UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR

SEDE CENTRAL

Sucre – Bolivia

CURSO DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DISEÑO DE UN MODELO DE MEDICIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN UNIVERSIDADES PRIVADAS. CASO: UNIVERSIDAD PRIVADA DEL VALLE SUB SEDE SUCRE

Tesis presentada para obtener el Grado

Académico de Magíster en

Administración de Empresas

ALUMNA: Alejandra Bayo Cisneros

TUTOR: MBA. Mauricio Gonzales

SUCRE, BOLIVIA

2018

AGRADECIMIENTO

MUCHÍSIMAS GRACIAS DE CORAZÓN…

GRACIAS A DIOS PRIMERAMENTE POR DARME LA PACIENCIA, FE, SALUD Y PERSEVERANCIA PARA PODER CONTINUAR Y ALCANZAR UNA META MÁS EN MI VIDA PROFESIONAL.

A MIS PADRES Y HERMANAS POR LA CONFIANZA QUE TUVIERON EN MÍ, SU CARIÑO Y APOYO INCONDICIONAL TANTO EN LA PARTE MORAL Y ECONÓMICA, PERMITIENDOME LOGRAR UN OBJETIVO PROPUESTO.

A LA UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLIVAR, DOCENTES Y ADMINISTRATIVOS POR LA ENSEÑANAZA RECIBIDA, ORIENTACIÓN, PACIENCIA, DISPOSICIÓN Y COLABORACIÓN A LO LARGO DE LA MAESTRÍA CURSADA.

AGRADEZCO CON UNA MANO EN EL CORAZÓN A MI FAMILIA Y AMIGOS CERCANOS QUE ME DIERON SU APOYO, COMPRENSIÓN Y EN ESPECIAL SOPORTE PARA PODER SEGUIR ADELANTE.

DEDICATORIA

DEDICO ESTE ESFUERZO CON TODO MI AMOR Y CARIÑO…

A MIS PADRES, PUES ELLOS FUERON EL PRINCIPAL CIMIENTO PARA LA CONSTRUCCIÓN DE MI VIDA PROFESIONAL, SENTARON EN MI LAS BASES DE RESPONSABILIDAD Y DESEOS DE SUPERACIÓN. EN ELLOS TENGO EL ESPEJO EN EL CUAL ME QUIERO REFLEJAR PUES SUS VIRTUDES INFINITAS ME LLEVAN A ADMIRARLOS CADA DÍA MÁS.

A MIS AMADAS HERMANAS, QUE AL SER LA LUZ DE MIS OJOS Y LAS PERSONAS QUE MÁS AMO EN ESTA VIDA, SIEMPRE ME DIERON PALABRAS DE ALIENTO Y EL APOYO NECESARIO PARA SEGUIR ADELANTE.

RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo final proponer un "*DISEÑO DE UN MODELO DE MEDICIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN UNIVERSIDADES PRIVADAS"* caso Universidad Privada del Valle Sub Sede Sucre, basándose en información obtenida de la Universidad, de sus estudiantes, de la infraestructura y del plantel Docente y Administrativo.

En la Introducción se mencionan los aspectos generados del presente estudio, se analiza el problema fundamental de la Universidad del Valle, los objetivos de investigación y la metodología a utilizar.

En el Capítulo I presentamos el marco teórico y conceptual, en el cuál según autores y libros explicamos el significado de los instrumentos, palabras y herramientas que se utilizaron en este estudio.

El Capítulo II respecto al diagnóstico realizado, muestra toda la información obtenida de la Universidad del Valle, en cuanto a carreras, procesos, aspectos administrativos y las ofertas de la Universidad, tanto en servicios como en productos.

El Capítulo III se refiere a la investigación de mercados que se realizó en la Universidad, se explica el proceso por el cual se determinó la muestra y la forma en que se realizó dicha investigación para concluir con el análisis de los resultados obtenidos.

El Capítulo IV explica la propuesta que se presenta, correspondiente al diseño del nuevo modelo de medición de calidad, explicando paso a paso su uso, ejecución e interpretación.

En el Capítulo V damos las conclusiones y recomendaciones obtenidas como resultado de todo el estudio realizado.

SUMMARY

The present study aims to propose a "DESIGN OF A MODEL OF MEASUREMENT OF QUALITY OF SERVICE IN PRIVATE UNIVERSITIES" to the Private University of the Valley Sub Sede Sucre, based on information obtained from the University, its students, infrastructure And the teaching and administrative staff.

In the Introduction the aspects generated from the present study are mentioned, it analyzes the fundamental problem of the Universidad del Valle, the research objectives and the methodology to be used.

In Chapter I we present the theoretical and conceptual framework, in which according to authors and books we explain the meaning of the instruments, words and tools that were used in this study.

Chapter II with regard to the diagnosis made, shows all the information obtained from the Universidad del Valle, in terms of careers, processes, administrative aspects and the University's offers, both in services and in products.

Chapter III is related to market research carried out at the University, explains the process by which the sample was determined and the way in which the research was done to conclude with the analysis of the results obtained.

Chapter IV explains the proposal that is presented, corresponding to the design of the new quality measurement model, explaining step by step its use, execution and interpretation.

In Chapter V we give the conclusions and recommendations obtained as a result of the whole study

ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN 1

I. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA 2
II. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN 2
III. OBJETIVOS 3
OBJETIVO GENERAL 3
OBJETIVOS ESPECÍFICOS 3
IV. HIPÓTESIS 3
V. DISEÑO METODOLÓGICO 3

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL 6

1.1 CALIDAD 6
1.1.1 REQUISITOS PARA LOGRAR LA CALIDAD 6
1.1.2 CALIDAD INTERNA FRENTE CALIDAD EXTERNA 7
1.2 EVALUACIÓN DE LA CALIDAD EMPRESARIAL 7
1.3 MEDICIÓN DE CALIDAD 8
1.3.1 PRINCIPIOS DE MEDICIÓN DE CALIDAD 8
1.4 TEORÍA DE LOS SERVICIOS 9
1.4.1 CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS 10
1.5 CALIDAD DE SERVICIO 12
1.5.1 CALIDAD PERCIBIDA EN UN SERVICIO 12
1.6 SATISFACCIÓN 12
1.6.1 CALIDAD COMO SATISFACCIÓN 12
1.7 EL CLIENTE 13
1.7.1 ENFOQUE DEL CLIENTE EXTERNO 13
1.7.2 SATISFACCIÓN DEL CLIENTE 13
1.7.3 MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE 14
1.7.3.1 INDICADORES PARA MEDIR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE 14
1.8 PERCEPCIÓN DEL CLIENTE 15
1.9 FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE 15
1.10 EDUCACIÓN 16

1.10.1 EDUCACIÓN UNIVERSITARIA 16
1.11 TEORÍA DE LA CALIDAD EN LA EDUCACIÓN 17
1.12 DIAGNÓSTICO 17
1.12.1 DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL 17
1.13 ANÁLISIS FODA 18
1.14 ÁRBOL DE PROBLEMAS 19
1.15 ÁRBOL DE OBJETIVOS 19
1.16 MODELO SERVQUAL, ESCALA DE MEDICIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO 19
1.16.1 DIMENSIONES 21
1.17 LA ENCUESTA 23
1.18 LA OBSERVACIÓN CIENTÍFICA 23

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO 24

2.1 ANTECEDENTES 24
2.2 FILOSOFÍA 24
2.3 MISIÓN 25
2.4 VISIÓN 25
2.5 ACREDITACIONES 25
2.6 VINCULACIONES INTERNACIONALES 26
2.7 INTERCAMBIOS CULTURALES 26
2.8 UNIVALLE SUB SEDE SUCRE 27
2.8.1 CARRERAS OFERTADAS 27
2.8.2 CURSOS DE VERANO E INVIERNO 28
2.8.3 INFRAESTRUCTURA 28
2.8.4 BECAS Y DESCUENTOS 28
2.8.5 MODALIDADES DE TITULACIÓN 29
2.8.6 SERVICIOS Y BENEFICIOS 30
2.8.7 ACTIVIDADES EXTRACURRICULARES 30
2.8.8 BOLSA DE TRABAJO 31
2.8.9 ALQUILER DE HERRAMIENTAS Y ESPACIOS 31
2.8.10 POSTGRADO 31

2.8.11 PROCESOS 31

2.9 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS 32

2.9.1 DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA 32
2.9.1.1 POBLACIÓN OBJETIVO 32
2.9.1.2 MARCO DE MUESTREO 32
2.9.1.3 TIPO DE MUESTREO 32
2.9.1.4 TAMAÑO DE LA MUESTRA 32
2.9.2 RECOPILACIÓN DE INFORMACIÓN PRIMARIA 34
2.9.3 RESULTADOS DE LA RECOPILACIÓN DE INFORMACIÓN PRIMARIA 34
2.9.3.1 INTERPRETACIÓN DE DATOS 52

CAPÍTULO III: PROPUESTA 54

3.1 DISEÑO METODOLÓGICO 54
3.2 CRITERIOS DE EVALUACIÓN 55
3.2.1 PLANTEL ACADÉMICO 55
3.2.2 PLANTEL ADMINISTRATIVO 56
3.2.3 INFRAESTRUCTURA Y TECNOLOGÍA 58
3.2.4 PROCESO ENSEÑANZA – APRENDIZAJE 59
3.2.5 OFERTA DE OPORTUNIDADES 61
3.3 PROCESO DE ANÁLISIS DE RESULTADOS 63
3.4 PRUEBA PILOTO 67

CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 73

4.1 CONCLUSIONES 73
4.2 RECOMENDACIONES 74

BIBLIOGRAFÍA 75

ANEXOS

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1 MODELO SERVQUAL 20

GRÁFICO N° 2 DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN SEGÚN CARRERA 35

GRÁFICO N° 3 DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN SEGÚN PREFERENCIA AL MOMENTO DE RECOMENDAR UNA UNIVERSIDAD A OTRAS PERSONAS 36

GRÁFICA N° 4 PREDISPOSICIÓN DE LA POBLACIÓN A RECOMENDAR A UNIVALLE SEGÚN LA CARRERA QUE ESTUDIA 37

GRÁFICA N° 5 PREDISPOSICIÓN DE LA POBLACIÓN A RECOMENDAR A UNIVALLE RESPECTO A SU PERCEPCIÓN DEL PRECIO 38

GRÁFICO N° 6 PREFERENCIA DE HORARIOS DE CLASES 39

GRÁFICO N° 7 HORARIO DE CLASES QUE CURSA ACTUALMENTE 40

GRÁFICO N° 8 SATISFACCIÓN DEL ESTUDIANTE CON LA ATENCIÓN RECIBIDA RESPECTO AL TRATO DEL PERSONAL 41

GRÁFICO N° 9 SATISFACCIÓN DEL ESTUDIANTE CON LA ATENCIÓN RECIBIDA RESPECTO A SU PERCEPCIÓN SOBRE LA DISPOSICIÓN DEL EMPLEADO A COLABORARLOS 42

GRÁFICO N° 10 SATISFACCIÓN DEL ESTUDIANTE CON LA ATENCIÓN RECIBIDA RESPECTO A LA DISPOSICIÓN QUE TIENEN CON LOS ALTOS CARGOS GERENCIALES 43

GRÁFICO N° 11 NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LA CALIDAD DE ENSEÑANZA RESPECTO AL SERVICIO DE EDUCACIÓN PERSONALIZADA 45

GRÁFICO N° 12 NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LA CALIDAD DE ENSEÑANZA RESPECTO A LA COMPETENCIA DEL PLANTEL DOCENTE 46

GRÁFICO N° 13 NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LA CALIDAD DE ENSEÑANZA RESPECTO A LA CARRERA QUE ESTUDIA 47

GRÁFICO N° 14 PRINCIPAL ATRIBUTO DE SERVICIO QUE UNIVALLE DEBERÍA TENER.....48
GRÁFICO N° 15 PRINCIPAL ATRIBUTO QUE TIENE UNIVALLE.....49
GRÁFICO N° 16 RELACIÓN ENTRE SATISFACCIÓN CON LA CALIDAD DE ENSEÑANZA RESPECTO A SI RECOMENDARÍA LA UNIVERSIDAD A TERCEROS.....50
GRÁFICO N° 17 IMPORTANCIA DE LA MEDICIÓN DE NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL ESTUDIANTE POR PARTE DE UNIVALLE 51
GRÁFICO N° 18 PORCENTAJE DE TIEMPO DE ESPERA EN CAJAS.....52

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1 DIFERENCIAS ENTRE CALIDAD INTERNA Y CALIDAD EXTERNA.....6

ÍNDICE DE IMÁGENES

IMAGEN N° 1 MODELO DE ENCUESTA PARA EL CRITERIO "PLANTEL ACADÉMICO" 56

IMAGEN N° 2 MODELO DE ENCUESTA PARA EL CRITERIO "PLANTEL ADMINISTRATIVO" 57

IMAGEN N° 3 MODELO DE ENCUESTA PARA EL CRITERIO "INFRAESTRUCTURA Y TECNOLOGÍA" 59

IMAGEN N° 4 MODELO DE ENCUESTA PARA EL CRITERIO "PROCESO ENSEÑANZA - APRENDIZAJE" 61

IMAGEN N° 5 MODELO DE ENCUESTA PARA EL CRITERIO "OFERTA DE OPORTUNIDADES" 62

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO N° 1 PALETA DE ENCUESTA

ANEXO N° 2 CUESTIONARIO PROPUESTO

ANEXO N° 3 RESULTADOS PRUEBA PILOTO → RECUENTOS

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

En la actualidad como principal atributo que contribuye a determinar la posición de la empresa en el mercado, es la percepción que tienen los clientes y usuarios del producto o servicio que la empresa otorga, para que dicha percepción sea positiva, la empresa tiene que satisfacer e incluso sobrepasar las expectativas y necesidades que tiene el cliente.

El grado de satisfacción del cliente frente al servicio prestado o producto adquirido constituye ser un indicador clave para evaluar el desempeño global de la empresa, del cual al analizar los resultados obtenidos nos permita crear una cultura de mejora continua de la gestión. Para esto se incorporaron el uso de diferentes modelos de gestión, que comprueban que esta satisfacción del cliente los llevará al éxito empresarial.

No resulta ser diferente en Bolivia, ya que los clientes consideran a una empresa como favorita dependiendo de la calidad de servicio que reciben de esta, es por esto que constantemente se van buscando métodos o procesos para poder medir esta variable referente a la calidad percibida por clientes y/o usuarios. Así también se analizan y estudian diferentes estrategias de marketing que permitan a la empresa fidelizar al cliente y hacer de este un imán de otros potenciales clientes para la empresa.

En Bolivia no se tiene una competencia de gran magnitud como en otros países, sin embargo las empresas mejor posicionadas en la actualidad son las que otorgan un servicio amable, con empatía, a disposición del cliente cuando este lo requiera y que acompañen al servicio que ofrecen con productos de igual calidad.

Una industria que está en constante crecimiento es la del estudio, concerniente a escuelas, colegios y universidades. En nuestro país tenemos contadas universidades privadas que se encuentran en constante competencia entre ellas y con las estatales, por lo cual es importante medir la satisfacción que los estudiantes tienen dentro de cada establecimiento.

Al evaluar la calidad organizacional se evalúa la satisfacción de los usuarios, en el caso de las Universidades, el estudiante es el cliente/usuario de la empresa, es quien mejor puede evaluar la calidad de los servicios educativos que ofrece. Estos resultados deben analizarse con el fin de determinar estrategias que les permita a las casas de estudio mejorar, crecer, ofertar nuevas carreras, ofertar nuevos servicios y más importante aún, que tengan la habilidad y que sepan cómo realizarlo

La Universidad Privada del Valle tiene su Sede Central en la ciudad de Cochabamba, cuenta con Sub Sedes en las ciudades de Trinidad, La Paz y Sucre. Compite a nivel nacional con otras universidades privadas, como ser la Universidad Privada Boliviana, la Universidad Católica, la Universidad Boliviana de Informática, entre otras y con universidades estatales de las diferentes ciudades.

I. Situación problemática

La Universidad del Valle Sub Sede Sucre, se encuentra ubicada en la Zona Bajo Delicias, Calle Guillermina de Ruiz Nro. 1. No cuenta actualmente con un modelo de medición de calidad completo, en el que se pueda medir la satisfacción del estudiante en diferentes ámbitos, como ser; la infraestructura, el plantel académico, plantel administrativo, proceso enseñanza-aprendizaje, etc. Por lo tanto, al comparar los resultados obtenidos de la gestión presente con gestiones pasadas es difícil determinar si existió o no una mejora en la calidad del servicio. En cambio, al conocer el grado de calidad que se brinda, se mejorará sustancialmente la situación de la Universidad.

II. Formulación Del Problema De Investigación

¿Qué modelo puede medir la calidad del servicio prestado por Univalle Sub Sede Sucre?

III. Objetivos

Objetivo General

Diseñar un proceso metodológico que permita medir la satisfacción del estudiante Universitario sobre el servicio brindado por la Universidad Privada del Valle Subsede Sucre.

Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico sobre el servicio que presta Univalle Sub Sede Sucre en la actualidad.
- Efectuar una revisión teórica de los métodos y herramientas para determinar el nivel de satisfacción.
- Elaborar una metodología para medir la calidad del servicio percibida por los estudiantes de Univalle Sub Sede Sucre.

IV. Hipótesis

Un modelo de medición de calidad del servicio incrementará la satisfacción del estudiante en Univalle Sub Sede Sucre.

V. Diseño Metodológico

Para la elaboración de la presente tesis se utilizaron una diversidad de métodos de investigación y diferentes herramientas, técnicas y métodos complementarios.

Inicialmente se utilizó la investigación básica porque parte de un marco teórico y permanece en él, continuando con una investigación de tipo exploratoria para familiarizarse con el tema, desembocando en una descriptiva porque describe una situación determinada y medirá con precisión, para continuar con una investigación explicativa ya que se analizan las causales de la calidad que perciben los alumnos de la Universidad del Valle Sub Sede Sucre.

En la identificación del problema se utilizó el método de la observación y revisión bibliográfica de consulta necesaria para interaccionar más sobre el tema.

Para la elaboración del marco teórico se recurrió al método bibliográfico ya que se realizará un análisis crítico de fuentes secundarias aplicando el método de análisis porque se descompondrá todo y la síntesis porque así se hizo un resumen del contenido, para sustentar el proyecto de investigación. Se utiliza el método lógico-histórico para analizar cómo cambió en el tiempo, y el método sistemático para presentar el proyecto con todos sus componentes y relaciones Durante todo el proceso de investigación se utilizó la investigación de campo debido a que nos permite realizar una observación en contacto directo con el objeto de estudio. Asimismo se utilizó la técnica de la encuesta, al momento de ejecutar la investigación de mercados, para realizar el acopio de datos relevantes para el presente estudio.

La técnica de investigación que se puso en práctica fue la de campo debido a que nos permite realizar una observación en contacto directo con el objeto de estudio. Igualmente se utilizó la técnica de la encuesta, al momento de ejecutar la investigación de mercados, para realizar el acopio de datos relevantes para el presente estudio.

Se determinó una muestra de toda la población objeto de estudio por medio de la aplicación de la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{Ne^2 + Z^2 pq}$$

Dónde:

n → tamaño de la muestra

Z → nivel de confianza

p → variabilidad positiva

q → variabilidad negativa

N → tamaño de la población

E → precisión o el error

Una vez obtenida la cantidad de elementos que formaran parte de la muestra, se los escogió por medio de un muestro probabilístico aleatorio simple, utilizando una hoja de Excel con todos los elementos de la población, en la que de manera aleatoria se fueron escogiendo a los integrantes de la muestra.

Se analizaron los datos por medio de dos programas, que son el SPSS y Excel, para obtener datos estadísticos útiles para formular la propuesta.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

1.1 Calidad

Calidad es un sistema eficaz para integrar los esfuerzos de mejora de la gestión, de los distintos grupos de la organización para proporcionar productos y servicios a niveles que permitan la satisfacción del cliente, a un costo que sea económico para la empresa, agregando posteriormente: calidad es la resultante de una combinación de características de ingeniería y de fabricación, determinantes del grado de satisfacción que el producto proporcione al consumidor durante su uso.

La International Standar Organization (ISO) (en su norma 8402), define la calidad como: "el conjunto de características de una entidad que le confieren la aptitud para satisfacer las necesidades establecidas o implícitas". Esta definición, junto con la norma ISO 9000.

1.1.1 Requisitos para lograr la calidad

Según Cuauhtémoc Anda Gutiérrez, se deben tomar en cuenta los siguientes requisitos para lograr una calidad en los clientes.

a) Se debe ser constante en el propósito de mejorar el servicio y el producto.
b) Al estar en una nueva era económica, estamos obligados a ser más competentes.
c) El servicio o producto desde su inicio debe hacerse con calidad.
d) El precio de los productos debe estar en relación con la calidad de los mismos.
e) Se debe mejorar constantemente el sistema de producción y de servicio, para mejorar la calidad y la productividad para abatir así los costos.
f) Hay que establecer métodos modernos de capacitación y entrenamiento.
g) Se debe procurar administrar con una gran dosis de liderazgo, a fin de ayudar al personal a mejorar su propio desempeño.

h) Se debe crear un ambiente que propicie la seguridad en el desempeño personal.
i) Deben eliminarse las barreras interdepartamentales.
j) A los trabajadores en lugar de metas numéricas se les debe trazar una ruta a seguir para mejorar la calidad y la productividad.
k) El trabajador debe sentirse orgulloso del trabajo que realiza.
l) Se debe impulsar la educación de todo el personal y su autodesarrollo.
m) Se deben establecer todas las acciones necesarias para transformar la empresa hacia un fin de calidad.

