programa de doble titulación quién...
- ¿Cuáles son los aspectos que no satisfacen/defectos de la participación en el programa?

3. EL VALOR DE LA EXPERIENCIA EN EL EXTRANJERO

20 MIN

- Primeros comentarios espontáneos: se resaltan las palabras experiencia en el extranjero, se pide nombrar las primeras cosas que se vienen a la mente: adjetivos, sensaciones, emociones, etc.
- Test proyectivo
 - Si tuvieran que contar o narrar la experiencia a otra persona que cosas dirían... y en un marco más específico cuál es su funcionalidad, como está organizado, ventajas, desventajas...
 - Realizamos un juego de asociación:
 - si esta experiencia en el programa se pudiese describir como:
 - un plato/receta/alimento, que cosa podría ser y por qué...

- un deporte/juego cual podría ser y por qué...
- si un estudiante que realiza este programa fuera:
 - un animal, que animal podría ser...
 - un auto, cual sería este...
 - una prenda de vestir...

4. LA EXPERIENCIA REALIZADA EN UCSC

30 MIN

- Factores que han influenciado o estimulado la decisión de partir: ¿cuándo ha surgido la idea de partir? ¿alguna cosa/persona les recomendó vincularse a un programa de este tipo?
- Recolección de información: Una vez que han tenido la idea de partir, ¿dónde han buscado la información pertinente? ¿ha estado fácil encontrarla? ¿qué dificultad encontraron?
- ¿Cuáles fueron las barreas o aspectos negativos que pudieron llegar a frenar la inscripción al programa?
- Una vez en el extranjero (Italia):
 - ¿cómo se ha llevado a cabo la experiencia?
 - Los aspectos positivos: ¿qué cosas les han gustado en general? qué cosa ha funcionado verdaderamente bien gracias a la US? qué cosa ha funcionado verdaderamente bien gracias a la UCSC?
 - Los aspectos negativos: ¿qué cosas no les han gustado en general? qué cosa no ha funcionado bien por culpa de la US? qué cosa no ha funcionado verdaderamente bien por culpa de la UCSC?

- ¿Encontraron alguna organización de estudiantes que les ayudo en el proceso de socialización, facilitación en la inclusión e integración con otros estudiantes?
- ¿Cómo ha sido esa inserción a la cultura italiana?
- Una vez finalizando el programa, tomando la totalidad de la experiencia:
 - recomendarían el programa a otra persona porque...
 - no recomendaría el programa porque...
 - los aspectos que los han dejado más satisfechos son...
 - los aspectos que los han dejado insatisfechos...
 - respecto a las expectativas que tenían antes de tomar el programa, ¿quedan satisfechos? siendo si la respuesta, por cuales aspectos en particular, siendo no la respuesta ¿qué cosa u cosas esperaban que no se han logrado u obtenido?
 - ¿Si pudieran clasificar la calidad de este servicio en una escala de 1 a 5 cuál sería?
- La promoción por parte de la Sabana
 - ¿Les parece que la oficina internacional de la universidad de la Sabana promueve/promociona de manera efectiva el programa?

5. EL PROGRAMA DE DOBLE TITULACION Y EL MUNDO LABORAL 20 MIN

- En este punto hablaremos sobre la utilidad de efectuar este programa y realizar una experiencia en el extranjero relacionado con el perfil y carrera profesional...
- Según los participantes haber cursado este programa en el extranjero... ¿será útil para encontrar trabajo después de graduarse? Sí, no, por qué...

- ¿Por qué es importante esta doble titulación en el mundo laboral?
- ¿Un estudiante con esta experiencia se convierte en un recurso organizacional de mayor demanda? ¿Un colega organizacional más competitivo?
- En el caso que en un proceso de selección organizacional se profundizará sobre la experiencia de trabajo en el extranjero, ¿cuáles creen serían los aspectos resaltados por los entrevistadores?

6. CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS

15 MIN

Pensando en todo aquello que se ha nombrado en el grupo de discusión y si tuvieran la oportunidad de referirle sus comentarios a las universidades en mención, cuáles son los aspectos que definitivamente deben comprender desde el punto de vista del estudiante...

- ¿Qué sugerencias le darían a la universidad de la Sabana para mejorar el proceso antes, durante y después (ej. comunicación de la información)?
- ¿Qué sugerencias le darían a la US/UCSC para mejorar la fase en el extranjero?
- ¿Qué sugerencias le darían a la US para promover/promocionar/ presentar lo mejor posible el programa de doble titulación en la UCSC?

RESULTADOS

2. Experiencia Universitaria	
Preguntas	Respuestas
<i>Warm Up</i>	
Un adjetivo para describirse como estudiante	<ul style="list-style-type: none">• Responsable• Perseverante• Curioso• Organizado/ desorganizado• Tolerante• Abierto al cambio
Dos aspectos positivos de la inserción al programa	<ul style="list-style-type: none">• Libertad de asistir o no asistir a clase• Trabajar en un país extranjero
Dos aspectos negativos de la inserción al programa	<ul style="list-style-type: none">• Desorden con respecto al manejo del tiempo entre el stage y la tesis• Falta de instrucciones• Ausencia de claridad• Bajo nivel en la exigencia académica• Bajo nivel en los procesos de calidad• Desigualdad en las oportunidades de stage
Frecuentar la UCSC me hace sentir...	<ul style="list-style-type: none">• Tener una oportunidad diferente• Experiencia• Posibilidad• Status
No se debe inscribir al programa de doble titulación quien...	<ul style="list-style-type: none">• Una persona que quiera trabajar y estudiar al mismo tiempo
Aspectos que no satisfacen/ defectos del programa	<ul style="list-style-type: none">• El nivel de la exigencia para un master• La gestión de la comunicación de cada universidad como entre ellas• Metodología de estudio mecanicista (aprendizaje memorístico)• Organización burocrática: inscribirse a un examen, registrar y validar la nota• Sobre posición en los horarios de las materias

3. El valor de la experiencia en el extranjero

Preguntas	Respuestas
Primeros comentarios espontáneos referentes a la experiencia en el extranjero	<ul style="list-style-type: none">• Oportunidad• Aprendizaje• Culturas nuevas• Afortunada por el status que tiene• Independencia• Desarrollo personal• Empezar de cero• Experimentar• Conocimiento• Choque cultural

Test proyectivo

Si tuvieran que contar o narrar la experiencia que cosas dirían...	<ul style="list-style-type: none">• Mucho tiempo libre• Adaptación al manejo del tiempo por parte de la universidad, debido a la desorganización de los horarios• Servicio limitado• No generar altas expectativas previas• Poca satisfacción con la calidad del servicio frente a las expectativas iniciales• La ciudad de Piacenza particularmente es una desventaja para estudiantes internacionales (“dispiacenza”)
---	--

Juegos de asociación

Si esta experiencia se pudiese describir como:	
un plato, receta o alimento sería...	<ul style="list-style-type: none">• Salsa agridulce• Plato mixto• Paella• Arroz con verduras
un deporte/ juego sería...	<ul style="list-style-type: none">• Juego individual• Tenis• Juegos de azar• Ruleta• Carrera atlética
Si un estudiante que realiza este programa fuera un/una...	
animal sería...	<ul style="list-style-type: none">• Un animal que tenga mucha fortaleza

	<ul style="list-style-type: none"> • Un animal individualista (gato) • Un camaleón • Un tigre (necesita estar en manada)
carro seria...	<ul style="list-style-type: none"> • Un carro pequeño y económico • Una camioneta • Un jeep 4x4 • Una todo terreno
prenda de vestir seria...	<ul style="list-style-type: none"> • Un abrigo negro • Unas botas • Ropa ligera • Tenis cómodos

4. La experiencia realizada en UCSC

Preguntas	Respuestas
Factores que han estimulado o influenciado la decisión de partir	<ul style="list-style-type: none"> • Opción para avanzar en el tiempo con respecto al programa académico de la Sabana • La opción de la maestría como un plus para la hoja de vida • Enfrentarse solo al mundo • Manejo más amplio de la vida propia • Mayor libertad • Posibilidad de aprender otro idioma
Recolección de información: ¿Una vez que han tenido la idea de partir, donde han buscado la información, ha estado fácil/ difícil encontrarla?	<ul style="list-style-type: none"> • El primer semestre de la universidad me entere del programa por una charla de internacionalización • Página web de la Sabana (incompleta) • Página web de la UCSC (casi toda en italiano) • Dificultad en la entrega de información en la oficina de internacionalización de la U.S.
¿Cuáles fueron las barreras o aspectos negativos que pudieron llegar a frenar el programa?	<ul style="list-style-type: none"> • Situación económica • Incertidumbre frente a la funcionalidad del programa • Clarificación en las fechas por parte de la U.S. para tener acceso a un crédito/ préstamo/ beca

-
- No reconocimiento al mérito académico, prestamos económicos con base al estrato social

Una vez en el extranjero (Italia)

Aspectos positivos

- La familiaridad con los profesores
- La calidad humana del staff de la oficina internacional
- La compañía de otros estudiantes colombianos
- Las instalaciones estéticamente agradables

Aspectos negativos

- La biblioteca desactualizada
- La alimentación solo existe una opción
- La falta de información
- Distribución incomoda de las sillas y mesas de trabajo dentro de las aulas
- Tableros de papel
- El segundo curso de italiano intensivo no se abrió

¿Cómo ha sido la inserción a la cultura italiana?

- Socializar es difícil
- Los compañeros italianos permanecieron en sus grupos sociales preestablecidos
- Sin el apoyo de otros estudiantes colombianos sería muy difícil
- Sin el manejo del idioma es complicado desarrollar una conversación (tanto de parte de los estudiantes de la U.S. con el italiano como de los estudiantes de la UCSC con el inglés)

Una vez finalizado el programa

Recomendarían el programa a otra persona porque...

- El título de master tiene un alto valor
- Permite un crecimiento a nivel personal
-

No recomendaría el programa porque...

- No hay puentes de comunicación entre las universidades
-

- No hay conocimiento del plan académico de parte de la U.S.
- Se termina cumpliendo con un requisito más que disfrutando un servicio
- Desventajas laborales frente al hecho de no tener como pre requisito el italiano y en la práctica laboral es una necesidad

¿Los aspectos que los han dejado más satisfechos son?

- La calidad humana del staff
- Facilitación académica por parte de los profesores
- Empatía y disposición por parte de los profesores

¿Los aspectos que los han dejado más insatisfechos son?

