

Percepción de los estudiantes sobre la calidad del proceso de enseñanza en la Universidad Estatal de Milagro

Students' perception of the quality of the teaching process at the Universidad Estatal de Milagro

Sonia Zapatier Castro, Mayra D'Armas Regnault

Palabras clave: calidad de servicios, educación, enseñanza, estudiantes, universidad, organizaciones

Key words: quality of services, education, teaching, students, university, organizations

RESUMEN

La calidad es un factor que apoya el enlace entre los requerimientos de los usuarios con los productos o servicios que ofrecen las organizaciones. A través de este vínculo, se podrían identificar los atributos que determinan las exigencias de los clientes de cualquier tipo de organización, entre las que se incluyen las universidades. Así, el objetivo de esta investigación es determinar la percepción de los estudiantes sobre la calidad de la enseñanza en la Universidad Estatal de Milagro, Ecuador, y caracterizar el perfil del mismo para facilitar el diseño de planes estratégicos para la mejora institucional. Mediante la aplicación del instrumento, y con base en los datos obtenidos se logró caracterizar la población estudiantil, 86% entre 18 y 23 años, 62% del género femenino, y 72% de clase media. Así mismo, usando la técnica estadística multivariante de Análisis de factores, se identificaron cuatro determinantes de la calidad de los servicios de enseñanza: Competencias Docentes, Estructura Organizacional, Componente Físico y Desarrollo Integral.

ABSTRACT

Quality is a factor that supports the link between users' requirements with the products or services offered by organizations. Through this link, the attributes that determine the demands of customers of any type of organization could be identified, including universities. Thus, the objective of this research is to determine the students' perception of the quality of teaching at the State University of Milagro and characterize its profile to facilitate the design of strategic plans for institutional improvement. By applying the instrument, and based on the data obtained it was possible to characterize the student population, 86% between 18 and 23 years old, 62% female gender, and 72% middle class. Likewise, using the multivariate statistical technique of Factor Analysis, they were identified the determinants of the quality of the teaching services: Teaching Competencies, Organizational Structure, Physical Component and Integral Development.

INTRODUCCIÓN

En un ambiente tan cambiante, las organizaciones buscan ser la primera opción de sus clientes, los cuales desean que los productos o servicios que adquieran, satisfagan sus necesidades y expectativas, para poder así conceptualizar la calidad (Mejías, Teixeira, Rodríguez & Arzola, 2010). En la actualidad, los usuarios poseen deseos y necesidades versátiles, y las instituciones tienen como misión principal la satisfacción del usuario, pues éstos son los responsables de adquirir los productos o servicios que brinda la organización permitiendo amplificar su prestigio y número de compradores (Rubio Guerrero, Rodríguez Barrero & Uribe Macías, 2012).

La calidad es un factor que apoya el enlace entre los requerimientos cambiantes de los consumidores con los productos o servicios que ofrecen las organizaciones, debido a que por medio de ella se podrían identificar los atributos que debe poseer para cumplir con las exigencias de quien lo necesita; si este es un bien tangible, el mismo puede ser evaluado a través de las características las cuales deben cumplir con determinado parámetro o estándar.

Pero, en algunos casos, las organizaciones, ofrecen un producto intangible, el cual podría definirse como un servicio, siendo este, el conjunto de prestaciones que el cliente espera recibir además del producto o servicio básico como consecuencia del precio, imagen y reputación del mismo, siendo estos un factor que agrega valor al cliente (Duque & Gómez, 2014); se puede

decir que el servicio al cliente es también un producto en sí, que puede determinar la fidelización del cliente dependiendo de su satisfacción; en este caso la medida de la calidad se refiere a calidad de servicio, la cual se centran en establecer cómo el servicio brindado logra alcanzar las expectativas de los clientes (Hernández, 2011).

Entre las empresas cuyas funciones están solamente para prestar servicios a personas se encuentran las instituciones educativas, para el caso específico de las Instituciones de Educación Superior (IES), estas deben ser capaces de adaptarse a las exigencias planteadas por la sociedad, mediante la gestión del talento humano que requiere la comunidad para su desarrollo (Martínez, Tobón, & Romero, 2017). Los fines de la educación son cambiantes porque están estrechamente ligados al tipo de hombres y de sociedad que se pretende formar (Vásquez, 2015). Las reformas educativas para avanzar hacia la equidad en educación deben estar enmarcados dentro de una creciente conciencia respecto de los problemas de calidad y equidad de los sistemas educativos (Fajardo, 2018).