1.1.2 Calidad interna frente Calidad externa

Cuadro N° 1 Diferencias Entre Calidad Interna Y Calidad Externa

Punto de Vista Interno	**Punto de Vista Centrado en el Cliente**
Comparación del producto con la especificación.	Comparación del producto con la competencia y con el mejor.
Inspección del producto aceptado	Ofrecimiento de cumplimiento por vida del producto
Prevención de defectos de planta y campo	Cumplimiento de las necesidades de los clientes en bienes y servicios
Enfoque en la manufactura	Cobertura de todas las funciones
Uso de medidas internas de calidad	Uso de medidas de calidad basadas en los clientes
Visualización de la calidad como un asunto técnico	Visualización de la calidad como un asunto de negocios
Esfuerzos coordinados por el Gerente de Calidad	Esfuerzos dirigidos por una gerencia superior

Fuente: Juran Institute, Inc. (1990).[1]

1.2 Evaluación de la Calidad Empresarial

La evaluación de las actividades actuales de calidad puede tomar dos formas: (1) evaluaciones que se enfocan en los resultados de la satisfacción del cliente, pero incluyen una evaluación del sistema actual de las actividades relacionadas

[1] Frank M. Gryna, Richard C. H. Chua, Joseph A. Defeo, *Análisis y Planeación de la Calidad 5ta Edición,* Método Juran, 2007, p. 22.

con la calidad, y (2) evaluaciones que se enfocan en la valoración del actual sistema de calidad, con poco énfasis en los resultados de la satisfacción del cliente.[2]

1.3 Medición de Calidad

La medición es básica para los tres procesos operacionales de calidad y para la administración estratégica: para el control de calidad, la medición proporciona retroalimentación y advertencias tempranas a los problemas; para la planeación operacional de calidad, la medición cuantifica las necesidades de los clientes y las capacidades del producto y del proceso; para la mejora de la calidad, la medición puede motivar a las personas, ordenar por prioridades las oportunidades de mejora y ayudar en el diagnóstico de las causas, y para la administración estratégica de calidad, la medición proporciona entradas para establecer los objetivos y después aporta los datos para la revisión del desempeño.[3]

1.3.1 Principios de Medición de Calidad

a) Definir el propósito y el uso que se hará de la medición. Un ejemplo de particular importancia es la aplicación de mediciones en la mejora de la calidad. Las mediciones finales deben complementarse con mediciones intermedias necesarias para el diagnóstico.
b) Enfatizar las mediciones relacionadas con los clientes; asegurarse de incluir tanto a clientes externos como internos.
c) Enfocarse en mediciones que sean útiles, no sólo en las fáciles de recopilar. Cuando la cuantificación sea difícil, subrogar las mediciones puede, al menos, proporcionar el entendimiento parcial de un resultado.
d) Buscar la participación de todos los niveles, tanto en la planeación como en la implementación de las mediciones. Las mediciones que no se usan finalmente se ignorarán.

---

[2] Frank M. Gryna, Richard C. H. Chua, Joseph A. Defeo, *Análisis y Planeación de la Calidad 5ta Edición,* Método Juran, 2007, p. 47.
[3] Frank M. Gryna, Richard C. H. Chua, Joseph A. Defeo, *Análisis y Planeación de la Calidad 5ta Edición,* Método Juran, 2007, p. 172.

e) Intentar realizar las mediciones lo más cercanamente posible a las actividades a las que impactarán. Esta sincronización facilita el diagnóstico y la toma de decisiones.
f) Buscar no solo los indicadores concurrentes, sino también los indicadores principales y el rezago. Las mediciones actuales y las históricas son necesarias, pero el indicador principal ayuda a investigar el futuro.
g) Definir, de antemano, los planes para la recopilación y el almacenamiento de datos, y el análisis y la presentación de las mediciones. Los planes estarán incompletos a menos que se examine cuidadosamente el uso que se espera dar a las mediciones.
h) Buscar la simplicidad en el registro, análisis y presentación de los datos. Son útiles las simples hojas de comprobación, la codificación de datos y las calibraciones automáticas. Las presentaciones gráficas pueden ser especialmente efectivas.
i) Facilitar las evaluaciones periódicas de la exactitud, integridad y utilidad de las mediciones. La utilidad incluye la relevancia, el grado de comprensión, el nivel de detalle, la disponibilidad y la facilidad para interpretarlas.
j) Darse cuenta de que las mediciones por sí solas no pueden hacer mejoras en los productos y los procesos. Las mediciones deben complementarse con los recursos y la capacitación para permitir que las personas logren la mejora. [4]

1.4 Teoría de los servicios

Servicio es cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra; es esencialmente intangible y no resulta en la propiedad de nada. Su producción podría o no estar vinculada con un producto físico. Rentar un cuarto de hotel, depositar dinero en un banco, viajar en avión, visitar al psiquiatra, cortarse el cabello, hacer reparar un automóvil, disfrutar de un deporte

[4] Frank M. Gryna, Richard C. H. Chua, Joseph A. Defeo, *Análisis y Planeación de la Calidad 5ta Edición,* Método Juran, 2007, p. 173.

profesional, ir al cine, mandar la ropa a la tintorería, pedir asesoría a un abogado… Todas estas actividades implican la adquisición de un servicio. [5]

Según *Stanton, Etzel y Walker*, "Los servicios son como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades".

1.4.1 Características de los servicios

a) Intangibilidad: Esta característica se refiere a que los servicios no se pueden ver, degustar, tocar, escuchar u oler antes de comprarse, por tanto, tampoco pueden ser almacenados, ni colocados en el escaparate de una tienda para ser adquiridos y llevados por el comprador (como sucede con los bienes o productos físicos). Por ello, esta característica de los servicios es la que genera mayor incertidumbre en los compradores porque no pueden determinar con anticipación y exactitud el grado de satisfacción que tendrán luego de rentar o adquirir un determinado servicio. Por ese motivo, según Philip Kotler, a fin de reducir su incertidumbre, los compradores buscan incidir en la calidad del servicio. Hacen inferencias acerca de la calidad, con base en el lugar, el personal, el equipo, el material de comunicación, los símbolos y el servicio que ven. Por tanto, la tarea del proveedor de servicios es "administrar los indicios", "hacer tangible lo intangible".
b) Inseparabilidad: Los bienes se producen, se venden y luego se consumen. En cambio, los servicios con frecuencia se producen, venden y consumen al mismo tiempo, en otras palabras, su producción y consumo son actividades inseparables. Por ejemplo, si una persona necesita o quiere un corte de cabello, debe estar ante un peluquero o estilista para que lo realice. Por tanto, la interacción proveedor-cliente es una característica especial de la mercadotecnia de servicios: Tanto el proveedor como el cliente afectan el resultado.

[5] Philip Kotler y Gary Armstrong, *Fundamentos de Mercadotecnia,* 1999, p. 537.

c) Heterogeneidad: O variabilidad, significa que los servicios tienden a estar menos estandarizados o uniformados que los bienes. Es decir, que cada servicio depende de quién los presta, cuándo y dónde, debido al factor humano; el cual, participa en la producción y entrega. Por ejemplo, cada servicio que presta un peluquero puede variar incluso en un mismo día porque su desempeño depende de ciertos factores, como su salud física, estado de ánimo, el grado de simpatía que tenga hacia el cliente o el grado de cansancio que sienta a determinadas horas del día. Por estos motivos, para el comprador, ésta condición significa que es difícil pronosticar la calidad antes del consumo [3]. Para superar ésta situación, los proveedores de servicios pueden estandarizar los procesos de sus servicios y capacitarse o capacitar continuamente a su personal en todo aquello que les permita producir servicios estandarizados de tal manera que puedan brindar mayor uniformidad, y en consecuencia, generar mayor confiabilidad.

d) Carácter Perecedero: O imperdurabilidad. Se refiere a que los servicios no se pueden conservar, almacenar o guardar en inventario. Por ejemplo, los minutos u horas en las que un dentista no tiene pacientes, no se puede almacenar para emplearlos en otro momento, sencillamente se pierden para siempre. Por tanto, la imperdurabilidad no es un problema cuando la demanda de un servicio es constante, pero si la demanda es fluctuante puede causar problemas. Por ese motivo, el carácter perecedero de los servicios y la dificultad resultante de equilibrar la oferta con la fluctuante demanda plantea retos de promoción, planeación de productos, programación y asignación de precios a los ejecutivos de servicios.[6]

[6] Philip Kotler y Gary Armstrong, *Fundamentos de Mercadotecnia,* 1999, p. 538, 539 y 540.

1.5 Calidad de Servicio

“Una evaluación dirigida que refleja las percepciones del cliente sobre ciertas dimensiones específicas del servicio: confiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía y tangibles”. “Ofrecer servicios de calidad ha dejado de ser opcional”.[7]

"Aquella actividad que relaciona la empresa con el cliente a fin de que éste quede satisfecho con dicha actividad".[8]

1.5.1 Calidad Percibida en un Servicio

Es el juicio del consumidor sobre la excelencia o superioridad de una entidad en su conjunto, es una forma de actitud, semejante pero no equivalente a satisfacción y resultante de la comparación entre expectativas y percepciones.[9]

1.6 Satisfacción

Según *Churchill y Surprenant*, “Respuesta a la compra de productos o/y uso de servicios que se deriva de la comparación, por el consumidor, de las recompensas y costes de compra con relación a sus consecuencias esperadas”.

Según *Tse, Nicosia y Wilton*, “Respuesta del consumidor a la evaluación de la discrepancia percibida entre expectativas y el resultado final percibido en el producto y/o servicio tras su consumo. Proceso multidimensional y dinámico”.

1.6.1 Calidad como Satisfacción

La satisfacción se define como un estado psicológico resultante de la ecuación a que dan lugar las expectativas no confirmadas, acompañadas de un sentimiento a priori del consumidor sobre las expectativas de consumo, satisfacciones es una valoración de una transacción específica, mientras que calidad es una valoración global, por tanto, sobre la base de esta distinción, una acumulación de valoraciones de transacciones, específicamente conduce a una valoración global.

---

[7] Zeithaml y Bitner, *Marketing de Servicios,* 2002, p.93
[8] Malcolm Peel, *El Servicio al Cliente,* 1990, p. 184
[9] Parasuraman, Zeithaml y Berry, *Calidad Total en la Gestión de Servicios,* 1985, p. 45

1.7 El Cliente

Es una persona que utiliza o adquiere, de manera frecuente u ocasional, los servicios o productos que pone a su disposición un profesional, un comercio o una empresa. La palabra, como tal, proviene del latín cliens, clientis.

En este sentido, sinónimos de cliente son comprador, cuando se trata de una persona que adquiere un producto mediante una transacción comercial; usuario, cuando la persona hace uso de un servicio determinado, y consumidor, cuando la persona, fundamentalmente, consume productos o servicios.

Por otra parte, como cliente también se denomina la persona que se encuentra bajo la protección de otra. Este tipo de relación se ubica, por ejemplo, en el Derecho, donde el abogado representa, protege y defiende los derechos de su cliente.

"La palabra cliente proviene del griego antiguo y hace referencia a la «persona que depende de». Es decir, mis clientes son aquellas personas que tienen cierta necesidad de un producto o servicio que mi empresa puede satisfacer" [10]

1.7.1 Enfoque del Cliente externo

“Todo nuevo producto o servicio tiene que estar respaldado por un plan de mercadeo que proporcione una rentabilidad que compense la correspondiente inversión de tiempo y dinero”.[11]

Desde el punto de vista del cliente, este debe recibir igual o más de lo que está pagando o dando a la organización.

1.7.2 Satisfacción del Cliente

“Una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto (o los resultados esperados) con las expectativas de beneficios previas. Si los resultados son inferiores a las expectativas, el cliente

---

[10] José Daniel Barquero Cabrero, *Marketing de Clientes ¿Quién se ha llevado a mi cliente?,* 2007.
[11] Philip Kotler, *Los Diez Pecados Capitales del Marketing,* 2012, p. 45-50.

queda insatisfecho. Si los resultados están a la altura de las expectativas, el cliente queda satisfecho. Si los resultados superan las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado".[12]

"Percepción del cliente sobre la magnitud en que se han cumplido sus requisitos". Según la norma ISO 9000:2005 "Sistemas de gestión de la calidad – fundamentos y vocabulario"

1.7.3 Medición de la Satisfacción del Cliente

Existen diversos métodos para medir la satisfacción del cliente, entre los cuales destacan:

- ✓ Encuestas regulares.
- ✓ Seguimiento del índice de abandono de clientes.[13]

"La calidad se mide a partir de la satisfacción del cliente". Por lo tanto es esencial medir tres aspectos:

- ✓ Expectativas del desempeño / calidad.
- ✓ Percepción de desempeño / calidad.
- ✓ Brecha entre las expectativas y el desempeño.[14]

1.7.3.1 Indicadores para medir la Satisfacción del Cliente

Los indicadores de satisfacción de clientes son utilizados en diferentes etapas del proceso de venta. Se puede hacer uso del indicador para conocer el nivel de satisfacción que se tiene con el producto o servicio, también se puede evaluar el nivel de satisfacción del cliente referente a la atención prestada o el nivel de satisfacción en el servicio post-venta. Cada empresa define en qué punto de la cadena de venta se debe aplicar.

Estos indicadores, como todos los demás, nos permiten medir y controlar las acciones. Además de permitir corregir posibles fallos durante el proceso.

---

[12] Philip Kotler y Kevin Lane Keller, *Dirección de Marketing,* 2006, p. 144.
[13] Philip Kotler y Kevin Lane Keller, *Dirección de Marketing,* 2006.
[14] Lehman y Winer, *Administración del Producto,* 2007.

Es posible establecer tanto la satisfacción como la insatisfacción de los clientes y para ello se hace uso de las siguientes fórmulas:

Satisfacción:

= total clientes en el periodo – clientes que presentaron inconformidad en el periodo / total clientes en el periodo * 100

Insatisfacción:

=clientes que presentaron inconformidad en el periodo / total clientes en el periodo * 100

Estas fórmulas son muy utilizadas para informes finales y pueden complementar y apoyar los resultados obtenidos por un software. Sin embargo, son indicadores inmediatos que si bien brindan un panorama de la situación, deben ser complementados con investigaciones de mercados dirigidas a evaluar el nivel de satisfacción, para obtener una percepción más objetiva.

1.8 Percepción del Cliente

Las percepciones de los clientes respecto a la calidad de un servicio y su satisfacción o no, tienen ciertos indicadores observables. Cuando hablan acerca de un producto o servicio puede que sonrían o que digan cosas buenas acerca del producto o servicio, o puede que sea todo lo contrario. Servicio al cliente Satisfacción del cliente. Los términos satisfacción del cliente y percepción de la calidad son etiquetas que usamos para resumir un conjunto de actos observables relacionados con el producto, servicio o ambos.

1.9 Fidelización del Cliente

"Ya no basta con satisfacer a los clientes; ahora hay que dejarlos encantados."

"La mejor manera de retener a los clientes es pensar todo el tiempo en cómo darles más por menos."

Para fidelizar a un cliente hay que pensar como él, pensar en qué es lo que quiere y necesita incluso antes de que él lo haga. Hay que crearle un deseo de

querer más. Y para eso la clave está en que queden completamente satisfechos. Por eso es tan importante ponerse en su piel e intentar empatizar con él. Un cliente satisfecho se mantendrá fiel más tiempo, comprará más, y, muy importante, hablará bien a otras personas de la marca.

1.10 Educación

La educación es un proceso de socialización planificada lo cual facilita el desarrollo de la inteligencia y el aprendizaje; postula que la educación debe ser entendida no como contenidos formales sino como el establecimiento de actividades funcionales de una manera planificada, así, el aprendizaje se considera como la capacidad intelectual donde se desarrolla enseñando el cómo y no el qué al realizar ciertas actividades en situaciones específicas.

1.10.1 Educación Universitaria

Se entiende por educación universitaria a aquel tipo de educación superior que se lleva a cabo cuando la persona ha terminado la educación básica y secundaria. Este tipo de educación se caracteriza además por la especialización en una carrera, lo cual significa que ya no se comparten conocimientos comunes en todo el grupo etario sino que cada uno elige una carrera particular donde se especializará sobre algunos conocimientos (por ejemplo, conocimientos de política, de abogacía, de medicina, de idiomas, de lenguaje, de historia, de ciencia, etc.).

La educación universitaria no es considerada en la mayoría de los países como parte de la educación obligatoria. Esto es así ya que para conseguir trabajo o estar empleado, el individuo debe solamente completar los estudios primarios y secundarios. Se estima que en ellos se reciben los conocimientos básicos y más necesarios respecto de diversas áreas. Sin embargo, es innegable que para ejercer una profesión y no tener un trabajo de empleado que cualquiera podría realizar, la carrera universitaria es de vital importancia.

Por lo general, las carreras universitarias no duran menos de cuatro años, habiendo algunas que pueden durar incluso más como las de medicina,

abogacía o veterinaria. Si bien el tiempo que se ocupa en terminarla depende del individuo (al ser el sistema mucho más libre que el de la educación primaria o secundaria y no estar dividido por edades sino por etapas), siempre se presenta un estimativo de cuánto tiempo debería tomar cada tipo de carrera. Además, es claro que la educación universitaria es mucho más exigente y compleja que los niveles anteriores de educación por lo cual obtener un título de este tipo no es un hecho menor.

1.11 Teoría de la calidad en la educación

La educación es de calidad cuando está dirigida a satisfacer las aspiraciones del conjunto de los sectores integrantes de la sociedad a la que está dirigida; si, al hacerlo, se alcanzan a pichar efectivamente las metas que en cada caso se persiguen; si es generada mediante procesos culturalmente pertinentes, aprovechando óptimamente los recursos necesarios para impartirla y asegurando que las oportunidades de recibirla –y los beneficios sociales y económicos derivados de la misma– se distribuyan en forma equitativa entre los diversos sectores integrantes de la sociedad a la que está dirigida.

La calidad en la educación asegura a todos los jóvenes la adquisición de los conocimientos, capacidades destrezas y actitudes necesarias para equipararles para la vida adulta.

1.12 Diagnóstico

“Un método de conocimiento y análisis del desempeño de una empresa o institución, interna y externamente, de modo que pueda facilitar la toma de decisiones”.

1.12.1 Diagnóstico Empresarial

“Diagnóstico Empresarial es el resultado de un proceso de investigación relacionado con la organización y el funcionamiento de las empresas, que

permite determinar y evaluar las relaciones de causas-efectos de los problemas detectados y dar solución integral a los mismos”.[15]

Al hablar de organización y empresa no nos referimos a la misma definición, ya que las organizaciones pueden ser cualquier tipo de sociedad, mientras que la empresa llega a ser una modalidad de organización, que tiene como objetivo lucrar. Por lo tanto, una empresa es una organización, pero no todas las organizaciones son empresas.

1.13 Análisis FODA

El análisis FODA es un instrumento de diagnóstico utilizado por una empresa u organización con la finalidad de intervenir profesionalmente tanto en la formulación y aplicación de estrategias como en su seguimiento para hacer una evaluación y control de resultados. Consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles, que diagnostican la situación interna de una organización, así como la evaluación externa, marcada por las oportunidades y las amenazas.

Esta matriz es usada en las empresas para obtener el marco general en que operan, con el fin de obtener conclusiones que permitan superar su situación en el futuro, es considerada una de las técnicas de planificación estratégica.

La finalidad es ajustar las actividades de la organización a su capacidad de recursos, en un análisis de la posición estratégica se pregunta por la competitividad cuando analiza los cambios que ocurren en el entorno, y los efectos que éstos tendrán en las actividades de la organización. En una segunda etapa se decide la planificación que se llevará a cabo para lograr los objetivos esperados. Entonces se toman en cuenta los cambios reales y posibles del entorno, las capacidades y recursos con que cuenta la empresa, las expectativas de desarrollo de sus directivos, todo enmarcado en la realidad cultural, económico, política que se define.

---

[15] Dr. Martín Flor Romero, *Organización y Procesos Empresariales 5ta Edición,* 2006, p. 87.

1.14 Árbol de Problemas

Es una técnica participativa que nos ayuda a desarrollar ideas creativas para identificar el problema y organizar la información recolectada, generando un modelo de relaciones causa – efecto que lo explican y se vinculan con nuestra problemática.

Donde el tronco del árbol es el problema central, las raíces son las causas y la copa como las hojas son los efectos.

Es una herramienta visual de análisis que debe ser utilizada para identificar con precisión el problema “objeto de estudio” donde se especifican e investigan las causas y los efectos del problema a plantear.

1.15 Árbol de Objetivos

Los problemas de desarrollo identificados en el árbol de problemas se convierten, como soluciones, en objetivos del proyecto como parte de la etapa inicial de diseñar una respuesta.

Los objetivos identificados como componentes o productos de un proyecto se convierten en los medios para encarar el problema de desarrollo identificado y proporcionar un instrumento para determinar su impacto de desarrollo.