- Insatisfacción en la relación precio vs. calidad y servicio
- La falta de comunicación entre las dos universidades
- Ofrecimiento de un plan académico de parte de la U.S. del cual no tienen un conocimiento total
- El manejo de los tiempos (horarios de clase, stage)
- Escases en los procesos de facilitación en la integración cultural (mínimo contacto con los italianos)
- Inconformidad frente al hecho de recibir correos pidiendo contar la experiencia más enfocada en la publicidad que en el bienestar de los estudiantes
- No se ve justificado el pago de la media matrícula en la U.S.

¿Con respecto a las expectativas que tenían quedan satisfechos?

- No, las expectativas van decreciendo
 - Emoción al llegar y decepción en el proceso
 - Acostumbrarse a procesos mecanicistas
-

	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer las cosas lo más rápido posible para regresar a Colombia • Comparado con otros países, no hay motivación o deseo de continuar un proceso formativo/ laboral en Italia • Pensaron que iban a aprender la lengua italiana
Si pudieran calificar la calidad del servicio de uno a cinco, siendo 1 lo menor y 5 lo mayor	<ul style="list-style-type: none"> • Académico 3 (muchos contenidos repetitivos) • Académico 2 (esperaba recibir más conocimientos específicos) • En cuanto a la comunicación “si pudiera decir 0 seria ese el valor” • 1, porque la comunicación la crean los estudiantes
¿Encontraron alguna organización que les ayudo en el proceso de socialización, facilitación e inclusión con otros estudiantes?	<ul style="list-style-type: none"> • Si, SMINT desarrollan fiestas y actividades extracurriculares • Con respecto a la vivienda todo se hizo tramite con otros colombianos que participaban del programa
¿Es efectiva la promoción por parte de la U.S.?	<ul style="list-style-type: none"> • No, la comunicación hacia los estudiantes es incompleta •

5. El programa de doble titulación y el mundo laboral

Preguntas	Respuestas
¿Cuál es la utilidad de realizar el programa de doble titulación y por qué es importante la doble titulación en el mundo laboral?	<ul style="list-style-type: none"> • El programa representa el primer contacto con el mundo del trabajo • Posibilidad de aplicar los conocimientos • Ampliar la hoja de vida • Obtener el título de una de las universidades más prestigiosas de Europa
¿Un estudiante con esta experiencia se convierte en un recurso organizacional de mayor demanda?	<ul style="list-style-type: none"> • Si, las organizaciones valoran mucho la experiencia internacional • Sí, porque se completa el perfil profesional que se busca hoy en día
¿En el caso de un proceso de selección	<ul style="list-style-type: none"> • Valor sobre la determinación y

organizacional se profundizara sobre la experiencia de trabajo en el extranjero, cuales creen que serían los aspectos resaltados por los entrevistadores?

compromiso, con el desarrollo a nivel de competencias

- Realización de un gran esfuerzo y capacidad de sobresalir a las situaciones frustrantes o estresantes
- Seguramente la experiencia en el extranjero dará puntos sobre la selección

6. Conclusiones y sugerencias

Comentarios	Respuestas
<p>¿Qué sugerencias le daría a la U.S. para mejorar el proceso antes, durante y después?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Invertir en la publicidad del programa • Ampliar el conocimiento sobre el programa por parte de la oficina de internacionalización y la facultad de ciencias económicas y administrativas • Completar la información de la página web • Mejorar tiempos para la entrega de documentos que certifiquen la inserción al programa, con la posibilidad de acceder a un crédito/ préstamo/ beca. • Implementar convenios con entidades financieras • Abrir cursos semestrales de italiano • Mantener contacto con los estudiantes buscando facilitar el proceso • Fortalecer la comunicación entre las dos instituciones • Claridad en el pensum y homologación de materias • Realizar procesos de retroalimentación buscando mejorar la experiencia con próximos estudiantes
<p>¿Qué sugerencias le daría a la UCSC para mejorar el proceso antes, durante y después?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Abrir cursos de italiano conforme a lo establecido • Mejorar el manejo del tiempo entre el stage/ tesis/ horario de materias • Mejorar el seguimiento respecto a la calidad de los “<i>stages</i>” • Fortalecer la comunicación entre las

dos instituciones

- Incrementar las actividades de integración cultural

** Ver resultados a profundidad en Anexo 2*

ANÁLISIS DE RESULTADOS

La posibilidad de realizar el programa de doble titulación, como una experiencia en el extranjero se describe de manera simultánea por los participantes manteniendo siempre presente cuatro dimensiones principales: desarrollo personal, área académica, interculturalidad y proyección laboral.

Desarrollo personal

Al iniciar la discusión se evidencia una actitud positiva, previa a la realización del programa de doble titulación. Describirla como una “oportunidad”, “libertad”, “experiencia”, “posibilidad” junto con una descripción de su rol como estudiante enfocada en la “perseverancia”, “orden”, “tolerancia” y “apertura al cambio”, permite interpretar desde una perspectiva cognitiva que el conjunto de datos e información percibida sobre la funcionalidad del programa, junto con las sensaciones y sentimientos que la experiencia en el extranjero produce en el estudiante desde el área afectiva, funcionan como una orientación que dispone a los estudiantes a actuar de una determinada manera. Es decir, esta interpretación positiva, se operacionaliza en el interés de los estudiantes por llevar a cabo el programa.

En un marco general los estudiantes indiscutiblemente encuentran el desarrollo personal como el principio fundamental de la experiencia en el extranjero. Según los resultados

obtenidos se considera que es una experiencia subjetiva, única y difícilmente descrita con palabras. Esta visión del futuro sobre los procesos de enriquecimiento personal, a su vez se resume en un conjunto de expectativas respecto al programa. Factores expuestos por ellos como independencia, libertad, oportunidad y autonomía, se relacionan directamente con el reto personal de involucrarse en un nuevo proyecto de vida. No obstante, el desarrollo de estas expectativas entra en conflicto con las motivaciones tanto intrínsecas como extrínsecas, en el momento en que inevitablemente realizan la primera balanza costo-beneficio. Por un lado el abandono de todo aquello que previamente han establecido a lo largo de vida y en contraposición todo lo incierto o potencialmente problemático que están por afrontar. Respecto al primer enunciado, se evidencia a lo largo de la discusión la importancia del légame familiar y los amigos, los hobbies y pasiones, el país del origen y su cultura, las comodidades, las hábitos y rutinas establecidas. Seguido de un afrontamiento en la ausencia de esta familia y amigos, prácticamente la necesidad de instaurarse nuevamente y “comenzar de cero”, encontrar nuevas figuras referenciales a las cuales se puede acceder en caso de necesitar ayuda, el involucrarse inicialmente de forma pasiva con la cultura de destino; moda, comida, valores, costumbres, etc. Pasando por las condiciones geográficas, especialmente habituarse al “invierno Europeo”.

Dicho lo anterior, es necesario resaltar que en varias oportunidades los estudiantes hacen alusión al lugar de la maestría como una desventaja en el proceso; “Y en particular hablando ahora de Piacenza tampoco esperar que vienen a una ciudad gigante con muchas opciones para hacer fuera de ir a la universidad porque es una ciudad pequeña” “y vienen pocos extranjeros”, “yo vería el lugar del master como una desventaja, yo hubiera preferido hacerlo en una ciudad más grande como Milán por ejemplo, “si es de escoger es preferible hacerlo en una ciudad más grande”, adicionalmente conceptualizan esta ciudad con el

nombre de “dispiacenza”. Este término según los estudiantes, resulta de la unión de dos palabras Piacenza nombre de la ciudad Italiana y “non piace”; palabras que traducidas al español del italiano resultan en: no me agrada.

Los anteriores comentarios evidencian una transformación en los sentimientos con respecto a las perspectivas iniciales respecto al lugar de destino. Adicionalmente se evidencia concretamente cuando afirman que las “expectativas se ven decreciendo” que en varios momentos “uno se siente decepcionado”. Aún más, en las analogías aplicadas, el involucrarse en este proceso puede asimilarse a una “salsa agridulce; lo dulce por las cosas buenas y lo agrio por las cosas malas”, o “podría ser un plato mixto, hay cosas que te satisfacen y otras que en realidad prefieres dejar de un lado”. En un marco general atribuyen un valor existencial altísimo al hecho de desarrollar una experiencia del género, sienten que salir de la rutina les demanda ser capaces de manejar un “jeep 4x4”, ya que esa “autopista que aluden tener en Colombia, cambia en el momento en que deben encontrar una nueva vivienda, un nuevo abrigo negro que sea capaz de combinar con todo y un par de tenis cómodos, porque tienes que dar muchos pasos” para alcanzar ese enriquecimiento personal anhelado.

Área Académica

Estableciendo previamente los estilos de vida y rutinas propios de los participantes se prosigue una transición en el rol de los alumnos. La investigación incluye su rol de estudiantes con un nuevo foco de moderación con base en la relación cliente- servicio. Pues bien, es necesario resaltar su rol de consumidores respecto a la formación educativa y específicamente el programa de doble titulación como un servicio ofrecido por dos instituciones privadas. Shiffman y Kanuk (2010) se refiere a estos consumidores como

personas con comportamientos de búsqueda, compra, utilización, evaluación y desecho de productos y/o servicios. Esta naturaleza conlleva a los estudiantes a desarrollar la segunda balanza costo-beneficio, esta vez enfocada en la relación calidad-servicio. El Dejar de un lado el contexto universitario y la modalidad de estudio previamente conocida en la Universidad de la Sabana y Colombia específicamente como país de origen, concluye en el encuentro con un nuevo método de estudio. El desconocimiento de los contenidos temáticos, material de estudio y estilos en los docentes. El abandono de los estudios en su lengua materna, para darle paso al inglés y adicionalmente encontrarse en un contexto académico con un tercer idioma (Italiano), del que no tienen enseñanza previo.

Como lo afirma Belanger (2012) las expectativas de servicio de los estudiantes de reciente ingreso se forman primordialmente a partir de la información que proporciona la propia institución y de las interacciones que tiene el estudiante con el personal universitario durante su proceso de admisión. Sin embargo para los estudiantes colombianos resulta fatigoso encontrarse con una cultura organizativa que según ellos no tiene una organización clara; como resultado conforme a la teoría una vez que el estudiante se integra a la universidad, sus expectativas se modifican con las experiencias de servicio repetidas y la información adicional que obtiene del servicio (Boulding et al., 1993). Entre estas expectativas a nivel académico se evidencia una inconformidad respecto a la gestión inicial; “uno espera llegar como estudiante extranjero y que le digan que se debe hacer, cuando lo tienen que hacer más o menos”, “no son claros en el cuándo y cómo, quien nos puede ayudar a qué horas, que es obligatorio y que no”.

