



Universidad Nacional Autónoma de México
Programa de Posgrado en Ciencias de la Administración

**Calidad del servicio en los programas académicos en línea según
el modelo de Parasuraman, Zeithmal y Berry**

T e s i s

Que para optar por el grado de:

Maestra en Administración

Presenta:

Gina Lisette Arellano Muñoz

Tutor:

Dr. Adrián Méndez Salvatorio
Facultad de Contaduría y Administración

México, D. F., noviembre de 2014



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Dedicatorias

A Dios:

Por permitirme vivir esta experiencia en el momento indicado, poniendo en mi camino a personas que a través de su sabiduría, experiencia y consejo me han ayudado a crecer y lograr mis objetivos.

A mi esposo:

Fabián por todo su amor, paciencia y apoyo incondicional.

A mis padres:

Lourdes y Guillermo, por creer en mí y abrir camino a mis sueños.

A mi hijo:

Damián por ser el angelito que viene en camino y me motiva a superarme.

A mis hermanas:

Mitzi y Jérica a quienes amo porque a través de sus experiencias me han ayudado a decidir lo que quiero en mi vida.

A mis amigos y compañeros:

Por añadir el matiz a esta experiencia de aprendizaje en mi vida.

Agradecimientos

A la *Universidad Nacional Autónoma de México* por ser mi Alma Máter.

A la *Coordinación de la Maestría en Administración de Organizaciones* por creer en mí y otorgarme la oportunidad de vivir experiencias nuevas y enriquecedoras para adquirir conocimientos que favorecen mi desarrollo cognoscitivo e intelectual con la finalidad de ser una mejor persona y lograr un impacto positivo en mi entorno.

Al *Dr. Adrián Méndez Salvatorio* porque admiro su compromiso con los estudiantes y su integridad como persona. Le agradezco su apoyo y orientación en todo momento, gracias a su apoyo y consejo he podido llegar a la meta.

Al Mtro. Fernando González López, quien ha fungido como guía, orientador, consejero y motivador. Gracias por creer en mí y brindarme todo su apoyo. Éste logro no hubiera sido posible sin usted.

A mis profesores M.A.O. *Celia Luz González, M.A. Víctor Alfaro, Dr. Ignacio Mendoza, Dr. Ricardo Varela, M.A.I. Héctor Horton, Dr. Francisco Fonseca, Dr. Raúl Mejía Estañol, M.A. Adriana Valenzuela, M. en C. Napoleón Serna, Dra. Hyun-Sook Lee, Mtro. Carlos Fco. Rubiales, M.A.O. Aurea Navarrete, M.A.O. José Antonio Gómez Rodríguez*, a quienes con su ejemplo y tenacidad promueven nuestro desarrollo integral, les agradezco su dedicación y profesionalismo.

A la *Lic. Mireya Vila*, Directora de Educación Continua de la ANUIES (*Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior*) por las facilidades brindadas para realizar el presente estudio de investigación, el apoyo brindado, su tiempo y observaciones para lograr un mejor trabajo.

Al Ing. Guillermo Toriz y personal del departamento de Educación Continua de la ANUIES por su colaboración y apoyo para realizar este trabajo de investigación.

Gracias a la Dra. Lourdes Ruiz de la FESE (Fundación Educación Superior-Empresa), quien de manera indirecta me ha ayudado a la realización de esta investigación.

ÍNDICE

Agradecimientos.....	ii
Índice de figuras.....	v
Índice de cuadros.....	v
Índice de gráficos.....	vi
Introducción.....	1
1. Marco teórico y conceptual.....	5
1.1 Conceptualización de la calidad en los servicios.....	5
1.1.1 Modelo de Parasuraman, Zeithaml y Berry.....	17
1.1.2 SERVQUAL.....	23
1.2. Educación a distancia.....	29
1.2.1. Educación en línea.....	31
2. Metodología de la investigación.....	36
2.1 Estudios previos.....	36
2.2 Planteamiento del problema de investigación.....	43
2.2 Preguntas de investigación.....	46
2.3 Objetivos de la investigación.....	47
2.4 Construcción de las hipótesis de la investigación.....	47
2.5 Justificación de la investigación.....	48
2.6 Método de la investigación.....	52

3. Análisis de aplicación de la encuesta	59
4. Comprobación de las hipótesis	86
5. Conclusiones y recomendaciones	92
Referencias bibliográficas	96
Anexos	101
Siglas y Abreviaturas	101
Glosario de términos	102
Cuestionario aplicado en línea	105

Índice de figuras

Figura 1.1 Características de los servicios.....	7
Figura 1.2 Calidad en los servicios.....	16
Figura 1.3 Modelo conceptual de la calidad del servicio de Parasuraman y Zeithaml.....	19
Figura 1.4 Dimensiones SERVQUAL de la calidad en servicios.	23
Figura 1.5 Características de la Educación a Distancia	31
Figura 1.6 Neologismos para la educación virtual.....	35

Índice de cuadros

Cuadro 2.1. PEA, comparativo por sector de actividad de 2008 a 2013	37
Cuadro 2.2. Variables, definición e indicadores.	54
Cuadro 3.1 Características de la muestra poblacional	60
Cuadro 3.2 Concentrado de respuestas obtenidas por variable.....	63
Cuadro 3.3 Tabla de frecuencia de las expectativas de los participantes.	64
Cuadro 3.4 Resultados de expectativas y percepciones SERVQUAL por variable.	66
Cuadro 3.5 Promedio general de las percepciones del Módulo I del Diplomado ..	68
Cuadro 3.6 Ji-cuadrada <i>comparando percepciones y expectativas registradas.</i> ..	82
Cuadro 3.7 Ji-cuadrada <i>comparando percepciones y expectativas de excelencia.</i>	84

Índice de gráficos

Gráfico 3.1 Porcentaje de la muestra para este estudio.....	59
Gráfico 3.2 Sexo de la muestra poblacional.....	61
Gráfico 3.3 Promedio de percepciones evaluadas en el Modulo I.....	67
Gráfico 3.4 Brecha entre expectativas y percepciones de los participantes.....	69
Gráfico 3.5 Origen de oportunidades para la dimensión "fiabilidad".....	71
Gráfico 3.6 Origen de oportunidades para la dimensión "capacidad de respuesta".	73
Gráfico 3.7. Origen de oportunidades para la dimensión de "seguridad".	74
Gráfico3.8. Origen de oportunidades para la dimensión de "empatía".	76
Gráfico3.9 Diagrama de Ishikawa del origen de oportunidades	77
Gráfico3.10 Importancia relativa.....	78
Gráfico 3.11 Puntuación SERVQUAL ponderada.	80

Introducción

La administración dentro de las organizaciones con fines o sin fines de lucro es un tema de gran relevancia ya que permite la óptima utilización de los recursos para lograr una máxima eficacia, productividad, desarrollo, calidad y competitividad.

A través de este estudio se pretende contribuir al sin número de investigaciones que se realizan continuamente con el afán de reforzar o refutar teorías para mejorar las técnicas y procesos que sustentan la administración. Ante esta premisa surge la inquietud personal de que la presente investigación sirva como medio de difusión para divulgar algunas herramientas administrativas para que sean aplicadas en su campo de investigación, y pueda ofrecer significativos beneficios en las organizaciones, impactando de manera positiva en el medio ambiente tanto interno como externo.

En la actualidad, el éxito de muchas empresas se atribuye a ser competitivo, este factor impacta sobre diferentes variables que debe considerar la organización de manera interna y externa, tales como la economía, el ámbito laboral, mayores ventas, la responsabilidad social, la satisfacción de las expectativas de los consumidores quienes exigen mayor calidad, precio, tiempo de respuesta, etc.

La calidad según las normas ISO9000 (Cantú Delgado, 2011, p.4) es definida como la "integración de las características que determinan en qué grado un

producto satisface las necesidades de su consumidor". La calidad en los servicios presenta sus propias particularidades ya que son de naturaleza intangible, por lo tanto el cliente juzga la calidad del servicio con base a sus expectativas y percepciones.

La educación es un servicio y según González López (2009, p. 8), "la tendencia actual en las Universidades de México es migrar o hacer llegar sus programas académicos a más población estudiantil, a través de la educación en línea con ayuda de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) e incorporando modernos modelos pedagógicos."

Existen diversos estudios que realizan sus aportaciones para medir la calidad de los cursos en línea desde un enfoque pedagógico, sin embargo, dejan de lado la percepción y expectativas de la calidad del servicio cuantificable por el usuario.

Las organizaciones del sector educativo que han ampliado su oferta a través de los cursos en línea para satisfacer las necesidades del mercado, deben conocer las expectativas y las percepciones de los usuarios para determinar una medida en la calidad de su servicio, de manera que les permita identificar aquellas áreas vulnerables e intervenir en ellas para lograr una mayor calidad y obtener así una ventaja competitiva al conocer en qué medida cumplen con las expectativas de sus alumnos.

La calidad en el servicio educativo que prestan las organizaciones bajo la modalidad en línea, puede ser determinado a través de una técnica estándar como el SERVQUAL que mide la percepción (creencias de los consumidores conforme al servicio recibido) y expectativas (deseos o las necesidades de los consumidores) de la calidad de un servicio por los clientes.

La tesis fundamental de esta investigación se apoya en el modelo teórico de las deficiencias en la calidad del servicio (The gaps models of service quality) creado por Parasuraman, Zeithaml y Berry, quienes afirman que a través de la detección de las deficiencias, discrepancias o vacíos que se identifican a través de su metodología SERVQUAL, las organizaciones pueden ofrecer un servicio excelente y obtener con ello, grandes beneficios.

La estructura de este estudio de investigación está integrada por cinco capítulos el cual permite un acercamiento progresivo para contextualizar la investigación desde un enfoque deductivo que parte de lo general a lo particular.

El primer capítulo consiste en el marco teórico y conceptual que define la perspectiva de este estudio en cuanto a las teorías y conceptos que la fundamentan.

En el capítulo segundo se presenta la metodología de la investigación donde se muestra la construcción de las hipótesis que condicionan en primera instancia el

diseño de este estudio ya que permite delimitarlo y enfocar la problemática. Para contextualizar el problema de esta investigación se realiza una exploración documental de los estudios previos que se han llevado a cabo respecto a la medición de la calidad de servicio, y se especifica el planteamiento del problema, mismo que deriva en las preguntas de investigación que dirigen este estudio, y el cual se justifica a través de la relevancia y alcance. En este capítulo se plantea el objetivo general y específicos que se persiguen, el diseño de investigación, la población objetivo y la unidad de análisis, así como las variables e instrumento que se utilizan y permiten la validación de las hipótesis de este estudio.

El tercer capítulo presenta los resultados obtenidos de las encuestas realizadas, los cuales son organizados y analizados mediante técnicas estadísticas con la finalidad de validar las hipótesis planteadas en esta investigación.

En el capítulo cuarto se presenta cada una de las hipótesis de este estudio, en contraste con los resultados obtenidos y analizados, los cuales permiten aceptar o refutar las hipótesis con base a la evidencia empírica obtenida.

Finalmente en el quinto capítulo se dan a conocer las conclusiones derivadas de esta investigación con la finalidad de difundir los resultados para que puedan ser consultados y servir como apoyo a futuras investigaciones. Además se incluyen algunas recomendaciones dirigidas a instituciones involucradas en la educación que imparten programas académicos en línea.

1. Marco teórico y conceptual

A continuación se describen algunos de los conceptos y teorías que enmarcan este estudio de investigación, con la finalidad de homogeneizar los criterios bajo los cuales deben ser interpretados, debido a la polisemia que los caracteriza.

Primeramente se realiza una revisión de los múltiples conceptos y características que son inherentes al sector terciario para poder definir y contextualizar la calidad en los servicios.

Posteriormente se analizará el modelo propuesto por Parasuraman, Zeithaml y Berry respecto a la prestación de los servicios y su propuesta de instrumento llamado SERVQUAL para medir la calidad del servicio.

Finalmente se abordarán los conceptos correspondientes a la educación a distancia del cual deriva una modalidad educativa que incluye los programas académicos en línea.

1.1 Conceptualización de la calidad en los servicios

Las organizaciones de servicio se describen como aquellas dedicadas a proporcionar servicios a individuos, negocios y establecimientos gubernamentales y a otras organizaciones; quedando incluidas dentro de esta categoría los

servicios de salud, instituciones educativas y organizaciones gremiales, entre otras.

En una economía de mercado, la competencia no se presenta entre lo que producen las empresas en sus fábricas, sino principalmente en las distintas formas de servicio que agregan a lo que sale de la fábrica y que el cliente estima y valora. En este sentido los servicios que las firmas ofrecen a los clientes son de una variación limitada y podrían definirse, como los ofrecimientos de valor para la clientela de una empresa, ya sea separado o incluido en un producto y que se pueden proporcionar antes, durante y después de la venta. Se parte de la premisa que el producto es un conjunto de servicios que van a satisfacer las necesidades del consumidor.

De las características diferenciadoras entre los productos tangibles y los servicios, cabe destacar su intangibilidad, heterogeneidad y la inseparabilidad de la producción y el consumo que hacen que la determinación de la calidad del servicio no pueda evaluarse del mismo modo que en los productos tangibles.

Las características principales que muestran los servicios son:

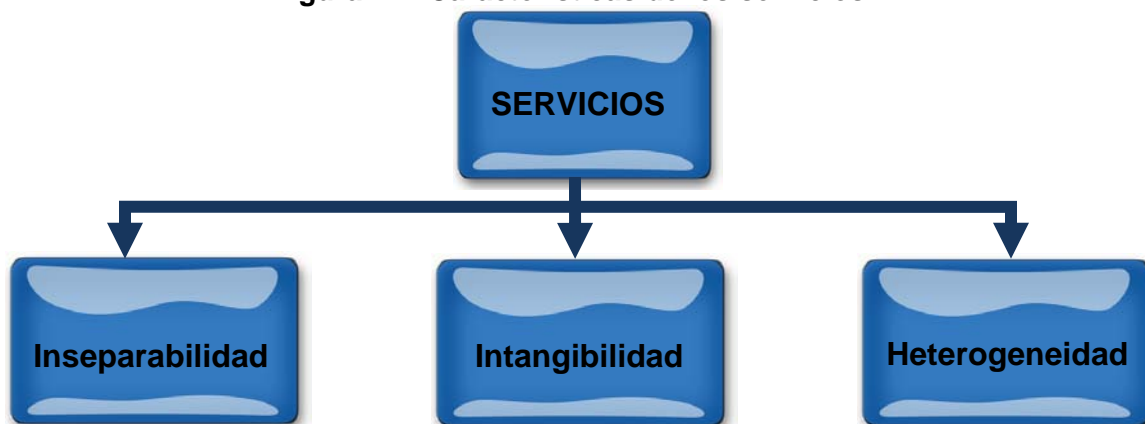
La intangibilidad: La mayoría de los servicios son intangibles, no son objetos, son más bien resultados. Esto significa que muchos de los servicios no pueden ser verificados por el consumidor antes de su compra para asegurarse de su calidad

ni tampoco se pueden dar especificaciones uniformes de calidad propias de los bienes. Por tanto, debido a su carácter intangible, una empresa de servicios acostumbra a tener dificultades para comprender cómo sus clientes perciben la calidad de los servicios que presta.

Heterogeneidad: Los servicios, especialmente los de alto contenido de trabajo, son heterogéneos en el sentido de que los resultados de su prestación pueden ser muy variables de productor a productos, de cliente a cliente, de día a día. Por tanto, es difícil asegurar una calidad uniforme, porque lo que la empresa cree prestar puede ser muy diferente de lo que el cliente percibe que recibe de ella.

Inseparabilidad: en muchos servicios, la producción y el consumo son indisolubles. En servicios intensivos en capital humano tiene lugar, a menudo, una interacción entre el cliente y la persona de contacto de la empresa de servicios. Esto afecta considerablemente a la calidad y a su evaluación.

Figura 1.1 Características de los servicios



Fuente: Arellano Muñoz, Gina Lisette. (2014). Elaboración propia. Basado en Ildelfonso (2005, p.61)

Las características antes mencionadas son intrínsecas a los servicios y generan cuatro consecuencias importantes:

La primera es que los servicios son más difíciles de evaluar comparado con los bienes.

La segunda es que la propia naturaleza de los servicios conduce a una mayor variabilidad de su calidad y, consecuentemente, a un riesgo percibido del cliente más alto en caso de la mayoría de los bienes.

La tercera es la valoración (por parte del cliente) de la calidad del servicio tiene lugar mediante una comparación entre expectativas y resultados.

Y la cuarta son las evaluaciones de la calidad hacen referencia tanto a los resultados como a los procesos de prestación de servicios.

Estas características diferenciadoras de los servicios son las que obligan, para determinar la calidad de los servicios, a conocer qué aspectos son los que los clientes utilizan para evaluar el servicio y cuál es la percepción que tienen sobre los mismos, orientando la evaluación hacia el proceso, más que hacia el resultado.

Esta perspectiva supone admitir que la determinación de la calidad en los servicios, que ha sido la forma de conceptualizar la calidad predominante en el

ámbito de los servicios, un elemento importante de diferenciación de la presente tesis es el conjugar la calidad subjetiva o percibida con la calidad objetiva.

A continuación se realiza una exploración del concepto de calidad, para concluir en cómo se define bajo un contexto de servicios.

La palabra *calidad* proviene del latín *qualitas*, que deriva del adjetivo QUALIS (de donde procede el castellano "*cual*") y fue usada por primera vez por Cicerón [106-43 A.N.E.].

La relación que existe entre su raíz etimológica y las múltiples concepciones con las que puede asociarse este vocablo desde diferentes perspectivas, se debe al juicio que puede emitirse cuando se conoce *cuáles* son las propiedades o atributos del producto/servicio.

El término calidad es polisémico tiene muchas acepciones y ha sido modificado constantemente durante las últimas décadas. La complejidad de su significado deriva de los elementos abstractos que la definen, la multidimensionalidad y los diversos enfoques a través de los cuales puede ser estudiado.

La evolución del concepto de calidad se ha logrado gracias a los estudios, modelos y teorías que han aportado diferentes autores con la intención de describir y especificar dicho término. Para Bounds *et al.*(1994), son cuatro las

etapas evolutivas que pueden identificarse del concepto de calidad: (Ortega Vargas, 2009, pp. 5-6).

La primera etapa es llamada "de inspección", se desarrolla durante el siglo XIX y se enfoca en la detección de irregularidades por la falta de uniformidad e intenta la solución de esos problemas.

La segunda es el "control estadístico del proceso" situada en la década de 1930, durante esta etapa se introduce el concepto de prevención mediante el uso de control de procesos, se aplican métodos estadísticos y genera una disminución en los niveles de inspección.

La tercera etapa transcurre durante los años cincuentas y la denomina "aseguramiento de la calidad", ya que se involucra a toda la organización en el diseño, planeación, y ejecución de políticas. Durante esta etapa Juran introduce el enfoque económico de la calidad y Feigenbaum propone el control total de la calidad.

Finalmente la última etapa que se desarrolla durante la década de los noventas la llama "administración estratégica por calidad total" y sus características consisten en aprovechar al máximo las oportunidades competitivas con base a las necesidades de los clientes, se establecen elementos como la fijación de metas, educación, capacitación y liderazgo que involucra a todo el personal de la

organización. Bajo este enfoque deben dirigirse todos los esfuerzos a la satisfacción de los usuarios, basado en conceptos y técnicas de calidad total.

Entre los principales teóricos de la calidad, destacan personalidades como W.A. Shewart a quien se le atribuye la construcción de los primeros cimientos de lo que hoy se conoce como *control estadístico de la calidad*, al desarrollar en 1924 una gráfica estadística para controlar variables en productos.

En la década de los cuarentas, en Estados Unidos se crea una organización encargada de promover el uso de calidad para todos los tipos de producción y servicio llamada Sociedad Estadounidense de Control de Calidad (ASQC a American Society for Quality Control), misma que en 1974 define la calidad como: "el conjunto de funciones y características de un producto, proceso o servicio que le confieren la capacidad necesaria para satisfacer las necesidades de un determinado usuario" (Climent Serrano, 2003).

A mediados del siglo XX los estadounidenses W. Edwards Deming y Joseph M. Juran, viajan a Japón para conducir seminarios y conferencias sobre calidad. En el caso de Deming, quien había trabajado con Shewhart, se enfocó en métodos estadísticos, mientras que Juran abordaba un alto contenido administrativo resaltando la planeación, organización y la importancia de la responsabilidad de la administración en el logro la calidad. Juran define la calidad como "adecuación al uso", y consiste en "adecuar las características de un producto al uso que le dará

el consumidor" establece características del producto que el usuario puede reconocer como beneficiosas. De manera que si no se cuenta con un cliente satisfecho, que juzgue el producto (bien o servicio) adecuado a sus necesidades, no se puede hablar de buena calidad.