1.16 Modelo Servqual, escala de medición de la Calidad del Servicio

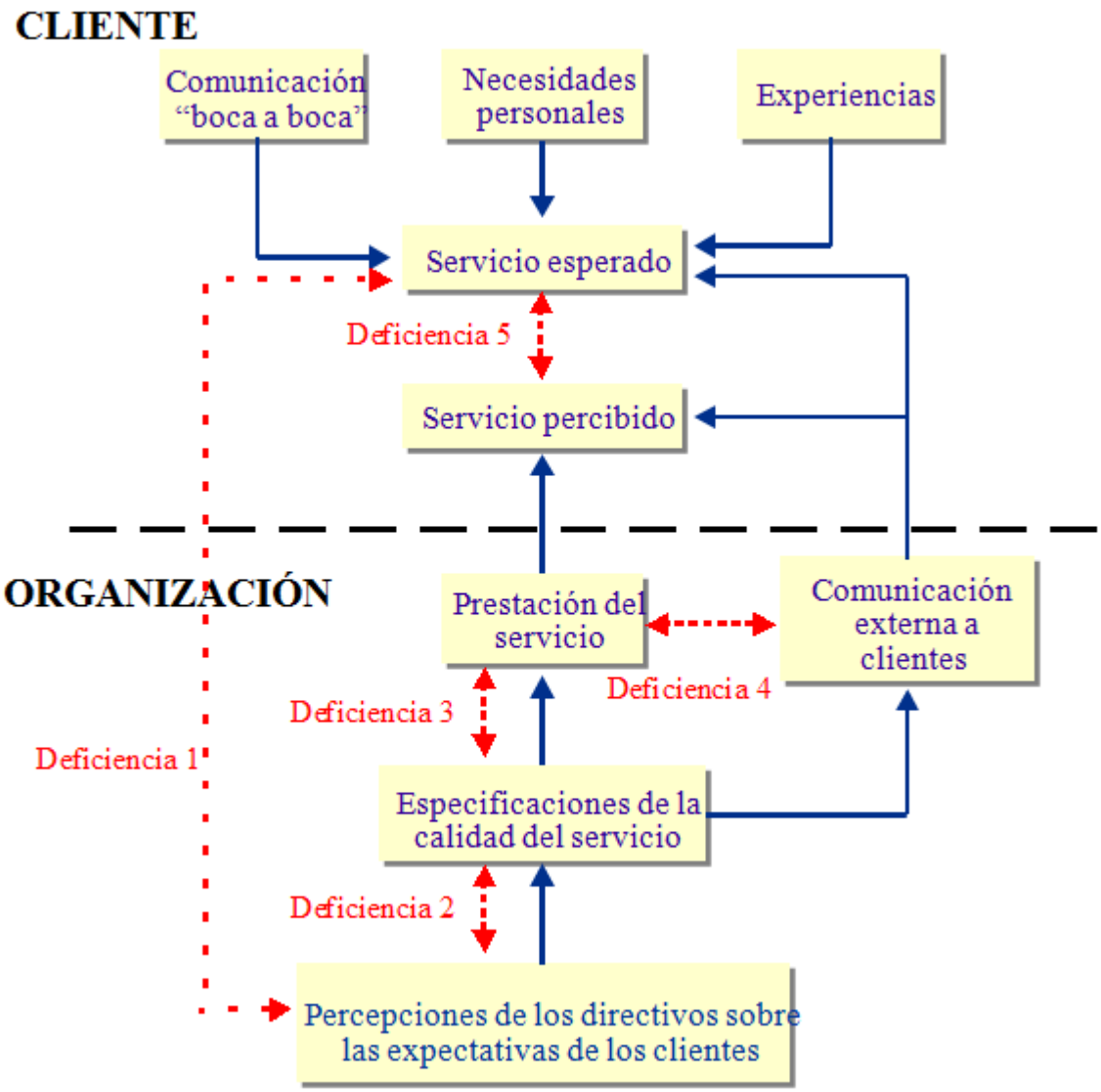
El Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio fue elaborado por Zeithaml, Parasuraman y Berry cuyo propósito es mejorar la calidad de servicio ofrecida por una organización. Utiliza un cuestionario tipo que evalúa la calidad de servicio a lo largo de cinco dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles. Está constituido por una escala de respuesta múltiple diseñada para comprender las expectativas de los clientes respecto a un servicio. Permite evaluar, pero también es un instrumento de mejora y de comparación con otras organizaciones.

El modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio mide lo que el cliente espera de la organización que presta el servicio en las cinco dimensiones citadas,

contrastando esa medida con la estimación de lo que el cliente percibe de ese servicio en esas dimensiones.

Determinando el *gap*, brecha o deficiencia entre las dos mediciones (la discrepancia entre lo que el cliente espera del servicio y lo que percibe del mismo) se pretende facilitar la puesta en marcha de acciones correctoras adecuadas que mejoren la calidad.

Gráfico N° 1 Modelo Servqual



Fuente: https://www.aiteco.com

El modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio está basado en un enfoque de evaluación del cliente sobre la calidad de servicio en el que:

a) Define un servicio de calidad como la diferencia entre las expectativas y percepciones de los clientes. De este modo, un balance ventajoso para las percepciones, de manera que éstas superarán a las expectativas, implicaría una elevada calidad percibida del servicio, y alta satisfacción con el mismo.
b) Señala ciertos factores clave que condicionan las expectativas de los usuarios: Comunicación “boca a boca”, u opiniones y recomendaciones de amigos y familiares sobre el servicio.
   Necesidades personales.
   Experiencias con el servicio que el usuario haya tenido previamente.
   Comunicaciones externas, que la propia institución realice sobre las prestaciones de su servicio y que incidan en las expectativas que el ciudadano tiene sobre las mismas.
c) Identifica las cinco dimensiones relativas a los criterios de evaluación que utilizan los clientes para valorar la calidad en un servicio.

1.16.1 Dimensiones

Fiabilidad → Habilidad para realizar el servicio de modo cuidadoso y fiable.

Capacidad Respuesta → Disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido.

Seguridad → Conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para concitar credibilidad y confianza.

Empatía → Atención personalizada que dispensa la organización a sus clientes.

Elementos Tangibles → Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.

Estas cinco dimensiones de la calidad de servicio son evaluadas mediante el cuestionario SERVQUAL.

El cuestionario consta de tres secciones:

En la primera se interroga al cliente sobre las expectativas que tiene acerca de lo que un servicio determinado debe ser. Esto se hace mediante 22 declaraciones en las que el usuario debe situar, en una escala de 1 a 7, el grado de expectativa para cada una de dichas declaraciones.

En la segunda, se recoge la percepción del cliente respecto al servicio que presta la empresa. Es decir, hasta qué punto considera que la empresa posee las características descritas en cada declaración.

Finalmente, otra sección, situada entre las dos anteriores, cuantifica la evaluación de los clientes respecto a la importancia relativa de los cinco criterios, lo que permitirá ponderar las puntuaciones obtenidas.

Las 22 declaraciones que hacen referencia a las cinco dimensiones de evaluación de la calidad citadas anteriormente, agrupados de la siguiente manera:

Elementos tangibles:	Items de 1 al 4.
Fiabilidad:	Items del 5 al 9.
Capacidad de respuesta:	Items del 10 al 13.
Seguridad:	Items del 14 al 17.
Empatía:	Items del 18 al 22.

De esta forma, el modelo SERVQAL de Calidad de Servicio permite disponer de puntuaciones sobre percepción y expectativas respecto a cada característica del servicio evaluado. La diferencia entre percepción y

expectativas indicará los déficits de calidad cuando la puntuación de expectativas supere a la de percepción.

1.17 La Encuesta

La técnica de encuesta es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz. Es la herramienta expedita para obtener la información sobre procesos, necesidades, aspiraciones, inconformidades, con los cuales se pueden identificar fortalezas y debilidades.

1.18 La Observación Científica

La observación científica "tiene la capacidad de describir y explicar el comportamiento, al haber obtenido datos adecuados y fiables correspondientes a conductas, eventos y /o situaciones perfectamente identificadas e insertas en un contexto teórico.

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO

2.1 Antecedentes

La Universidad Privada del Valle ha sido fundada el 4 de octubre de 1.988 por el Ing. M.Sc. Gonzalo Ruiz Martínez, habiendo obtenido, en cumplimiento de la Constitución Política del Estado, su Personería Jurídica mediante la Resolución Suprema 205336 de fecha 4 de noviembre de 1.988, firmada por el entonces Presidente Constitucional de la República, Dr. Víctor Paz Estenssoro, y por el Ministro de Educación. Se aprobó el Estatuto Orgánico en sus setenta y ocho artículos y los Planes de Estudio de las carreras profesionales.

En 1994, se inauguraron las Subsedes Académicas de Sucre y Trinidad, mientras que la Subsede Académica de La Paz fue inaugurada en 1996. En 1998, se inaugura el Hospital Universitario, que es la referencia académica de la Carrera de Medicina.

En julio de 2001, se recibió por parte del Ministerio de Educación y Cultura y en cumplimiento del Reglamento General de Universidades Privadas, la certificación de Universidad Plena, obteniendo un reconocimiento pleno e íntegro de la elevada calidad del proceso Académico que aplican y utilizan las Facultades de Ciencias de la Salud, de Ingeniería, de Informática y Electrónica por parte del Estado Plurinacional y Organismos Internacionales,

El lema de la Universidad del Valle es "Somos la Respuesta Científica al Futuro". Por eso, construyó el primer y más moderno Hospital Universitario de Bolivia, Clínica Odontológica, Planta de alimentos, Canal de Televisión y otras unidades estratégicas de negocios en Mecánica, Consultoría, Farmacología y diversos servicios para la población.

2.2 Filosofía

La Universidad del Valle se fundamenta en la universalidad del pensamiento científico; significa que la ciencia, la tecnología y sus aplicaciones son

patrimonios de la Humanidad. Asimismo, se basa en la independencia ideológica respecto a partidos políticos, religiones, entidades empresariales y gremiales.

También considera que es básica la correspondencia entre Nación y Universidad y que la Evaluación Continua es una necesidad, junto con la interpretación permanente de los requerimientos, que se plantea la Universidad para su desarrollo y que le ayudará en el desarrollo de sus actividades.

2.3 Misión

La Universidad considera como Misión institucional la divulgación y propagación del conocimiento, correspondiente a las diversas áreas de la ciencia y fundamentalmente, a las correspondientes a sus programas de Pregrado, Postgrado, Investigación y Extensión Universitaria.

2.4 Visión

La Universidad asume como visión institucional que el concepto de formación profesional de Pregrado y Postgrado, junto con la utilización y aplicación plenas de avance científico y tecnológico, contribuirá a la creación de bienestar social.

2.5 Acreditaciones

El proceso de Acreditación Internacional surge en el ámbito del Sector Educativo del MERCOSUR y en el marco del proceso de integración regional, que se viene desarrollando desde su acuerdo fundacional. Su primordial objetivo radica en garantizar la Calidad Académica a nivel regional, así como el reconocimiento de títulos expedidos en los distintos países.

La Universidad del Valle es la Universidad privada que más carreras ha acreditado al MERCOSUR. Las carreras acreditadas son:

- Medicina (re-acreditada)
- Odontología
- Ingeniería Civil
- Arquitectura

- Ingeniería Mecánica y Automatización Industrial (Mecatrónica)
- Ingeniería Electrónica
- Análisis de los recursos de la empresa

2.6 Vinculaciones Internacionales

En los últimos años, se ha producido un significativo aumento de los contactos de la universidad en forma de intercambios académicos, a través de convenios con universidades del exterior, empresas e instituciones, nacionales e internacionales, para lograr proyectos de investigación conjunta, simposios internacionales, programas de intercambio docente - estudiantil, programas de Postgrado, programas de Extensión Social, etc. Esta política de expansión nacional e internacional de la Universidad ha permitido a UNIVALLE lograr cooperación académica y científica de otros países.

La experiencia que resulta de los años de vigencia de estos convenios manifiesta su enorme valor a la hora de abrir perspectivas científicas y académicas a nuestros docentes y estudiantes, al tiempo que pone, también, a disposición de las otras universidades, empresas e instituciones, el conocimiento y la experiencia que la Universidad del Valle ofrece a trabajos de investigación y publicaciones conjuntas, por un lado, y mejora de la currícula académica, por otro, son consecuencias importantes de los convenios de colaboración.

Asimismo, en el caso de los intercambios de estudiantes, se une a ello la vivencia académica y humana, que se vincula con el mundo universitario nuevo y distinto, una experiencia de mayor valor formativo que no hará sino mejorar la capacidad, la eficacia y el mutuo entendimiento en el ámbito universitario y profesional.

2.7 Intercambios Culturales

Se realizan intercambios culturales con Universidades de todos los continentes, como ser: Universidad de Soka, Criscos; EMUAL-Aualcpi; PAME- UDual; IFMSA; IAESTE; ELAP de Canadá, etc.

2.8 Univalle Sub Sede Sucre

La Universidad del Valle Subsede Académica Sucre, Campus “Las Delicias”, se encuentra ubicada en la Zona Bajo Delicias, pasaje Guillermina Martínez #1, construido sobre una superficie de 4.599 m2, en un bloque horizontal de cuatro pisos, destinados en su mayor parte para aulas.

Entre los ambientes de servicio más importantes, se encuentran centros de cómputo, salones audiovisuales, laboratorios, cafetería, biblioteca y salón auditorio con capacidad para 200 personas.

2.8.1 Carreras ofertadas

Univalle Subsede Sucre pone a disposición del mercado, 7 carreras divididas en 3 facultades, que son:

Facultad de Arquitectura y Turismo

Ofertando las siguientes carreras:

- Arquitectura y Urbanismo

Facultad de Ciencias Empresariales y Sociales

Ofertando las siguientes carreras:

- Lic. en Administración de Empresas.
- Lic. en Comercio Internacional.
- Ingeniería Comercial.
- Lic. en Derecho y Ciencias Jurídicas.
- Lic. en Psicología.

Facultad de Tecnología

- Ingeniería Civil.

Todas las carreras exceptuando Ing. Civil y Arquitectura tienen una duración de 4 años, mientras que estas dos duran 5 años.

El porcentaje de clases prácticas y teóricas varía según la carrera estudiada, sin embargo, se tiene un promedio que en las carreras sociales tiene que tener como mínimo 40% clases prácticas y 60 teóricas, y en las de Ingeniería 60% prácticas y 40% teóricas.

Los estudiantes en cualquier carrera tienen que tener una asistencia del 25% del total de las clases para poder pasar el curso, en caso que no tenga el 25% de asistencia, no pueden ingresar al examen final.

2.8.2 Cursos de verano e invierno

De acuerdo con el sistema de calidad que maneja la Universidad del Valle, los estudiantes solo pueden pasar una materia en cursos de invierno o verano. Lo que les impulsa a no quedarse en ninguna materia, ya que llegarían a perder un año de estudio en caso de que se retrasen en dos materias.

2.8.3 Infraestructura

La Universidad del Valle subsede Sucre cuenta con:

- 20 aulas disponibles para enseñanza, todas tienen una tecnología que les permite efectuar las clases magistrales en su total potencial, ya que cuentan con Data Display, Computadora, pizarrón acrílico.
- 2 centros de cómputo con alrededor de 30 computadoras.
- 1 laboratorio
- 1 biblioteca
- 1 cafetería
- 6 oficinas
- 4 almacenes dónde se encuentra todo el material para las carreras de Ing. Civil y Arquitectura.

2.8.4 Becas y descuentos

Presenta varias opciones para poder asistir a la universidad, como ser becas, descuentos, alianzas con instituciones externas que aportan con estudiantes sobresalientes.

En cuanto a becas, tiene:

a) Becas trabajo: ofrece este tipo de becas a estudiantes potenciales que aparte de comprometerse a obtener calificaciones reconocidas, tienen que aportar a la universidad con trabajo dentro de la misma, en distintos departamentos, como ser ayudante en biblioteca, en caja, en administración, etc.
b) Becas de excelencia académica: son entregadas a los mejores promedios de los colegios en Sucre. Se entregan 5 por colegio, siempre y cuando sean notas elevadas y que merezcan la beca. Esta beca representa el pago del 100% del costo la materia, sin contar costos de titulación, de examen de grado ni matrícula. El estudiante tiene que comprometerse a pasar todas las materias y- ser un estudiante modelo. De la misma manera tiene que estar a disposición de la universidad para cualquier actividad en la que esta requiera su colaboración.
c) Becas estudio: Se las otorga a los estudiantes que ya están cursando en la Universidad y tienen notas por encima de 90 puntos en promedio y tienen que mantener ese promedio durante el resto de la carrera.
d) Becas familia: Se las otorgan en caso de que se inscriban dos o más hermanos a la Universidad, el segundo cuenta con descuento del 50%. También se las otorgan a los hijos de funcionarios de la Universidad, de la misma manera otorgándoles un descuento del 50%.

Beca aptitudes académicas: Al principio de la gestión se realiza un examen de aptitudes académicas, en la que se presentan los estudiantes que estén postulando a esta beca, de acuerdo a estándares establecidos que tiene la Universidad, se realizan descuentos desde 25% hasta 75% en toda la carrera.

2.8.5 Modalidades de titulación

- Por excelencia
- Proyecto de grado
- Trabajo dirigido
- Examen de grado

La universidad otorga el Diploma Académico y el título en Provisión Nacional es otorgado por el Ministerio de Educación, sin embargo, la Universidad realiza todo el trámite para el mismo, de manera que los estudiantes puedan recibir los dos títulos de manera eficiente y al mismo tiempo.

2.8.6 Servicios y Beneficios

En el Momento de formar parte de UNIVALLE, los estudiantes gozan de una serie de beneficios y ventajas adicionales, que pueden ser utilizados a lo largo de su carrera:

- Seguro de Salud en el Hospital UNIVALLE o la Caja de Salud Cordes.
- Asesorías Jurídica y Psicológica.
- Acceso con el Carnet a la Vitrina de Descuentos.
- Servicio de internet en los Centros de Cómputo.
- Acceso a bibliotecas virtuales.
- Acceso a distintos descuentos en diferentes negocios, tiendas, restaurantes, etc, de la ciudad.
- Wifi ilimitado dentro del campus.

2.8.7 Actividades extracurriculares

La Universidad del Valle realiza varias actividades al año, de acuerdo a fechas especiales que existan o actividades para recaudación de fondos para contribuir a la solidaridad con algún estudiante u empleado.

Entre festejos tiene:

a) El festejo del día de la primavera
b) Fiesta de gala de Aniversario
c) Desfile por aniversario de la Universidad
d) Kermesses destinadas a recaudación de fondos
e) Ferias de información sobre las carreras ofertadas.

f) Ferias por carrera, en las que los estudiantes demuestran el conocimiento adquirido por medio de exposiciones, maquetas, creación de proyectos, productos y/o servicios.
g) Noche de talentos, donde los estudiantes de manera voluntaria demuestran los distintos talentos que poseen, como ser canto, baile, desfile, etc.

2.8.8 Bolsa de trabajo

La Universidad del Valle pone a disposición de los estudiantes un listado de posibles empresas empleadoras en las que pueden postular para optar por un trabajo al momento de terminar la Universidad. Lista de Organizaciones e Instituciones que tienen convenios con la Universidad del Valle: Instituciones Gubernamentales y Públicas, Organismos, Redes Universitarias y Universidades, ONG´S, Cooperativas, Hoteles, Instituciones de Salud y Hospitales, Instituciones Educativas, entre otras.

2.8.9 Alquiler de herramientas y espacios

La Universidad del Valle cuenta con materiales de gran costo, los cuales son necesarios para realizar prácticas en las carreras de Ing. Civil y Arquitectura, por lo que es la única la Universidad en Sucre que cuenta con estos materiales. Univalle alquila estas herramientas a otras universidades a un precio módico, de manera que puedan utilizarlas en su enseñanza, de la misma manera la alquila a instituciones dedicadas a la construcción o arreglo de caminos.

2.8.10 Postgrado

Su departamento de postgrado presenta un promedio de entre 6 y 10 curso de diplomado al año y tan solo 1 de maestría.

2.8.11 Procesos

Tiempo en cajas: en promedio 2 a 5 minutos

2.9 Investigación De Mercados

2.9.1 Determinación de la muestra

2.9.1.1 Población objetivo

Se considera como la población objetivo, para el presente estudio, a todos los estudiantes que la Universidad del Valle subsede Sucre tiene en la actualidad, tomando en cuenta todas las edades, todos los cursos y todas las carreras. Siendo un total de 1.174 estudiantes.

2.9.1.2 Marco de muestreo

Lista de estudiantes inscritos en la Universidad del Valle subsede Sucre.

2.9.1.3 Tipo de muestreo

La técnica de muestreo utilizada es el muestreo probabilístico aleatorio simple, debido a que todos y cada uno de los integrantes de la población tienen la misma probabilidad de ingresar a ser parte de la muestra y se los elegirá al azar.

2.9.1.4 Tamaño de la muestra

La fórmula utilizada para la determinación del tamaño de la muestra, es la siguiente

$$n = \frac{Z^2 pqN}{Ne^2 + Z^2 pq}$$

<u>Dónde:</u>

n → tamaño de la muestra

Z → nivel de confianza

p → variabilidad positiva

q → variabilidad negativa

N → tamaño de la población

E → precisión o el error

Valores utilizados:

n → ¿?

Z → 1.96 (95%)

p → 0.5

q → 0.5

N → 1174

E → 0.05

Remplazando:

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.5) * (0.5) * (1174)}{(0.05)^2 * (1174) + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}$$

$$n = \frac{1127.5096}{2.935 + 0.9604}$$

$$n = \frac{1127.5096}{3.8954}$$

n =289.44 = 289

Se obtiene una muestra compuesta por 289 estudiantes de la Universidad del Valle, los cuales llegan a ser objeto de estudio.