A través de las respuestas previas se empiezan a mostrar los primeros síntomas de insatisfacción en los estudiantes, pues bien su percepción negativa acerca del desempeño del producto o servicio, en relación con sus propias expectativas se enfatiza en la falta de

claridad respecto a los procedimientos dentro del programa. En adición, es importante destacar que desde la teoría se resalta que una institución educativa debe estar comprometida a entregar altos estándares de calidad en el servicio buscando ganar y/o retener la lealtad del cliente. No obstante los estudiantes visualizan esta calidad del servicio como una incertidumbre, ya que la definen como un juego de tenis,” en donde tienen que esperar que reciben para ver cómo responder”, en la misma perspectiva se refieren al programa “como un juego al azar, es decir como si estuviste de buenas, si llegaste en un buen momento y si tuviste la oportunidad de tener una buena práctica”, finalizan el discurso con la afirmación que “seguramente es como una ruleta”. Esta relación mediada por normas sociales y factores situacionales, antecedentes cognitivos y afectivos al igual que factores relacionados con la motivación, percepción y el comportamiento, contribuyen a una baja lealtad de los estudiantes hacia las instituciones educativas que les prestan el servicio, ya que finalmente como afirman Nguyen y LeBlanc (2001) la lealtad, requiere una sincronía de la jerarquía organizacional en su totalidad.

En este orden de ideas, objetando la teoría, es importante resaltar que a pesar que el Baldrige National Quality Award Programme (2002) expone la calidad del servicio haciendo uso de la analogía del “producto terminado”, es decir que la calidad educativa ofrecida por parte de la institución solo se puede calificar una vez el estudiante se ha graduado, los estudiantes evalúan la calidad del servicio que se les está prestando aún en el proceso anterior al grado. Evidencian un servicio limitado cuando refieren los siguientes comentarios: “independiente que seas tú la persona que viene y sean ellos quienes te tienen que brindar opciones, no, eres tú quién se debe adaptar a lo que ellos te den”. Adicionalmente por medio de las analogías expuestas en el grupo de discusión, se recrean como “un camaleón, que pueda cambiar y adaptarse fácil a cada situación”, o materializarse

como una camioneta ya que el programa se evidencia como el paso a través de una “trocha”, un camino en el que a su vez resulta funcional vestir un par de botas.

Dentro de la vida académica que afrontan los estudiantes, es importar nombrar los recursos que contribuyen a la satisfacción estudiantil, según Mavondo et al. (2008) estos se identifican como: la calidad de los profesores, el nivel de aprendizaje, tecnología, librería, servicios estudiantiles y orientación.

Tomando como referencia el primer aspecto nombrado los estudiantes a lo largo del discurso destacan de manera positiva la calidad humana de los profesores sus comentarios se resumen de la siguiente manera: “Con los profesores bien, en general todos son muy amables”, “si muy amables y como que entienden nuestra situación”, “cualquier cosa que tú necesitas ellos están dispuestos a colaborar”. Estas respuestas demuestran una sensación de plenitud en la cual los estudiantes alcanzan cierto grado de satisfacción, que los conlleva a un estado de armonía. Como afirman Shiffman y Kanuk, (2010) este estado positivo contribuye a la felicidad del cliente.

Retomando el segundo aspecto, el nivel de aprendizaje se evidencia como un servicio general del cuál no reciben un valor agregado; afirmando que la exigencia académica es baja: “a mí me parece que para ser un máster no son exigentes” dándole una puntuación de 3 puntos (escala 1-5; puntaje promedio) “porque creen que hay muchos contenidos repetitivos” y “esperaban llegar acá (UCSC) y recibir más conocimientos específicos”.

El tercer punto (tecnología) se evidencia en la discusión más como el uso de los recursos tecnológicos por parte de las universidades para transmitir la información sobre el programa ; “yo creo que la información si está pero nosotros nunca aprendimos a utilizarla, estoy hablando de la página de la UCSC, en La Sabana no hay información en realidad del contenido del convenio, más allá del resumen general”, “si hablamos del primer contacto,

no me pareció tan fácil, ya que en la de La Sabana no hay nada y en la de UCSC primero que todo está en italiano y pues uno no domina el idioma tan fácil, no hay versión en inglés”, “ a mí me hubiese gustado poder haber visto las clases que íbamos a ver, de pronto no los horarios porque claro puede depender de muchos factores pero si un marco general del semestre en que se toma cada materia, como estaban divididos los contenidos temáticos, es decir se supone que es un convenio ya establecido, no es que precisamente nosotros tengamos la posibilidad de escoger entonces no entiendo porque no puede existir esta información previamente”. Las anteriores intervenciones se evidencian como una desventaja directa del programa de doble titulación, no solo por las expresiones que son usadas por los participantes de forma lingüística, sino por la codificación del tipo proxémico y kinésico encontrado en sus gestos y tonos de voz (rabia, impotencia, decepción).

El cuarto aspecto se evidencia en el siguiente comentario “la biblioteca es muy mala, porque uno le dicen que el libro es muy viejo y desactualizado y la mayoría tampoco es que los traigan de Milán”. se nombran también las facilidades en los servicios estudiantiles dentro de los cuales se pueden reconocer las instalaciones; las cuales se describen como estéticamente agradables, no obstante , afirman que la alimentación solo existe una opción; “por ejemplo no es tan fácil para mí que soy vegetariana y además alrededor del campus, que es solo uno de hecho, no se encuentran opciones, entonces terminas esperando hasta llegar a la casa”, por otro lado; “las aulas no son cómodas, es una mesa larga en la que se sientan más o menos 8 personas, si quieres pararte al baño tienes más o menos que incomodar a todos para poder salir”, “me sorprende que el tablero es de papel” “yo no entendí hay un tablero acrílico porque si lo tienen pero ponen la tela del video beam encima, es decir nunca se puede utilizar y entonces el profesor termina escribiendo en un

papel de 2 x 2 que los que están atrás no pueden ver nada por la misma organización del salón”.

Los anteriores aspectos enfocados en el espacio físico se complementan con los servicios ofrecidos directamente relacionados con la metodología de estudio, por una parte los estudiantes encuentran positivo “el tener la libertad diferente que en Colombia, de tomar clases no asistidas sin necesidad de perder la materia” Este aspecto se evidencia como una oportunidad que entendida desde Gibson (1979) se evidencia como una oportunidad de acción dentro de un proceso de percepción de un objeto ecológico rico de valor, que les permite tener la libertad de utilizar su tiempo de diferentes maneras. Por otro lado encuentran una inconformidad con el método de evaluación, puntualmente la cantidad de procesos que denominan “burocráticos” en el momento de presentar un examen; seguido de un sentimiento de desilusión con el hecho de no poder expandir sus conocimientos y competencias respecto a un tercer idioma ya que finalmente como afirman; “el segundo curso de italiano intensivo no se abrió”. Con respecto a la teoría, este estudio reafirma la idea de Shiffman, Kanuk (2010) quienes afirman que un cliente que tenga una experiencia menor a sus expectativas quedará insatisfecho.

Finalmente dentro de estos servicios estudiantiles y en conjunto con la orientación se debe retomar un aspecto positivo nombrado en el grupo de discusión; este se conoce como el programa de “*stage & placement*” los estudiantes visualizan como un aspecto positivo el hecho de “poder trabajar en otra empresa, en un país extranjero”, afirman que es un programa promocionado de manera efectiva por la Cattolica ; “de hecho como tres veces la misma conferencia, en donde explican, como se debe hacer el currículo y organizar toda la información, para luego descargarla en la página de “*stage & placement*”. Lo anterior se relaciona con el análisis de la medición del retorno de la inversión en formación propuesta

por Phillips (1998) en donde los estudiante encuentran la posibilidad de calcular el rendimiento del programas más allá de la formación, reconociendo igualmente que este servicio de “*stage & placement*” afecta de manera positiva su desarrollo global dentro de las organizaciones. No obstante cierran el argumento exponiendo un aspecto negativo enfocado en la organización del programa, resaltando que “por el mismo desorden (sobre posición de los horarios: materias/tesis/stage) es que todos no tuvimos (colectivo de estudiantes colombianos) la misma por decirlo así oportunidad, encontrando prácticas de un bajo nivel”.

Las cinco categorías expuestas, bajo las cuales es posible evidenciar el nivel de satisfacción invitan a los estudiantes a hacer una reflexión de sus propios sentimientos por medio de la proyección en otros; cuando se les pide dentro de un marco general describir la experiencia a alguien más; afirman: “Yo les diría que no esperen tanto y que no se hagan muchas expectativas” junto con “yo esperaba más”. Este bajo nivel de satisfacción evidenciado con base a la calidad del servicio respecto a las expectativas iniciales conlleva a los estudiante a encontrar en vez de una experiencia de valor en el programa de doble titulación, una experiencia funcional en el servicio la cual se simplifica solo utilidad y esa oportunidad que se transforma en términos instrumentales; “ya estás como haciendo las cosas que tienes (procesos mecanicistas) que hacer para devolvete a Colombia y tener el título”.

Adicionalmente es necesario nombrar en la investigación el precio como un factor relevante en la balanza costo-beneficio evidenciado por los estudiantes en la inserción al programa. Pues bien, consideran que “respecto al precio de un master en Colombia el precio está bien” sin embargo los tiene inconformes “el hecho que nos cobren en la sabana por hacer nada”, el término “nada”, lo explican a profundidad con los siguientes

comentarios: “tenemos que pagar media matrícula en la Sabana, y la verdad por un servicio que yo aún no termino de entender, es decir cuál es la función de ellos allá si en realidad no están ni siquiera informados de nuestro proceso acá”, “si no es que yo pueda decir La Sabana me está cobrando porque es que me están llamando, porque me dan estas opciones, porque nos tienen esto, nos proporcionan lo otro”, “no se justifica el pago de allá“. En adición, retoman el pago en general argumentando que “en comparación con los europeos nosotros pagamos mucho”, “muchísimo teniendo en cuenta que un programa como el nuestro, hablando con los erasmus cuesta aproximadamente 1000 euros para ellos, es decir casi 5 veces menos de lo que nosotros pagamos”, por estas razones “el precio tampoco es que sea el más justo”.