Deming concibe la calidad como el cumplimiento de las expectativas del usuario, al proporcionarle satisfactores adecuados a sus necesidades y anticiparse a otras, adoptando una filosofía en la que prevalece el respeto, la confianza y el trabajo en equipo. Indica que existe un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste y adecuado a las necesidades del mercado, incorporando a ello los principios y técnicas estadísticas para garantizar la calidad uniforme y la mejora permanente, si se disminuye la variabilidad de las características del producto.

Armand V. Feigenbaum sostiene que la calidad es una determinación del cliente y la define como: El conjunto total de las características del producto (bien o servicio) de marketing, ingeniería, fabricación y mantenimiento a través del cual un producto en uso satisfará las expectativas del cliente. , resaltando que la calidad no significa "mejor" sino "lo mejor para el cliente en servicio y precio. (Guajardo Garza, 2003, p.65).

Phillip B. Crosby, define la calidad como "hacer las cosas bien la primera vez" (Guajardo Garza, 2003, p.69) y plantea un programa llamado "cero defectos" donde enfatiza las relaciones humanas en comparación a los aspectos técnicos de

producción. Resalta la motivación y concientización de cada uno de los trabajadores como responsables de hacer bien su trabajo y a la primera vez para poder lograr una buena calidad.

El japonés Keiichi Yamaguchi considera que: “la buena calidad no solamente es la calidad de los productos, que es la calidad interpretada de manera estrecha (cualidades), sino significa también, el volumen de producción que, cuando se quiere se obtiene la cantidad necesaria y al costo más bajo posible para que tenga un precio, o por lo menos un precio razonable, y además, un servicio de posventa, rápido y bueno para la tranquilidad del comprador, incluyendo todo lo necesario anteriormente de que su carácter total sea el más propicio.” (Yamaguchi, 1989, p.33).

Otro especialista es Kauro Ishikawa quien señala que la calidad tiene que ser construida en cada diseño y en cada proceso y la ve como una disciplina que involucra la teoría y la acción. Kauro es el primero en resaltar las diferencias culturales entre las naciones como un factor importante para el logro del éxito en la calidad (Cantú Delgado, 2011, p.19).

La Organización Internacional de Normalización (ISO), en 1987 define la calidad en su norma ISO 8402:1987 como un “conjunto de propiedades y características de un producto o servicio que le confieren su aptitud para satisfacer necesidades

expresadas o implícitas”, definición que contiene los mismos elementos contenidos en la definición aportada por Juran.(Pérez Rodríguez, 2011).

A continuación se describen algunas aportaciones de la calidad bajo una perspectiva de servicios, donde según Palafox de Anda en 1998 (Vargas, 2010, p. iii) la suscribe como satisfacer, de conformidad con los requerimientos de cada cliente, las distintas necesidades que tienen y por la que se nos contrató. La calidad se logra a través de todo el proceso de compra, operación y evaluación de los servicios que entregamos. El grado de satisfacción que experimenta el cliente por todas las acciones en las que consiste el mantenimiento en sus diferentes niveles y alcances.

Por otra parte Grönroos la define como la percepción del cliente sobre el servicio, y no por las características intrínsecas del servicio ofrecido; donde el cliente no es el objeto a conquistar y mantener. Por el contrario, el enfoque debe dirigirse hacia lo que el cliente es leal: nuestra marca y nuestro servicio diferencial. (Grönroos, 1984,pp. 36-43).

Un negocio no consiste en tener clientes, sino en crear y reforzar la lealtad a nuestra marca, nuestros productos y servicios.

Con las definiciones antes mencionadas, se concluye que el concepto de "calidad" hace referencia a la "calidad percibida", en otras palabras "al juicio del consumidor

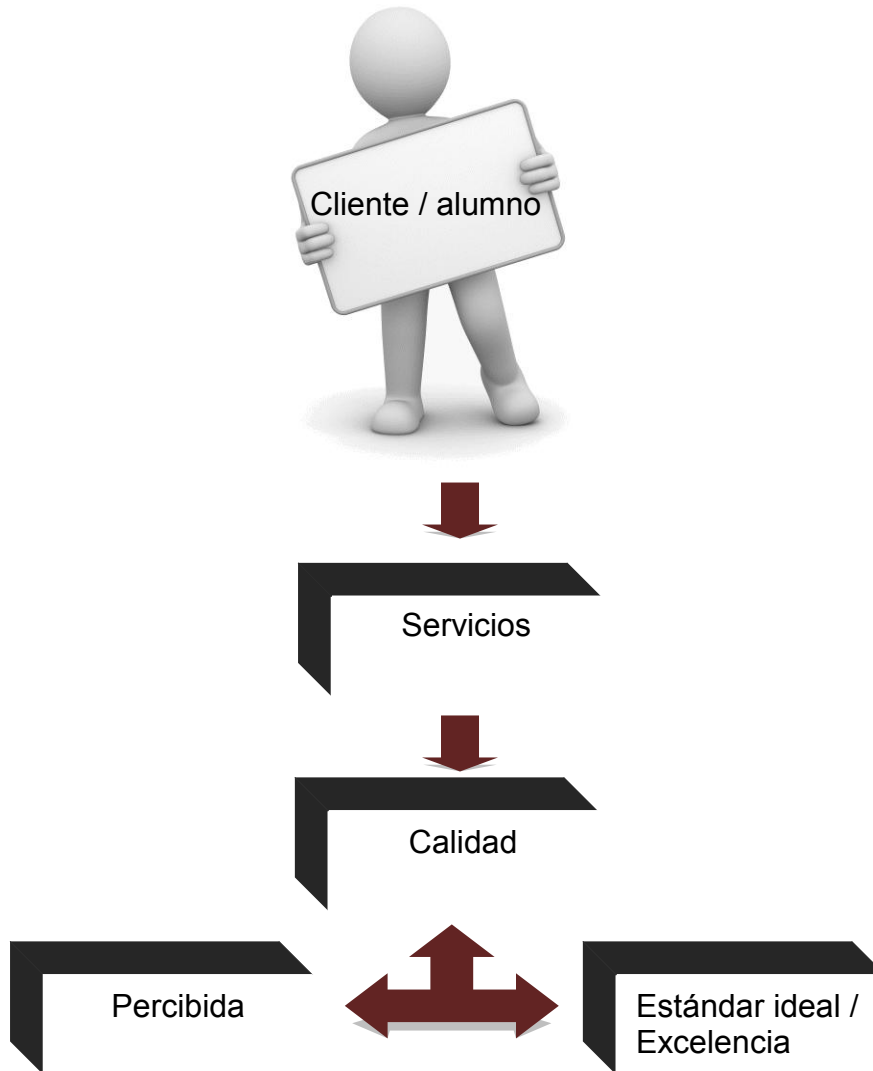
sobre la excelencia y superioridad de un producto", que aplicado a un servicio significaría "un juicio global, o actitud relacionada con la superioridad del servicio". (Parasuraman & Zeithaml, 1988, pp. 35-48).

Por lo tanto "la calidad percibida" es diferente a la "calidad objetiva" (respecto a la superioridad, generalmente técnica, de un producto que, se supone, mensurable y verificable respecto a un estándar ideal predeterminado).

La calidad percibida supone un nivel más alto de abstracción que cualquiera de los atributos específicos del producto, tiene una característica multidimensional y es asimismo, medible.

Finalmente, la calidad percibida en los servicios, se valora (como más alta o más baja) en el marco de una comparación, respecto de la excelencia o superioridad relativas de los bienes o servicios que el consumidor ve como sustitutos. Con base a lo anterior se sustenta que bajo un contexto de mercado de servicios, la calidad merece un tratamiento y una conceptualización diferente a la que se le asigna a la calidad de los bienes tangibles, ya que a diferencia de la calidad en los productos, calidad que puede ser medida objetivamente a través de indicadores tales como duración o número de defectos, la calidad en los servicios es algo fugaz que puede ser difícil de medir. La propia intangibilidad de los servicios origina que estos sean en gran medida percibidos de una forma subjetiva. (Grönroos, 1984, pp. 12-40).

Figura 1.2 Calidad en los servicios



Fuente: Arellano Muñoz, Gina Lisette. (2013). Elaboración propia. Basado en Parasuraman & Zeithaml (1988, pp. 35-48).

La calidad del servicio, se está convirtiendo en estos días en un requisito imprescindible para competir en las organizaciones industriales y comerciales de todo el mundo, ya que las implicaciones que tiene en la cuenta de resultados, tanto en el corto como en el largo plazo, son muy positivas para las empresas envueltas en este tipo de procesos. Según Ruiz (2001), de esta forma “la calidad

del servicio se convierte en un elemento estratégico que confiere una ventaja diferenciadora y perdurable en el tiempo a aquellas que tratan de alcanzarla". (Vargas, 2010, p.ii).

Con una buena calidad de servicio se logra tener dentro de la organización: beneficios en la cuota de mercado, motivación del personal, mayor productividad, disminución en los costos, lealtad y captación de nuevos clientes y diferenciación respecto a la competencia.

1.1.1 Modelo de Parasuraman, Zeithaml y Berry

Existen diferentes artículos de Parasuraman, Zeithaml y Berry escritos de 1985 a 1994 donde describen el trabajo realizado en sus investigaciones y en el cual sustentan su modelo de evaluación de la calidad en las empresas de servicios denominado "El modelo de las cinco Gaps".

Estos autores basan sus teorías en procedimientos que llevan a cabo las organizaciones y que dan como resultado la prestación de servicio de *no calidad*, su objetivo era la identificación de esas dificultades para que una vez que se diagnosticaran los motivos del problema, pudieran actuar con soluciones y establecimiento de programas para su corrección.

El "Modelo de los cinco Gaps" tiene su origen en un estudio exploratorio cualitativo entre los directivos y consumidores de empresas de servicios donde se analizan las principales causantes de los desajustes (gap) que derivaban en un fallo en las políticas de calidad de las empresas. En la figura 1.1, se muestra el resultado de este estudio, que fue un modelo donde se identifican cinco desajustes que originan el déficit de la calidad en el servicio. Según Parasuraman, "estas deficiencias son los factores que afectan a la imposibilidad de ofrecer un servicio que sea percibido por los clientes como de alta calidad". (Parasuraman & Zeithaml, 1985, pp. 41-50).

En una publicación posterior (Parasuraman & Zeithaml, 1985, pp. 39-56) describen las discrepancias o deficiencias (gaps) que sustentan su modelo como sigue:

Gap 1: Discrepancia entre las expectativas de los usuarios y las percepciones de los directivos.

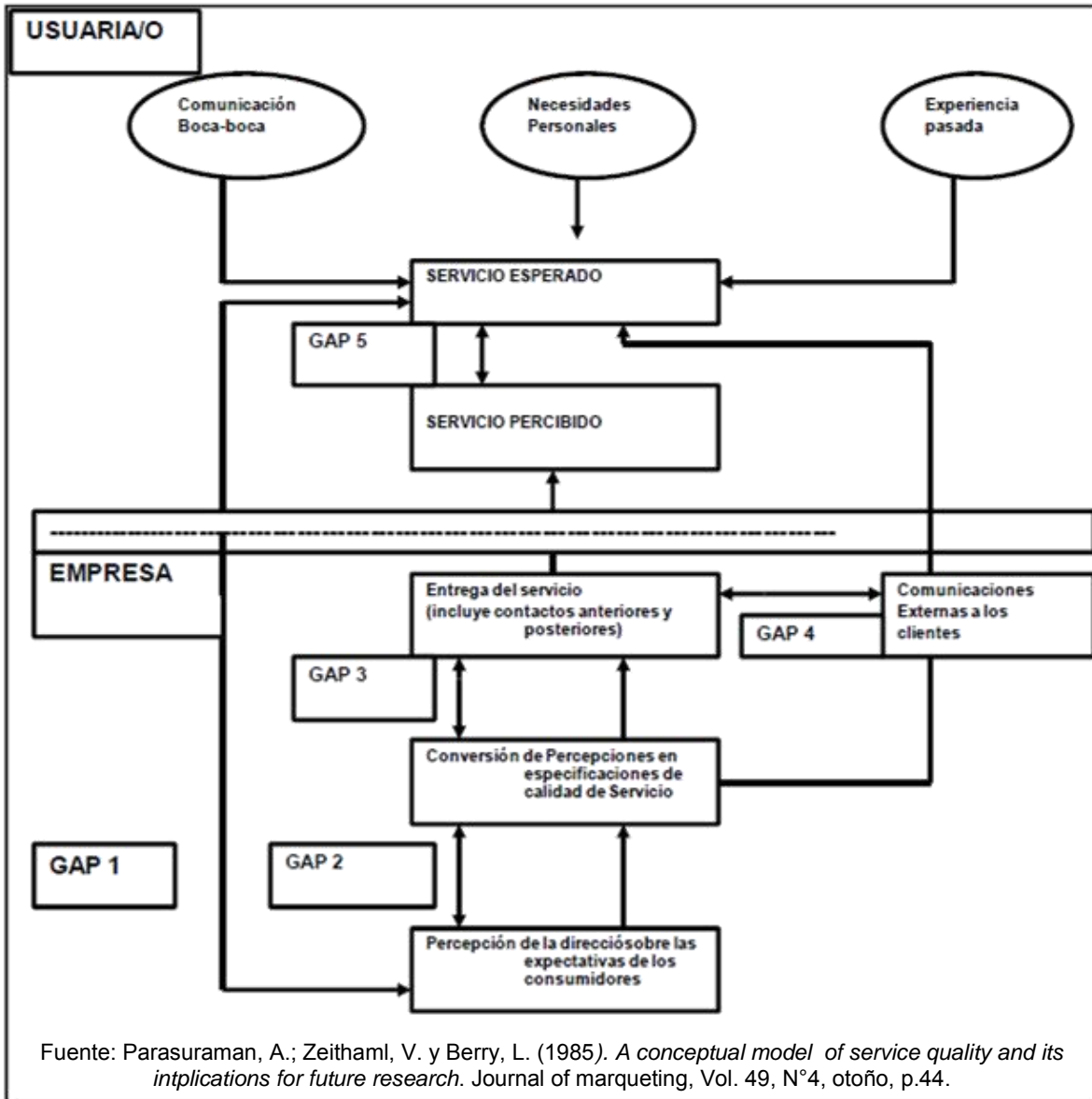
Gap 2: Discrepancia entre las percepciones de los directivos y las especificaciones o normas de calidad.

Gap 3: Discrepancia entre las especificaciones de la calidad del servicio y la prestación del servicio.

Gap 4: Discrepancia entre la prestación del servicio y la comunicación externa.

Gap 5: Discrepancia entre las expectativas del consumidor sobre la calidad del servicio y las percepciones que tiene del servicio.

Figura 1.3 Modelo conceptual de la calidad del servicio de Parasuraman y Zeithaml.



Finalmente, este modelo propone que las primeras cuatro discrepancias dan origen al quinto desajuste, por lo que los autores consideran el Gap 5 el único patrón de medida para la calidad del servicio, tal y como se muestra en la Figura 1. del Modelo conceptual de la calidad del servicio de Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1985.

Las investigaciones de Parasuraman, Zeithaml y Berry después de haber identificado las 5 discrepancias en su modelo, fueron dirigidas para determinar las causas que originaban la no calidad, con objeto de dar solución y establecer acciones que pudieran seguir las organizaciones de servicios para ofrecer calidad.

A continuación se describen cuales son las principales razones por las que una organización se encuentra en un estado de no calidad, en cada una de las deficiencias o discrepancias (gaps) que componen el modelo según Zeithaml, Parasuraman, y Berry (1993):

GAP 1: factores causales relacionados con la inexistencia de una cultura orientada a la investigación de marketing, inadecuada comunicación vertical ascendente en la empresa y existencia de excesivos niveles jerárquicos de mando.

GAP 2: insuficiente compromiso de la dirección con la calidad del servicio, percepción de la inviabilidad para el cumplimiento de las expectativas del cliente,

errores en el establecimiento de las normas o estándares para la ejecución de las tareas y ausencias de objetivos claros.

GAP 3: ambigüedad de funciones, conflictos funcionales, desajuste entre los empleados y sus funciones, desajuste entre la tecnología y las funciones, sistemas inadecuados de supervisión y control, falta de control percibido y ausencia de sentido de trabajo en equipo.

GAP 4: deficiencias en la comunicación horizontal entre los diferentes departamentos de la empresa, tanto en el interior de los mismos como entre ellos, y tendencia de la empresa a prometer en exceso a sus clientes.

De acuerdo con Zeithaml y Bitner (2003) algunas razones contribuyen para la existencia del GAP 5 en servicios: falta de investigación sobre las percepciones y expectativas de los clientes, uso inadecuado de los resultados de la investigación, deficiencia en la interacción entre la gestión y los clientes, comunicación inadecuada falta de comprometimiento con la calidad, ausencia de objetivos claros, carencia de creatividad para atender expectativas del cliente, sistemas pobres de recompensa por resultados, deficiencia en el trabajo en equipo y comunicación inadecuada entre los diversos restadores de servicio. (Medianeira & Casarotto, 2010, pp. 17-31).

Con el refinamiento por Análisis de Componentes Principales (ACP), Parasuraman et al. (1988), observaron la existencia de correlación entre los ítems que representaban las diez dimensiones iniciales. Las correlaciones apuntaron la consolidación de siete dimensiones: profesionalidad, cortesía, credibilidad, seguridad, accesibilidad, comunicaciones y comprensión del cliente dentro de dos dimensiones denominadas seguridad y empatía. Las demás dimensiones permanecieron inalteradas al largo del proceso de desarrollo y selección de la escala.

Parasuraman, Zeithaml y Berry, tomando como base las diez dimensiones de la calidad de los servicios, desarrollaron un cuestionario llamado de escala SERVQUAL, utilizando los mismos criterios de satisfacción por medio del modelo GAP. Fue hecho un refinamiento de este instrumento y se llegó a un resultado de cinco dimensiones de la calidad y compuesta por un total de 22 ítems.

Las cinco dimensiones de la calidad resultantes de la escala fueron las siguientes: confiabilidad, prontitud, garantía, empatía y aspectos tangibles. En la figura 1.2. dimensiones SERVQUAL de la calidad en servicios, se define cada una de las cinco dimensiones, resaltando que dentro de cada dimensión se encuentran varios ítems medidos en una escala de Likert.

Figura 1.4 Dimensiones SERVQUAL de la calidad en servicios.

DIMENSIONES	DEFINICIÓN
Tangibles	Apariencia de las instalaciones físicas, equipamientos, personas y materiales de comunicación.
Fiabilidad	Habilidad de realizar el servicio prometido confiable y preciso.
Capacidad de respuesta	Disposición de atender los clientes y de prestar servicio rápido.
Seguridad	Conocimiento y cortesía de los funcionarios y habilidad de transmitir confianza y seguridad.
Empatía	Afecto atención personalizada que la organización ofrece a sus clientes.

Fuente: PARASURAMAN y otros (1988). Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality. Journal Of Marketing. Vol. 52; BUTLER (1996). SERVQUAL: review, critique, research agenda. European Journal of Marketing. pp.8-32. (Castillo Morales, 2005, pp.1-10)

La escala SERVQUAL ha sido ampliamente difundida y es "una técnica estándar muy conocida para medir la percepción y expectativas de la calidad de un servicio por un cliente.

1.1.2 SERVQUAL

La escala multidimensional SERVQUAL es una herramienta para la medición de la calidad del servicio desarrollada por Valerie A. Zeithaml, A. Parasuraman y

Leonard L. Berry, con el auspicio del Marketing Science Institute en 1988. Ha experimentado mejoras y revisiones y ha sido validada en América Latina por Michelsen Consulting, con el apoyo del nuevo Instituto Latinoamericano de Calidad en los Servicios. El estudio de validación concluyó en junio de 1992.

Los autores sugieren que la comparación entre las expectativas generales de los usuarios (clientes, usuarios, pacientes, alumnos, beneficiarios, etc.) y sus percepciones respecto al servicio que presta una organización, puede constituir una medida de calidad del servicio, y la brecha existente entre ambas el indicador para mejorar.

Necesidades, expectativas y percepciones de clientes



El usuario o cliente tiene ciertas necesidades y deseos, de los cuales a veces incluso no está consciente. Estas necesidades y deseos deben ser recogidos por la organización para diseñar y

prestar (entregar) servicios que logren su satisfacción.

Algunos sistemas son capaces de identificar las necesidades reales del cliente, mientras que otros sólo perciben las necesidades de las cuales el cliente está consciente. Ambas perspectivas son útiles para mejorar la calidad de servicio y tender a una mayor satisfacción de quien recibe el servicio.



La escala multidimensional SERVQUAL mide y relaciona la percepción del cliente y expectativas respecto de calidad de servicio.