En la sociedad actual, los servicios de educación superior deben verse y entenderse como un eslabón de una cadena social extremadamente compleja, generada esta complejidad por un creciente grado de diversidad de los dominios en los que operan las empresas (Dumitriu, 2018). En el contexto de Ecuador, las IES deben realizar esfuerzos para garantizar la calidad de la

educación mediante la implementación de una cultura de autoevaluación continua que les permita cumplir con los estándares de calidad unido al compromiso con el proceso de formación, con la finalidad de responder a la sociedad en general y al mercado laboral en particular (Sánchez, Chávez & Mendoza, 2018). Esto lo reafirman Salazar & Cabrera-Vallejo (2016), cuando señalan que el conocimiento por parte de las IES sobre la valoración de calidad del servicio que presta le permitirá, a los administradores de estas, sumergirse en un proceso de mejora continua apoyando su apertura a nuevas formas de trabajar adecuándose a los cambios que se generan debido a la economía global.

Entre las IES de Ecuador, se encuentra la Universidad Estatal de Milagro, ubicada en la zona 5, la cual posee la mayor demanda, con incrementos anuales, de jóvenes que buscan formarse profesionalmente para lograr insertarse en campo laboral; esta institución se ve en la obligación de mejorar día a día los servicios que brinda a la comunidad universitaria, ya que, debido a la existencia de inconformidad por parte de los estudiantes sobre cómo se brindan ciertos servicios ofertados por la Universidad, se podría afectar la imagen institucional.

Es por ello que se debe buscar la identificación de los factores que determinan la calidad percibida de los estudiantes de la IES, para comprender de qué manera estos producen satisfacción; siendo el objetivo general de esta investigación determinar la percepción de

los estudiantes sobre la calidad de la Universidad Estatal de Milagro; para lo cual se contempla, el establecimiento del estado del arte sobre la percepción de la calidad en instituciones de educación superior, caracterizar los estudiantes de dicha Universidad, diseñar un instrumento que permitan medir la percepción de la calidad de la Universidad, realizar un análisis estadístico descriptivo sobre la percepción de la calidad de esta, identificar las dimensiones que definen los estudiantes sobre la calidad, y plantear estrategias para mejorar la percepción de la calidad en la Universidad.

Para alcanzar los objetivos planeados esta investigación es aplicada y descriptiva, con un diseño de campo ya que se realizará un estudio de las características actuales de la calidad de los servicios mediante la aplicación de un instrumento directamente a los estudiantes de la Universidad Estatal de Milagro.

Educación superior

Los IES, juegan un papel importante con la sociedad por ser agente de cambio y transformación, mediante la formación del talento humano que exige la comunidad y sus instituciones, estableciéndose una serie de relaciones e intercambios universidad-entorno (Molina, Molina & González, 2017); ellas cumplen con la función de entregar a la sociedad el personal calificado que contribuirá al desarrollo del país, permitiendo a su vez la creación de una base social más estable e integrada (Alvarado, Morales & Aguayo, 2016).

Siendo las IES las encargadas de desarrollar a los profesionales que se requieren para el desarrollo de la nación, están consagrado en la Ley Orgánica de Educación Superior (2010), que la calidad sea un principio en el cual se enfoquen en la constante búsqueda de la excelencia, la pertinencia, producción óptima, transmisión del conocimiento y desarrollo del pensamiento mediante la autocritica, la crítica externa y el mejoramiento permanente (Ruiz, Torres & García, 2017); debido a ello es necesario gestionar las IES con calidad y pertinencia para que el servicio, tanto en formación investigación y atención a la comunidad, satisfaga las necesidades y exigencias en términos de conocimiento y progreso socio - cultural (Molina, Molina & González, 2017).

En la búsqueda por garantizar la calidad de la educación en las IES del Ecuador, se debe implementar una cultura de autoevaluación permanente para el cumplimiento de los estándares de calidad, una forma de realizarlo es a partir de

indicadores que permitan un enfoque único de evaluación de todas las universidades, para ello se puede analizar mediante los parámetros de las seis macrocategorías que aporta el Modelo de Evaluación Institucional de Universidades y Escuelas Politécnicas ecuatoriano (Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior, 2015), la cuales son Organización, Academia, Investigación, Vinculación con la sociedad, Recursos e infraestructura y Estudiantes (Sánchez, Chávez & Mendoza, 2018).