2.9.2 Recopilación de información primaria

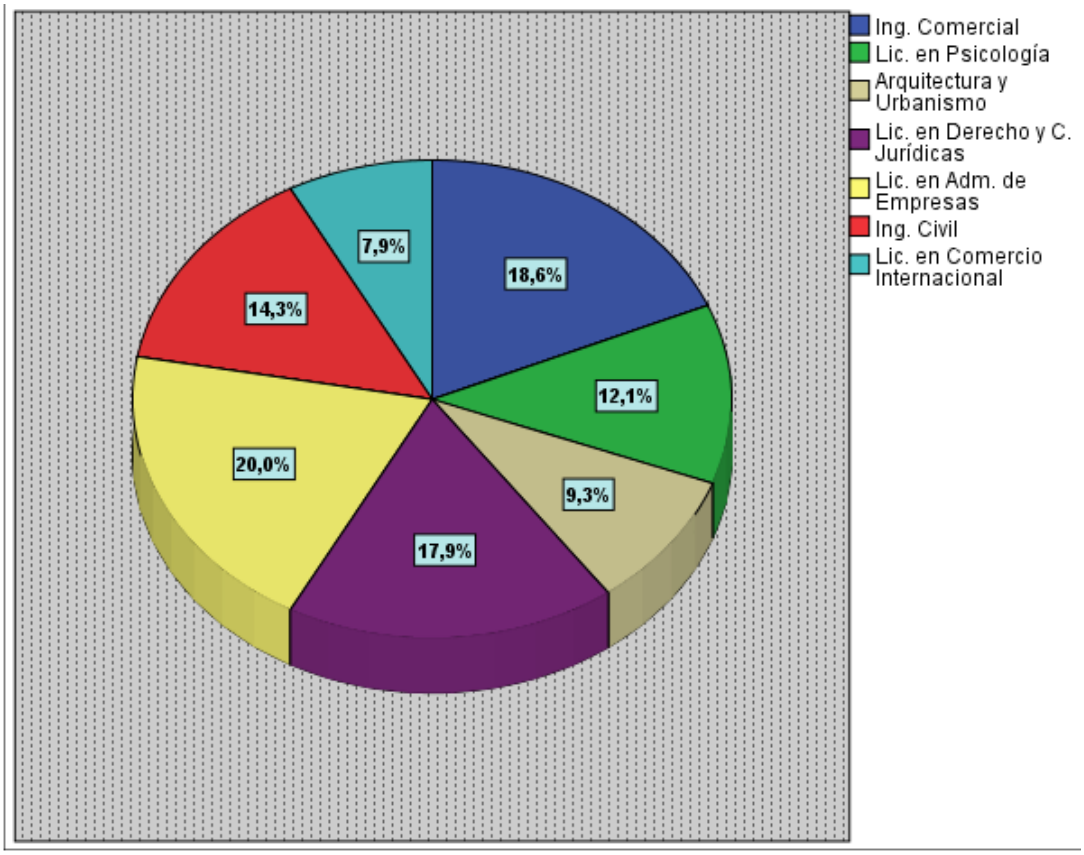
Días de consulta: Mediante una encuesta se realizó la recopilación de información primaria dentro de las instalaciones de la Universidad del Valle Sub Sede Sucre, los días: miércoles 24, viernes 26, lunes 29 y miércoles 31 de agosto de 2016, en horarios de la mañana. Así también los días: jueves 1ero, martes 6 y jueves 8 de septiembre del mismo año, en horarios de la tarde y noche.

Se realizó un 50% de encuestas en el horario de la mañana, ya que es cuando se tiene una mayor cantidad de estudiantes y de mayor variedad en cuanto a edad y carreras, un 30% se realizó en la tarde y tan solo el 20% en la noche, debido a que no se cuenta con una gran cantidad de estudiantes que estén presentes en la Universidad y tomando en cuenta que son los estudiantes de los últimos cursos.

2.9.3 Resultados de la Recopilación De Información Primaria

A continuación se presenta los resultados obtenidos por la recopilación de información primaria, mediante el uso de la encuesta. Se presentan tan solo las gráficas más relevantes para el presente estudio, cada gráfica cuenta con su interpretación analizada.

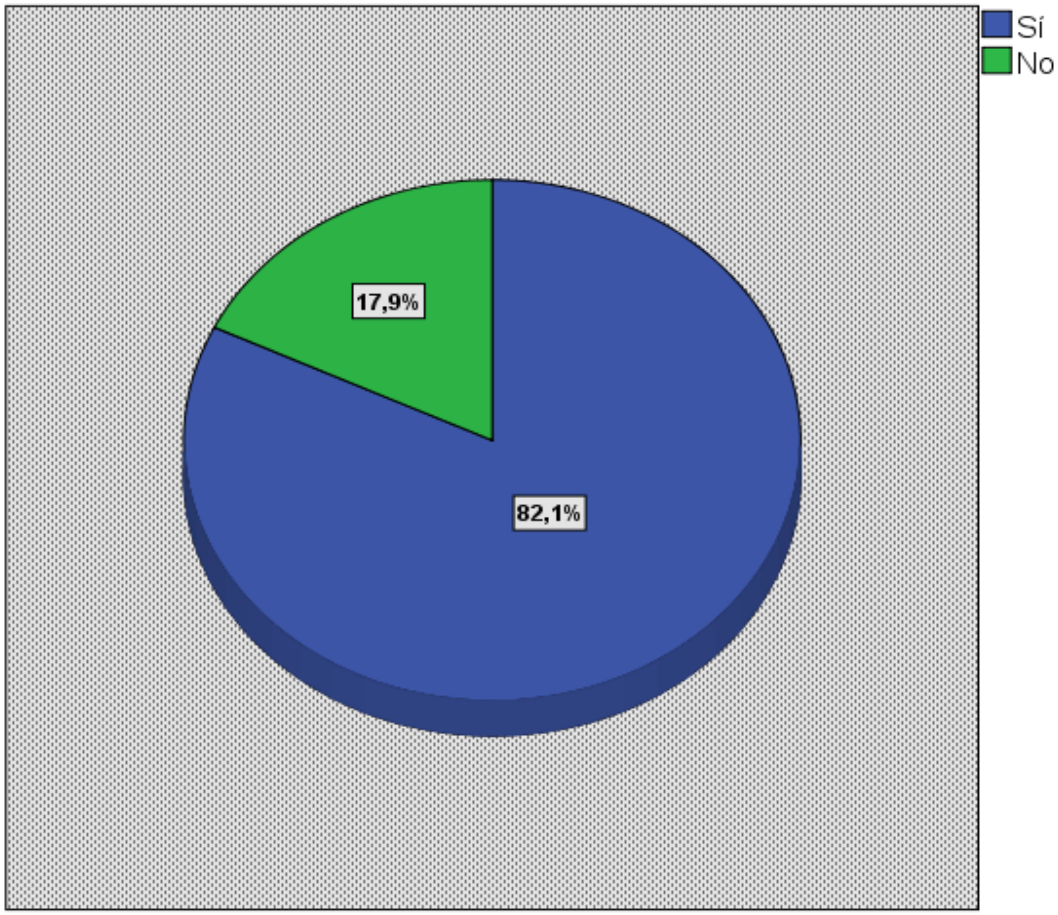
Gráfico N° 2 Distribución de la población según carrera



Fuente: Elaboración propia

Univalle oferta 7 diferentes carreras a los estudiantes, de las cuales las más demandadas son: Administración de Empresas con un 20% del total de alumnado, Ingeniería Comercial con un 18.6%, Derecho con un 17.9% e Ing. Civil con un 14.3%. Las demás con menores porcentajes representan el 29.3%.

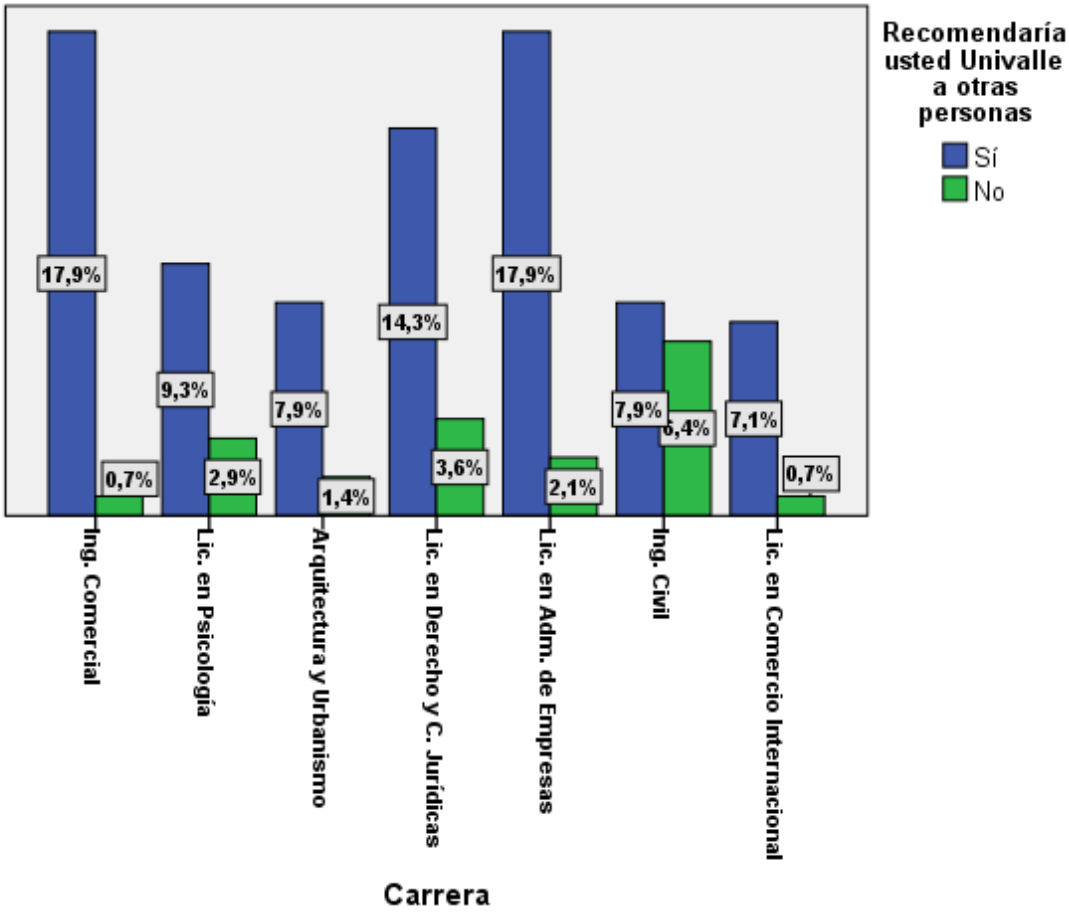
Gráfico N° 3 Distribución de la población según preferencia al momento de recomendar una Universidad a otras personas.



Fuente: Elaboración propia

Del 100% de la población, el 82.1% indica que recomendaría la Universidad del Valle a otras personas, y el 17.9% indica que no lo haría.

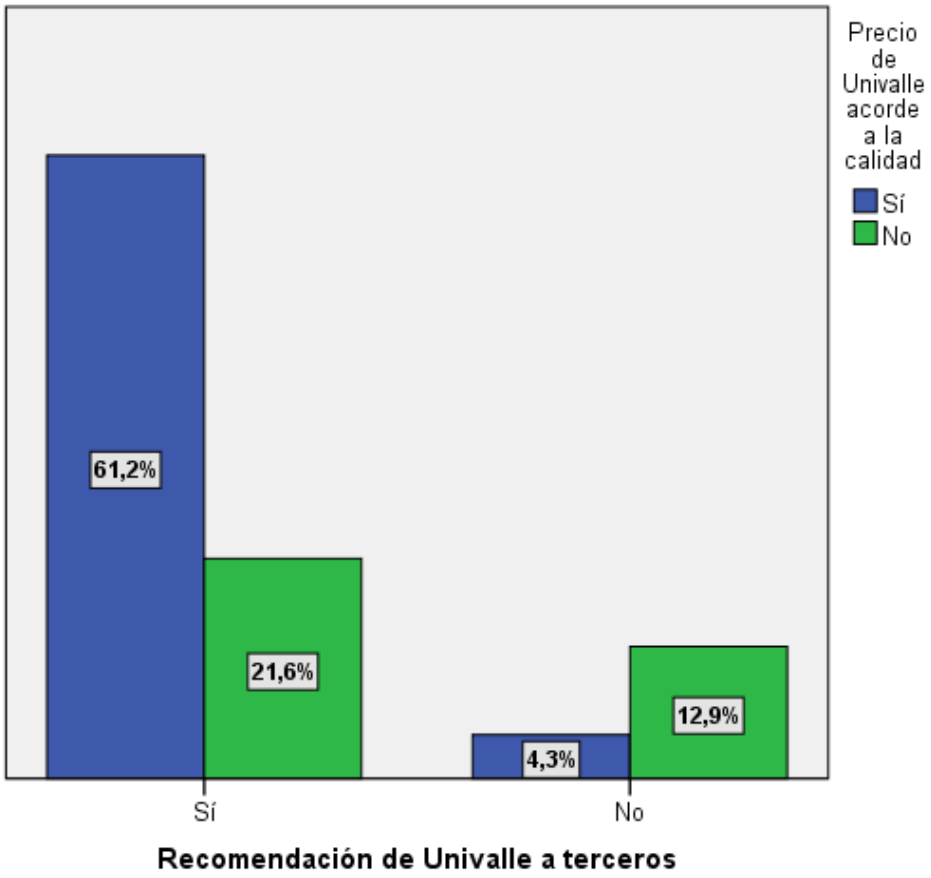
Gráfica N° 4 Predisposición de la población a recomendar a Univalle según la carrera que estudia.



Fuente: Elaboración Propia

Del 82.1% de la población que respondió que sí recomendarían la Universidad a otras personas, el 17.9% son estudiantes de Ingeniería Comercial, el 17.9% de Administración de Empresas, el 14.3% de Derecho y el resto correspondiente a las otras carreras. De la misma manera del 17.9% que respondió que no recomendaría la Universidad, el 6.4% siendo el mayor porcentaje representa a la carrera de Ing. Civil.

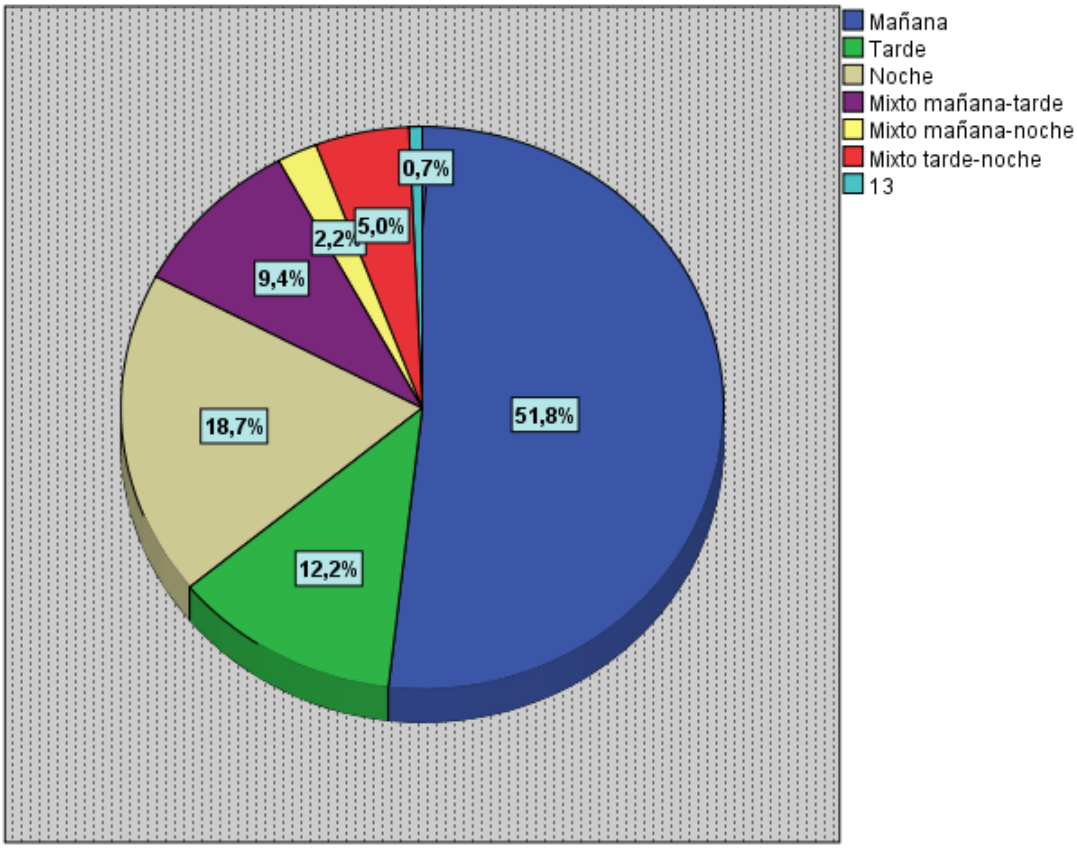
Gráfica N° 5 Predisposición de la población a recomendar a Univalle respecto a su percepción del precio.



Fuente: Elaboración propia

Del 82.1% que recomendaría Univalle a otras personas, el 61.27% está de acuerdo en que los precios están acorde a la calidad que otorga y el 21.6% no. Del 17.8% que no recomendaría la Universidad, el 12.9% no está de acuerdo en que los precios están acorde a la calidad que otorga y el 4.3% sí.

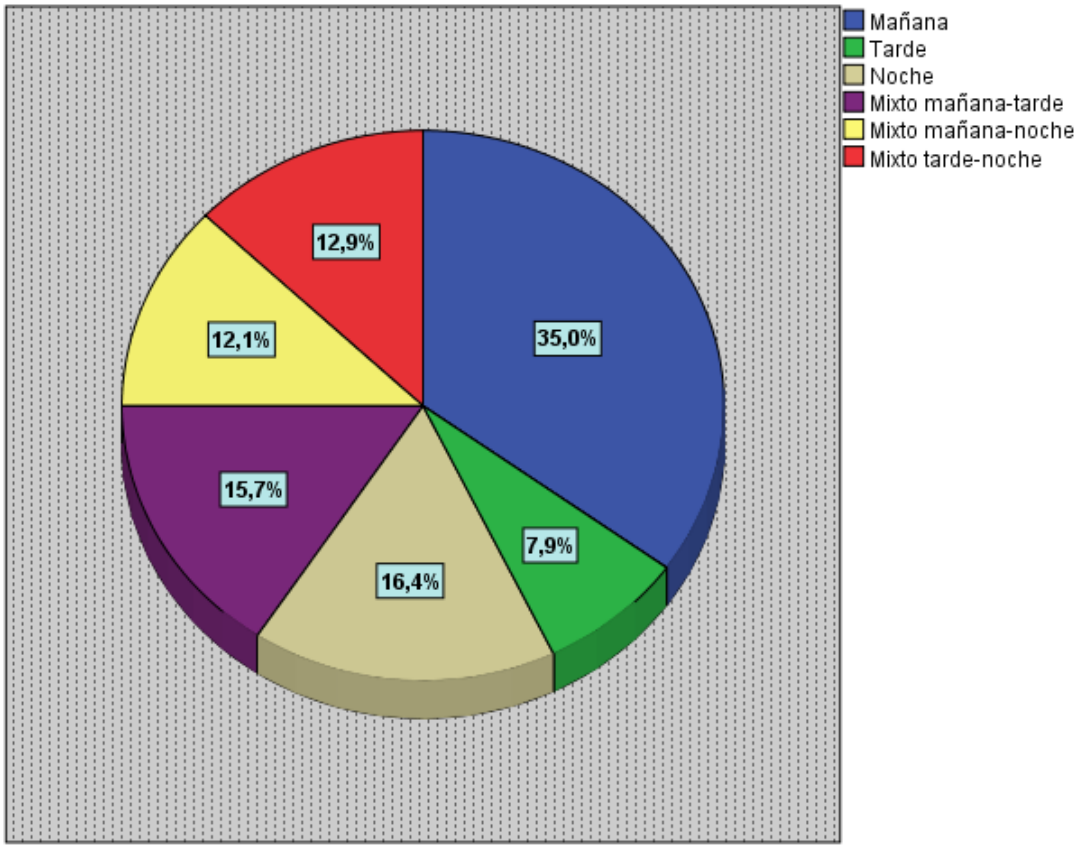
Gráfico N° 6 Preferencia de horarios de clases



Fuente: Elaboración propia

El 51.8% de la población prefiere asistir a clases en el turno de la mañana, seguidos del 18.7% que prefiere el horario nocturno y el 12.2% que prefiere el de la tarde. En general los estudiantes prefieren asistir a clases en tan solo un horario y no en horarios mixtos.