Esta relación calidad del servicio-precio se ratifica en la analogía del carro cuando afirman que un estudiante debería ser o tener “un carro que se pueda pagar económico, pequeño, teniendo en cuenta que es un proceso costoso”. Continuando con la importancia de la “situación económica” que atribuye esta categoría de precio, los participantes dicen: “yo no quiero hacerle gastar a mi papá tanta plata sin saber si, si sirva, si no”, “si, digamos preguntando en la universidad y pidiendo ayuda en ese tema pues no me pareció que apoyaran, ni siquiera esperando apoyo de ellos directamente pero si como una guía para que otros entes en Colombia lo hicieran”, “hubiese sido importante la clarificar en las fechas para poder tener acceso tal vez a un Colfuturo, (entidad prestadora de recursos económicos para estudiantes en Colombia) en realidad la información y los papeles son muy desorganizados”, “yo averigüe por mi parte pero no hay nada en la Sabana, aún si tienes mérito académico en realidad tienes que ser como estrato 3 para que tengas la opción”, “yo me acuerdo la reunión que tuvimos fue en Diciembre y pues uno planeaba venirse en Febrero entonces por más de que corras no vas a tener acceso a ningún préstamo

que requieren más o menos 6 meses”. Concluyen con la idea central en la que finalmente “si ellos (La Sabana) estuvieran más informados de los procesos acá, sabrían que decirles a los estudiantes que quieren venir, pues porque al final del día ellos están ofreciendo un plan académico”.

Para concluir este análisis respecto a la satisfacción encontrada en relación al área académica resulta fundamental explicarlo desde la teoría de Becker a partir del cual el capital humano percibido por los estudiantes, como el conjunto de sus capacidades productivas adquirido por la acumulación de conocimientos, se visualiza como una inversión, la cual puede estar siendo evaluada por la diferencia entre los gastos de la educación (matrículas, material de estudio, tutores, etc.) y los costos de producción (futuro salario laboral) (Becker, 1993).

Interculturalidad

La investigación hecha por Arambewela, Hall (2006) aclara la importancia que las universidades deben prestar especial atención no solo a los ambientes internos como la enseñanza, el aprendizaje y los servicios de apoyo sino también a los aspectos extra académicos como: la socialización, las relaciones interpersonales con colegas de trabajo y pares de estudio, al igual que la información y prestación de ambientes sanos para la recreación de los estudiantes. Sin embargo los alumnos de la Sabana mencionan que hay “escases en los procesos de facilitación en la interacción cultural” ya que no han sido introducidos correctamente ni se han preocupado por generar canales de “networking” con las personas que se relacionan a diario.

Lo anterior ha causado que los alumnos se sientan diferentes y marginados teniendo que acudir al grupo de colombianos, limitando así sus opciones de hacer nuevas amistades o

relaciones. Una niña menciona que todos son muy amables “pero siempre serás la persona extranjera”. Esto implica que no se han abierto canales de comunicación entre el estudiante y las personas con quienes debe interactuar siendo la UCSC el puente de comunicación.

Por otro lado los estudiantes han percibido como positivo “SMINT”, una organización estudiantil de la UCSC con sede en Piacenza, creada con el fin de integrar estudiantes extranjeros a través de fiestas, eventos culturales y deportivos. No obstante los estudiantes indican que existe poco contacto con las personas de la Universidad y que “la cultura italiana es cercana a la nuestra pero en realidad los italianos son un poco cerrados ósea te tratan bien pero no es que estén dispuestos a acogerte”.

En cuanto a la búsqueda de vivienda fue difícil para los estudiantes de doble titulación. Sintieron que hubo carencia de soporte de parte de la UCSC, por lo tanto tuvieron que recurrir a los colombianos, que ya estaban culminando su proceso académico. Entre ellos se desarrolló una red de apoyo que permitió la transferencia de conocimientos acerca de las cosas que se deben tener en cuenta en Piacenza. Respecto a lo anterior vale la pena resaltar el momento cuando se les pregunto a los participantes acerca de: “si esta experiencia fuera un deporte o un juego cual sería...” y uno de ellos respondió “una carrera atlética de pasar el testimonio porque finalmente el tener colombianos que ya habían hecho este proceso nos ayudó un poco a conocer mejor cómo funcionaban las cosas, es como si ellos nos hubiesen pasado la batuta”. Igualmente cuando se les pregunto a cuál animal se asemeja esta experiencia, uno de los participantes contesto “a un tigre, porque necesita tener fuerza y porque también necesita estar en manada”.

La información anterior indica la importancia del cuidado de los ambientes extra académicos, ya que son aquellos donde los participantes del programa de doble titulación ocupan la mayoría del tiempo.

Proyección laboral

En cuanto a la proyección laboral, los estudiantes han hablado de manera positiva ya que el hecho de hacer el programa de doble titulación y además aprender otro idioma “es un plus para la hoja de vida” que abre caminos en el mundo laboral, esto según Gibson (1979) podría ser visto como un “*affordance*” o una oportunidad de acción que brinda la UCSC dentro del proceso de percepción del estudiante, entendiéndose también como una invitación al alumno para aprovechar y sujetar estas oportunidades para su futuro. En relación con la hoja de vida es importante mencionar el valor que se le puede dar a ésta cuando se menciona que el sujeto ha asistido a una de las 500 universidades más importantes de Europa (QS World University Rankings, 2013). La realización del programa distingue al estudiante, abriéndole puertas individuales y ampliando sus canales de “networking” educativo, el cual hoy en día se conoce como una de las herramientas más importantes a la hora de facilitación e intercambio del conocimiento.

Gary Becker (1993), con su teoría define ciertos atributos que tiene el ser humano que no solo se relacionan con lo académico, sino también con la capacidad que tiene una persona de poder producir un amplio rango de habilidades, potencializando el desarrollo de los procesos mentales superiores, para desarrollar eficazmente estrategias que puedan producir ingresos o bienestar. Por lo tanto los estudiantes de la US a través de su experiencia en la UCSC han desarrollado habilidades que les permitirán desenvolverse mejor en su vida laboral futura, al igual que en su vida personal, ya que han tenido vivencias donde han sobrepasado obstáculos relacionados con dinero, búsqueda de trabajo, pago de bienes o servicios entre otras responsabilidades, convirtiéndolos así en profesionales y personas con mayor facilidad de interacción en diferentes ambientes.

Es significativo mencionar a O'Neill (2007) quien habla del proceso de aprendizaje y cómo las emociones, sentimientos y la imaginación están involucrados en él; lo que implica que la frustración, decepción, tristezas o alegrías que hayan podido tener los estudiantes dentro de su estadía en Piacenza, ha concedido un aprendizaje para ellos que les permitirá desarrollar estrategias para afrontar problemas en otras ocasiones de sus vidas. Igualmente, los participantes del programa de doble titulación, han tenido la oportunidad de participar en un esquema que les ha proporcionado un valor psicológico (Bosio, Kotler e Keller, 2007), el cual se convierte en ideales que guían la vida de cada persona indicando el fin de la actividad humana (Rockeach, 1973), es decir que la experiencia obtenida de alguna manera entrega pautas para futuras experiencias de desarrollo personal y proyección profesional.

Vale la pena destacar la importancia de hacer el "stage" en el exterior ya que se convierte en una ventana para los alumnos hacia el mundo, donde pueden hacer práctica de los conocimientos adquiridos durante su carrera, al igual que romper barreras de lenguaje, desarrollando sus habilidades y aptitudes en un ambiente extranjero, permitiendo desempeñarse en una cultura distinta a la de ellos, desarrollando nuevas destrezas y comprendiendo nuevos modelos y nuevas metodologías de procedencia. Igualmente el "stage" permite una interacción directa con personas extranjeras (jefes, pares, clientes, proveedores, etc.). Ampliando así, sus capacidades para tener una comunicación asertiva verbal y no verbal, para desplegar habilidades de trabajo en equipos multiculturales y sobre todo para dar pautas sobre valores y responsabilidades que debe asumir un profesional en un ambiente de trabajo extranjero o local, manteniendo siempre la ética y la profesionalidad. Lo mencionado anteriormente será más adelante una herramienta clave en sus currículos al igual que una apertura a la facilitación y flexibilidad de pensamiento.

El beneficio mutuo para las organizaciones y para los estudiantes es muy valioso, por su parte las empresas están siempre atentas a lo que ocurre en la sociedad y el hecho de tener un estudiante extranjero les aporta un valor, representado en la apertura hacia una cultura organizacional basada en el intercambio de conocimiento; mientras que para el estudiante haber hecho una experiencia en el exterior permite un comienzo en su vida profesional enfocado en la diversidad, la tolerancia intercultural, convirtiéndose en una herramienta clave para trabajar en cualquier tipo de ambiente relacionado con su campo de acción. El hecho de tener un máster, los hace candidatos ideales para trabajar en numerosas empresas, donde es un requisito tener un título de ese grado para poder participar en un proceso de selección.

A pesar que uno de los estudiantes menciona que no se sintió motivado por parte de sus profesores o la facultad para tener una experiencia en el exterior, se ratifica el hecho que para los alumnos es un valor agregado a sus currículos, ya que no solo servirá para el desarrollo de habilidades y aptitudes en la vida personal pero sobre todo para la vida profesional.

Por último se debe contrastar lo anterior con la teoría de Baldrige National Quality Award Programme (2002), la cual señala que la calidad del servicio en términos de la satisfacción del estudiante, se define haciendo uso de la analogía del “producto terminado”. Lo que esto indica es que la calidad educativa ofrecida por parte de la institución se podrá calificar una vez el estudiante se ha graduado (Mohanty, 2008) y este haya obtenido resultados exitosos en su vida profesional dando aportes significativos en cualquiera que sea el campo en que éste se desempeñe. Se podría deducir que, si el cliente de la UCSC tiene un éxito profesional entonces este podría retribuirlo en parte a la institución educativa que ha decidido asistir, generando así lealtad y agradecimiento hacia la universidad. Dick y

Basu en 1994 mencionan que la lealtad del cliente es vista como una fortaleza, en la relación entre la actitud y los patrones repetitivos de un individuo. Por lo tanto si el cliente obtiene resultados positivos en su vida laboral va a desencadenar factores positivos relacionados con la motivación y las emociones lo cual cambiaría la percepción que se tiene de la UCSC.

CONCLUSIONES

El nivel de satisfacción de los estudiantes periodos académicos 2012/2013, 2013/2014 respecto a la calidad del servicio prestado en el programa de doble titulación International Management, convenio Universidad Sabana, Colombia /Universidad Cattolica del Sacro Cuore, Italia, es bajo.

Este nivel de insatisfacción se evidencia en un no cumplimiento de las expectativas, transformación de la motivaciones que resultan en percepciones negativas por parte de los estudiantes que realizan el programa.