Por otra parte, en Ecuador, existe un incremento en la matriculación de estudiantes de educación superior, tal como puede observarse en la Tabla 1, tomada de la Senescyt (Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación), notándose en esta que las universidades privadas son las que proporcionalmente han tenido mayor incremento en la demanda de estudiantes en sus casas de estudio.

Tabla 1. *Estudiantes matriculados en los IES*

Año	2012	2013	2014	2015	2016
Pública	346.124	334.313	328.340	344.292	343.667
Cofinanciada	147.411	164.756	169.356	168.187	166.851
Autofinanciada	61.878	62.162	64.362	73.897	83.588
Total	555.413	561.231	562.058	586.376	594.106

Fuente: Adaptado de información tomada del Senescyt - Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, (consultado el 05 - 07 - 2019).

El incremento en la cantidad de estudiantes realizando estudios profesionales en los IES, ha derivado en un aumento de la

competencia entre las distintas organizaciones educativas, requiriendo encontrar un punto diferenciador mediante

el aumento de la excelencia organizativa que conlleva ofrecer un servicio más satisfactorio al alumno desde un punto de vista empresarial. Para ello se busca medir la actitud hacia el centro educativo como un antecedente afectivo, siendo el rendimiento académico y la calidad de las infraestructuras indicadores empleados como mediadores de tal relación (Dos Santos, 2016).

Al considerar las IES privadas como una organización con fines de lucro, estas deben buscar mecanismos que permitan su diferenciación, siendo uno de ellos la calidad, que de acuerdo con Montgomery (2004), su entendimiento y mejora es un factor clave que contribuye con el éxito, el crecimiento y con alcanzar una posición competitiva de las empresas. En este sentido, Peña, Borja & D'Armas (2019), indican que la gestión de la calidad del servicio como estrategia para la obtención de una ventaja competitiva, les permitirá a las universidades ecuatorianas enfrentar los retos que se presentan en la actualidad; esta opinión es compartida con Pedraza, Rodríguez & Pérez (2017), quien agrega adicionalmente que, la gestión de la calidad permite el diseño de estrategias y directrices que desplegadas de forma coordinada podrán contribuir con la eficacia, eficiencia y efectividad, proyectando la organización permitiendo su crecimiento.

Considerando lo revisado anteriormente, existe un aumento paulatino de estudiantes que buscan desarrollar una carrera profesional, por lo que las universidades

tienen el reto de establecer mecanismos que les permitan sobresalir entre los otros IES para ser la primera opción de los estudiantes. Generando una competencia entre las universidades quienes deben buscar una diferenciación entre ellas, es decir, una forma de lograr ser elegidos por los interesados en cursar carreras universitarias. Atendiendo a ello se expondrán a continuación los conceptos relacionados con calidad, calidad educativa, calidad de servicio.

Calidad

La utilización de la calidad ha estado en continua evolución la cual ha pasado de hacer las cosas bien sin importar el costo hasta una filosofía de calidad total aplicada en todos los procesos de las organizaciones con miras a la mejora continua, por lo que, basada en esto, pasa a ser no solo para las empresas manufactureras sino para las prestadoras de servicio quienes se pueden adaptar a esta corriente, en donde tienen cabida las instituciones educativas.

Existen muchas definiciones asociadas a la calidad, en las que se pueden inicialmente citar a Deming (1989), quien la define en función del sujeto y consiste en traducir sus necesidades futuras en características medibles de manera que el producto sea diseñado y producido para cubrir las necesidades de los clientes, cumpliendo con el precio que este estaría dispuesto a pagar por él. Por su parte Feigenbaum (1986) indica que el cliente es quien determina la calidad, basada en su experiencia con el producto o servicio, la cual se relaciona con los requisitos

declarados o no, conscientes o simplemente detectado, técnicamente operativa o totalmente subjetiva y siempre lo que representa un objetivo móvil en un entorno competitivo. Así mismo, se puede citar a Juran & Gryna (1988), quienes señalan que la palabra calidad tiene múltiples significados, dos de los cuales dominan el uso de la palabra, como son que la calidad consiste en aquellas características del producto que responden a las necesidades de los clientes proporcionando la satisfacción del producto y la calidad como ausencia de deficiencias.