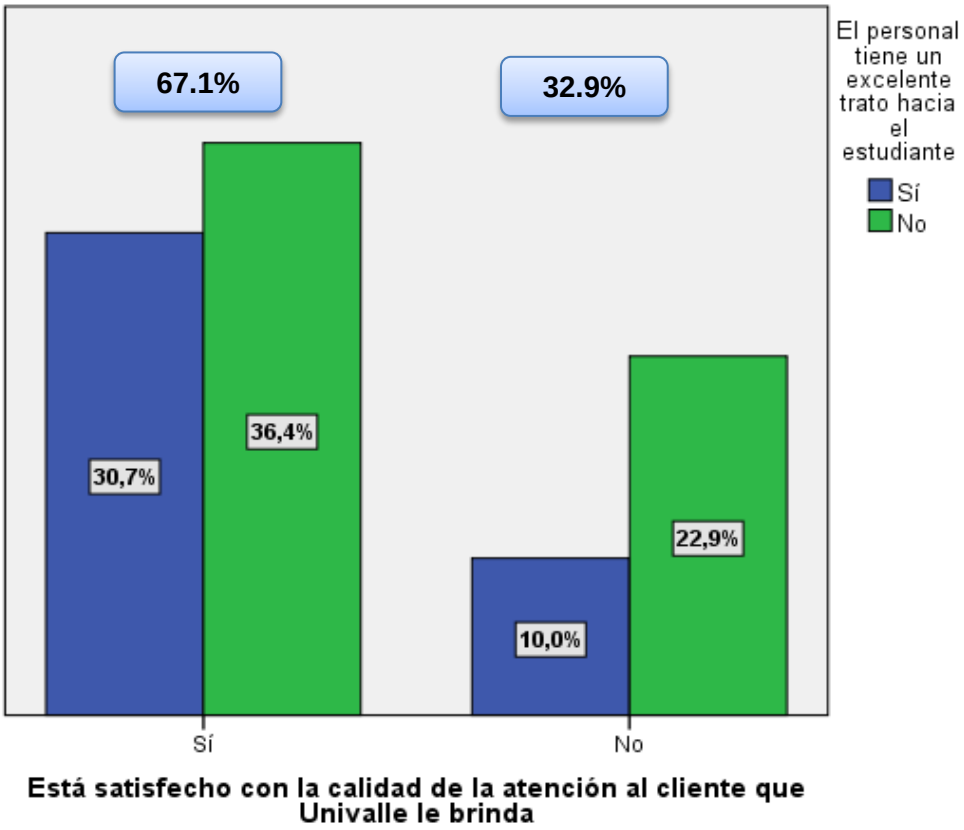
Gráfico N° 7 Horario de clases que cursa actualmente



Fuente: Elaboración propia

El 35% de los estudiantes pasan clases en el turno de la mañana, el 16.4% en el turno de la noche y el 15.7% en horario mixto de mañana-tarde.

Gráfico N° 8 Satisfacción del estudiante con la atención recibida respecto al trato del personal.



Fuente: Elaboración Propia

El 67.1% de la población está satisfecha con la calidad de la atención al cliente que tiene Univalle, sin embargo, ese porcentaje se encuentra dividido:

- El 30.7% opina que el personal sí tiene un excelente trato hacia el estudiante.
- El 36.4% opina que el personal no tiene un buen trato hacia el estudiante.

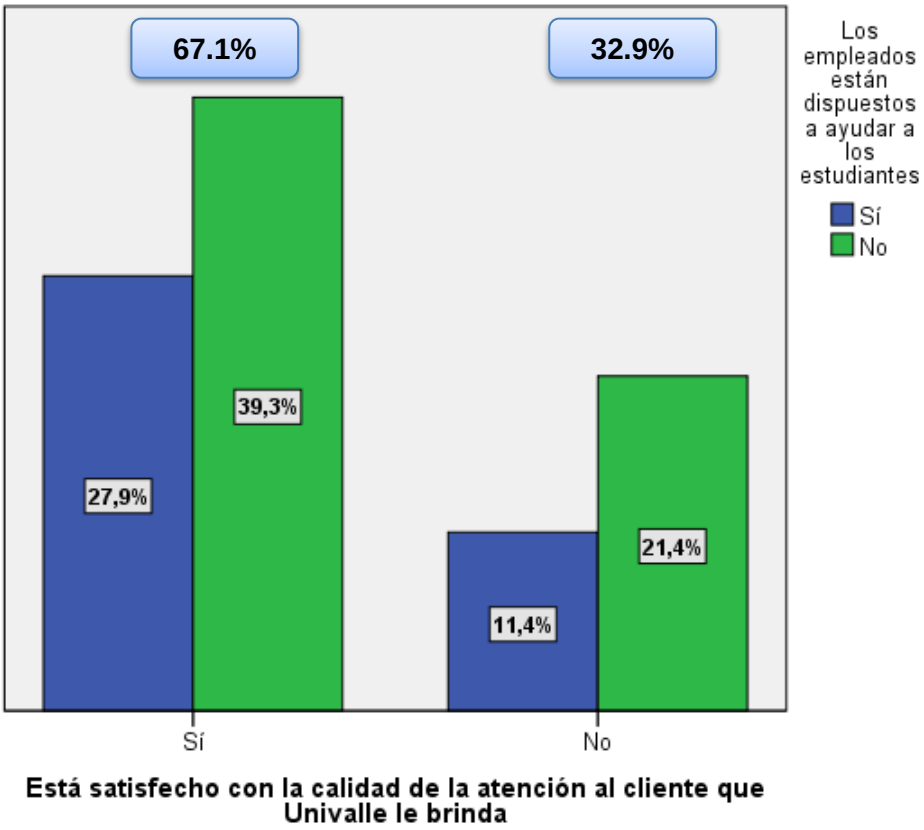
El 32.9% no está satisfecho con la calidad de la atención al cliente que tiene Univalle, de estos:

- El 10% opina que el personal sí tiene un excelente trato hacia el estudiante.

- El 22.9% opina que el personal no tiene un buen trato hacia el estudiante.

En ambos casos la mayor parte de la población opina que el personal no tiene un excelente trato hacia el estudiante.

Gráfico N° 9 Satisfacción del estudiante con la atención recibida respecto a su percepción sobre la disposición del empleado a colaborarlos.



Fuente: Elaboración Propia

El 67.1% de la población está satisfecha con la calidad de la atención al cliente que tiene Univalle, sin embargo, ese porcentaje se encuentra dividido:

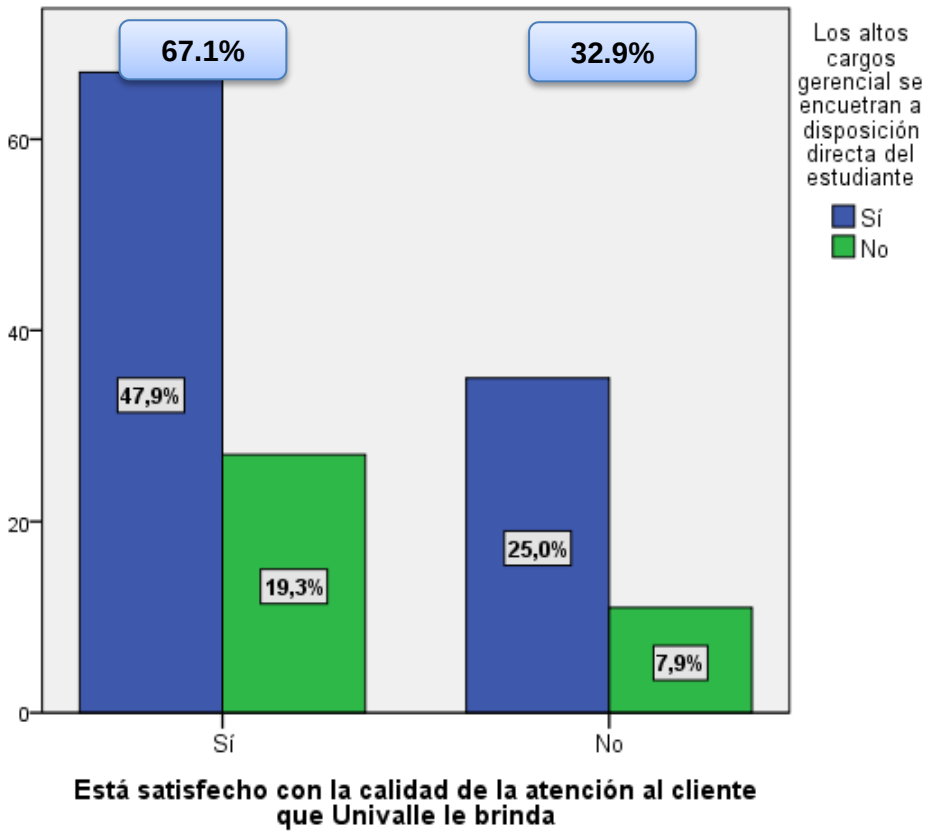
- El 55% opina que los empleados no están dispuestos a ayudar a los estudiantes.
- El 39% opina que los empleados están dispuestos a ayudar a los estudiantes.

El 32.9% no se encuentra satisfecho con la calidad de atención hacia el cliente en Univalle, de estos:

- El 30% opina que los empleados no están dispuestos a ayudar a los estudiantes.
- El 16% opina que los empleados están dispuestos a ayudar a los estudiantes.

En ambos casos la mayoría opina que los empleados no se encuentran dispuestos a ayudar a los estudiantes en Univalle.

Gráfico N° 10 Satisfacción del estudiante con la atención recibida respecto a la disposición que tienen los altos cargos gerenciales.



Fuente: Elaboración Propia

El 67.1% de la población está satisfecha con la calidad de la atención al cliente que tiene Univalle, sin embargo, ese porcentaje se encuentra dividido:

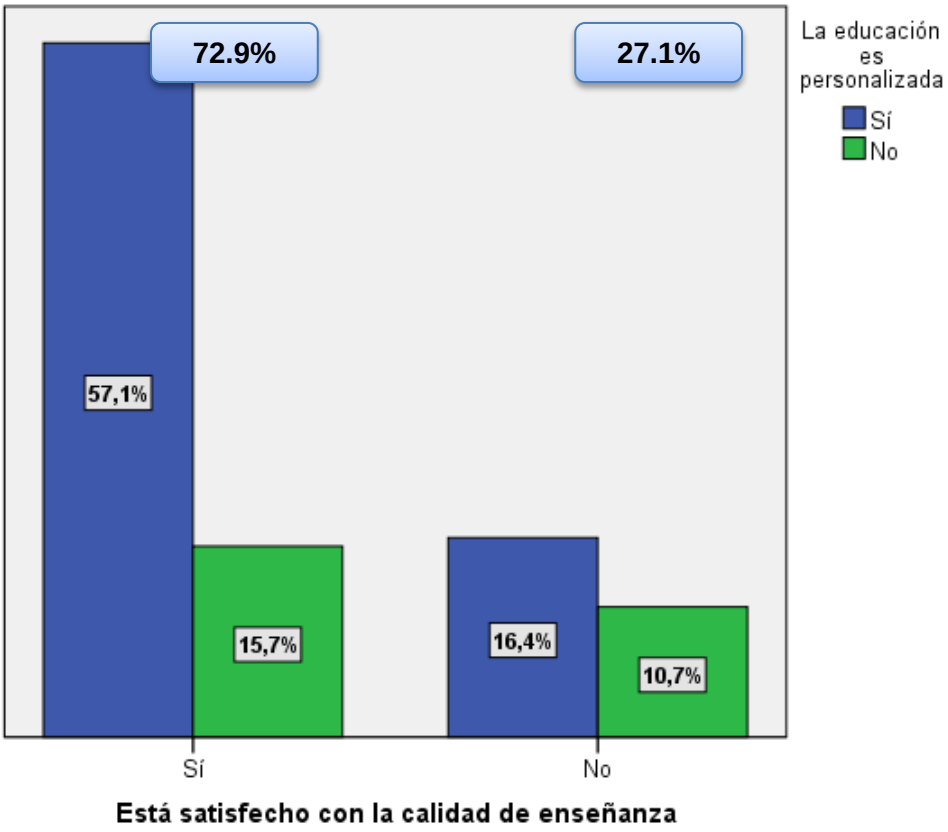
- El 19.3% opina que los altos cargos gerenciales no se encuentran a disposición de los estudiantes.
- El 47.9% opina que los cargos gerenciales se encuentran a disposición directa del estudiante.

El 32.9% no está satisfecho con la calidad de atención al cliente que Univalle brinda, de estos:

- El 7.9% opina que los altos cargos gerenciales no se encuentran a disposición de los estudiantes.
- El 25% opina que los cargos gerenciales se encuentran a la disposición directa del estudiante.

En ambos casos se observa que los estudiantes están de acuerdo con que los altos cargos gerenciales están a disposición de los mismos.

Gráfico N° 11 Nivel de satisfacción de la calidad de enseñanza respecto al servicio de educación personalizada.



Fuente: Elaboración propia

El 72.9% de la población está satisfecha con la calidad de enseñanza, de los cuales:

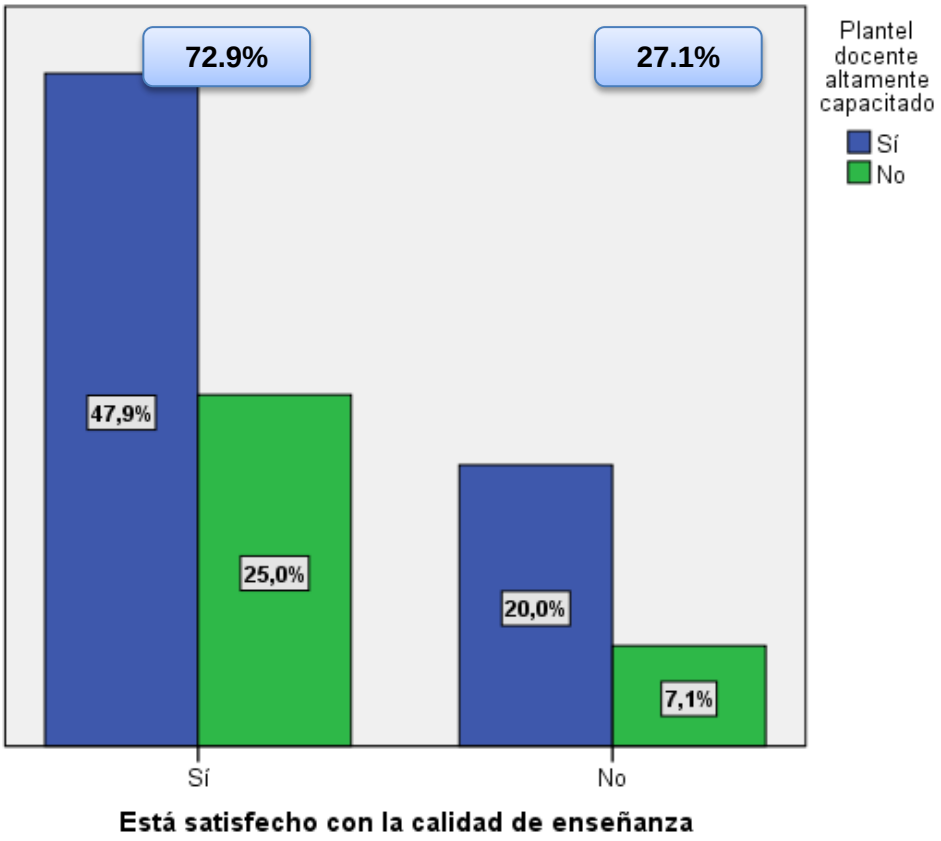
- El 15.7% opina que Univalle no otorga una educación personalizada.
- El 57.1% concuerda en que la Universidad del Valle otorga una educación personalizada al estudiante.

El 27.1% no se encuentra satisfecho con la calidad de enseñanza, de los cuales:

- El 10.7% opina que Univalle no otorga una educación personalizada.
- El 16.4% concuerda en que la Universidad del Valle otorga una educación personalizada al estudiante.

El 73.5% opina que la educación que brinda la Universidad del Valle Sub Sede Sucre es personalizada.

Gráfico N° 12 Nivel de satisfacción de la calidad de enseñanza respecto a la competencia del plantel docente.



Fuente: Elaboración propia

El 72.9% de la población está satisfecha con la calidad de enseñanza, de los cuales:

- El 25% opina que el plantel docente no se encuentra capacitado.
- El 47.9% opina que el plantel docente se encuentra altamente capacitado.

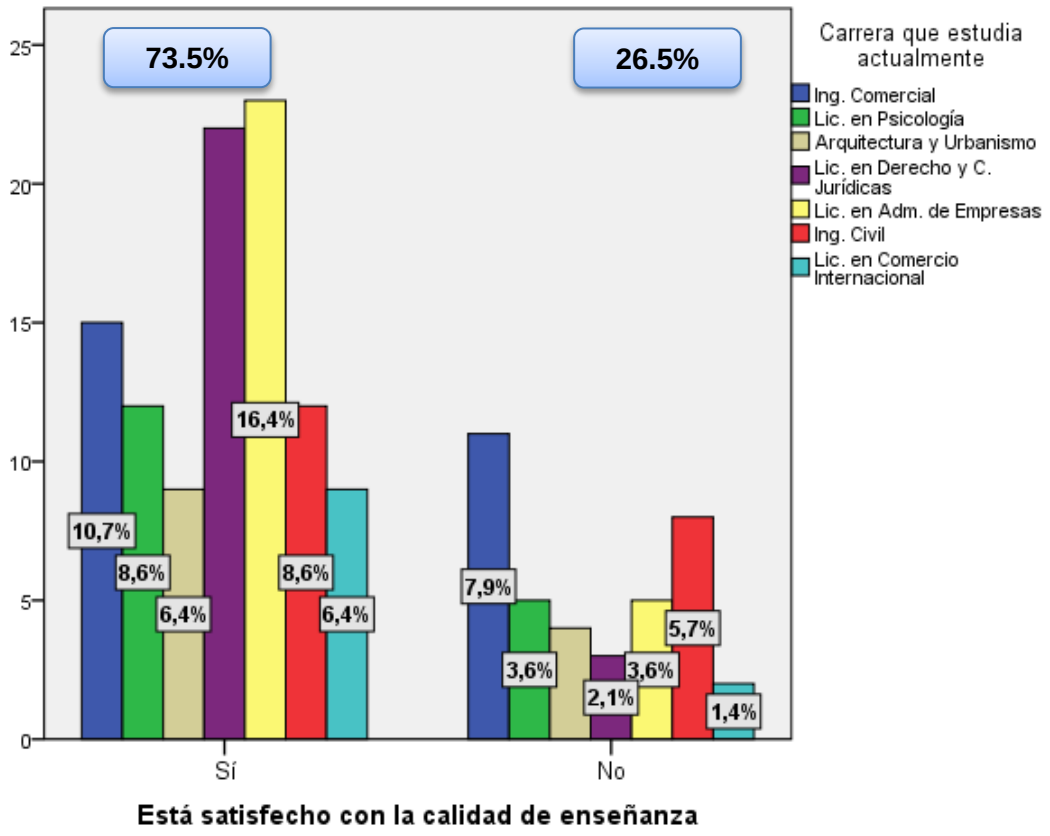
El 27.1% de la población está satisfecha con la calidad de enseñanza, de los cuales:

- El 7.1% opina que el plantel docente no se encuentra capacitado.

- El 20% opina que el plantel docente se encuentra altamente capacitado.

El 67.9% opina que el plantel docente se encuentra altamente capacitado.

Gráfico N° 13 Nivel de satisfacción de la calidad de enseñanza respecto a la carrera que estudia.

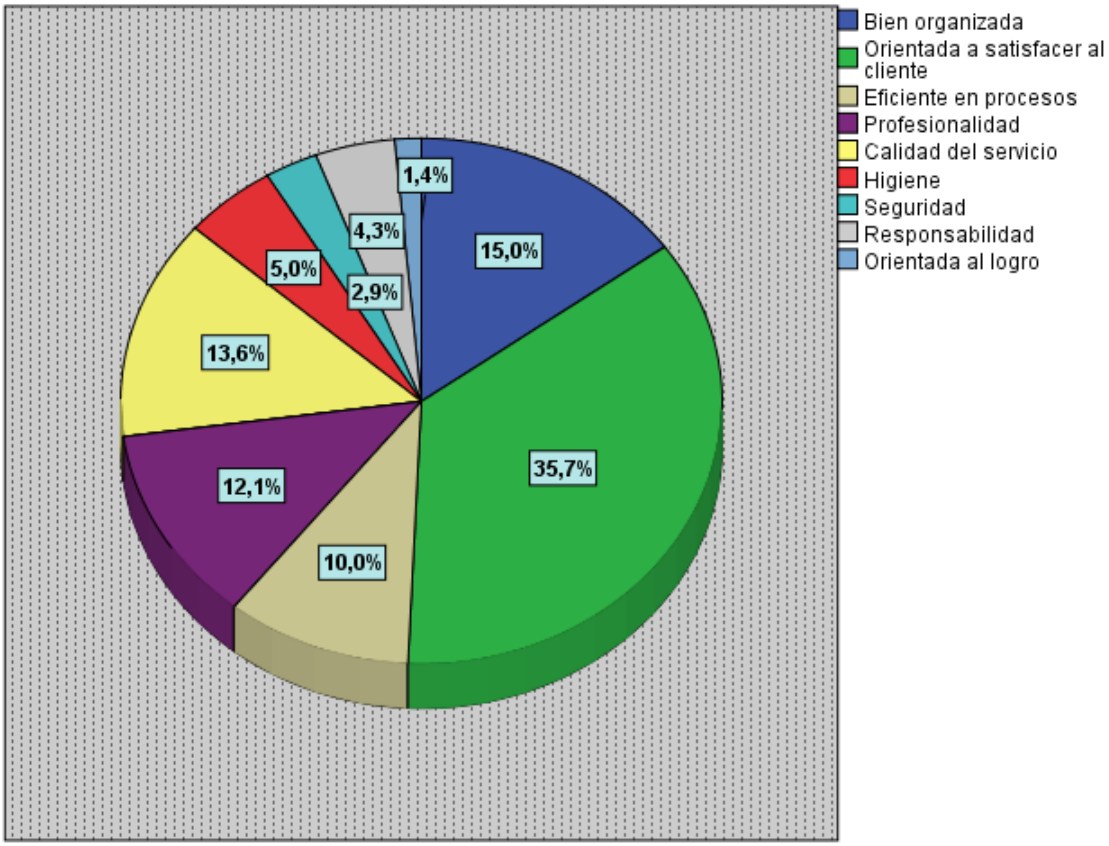


Fuente: Elaboración propia

El 73.5% de la población está satisfecha con la calidad de enseñanza, de los cuales:

- El 52.1% corresponde a carreras de la Facultad de Sociales y Jurídicas.