Dentro los estándares de la calidad del servicio en la formación académica secundaria con respecto al nivel de satisfacción, el grupo de discusión resulto efectivo para definir cuatro categorías de análisis principales: desarrollo personal, área académica, interculturalidad y proyección laboral.

En un marco general acorde con la “Teoría del Prospecto” (Kahneman y Tversky, 1979) los estudiantes respecto al área académica presentan un nivel de satisfacción bajo, resaltando solo el título a futuro que este les ofrece. Sin embargo como afirman los autores la apreciación del valor viene dada en manera comparativa, en este caso los estudiantes teniendo en cuenta el contexto de la experiencia atribuyen una nueva valoración que viene determinada al comparar sus escogencias, es decir mejoran el nivel de satisfacción

considerando el desarrollo a nivel personal y laboral que les permite el programa de doble titulación, reagrupando estas tres dimensiones como una categoría única de experiencia en el extranjero.

Es claro que esta interpretación de la experiencia de los estudiantes se da en los dos tipos de procesos cognitivos; los automáticos que se relacionan con lo perceptivo y afectivo y los racionales que se encargan de emitir juicios. La suma de estos dos procesos, se evidencia como un sentimiento de inconformidad que genera malestar e impotencia en los estudiantes. Igualmente remite al sujeto a sus representaciones de experiencias previas que han sido satisfactorias y por lo tanto al momento de hacer una asociación entre las dos vivencias le asignan un valor menor a aquella que no los ha satisfecho (en este caso académica).

A partir de la revisión teórica y la cifras actualizadas, se puede afirmar que la UCSC es una prestigiosa y reconocida institución en Europa y por lo tanto en Italia, sus programas para extranjeros cada vez aumentan en cuanto al número de participantes, sin embargo con la muestra que se ha trabajado, y acorde a la teoría de Rowley (2003) -en donde se evidencia que la retención o permanencia de un estudiante en una universidad no implica necesariamente una lealtad auténtica ya que el estudiante pudo haber decidido permanecer en la institución educativa porque no hay otras opciones disponibles que se perciban superiores o porque el programa educativo que le interesa solo existe en la universidad- queda demostrado que el programa específico pactado entre la universidad italiana y colombiana no está satisfaciendo a sus clientes; infiriendo que no existe lealtad de parte de los estudiantes y su nivel de pertenecía frente a la UCSC es muy bajo o nulo.

De la misma forma se evidencia que dentro de los procesos organizacionales de la universidad hace falta construir confianza con los participantes, con el fin de poder retener

al cliente. Esta ausencia, se convierte en una amenaza para la UCSC cuando el cliente no satisfecho puede convertirse en un consumidor terrorista o desertor el cual con un mensaje negativo puede generar daño a la institución, mencionando las debilidades del convenio dentro del grupo social que lo rodea.

Acorde a la teoría de Schmitt (1999, 2003) se podría decir que a la UCSC le faltó crear y diseñar prácticas innovadoras para los jóvenes estudiantes de la Sabana con el fin de generar experiencias perceptivas, sensoriales, emotivas, que estimulen el pensamiento, con la posibilidad de acceder a actividades de integración cultural, donde el individuo pueda interactuar de manera más efectiva con diversos grupos y sujetos. Todo esto con el fin de formar un estado mental en el que el cliente sienta una sensación de plenitud.

Con base a lo expuesto, el grado de satisfacción del cliente obtenido en la investigación, lleva a determinar que existe una alta probabilidad que no haya fidelidad ni encantamiento con el servicio, a partir de los bajos estándares de calidad percibidos. Sin embargo, los hallazgos encontrados en la presente exploración, indican que existen muchas formas de mejorar la calidad del servicio prestado, para los alumnos de la Sabana que vienen a completar sus estudios en Italia, teniendo en cuenta que el objetivo de cualquier organización no es solo lograr la satisfacción del cliente, sino que los niveles de satisfacción superen las expectativas previas, con la finalidad de lograr excelentes relaciones comerciales, una alta recordación de la marca y permanencia en el tiempo.

RECOMENDACIONES

Es evidente que se necesita una actualización del convenio y acuerdos a fin de homogenizar la clasificación y terminologías como paso previo a la regulación de la oferta académica. A su vez, por ser un servicio prestado simultáneamente por dos instituciones resulta de carácter fundamental establecer un alineamiento en la comunicación con el fin de llamar la atención o el interés de potenciales clientes, frente a su inserción al programa.

Mejorar los canales de comunicación entre la UCSC y la Universidad de la Sabana, clarificando cada uno de los procesos que se llevan a cabo entre las universidades.

Realizar una presentación del Staff (oficina de relaciones internacionales/facultad) de las dos instituciones con el fin de facilitar la interacción de ambos equipos de trabajo.

Indicar a los estudiantes el contenido del programa a cursar y los beneficios y acompañamientos específicos que está brindando cada institución en el proceso, evitando futuros bajos niveles de insatisfacción.

Dedicar un mayor empeño al seguimiento de los estudiantes colombianos en cada uno de sus procesos antes, durante y después de su estadía en Italia.

Hacer encuestas y/o entrevistas indagando las percepciones, expectativas y motivaciones; antes, durante y después del programa, para detectar, interpretar y corregir errores que se puedan presentar.

Adoptar una aproximación estratégica centrada en el servicio al cliente.

Liderar actividades por parte de la Sabana que permitan motivar a los estudiantes hacer parte del convenio, fortaleciendo la UCSC como marca.

Ser empáticos con cada cliente, adaptándose a sus niveles de comunicación y a su estilo, para crear vínculos con él y crear una relación sencilla y productiva.

Mejorar los procesos de “*networking*” y “*social networks*”, buscando activar la marca, por medio de información actualizada, acceso a comentarios y preguntas acerca del convenio.

Hacer un “*follow up*” manteniendo contacto con los estudiantes una vez haya regresado a Colombia.

Buscar realizar un convenio con alguna organizacional que pueda contribuir al proceso de formación del estudiante de manera económica sea por medio de un crédito/préstamo/beca.

LIMITACIONES

La pequeña cantidad de la muestra en los grupos de discusión (5 y 6 participantes) que se llevaron a cabo. Sin embargo hay que reconocer también que corresponde al cincuenta por ciento más uno, sobre la totalidad de los veinte participantes que han sido partes del convenio.

Una limitación clara que se evidencia en este tipo de estudios es que sólo se está evaluando la percepción de los estudiantes, pues a través de ellos se conocen las percepciones de interés general, sin embargo sería pertinente ampliar la muestra, reconociendo también las percepciones por parte del staff de ambas universidades.

En un futuro se podría realizar el mismo estudio en otras facultades; como la de psicología con la cual también existe un convenio de doble titulación, buscando contrastar las percepciones de los estudiantes, contribuyendo al estudio desde otra perspectiva.

REFERENCIAS

- Arambewela, R. y Hall, J. (2006). *A comparative analysis of international education satisfaction using SERVQUAL*. *Journal of Services Research*, 6(1), 141-163.
- Addis, M (2007). *Il marketing esperienziale per il manager*, Milano: Pearson Education Italia.
- Arroyo, M. (2010) *La imagen institucional como determinante de las expectativas de servicio y la lealtad en el sector de educación superior privada*. Recuperado el 30 de noviembre de 2013 de:
<http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/anteriores/xv/docs/14.pdf>
- Bardin, L (2002) *Análisis del contenido*, 3ª edición, Ediciones Akal, S.A. Madrid, España
- Becker, G (1993) *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education*.
- Belanger, C., Mount, J. y Wilson, M. (2002). *Institutional image an retention*. *Education and Management*, 8 (3), pp. 217-230.
- Bosio, A (2006), *Esplorare il cambiamento sociale: studi in onore di Gabriele Calvi*. Milano: Franco Angeli.
- Boulding, W., Kalra, A., Staelin, R. y Zeithaml, V. (1993). *A dynamic process model of service quality: from expectations to behavioral intentions*. *Journal of Marketing Research*, 30 (1), 7-27.
- Brinkerhoff, R (2006). *Telling Training's Story: Evaluation Made Simple, Credible, and Effective*. San Francisco, CA: Berret-Koehler Publishers, Inc.
- Carrion, A (2002) *Análisis del contenido*, 3ª edición, Ediciones Akal, S.A. Madrid, España.

- Cüel F.- Le Poulthier F. (1999), *Evaluation de la formation dans le organisations: apport d'une ingegneria psychosociale*, risorsa uomo. Rivista de psicologia del Lavoro e dell'organizzazione., VI, 3-4, PP 307-332.
- Dick, A.- Basu, K. (1994) *Customer loyalty: Toward an integrated conceptual framework* Journal of Academy of Marketing Science, Vol. 22, n.º.2, pp. 99-113.
- EURYDICE-CEDEFOP (2001): *Iniciativas nacionales para promover el aprendizaje a lo largo de la vida en Europa*. Madrid, CIDE-MECD.
- EURYDICE (2007): *La educación no profesional de adultos en Europa*. Documento recuperado el 2 de Enero de:
http://eacea.ec.europa.eu/ressources/eurydice/pdf/0_integral/083ES.pdf
- Gibson, J. J. (1979), *The ecological approach to visual perception*, Hillsdale, NJ, Erlbaum
- Kahneman D. Tversky A (1979). *Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk*, *Econometrica*, pág 263-291.
- Kirkpatrick D. (1967), *Evaluation of training*, in Craig L.-Bittel L. (eds.), *training and development handbook*, McGraw-Hill, New York, pp.301-319.
- Hamblin, A (1974). *Evaluation and control training*. London, England: McGraw-Hill
- Kotler P., Keller, K.L. (2007) *Il marketing del nuovo millennio*. Milano: Pearson Italia.
- Mardegan, P., Riva, G., Pettiti, M. (2013) *Mobile Marketing: La pubblicita in tasca*. Logo Fausto Lupetti Editore – Prima edizione elettronica. Bologna, Italia.
- Nguyen, N., LeBlanc, G. (2001) "*Image and reputation of higher education institutions in students' retention decisions*", *International Journal of Educational Management*, Vol. 15 Iss: 6, pp.303 – 311
- Mavondo, F., Tsarenko, Y., Gabbott, M. (2008). *International and Local Student Satisfaction: Resources and Capabilities Perspective*. Recuperado el 27 de diciembre de

2013 de:

http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1300/J050v14n01_03?journalCode=wmhe20#.UuPtDdK0rMw

Mohanty, R (2008). *Quality management practices*. Excel Books India. Recuperado el 16 de diciembre de 2013 de:

<http://books.google.com.co/books?id=ob2CkTfxF6QC&pg=PA531&dq=Student+as+Customer:+Factors+Affecting+Satisfaction+and+Assessments+of+Institutional+Quality&hl=it&sa=X&ei=Q0WRUrv0A42qhQeH8YCQCg&ved=0CFsQ6AEwBw#v=onepage&q=Student%20as%20Customer%3A%20Factors%20Affecting%20Satisfaction%20and%20Assessments%20of%20Institutional%20Quality&f=false>.