Percepción del cliente: La percepción del cliente o usuario se refiere a como éste estima que la organización está cumpliendo con la entrega del servicio, de acuerdo a como él valora lo que recibe.

Expectativas del Cliente: Las expectativas del cliente definen lo que espera que sea el servicio que entrega la organización. Esta expectativa se forma básicamente por sus experiencias pasadas, sus necesidades conscientes, comunicación de boca a boca e información externa. A partir de aquí puede surgir una retroalimentación hacia el sistema cuando el cliente emite un juicio.

La brecha que existe entre percepción y expectativas, establece según este modelo, la medición de calidad.

Como las necesidades son dinámicas y dependen de un conjunto de factores internos y externos, en definitiva esta medición expone el déficit de calidad de servicio, indicando ciertas dimensiones en las cuales la organización debe trabajar.

Dimensiones de SERVQUAL



Municipio de CAJEME

Desde que fue creada hasta ahora, esta escala multidimensional ha sido aplicada a diversas organizaciones sociales, tanto públicas como privadas y desde entidades gubernamentales, educativas, de salud, de administración comunal, hasta empresas de los más diversos sectores de actividad económica. Esta diversidad ha permitido su revisión y validación como instrumento de medición de calidad de servicio, incorporando constantes mejoras.



Actualmente, la escala consta de cinco dimensiones que se utilizan para juzgar la calidad de los servicios de una organización:

- Confiabilidad, entendida como la habilidad de desarrollar el servicio prometido precisamente como se pactó y con exactitud.

- Responsabilidad, como la buena voluntad de ayudar a sus clientes y brindar un servicio rápido.
- Seguridad, como el conocimiento de los empleados sobre lo que hacen, su cortesía y su capacidad de transmitir confianza.
- Empatía, la capacidad de brindar cuidado y atención personalizada a sus clientes.
- Bienes materiales o tangibles, relacionada con la apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y material de comunicación. Son los aspectos físicos que el cliente percibe en la organización. Cuestiones tales como limpieza y modernidad son evaluadas en los elementos personas, infraestructura y objetos.

"En la actualidad SERVQUAL es el modelo de investigación más usado para medir la calidad de servicios, sin embargo, esta metodología no está exenta de críticas, las cuales son resumidas por BUTTLE (1996, pp.8-32) en los siguientes puntos:

1.- Desde un punto de vista teórico

- SERVQUAL, está basado en un modelo inapropiado de comparación (expectativas - percepciones) más que en modelo actitudinal frente a la calidad de servicio.
- La operacionalización de las percepciones y expectativas (P - E) ha sido criticada debido a que hay muy poca evidencia de que los consumidores evalúen la calidad de servicio en función de la brecha existente entre percepciones y expectativas.

- SERVQUAL, centra su atención en el proceso de entrega del servicio más que en el resultado de la provisión del servicio, es decir del encuentro del proveedor con el consumidor.
- El número de dimensiones propuestas por el instrumento SERVQUAL y su estabilidad cuando se cambia el contexto en el cual fueron desarrolladas.

2.- Desde un punto de vista operacional.

- Las expectativas no desempeñan un rol fundamental en la calidad de servicios.
- Los encuestados muestran una gran confusión cuando son inquiridos en base a expectativas y percepciones.

Estas controversias respecto a la validez, conceptualización y operacionalización de la medición de la calidad de servicio y su relación con la satisfacción del consumidor no son más que evidencias de que aún es necesario desarrollar mayor investigación sobre estos temas.

En todo caso, el Modelo de las Brechas de Calidad de servicio, provee sustento metodológico a la Escala SERVQUAL, y la hace un instrumento de gran utilidad y uso para medir calidad de servicio y satisfacción de clientes (usuarios), temas cada vez más sensibles para las organizaciones privadas y públicas, dada la realidad cambiante de las interacciones con éstos en contextos cada vez más competitivos y mayores exigencias en calidad". (Castillo Morales, 2005, pp.1-10).

1.2. Educación a distancia

La educación puede ser concebida desde diferentes enfoques o teorías, sin embargo, según John Dewey: “la educación significa la suma total de procesos por medio de los cuales una comunidad o grupo social, grande o pequeño, transmite sus poderes o fines adquiridos, con el objeto de asegurar su propia existencia y su desarrollo continuo” (Caballero, 1996, p.33).

La educación a distancia a evolucionado a través del tiempo, por varios factores de distinta índole, en este caso, se hace referencia a la evolución de las tecnologías y los cambios demandantes de la sociedad, lo que ha permitido una evolución en esta modalidad y la diversificación de teorías y conceptualizaciones acerca de la misma.

Según José Luis García Llamas “La educación a distancia es una estrategia educativa basada en la aplicación de la tecnología al aprendizaje sin limitación del lugar, tiempo, ocupación o edad de los estudiantes. Implica nuevos roles para los alumnos y para los profesores, nuevas actitudes y enfoques metodológicos” (García Llamas, p. 210).

Michael Moore de la Penn State University, opina que la educación a distancia “es el aprendizaje planeado que ocurre normalmente en un lugar diferente del profesor y requiere de técnicas especiales de diseño de cursos, técnicas instruccionales

especiales, métodos especiales de comunicación por medios electrónicos y otras tecnologías, así como acuerdos especiales de organización y administración.” (Moore, 1996, p.79)

En un estudio comparativo que hace García Arieto, después de analizar diecinueve reseñas bibliográficas, llega a la conclusión de que existen algunos elementos que caracterizan la educación a distancia como los son: la separación profesor-alumno, la utilización de medios técnicos, organización de apoyo-tutoría, el aprendizaje independiente y flexible, la comunicación bidireccional, el enfoque tecnológico, la comunicación masiva y los procedimientos industriales. Y basado en estos elementos, define la educación a distancia como “un sistema tecnológico de comunicación bidireccional, que puede ser masivo y que sustituye la interacción personal en la aula de profesor y alumno como medio preferente de enseñanza, por la acción sistemática y conjunta de diversos recursos didácticos y el apoyo de una organización y tutoría, que propician el aprendizaje independiente y flexible de los estudiantes.” (García Arieto, 1994, p.127).

Las características que señala García Arieto, también son compatibles con las que proporcionan otros autores como Santamaría y Sánchez-Elvira (Santamaría, 2004) y Tiana (Tiana, 2004) quienes puntualizan que la separación temporal y espacial entre profesor y estudiante es la característica fundamental de la educación a distancia, señalando que esta separación es la mayor parte del

tiempo, por lo cual puede haber tutorías de manera presencial, sin embargo deben ser esporádicamente.

Figura 1.5 Características de la Educación a Distancia



Fuente: Arellano Muñoz, Gina Lisette. (2014). Elaboración propia. Basado en García Arieto (1994, p.127)

1.2.1. Educación en línea

La educación es un término polisémico que ha adquirido diversas acepciones, lo mismo ha ocurrido con la educación a distancia, y algo similar ocurre con la educación en línea. Actualmente existe un abanico de conceptos que hacen referencia al mismo fenómeno educativo. En este apartado se revisarán algunos

enfoques y tendencias de la educación que se imparte por medio de Internet, las posiciones de algunos autores y se concluirá, con la forma en que se percibe la educación en línea para efecto de esta investigación.

Según la Enciclopedia general de Educación (Enciclopedia General de la Educación, 1997, p.18) el lanzamiento de la red de redes, Internet, surge a partir de 1986 con la creación de la NFSnet (de la National Science Foundation), cuando se unen ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network), la CSNET (Computer Science NETWORK) y la MILNET (red militar de Estados Unidos) y a la que poco a poco se le fueron uniendo diferentes fabricantes de computadoras y software entre otros, para hacer posible la instalación de Internet a cualquier tipo de equipo de computación. Sin embargo, las nuevas tecnologías tienen su impacto dentro del ámbito educativo con la creación de campos virtuales y cursos telemáticos.

Las TIC (Tecnologías de Información y Comunicaciones) han permitido la visualización de diversas perspectivas para la enseñanza, como lo es la educación a distancia, en donde se permite el intercambio de culturas y la impartición educativa de manera idéntica a todos los usuarios. Además de significar la evolución de su utilización didáctica, tipos según su impacto educativo y diversas aplicaciones en la escuela. Estas transformaciones en la educación a distancia requiere de inversiones económicas, (no necesariamente privilegiadas), cambio de

mentalidad y actuación del profesorado, una organización distinta de la universidad y la incorporación de diseño y materiales tecnológicos.

“Un modelo de educación virtual, desde un enfoque sistémico, se integra, por tres grandes subsistemas: el tecnológico, el administrativo y el pedagógico-académico” (García Sánchez, 2005). Con este modelo, el desarrollo de las nuevas tecnologías y comunicaciones permite un avance de lo que antes se creía imposible. La escuela en la red caracterizada por ser un sitio con una interfaz gráfica que esta soportado por una plataforma.

La función del docente en esta modalidad se ve influenciada por equipos de trabajo experto, en donde intervienen profesionales de diferentes disciplinas como los administradores, asesores de contenido disciplinar, asesores de contenidos y estructuras pedagógicas, asesores en el área informática entre otros. Cada uno de estos actores tiene un trabajo por desarrollar, que en conjunto concretan la operatividad didáctica del ambiente de aprendizaje. Estos juegan un rol de tutores dentro de la educación.

Bill Gates por ejemplo, “entiende por educación virtual, a la educación a distancia en la cual se utiliza la tecnología como medio de enlace entre el maestro y el alumno” (Gates, 1999, p. 38).

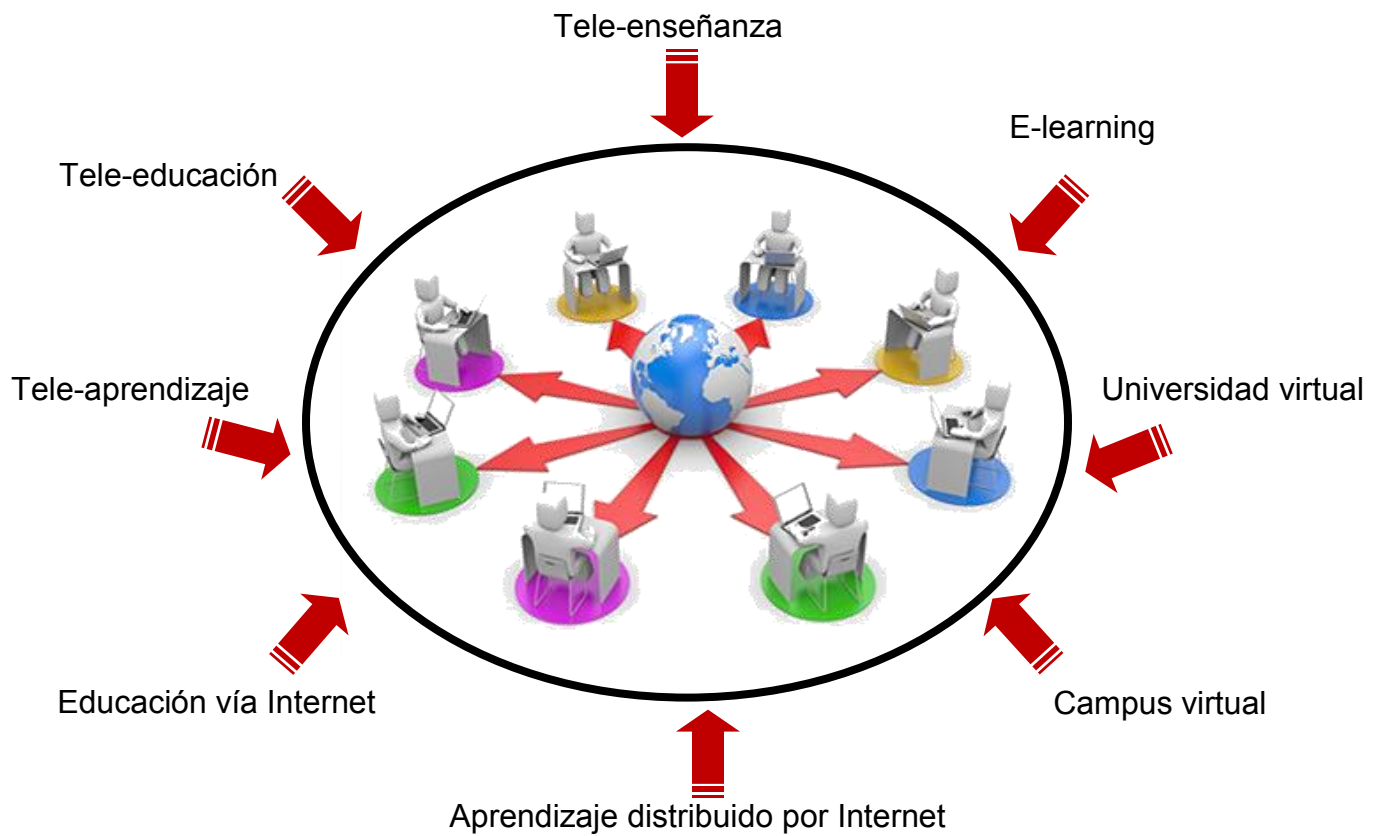
“La UNAM sin embargo define Educación en Línea (EL) como: enseñar y aprender a través de computadoras conectadas en red.” (UNAM, 2001).



Según Herrera Sandoval, menciona que no hay discrepancia entre lo que es la educación virtual y la educación en línea, ya que las dos se basan en un eje fundamental que es la enseñanza a través de las computadoras. Sin embargo, dice que la diferencia estriba en que la educación virtual es el sistema mediatizado por tecnología, mientras que la educación en línea es la forma específica de entrega de contenidos, es decir, los cursos en línea. (Herrera Sandoval, 2002)

Una vez presentadas una serie de teorías, se concluirá diciendo que “se han acuñado una serie de neologismos tales como; *e-learning*, tele-enseñanza, tele-educación, tele-aprendizaje, campus virtual, educación vía Internet, universidad virtual o aprendizaje distribuido por Internet. Es pertinente clarificar el significado de esta variedad de conceptos pues el lector que se encuentre fuera del área de conocimiento puede interpretar que cada uno de ellos describe fenómenos diferentes, sin embargo esta multiplicidad conceptual existente describe un solo fenómeno: la educación virtual” (García Sánchez, 2005).

Figura 1.6 Neologismos para la educación virtual



Fuente: Arellano Muñoz, Gina Lisette. (2014). Elaboración propia. Basado en García Sánchez, 2005.

Es conveniente destacar que para efectos de esta investigación se retomará la definición que propone la UNAM de educación en línea, la cual requiere de una plataforma tecnológica en Internet como elemento fundamental para poder llevar a cabo el proceso de enseñanza-aprendizaje, que puede basarse en un modelo educativo virtual.



2. Metodología de la investigación

2.1 Estudios previos

El gran interés que muestran las empresas por conocer el nivel de calidad de los servicios que prestan se debe a la relación que esta variable tiene con la satisfacción de los clientes y su intención futura de comportamiento (Boulding, Kalra, Staelin, y Zeithaml, 1993, pp.7-27).

En el siglo XXI, el cliente es cada vez más exigente, demanda más cosas y tiene una mayor información del mercado. Por lo anterior, no solamente tiene el poder de compra, también tiene el poder de elegir a quién comprar el producto o servicio de que se trate (Rodríguez y Escobar, 1996, p.128).

En un comparativo para evidenciar la tendencia a depender más de los servicios, puede observarse que en un periodo de cinco años el incremento de la ocupación de la población económicamente activa en el sector terciario se ha incrementado en 11.36%, de manera que centrar la atención en la calidad de servicio que ofrecen las organizaciones, representa una diferencia sustantiva para ganar mercado.

Estadísticas recientes según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), demuestran que la población económicamente activa se ubica en mayor proporción en el sector económico terciario, mismo que representa un 62.25%,

mismo que se puede apreciar en el cuadro 2.1 de la población ocupada por sector de actividad económica.

Cuadro 2.1. PEA, comparativo por sector de actividad de 2008 a 2013

Población ocupada por sector de actividad económica (PEA)

Sector	(Junio 2008)	2013
Primario	18.74 %	13.43 %
Secundario	30.37 %	23.71 %
Terciario	50.89 %	62.25 %
No especificado	-	0.61 %
Total	100 %	100 %

Fuente: Arellano Muñoz, Gina Lisette. (2014). Elaboración propia. Basado en indicadores de ocupación y empleo del INEGI.

En el sector terciario o sector de servicios, existen numerosas organizaciones que proporcionan un servicio con o sin fines de lucro, como pueden ser las financieras, de salud, educación, transporte, etc. Sin embargo, para efectos de esta investigación, se hablará de la educación, en una vertiente que aborda la educación a distancia, dentro del cual se abordan los programas académicos que se ofertan en línea.

Cuando se habla de programas académicos en línea y calidad, puede prestarse a confusión al pensar en dos aspectos que aluden a la calidad de un curso en línea bajo un enfoque pedagógico. El primero centra sus esfuerzos en definir los principios y criterios que deben considerarse en la evaluación de los programas académicos en línea, en el cual diversos investigadores han realizado aportaciones y se enfocan a la evaluación a manera de un todo midiendo el grado en que el programa cumple con sus objetivos. Bajo una segunda perspectiva, pueden encontrarse aportaciones que relacionan la calidad del programa académico con la evaluación al estudiante, siendo este un aspecto donde va implícito el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Como se observa desde ambas vertientes se asocia la evaluación con la calidad, es por eso que durante los últimos años, (Sandia, Montilva, y Barrios, 2005, p.524) "la evaluación de cursos en línea ha captado la atención de varios educadores e investigadores, Díaz, S., (2004), Greer, T., Holinga, D., Kindel, C., y Netznik, M., (2002), Grassian, E., (2000), Graham, Ch. et al., (2001), Henke, H., (2001), Leighton, H. y García, F., (2003), Rubio, M. J., (2003), Learning & Teaching Development Unit (2003) y Wright, C. R., (2004)". Sin embargo, ambas dimensiones no incumben a esta investigación pero es importante mencionarlas para delimitar y aclarar la línea de investigación de este estudio que indaga sobre la calidad de servicio de los programas académicos en línea.

La calidad de servicio bajo una perspectiva administrativa, se ha investigado en diversos sectores de servicio, tal como en la salud, transporte, turismo,

instituciones financieras, entre otras. Por mencionar algunos de los recientes estudios y publicaciones que han sido evaluados por expertos y que incluye artículos de revistas científicas que abordan la temática, se mencionará el estudio realizado por Tempier, R; Hepp, S. L; Duncan, C. R; Rohr, B; Hachey, K. y Mosier, K. (2010) sobre la atención centrada en el paciente en los grupos afectivos, no afectiva y esquizoafectivo donde deseaban obtener las perspectivas de pacientes hospitalizados psiquiátricos en tratamiento de salud mental de cuidados intensivos y los servicios, en este estudio se utilizó el cuestionario SERVQUAL entre otros para lograr el objetivo.

En 2012 Bhat, M. A. investiga sobre la calidad de servicio en el turismo, argumentando que la naturaleza de este sector es sumamente competitivo, por lo tanto deben mejorar sus ofrecimientos de servicio para conservar o mejorar su participación en el mercado. Bath basa su estudio en el instrumento de medición más extensamente aceptado por la calidad del servicio, el SERVQUAL y con el logra identificar los puntos fuertes y débiles del sector turismo en el Valle de Kashmir (India)

El sector educativo no debe quedarse en el rezago y teniendo en cuenta la urgente necesidad de ofrecer una educación de calidad en los institutos de educación superior, Narang realiza una investigación en la India durante el año 2012 acerca de ¿Cómo los estudiantes de administración perciben la calidad de la educación en las instituciones públicas? Para medir la percepción de la calidad de los estudiantes utilizó una versión modificada del SERVQUAL. Y dentro de sus

conclusiones plantea que los responsables políticos requieren gran seriedad para garantizar la calidad de la educación superior en lugar de preocuparse sólo con aumento cuantitativo de los institutos de educación superior.

Un estudio realizado en Malasia bajo la misma línea de investigación fue realizado en 2011 por Daud, S., y Sapuan, N. M. quienes inspirados por el desacuerdo existente sobre cómo medir la calidad en instituciones de educación superior (HEIs), deciden abordar el tema mediante la relación que existe en la calidad de servicio a través de las expectativas y percepciones de los estudiantes de educación superior.

La calidad en ambientes educativos es un tópico de interés en diversos países. En el año 2011 el estudio realizado por Yeo en una Facultad de Ingeniería en Singapur, revela que la manera en que los estudiantes son percibidos, como clientes o productos, tiene una influencia directa sobre el tipo de dinámica de aprendizaje desarrollada tanto dentro como fuera del aula. La calidad del servicio tiene que ser valorada a base de una experiencia integrada dentro de una red de espacios de aprendizaje creada para promocionar el diálogo, la investigación y la reflexión. Esta investigación se sustenta en el modelo de medición de calidad del servicio SERVQUAL.