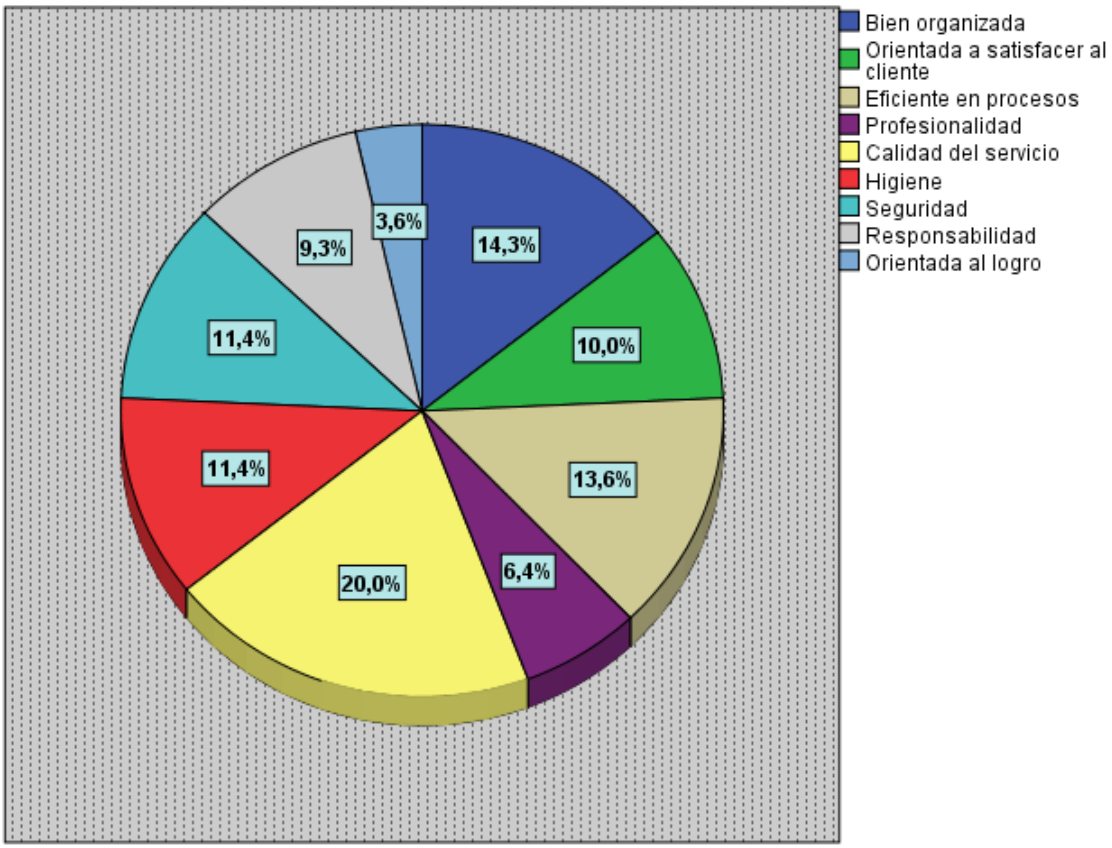
Gráfico N° 14 Principal atributo de servicio que Univalle debería tener.



Fuente: Elaboración Propia

Para el 35.7% de los estudiantes el atributo más importante que debería tener la Universidad del Valle es que debería ser orientada a satisfacer al cliente, siguiendo del 15% que considera como principal atributo la buena organización.

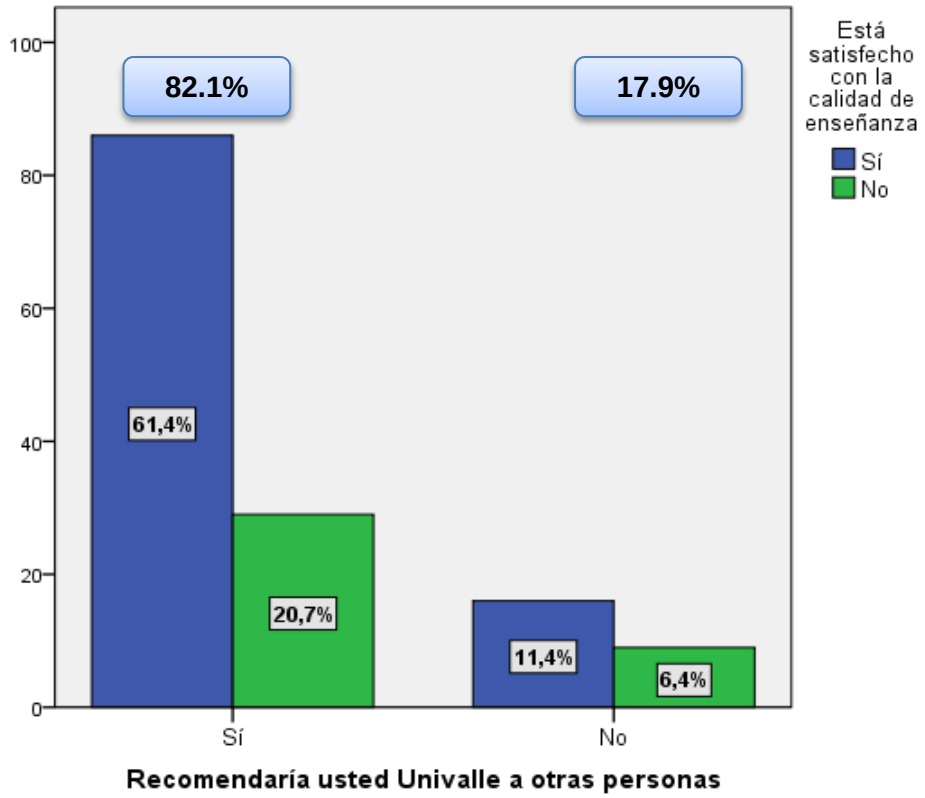
Gráfico N° 15 Principal atributo que tiene Univalle.



Fuente: Elaboración Propia

Según los resultados obtenidos el 20% de los estudiantes consideran que el atributo más notorio que tiene Univalle es el de Calidad del servicio, el 13.6% considera que es Eficiente en procesos, el 11.4% que tiene Higiene, sin embargo, tan solo el 10% considera que tiene el atributo de ser Orientada a satisfacer al cliente y este es el atributo más importante que debería tener según la opinión de los estudiantes.

Gráfico N° 16 Relación entre satisfacción con la calidad de enseñanza respecto a si recomendaría la Universidad a terceros.



Fuente: Elaboración Propia

Del 82.1% que recomendaría la Universidad del Valle a otras personas:

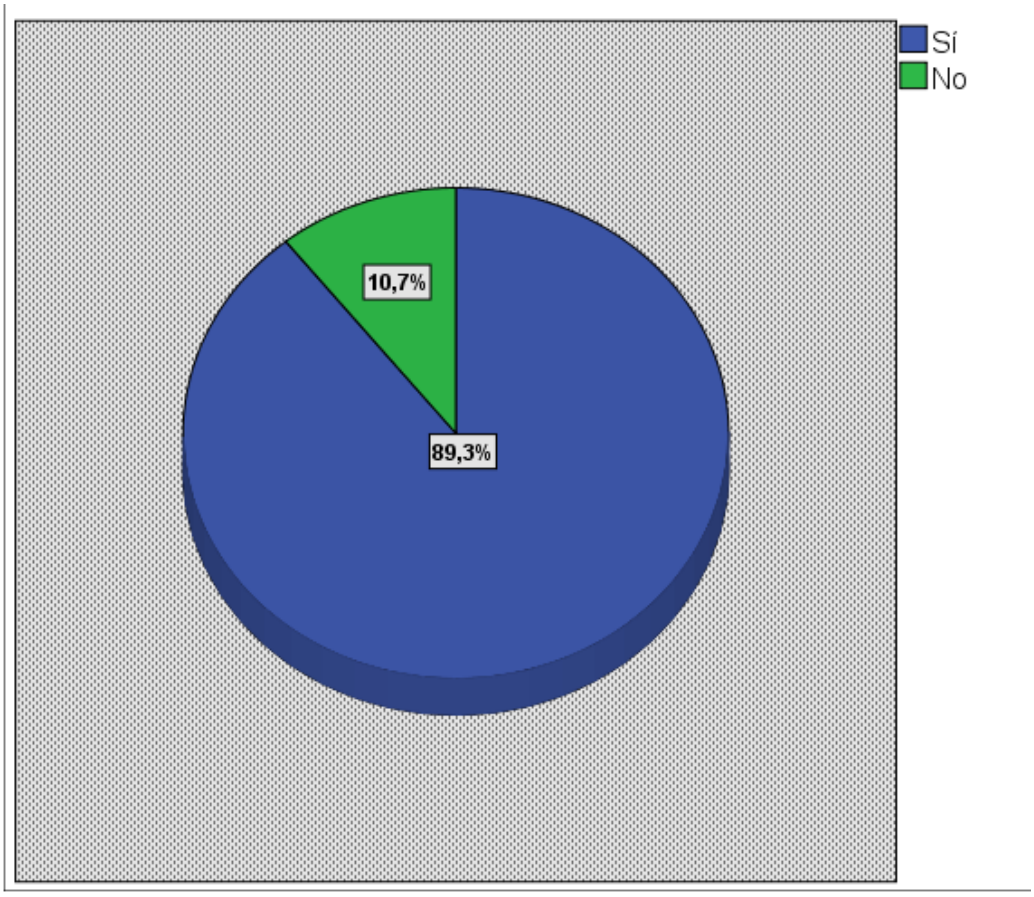
- Solo el 61.4% se encuentra satisfecho con la calidad de enseñanza que les brinda.
- El 20.7% no se encuentra satisfecho con la calidad de enseñanza que Univalle brinda.

Del 17.9% que no recomendaría la Universidad del Valle a otras personas:

- Solo el 11.4% se encuentra satisfecho con la calidad de enseñanza que les brinda.
- El 6.4% no se encuentra satisfecho con la calidad de enseñanza que Univalle brinda.

El 72.8% de la población se encuentra satisfecha con la calidad de enseñanza que los docentes de Univalle otorgan.

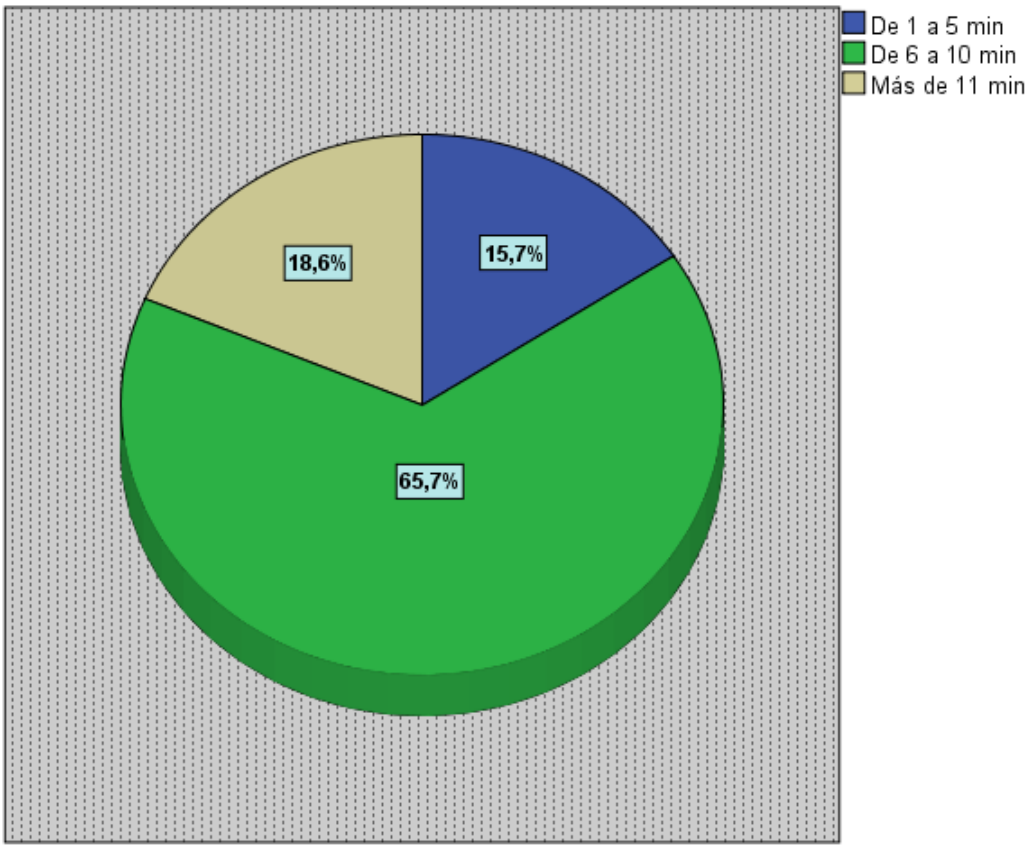
Gráfico N° 17 Importancia de la medición de nivel de satisfacción del estudiante por parte de Univalle.



Fuente: Elaboración Propia

El 89.3% de los estudiantes consideran importante que la Universidad mida el nivel de satisfacción que tienen respecto al servicio que reciben por la misma.

Gráfico N° 18 Porcentaje de tiempo de espera en cajas.



Fuente: Elaboración Propia

El 65.7% de los estudiantes considera que en las operaciones realizadas en cajas se demoran alrededor de 6 a 10 minutos, sin embargo, según información obtenida por la Universidad el tiempo promedio es de 1 a 5 minutos.

2.9.3.1 Interpretación De Datos

- El mercado más grande que tiene Univalle en la ciudad de Sucre es respecto a las carreras del sector Sociales (Administración de Empresas, Ingeniería Comercial, Licenciatura en Derecho, etc), de acuerdo con la recopilación de datos obtenemos que de igual manera los estudiantes de estas carreras son los que se encuentran más

satisfechos con el servicio recibido ya que en su mayoría recomendarían la Universidad a otras personas.

- El precio tiene que estar acorde a la calidad del servicio que otorga Univalle a sus estudiantes, debido a que esto influye directamente en su opinión sobre la Universidad.
- Encontramos que la mayoría de los estudiantes de Univalle (52.2%) se encuentran satisfechos con la atención que reciben en la Universidad, sin embargo no es resultado de la atención del personal, ya que opinan que no tienen un trato adecuado hacia ellos y que no se encuentran dispuestos a ayudarlos o guiarlos en algún inconveniente que pueden llegar a tener, al contrario opinan del personal de los altos cargos gerenciales, ya que ellos siempre tienen el tiempo y la predisposición de coadyuvar con los objetivos del estudiante.
- Un alto porcentaje, el 72.9%, se encuentra satisfecho con la calidad respecto a la enseñanza, esto debido a que concuerdan que la educación que reciben es personalizada, siendo una cantidad reducida de estudiantes por curso, y cuentan con un plantel docente altamente capacitado y con suficiente experiencia. Clientes satisfechos con la calidad de la enseñanza son los que recomendarían mejor la Universidad a otras personas, debido a que este servicio es el principal que ofrece.
- La satisfacción del estudiante en Univalle va más respecto a la enseñanza que a la atención que reciben por el personal.
- Comparando los atributos que Univalle demuestra tener actualmente con los que los estudiantes opinan que debería tener, se encuentra una pequeña relación, sin embargo, el más importante para los estudiantes es que esté orientada a satisfacer sus necesidades, pero su atributo más fuerte es el de tener calidad en el servicio.
- El tiempo de espera en el servicio de atención en cajas es de 6 a 10 minutos, siendo un tiempo aceptado por los estudiantes.
- Es de vital importancia medir la satisfacción del cliente, con el fin de conocer sus desconformidades y sus opiniones.

CAPÍTULO III

PROPUESTA

CAPÍTULO III

PROPUESTA

La presente propuesta muestra un diseño metodológico nuevo de un modelo de medición de calidad del servicio en universidades privadas, en el caso de la Universidad Privada del Valle Sub Sede Sucre, el cual toma sólo 5 criterios importantes y suficientes que permitan evaluar la situación actual de la Universidad desde el punto de vista del estudiante.

3.1 Diseño Metodológico

El diseño metodológico propuesto está basado en la realización de una encuesta compuesta por 5 criterios a ser evaluados para determinar el grado de satisfacción del estudiante.

Estos 5 criterios se presentan de forma separada en un cuestionario, cada uno estará compuesto por una serie de comentarios, los cuales serán calificados por los estudiantes utilizando una escala del 1 al 5, de manera que permita determinar en porcentajes la situación final que tiene la Universidad del Valle desde el punto de vista del estudiante, con el objetivo de encontrar brechas entre lo que el estudiante quiere, percibe y lo que la universidad piensa que este quiere recibir.

Esta propuesta está realizada con el fin de efectuar un cuestionario formulado a todos y cada uno de los estudiantes de la Universidad, realizando un Censo para obtener información y resultados más concretos y reales, debido a que en Univalle Sub Sede Sucre tan solo se tienen 1174 estudiantes actualmente y los cuestionarios se los puede realizar por curso en mañana, tarde y noche. Los docentes estarán capacitados para poder explicar y dar información sobre cada comentario que tenga cada criterio, para que el estudiante no mal interprete el cuestionario y de esta manera obtener resultados e información válida.

3.2 Criterios De Evaluación

A continuación se presentan los criterios de evaluación a ser considerados para la presente propuesta, con sus respectivos comentarios y de la manera en que ingresan al cuestionario.

Cuestionario → Anexo N° 2

3.2.1 Plantel Académico

Referente a la calidad de los docentes que Univalle pone a disposición de sus estudiantes.

Mediante comentarios que los estudiantes puedan calificar según a su percepción, se analizará y calificará al Plantel Académico de la Universidad en su conjunto.

Comentarios a ser utilizados:

a) Metodología del docente para enseñar.
b) Facilidad de palabra.
c) Uso de recursos tecnológicos para la enseñanza de la materia.
d) Manejo del docente sobre el tema de estudio, su conocimiento.
e) Respeto del docente hacia los estudiantes.
f) Explicación clara del docente sobre la materia.
g) Seguimiento del docente a cada estudiante.

Imagen N° 1 Modelo de encuesta para el criterio "Plantel Académico"

Marque la calificación que refleje su opinión sobre los siguientes comentarios, tomando en cuenta que:

1 = Muy Bueno
2= Bueno
3 = Ni Bueno ni Malo
4 = Malo
5 = Muy Malo

	Detalle	Calificación				
		1	2	3	4	5
a)	Metodología del docente para enseñar.					
b)	Facilidad de palabra.					
c)	Uso de recursos tecnológicos para la enseñanza de la materia.					
d)	Manejo del docente sobre el tema de estudio, su conocimiento.					
e)	Respeto del docente hacia los estudiantes					
f)	Explicación clara del docente sobre la materia					
g)	Seguimiento del docente a cada estudiante.					
	TOTAL					

Fuente: Elaboración Propia

3.2.2 Plantel Administrativo

Referente a la calidad del personal administrativo que tiene la Universidad.

Mediante comentarios que los estudiantes puedan calificar según su percepción, se analizará y calificará al Plantel Administrativo de la Universidad en su conjunto.

Comentarios a ser utilizados:

a) Calidad en el trato al estudiante.
b) Transparencia en procesos administrativos.
c) Responsabilidad.
d) Puntualidad.
e) Eficiencia en procesos administrativos.
f) Profesionalismo del personal.

Imagen N° 2 Modelo de encuesta para el criterio "Plantel Administrativo"

Marque la calificación que refleje su opinión sobre los siguientes comentarios, tomando en cuenta que:

1 = Muy Bueno
2= Bueno
3 = Ni Bueno ni Malo
4 = Malo
5 = Muy Malo

	Detalle	Calificación				
		1	2	3	4	5
a)	Calidad en el trato al estudiante.					
b)	Transparencia en procesos administrativos.					
c)	Responsabilidad.					
d)	Puntualidad.					
e)	Eficiencia en procesos administrativos.					
f)	Profesionalismo del personal.					

Fuente: Elaboración Propia

3.2.3 Infraestructura y tecnología

Referente al tamaño y calidad de los ambientes que la Universidad pone a disposición de los estudiantes, ya sea para las clases en sí o para realización de trabajos, investigación, actividades extracurriculares, etc.

Mediante comentarios que los estudiantes puedan calificar según su percepción, se analizará y calificará la Infraestructura y Tecnología que tiene la Universidad.

Comentarios a ser utilizados:

a) Aulas de clases.
b) Laboratorios.
c) Biblioteca.
d) Baños.
e) Tecnología actualizada.
f) Cafetería.
g) Oficinas administrativas.
h) Salón de eventos

Imagen N° 3 Modelo de encuesta para el criterio "Infraestructura y Tecnología"

Marque la calificación que refleje su opinión sobre los siguientes comentarios, tomando en cuenta que:

1 = Muy Bueno
2= Bueno
3 = Ni Bueno ni Malo
4 = Malo
5 = Muy Malo

	Detalle	Calificación				
		1	2	3	4	5
a)	Aulas de clase					
b)	Laboratorios.					
c)	Biblioteca.					
d)	Baños.					
e)	Tecnología actualizada.					
f)	Cafetería.					
g)	Oficinas administrativas.					
h)	Salón de eventos					

Fuente: Elaboración Propia

3.2.4 Proceso enseñanza – aprendizaje

Abarcando aspectos sobre el proceso de enseñanza que tiene la Universidad y si estos tienen un efecto positivo o negativo en el estudiante.

Mediante comentarios que los estudiantes puedan calificar según su percepción, se analizará y calificará todo el Proceso Enseñanza - Aprendizaje que la Universidad utiliza con los estudiantes.