O'Neill, M.B (2007). *Executive Coaching with Backbone and Heart: A Systems approach to Engaging Leaders with Their Challenges (2nd ed)*. John Wiley & Sons, Inc.

Phillips, J (1998). *A New Vision for Human Resources: Defining the Human Resources Function by Its Results*. Menlo Park: Crisp Publications Inc

Pretuzzellis, D'Uggento, Romanazzi (2006) Student Satisfaction and quality of service in Italian universities. Recuperado el 16 de diciembre de 2013 de:

[http://books.google.it/books?id=q342oyy9ICAC&pg=PT9&dq=Design/methodology/approach+%E2%80%93+The+case+of+the+University+of+Bari+has+been+analysed+by+interviewing+a+random+\(but+well+stratified\)+sample+of+students+in+order&hl=it&sa=X&ei=mL2bUoHwHNCshQek4oH4BA&ved=0CDUQ6AEwAA#v=onepage&q&f=true](http://books.google.it/books?id=q342oyy9ICAC&pg=PT9&dq=Design/methodology/approach+%E2%80%93+The+case+of+the+University+of+Bari+has+been+analysed+by+interviewing+a+random+(but+well+stratified)+sample+of+students+in+order&hl=it&sa=X&ei=mL2bUoHwHNCshQek4oH4BA&ved=0CDUQ6AEwAA#v=onepage&q&f=true)

QS World University Rankings, 2012-2013, recuperado el 3 de Enero de 2014 de

<http://www.topuniversities.com/city-rankings/2013>.

Rokeach, M (1973). *The Nature of Human Values*. New York: The Free Press

- Rowley, J. (2003). Retention: rhetoric or realistic agendas for the future of higher education. *The International Journal of Educational Management*, 17 (6/7), 248-253.
- Schiffman, L., y Kanuk, L (2010) *Comportamiento del Consumidor*, Pearson educación. Mexico.
- Schmitt B. (1999). *Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, Relate*. New York: The Free Press.
- Schmitt B. (2003). *Customer Experience Management: A Revolutionary Approach to Connecting with Your Customers*. New York; John Wiley & Sons.
- UCSC Newsletter November – December 2013. Recuperado el 29 de noviembre de 2013 de:
http://www.ucscinternational.it/news/index.php?option=com_content&view=article&id=289:breaking-news&catid=69:edition-30-november-2013&Itemid=65
- 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*. *REDIE. Revista Electrónica de Investigación Educativa*, Sin mes, 108- 122. Recuperado el 26 de noviembre de 2013.

ANEXOS

1. Consentimiento informado

Universidad Cattolica del Sacro Cuore

Presentación

Somos estudiantes de psicología. Con esta encuesta, pretendemos hacer una investigación para comprobar el nivel de satisfacción de los estudiantes de la Universidad de la Sabana, que están haciendo el programa de doble titulación con la Universidad Cattolica del Sacro Cuore.

Participante:

Yo doy mi libre consentimiento para participar en la siguiente investigación relacionada con la satisfacción del cliente

He sido informado que:

1. Mi participación es voluntaria.
2. La finalidad de este trabajo es estudiar la satisfacción del estudiante
3. Todas las preguntas y los datos obtenidos serán confidenciales.
4. Me puedo retirar en cualquier momento.
5. Este grupo de discusión no implica ningún riesgo

Firma _____

Fecha _____

2. Resultados a profundidad

Al iniciar el discurso con la presentación de los moderadores y el argumento de la investigación, los participantes mostraron poca voluntad de ser parte activa de la charla. Sin embargo se enfatizó que los moderadores no se encuentran directamente involucrados en la estructura organizativa de ninguna de las Universidades y que por el contrario el objetivo principal de la investigación es descubrir y analizar sus motivaciones, expectativas y vivencias llevadas a cabo, con el fin de mejorar los procesos de formación y por ende la experiencia y satisfacción en la relación consumidor-servicio. Con esta aclaración, se evidencia un incremento en el interés que permite dar paso a la introducción general en donde una vez más, se resalta la privacidad en el análisis y valoración de la opinión expuesta en el grupo de discusión, como una interpretación anónima de los resultados.

Se describe a su vez la experiencia de doble titulación en el extranjero como el año académico siguiendo un convenio de materias previamente establecido, cursos de lenguaje (italiano), la pasantía o práctica laboral al interno de una empresa y la facilidad en los procesos de adaptación al cambio cultural como estudiante extranjero para finalmente enfocarse en la visión personal del balance costo-beneficio a lo largo del proceso.

Las primeras preguntas se enfocan en el nombre, la edad, hobbies e intereses extra académicos de los participantes. En el discurso se resalta la presencia de varios aspectos principales como viajar, el aprendizaje de diferentes idiomas, redes sociales y fotografía. Las edades varían en un rango de 22-25 años. El anterior grupo de preguntas permite entablar una relación menos formal y más participativa. En la mesa organizada de forma redonda en la que todos tienen una visual de los demás participantes se propone hacer una secuencia narrativa en la que cada uno de los estudiantes accede a responder de forma

voluntaria es importante resaltar y dar a conocer a los estudiantes que no hay respuestas justas o erróneas que es fundamental que ellos se sientan en libertad de decir y compartir con los moderadores “toda información” que consideren importante. Se les pide encontrar un adjetivo que les permita describirse como estudiantes; se encuentran respuestas como responsable, perseverante, curioso, organizado/desorganizado, tolerante y abierto al cambio. Los hobbies e intereses van desde la lectura, pasando por labores de voluntariado, hasta actividades físicas. Se continúa con el nombramiento de dos aspectos positivos y negativos de la experiencia universitaria. A pesar de que el moderador nombra en primera instancia la búsqueda de los aspectos positivos los participantes comienzan la narración denominando los negativos

Aspectos negativos: “vinimos a hacer la doble titulación con la Sabana y la Católica en International Management que es por un año y debería ser tiempo suficiente para hacer en diferentes momentos el “*stage*” y la tesis, sin embargo el desorden es notorio, uno espera llegar como estudiante extranjero y que le digan que se debe hacer, cuando lo tienen que hacer más o menos”. Interrumpe otro participante y agrega “si, la gestión en general no es la mejor, porque ellos saben que tenemos que hacer pero no son claros en el cuándo y cómo, quien nos puede ayudar a qué horas, que es obligatorio y que no. Porque digamos ellos solo nos dicen ustedes deben cumplir tantos créditos y tantas clases y deben cuadrar todo en el año académico”. Un tercer participante agrega, “si, por ejemplo nosotros tuvimos muchas vacaciones, porque las clases eran por ciclos pero a la final no podíamos disfrutarlas porque dependíamos también de la búsqueda del “*stage*”, ellos se quejaban porque salíamos de viaje y de pronto nos encontraban algo para esas fechas. Entonces uno no sabe que puede hacer o que no”. Retorna el primer participante “otra cosa que me parece negativa es la exigencia, a mí me parece que para ser un master no son exigentes, se pueden

hacer 3 exámenes que eso hace que uno se confié mucho y el nivel de las practicas que nos consiguen es malo”.

El moderador interrumpe preguntando sobre el proceso en la asistencia a las clases, responden “las clases pueden ser asistidas o no asistidas, creo yo sin embargo depende de uno y en este caso es un aspecto positivo porque te da la libertad diferente que en Colombia, de tomar clases no asistidas sin necesidad de perder la materia y pues otro aspecto positivo al final del día es que tú puedas trabajar en otra empresa, en un país extranjero, con otra cultura y que igual tengas la posibilidad de asistir a clases o no y finalmente algo estas aprendiendo, sin embargo por el mismo desorden es que todos no tuvimos (colectivo) la misma por decirlo así oportunidad”. Participa otro estudiante: “si, no sabían cuando empezar a buscar los “*stages*”, en realidad lo hicieron tarde, entonces yo tuve que hacer una clase no presencial que querían ver, para poder hacer el “*stage*” y cumplir con el requerimiento”.

Se da paso a una pregunta proyectiva enfocada en los sentimientos encontrados al frecuentar la UCSC. Asistir a la UCSC les hace sentir... “tener una oportunidad diferente” “experiencia”, “posibilidad”, “status”. Nuevamente el moderador participa: no debe ser parte del convenio una persona que... “quiera trabajar y estudiar al mismo tiempo”.

M (Moderador): ¿Cuáles podrían considerarse como defectos del convenio?, ¿qué los hacen sentir insatisfechos? y ¿cuáles serían los aspectos a mejorar?

P (Participante/s): “el nivel en la exigencia”, “la gestión en la comunicación de cada universidad, como entre ellas”, “y pues yo diría... Pero eso ya va mucho con respecto a la cultura y metodología; el aprender de memoria, tanta teoría tanta cosa que no aplicas, pero esto es a nivel general en Italia porque es que nosotros tenemos un método de estudio totalmente diferente”, “ diría yo también que tendría que ser menos burocrática, ósea tanta

cosa como que tengo que pedir permiso para presentar a un examen, es decir para inscribirme a un examen, después ir en otro día para hacer el registro y validar esa nota, ósea eso ya debería estar dado si estoy inscrita en la materia, es como tener que hacer mil procedimientos burocráticos para una sola materia”, “además es importante sumar la sobre posición en los horarios de las materias, se cruzan las materias que teníamos que ver entonces, como no es obligatorio ir, nos decían simplemente que faltáramos a ciertas clases y pues la verdad esa idea no me llama mucho la atención”.

M: Si yo les digo a ustedes la frase experiencia en el extranjero que sentimientos y sensaciones se les vienen a la cabeza... P: “oportunidad”, “aprendizaje”, “culturas nuevas”, “afortunada por el status que tiene”, “independencia”, “desarrollo personal”, “empezar de cero”, “experimentar”, “conocimiento”, “yo ahorita te podría hablar de mi stage, la universidad me encontró una empresa italiana y básicamente por más amables que sean, siempre serás la persona extranjera, entonces tienes que aprender a comportarte como ellos lo hacen, yo paso por la persona más tímida en el trabajo porque al final del día no sé si esto que estoy diciendo les suene bien les parece mal. Acá por ejemplo en la universidad como el trabajo son muy metodológicos que tú de pronto les digas que lo prefieres hacer de otra manera distinta, ellos no lo comprenden, entonces uno se debe adaptar”. “¿Sirve también lo del diario vivir? Del diario vivir adaptarse a la cultura italiana, pues a mí me ha ido bien, la cultura italiana es cercana a la nuestra pero en realidad los italianos son un poco cerrados ósea te tratan bien pero no es que estén dispuestos a acogerte”.