En el 2012, Chen desea establecer un sistema de dirección de calidad en la educación superior, su estudio se basa en diversas teorías en donde destaca el modelo SERVQUAL pues se pretende reducir las deficiencias de las cinco

brechas y facilitar proveedores de educación para suministrar una mejor calidad del servicio. El resultado deseado es poseer una base más explícita para la industria de educación superior y proveer un servicio correcto para los estudiantes.

El modelo SERVQUAL ha cobrado diversos matices en su aplicación dentro de la educación, tal es el caso de la modificación que se le hizo para poder adaptarlo a un estudio realizado para medir la experiencia de los estudiantes con discapacidad en 2011 por Vaughan.

Un estudio entorno a la educación y Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) es el que llevó a cabo Kim, S.J. en 2011, donde se interesa por la medición de la calidad del servicio del libro de texto digital para el servicio e-learning y cuyo propósito es analizar los diversos factores que afectan la calidad del servicio de los textos digitales. El instrumento SERVQUAL se ha aplicado para comparar las expectativas del usuario sobre la calidad de servicio adecuado y la calidad de servicio deseada con la calidad de servicio percibida.

Las investigaciones encontradas respecto al modelo SERVQUAL en una modalidad educativa a distancia, en entornos virtuales de aprendizaje, enfocado a programas en línea o e-learning, han sido escasas, sin embargo es importante mencionar sus aportaciones debido a la carencia de estudios referente al tema en México.

Una aproximación de estudios incursionando a la medición de la calidad de servicio en ambientes de aprendizaje mediados por computadora, es el que realizó

Zimeras en 2011, donde deseaba crear un sistema de E-learning en epidemiología. Para lograrlo realiza la valoración del sitio web que es usada y se basa en el modelo de SERVQUAL.

Finalmente la investigación que más se apega a la temática de este estudio es la que realizó Udo en 2011. Donde se propone un instrumento de SERVQUAL modificado para medir la calidad de el aprendizaje en línea. El instrumento consta de cinco dimensiones: la seguridad, la empatía, el interés, el contenido de confiabilidad, y sitio web. El investigador coincide en que los programas académicos en línea se expanden de una manera acelerada de conformidad con la demanda, por lo tanto la valoración de la calidad es un asunto estratégico que implica la supervivencia de la modalidad educativa y por ello emplea el modelo SERVQUAL, y genera una propuesta para evaluar la calidad de la experiencia de aprendizaje en línea.

Es evidente que no se han encontrado estudios que aborden específicamente la calidad del servicio en los programas académicos en línea, por ello se mencionaron las aportaciones que ayudan a sustentar el modelo SERVQUAL para la medición de la calidad de servicio en el ámbito educativo; y aquellas investigaciones que durante los últimos años vinculan el modelo SERVQUAL con las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

2.2 Planteamiento del problema de investigación

La falta de exploración y medición de la calidad de servicio respecto a las expectativas y percepciones que tienen los usuarios en los programas académicos en línea con relación a la apariencia visual, fiabilidad, la capacidad de respuesta, seguridad y empatía que brinda la institución fomenta un desconocimiento de lo que el cliente desea obtener del servicio, originando con ello efectos negativos que impactan principalmente en los ámbitos educativos, social y económico.

Delimitación del problema

El grado de satisfacción o insatisfacción respecto a la calidad del servicio tiene efectos en la economía de la organización, debido a que la impresión del servicio recibido trasciende en la mente del consumidor hasta penetrar en su cultura, de esta manera se crea una imagen que determina la reputación de la empresa.

Los beneficios de lograr una reputación de calidad son muchos y tienen efectos favorables a largo plazo ya que interviene como protector ante errores cometidos en el corto plazo pues el cliente suele perdonar ante una reputación de prestigio. Sin embargo, se necesita un largo plazo para cambiar la mala imagen percibida en el cliente, por lo que las empresas y las personas deben comprender el sentido

económico de desarrollar y mantener un buen crédito de calidad, que por supuesto será su más valioso activo.

El reto de las organizaciones es implementar una operación flexible que responda de forma rápida a los deseos y necesidades del consumidor, ya que pueden ahorrar grandes sumas de dinero reteniendo clientes satisfechos brindando un servicio de calidad, que si lo emplean en publicidad para atraer nuevos clientes.

"Las empresas que tienen reputación de contar con clientes satisfechos no sólo se fijan estándares muy altos para los parámetros operativos del negocio que crean valor al cliente, sino también cuentan con métodos para medir en qué medida cumplen con las expectativas del consumidor" (Cantú Delgado, 2011, p.19).

Realizar un estudio que contribuya a determinar la calidad del servicio en los programas académicos en línea permite identificar principalmente en qué grado los usuarios o clientes están conformes respecto a la percepción del servicio recibido en comparación con sus expectativas. Con ello, es posible explorar e identificar aquellas áreas que son débiles para la empresa o institución, y posterior a ello generar un plan estratégico para combatirlas y convertirlas en fortalezas.

Esta investigación se enfocará en la calidad de servicio en un curso en línea que imparte la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior (ANUIES) en colaboración con la Fundación Educación Superior

Empresa (FESE), bajo una perspectiva administrativa y basándose en el Modelo SERVQUAL propuesto por Parasuraman, Zeithaml y Berry en 1988.

Para determinar la calidad de servicio se debe hacer una comparación entre las expectativas generales de los usuarios y sus percepciones respecto al servicio que presta la institución, la medida de calidad de servicio se obtiene mediante la brecha que existe entre ambas y se considera un indicador para mejorar.

La escala multidimensional SERVQUAL se basará en las cinco dimensiones propuesta por los autores que corresponden a:

Fiabilidad, entendida como la habilidad de desarrollar el servicio prometido precisamente como se pactó y con exactitud.

Capacidad de respuesta, considerada como la buena voluntad de ayudar a sus clientes y brindar un servicio rápido.

Seguridad, es el conocimiento de los empleados sobre lo que hacen, su cortesía y su capacidad de transmitir confianza.

Empatía, representa la capacidad de brindar cuidado y atención personalizada a sus clientes.

Apariencia visual (bienes materiales o tangibles), está relacionada con la apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y material de comunicación. Son los aspectos físicos que el cliente percibe en la organización. Cuestiones tales como limpieza, infraestructura, objetos y modernidad son

evaluadas en esta dimensión, sin embargo, debido al tipo de servicio que se está estudiando, la dimensión será adaptada conforme a las características que presenta la plataforma educativa Moodle que soporta el programa en línea que realiza FESE en colaboración con la ANUIES, para el Programa de Apoyo a la Inserción Laboral, FESE emplate 2013.

Las brechas que derivan de las expectativas y percepciones del servicio recibido en las dimensiones expuestas, genera inquietudes específicas que se mencionarán a través de las preguntas de investigación de este estudio.

2.2 Preguntas de investigación

- ¿Cuál es la calidad de servicio en los programas académicos en línea con relación a la percepción y expectativas del usuario?

- ¿Cuál es la preponderancia que otorgan los usuarios a las dimensiones de apariencia, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía?

- ¿Cuáles son las brechas de insatisfacción que existen en los programas académicos en línea respecto a las dimensiones de apariencia, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía?

2.3 Objetivos de la investigación

- Evaluar la calidad de los programas académicos en línea, con relación a la satisfacción percibida por los usuarios y sus expectativas en las siguientes dimensiones: apariencia visual, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.
- Jerarquizar la importancia que otorgan los usuarios de programas académicos en línea a las siguientes dimensiones: apariencia visual, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.
- Describir las brechas de insatisfacción que existen en los programas académicos en línea respecto a las dimensiones de apariencia visual, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

2.4 Construcción de las hipótesis de la investigación

H₁= Las percepciones de los usuarios respecto a los apariencia visual, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía de programas académicos en línea; es igual o menor a las expectativas del usuario y por lo tanto existe una calidad de servicio insatisfactoria- deficiente.

H₂= Las dimensiones de los elementos apariencia visual, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía no representan el mismo grado de importancia para los usuarios que cursan un programa académico en línea.

H₃= Existen brechas de insatisfacción en los programas académicos en línea referentes a dimensiones de:

- Apariencia visual
- Fiabilidad
- Capacidad de respuesta
- Seguridad
- Empatía.

2.5 Justificación de la investigación

La transformación del hombre a través del conocimiento es uno de los principales factores, de interés personal, que motiva a realizar la presente investigación. El estudio constante en busca de teorías y avances científicos, con la finalidad de presentar alternativas de solución a problemáticas que enfrentan los servicios educativos en línea que imparte la ANUIES, representa un reto personal con un beneficio de interés social.

El presente estudio es innovador ya que aborda la calidad del servicio en los programas académicos en línea bajo una perspectiva administrativa, y no bajo un enfoque pedagógico donde pueden encontrarse numerosas investigaciones relacionadas al proceso de enseñanza-aprendizaje de los estudiantes en línea, o la calidad del curso en línea en cuanto a los recursos didácticos y tecnológicos que sustenta esta modalidad educativa.

Por lo tanto, esta investigación se centra en determinar la calidad de diferentes programas académicos en línea que se imparten en una sola institución educativa, cuyos resultados pueden servir:

- Para favorecer la supervivencia de la organización a través de conocer las percepciones y expectativas de los clientes, de manera que puedan conocer lo que el cliente necesita o está buscando del servicio.
- A instituciones que logren identificarse con los resultados arrojados para así comenzar a actuar y mejorar la calidad de servicio que ofrecen.
- Como detonante a otras instituciones que tengan el mismo perfil y que deseen mejorar su servicio y mantenerse a la vanguardia.
- A instituciones interesadas en evaluar la calidad del servicio que brindan para obtener una ventaja competitiva, ya que solo (Ortega Vargas y

Vázquez, 2008, p. 2) "aquellas que logren una mayor armonía y coordinación de los factores y recursos productivos disfrutarán de una mejor posición económica financiera"

- Para replicar el estudio o emplearlo como guía metodológica para la medición de la calidad de servicio en programas académicos en línea.
- Para generar nuevas líneas de investigación.

El alcance de este estudio bajo una perspectiva económica se sustenta en que el objeto de estudio de la administración son las organizaciones, por lo tanto es evidente la relación que existe entre la administración y la empresa, y "la importancia de las empresas es indudable, ya que son el motor propulsor del desarrollo económico de los países" (Münch, 2010, p.188). Al ser las instituciones educativas empresas de servicios según la clasificación por su actividad económica, pueden obtener ventajas diferenciales a través de la calidad de servicio ya que "constituye uno de los rasgos esenciales en la evolución de las economías occidentales". (Lloréns Montes, 1996, p.168)

Esta investigación es de interés social debido a la creciente demanda de programas académicos en línea que existe por parte de la sociedad, los cuales deben ser juzgados constantemente para hacer frente a los desafíos que enfrenta esta modalidad garantizando la calidad del producto y los servicios a los usuarios.

Las aportaciones que han realizado numerosas investigaciones en calidad de servicio aplicados en diversas áreas, y donde destaca el sector salud, contribuyen a realizar esta investigación para sustentar con teorías y metodologías la calidad de servicio en la educación en línea. Sin embargo, el estudio de la calidad de servicio en otras áreas y no en el ámbito educativo origina una carencia documental y metodológica que fomenta el interés por realizar esta investigación.

Por tal motivo, el presente estudio también realiza aportaciones al modelo teórico de las cinco deficiencias de la calidad de servicio (The gaps models of service quality) creado por Parasuraman, Zeithaml y Berry, al ser aplicado a un área que hasta el momento no ha sido estudiada por ellos y que se denomina Educación en línea. De igual forma, la aplicación del instrumento SERVQUAL (de los mismos autores) que permite medir las expectativas y percepciones de los usuarios respecto a los cinco criterios de calidad, se utiliza en esta investigación enfocado al mismo sector educativo.

Por los motivos antes mencionados, se expresa el deseo de cooperación para realizar esta investigación en beneficio de la ciencia y la tecnología, ya que al ser un campo de estudio multidisciplinario, permite retomar este estudio desde diferentes enfoques y satisfacer diversos intereses; tanto políticos, económicos, educativos y sociales.

2.6 Método de la investigación

Esta investigación por su finalidad es *descriptiva* ya que busca especificar las percepciones y expectativas de los usuarios para poder evaluar la calidad de servicio de los programas académicos que imparte la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación (ANUIES) en colaboración con la Fundación Educación Superior Empresa (FESE), con relación a la satisfacción percibida por los usuarios según el modelo de las brechas existentes en las cinco dimensiones que propone el modelo SERVQUAL de Parasuraman, Zeithmal y Berry, con la finalidad de emitir una calificación global respecto a la calidad de servicio que brinda dicha institución en los programas académicos en esta modalidad educativa.

El presente estudio es exploratorio, debido a que en México, aún no se han identificado estudios que antecedan la utilización del modelo SERVQUAL con una orientación para medir la calidad de servicio de los programas académicos en línea, sin embargo se sustenta en gran cantidad de investigaciones nacionales e internacionales, donde se aborda la calidad en instituciones de servicios donde se incluye al sector educativo.

Diseño de investigación

Con la finalidad de responder a las preguntas de investigación planteadas, este estudio es *no experimental*, ya que solo se observan y analizan los fenómenos en su entorno natural. (Hernández Sampieri, Fernández & Baptista Lucio, 2010. p. 120).

Esta investigación es de tipo *transversal*, ya que se recopilan datos en un momento único, motivo por el cual se utiliza un cuestionario diseñado por Parasuraman, Zeithmal y Berry denominado SERVQUAL, mismo que ha sido adaptado para medir la calidad de servicio en programas académicos en línea.

Unidad de análisis

Jóvenes recién egresados que cursan un programa académico en línea.

Población objetivo

Jóvenes egresados de las carreras de nivel licenciatura, que participan en el Programa de Apoyo a la Inserción Laboral, FESE Empléate 2013 y cursan el Diplomado en línea "Competencias para la empleabilidad" con el fin de fortalecer su desarrollo en la empresa. *La población para esta investigación es de 400 participantes.*

Muestra:

La muestra seleccionada para esta investigación es no probabilística, ya que se colocará como parte de las actividades del curso, pero los participantes no están obligados a contestarla y sólo se recupera información de aquellos jóvenes que deseen cooperar con este estudio de investigación, mediante el envío de su cuestionario. *La muestra se conforma de 271 participantes.*

VARIABLES

En el cuadro 2.2. Variables, definición e indicadores, se muestran las cinco variables que se consideran para este estudio de investigación, acompañado de la conceptualización de la variable o definición, sus indicadores y el número de pregunta al que corresponde dentro del cuestionario.

Cuadro 2.2. Variables, definición e indicadores.

VARIABLE	DEFINICIÓN	INDICADORES	Preguntas
Apariencia	Apariencia visual de la interfaz o plataforma educativa donde se desarrolla el curso.	<ul style="list-style-type: none">• Visualmente atractivas.• Apariencia.	• 1
Fiabilidad	Habilidad para realizar el servicio prometido de forma segura y precisa.	<ul style="list-style-type: none">• Cumplir promesas.• Apoyo al usuario.• Realizar bien las cosas a la primera vez.• Concluyen el servicio en el tiempo prometido.• Registros exentos de errores.	• 2 a 6

VARIABLE	DEFINICIÓN	INDICADORES	Preguntas
Capacidad de respuesta	Disposición de la institución para ayudar a los participantes y darles un servicio rápido.	<ul style="list-style-type: none"> • Información a usuarios de cuando concluirá el servicio. • Servicio rápido. • Disposición para ayudar a los usuarios. • Disponibilidad de tiempo en los empleados para responder inquietudes de los usuarios. 	• 7 a 10
Seguridad	Conocimientos y trato amable de todo el equipo de trabajo que interviene en los cursos en línea, y su habilidad para transmitir un sentimiento de confianza.	<ul style="list-style-type: none"> • Transmisión de confianza a sus clientes. • Amabilidad de los empleados. • Conocimientos de los empleados para responder preguntas de los clientes. 	• 11 a 14
Empatía	Atención personalizada que la institución ofrece a los participantes.	<ul style="list-style-type: none"> • Atención individualizada. • Comprensión de las necesidades de los clientes. 	• 15 a 17

Fuente: Arellano Muñoz, Gina Lisette. (2013). Elaboración propia. Basado en el Modelo de Parasuraman, Zeithmal y Berry .

Instrumento

El instrumento que se utiliza para recabar información en esta investigación es un cuestionario.

Para evaluar la calidad del servicio en el Diplomado en línea "Competencias para la empleabilidad" se utilizó la metodología propuesta por SERVQUAL (Service Quality) que es una herramienta para la medición de la calidad del servicio desarrollada por Valerie A. Zeithaml, A. Parasuraman y Leonard Berry. (1993),

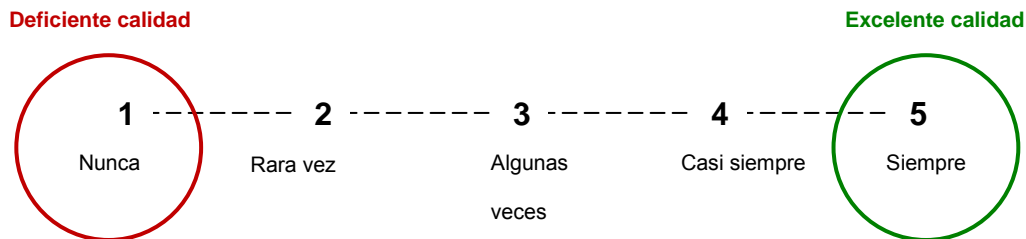
mismo que permite obtener el índice de la calidad del servicio y la satisfacción de los usuarios a través de la diferencia que existe entre las percepciones de los clientes y sus expectativas.

SERVQUAL es una herramienta que ha sido ampliamente difundida y es una técnica estándar muy conocida para medir la percepción y expectativas de la calidad de un servicio por un cliente.

El instrumento original propuesto por Zeithaml, Parasuraman y Berry, evalúa cinco dimensiones y está compuesto por 22 ítems con siete opciones de respuesta según la escala de Lickert, donde el número 1 significa *fuertemente en desacuerdo* y el número 7 *fuertemente de acuerdo*.

Para medir la calidad del servicio en el Diplomado "Competencias para la empleabilidad" fue necesaria la adaptación del instrumento debido a las propias particularidades que presenta un programa académico en línea, por lo que la primer dimensión que evalúa SERVQUAL correspondiente a la apariencia visual, se cambio por apariencia y las 4 restantes (fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía) permanecieron igual. La redacción de los ítems que evalúa cada una de las dimensiones fue modificada y adaptada según las propias necesidades.

La escala de Lickert también se redujo a 5 opciones de respuestas donde el cinco significa *siempre* y el número 1 *nunca*.



El cuestionario a utilizar se compone de dos partes, la primera contiene 17 ítems con doble respuesta ambas conforme a la misma escala de Lickert, la primera opción de respuesta corresponde a la medición de sus percepciones del servicio durante el diplomado; y la segunda opción hace referencia a sus expectativas respecto a la calidad del servicio.

En la segunda parte se presentan 5 ítems para medir la importancia que le asigna cada participante a cada una de las dimensiones que se están midiendo (aparición, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía), con doble respuesta, en una se le asigna puntos de manera cuantitativa según el grado de importancia, cuánto más importante más puntos se le asignan y en la otra se jerarquiza de manera cualitativa, según el grado de importancia, de la más a la menos importante.

Para cada dimensión y cada afirmación incluida en ellas, se calcula la brecha absoluta, la que se obtiene de restar el valor medio respectivo correspondiente a expectativas de la afirmación o dimensión, según sea el caso, del valor medio respectivo correspondiente a percepciones. ($P - E$). Si dicho valor es positivo ($P > E$), significará que la percepción supera a la expectativa y por lo tanto existe satisfacción en ese ítem. Por el contrario, si dicho valor es negativo ($P < E$), significa que no se cumple con la expectativa y por lo tanto existe insatisfacción.

Las respuestas a los ítems se concentraron en una base de datos para clasificar la información por áreas según la respuesta y el indicador al que pertenecen, para poder realizar la interpretación de resultados y mostrarlos con ayuda de gráficos.

Finalmente, con base a los resultados obtenidos se rechazan o se aprueban las hipótesis planteadas en este estudio de investigación y se elabora una propuesta para mejorar la calidad de servicio en los programas académicos en línea.

El cuestionario fue aplicado del lunes 4 de noviembre al jueves 14 de noviembre de 2013 a los participantes del módulo. La encuesta se colocó dentro del Diplomado en una modalidad en línea.