Rubio Guerrero et al. (2012), plantean que calidad es la satisfacción de las necesidades y deseos de los usuarios cumpliendo con los requerimientos del producto o servicio, superando las expectativas del cliente y haciendo bien desde la primera vez; basado en ello, se puede señalar a la calidad como la capacidad del producto para satisfacer las necesidades, cumpliendo con los requisitos de diseño y las necesidades presentes y futuras de los consumidores a un precio que el cliente esté dispuesto a pagar. Por su parte, Duque & Gómez (2014), señalan que la calidad como estrategia competitiva, se enfoca en el mercado, en la necesidad de los clientes y moviliza a la organización para desarrollar, mantener y mejorar la calidad; también sostienen que la definición de calidad depende del contexto donde se desarrolle manteniendo algunos elementos que están previamente definidos.

Las definiciones de calidad son diferentes, sin embargo, estas especifican que el cliente

es importante en su establecimiento, debido a que las acciones se orientan a buscar los mecanismos que permitan la mejora en función de satisfacer los requerimientos de los usuarios de la organización; así mismo, se tiene que la búsqueda de la calidad es una premisa que ayuda a la mejora continua porque cada día los deseos y expectativas de los clientes van cambiando, siéndose más exigentes.

Calidad en la educación superior

La calidad de la educación superior, es un concepto multidimensional que involucra todas sus funciones y actividades: enseñanza y programas académicos, investigación y becas, personal, estudiantes, edificios, instalaciones, equipamiento y servicios a la comunidad y al mundo universitario, esta también requiere que exista un intercambio de conocimientos así mismo la calidad requiere que la enseñanza esté caracterizada por la dimensión internacional (UNESCO, 1998). Debido a esta concepción multidimensional su evaluación debe realizarse de acuerdo con estándares válidos y confiables (Gadea-Cavazos, Morquecho-Sánchez, Pérez-García & Morales-Sánchez, 2018), que tomando a Magaña, Aguilar & Aquino (2017), no existe un acuerdo universal para su medición, teniéndose en cuenta aspectos en los cuales resalta esta como son: la formación de las personas que terminan el programa, y capacidad de la institución para producir cambios que mejoren esa formación, y la planificación de ese cambio, así como la operativización de estrategias

para el cambio institucional; señalando a su vez que la educación no es solamente adquisición de conocimientos, sino también de herramientas, educación multicultural, uso de tecnologías, pensamiento crítico y capacidad de aprender nuevos temas una vez obtenido el título.

Debido a las características de la educación, esta se presenta como un servicio, por lo que su gestión de calidad, que permita su mejora y poder concebirla como un factor para construir una ventaja competitiva, para ser la opción preferida entre sus competidores, debe ser analizada bajo la perspectiva de gestión de servicio. A este respecto Duque & Gómez (2014), y Pedraza et. al (2017), indican que la calidad educativa se relaciona con la excelencia y la competitividad de una comunidad educativa que tiene la necesidad de fortalecer e innovar sus procesos en un mundo de permanente cambio.

Servicio y calidad de servicio

Se considera un servicio como la realización de actividades por parte de una persona, para satisfacer los requerimientos de otra, los cuales son esencialmente intangibles y que proporcionan satisfacción sin que ello involucre necesariamente un producto físico. Un servicio se caracteriza, desde la perspectiva de Zeithaml et al. (1985) que este es algo intangible, no se puede separar de su punto de proceso, es heterogéneo y de carácter perecedero. Camisón, Cruz & González (2006) destacan que la característica común de los servicios es que son intangibles debido a que

presentan una alta variabilidad ya que los mismos son realizados con base en lo requerido en el momento, es por ello que la evaluación de su calidad es más difícil de realizar que en el caso de un producto tangible, el cual puede establecerse a partir de sus atributos o características.

Para Duque & Gómez (2014), la calidad asociada a los servicios es la calidad de servicios, esta hace referencia a la calidad percibida, la cual es subjetiva y supone un nivel de abstracción mayor en cualquiera de los atributos del producto, por lo que es multidimensional; mientras que, para Rubio Guerrero et al (2012), además de multidimensional es un proceso dinámico y complejo que incluye actividades cognitivas, afectivas y conductuales, siendo la satisfacción del cliente el resultado de la evaluación de las variables como la confirmación subjetiva, las expectativas, la equidad, el cumplimiento del producto y los resultados de la atribución, resaltando que para medir la calidad del servicio es necesario identificar y analizar la percepción del cliente.