M: Si tuvieran que contarle a alguien más la experiencia que han tenido, que cosa le dirían (se incluye la función, organización, ventajas, desventajas)... P: “primero nombraría el hecho de tener mucho tiempo libre, entonces buscar que hacer adicionalmente pero adicionalmente saber que te tienes que adaptar a los tiempos de la universidad por el mismo

desorden en los horarios”. “Si, independiente que seas tú la persona que viene y sean ellos quienes te tienen que brindar opciones, no, eres tu quien se debe adaptar a lo que ellos te den”, “yo les diría que no esperen tanto y que no se hagan muchas expectativas”, “si como que uno cree que llega a una nueva universidad, que va a hacer un master que va estudiar, aprender, como que tiene que estar enfocado en el estudio, como que va a hacer muchas cosas y aquí uno llega y como que ve que son apenas unas clases, como que no es la exigencia que uno espera no ve tantas cosas que uno esperaba ver”, “si, como que te dan unas cosas, pero yo esperaba más”(Poca satisfacción con la calidad del servicio respecto a las expectativas iniciales). “Y en particular hablando ahora de Piacenza (evaluación: expectativas del lugar) tampoco esperar que vienen a una ciudad gigante con muchas opciones para hacer fuera de ir a la universidad porque es una ciudad pequeña” “y vienen pocos extranjeros”, “yo vería el lugar del master como una desventaja, yo hubiera preferido hacerlo en una ciudad más grande como Milán por ejemplo, “si es de escoger es preferible hacerlo en una ciudad más grande”.

M: como fue el proceso... ¿por qué tomaron la decisión específica de venir acá?

P: “yo creo que uno lo ve más como una opción, como algo para avanzar más en el tiempo que tenía por lo menos yo decía, bueno tendré que hacer un semestre más en la sabana, digamos tenía, entonces pues me voy a Italia hago un semestre de más y salgo con maestría pues es como plus para mi hoja de vida. (Proyección laboral a futuro).

“y a nivel personal, yo creo que he aprendido más a nivel personal que a nivel profesional es enfrentarme al mundo sola, manejar más tu vida, tener más libertad he visto más enriquecimiento de mi misma (valor existencial)”.

M: ¿Cómo han cambiado esas motivaciones y expectativas, como se vieron transformadas con respecto al inicio? P: “yo creo que claramente esas expectativas se ven

decreciendo, porque uno llega súper emocionado y por el mismo espacio al final del día uno se siente decepcionado, tanto de lo mismo te cansa un poco, entonces esas expectativas bajan y pues al final ya estás es como haciendo las cosas que tienes (procesos mecanicistas) que hacer para devolvete a Colombia y tener el título que vale igual más allá que acá” , “yo creo que ninguno de nosotros piensa tengo un título en Europa, entonces quedémonos acá a buscar trabajo. Ósea es decir, si has tenido la posibilidad de ir a otro país, hablo por mí en este caso uno dice- ah que bueno sería quedarse a vivir acá-, te digo no es éste el caso” (comparación con otras experiencias vividas).

M: ¿En cuanto a la experiencia dentro de la UCSC que aspectos resaltarían?

P: “Pues el poco contacto que tenemos nosotros con la gente de la Universidad, con la gente que estudiamos, por lo menos en el primer semestre fue totalmente por fuera de la universidad, no fue nada académico porque nosotros hicimos los trabajos entre nosotros y pues solo me acuerdo una clase que nos mezclaron para que trabajáramos con los demás pero nada más”, “si, más allá de la clase, muy pocos la verdad mínimo contacto” (escases en los procesos de facilitación en la integración cultural). “Con los profesores bien, en general todos son muy amables”, “si muy amables y como que entienden nuestra situación”, “cualquier cosa que tú necesitas ellos están dispuestos a colaborarte”.

M: e independientemente de esa apertura y facilidad en los procesos de socialización por parte de los profesores, ¿cómo sienten que es la calidad del servicio en cuanto a contenidos temáticos y forma de enseñanza?

P: “yo creo que es como en todas partes, hay unos que si de los que aprendes mucho y puedes aprovechar demasiado, pero hay otros que no, que simplemente vienen pasan diapositivas y no se detienen a pensar si tu estas aprendiendo o no, simplemente pasan el

tiempo”, “pero eso es como en todas partes, en la sabana tú también ves esos profesores como acá”.

M: si pudieran clasificar la calidad de este servicio en una escala de 1 a 5 cuál sería..

P: “En cuanto a lo académico 3 porque creemos que hay muchos contenidos repetitivos que nosotros ya habíamos visto en la sabana”, “Yo 2, porque esperaba llegar acá y recibir más conocimientos específicos que es muy general”, “yo diría que 3 también porque de alguna manera los temas los habíamos visto algún tiempo atrás y esto también sirve como de repaso”.

M: En cuanto a la comunicación..

P: “si pudiera decir 0, sería ese el valor (risas), en serio”, “si de verdad yo creo que 1, como que la comunicación la hacemos nosotros, es decir si necesitamos algo tenemos que hablar en UCSC y la Sabana no es que haya una comunicación entre ambas”, “yo me acuerdo que todo empezó desde los inicios del proceso, cuando yo estaba en la sabana, fue literal así: fui a buscar ayuda para conocer como era el convenio y solo me decían, si pues.. Tú vas allá y es un año... mira revisa en la página que ahí está la información”, “si, (risas de ironía) y pues en realidad no es que tú te metas a la página y haya un link directamente que te diga convenio US-UCSC”, “si ellos estuvieran más informados de los procesos acá, sabrían que decirles a los estudiantes que quieren venir, pues porque al final del día ellos están ofreciendo un plan académico ”, “cierto, no es labor de nosotros decirles esto se hace así o así, la Universidad Sabana se lo debe decir a la UCSC y viceversa”, “en realidad solo recibimos correos pidiendo que les contemos nuestra experiencia y en verdad yo creo que ninguno se quiere sentar una tarde a escribirle a la encargada de allá si pensamos en el hecho que no nos han dado ningún apoyo desde el principio” (recomendación: trabajar en los puentes de comunicación).

M: y como fue el proceso para venir acá, ustedes como se enteraron

“yo me entere, porque yo sabía que me quería ir desde que entre a la universidad”, “no tenía pensado venir a Italia pero pues se dio, y digamos que es una de las más asequibles económicamente y pues te exige otro idioma y eso también hace que sea atractivo” (posibilidad de aprender otro idioma) “si, estar en un país donde tienes que aprender otra lengua”, “ precio y oportunidad del idioma”, “si pero tampoco es que el precio sea el más justo comparado con lo que pagan los demás erasmus”, “sumándole el hecho que tenemos que pagar media matrícula en la Sabana, y la verdad por un servicio que yo aún no termino de entender, es decir cuál es la función de ellos allá si en realidad no están ni siquiera informados de nuestro proceso acá” (insatisfacción en la relación calidad-precio), “cada uno hizo su investigación, yo me quería ir para España, pero después me entere que el título en España solo valía allá, una cosa así súper extraña que en realidad nunca entendí porque nunca me dieron información sobre ese proceso”(desconocimiento de otros procesos de internacionalización),

M: y... ¿tienen alguna comunicación con la oficina de relaciones internacionales de la sabana?

P: “No, si necesitamos alguna información les escribimos pero que tengamos contacto no”, “un mail hemos recibido, yo creo”.

M: “como es la comunicación entre ustedes y la oficina internacional UCSC...

P: “todo es por mail, no hay mucha comunicación de ninguna de las dos partes, en muchas cosas toca puyarlos” (explicar término), “digamos la comunicación respecto al stage fue un problema, quisiéramos por ejemplo aprovechar y estar viajando pero no se puede porque tienen que esperar lo del stage, que ya nos van a decir, que después no, entonces uno termina prácticamente estancado en Piacenza”.

M: ¿qué sentimientos les genera ese tipo de relación que están teniendo?

P: “básico, yo dije estoy buscando el stage y pues ya a este punto si tengo que perder clase por conseguirlo no importa, no es lo que preferiría pero si no hay más opciones, ni modo”, “si, uno se conforma con que te ofrece la misma interacción con ellos”, “esto me hace pensar en lo mismo que hablamos de la condición de estudiante extranjero, nosotros tenemos una desventaja con respecto a las oportunidades de los italianos, ellos pueden encontrar algo que les satisfaga mejor, pero para nosotros es un periodo más corto entonces encontramos simplemente un stage que nos permita cumplir con el requisito independientemente de la calidad”, “por ejemplo la oficina de relaciones internacionales también cumple un requisito encontrándonos un stage a nosotros, sin embargo las empresas italianas por ejemplo no van a contratar alguien que no hable bien el italiano y desde el principio para nosotros no era un pre-requisito el italiano”, “eso es una cosa contradictoria, porque las empresas no te quieren sin hablar italiano”, “ a mí me parecería bueno que nosotros viéramos al menos clases en italiano porque todo el master es en inglés y al final tú también necesitas el italiano para la vida cotidiana”, “si, por ejemplo nosotros teníamos que tomar clases de italiano jueves y viernes, pero nunca la abrieron porque no había tanta gente para abrirla”.

M: Si tuvieran la oportunidad recomendarían el programa...

P: “yo diría que si tú haces como un resumen para ti, para tu vida, dices si por la experiencia en general”, “si, pero lo que hemos dicho, no te vayas con las expectativas que vas a aprender muchas cosas”, “y sobre todo lo que también vale ahorita es el título que vamos a tener”, “en Colombia llegar con un título de Italia vale mucho” (Reconocimiento del título obtenido).

M: y enfocándonos en la experiencia académica...

P: “No”, “No mucho”, “mmm yo creo que no”, “en verdad es el título, porque en dado caso si quieres aprender cosas nuevas en Colombia las consigues”.

(Ninguno recomendaría la experiencia académica, enfoque en la experiencia personal).

M: ¿Encontraron algún organización de estudiantes que les ayudo en el proceso de socialización, facilitación en la inclusión e integración con otros estudiantes? (Ej, ESEG, ESN MILANO, término explicado en análisis de resultados).