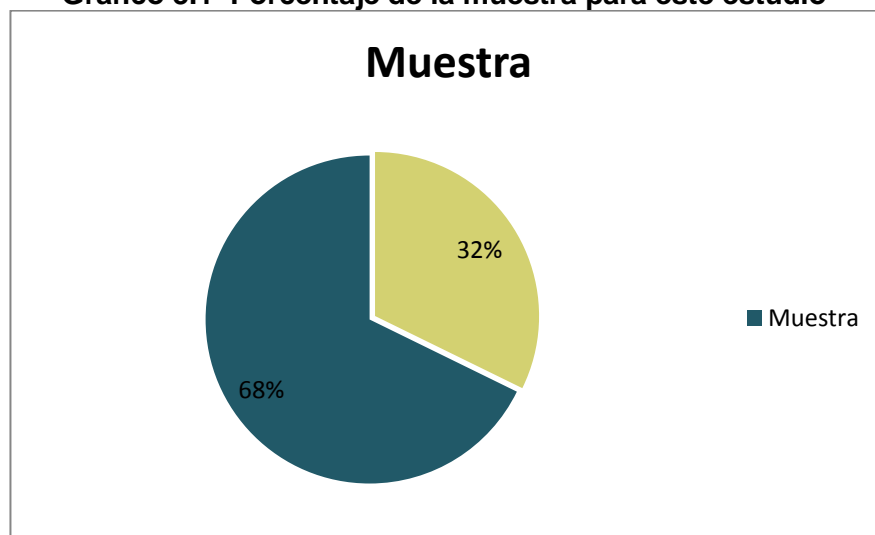
noviembre						
l	m	m	j	v	s	d
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

3. Análisis de aplicación de la encuesta

En el presente capítulo se hace uso de diferentes teorías y técnicas que permiten la recolección, clasificación, presentación, análisis e interpretación de los datos obtenidos a través de una fuente de información primaria que utiliza la encuesta estructurada con la finalidad de obtener evidencia directa sobre la opinión de los participantes del Diplomado "Competencias para la empleabilidad" el cual se desarrolla en una modalidad en línea.

En el gráfico 3.1 porcentaje de la muestra para este estudio, se puede visualizar el total de la población (N) equivalente a 400 participantes, y el porcentaje de la muestra (n) equivalente a un 68% que representan los 271 participantes que respondieron el cuestionario.

Gráfico 3.1 Porcentaje de la muestra para este estudio



Fuente: Arellano Muñoz, Gina Lisette. (2013). Elaboración propia. Basado en los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta.

El 99% de los 271 participantes que a partir de este momento denominaremos muestra poblacional (n), son jóvenes que tienen entre 20 y 25 años de edad, y únicamente el 1% posee una edad diferente a este rango.

También el 81% manifiestan que es la primera vez que toman un curso en línea, y el 19% ya han cursado algún programa en esta modalidad.

Dentro del apartado designado a las preguntas de información general se agregó una pregunta de control, cuestionando a los participantes si hasta el momento el diplomado cumplía con sus expectativas, al respecto el 96% contestó de manera afirmativa y el 4% contestó de manera negativa.

A continuación en el cuadro 3.1 se muestra un concentrado de las preguntas realizadas para obtener información acerca de las características de la muestra poblacional, así como su frecuencia relativa.

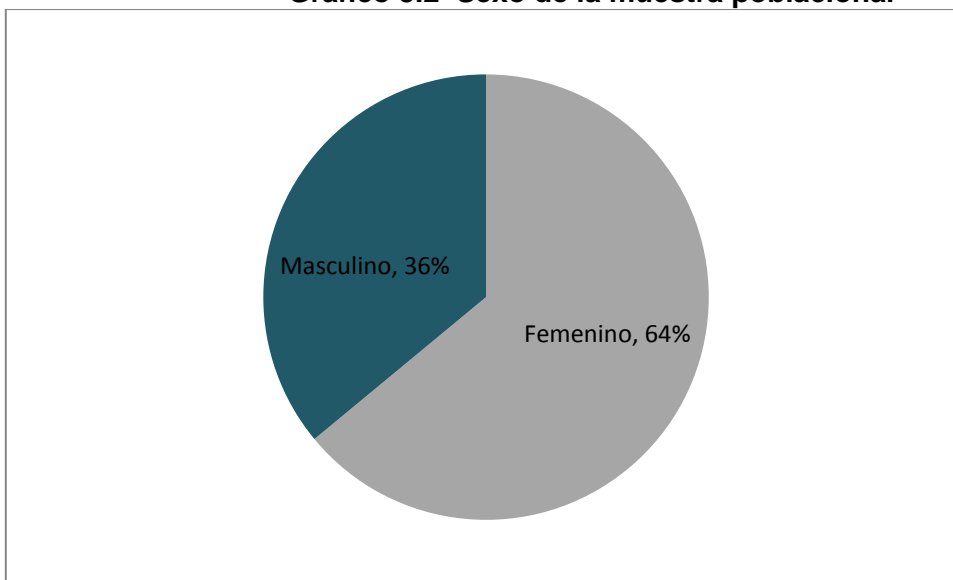
Cuadro 3.1 Características de la muestra poblacional

PREGUNTA	SI	NO
¿Tienes de 20 a 25 años de edad?	98.89%	1.11%
¿Es la primera vez que tomas un curso en línea?	81.18%	18.82%
¿Hasta el momento, el Diplomado cumple tus expectativas?	95.94%	4.06%

Fuente: Arellano Muñoz, Gina Lisette. (2013). Elaboración propia. Basado en el análisis de encuestas aplicadas en este estudio de investigación.

En el gráfico 3.2 Sexo de la muestra poblacional, se observa que de la muestra poblacional el 64% de los participantes que están cursando el diplomado son mujeres, y solo el 36% lo representan jóvenes de sexo masculino.

Gráfico 3.2 Sexo de la muestra poblacional



Fuente: Arellano Muñoz, Gina Lisette. (2013). Elaboración propia. Basado en el análisis de encuestas aplicadas en este estudio de investigación.

Las respuestas obtenidas por parte de los encuestados, y que competen a determinar la calidad del servicio en los cursos en línea, mediante el método SERVQUAL que propone Parasuraman, Zeithaml y Berry, se muestra en el cuadro 3.2 Concentrado de respuestas obtenidas por variable, donde se agrupa la información conforme a las dimensiones evaluadas, las cuales corresponden a apariencia, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Está información la respondió cada participante señalando cuáles eran sus expectativas y percepciones respecto a cada una de las preguntas del cuestionario el cual

consiste en 17 preguntas. Las respuestas de los 271 participantes se agrupan por expectativas y percepciones respecto a cada dimensión y se muestra la sumatoria de todas las respuestas obtenidas en la columna de total.

En el cuadro 3.2 Concentrado de respuestas obtenidas por variable, se muestra en la primera columna el nombre de las variables de este estudio de investigación, en la segunda columna (No.) se indica el número de ítem que corresponde al cuestionario y que mide cada una de las dimensiones antes mencionadas. Posteriormente se encuentran las columnas que corresponden a las respuestas obtenidas de las expectativas de los participantes respecto al Diplomado "Competencias para la empleabilidad", en esta área se concentran las respuestas por participante según la respuesta que eligió conforme a la escala de Lickert y las siguientes opciones de respuesta:

- Siempre (S),
- Casi siempre (CS)
- Algunas veces (AV),
- Rara vez (RV) y
- Nunca (N)

Después se muestra una columna con el total de los participantes encuestados y nuevamente la concentración de las respuestas de lo que opinan los participantes respecto su percepción en el diplomado, considerando la misma escala.

Cuadro 3.2 Concentrado de respuestas obtenidas por variable.

Variable	No.	Expectativas					Total	Percepciones					Total
		S	CS	AV	RV	N		S	CS	AV	RV	N	
Apariencia	1	197	59	15	0	0	271	140	93	32	6	0	271
Fiabilidad	2	226	38	7	0	0	271	190	70	10	1	0	271
	3	218	37	11	5	0	271	191	64	10	6	0	271
	4	236	29	6	0	0	271	220	45	6	0	0	271
	5	238	29	3	1	0	271	213	52	6	0	0	271
	6	196	59	13	1	2	271	178	71	14	6	2	271
Capacidad de respuesta	7	231	33	5	2	0	271	226	34	8	2	1	271
	8	201	50	18	2	0	271	159	84	21	6	1	271
	9	240	26	4	1	0	271	223	40	7	1	0	271
	10	172	53	20	11	15	271	132	80	28	18	13	271
Seguridad	11	220	43	8	0	0	271	193	60	18	0	0	271
	12	218	45	7	1	0	271	194	63	13	1	0	271
	13	252	16	3	0	0	271	232	36	3	0	0	271
	14	235	30	5	1	0	271	215	47	9	0	0	271
Empatía	15	202	59	10	0	0	271	179	77	14	1	0	271
	16	202	55	13	1	0	271	179	76	15	1	0	271
	17	191	71	8	1	0	271	161	83	24	2	1	271

Fuente: Arellano Muñoz, Gina Lisette. (2013). Elaboración propia. Basado en el análisis de encuestas aplicadas en este estudio de investigación. Abreviaturas: S (Siempre), CS (Casi Siempre), AV (Algunas veces), RV (Rara vez), N (Nunca).

A continuación se presenta el cuadro 3.3 Tabla de frecuencia de las expectativas de los participantes, la información organizada en una tabla de frecuencia que

muestra el número de veces y porcentaje que los participantes del Diplomado "Competencias para la empleabilidad" contestaron a cada una de las preguntas (Ítem) que comprenden las cinco dimensiones de este estudio y que corresponden a sus expectativas respecto a la apariencia, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

Cuadro 3.3 Tabla de frecuencia de las expectativas de los participantes.

Variable	Ítem	Siempre		Casi Siempre		A veces		Rara vez		Nunca		Total	
		Frec.	Frec.	Frec.	Frec.	Frec.	Frec.	Frec.	Frec.	Frec.	Frec.	Frec.	Frec.
			Rel.		Rel.		Rel.		Rel.		Rel.		Rel.
Apariencia	1	197	73%	59	22%	15	6%	0	0%	0	0%	271	100%
Fiabilidad	2	226	83%	38	14%	7	3%	0	0%	0	0%	271	100%
	3	218	80%	37	14%	11	4%	5	2%	0	0%	271	100%
	4	236	87%	29	11%	6	2%	0	0%	0	0%	271	100%
	5	238	88%	29	11%	3	1%	1	0%	0	0%	271	100%
	6	196	72%	59	22%	13	5%	1	0%	2	1%	271	100%
Capacidad de respuesta	7	231	85%	33	12%	5	2%	2	1%	0	0%	271	100%
	8	201	74%	50	18%	18	7%	2	1%	0	0%	271	100%
	9	240	89%	26	10%	4	1%	1	0%	0	0%	271	100%
	10	172	63%	53	20%	20	7%	11	4%	15	6%	271	100%
Seguridad	11	220	81%	43	16%	8	3%	0	0%	0	0%	271	100%
	12	218	80%	45	17%	7	3%	1	0%	0	0%	271	100%
	13	252	93%	16	6%	3	1%	0	0%	0	0%	271	100%
	14	235	87%	30	11%	5	2%	1	0%	0	0%	271	100%
Empatía	15	202	75%	59	22%	10	4%	0	0%	0	0%	271	100%
	16	202	75%	55	20%	13	5%	1	0%	0	0%	271	100%
	17	191	70%	71	26%	8	3%	1	0%	0	0%	271	100%

Fuente: Arellano Muñoz, Gina Lisette. (2013). Elaboración propia.
 Basado en el análisis de encuestas aplicadas en este estudio de investigación.
 *Abreviaturas utilizadas: Frec. (Frecuencia) y Frec. Rel. (Frecuencia relativa)

En el cuadro 3.4 resultados expectativas y percepciones SERVQUAL por variable, se presentan los datos obtenidos de la muestra respecto a las expectativas y percepciones, asignándole el puntaje respecto a la relevancia que tiene para cada uno de ellos la variable para determinar la calidad de servicio y así obtener la calificación SERVQUAL por cada una de las variables que se están midiendo.

Para obtener la puntuación SERVQUAL primeramente se asignan los puntos según la escala de Lickert a cada respuesta, donde:

- Siempre (S) equivale a 5
- Casi siempre (CS) es igual a 4
- Algunas veces (AV) es igual a 3
- Rara vez (RV) equivale a 2
- Nunca (N) es igual a 1

Después se suman y se dividen entre n (tamaño de la muestra) que corresponde al número de participantes. Se desarrolla este mismo procedimiento tanto para las expectativas, como para las percepciones de los usuarios. Además, se muestra la calificación por categoría respecto a las expectativas y percepciones de los participantes, esta calificación se obtiene sumando cada una de las puntuaciones SERVQUAL por categoría y se divide entre el número de ítems que integran la variable.

Cuadro 3.4 Resultados de expectativas y percepciones SERVQUAL por variable.

Categoría	No.	Expectativas		Percepciones		Expectativas	Percepciones	Puntuación SERVQUAL
		Total	Puntuación SERVQUAL	Total	Puntuación SERVQUAL	Calificación por categoría	Calificación por categoría	
Apariencia	1	1266	4.7	1180	4.4	4.7	4.4	-0.32
Fiabilidad	2	1303	4.8	1262	4.7	4.8	4.7	-0.10
	3	1281	4.7	1253	4.6			
	4	1314	4.8	1298	4.8			
	5	1317	4.9	1291	4.8			
	6	1259	4.6	1230	4.5			
Capacidad de respuesta	7	1306	4.8	1295	4.8	4.7	4.5	-0.13
	8	1263	4.7	1207	4.5			
	9	1318	4.9	1298	4.8			
	10	1169	4.3	1113	4.1			
Seguridad	11	1296	4.8	1259	4.6	4.8	4.7	-0.10
	12	1293	4.8	1263	4.7			
	13	1333	4.9	1313	4.8			
	14	1312	4.8	1290	4.8			
Empatía	15	1276	4.7	1247	4.6	4.7	4.6	-0.13
	16	1271	4.7	1246	4.6			
	17	1265	4.7	1214	4.5			
CALIFICACIÓN SERVQUAL						4.73	4.57	-0.16

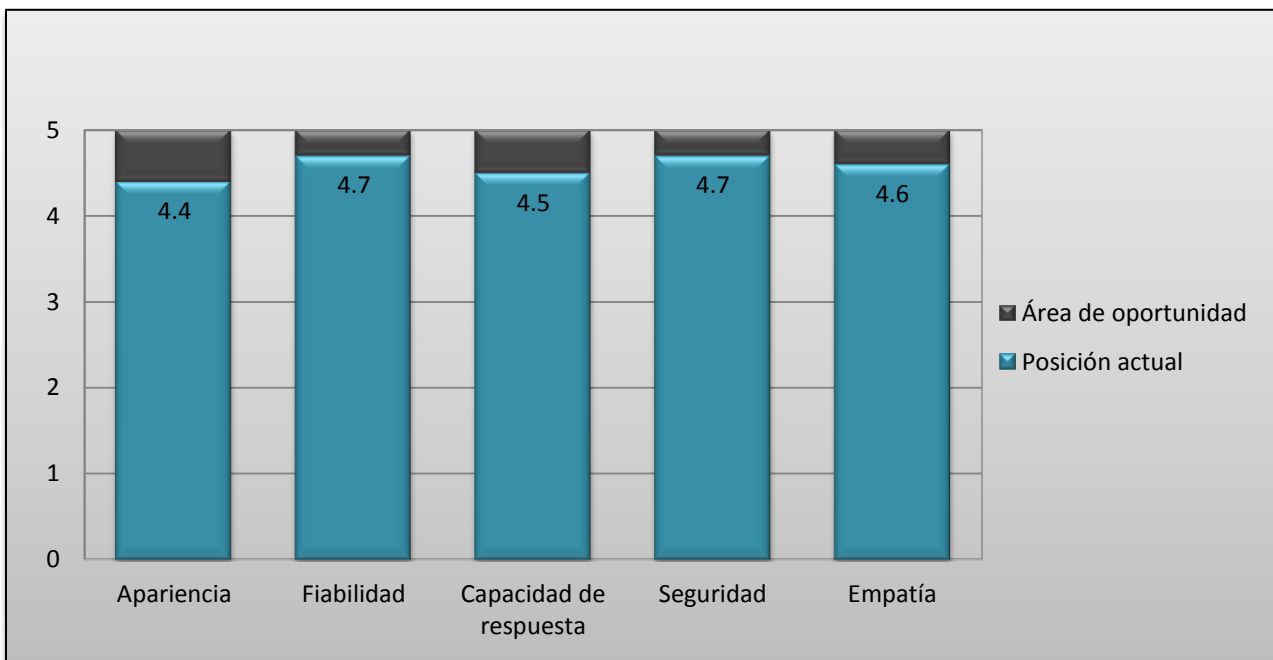
Fuente: Arellano Muñoz, Gina Lisette. (2013). Elaboración propia.
 Basado en el análisis de encuestas aplicadas en este estudio de investigación y en el Modelo de Parasuraman, Zeithmal y Berry para obtener la calificación SERVQUAL.

En el cuadro 3.3, también se muestra la Puntuación SERVQUAL ponderada, la cual indica si se están cumpliendo con las expectativas del diplomado o no, a esto

también se le llama brecha, y finalmente se muestra la calificación SERVQUAL, que es obtenida de restar el total de las percepciones menos expectativas. La calificación SERVQUAL de este diplomado es de -0.16.

Por lo tanto, para medir la calidad del servicio en el primer Módulo del Diplomado "Competencias para la empleabilidad" se consideran cinco dimensiones basadas en una escala del uno al cinco, donde el cinco representa la excelencia en la calidad del servicio y entre más cercano esté al 5 significa mayor calidad, la diferencia que existe representa el área de oportunidad para mejorar. (Ver gráfico 3.3).

Gráfico 3.3 Promedio de percepciones evaluadas en el Modulo I.



Fuente: Arellano Muñoz, Gina Lisette. (2013). Elaboración propia. Basado en el análisis de encuestas aplicadas en este estudio de investigación y en el Modelo de Parasuraman, Zeithmal y Berry para obtener la calificación SERVQUAL.

El promedio general por cada una de las dimensiones evaluadas permite identificar la calidad del servicio que ofrece la institución y sus áreas de oportunidad considerando el grado máximo para la calidad del servicio.

El promedio general de las percepciones de los participantes del diplomado en línea, se puede observar el cuadro 3.5, donde se muestra la calificación obtenida por cada una de las dimensiones evaluadas y el porcentaje que representa esa percepción respecto al excelente servicio que puede brindarse si se cubriera en un 100% con las expectativas de los usuarios más exigentes.

Cuadro 3.5 Promedio general de las percepciones del Módulo I del Diplomado

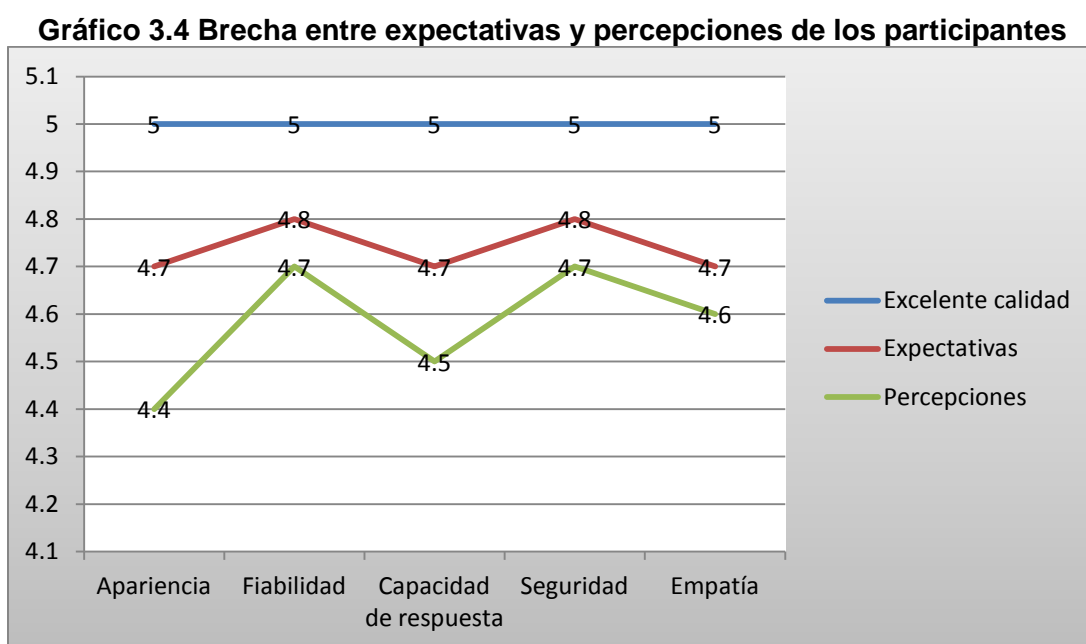
Dimensión	Calificación SERVQUAL (Percepciones)	Porcentaje Calif. SERVQUAL (Percepciones)
Apariencia	4.4	88%
Fiabilidad	4.7	94%
Capacidad de respuesta	4.5	90%
Seguridad	4.7	94%
Empatía	4.6	92%
Promedio	4.58	91.6%

Fuente: Arellano Muñoz, Gina Lisette. (2013). Elaboración propia. Elaboración propia. Basado en el análisis de encuestas aplicadas en este estudio de investigación y en el Modelo de Parasuraman, Zeithmal y Berry para obtener la calificación SERVQUAL.