Las percepciones del cliente sobre la calidad del servicio, de acuerdo con Camisón et al. (2006), pueden ser inestables en el tiempo, ya que es un concepto subjetivo y depende de factores asociados al sentir del cliente, esta es afectada por la presencia de elementos subjetivos durante los diferentes momentos del ciclo de compra. Así mismo señalan que los factores principales que determinan la percepción de calidad antes de la compra de un producto son los que inspiran confianza;

durante la compra es condicionada por las propias características detectadas en el producto y por las promesas de servicio ofrecidas; y después de la compra es el resultado de la experiencia con el uso normal del producto desde su adquisición y del servicio de mantenimiento.

Para Cano-Ibarra & Vargas-Hernández (2016), la calidad en el servicio en una institución educativa se aprecia basada en la conformidad y satisfacción de los usuarios sobre los diferentes servicios que se ofrecen, considerando que los clientes representan una fuente confiable para establecer el nivel de calidad de servicio aportando información que va a servir a los administrativos de las instituciones para promover la mejora continua de los procesos académicos, planeación, vinculación, administración de los recursos y calidad que la Institución ofrece. Así mismo, Reyes & Reyes (2012) indican que al ver las universidades como empresas de servicios es necesario cumplir con las peticiones de la sociedad que es la que decide ingresar a una determinada IES donde considere que recibirá una educación de calidad, por lo que para sentirse satisfecho con los servicios que le proporcionan deben cumplir con sus demandas e inquietudes como cliente. La satisfacción hacia la universidad es lo que determinará si el estudiante continua en la universidad o si por el contrario decide desertar dejando sus estudios (Dos Santos, 2016).

La literatura de calidad de servicios coincide en que actualmente la evaluación

de la misma se basa en dos teorías, una desarrollada por Grönroos (1982, 1984) y otra por Parasuraman, Zeithalm y Berry (1985 y 1988). La teoría de Grönroos (1994), señalada como teoría Nórdica describe a la calidad de servicio como una variable de percepción multidimensional conformada por dos componentes principales: dimensión técnica o de resultado y dimensión funcional o relacionada con el proceso; en este caso la calidad percibida se obtiene por la diferencia entre la calidad esperada y la obtenida en la experiencia. La teoría de Parasuraman, Zeithanl & Berry, o teoría americana, caracterizada también por brechas o gaps entre la calidad esperada (expectativas) y la percibida, y operacionalizada con el modelo SERVQUAL, que presenta cinco dimensiones: Elementos Tangibles, Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad y Empatía para su aplicación.

Considerando la teoría americana, la evolución de la calidad de servicio se basa en la medición de las percepciones y expectativas de los servicios considerando el instrumento SERVQUAL, que representa la calidad como el gap entre lo esperado y lo obtenido; este es el más utilizado y que ha permitido adaptaciones. Entre los modelos definidos como instrumentos que miden la calidad del servicio, se puede destacar a Cronin y Taylor (1992 y 1994), con el SERVPERF, empleado solamente en las percepciones y tomando 22 ítems de la escala SERVQUAL que permite realizar las mediciones de la percepción del servicio objeto de estudio.

A partir de la aplicación del instrumento SERVQUAL, se pueden obtener las dimensiones que tendría para la organización la gestión de la calidad de servicios. Pero para la evaluación de la calidad de servicio se requiere de los usuarios, ya que son ellos quienes darán su opinión acerca de cómo percibieron la experiencia con respecto al servicio que recibieron, que dependiendo de su vivencia única o de alguna situación repetida determinan si recibieron lo que esperaba (Rubio Guerrero et al., 2012); estas percepciones dependen de las expectativas que se tengan, así como, de la cultura y circunstancia bajo las cuales se obtenga el servicio (Tumino & Poitevin, 2014).