P: “mmm no en realidad”, “pues está “SMINT”, que es el grupo de estudiantes que hacen actividades fiestas, actividades extra curriculares”,

M: y SMINT que servicios les proporciona...

P: “solo actividades por la noche, fiestas, planes así fuera”

M: y para encontrar la vivienda...

P: “mmm pues creo que hay gente que escribe de alguna manera, pero en realidad nosotros todos hemos encontrado casa porque sabemos que hay más Colombianos acá y de alguna manera entre nosotros nos ayudamos (factor comunitario con los pares).

M: ¿Consideran que la experiencia pudo haber sido diferente en el momento de estar solos, es decir sin otros Colombianos?

P: “si claro, de alguna manera nosotros llegamos en Feb y en esas fechas casi no llegan extranjeros”, “estar con Colombianos claro nos ayudó, al menos no nos sentíamos tan solos”, “después se empezaron a ir los colombianos entonces nos tocaba de todas maneras a la fuerza buscar amigos”, “socializar es difícil pero uno hace el intento”, “es decir los italianos estaban muy en sus grupos y seguramente sin Colombianos hubiese sido difícil pero pues toca” “sin el italiano es difícil entablar relaciones, y a ellos no les gusta hablar inglés”.

M: (Test proyectivo) Si pudieran describir la experiencia en el extranjero como un plato, una receta, un alimento en general, cuál sería...

P: “como una salsa agridulce; lo dulce por las cosas buenas y lo agrio por las cosas malas”, “podría ser un plato mixto, hay cosas que te satisfacen y otras que en realidad prefieres dejar de un lado” (subjetividad de la experiencia)”paella” “para mí sería un arroz con verduras”.

M: y si pudieran describirla como un deporte...

P: “yo creo que sería un juego individual”, “para mí sería como tenis, tienes que esperar que recibes para ver cómo responder”, “como algo al azar es decir como si estuviste de buenas, si llegaste en un buen momento y si tuviste la oportunidad de tener una buena práctica”, “seguramente como una ruleta”, “pero también como una carrera atlética de pasar el testimonio porque finalmente el tener Colombianos que ya habían hecho este proceso nos ayudó un poco a conocer mejor cómo funcionaban las cosas, es como si ellos nos hubiesen pasado la batuta”.

M: y como un animal...

P: (risas) “un animal que tenga mucha fortaleza”, “un animal individualista, yo diría un gato”, “un tigre porque necesita tener fuerza y porque también necesita estar en manada”, “un animal que esté preparado y que no le quede difícil estar con otros animales”, “uy un camaleón, que pueda cambiar de adaptarse fácil a cada situación”, “ese era” (analogía describe la importancia de la adaptabilidad al cambio).

M: y como un carro...

P: “pues no sé mucho de carros, pero un carro que se pueda pagar económico, pequeño, teniendo en cuenta que es un proceso costoso”, “yo creería que es más una camioneta, es decir esto es como una trocha (insatisfacción), tiene que recibir muchas cosas”, “si un jeep

4x4”, “si uno en Colombia está como en una autopista, está en su casa, va a la universidad, tiene sus amigos, está tranquilo relativamente pero acá tiene que llegar a conocer otras cosas y adaptarse y estás solo”, “(risas) si, una todoterreno hasta las cosas académicas cambian”.

M: y una prenda de vestir...

P: “un abrigo negro, que sale con todo, se adapta a todo”, “unas botas para cruzar la trocha van con la camioneta (risas)”, “yo diría que ropa ligera porque tienes que ser muy tranquilo abierto relajado a todo tipo de gente”, “un par de tenis cómodos, porque tienes que dar muchos pasos”

M: Cambiando un poco el contexto... cuáles fueron las barreras o aspectos negativos que las pudieron llegar a frenar a inscribirse al programa, o cuales pueden ser considerados como aspectos que faltaban para decir si me inscribo sin lugar a dudas...

P: “a mi primero la situación económica, ósea yo decía yo no quiero hacerle gastar a mi papá tanta plata sin saber si, si sirva, si no” “si, digamos preguntando en la universidad y pidiendo ayuda en ese tema pues no me pareció que apoyaran, ni siquiera esperando apoyo de ellos directamente pero si como una guía para que otros entes en Colombia lo hicieran”, “hubiese sido importante la clarificar en las fechas para poder tener acceso tal vez a un Colfuturo, en realidad la información y los papeles son muy desorganizados”, “yo averigüe por mi parte pero no hay nada en la Sabana, aún si tienes mérito académico en realidad tienes que ser como estrato 3 para que tengas la opción”, “yo me acuerdo la reunión que tuvimos fue en Diciembre y pues uno planeaba venirse en Febrero entonces por más de que corras no vas a tener acceso a ningún préstamo que requieren más o menos 6 meses”, “lo que si te hacen entregar con anterioridad son los formularios para saber el perfil del estudiante, pero al final del día cualquiera puede venir entonces no entiendo porque se

demoran tanto en entregar los documentos con los que podrías acceder a una beca o préstamo”

M: como marco general, retomando el tema económico que ustedes nombran, en cuanto a la relación calidad-precio ustedes, ¿están satisfechos?

P: “yo creo que con respecto al precio de un master en Colombia el precio está bien, pero a mí me tiene inconforme el hecho que nos cobren en la sabana por hacer nada”, “si no es que yo pueda decir la sabana me está cobrando porque es que me están llamando, porque me dan estas opciones, porque nos tienen esto, nos proporcionan lo otro”, “no se justifica el pago de allá”, “y también en comparación con los europeo nosotros pagamos mucho”, “muchísimo teniendo en cuenta que un programa como el nuestro, hablando con los erasmus cuesta aproximadamente 1000 euros para ellos, es decir casi 5 veces menos de lo que nosotros pagamos”.

M: retomando el tema de la comunicación que se ha convertido como el tema principal de nuestra charla, ¿ustedes encuentran que la información en la página web de ambas Universidades es accesible y fácil de encontrar?

P: “yo creo que la información si está pero nosotros nunca aprendimos a utilizarla, esto hablando de la página de la UCSC, en la sabana no hay información en realidad del contenido del convenio, más allá del resumen general”, “si hablamos del primer contacto, no me pareció tan fácil, ya que en la de la Sabana no hay nada y en la de UCSC primero que todo está en italiano y pues uno no domina el idioma tan fácil, no hay versión en inglés”, “ a mí me hubiese gustado poder haber visto las clases que íbamos a ver, de pronto no los horarios porque claro puede depender de muchos factores pero si un marco general del semestre en que se toma cada materia, como estaban divididos los contenidos temáticos, es decir se supone que es un convenio ya establecido, no es que precisamente nosotros

tengamos la posibilidad de escoger entonces no entiendo porque no puede existir esta información previamente”. Recomendación que en las páginas de ambas universidades existiera un link que explicará mejor las condiciones del convenio, al menos en cuánto a lo académico.

M: ¿sabían ustedes que la UCSC cuenta con el programa de “*stage & placement*”?

P: “Sí, eso sí a nosotros nos lo explicaron en los primeros días, para hacer el currículo y organizar toda la información”, “de hecho como tres veces la misma conferencia”, “sí, era como hacer la hoja de vida y como meterla a la página de la universidad, de hecho creo que yo mande una”:

M: ¿y recibieron alguna respuesta?

P: “No”

M: si nos enfocamos ahora en el espacio físico, ¿cómo encuentran las instalaciones de la UCSC en general?

P: “las instalaciones son buenas, la biblioteca es muy mala, porque uno le dicen que el libro es muy viejo y desactualizado y la mayoría tampoco es que los traigan de Milán”, “la alimentación solo hay una opción, son tan poquitos estudiantes que no invierten en más opciones”, “yo pienso que a nosotros nos faltó información, porque finalmente nos tocó acomodarnos a las cosas, por ejemplo no es tan fácil para mí que soy vegetariana y además alrededor del campus, que es solo uno de hecho, no se encuentran opciones, entonces terminas esperando hasta llegar a la casa”, “las aulas no son cómodas, es una mesa larga en la que se sientan más o menos 8 personas, si quieres pararte al baño tienes más o menos que incomodar a todos para poder salir, a mí me parece extraño”, “cuando los salones están organizados con ese tipo de sillas y mesas se vuelve muy incómodo para salir, a mí me sorprende que el tablero es de papel, ósea que pasa con la ecología”, “yo no entendió hay

un tablero acrílico porque si lo tienen pero ponen la tela del video beam encima, es decir nunca se puede utilizar y entonces el profesor termina escribiendo en un papel de 2 x 2 que los que están atrás no pueden ver nada por la misma organización del salón”.

M: Cómo encuentran las facilidades de Piacenza como una ciudad...

P: “nosotros estamos en un pueblo, quisiéramos poder hacer más cosas como parte del intercambio pero no, ósea nos hemos vuelto unos pueblerinos literal”, “nos gustaría ir más a Milán, pero pues el último tren también es hasta las 11:30 de la noche entonces si queremos hacer cosas hasta tarde allá o ir de fiesta no se puede porque no hay donde quedarse”, “Piacenza no es una ciudad de intercambio”, “yo lo vería como una desventaja para venir a hacer el master”, “dispiacenza (risas)” (explicación del término en análisis de resultados).

M: Cuáles son esas nuevas expectativas para el futuro...

P: “creo que en teoría respecto al título, independientemente de la satisfacción o no que el programa nos haya dado, este programa representa el primer contacto con el mundo del trabajo, de alguna forma nos da la posibilidad de aplicar nuestros conocimientos”, “es obligatorio dentro del proceso hacer el stage y creo que las organizaciones valoran mucho eso el hecho de ser determinados y estar comprometidos con nuestro desarrollo a nivel de competencias, hay que realizar un gran esfuerzo y ser capaz de sobresalir a las situaciones frustrantes o estresantes, eso dice mucho de uno como personal y por ende en el perfil profesional que buscan hoy en día las organizaciones”, “ esta experiencia me ha permitido obtener un título de una de las universidades más prestigiosas de Europa esto es clave para mi hoja de vida”, “en un proceso de selección seguramente tendré puntos extras”, “

M: Si ustedes le pudieran dar una sugerencia a la US y UCSC...

P: “que alinearan pensum, poder escoger que queremos ver”, “vimos tres finanzas pero no era lo que yo quería, nosotros ya vimos eso si una persona está más interesado en el área

de mercadeo”, “encontrar espacios de comunicación entre ellas”, “lo más importante no olvidar que es un servicio de dos instituciones”.

M: Gracias por su participación.

Cierre del grupo de discusión.