El promedio general de las percepciones de los usuarios por las cinco dimensiones evaluadas es de 4.58, esto significa que las percepciones que los participantes tienen del diplomado se están cubriendo en un 91.6% considerando

las expectativas más altas para lograr la excelencia en el servicio. (Ver cuadro 3.5).

En el gráfico 3.4 que se muestra a continuación se puede identificar la brecha que existe entre las expectativas que los participantes tienen del diplomado y lo que perciben del servicio que ofrece la institución.



Fuente: Arellano Muñoz, Gina Lisette. (2013). Elaboración propia. Elaboración propia. Basado en el análisis de encuestas aplicadas en este estudio de investigación y en el Modelo de Parasuraman, Zeithmal y Berry para obtener la calificación SERVQUAL.

El gráfico anterior muestra un comparativo de lo que los participantes están percibiendo del servicio y lo que esperaban (expectativas), también se identifica en la parte superior el máximo nivel, considerando la excelencia en la calidad del servicio el cual se logra al obtener cinco puntos.

Un servicio de calidad se logra al dejar a los participantes satisfechos con el servicio brindado, si sus expectativas son igual a sus percepciones, existe calidad en el servicio, pero si las percepciones superan las expectativas, se obtiene una ventaja competitiva y si las percepciones logran un total de cinco puntos se está logrando la excelencia en la calidad del servicio.

Origen de las oportunidades

Es importante mencionar que el origen de las oportunidades solo se determina para cuatro de las cinco dimensiones estudiadas, ya que en la dimensión de *apariciencia* existe un solo factor que se midió y por lo tanto su área de oportunidad consiste en hacer más atractiva la interfaz donde se desarrollan los programas en línea.

Para determinar el área de oportunidad se considera la posición actual de acuerdo a las percepciones respecto al máximo nivel que se puede alcanzar en excelencia, por lo tanto, cuánto más se acerque al número cinco la posición actual en los gráficos siguientes, significa que existe mayor calidad.

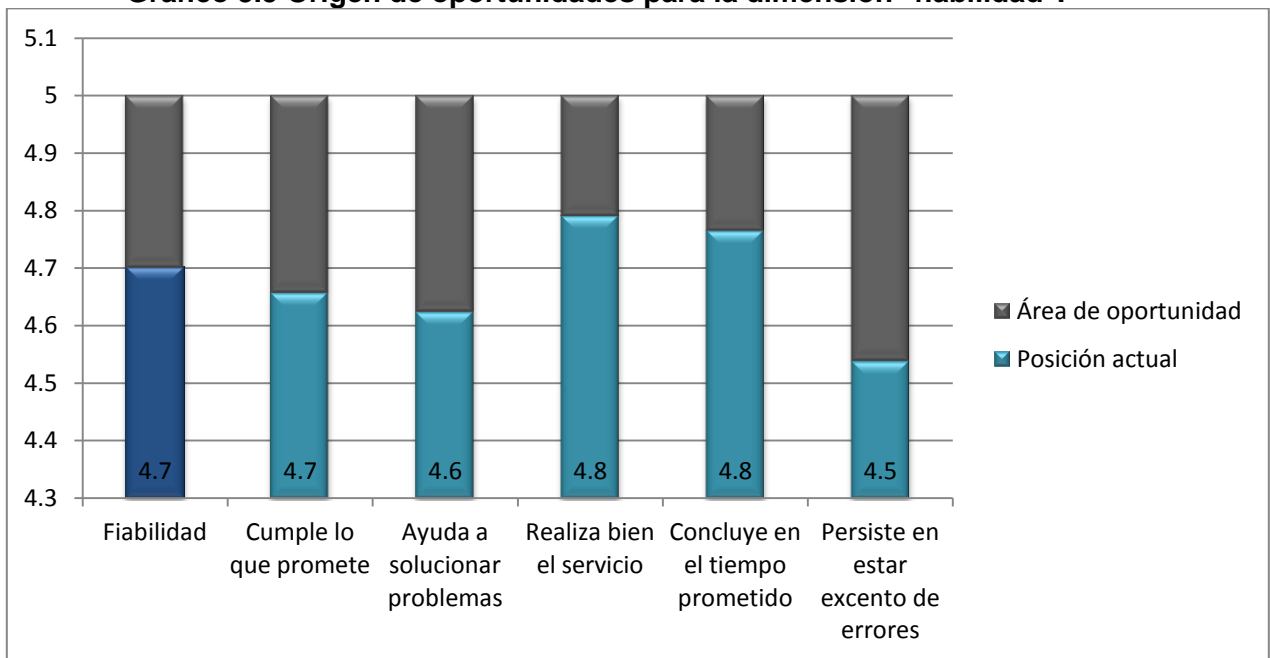
Fiabilidad

La fiabilidad corresponde a la habilidad de la institución para realizar el servicio prometido de forma segura y precisa, y como se muestra en la siguiente gráfica

3.5 Origen de oportunidades para la dimensión fiabilidad, en esta dimensión la percepción de los usuarios respecto al servicio percibido en esta área puede evaluarse en 4.7 puntos de 5. Sin embargo, el origen de esta oportunidad deriva de elementos como:

- ✓ Cuando la institución promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace.
- ✓ Cuando un participante tiene un problema en el curso, el equipo institucional muestra un sincero interés en solucionarlo.
- ✓ La institución realiza bien el servicio la primera vez.
- ✓ La institución, concluye el curso o módulo en el tiempo prometido.
- ✓ Las institución insiste en mantener registros exentos de errores.

Gráfico 3.5 Origen de oportunidades para la dimensión "fiabilidad".



Fuente: Arellano Muñoz, Gina Lisette. (2013). Elaboración propia. Elaboración propia. Basado en el análisis de encuestas aplicadas en este estudio de investigación y en el Modelo de Parasuraman, Zeithmal y Berry para obtener la calificación SERVQUAL.

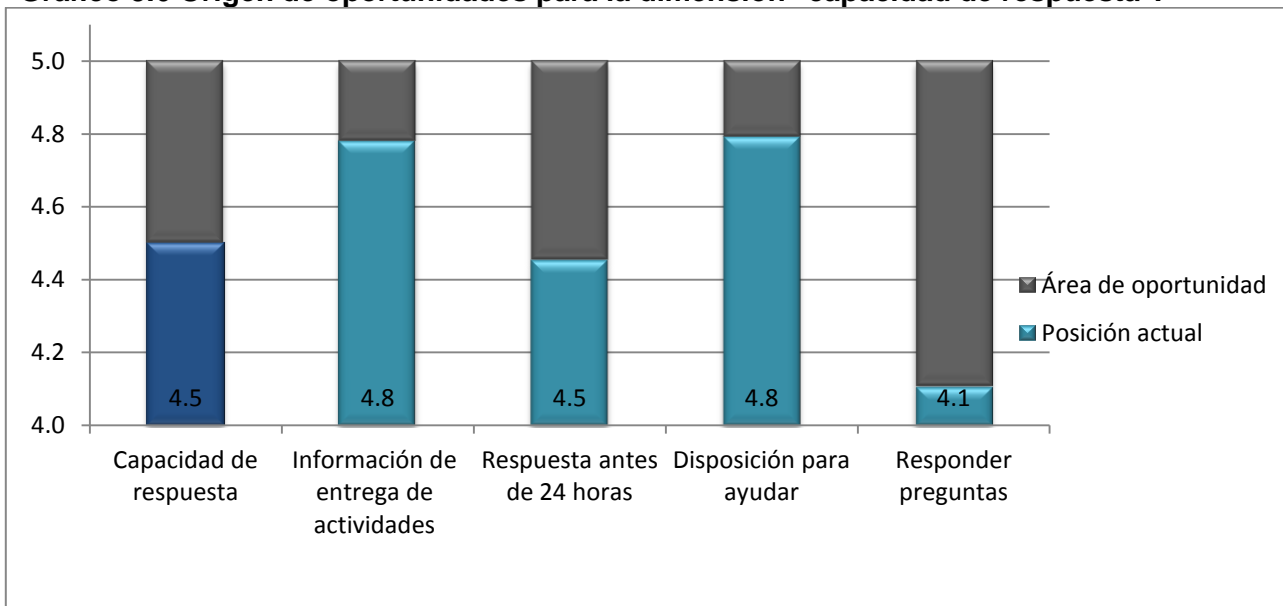
Los datos arrojados según la encuesta aplicada, muestra que la institución tiene su principal área de oportunidad en evitar cometer errores y apoyar a los participantes a solucionar sus dificultades cuando éstas se presenten.

Capacidad de respuesta

La capacidad de respuesta hace referencia a la disposición de la institución para ayudar a los participantes y darles un servicio rápido. Como se muestra en el siguiente gráfico 3.6 Origen de oportunidades para la dimensión "Capacidad de respuesta", la percepción de los participantes acerca de ésta equivale a 4.5 puntos de 5. El área de oportunidad que representa es un 10% y se origina de acciones como:

- ✓ El que la institución le comunique a los participantes cuándo concluirá el curso y se especifiquen fechas para la entrega de actividades.
- ✓ Los participantes reciban respuesta a sus inquietudes en menos de 24 horas.
- ✓ El equipo de trabajo institucional (tutor, soporte técnico, coordinador, etc.) siempre está dispuesto a ayudar a los participantes.
- ✓ El equipo de trabajo institucional nunca está demasiado ocupado para responder a las preguntas de los participantes.

Gráfico 3.6 Origen de oportunidades para la dimensión "capacidad de respuesta".



Fuente: Arellano Muñoz, Gina Lisette. (2013). Elaboración propia. Elaboración propia. Basado en el análisis de encuestas aplicadas en este estudio de investigación y en el Modelo de Parasuraman, Zeithmal y Berry para obtener la calificación SERVQUAL.

En el gráfico 3.6 se puede observar que las principales áreas de oportunidad son que el equipo de trabajo institucional tenga el tiempo suficiente para responder a las preguntas de los participantes y que de preferencia lo haga antes de 24 horas.

Seguridad

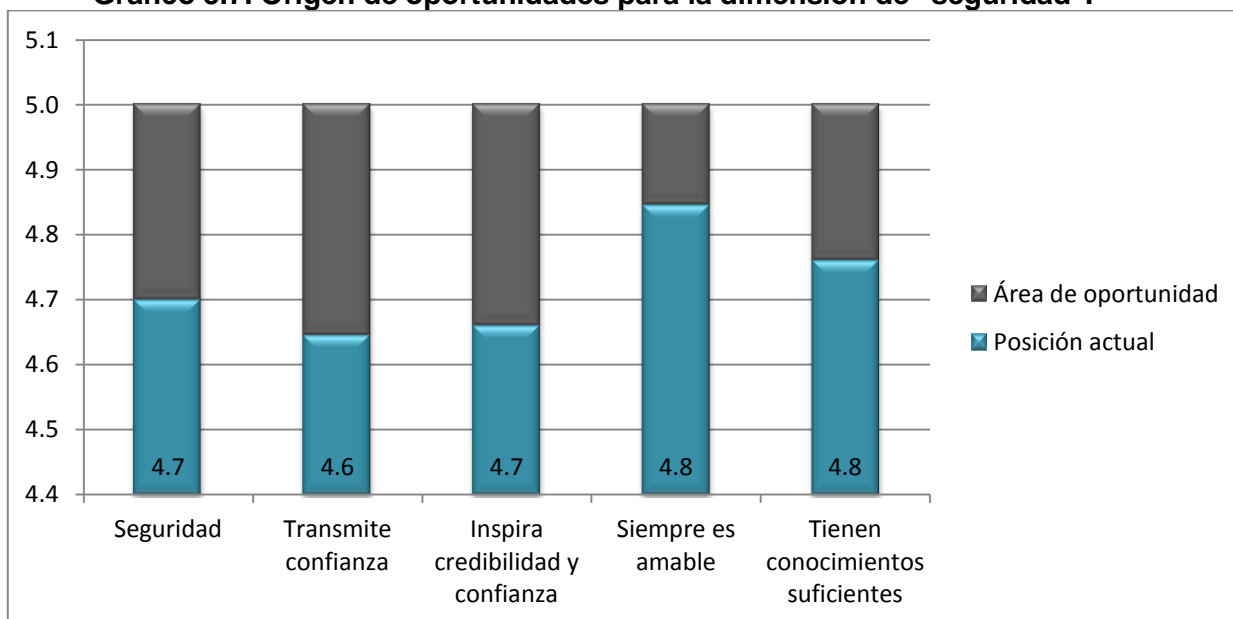
La dimensión de seguridad se refiere a los conocimientos y trato amable de todo el equipo de trabajo que interviene en el diplomado en línea, y su habilidad para transmitir un sentimiento de confianza.

En el gráfico 3.7 Origen de oportunidades para la dimensión "seguridad", se observa que la percepción de los participantes en esta dimensión es de 4.7 de un

total de 5 puntos. Para identificar algunas áreas de mejora que originan este 6% puede considerarse algunas acciones, tales como:

- ✓ El comportamiento del equipo de trabajo institucional, transmite confianza a sus participantes.
- ✓ El equipo de trabajo institucional a través de sus habilidades, conocimientos y atención inspiran credibilidad y confianza a los participantes.
- ✓ El equipo de trabajo institucional siempre es amable con los participantes.
- ✓ El equipo de trabajo institucional tiene conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los participantes.

Gráfico 3.7. Origen de oportunidades para la dimensión de "seguridad".



Fuente: Arellano Muñoz, Gina Lisette. (2013). Elaboración propia. Elaboración propia. Basado en el análisis de encuestas aplicadas en este estudio de investigación y en el Modelo de Parasuraman, Zeithmal y Berry para obtener la calificación SERVQUAL.

En el gráfico anterior se puede observar que la principal área de oportunidad es que el equipo de trabajo institucional a través de sus habilidades, conocimientos y atención logre inspirar credibilidad y confianza a los participantes.

Empatía

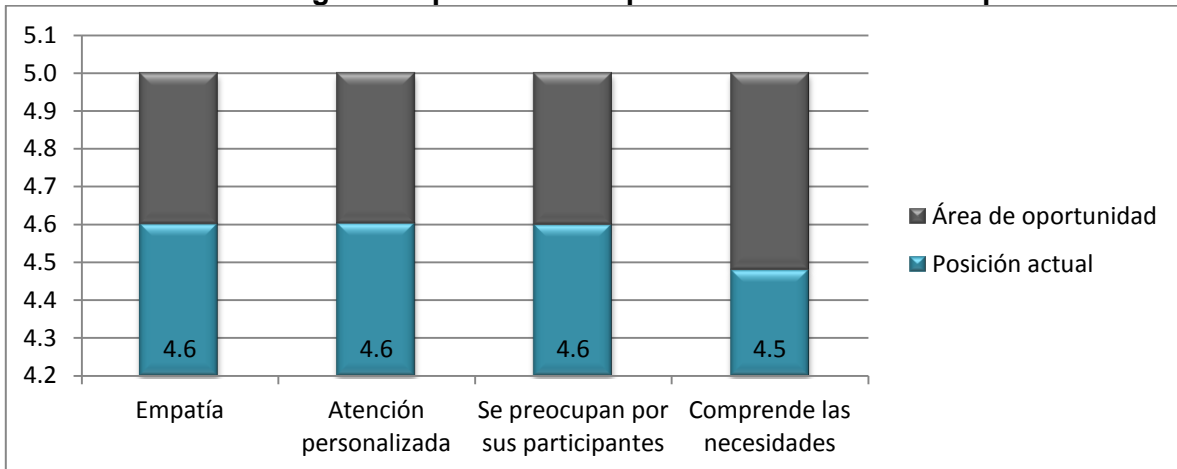
La empatía se comprende como el cuidado y atención individualizada que la institución le da a los participantes.

De acuerdo con el gráfico 3.8 Origen de oportunidades para la dimensión "empatía", en esta dimensión la institución obtuvo 4.6 puntos de cinco, y para conocer el área de mejora que equivale a un 8% deben considerarse acciones como:

- ✓ Contar con un equipo de trabajo que ofrezca una atención personalizada a todos sus participantes.
- ✓ Preocuparse por los mejores intereses de sus participantes.
- ✓ Comprender las necesidades específicas de sus participantes.

Según los datos obtenidos se puede observar que la principal área de oportunidad se encuentra en comprender las necesidades específicas de sus participantes.

Gráfico3.8. Origen de oportunidades para la dimensión de "empatía".

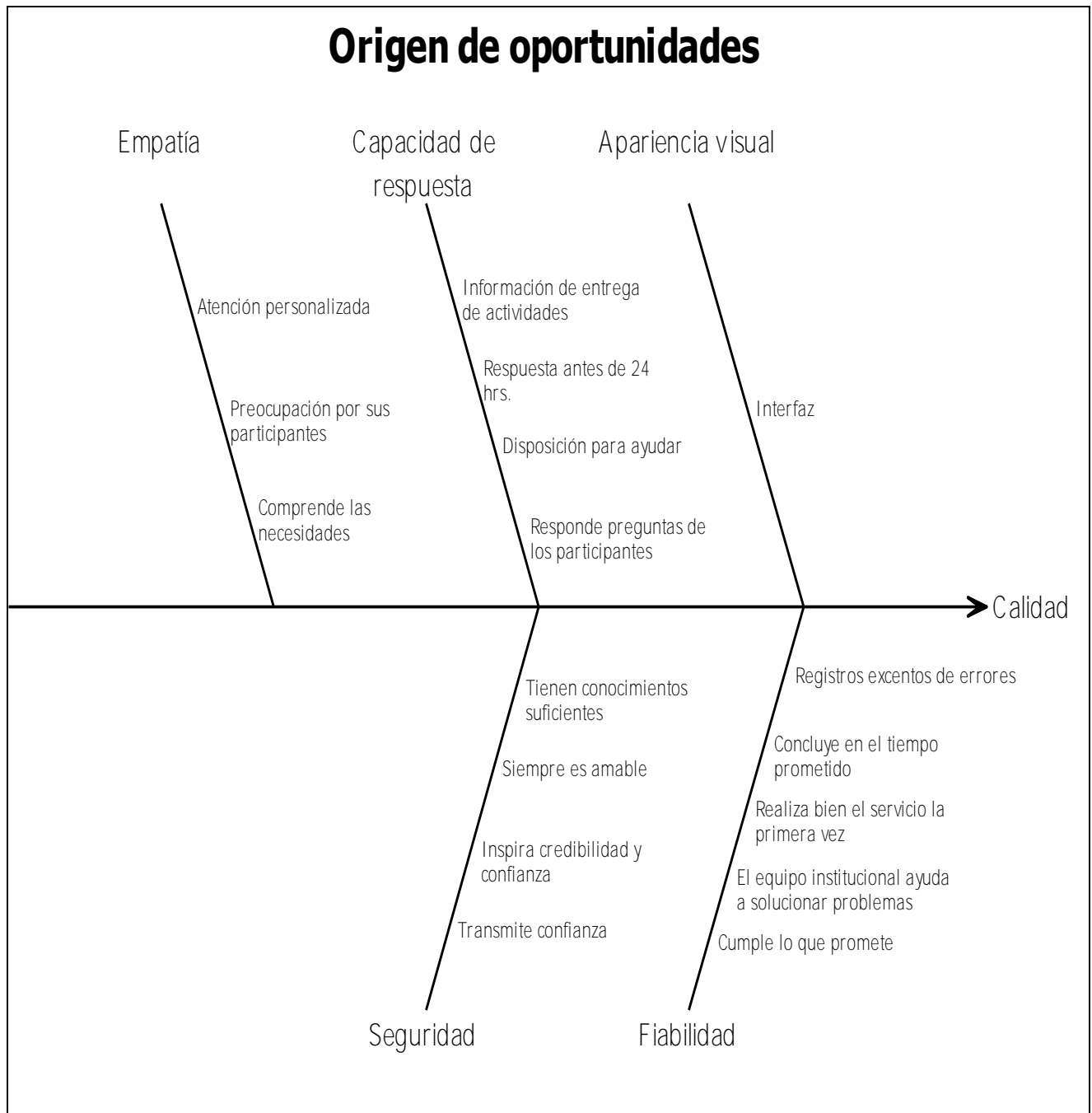


Fuente: Arellano Muñoz, Gina Lisette. (2013). Elaboración propia. Basado en el análisis de encuestas aplicadas en este estudio de investigación y en el Modelo de Parasuraman, Zeithmal y Berry para obtener la calificación SERVQUAL.