Comentarios a ser utilizados:

a) Malla curricular actualizada.
b) Cronograma de avance de materia apto para el estudiante.
c) Cronograma de exámenes acorde al avance de materia.
d) Cumplimiento de cronogramas establecidos.
e) Porcentaje adecuado de clases prácticas.
f) Porcentaje adecuado de clases teóricas.

Imagen N° 4 Modelo de encuesta para el criterio "Proceso enseñanza - aprendizaje"

Marque la calificación que refleje su opinión sobre los siguientes comentarios, tomando en cuenta que:

1 = Muy Bueno
2= Bueno
3 = Ni Bueno ni Malo
4 = Malo
5 = Muy Malo

	Detalle	Calificación				
		1	2	3	4	5
a)	Malla curricular actualizada.					
b)	Cronograma de avance de materia apto para el estudiante.					
c)	Cronograma de exámenes acorde al avance de materia.					
d)	Cumplimiento de cronogramas establecidos.					
e)	Porcentaje adecuado de clases prácticas					
f)	Porcentaje adecuado de clases teóricas					

Fuente: Elaboración Propia

3.2.5 Oferta de Oportunidades

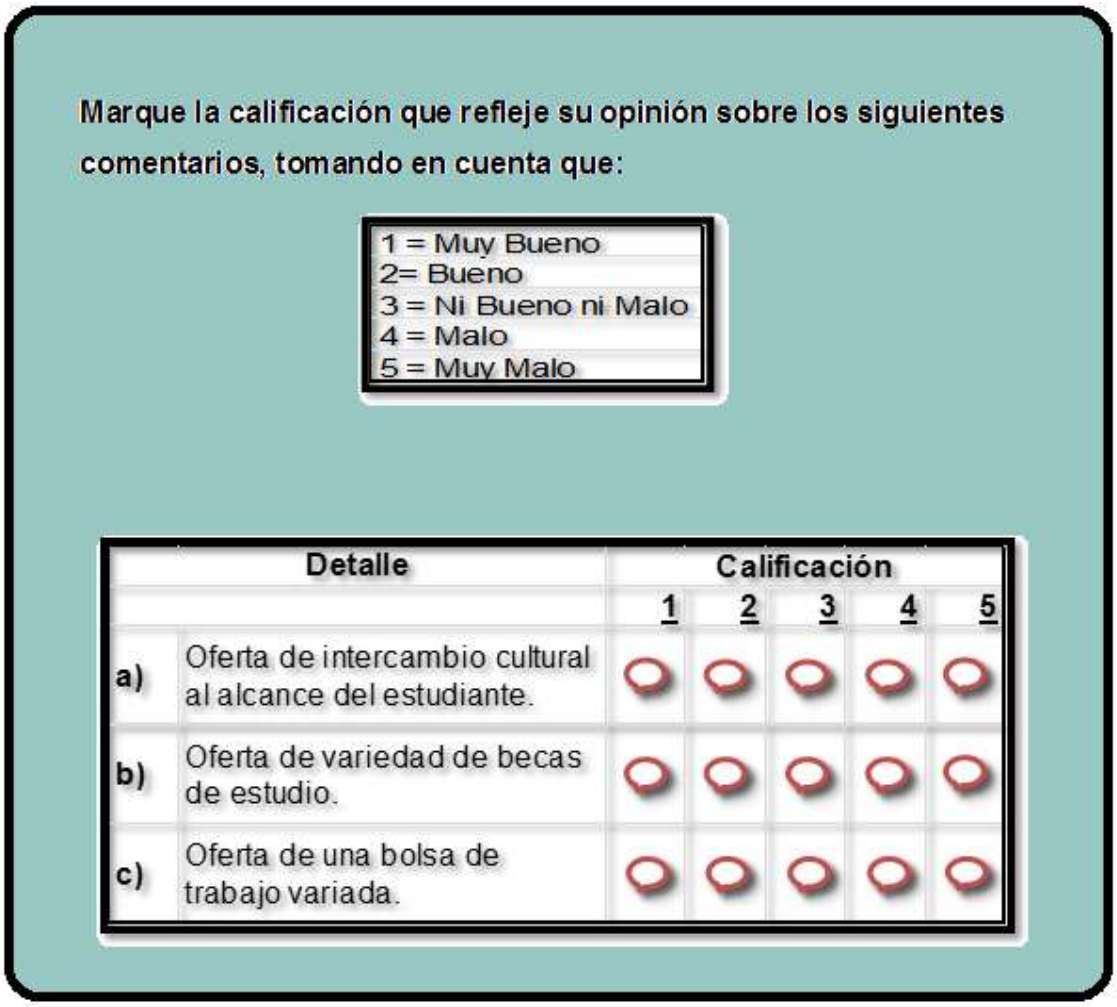
Referente a las oportunidades de superación que la Universidad brinda a sus estudiantes.

Mediante comentarios que los estudiantes puedan calificar de acuerdo a su percepción, se analizará y calificará las Ofertas de Oportunidades que la Universidad ofrece a sus estudiantes.

Comentarios a ser utilizados:

a) Oferta de intercambio cultural al alcance del estudiante.
b) Oferta de gran variedad de becas de estudio.
c) Oferta de una bolsa de trabajo variada.

Imagen N° 5 Modelo de encuesta para el criterio "Oferta de oportunidades"



Marque la calificación que refleje su opinión sobre los siguientes comentarios, tomando en cuenta que:

1 = Muy Bueno
2= Bueno
3 = Ni Bueno ni Malo
4 = Malo
5 = Muy Malo

	Detalle	Calificación				
		1	2	3	4	5
a)	Oferta de intercambio cultural al alcance del estudiante.					
b)	Oferta de variedad de becas de estudio.					
c)	Oferta de una bolsa de trabajo variada.					

Fuente: Elaboración Propia

3.3 Proceso de Análisis de Resultados

Una vez efectuada la encuesta a todos los estudiantes de la Universidad del Valle, se debe tabular la información para obtener resultados.

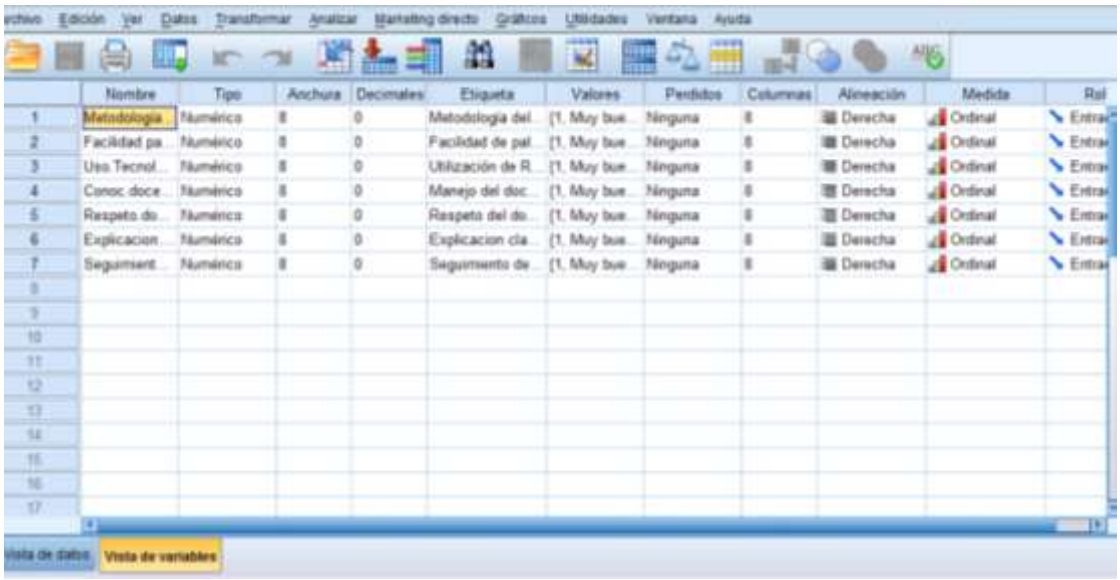
Los resultados que se obtendrán mediante este "*Modelo de Medición de la Calidad del servicio en Universidades Privadas"*, serán netamente porcentuales, los cuales se compararán directamente con los porcentajes propuestos por Univalle para cada criterio de evaluación.

Mediante la utilización del programa SPSS y una hoja de Excel ya diseñada y elaborada se podrá realizar esta tabulación de datos, a continuación se presenta en imagen los pasos e indicaciones que sigue el proceso de llenado de datos en Excel y como este funciona.

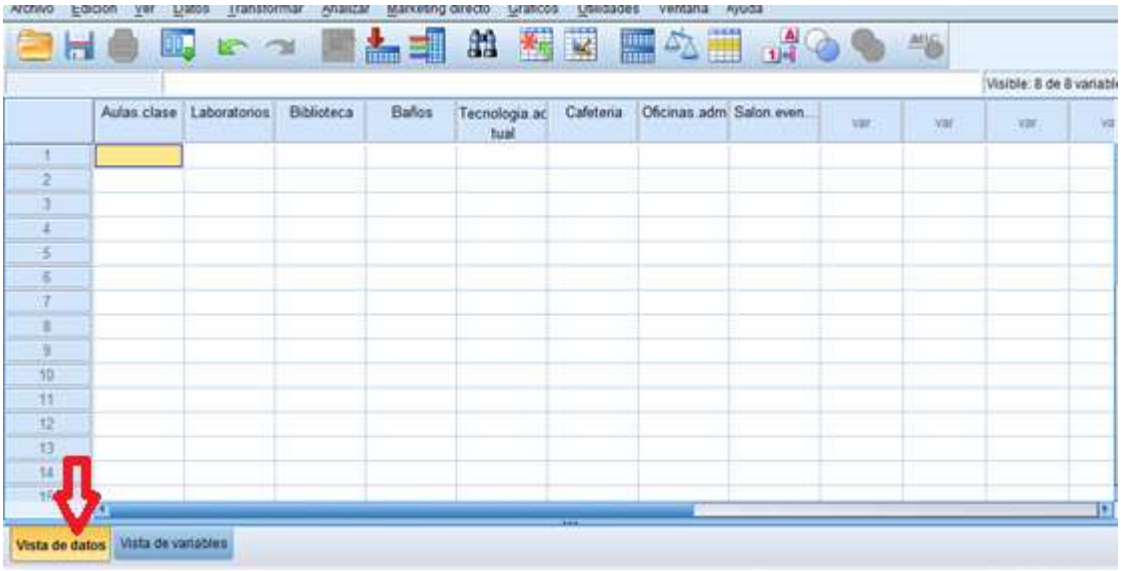
<u>Paso 1</u>

Ingresar los resultados obtenidos de las encuestas en el programa SPSS, el cual ya se encuentra llenado con las variables a analizar.

En la pestaña Vista de variables, podrán observar todos los comentarios que se analizarán, existe una tabla guardada para cada criterio de evaluación, en este caso vemos el ejemplo del Plantel Académico.



En la pestaña Vista de datos, es donde ingresarán la respuesta (en número) de cada encuesta realizada.



Paso 2

Obtener solo los recuentos de las variables ingresadas en SPSS.

Paso 3

Excel → De cada criterio se tiene una hoja diferente de cálculo, dentro de un mismo libro de Excel.

Ir a la hoja de cálculo del criterio del cual se ingresarán los datos obtenidos.

CÁLCULO PLANTEL ACADÉMICO

	Nro de encuestados			
	Mayor porcentaje por comentario		0%	14,29

Comentario "a"	Opciones de respuesta	Puntuación	Cant. de respuestas	Ponderación
	1 = Muy bueno	100	0	0
	2 = Bueno	80	0	0
	3 = Ni bueno ni malo	60	0	0
	4 = Malo	40	0	0
	5 = Muy malo	20	0	0
	Totales		0	0
	Ponderación total * Cant. de Respuestas total			#¡DIV/0!
	Resultado comentario "a"			**#¡DIV/0!**

Comentario "b"	Opciones de respuesta	Puntuación	Cant. de respuestas	Ponderación
	1 = Muy bueno	100	0	0
	2 = Bueno	80	0	0
	3 = Ni bueno ni malo	60	0	0
	4 = Malo	40	0	0
	5 = Muy malo	20	0	0
	Totales		0	0
	Ponderación total * Cant. de Respuestas total			#¡DIV/0!

Calc.Plantel.Academ. / Calc.Plantel.Adm. / Calc.Infraestr.Tecnolog. / Calc.P.Enseñanza-Aprendiz.

Llenar los espacios dentro de los recuadros rojos. En este caso el criterio Plantel Académico está compuesto por 7 comentarios, los cuales se analizan por separado, es por esto que cada uno tiene un cuadro para colocar los resultados obtenidos.

Se debe ingresar los resultados obtenidos del SPSS, es decir, el recuento por cada respuesta de cada comentario.

Paso 4

Inmediatamente le saldrán los Resultados por comentarios que estarán en % y automáticamente se reflejarán en otra pestaña correspondiente al mismo criterio, en este caso “Plantel Académico”.

Esta pestaña nos mostrará el % total obtenido por el criterio de evaluación, el cual estará en relación al 100%.

CÁLCULO PLANTEL ACADÉMICO

	Nro de encuestados				
	Mayor porcentaje por comentario			0%	14,29
Comentario "a"	**Opciones de respuesta**	**Puntuación**	**Cant. de respuestas**	**Ponderación**	
	1 = Muy bueno	100	0	0	
	2 = Bueno	80	0	0	
	3 = Ni bueno ni malo	60	0	0	
	4 = Malo	40	0	0	
	5 = Muy malo	20	0	0	
	Totales		0	0	
	Ponderación total * Cant. de Respuestas total			#¡DIV/0!	
	Resultado comentario "a"			**#¡DIV/0!**	
Comentario "b"	**Opciones de respuesta**	**Puntuación**	**Cant. de respuestas**	**Ponderación**	
	1 = Muy bueno	100	0	0	
	2 = Bueno	80	0	0	
	3 = Ni bueno ni malo	60	0	0	
	4 = Malo	40	0	0	
	5 = Muy malo	20	0	0	
	Totales		0	0	
	Ponderación total * Cant. de Respuestas total			#¡DIV/0!	
	Resultado comentario "b"			**#¡DIV/0!**	

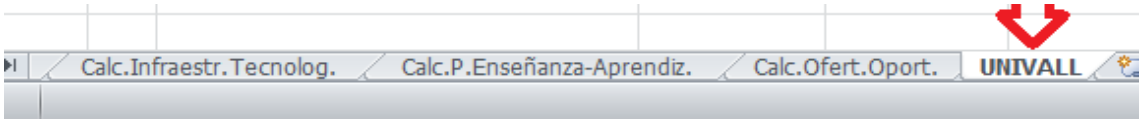
PLANTEL ACADÉMICO

	Detalle	Calificación 1	2	3	4	5	Valor unitario	Ponderación Obtenida
a)	Metodología del docente para enseñar.						14,29%	#¡DIV/0!
b)	Facilidad de palabra.						14,29%	#¡DIV/0!
c)	Utilización de recursos tecnológicos para la enseñanza de la materia.						14,29%	#¡DIV/0!
d)	Manejo del docente sobre el tema de estudio, su conocimiento.						14,29%	#¡DIV/0!
e)	Respeto del docente hacia los estudiantes						14,29%	#¡DIV/0!
f)	Explicación clara del docente sobre la materia						14,29%	#¡DIV/0!
g)	Seguimiento del docente a cada estudiante.						14,29%	#¡DIV/0!
	TOTAL						**100,00%**	**#¡DIV/0!**

P.ACADEMICO / P.ADM. / INFRAS. / P. APRE-ENSEÑ / OF. OPORTN / Calc.Plantel.Academ. / Calc.Plantel.Adm.

Paso 5

Inmediatamente abrir la hoja de Excel con el nombre “Univalle”, que es donde se reflejan los resultados finales ponderados a cada valor porcentual que Univalle da a cada uno de los criterios de evaluación, permitiéndonos comparar directamente los resultados obtenidos con lo planificado por la Universidad y de esta manera analizar la situación actual de Univalle desde el punto de vista del estudiante.



UNIVALLE
FACTORES ESTABLECIDOS

Nº	Aspectos a Analizar	Valor Univalle	Valor Total Obtenido
1)	Plantel Académico	30%	#¡DIV/0!
2)	Plantel Administración	15%	#¡DIV/0!
3)	Infraestructura y tecnología	20%	#¡DIV/0!
4)	Proceso enseñanza - aprendizaje	25%	#¡DIV/0!
5)	Oferta de oportunidades	10%	#¡DIV/0!
	Total	**100%**	**#¡DIV/0!**

Paso 6

De acuerdo con los resultados finales se deben sacar conclusiones y proponer recomendaciones para la mejora continua de la Universidad y así obtener, en siguientes gestiones, porcentajes más elevados y cercanos a lo planificado.

3.4 Prueba Piloto

Se realizó una prueba piloto, en la Universidad del Valle, utilizando la metodología propuesta en el presente trabajo de investigación.

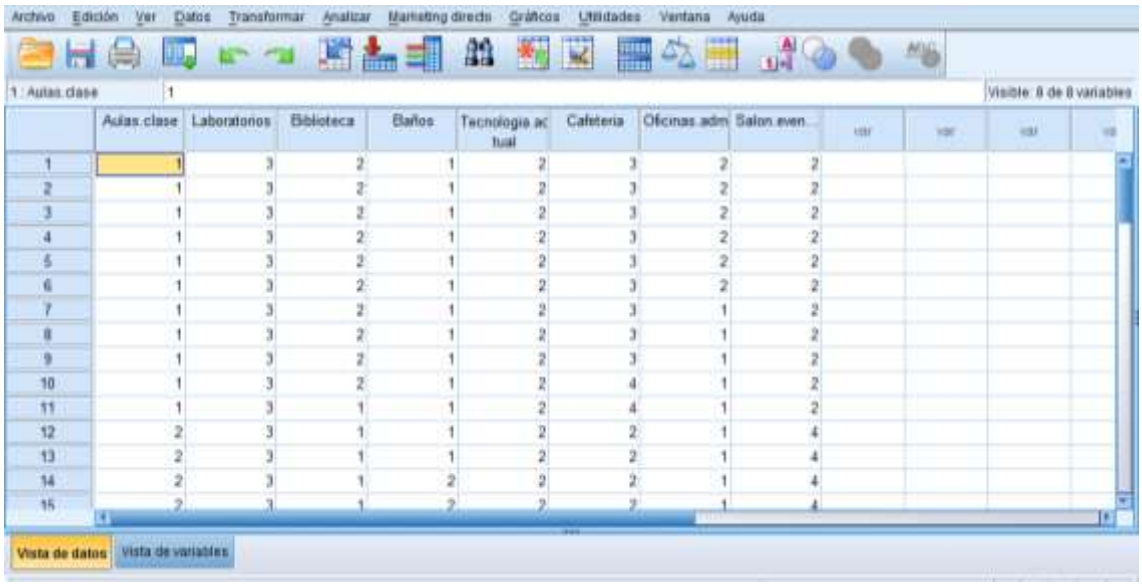
Se tomó en cuenta las siguientes consideraciones:

- Muestra de 50 estudiantes de distintas carreras.
- Se realizaron la mitad en horarios de la mañana y la otra mitad en horarios de la tarde y noche.

A continuación se muestra paso a paso el análisis, tabulación y obtención de resultados de la presente prueba piloto.

Paso 1

A continuación se presenta la tabla de datos ya ingresados de la información obtenida mediante la prueba piloto, este solo es de un criterio de evaluación.



	Aulas.clase	Laboratorios	Biblioteca	Baños	Tecnologia actual	Cafeteria	Oficinas adm	Salon even...
1	1	3	2	1	2	3	2	2
2	1	3	2	1	2	3	2	2
3	1	3	2	1	2	3	2	2
4	1	3	2	1	2	3	2	2
5	1	3	2	1	2	3	2	2
6	1	3	2	1	2	3	2	2
7	1	3	2	1	2	3	1	2
8	1	3	2	1	2	3	1	2
9	1	3	2	1	2	3	1	2
10	1	3	2	1	2	4	1	2
11	1	3	1	1	2	4	1	2
12	2	3	1	1	2	2	1	4
13	2	3	1	1	2	2	1	4
14	2	3	1	2	2	2	1	4
15	2	3	1	2	2	2	1	4

Paso 2

Se obtuvieron solo los resultados de los recuentos por cada comentario y criterio de evaluación:

Visualizar en el Anexo N° 3.

Paso 3

Ingresar los datos obtenidos a las hojas de Excel correspondiente a cada criterio.

CÁLCULO PLANTEL ACADÉMICO

	Nro de encuestados			50	
	Mayor porcentaje por comentario			**0%**	**14,29**

	Opciones de respuesta	**Puntuación**	**Cant. de respuestas**	**Ponderación**
Comentario "a"	1 = Muy bueno	100	7	700
	2 = Bueno	80	26	2080
	3 = Ni bueno ni malo	60	9	540
	4 = Malo	40	8	320
	5 = Muy malo	20	0	0
	Totales		50	3640
	Ponderación total * Cant. de Respuestas total			72,8
	Resultado comentario "a"			**10%**

	Opciones de respuesta	**Puntuación**	**Cant. de respuestas**	**Ponderación**
Comentario "b"	1 = Muy bueno	100	12	1200
	2 = Bueno	80	24	1920
	3 = Ni bueno ni malo	60	14	840
	4 = Malo	40	0	0
	5 = Muy malo	20	0	0
	Totales		50	3960
	Ponderación total * Cant. de Respuestas total			79,2

Calc.Plantel.Academ. | Calc.Plantel.Adm. | Calc.Infraestr.Tecnolog. | Calc.P.Enseñanza-Aprendiz.