El origen de oportunidades que plantea el Modelo de Parasuraman, Zeithmal y Berry se representa a continuación mediante un diagrama de Ishikawa, gráfico 3.9 Diagrama de Ishikawa del origen de oportunidades, el cual muestra las cinco dimensiones que se están investigando así como sus correspondientes indicadores las cuales representan la relación que existe entre las dimensiones estudiadas y el problema principal que hace referencia a la calidad de los programas en línea.

En el gráfico 3.9 Diagrama de Ishikawa del origen de oportunidades, es posible identificar de manera visual las causas posibles, a través de las dimensiones que se investigan, y la relación que existe en este caso con la calidad en el servicio del diplomado en línea, causas que ya fueron descritas con anticipación en el origen de oportunidades.

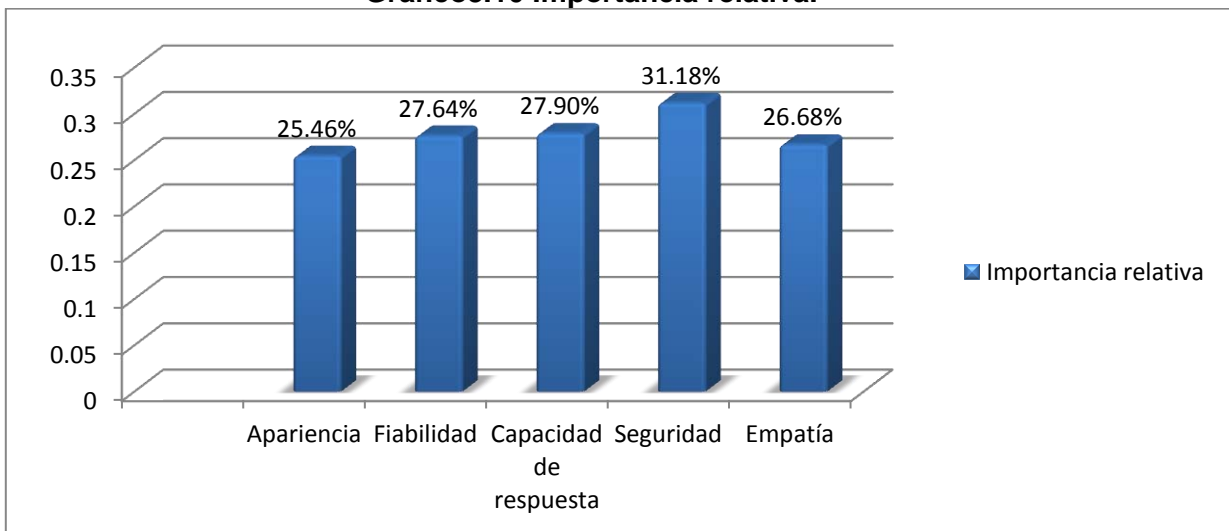
Origen de oportunidades



Importancia relativa

La importancia relativa es el peso o importancia asignado por los participantes a cada una de las dimensiones evaluadas. En el gráfico 3.10 Importancia relativa, se muestran los resultados arrojados en la encuesta que se aplicó en el cual se observa que con un 31.18% de importancia relativa, para los participantes es sumamente importante el conocimiento y trato amable de todo el equipo de trabajo que interviene en los cursos en línea, así como su habilidad para transmitir un sentimiento de credibilidad y confianza.

Gráfico3.10 Importancia relativa.



Fuente: Arellano Muñoz, Gina Lisette. (2013). Elaboración propia. Basado en el análisis de encuestas aplicadas en este estudio de investigación y en el Modelo de Parasuraman, Zeithmal y Berry para obtener la importancia relativa de la opinión de los estudiantes.

Con un 27% de importancia relativa, la capacidad de respuesta y la habilidad de la institución para realizar el servicio prometido de forma segura y precisa también es

muy importante ya que ocupan el segundo y tercer lugar en jerarquización con tan solo décimas de diferencia.

En cuarto lugar de importancia para los participantes lo ocupa la empatía, el cuidado y atención individualizada que la institución le da a los participantes con 26%.

Y finalmente la dimensión que para ellos resulta menos importante es la apariencia visual e interfaz donde se desarrolla el diplomado con un 25%.

MÁS IMPORTANTE



MENOS IMPORTANTE

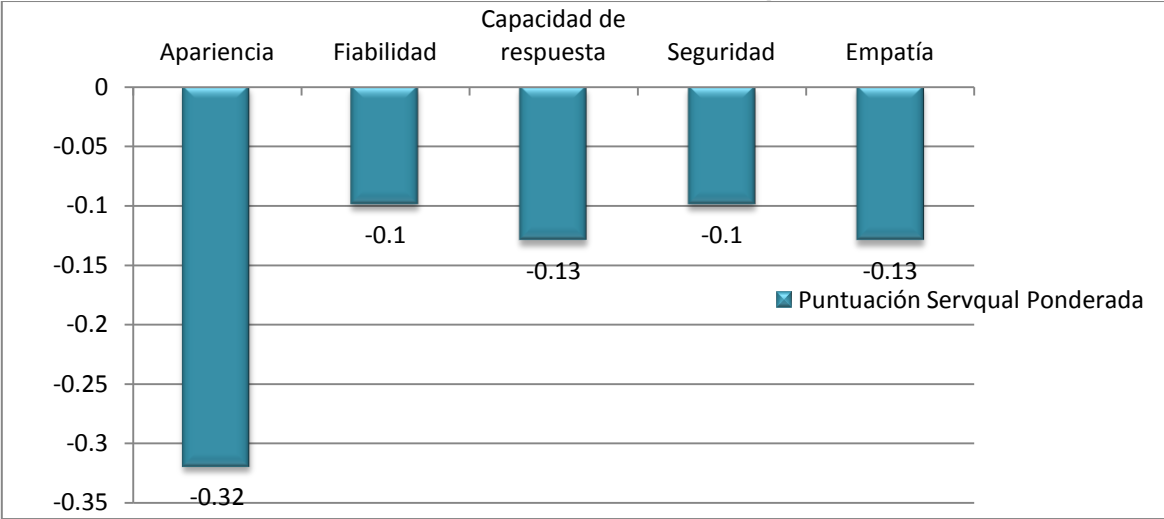
- 1° Seguridad
- 2° Capacidad de respuesta
- 3° Fiabilidad
- 4° Empatía
- 5° Apariencia

Puntuación SERVQUAL Ponderada

La puntuación SERVQUAL ponderada toma en consideración la importancia relativa que le atribuye cada participante, referente a lo que para cada uno de ellos es más importante.

En el gráfico 3.11 se muestra la brecha que existe entre las expectativas de los participantes y sus percepciones considerando la importancia que cada uno de ellos le atribuye.

Gráfico 3.11 Puntuación SERVQUAL ponderada.



Fuente: Arellano Muñoz, Gina Lisette. (2013). Elaboración propia. Basado en el análisis de encuestas aplicadas en este estudio de investigación y en el Modelo de Parasuraman, Zeithmal y Berry para obtener el origen de las oportunidades en cada una de las variables.

El gráfico anterior se muestra en números negativos porque representa la brecha existente, por lo tanto, entre más cercano se esté al cero significa mayor calidad en el servicio. Si existieran números positivos significaría que la institución sobrepasa las expectativas de los participantes.

Como se observa en el gráfico la brecha que presenta una mayor apertura y área de mejora es la de apariencia; en segundo lugar, la dimensión de empatía y capacidad de respuesta y finalmente la de fiabilidad con un puntaje similar al de seguridad.

Cabe destacar que el procedimiento utilizado para el análisis de los datos obtenidos a través de los cuestionarios aplicados, es el propuesto en el modelo de Parasuraman, Zeithmal y Berry, sin embargo, a continuación se presenta el análisis de los datos haciendo uso de una herramienta no paramétrica llamada X^2 - Prueba ji-cuadrada que ayuda a identificar qué tanto se ajusta un conjunto de datos esperados a un conjunto de datos observados.

Prueba ji-cuadrada comparando percepciones y expectativas registradas por los participantes.

En este estudio se utiliza la prueba de ji-cuadrada para comprobar si existe diferencia entre las expectativas (esperados) y percepciones (reales) de los participantes en las dimensiones de apariencia, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía de los programas académicos en línea.

Para esta prueba de hipótesis es importante señalar que se están retomando los datos obtenidos en la calificación obtenida por categoría para expectativas y percepciones mismo que puede consultarse en el Cuadro 3.4 Resultados de expectativas y percepciones SERVQUAL por variable, mismo que fue obtenido tras registrar la opinión de los participantes del Diplomado.

En el cuadro 3.6 Ji-cuadrada comparando percepciones y expectativas registradas, se puede observar el procedimiento utilizado para obtener la ji-

cuadrada calculada que es igual a 0.034 y la cual nos sirve para poder aprobar o rechazar la hipótesis nula planteada, si es que este valor se encuentra fuera del rango determinado por la ji-cuadrada crítica.

Cuadro 3.6 Ji-cuadrada *comparando percepciones y expectativas registradas.*

Dimensión	Expectativas	Percepciones	(fo-fe)	(fo-fe) ²	(fo-fe) ² / fe
Apariencia	4.7	4.4	-0.3	0.09	0.0191489
Fiabilidad	4.8	4.7	-0.1	0.01	0.0020833
Capacidad de respuesta	4.7	4.5	-0.2	0.04	0.0085106
Seguridad	4.8	4.7	-0.1	0.01	0.0020833
Empatía	4.7	4.6	-0.1	0.01	0.0021276
X ₂ calculada: 0.0339539					

Fuente: Arellano Muñoz, Gina Lisette. (2014). Elaboración propia.
Basado en el análisis de encuestas aplicadas en este estudio de investigación.

Planteamiento de las hipótesis:

H₀: fe=fo

H₀: No existe diferencia entre las expectativas (esperados) y percepciones (reales) de los participantes en las dimensiones de apariencia, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía de los programas académicos en línea.

H_a: fe≠fo.

H_a : Si existe diferencia entre las expectativas (esperados) y percepciones (reales) de los participantes en las dimensiones de apariencia, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía de los programas académicos en línea.

El nivel de significancia que se emplea para esta prueba de hipótesis es de $\alpha=0.05$ con 4 grados de libertad $gl=4$. El valor para χ_2 crítica es de 9.488 y χ_2 calculada es de 0.034, por lo tanto la H_0 se acepta y la H_a se rechaza y significa que no existe diferencia significativa entre lo que los participantes del diplomado esperan (expectativas) y lo que percibieron en el primer módulo del diplomado en ninguna de las dimensiones estudiadas.

Prueba ji-cuadrada comparando percepciones y expectativas con el máximo nivel de excelencia.

A diferencia de la prueba anterior donde se compara con las expectativas expuestas por los participantes, en esta prueba se compara con las más altas expectativas que la institución puede brindar, es decir, la excelencia. Las percepciones son las mismas que señalan los participantes y que pueden consultarse en el Cuadro 3.4 Resultados de expectativas y percepciones SERVQUAL por variable.

En el cuadro 3.7 Ji-cuadrada comparando percepciones y expectativas de excelencia, se puede observar el procedimiento utilizado para obtener la ji-

cuadrada calculada que es igual a 0.19 y la cual nos sirve para poder aprobar o rechazar la hipótesis nula planteada, si es que este valor se encuentra fuera del rango determinado por la ji-cuadrada crítica.

Cuadro 3.7 Ji-cuadrada comparando percepciones y expectativas de excelencia.

Dimensión	Expectativas	Percepciones	(fo-fe)	(fo-fe) ²	(fo-fe) ² / fe
Apariencia	4.7	4.4	-0.6	0.36	0.072
Fiabilidad	4.8	4.7	-0.3	0.09	0.018
Capacidad de respuesta	4.7	4.5	-0.5	0.25	0.05
Seguridad	4.8	4.7	-0.3	0.09	0.018
Empatía	4.7	4.6	-0.4	0.16	0.032
					X ₂ calculada: 0.19

Fuente: Arellano Muñoz, Gina Lisette. (2014). Elaboración propia.
Basado en el análisis de encuestas aplicadas en este estudio de investigación.

Planteamiento de las hipótesis:

H₀: fe=fo

H₀: No existe diferencia entre las máximas expectativas y las percepciones de los participantes en las dimensiones de apariencia, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía de los programas académicos en línea.

H_a: fe≠fo.

H_a: Si existe diferencia entre las máximas expectativas y las percepciones de los participantes en las dimensiones de apariencia, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía de los programas académicos en línea.

El nivel de significancia que se emplea para esta prueba de hipótesis es de $\alpha=0.05$ con 4 grados de libertad $gl=4$. El valor para x_2 crítica es de 9.488 y x_2 calculada es de 0.19, por lo tanto la H_0 se acepta y la H_a se rechaza y significa que no existe diferencia significativa entre lo que los participantes del diplomado perciben y el máximo grado de calidad en el servicio que la institución puede brindar.



4. Comprobación de las hipótesis

H₁= Las percepciones de los usuarios respecto a la apariencia, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía de programas académicos en línea; es igual o menor a las expectativas del usuario y por lo tanto existe una calidad de servicio insatisfactoria- deficiente.

De acuerdo con el modelo propuesto por Parasuraman, Zeithaml y Berry, se crean brechas cuando las expectativas y las percepciones de los usuarios de algún servicio no son iguales. Por lo tanto si las percepciones son mayores a las expectativas significa que la calidad del servicio satisface a los clientes. Por el contrario, si las percepciones son menores a las expectativas se está dejando al cliente insatisfecho.

En el cuadro 3.4 Resultados de expectativas y percepciones SERVQUAL por variable, se puede observar la calificación SERVQUAL que se obtiene de restar las percepciones menos las expectativas dando como resultado -0.16, lo cual significa que este Diplomado presenta mínimas deficiencias que impide satisfacer las expectativas de los participantes en un 3.2%, por lo tanto **la hipótesis 1 se acepta** y comprueba que la calidad de servicio en este diplomado en línea es insatisfactoria- deficiente, al no superar ni igualar las expectativas de los participantes.

Además se realizó una prueba de hipótesis con ji-cuadrada en donde se confirma que a pesar de la diferencia en los datos tras aplicar el método propuesto por Parasuraman, Zeithaml y Berry, motivo por el cual se acepta esta hipótesis, la variación entre ellos es mínima como se indica en el cuadro 3.6 Ji-cuadrada comparando percepciones y expectativas registradas, por lo que no existe diferencia significativa entre lo que los participantes del diplomado esperan (expectativas) y lo que percibieron en el primer módulo del diplomado en ninguna de las dimensiones estudiadas.

H₂= Las dimensiones de los elementos de apariencia visual, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía no representan el mismo grado de importancia para los usuarios que cursan un programa académico en línea.

En el modelo propuesto por Parasuraman, Zeithaml y Berry se consideran cinco variables para determinar la calidad del servicio, estas cinco variables se adecuaron a las características particulares de la impartición de un programa académico en línea, y son las que determinan la calidad del servicio.

Según los datos que arrojó la muestra y que pueden visualizarse en el gráfico 3.9 Concentrado de respuestas por jerarquización y variable, los diferentes elementos que se consideran para medir la calidad de servicio en un curso en línea no tienen

el mismo grado de importancia, en este caso en primer lugar se encuentra los aspectos de seguridad, en segundo lugar la capacidad de respuesta, en tercer lugar la fiabilidad del curso, en cuarto la empatía y con menos importancia la apariencia visual, por lo tanto **la hipótesis 2 se acepta** y confirma que cada una de las variables representa diferente grado de importancia a los participantes para determinar la calidad del servicio de un programa académico en línea.

H₃= Existen brechas de insatisfacción en los programas académicos en línea referentes a dimensiones de:

- ***Apariencia visual***
- ***Capacidad de respuesta***
- ***Seguridad***
- ***Empatía.***

En el cuadro 3.7 Ji-cuadrada comparando percepciones y expectativas de excelencia, se observa que al realizar una prueba de hipótesis con la herramienta ji-cuadrada para comparar los datos esperados (expectativas) con los registrados (percepciones) considerando el máximo nivel de excelencia en la calidad de servicio que puede brindar la institución a sus participantes, se obtiene que no

existe diferencia significativa entre lo que los participantes del diplomado perciben y el máximo grado de calidad en el servicio que la institución puede brindar.

De acuerdo con el Modelo propuesto por Parasuraman, Zeithaml y Berry, se crean brechas cuando las expectativas y las percepciones de los usuarios de algún servicio no son iguales. Por lo tanto si las percepciones son mayores a las expectativas significa que la calidad del servicio satisface a los clientes. Por el contrario, si las percepciones son menores a las expectativas se está dejando al cliente insatisfecho.

Para medir las percepciones y expectativas de los participantes del "Diplomado competencias para la empleabilidad" se consideraron cinco dimensiones (o variables) de las cuales pueden emanar brechas, al existir una discrepancia entre perspectivas y percepciones en cada una de ellas.

De acuerdo con el cuadro 3.4 Resultados de expectativas y percepciones SERVQUAL por variable, existen brechas o discrepancias entre lo que los participantes esperan de un curso, y lo que la institución les ofrece y ellos perciben del servicio, al restar la columna de "Percepciones calificación por categoría" menos las "Expectativas calificación por categoría" se obtiene la Puntuación SERVQUAL por categoría, misma que representa la brecha existente.

- En la primer variable correspondiente a apariencia, la brecha equivale a -0.32, lo que significa que la institución tiene área de oportunidad respecto a su apariencia visual, pues lo que los participantes perciben es menor a sus expectativas.
- En la segunda variable la brecha equivale a -0.1, lo que significa que la institución tiene una fortaleza respecto a la fiabilidad que transmiten, pues lo que los participantes perciben es mayor a sus expectativas.
- En la tercer variable la brecha equivale a -0.13, lo que significa que la institución tiene área de oportunidad respecto a su capacidad de respuesta, pues lo que los participantes perciben es menor a sus expectativas.
- En la cuarta variable la brecha equivale a -0.1, lo que significa que la institución tiene área de oportunidad respecto a la seguridad que transmite, pues lo que los participantes perciben es menor a sus expectativas.
- En la quinta variable la brecha equivale a -0.13, lo que significa que la institución tiene área de oportunidad respecto a la empatía que transmite a sus participantes, debido a que las percepciones de los usuarios son menor a sus expectativas.

Las brechas que existen pueden visualizarse en el gráfico 3.9 Diagrama de Ishikawa del origen de oportunidades, en donde la calidad del servicio en un curso en línea deriva de las cinco dimensiones estudiadas y sus propias ramificaciones.

Para que no existiera una brecha el resultado en la puntuación SERVQUAL debe ser igual a cero (0), sin embargo la apariencia visual no cumple con las expectativas de los participantes en un 6.4%, en la categoría de fiabilidad, la institución tampoco superan las expectativas de lo que los usuarios esperan en un 2%.

La capacidad de respuesta que ofrece la institución es deficiente en un 2.6%, la seguridad que transmite en un 2% y la empatía respecto a comprender las necesidades de los participantes, con relación a lo que los participantes esperan es deficiente en un 2.6%.

Por lo tanto **la hipótesis 3 se acepta** y confirma que existen brechas en las cinco categorías que determinan la calidad de servicio de un programa académico en línea.



5. Conclusiones y recomendaciones

En el primer capítulo de este trabajo de investigación se presenta un marco teórico y conceptual que abarca la conceptualización de la calidad en los servicios, del cual deriva el Modelo de Parasuraman, Zeithaml y Berry, quienes proponen un instrumento para medir la calidad de servicio denominado SERVQUAL. La calidad del servicio que se mide en este estudio es en un programa educativo en línea por lo cual se hace referencia a lo que es la educación a distancia y la educación en línea.

En el segundo capítulo de este estudio de investigación se presenta la metodología de la investigación que integra el planteamiento del problema, las preguntas de investigación, los objetivos, las hipótesis, la justificación y el método de investigación bajo el cual se logra el objetivo.

En el tercer capítulo se presentan los resultados obtenidos de una muestra poblacional que corresponde al 68% de la población total del "Diplomado competencias para la empleabilidad".

En el cuarto capítulo corresponde a la comprobación de hipótesis, donde la hipótesis 1 se acepta y comprueba que la calidad de servicio en este diplomado en línea es insatisfactoria- deficiente, al no superar ni igualar las expectativas de los

participantes, destacando que la variabilidad de los datos no es significativa de acuerdo con una prueba de hipótesis realizada con ji-cuadrada.

La hipótesis 2 se acepta y confirma que cada una de las variables representa diferente grado de importancia a los participantes para determinar la calidad del servicio de un programa académico en línea.

Y la hipótesis 3 se acepta y confirma que existen brechas en las cinco categorías que determinan la calidad de servicio de un programa académico en línea.

Finalmente los resultados de este estudio permiten afirmar que es posible medir la calidad del servicio de los cursos en línea, y que por las características que van inmersas en su modalidad es evidente que la apariencia visual no representan un papel significativo para determinar la calidad del servicio.

Las organizaciones que imparten programas académicos en línea y que desean posicionarse en su mercado a través de una buena imagen y la satisfacción de sus usuarios, pueden beneficiarse de este estudio pues deberán prestar atención a la seguridad que transmiten a los usuarios pues para ellos es muy importante el conocimiento, la atención y las habilidades que muestra el personal para inspirar la credibilidad y confianza.

El desarrollar uno de los elementos que se engloban en las diferentes dimensiones que se analizan en este estudio como puede ser la seguridad, empatía, capacidad de respuesta, fiabilidad o la apariencia, permite tener a la organización un potente diferenciador que permite que el cliente o participante quede satisfecho en caso de que se logre la excelencia en la calidad del servicio.

Para futuros estudios esta investigación puede servir como base para medir la correlación de la calidad de servicio respecto a otras variables.

Se recomienda realizar estudios comparativos de este diplomado con programas académicos en línea impartidos por otras instituciones de México.

Además, la presente investigación puede servir para realizar otros estudios como una referencia para identificar si es consistente la importancia que otorgan los jóvenes de entre 20 y 25 años de edad a cada una de las variables bajo las cuales puede medirse la calidad de servicio en un programa académico en línea o si difiere respecto a la ponderación que otorgan en otros países, instituciones o programas académicos en línea.

Finalmente, ante el objetivo personal expuesto que enfatiza el interés por que la presente investigación sirva como medio de difusión para divulgar algunas herramientas administrativas para que sean aplicadas en su campo de

investigación, y pueda ofrecer significativos beneficios en las organizaciones, es importante señalar que la recomendación tal y como se realiza en esta investigación es hacer uso de diferentes herramientas que permitan contrastar la información e incrementar los datos que permitan identificar aquellas áreas de interés y críticas para poder realizar acciones que permitan su mejora continua.



Referencias bibliográficas

Boulding, W., Kalra, A., & Staelin, R. R. (1993). A Dynamic Process Model of Service Quality: From Expectations to Behavioural Intentions. *Journal of Marketing Research*, Vol. 30. February.pp.7-27.

Buttle, F. (1996). SERVQUAL: review, critique, research agenda. *European Journal of Marketing*.Vol. 30, Num.1, 8-32.

Caballero, R. (1996). *Educación y Pedagogía*. México: UPN-Colección Archivos.p.33.

Cantú Delgado, H. (2011). *Desarrollo de una cultura de calidad*. México: McGraw Hill Educación. p. 4 y 19.

Enciclopedia General de la Educación. (1997). España: Océano. p. 18

García Arieto, L. (1994). *Educación a distancia hoy*. España: UNED. p.127.

García Llamas, J. (1986). *Un modelo de análisis para la evaluación del rendimiento académico en la enseñanza a distancia*. Madrid: OEI. p.210.

Gates, B. (1999). *Los negocios en la era digital*. Plaza Janés. p. 38.

Grönroos, C. (1984). A Service Quality Model and Its Marketing Implication. *European Journal of Marketing*.Vol. 18, No.4., pp.36-43 y 12-40.

Guajardo Garza, E. (2003). *Administración de la Calidad Total: Conceptos y Enseñanzas de los Grandes Maestros de la Calidad*. México: Pax. p. 65 y 69.

Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (2004). *Análisis multivariante*. Madrid: Prentice Hall. 5.ª Edición. pp. 31-55.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la Investigación. Quinta edición*. México: McGraw-Hill. p.120.

Herrera Sandoval, J. (2002). *Delimitación conceptual de la educación abierta, a distancia y virtual. II Congreso Internacional de Educación Abierta y a Distancia (Memoria)*. Colección Innovación educativa y nuevas tecnologías.

Lloréns Montes, F. J. (1996). *Medición de la calidad de servicio: Una aproximación a diferentes alternativas*. España: Universidad de Granada. p. 168.

Moore, M. y. (1996). *Distance Education: A Systems View*. California: Wadsworth Publishing Company. p.79.

Münch, L. (2010). *Fundamentos de administración. Casos y prácticas. Tercera Edición*. México: Trillas. p. 188.

Ortega Vargas, M. C. (2009). *Manual de evaluación de la calidad del servicio en enfermería. Estrategias para su aplicación*. México: Médica Panamericana. p.2.

Parasuraman, A., & Zeithaml, V. y. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal Of Marketing*. Vol. 49, Otoño, pp.41-50 y 39-56.

Parasuraman, A., & Zeithaml, V. y. (1988). Communication and control processes in the delivery of service quality. *Journal of marketing*. Vol. 52. Abril, pp.35-48.

Santamaría, M. y.-E. (2004). Formación permanente y enseñanza en línea. Módulo I del Curso de Experto en Administración de la Educación en línea. UNED-MECD.

Tiana, A. (2004). Evolución de los Sistemas de Educación a Distancia: Una panorámica general. Material en-línea, Curso Iberoamericano de Educación a Distancia. IUED.UNED.

Vargas, E. y. (2010). Metodología para la evaluación de la calidad de servicio en un centro. *7mo Congreso Internacional de Educación Superior*. Universidad de Carabobo, Facultad de Ingeniería, Departamento de Matemática. p.ii y iii.

Yamaguchi, K. (1989). *El aseguramiento de la calidad en Japón*. La Habana. p.33.

Zeithaml, V., & Parasuraman, A. y. (1993). *Calidad Total en la gestión de servicios*. Madrid: Díaz de Santos. pp. 1-12.

Páginas web

Bhat, M. A. (2012). Tourism service quality: A dimension-specific assessment of SERVQUAL*. *Global Business Review*, 13(2), 327-337. Recuperado el 22 de julio de 2013. doi: <http://dx.doi.org/10.1177/097215091201300210>

Castillo Morales, E. (2005). Escala Multidimensional SERVQUAL. Facultad de Ciencias empresariales. Universidad del Bío-Bío, Chile. Recuperado el 12 de julio de 2013 de: https://docs.google.com/document/d/1aLp1eZ2g2RlpHQ_3C0f81fax9YseQdYV0GeYqPtqSys/edit?pli=1

Chen, S. (2012). The establishment of a quality management system for the higher education industry. *Quality and Quantity*, 46(4), 1279-1296. Recuperado el 12 de julio de 2013. doi:<http://dx.doi.org/10.1007/s11135-011-9441-1>

Climent Serrano, S. (2003). *Ciencia y Técnica Administrativa C&TA*. Recuperado el 22 de Julio de 2013 de http://www.cyta.com.ar/biblioteca/bddoc/bdlibros/tqm/1_conceptos/1_conceptos.htm

Daud, S., & Sapuan, N. M. (2011). Expectation-perception gap in private higher education institutions in malaysia. *International Journal of Management in Education*, 6(1-2), 22-37. Recuperado el 12 de julio de 2013. doi: <http://dx.doi.org/10.1504/IJMIE.2012.043999>

García Sánchez, J. (2005). *ODISEO Revista electrónica de pedagogía. Año 2, Núm. 4*. Los componentes de un sistema de educación virtual: el sistema académico-pedagógico. Recuperado el 28 de octubre de 2013 de http://www.odiseo.com.mx/2005/01/05garcia-castillo_componentes.htm

González López, F. (2009). *Educación en línea para la Maestría en Administración*. TESIUNAM. Recuperado el 12 de Julio de 2012: <http://132.248.9.195/ptd2009/junio/0643917/Index.html>

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (2013). Ocupación y empleo. Recuperado el 27 de julio de 2013, de <http://www3.inegi.org.mx/Sistemas/temasV2/Default.aspx?s=est&c=25433&t=1>

ISO.(2014). *About ISO*. Recuperado el 10 de junio de 2014: <http://www.iso.org/iso/home/about.htm>

Kim, S. J., Park, K. C., Seo, H. S., & Lee, B. G. (2011). Measuring the service quality of digital textbook for u-learning service. *International Journal of Technology Enhanced Learning*, 3(4), 430-440. Recuperado el 12 de julio de 2012. doi:<http://dx.doi.org/10.1504/IJTEL.2011.041285>

Medianeira, N., & Casarotto, N. y. (pp. 17-31 de 2010). *Revista Eletrônica Sistemas & Gestão, Programa de Pós-graduação em Sistemas de Gestão*. Medición de la calidad percibida en organización de servicio: utilizando o Índice de Potencial de Aumento de la Satisfacción del Consumidor (PASC) y Modelo dos 5 GAPS. Recuperado el 21 de Julio de 2013 de www.uff.br/sg/index.php/sg/article/download/V5N1A2/V5N1A2

Moodle. (2014). Documentation. Recuperado el 6 de septiembre de 2014 de <https://docs.moodle.org/all/es/Caracter%C3%ADsticas>

Narang, R. (2012). How do management students perceive the quality of education in public institutions? *Quality Assurance in Education*, 20(4), 357-371. Recuperado el 12 de julio de 2012. doi:<http://dx.doi.org/10.1108/09684881211263993>

Pérez Rodríguez, Z. (2011). *Evolución de la calidad y su gestión hacia la era del conocimiento*. Recuperado el 22 de Julio de 2013 de <http://www.ilustrados.com/tema/8302/Evolucion-calidad-gestion-hacia-conocimiento.html>

SANDIA, Beatriz; MONTILVA, Jonás y BARRIOS, Judith.(2005).Cómo evaluar cursos en línea. *Educere*, 9(31) 524. Recuperado el 22 de julio de 2013 de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=35603113>

Tempier, R., Hepp, S. L., Duncan, C. R., Rohr, B., Hachey, K., & Mosier, K. (2010). Patient-centered care in affective, non-affective, and schizoaffective groups: Patients' opinions and attitudes. *Community Mental Health Journal*, 46(5), 452-460. Recuperado el 22 de julio de 2013. doi:<http://dx.doi.org/10.1007/s10597-010-9316-2>

Udo, G. J., Bagchi, K. K., & Kirs, P. J. (2011). Using SERVQUAL to assess the quality of e-learning experience. *Computers in Human Behavior*, 27(3), 1272-1283. Recuperado el 22 de julio de 2013. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2011.01.009>

UNAM. (2001). *UNAM*. de Sistema de Educación Abierta (SUA). Recuperado el 10 de agosto de 2001. <http://serpiente.dgsca.unam.mx/u-abierta/univ-abierta.htm>

Vaughan, E., & Woodruffe-Burton, H. (2011). The disabled student experience: Does the SERVQUAL scale measure up? *Quality Assurance in Education*, 19(1), 28-49. Recuperado el 22 de julio de 2013. doi:<http://dx.doi.org/10.1108/09684881111107744>.

Velázquez Castro, Judith Alejandra. (2009). Diseño de un programa de capacitación para el administrador de la PYMES turísticas restauranteras del

Distrito Federal. Caso: Restaurante La quinta. p.vi. Recuperado el 9 de septiembre de 2014 de
itzamna.bnct.ipn.mx/dspace/bitstream/123456789/8087/1/DISPROG.pdf

Yeo, R. K., & Marquardt, M. J. (2011). Through a different lens: Bridging the expectation-perception (quality) divide in higher education. *Asia Pacific Journal of Education*, 31(4), 379-405. Recuperado el 22 de julio de 2013 de <http://search.proquest.com/docview/964174381?accountid=14598>

Zimeras, S. (2011). E-learning system in epidemiology: A bayesian network approach. *International Journal of Intelligent Collaborative Enterprise*, 2(1), 87-101. Recuperado el 22 de julio de 2013. doi:<http://dx.doi.org/10.1504/IJCENT.2011.040667>

III Cumbre Social Andina. Tecnologías de la Información y la comunicación (TICS). Recuperado el 12 de junio de 2014 de <http://www.parlamentoandino.org/csa/documentos-de-trabajo/informes-ejecutivos/27-tecnologias-de-la-informacion-y-la-comunicacion-tics.html>

Anexos

Siglas y Abreviaturas

ACP: Análisis de Componentes Principales.

ANUIES: Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior.

ARPANET: Advanced Research Projects Agency Network

ASQC: American Society for Quality Control.

CSNET: Computer Science NETwork

EL: Educación en Línea

FESE: Fundación Educación Superior-Empresa

INEGI: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática.

ISO: (International Organization for Standardization) Organización Internacional para la Estandarización.

MOODLE: Acrónimo de Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment (Entorno de Aprendizaje Dinámico Orientado a Objetos y Modular).

NFSnet: Acrónimo inglés de National Science Foundation Network.

PEA: Población Económicamente Activa

SERVQUAL: Acrónimo inglés de Service Quality.

TIC: Tecnologías de la Información y la Comunicación.

UNAM: Universidad Nacional Autónoma de México.

Glosario de términos

Administración: La palabra "administración" se forma con el prefijo *ad*, hacia, y con *ministratio*; esta última palabra proviene a su vez de *minister*, vocablo compuesto de minus, comparativo de inferioridad, y del sufijo *ter*, que funge como término de comparación.

Calidad: Conjunto de características de un producto o servicio que le permiten satisfacer cabalmente los requerimientos exigidos por el cliente o usuario. (Velázquez, 2009, p.vi)

Cuestionario: Conjunto de preguntas y escalas para generar suficientes datos puros para satisfacer los requisitos de información básicos para los objetivos de la investigación" (Hair, Anderson, Tatham, & Black, 2004, pp. 31-55).

Gap: Discrepancia o deficiencia por su traducción del inglés.

Internet: Conjunto descentralizado de redes de comunicación interconectadas que utilizan la familia de protocolos TCP/IP, garantizando que las redes físicas heterogéneas que la componen funcionen como una red lógica única, de alcance mundial.

ISO 9000: La familia ISO 9000 aborda diversos aspectos de la gestión de la calidad y contiene algunos de los estándares más conocidos de ISO. Las normas proporcionan orientación y herramientas para las empresas y organizaciones que

quieren asegurarse de que sus productos y servicios cumplen consistentemente los requerimientos del cliente, y que la calidad se mejora constantemente. (ISO,2014).

Moodle: es un sistema para el Manejo del Aprendizaje en línea gratuito, que les permite a los educadores la creación de sus propios sitios web privados, llenos de cursos dinámicos que extienden el aprendizaje, en cualquier momento, en cualquier sitio. (Moodle, 2014)

Organización: Función administrativa de distribución y asignación del trabajo, la autoridad y los recursos de una organización para alcanzar los objetivos organizacionales.

Entidad social compuesta por personas, estructurada y orientada deliberadamente hacia un objetivo común.

Programa académico: Instrumento curricular donde se organizan las actividades de enseñanza-aprendizaje, que permite orientar al docente en su práctica con respecto a los objetivos a lograr, las conductas que deben manifestar los alumnos, las actividades y contenidos a desarrollar, así como las estrategias y recursos a emplear con este fin.

SERVQUAL: Los autores del modelo de las deficiencias o discrepancias llaman SERVQUAL a la metodología para medir la calidad del servicio, y al instrumento resumido de escala múltiple, con un alto nivel de fiabilidad y validez, que las

empresas pueden utilizar para comprender mejor las expectativas y percepciones que tienen los clientes respecto a un servicio. (Zeithaml, Valerie; Parasuraman, A. y Berry, L. 1993, pp. xi , 15 y 205).

TIC: y que hacen referencia a la utilización de medios informáticos para almacenar, procesar y difundir todo tipo de información o procesos de formación educativa. Estas se encargan del estudio, desarrollo, implementación, almacenamiento y distribución de la información mediante la utilización de hardware y software como medio de sistema informático. (III Cumbre Social Andina. 2014)

Cuestionario aplicado en línea

CUESTIONARIO APLICADO EN LÍNEA

(Pág.1)



*** 1. Por favor, responde SI o NO a las siguientes preguntas.**

	Si	No
¿Tienes de 20 a 25 años de edad?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Es la primera vez que tomas un curso en línea?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Hasta el momento, el Diplomado cumple tus expectativas?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

*** 2. Indica cuál es tu sexo.**

Femenino Masculino

*** 3. Selecciona tu estado:**

*** 4. Elige el grupo al que perteneces dentro de este Diplomado (1 al 20):**

Sig.

CUESTIONARIO APLICADO EN LÍNEA

(Pág.2)



*5. A continuación, nos gustaría conocer tu opinión respecto a tus expectativas acerca de un programa en línea (Diplomado y/o curso) para considerarlo de excelente calidad y tu percepción hasta el momento en este diplomado que estás cursando.

Por favor, responde ambas columnas para cada uno de los elementos que se mencionan a continuación tomando en cuenta lo siguiente:

• **EXPECTATIVAS.** En qué grado los elementos que se describen deben estar presentes en un programa en línea para que sea de excelente calidad. (Si es la primera vez que cursas esta modalidad, considera en qué grado te gustaría que estuvieran presentes, si ya has participado en otros programas toma como referencia uno que te parezca excelente para responder en qué grado los elementos estuvieron presentes).

• **PERCEPCIONES.** En qué grado los elementos que se describen han estado presentes en este diplomado “Competencias para la empleabilidad”.

	EXPECTATIVAS	PERCEPCIONES
1. La interfaz o apariencia donde se desarrollan los programas en línea son visualmente atractivas.	▼	▼
2. Cuando la institución que imparte cursos en línea promete hacer algo en cierto tiempo, lo hace. (Ej. Mandar diplomas, iniciar el curso, etc.)	Siempre Casi siempre Algunas veces Rara vez Nunca	▼
3. Cuando un participante tiene un problema en el curso, el equipo institucional muestra un sincero interés en solucionarlo. (Ej. No poder acceder a algún contenido, página, etc.)	▼	▼
4. La institución realiza bien el servicio la primera vez. (Ej. mandar claves de usuario, contraseñas, etc.)	▼	▼
5. La institución, concluye el curso o módulo en el tiempo prometido.	▼	▼
6. La institución insiste en mantener registros exentos de errores. (Ej. Calificaciones, disponibilidad de recursos, temas, foros, chats, etc.)	▼	▼
7. La institución le comunica a los participantes cuándo concluirá el curso y se especifican fechas para la entrega de actividades.	▼	▼
8. Los participantes reciben respuesta a sus inquietudes en menos de 24 horas.	▼	▼
9. El equipo de trabajo institucional (tutor, soporte técnico, coordinador, etc.) está dispuesto a ayudar a los participantes.	▼	▼
10. El equipo de trabajo institucional nunca está demasiado ocupado para responder a las preguntas de los participantes.	▼	▼
11. El comportamiento del equipo de trabajo institucional, transmite confianza a sus participantes.	▼	▼
12. El equipo de trabajo institucional a través de sus habilidades, conocimientos y atención inspiran credibilidad y confianza a los participantes.	▼	▼
13. El equipo de trabajo institucional siempre es amable con los participantes.	▼	▼
14. El equipo de trabajo institucional (tutor, soporte técnico, coordinador, etc.) tiene conocimientos suficientes para responder a las preguntas de los participantes.	▼	▼
15. Una institución que oferta cursos en línea, tiene un equipo de trabajo que ofrece una atención personalizada a todos sus participantes.	▼	▼
16. Las instituciones que ofertan cursos en línea, se preocupan por los mejores intereses de sus participantes.	▼	▼
17. El equipo de trabajo institucional comprende las necesidades específicas de sus participantes.	▼	▼

CUESTIONARIO APLICADO EN LÍNEA

(Pág.3)



*6. Finalmente, nos gustaría conocer qué nivel de importancia le das a cada uno de los elementos cuando evalúas la calidad del servicio de una institución que te ofrece programas en línea.

Por favor, en la primera columna (SUMA) distribuye un total de 100 puntos entre las cinco características DE ACUERDO CON LA IMPORTANCIA QUE TIENE PARA TI, cuanto más importante sea, más puntos deberás asignarle. Asegúrate de que los puntos sumen 100.

En la segunda columna (IMPORTANCIA) jerarquiza el grado de importancia para cada uno de los elementos, considerando que no deberás repetir respuestas.

	SUMA	IMPORTANCIA
1. APARIENCIA VISUAL, e interfaz donde se desarrollan los cursos.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
2. Habilidad de la institución para realizar el SERVICIO PROMETIDO DE FORMA SEGURA Y PRECISA.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
3. Disposición de la institución para AYUDAR participantes y darles un SERVICIO RÁPIDO.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
4. CONOCIMIENTOS Y TRATO AMABLE de todo el equipo de trabajo que interviene en los cursos en línea, y su habilidad para transmitir un sentimiento de credibilidad y confianza.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
5. Cuidado y ATENCIÓN INDIVIDUALIZADA que la institución le da a los participantes.	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Tu encuesta se enviará automáticamente cuando des clic en el botón Listo.

Agradecemos de antemano tu atención.

¡MUCHAS GRACIAS!