Paso 4 y 5

PLANTEL ACADÉMICO

	Detalle	**Calificación** 1	2	3	4	5	**Valor unitario**	**Ponderación Obtenida**
a)	Metodología del docente para enseñar.						14,29%	10%
b)	Facilidad de palabra.						14,29%	11%
c)	Utilización de recursos tecnológicos para la enseñanza de la materia.						14,29%	8%
d)	Manejo del docente sobre el tema de estudio, su conocimiento.						14,29%	10%
e)	Respeto del docente hacia los estudiantes						14,29%	13%
f)	Explicación clara del docente sobre la materia						14,29%	8%
g)	Seguimiento del docente a cada estudiante.						14,29%	13%
	TOTAL						**100,00%**	**73,54%**

P.ACADEMICO | P.ADM. | INFRAS. | P. APRE-ENSEÑ | OF. OPORTN | Calc.Plantel.Academ. | Calc.Plantel.Adm.

En la hoja de Excel “Univalle”, se observan los resultados finales.

UNIVALLE

FACTORES ESTABLECIDOS

Nº	Aspectos a Analizar	Valor Univalle	Valor Total Obtenido
1)	Plantel Académico	30%	22,06%
2)	Plantel Administración	15%	9,44%
3)	Infraestructura y tecnología	20%	14,90%
4)	Proceso enseñanza - aprendizaje	25%	16,85%
5)	Oferta de oportunidades	10%	6,93%
	Total	**100%**	**70,19%**

UNIVALLE

FACTORES ESTABLECIDOS

Nº	Aspectos a Analizar	Valor Univalle	Valor Total Obtenido	Diferencia
1)	Plantel Académico	30%	22,06%	7,94%
2)	Plantel Administración	15%	9,44%	5,56%
3)	Infraestructura y tecnología	20%	14,90%	5,10%
4)	Proceso enseñanza - aprendizaje	25%	16,85%	8,15%
5)	Oferta de oportunidades	10%	6,93%	3,07%
	Total	**100%**	**70,19%**	

En el caso de esta prueba piloto, obtenemos el porcentaje que nos falta en cada criterio de acuerdo a lo establecido por Univalle.

Paso 6

Resultados de la Investigación – Prueba Piloto

Conclusiones

De acuerdo con la información obtenida mediante la prueba piloto realizada, se observa que la Universidad del Valle no está llegando a los estudiantes de la manera que pretende y no está satisfaciendo sus requerimientos, necesidades ni expectativas en su totalidad, sin embargo sí tiene un elevado porcentaje de aceptación y cercanía a lo esperado por la Universidad.

Al analizar los criterios de evaluación se concluye que existen dos con una mayor diferencia entre el valor total obtenido y el valor propuesto por Univalle, esos dos criterios tendrían que ser en los que se haga mayor hincapié para la mejora de la satisfacción del estudiante, de la misma manera los otros tres criterios tienen déficit.

- Plantel Académico. - Según los resultados obtenidos, existe una diferencia de 7.94% entre lo que Univalle estableció como objetivo y lo que el estudiante percibe. Las causantes son la explicación del docente sobre el tema de estudio que no es lo suficientemente clara, el poco uso de recursos tecnológicos para dictar la materia y la metodología que tiene el docente para enseñar.
- Plantel Administrativo. - Según los resultados obtenidos, existe una diferencia de 5.56% entre lo que Univalle estableció como objetivo y lo que el estudiante percibe. Las causantes son un plantel administrativo poco responsable y poco eficiente en los procesos.
- Infraestructura y tecnología. - Según los resultados obtenidos, existe una diferencia de 5.10% entre lo que Univalle estableció como objetivo y lo que el estudiante percibe. Las causantes son los espacios de recreación y esparcimiento como ser la cafetería y el salón de eventos.
- Proceso enseñanza – aprendizaje. - Según los resultados obtenidos, existe una diferencia de 8.15% entre lo que Univalle estableció como objetivo y lo que el estudiante percibe. Las principales deficiencias son la

cantidad de clases prácticas que se tiene en cada materia y el poco cumplimiento de cronogramas establecidos.

- Oferta de oportunidades. - Según los resultados obtenidos, existe una diferencia de 3.07% entre lo que Univalle estableció como objetivo y lo que el estudiante percibe. Siendo el que está más cerca de lo esperado, su deficiencia es respecto a la poca oferta de intercambios culturales.

Los criterios para realizar mayor hincapié son: Plantel Académico y Procesos enseñanza – aprendizaje. En ambos se deben tomar medidas más drásticas para mejorarlos.

Recomendaciones:

Se recomienda a la Universidad Privada del Valle subsede Sucre, realizar mejoras en cuanto a su proceso de enseñanza – aprendizaje, modernizarlo, procurar hacerlo más práctico y no tan teórico, redefinirlo, de la misma manera al Plantel Académico, si bien estos se encuentran altamente capacitados, existe algo en ellos que está fallando y según el presente estudio es la poca utilización de recursos tecnológicos (aun así teniéndolos), y que no existe una explicación clara sobre el tema.

Reorganizar y restructurar lo que la Universidad quiere brindar al estudiante, lo que pretende ofrecer como servicio y como valor agregado.

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

- Univalle al ser una Universidad Privada es necesario que presente una calidad elevada en cuanto al servicio que ofrece, tomando en cuenta los elementos y recursos que utiliza para otorgar el mismo, ya que estos también tienen que estar a la altura de la Universidad.
- Univalle Sub Sede Sucre es una de las Sedes de la Universidad en la que no cuenta con un elevado número de estudiantes, si bien esto se ha incrementado en los últimos años, no llega a alcanzar los objetivos y metas planteadas por la Universidad, sin embargo sí ofrecen un plantel académico de alta calidad.
- En la actualidad es necesario medir el nivel de satisfacción de los clientes que tiene una empresa, conocer su pensamiento sobre los servicios y/o productos que ofertan para poder mejorar y entender qué es lo que el cliente realmente busca. Con este Modelo de Medición de Calidad del servicio en Universidades Privadas, Univalle va a poder determinar en qué aspectos y ámbitos en concreto está fallando y tiene que mejorar, de esta manera podrá poner una mayor atención en esos criterios para lograr su mejora continua.
- La Universidad del Valle Sub Sede Sucre actualmente no alcanza los porcentajes de calidad en cuanto a satisfacción del estudiante, ya que con el paso de tiempo el cliente se ha vuelto más exigente en cuenta a sus expectativas y necesidades. De la misma manera cualquier oferta (en este caso académica), se puede entender de muchas maneras, por lo que el cliente puede esperar más de lo ofrecido o la Universidad puede estar ofreciendo más de lo otorgado.
- El Modelo de Medición de Calidad propuesto en el presente estudio, solo toma en consideración 5 criterios que abarcan el servicio total que Univalle ofrece y otorga netamente a los estudiantes, no tomando así en

cuenta a los padres de familia, ya que solo se analiza el servicio recibido.

4.2 Recomendaciones

- Univalle tiene que medir el nivel de satisfacción del estudiante, que llega a ser su principal cliente, para establecerse en el mercado local y nacional como una de las Universidades de mejor calidad y lograr alcanzar de esa manera sus objetivos.
- Analizar el plantel administrativo que actualmente tiene, para poder proponer mejoras en la atención al cliente, ya sea brindando cursos de capacitación al personal o algún estímulo, con el fin de motivarlos.
- Conocer los requerimientos, necesidades, expectativas y deseos tanto del cliente externo como del interno.
- Poner énfasis en ofrecer tan solo lo que pueden brindar al cliente, ya que, al ser un servicio, este es medido directamente por el cliente final.
- Se recomienda a Univalle medir el nivel de satisfacción del estudiante, que llega a ser su principal cliente, para establecerse en el mercado local y nacional como una de las Universidades de mejor calidad y lograr alcanzar de esa manera sus objetivos.
- Univalle cuenta con dos clientes, estos llegan a ser los estudiantes que son los que reciben el servicio directo y los padres de familia que llegan a recibir un servicio de manera indirecta. El presente estudio se lo realizó basándose tan solo en la opinión y punto de vista de uno de los clientes, los estudiantes, por lo que se recomienda se realice una próxima investigación y propuesta para poder determinar la calidad que los padres de familia perciben del servicio de la Universidad Privada del Valle Sub Sede Sucre, para poder obtener una información amplia y completa sobre la calidad que Univalle brinda con sus servicios y productos a los clientes.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

- http://sucre.univalle.edu/index.php/la-universidad/univalle
- International Standar Organization (ISO) Norma ISO
- Frank M. Gryna, Richard C. H. Chua, Joseph A. Defeo, *Análisis y Planeación de la Calidad 5ta Edición,* Método Juran, 2007.
- Philip Kotler y Gary Armstrong, *Fundamentos de Mercadotecnia,* 1999.
- Zeithaml y Bitner, *Marketing de Servicios,* 2002.
- Malcolm Peel, *El Servicio al Cliente,* 1990.
- José Daniel Barquero Cabrero, *Marketing de Clientes ¿Quién se ha llevado a mi cliente?,* 2007.
- Philip Kotler, *Los Diez Pecados Capitales del Marketing,* 2012.
- Philip Kotler y Kevin Lane Keller, *Dirección de Marketing,* 2006.
- Definición ABC “Tu diccionario echo fácil”
- Dr. Martín Flor Romero, *Organización y Procesos Empresariales 5ta Edición,* 2006.
- Evaluación: Una herramienta de gestión para mejorar el desempeño de los proyectos (Marco Lógico)-3/97. Banco Interamericano de Desarrollo.

ANEXOS

ANEXOS

Anexo N° 1 Papeleta de Encuesta

Disculpe las molestias, quisiera que nos colabore unos minutos de su tiempo, para poder hacerle una encuesta, si me permite, empezamos, muchas gracias.

1. Marque la o las carreras que esté estudiando actualmente en Univalle.

   - ☐ Ing. Comercial
   - ☐ Lic. en Psicología
   - ☐ Arquitectura y Urb.
   - ☐ Lic. en Derecho y Ciencias Jurídicas
   - ☐ Lic. en Adm. De Empresas
   - ☐ Ing. Civil
   - ☐ Lic. en Comercio Internacional

2. Ordene la siguiente lista de turnos de clases, de acuerdo a su grado de preferencia, del 1 al 3 (tomando en cuenta que 1 es el que más prefiere y 3 el que menos prefiere).

Nro.	Horarios	Orden
1	Mañana	
2	Tarde	
3	Noche	
4	Mixto	

3. Marque el turno de clases que usted tiene en la actualidad.

   - ☐ Turno mañana
   - ☐ Turno tarde

- Turno noche
- Mixto

4. ¿Cree usted que los precios ofertados por Univalle están acorde a la calidad de servicio que ofrece?

SI ☐ NO ☐

5. Por favor, marcar con una (X) el espacio que mejor indique lo que usted piensa sobre los empleados de Univalle.

Trato Cordial	__ __ __ __ __ __ __	Trato Descortés
Empatía hacia estudiantes	__ __ __ __ __ __ __	Desinterés hacia estudiantes
Otorgan Confianza	__ __ __ __ __ __ __	Otorgan Desconfianza
Disponibles a estudiantes	__ __ __ __ __ __ __	Sin tiempo para estudiantes

6. Abajo se encuentran diferentes opiniones acerca de Univalle. Por favor, indique qué tanto está de acuerdo o en desacuerdo con cada una utilizando una “X”

OPINIONES	MUY EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	DE ACUERDO	MUY DE ACUERDO
Está satisfecho con la calidad de los cursos de la carrera que estudia.					
El personal de la Universidad tiene un excelente trato al estudiante.					
La Universidad cumple con las expectativas que tenía.					
Los altos cargos gerenciales se encuentran a disposición directa del estudiante.					
El plantel docente se encuentra altamente capacitado.					
Se siente agradablemente bienvenido en esta Universidad.					
Tiene una infraestructura adecuada.					
Las quejas y reclamos de los estudiantes son					

atendidos a tiempo.					
Los empleados están dispuestos a ayudar a los clientes.					
La educación es personalizada.					
La Universidad se preocupa por los interese y requerimientos de los estudiantes.					
Cuenta con una tecnología moderna y acorde al servicio ofertado.					

7. Por favor, ordene los siguientes atributos que tiene Univalle, del 1 al 10 (tomando en cuenta que 1 es el mejor atributo que tiene y 10 el peor atributo)

Nro	Atributo	Orden
1	Bien organizada	
2	Orientada a satisfacer al cliente	
3	Eficiente en procesos	
4	Profesionalidad	
5	Relación calidad - precio	
6	Calidad del servicio	
7	Higiene	
8	Seguridad	
9	Responsabilidad	
10	Orientada al logro	

8. Por favor, ordene del 1 al 10 los siguientes atributos según la importancia que tienen para usted, (tomando en cuenta que 1 es el mejor atributo que tiene y 10 el peor atributo)

Nro	Atributo	Orden
1	Bien organizada	
2	Orientada a satisfacer al cliente	
3	Eficiente en procesos	
4	Profesionalidad	
5	Relación calidad - precio	
6	Calidad del servicio	
7	Higiene	
8	Seguridad	
9	Responsabilidad	
10	Orientada al logro	

9. ¿Usted recomendaría la Universidad del Valle a otras personas?

SI ☐ NO ☐

10. ¿Usted piensa que es importante que la Universidad conozca y mida el nivel de satisfacción de los estudiantes?

SI ☐ NO ☐

11. Sexo

- ☐ Femenino
- ☐ Masculino

12. ¿Qué edad tiene?

- ☐ De 17 a 19 años
- ☐ De 20 a 22 años
- ☐ De 23 a 25 años
- ☐ Más de 26 años

MUCHAS GRACIAS POR SU TIEMPO, TENGA UN BONITO DÍA

Anexo N° 2 Cuestionario Propuesto

CUESTIONARIO "SATISFACCIÓN ESTUDIANTIL"

A continuación, tiene una serie de comentarios sobre los servicios y recursos que la Universidad del Valle pone a su disposición, favor marcar la calificación que refleje su opinión sobre cada uno de ellos, considerando que:

1 = Muy Bueno
2= Bueno
3 = Ni Bueno ni Malo
4 = Malo
5 = Muy Malo

Proceso Enseñanza - Aprendizaje

	Detalle	Calificación				
		1	2	3	4	5
a)	Malla curricular actualizada.					
b)	Cronograma de avance de materia apto para el estudiante.					
c)	Cronograma de exámenes acorde al avance de materia.					
d)	Cumplimiento de cronogramas establecidos.					
e)	Porcentaje adecuado de clases prácticas					
f)	Porcentaje adecuado de clases teóricas					

Plantel Académico

	Detalle	Calificación				
		1	2	3	4	5
a)	Metodología del docente para enseñar.					
b)	Facilidad de palabra.					
c)	Utilización de recursos tecnológicos para la enseñanza de la materia.					
d)	Manejo del docente sobre el tema de estudio, su conocimiento.					
e)	Respeto del docente hacia los estudiantes					
f)	Explicación clara del docente sobre la materia					
g)	Seguimiento del docente a cada estudiante.					

Plantel Administrativo

	Detalle	Calificación				
		1	2	3	4	5
a)	Calidad en el trato al estudiante.					
b)	Transparencia en procesos administrativos.					
c)	Responsabilidad.					
d)	Puntualidad.					
e)	Eficiencia en procesos administrativos.					
f)	Profesionalismo del personal.					

Infraestructura y Tecnología

	Detalle	Calificación				
		1	2	3	4	5
a)	Aulas de clase					
b)	Laboratorios.					
c)	Biblioteca.					
d)	Baños.					
e)	Tecnología actualizada.					
f)	Cafetería.					
g)	Oficinas administrativas.					
h)	Salón de eventos					

Oferta de Oportunidades

	Detalle	Calificación				
		1	2	3	4	5
a)	Oferta de intercambio cultural al alcance del estudiante.					
b)	Oferta de variedad de becas de estudio.					
c)	Oferta de una bolsa de trabajo variada.					

Anexo N° 3 Resultados Prueba Piloto → Recuentos

Plantel Académico

Comentario "A"		Recuento
Metodología del docente para enseñar.	Muy bueno	7
	Bueno	26
	Ni bueno ni malo	9
	Malo	8
	Muy malo	0

Comentario "B"		Recuento
Facilidad de palabra del docente	Muy bueno	12
	Bueno	24
	Ni bueno ni malo	14
	Malo	0
	Muy malo	0

Comentario "C"		Recuento
Utilización de Rec. Tecnológicos para enseñar	Muy bueno	0
	Bueno	14
	Ni bueno ni malo	21
	Malo	8
	Muy malo	7

Comentario "D"		Recuento
Manejo del docente sobre el tema de estudio	Muy bueno	0
	Bueno	24
	Ni bueno ni malo	20
	Malo	6
	Muy malo	0

Comentario "E"		Recuento
Respeto del docente hacia los estudiantes	Muy bueno	30
	Bueno	16
	Ni bueno ni malo	4
	Malo	0
	Muy malo	0

Comentario "F"		Recuento
Explicación clara del docente sobre la materia	Muy bueno	0
	Bueno	8
	Ni bueno ni malo	18
	Malo	24
	Muy malo	0

Comentario "G"		Recuento
Seguimiento del docente a cada estudiante	Muy bueno	34
	Bueno	12
	Ni bueno ni malo	4
	Malo	0
	Muy malo	0

Plantel Administrativo

Comentario "A"		Recuento
Calidad en el trato al estudiante	Muy bueno	0
	Bueno	19
	Ni bueno ni malo	15
	Malo	16
	Muy malo	0

Comentario "B"		Recuento
Transparencia en procesos administrativos	Muy bueno	0
	Bueno	26
	Ni bueno ni malo	19
	Malo	5
	Muy malo	0

Comentario "C"		Recuento
Responsabilidad	Muy bueno	0
	Bueno	7
	Ni bueno ni malo	19
	Malo	15
	Muy malo	9

Comentario "D"		Recuento
Puntualidad	Muy bueno	4
	Bueno	25
	Ni bueno ni malo	15
	Malo	6
	Muy malo	0

Comentario "E"		Recuento
Eficiencia en procesos administrativos	Muy bueno	0
	Bueno	8
	Ni bueno ni malo	12
	Malo	23
	Muy malo	7

Comentario "F"		Recuento
Profesionalismo del personal	Muy bueno	10
	Bueno	28
	Ni bueno ni malo	12
	Malo	0
	Muy malo	0

Infraestructura y Tecnología

Comentario "A"		Recuento
Aulas de clase	Muy bueno	25
	Bueno	16
	Ni bueno ni malo	9
	Malo	0
	Muy malo	0

Comentario "B"		Recuento
Laboratorios	Muy bueno	0
	Bueno	17
	Ni bueno ni malo	24
	Malo	9
	Muy malo	0

Comentario "C"		Recuento
Biblioteca	Muy bueno	11
	Bueno	23
	Ni bueno ni malo	0
	Malo	16
	Muy malo	0

Comentario "D"		Recuento
Baños	Muy bueno	19
	Bueno	27
	Ni bueno ni malo	4
	Malo	0
	Muy malo	0

Comentario "E"		Recuento
Tecnología Actualizada	Muy bueno	9
	Bueno	37
	Ni bueno ni malo	4
	Malo	0
	Muy malo	0

Comentario "F"		Recuento
Cafetería	Muy bueno	0
	Bueno	11
	Ni bueno ni malo	19
	Malo	19
	Muy malo	0
	32	1

Comentario "G"		Recuento
Oficinas administrativas	Muy bueno	23
	Bueno	27
	Ni bueno ni malo	0
	Malo	0
	Muy malo	0

Comentario "H"		Recuento
Salón de eventos	Muy bueno	0
	Bueno	23
	Ni bueno ni malo	8
	Malo	19
	Muy malo	0

Proceso Enseñanza – Aprendizaje

Comentario "A"		Recuento
Malla curricular actualizada	Muy bueno	33
	Bueno	13
	Ni bueno ni malo	4
	Malo	0
	Muy malo	0

Comentario "B"		Recuento
Cronograma de avance de materia apto para el estudiante	Muy bueno	0
	Bueno	30
	Ni bueno ni malo	16
	Malo	4
	Muy malo	0

Comentario "C"		Recuento
Cronograma de exámenes acorde al avance de materia	Muy bueno	0
	Bueno	15
	Ni bueno ni malo	21
	Malo	14
	Muy malo	0

Comentario "D"		Recuento
Cumplimiento de cronogramas establecidos	Muy bueno	0
	Bueno	14
	Ni bueno ni malo	20
	Malo	16
	Muy malo	0

Comentario "E"		Recuento
Porcentaje adecuado de clases practicas	Muy bueno	0
	Bueno	7
	Ni bueno ni malo	10
	Malo	16
	Muy malo	17

Comentario "F"		Recuento
Porcentaje adecuado de clases teóricas	Muy bueno	11
	Bueno	28
	Ni bueno ni malo	11
	Malo	0
	Muy malo	0

Oferta de Oportunidades

Comentario "A"		Recuento
Oferta de intercambio cultural al alcance del estudiante	Muy Bueno	0
	Bueno	10
	Ni bueno ni malo	11
	Malo	23
	Muy malo	6

Comentario "B"		Recuento
Oferta de variedad de becas de estudio	Muy bueno	22
	Bueno	28
	Ni bueno ni malo	0
	Malo	0
	Muy malo	0

Comentario "C"		Recuento
Oferta de una bolsa de trabajo variada	Muy bueno	0
	Bueno	29
	Ni bueno ni malo	15
	Malo	6
	Muy malo	0