Gestionar los servicios es un referente que permite a las instituciones orientar sus acciones para lograr los objetivos propuestos. Se hace evidente que los clientes evalúan de forma permanente las experiencias que perciben con el servicio recibido de una organización, es por ello que la gestión se centra en el proceso de comparar lo que recibe con las expectativas del servicio que solicita. Basado en esto, las organizaciones enfocan sus energías en tres elementos: la cobertura de sus servicios, la satisfacción del cliente y la eficiencia en sus procesos; los cuales al ser integrados permiten la atracción de nuevos clientes y mantener los existentes (Cervantes, Stefanell, Peralta, & Salgado, 2018). Así mismo, Monroy & Urcádiz (2019), señalan que la gestión de la calidad de servicio permite posicionar a la organización

debido a la mejora que esto ofrecería basado en la percepción de los clientes.

Debido a la importancia para el desarrollo de la sociedad de las IES, se debe establecer la forma de mejorar la calidad, ya que estas necesitan crear la percepción entre los posibles demandantes acerca de que cuentan con las mejores instalaciones, el mejor personal docente, los mejores programas académicos, entre otros (Alvarado-Lagunas, Luyando-Cuevas & Picazzo-Palencia, 2015). Todo ello generado por la convicción inicial de que este tipo de instituciones son una empresa de enseñanza supeditada a la oferta y la demanda, donde una mejor calidad educativa ofrecerá una mayor demanda a la universidad; por lo que para ello deben generar estrategias implementables que les permita captar y retener estudiantes mediante la diferenciación de su servicio (Guerrero-Velástegui; Ríos-Lara & Jiménez-Silva, 2018)

De acuerdo con Vergara-Moralesa, Del Valleb, Díaz & Péreza (2018), el estudio de la calidad de servicios basado en la satisfacción en el ámbito académico ha sido estudiada desde dos perspectivas diferentes, la primera centrada en la calidad del servicio y la segunda centrada en el bienestar psicológico. Con respecto a la primera se basa en la relación con el conjunto de atributos de la gestión institucional, sobre los cuales los estudiantes evalúan el cumplimiento de sus expectativas asociadas con su experiencia, en este caso académica, la cual puede entenderse como la valoración que

el estudiante tiene sobre los servicios que ofrece la universidad de forma global, tales como la experiencia docente, los servicios de apoyo a su educación, así como el apoyo al estudio de servicios generales.

Por otra parte, Peña, Borja & D'Armas (2019), realizan un estudio sobre percepción de calidad para mejorar la gestión de las universidades; en este caso, las características más valoradas por los estudiantes fueron la amabilidad e imagen del personal, la apariencia de los equipos, relacionadas con la percepción de seguridad y con los aspectos tangibles. Este análisis permite tener un punto de inicio para realizar estrategias que permitan mantener las condiciones favorables, así como mejorar las que fueron de menor puntaje. Sin embargo, para Solano et. al. (2013), para otro contexto, los factores de mayores efectos en la determinación de la percepción de la calidad de enseñanza de los alumnos son el "factor empatía" seguido del "factor seguridad", y como tercer componente "factor capacidad de respuesta". Aunque, en el análisis de percepciones de calidad en educación superior los factores encontrados para un estudio difieren del otro, se evidencia la necesidad de establecer en cada caso particular los factores que realmente aportan información importante sobre el estudio de calidad que se desarrolla.

Por otra parte, Reyes & Reyes (2012), señalan que es importante tener la valoración de la calidad a partir de la percepción de los estudiantes ya que son ellos quienes juzgan los servicios que la

universidad le proporciona, permitiéndole tener un mejor control en los procedimientos que se realizan, así como mejorar aquellas actividades que no realizan bien. Este planteamiento también lo apoyan Salazar & Cabrera-Vallejo (2016), quienes indican que son los estudiantes como consumidores y beneficiarios directo de los procesos de transformación los más indicados para evaluar la calidad de servicio que perciben, ya que esto permitirá la corrección de lo necesario con la finalidad de tomar mejor posicionamiento dentro de la competencia universitaria; más aún cuando el Ecuador entra en procesos de recategorización donde toma importancia la calidad de servicio recibido en todos sus aspectos.

Sin embargo, Reyes & Reyes (2012), considera que deben realizarse también una valoración interna por parte de los profesores para evaluar la captación de los recursos que permitirán mantener al día el área de investigación y desarrollo de la institución. En relación a la parte tangible del servicio Peña, Borja & D'Armas (2019) y Dos Santos (2016), consideran que esta no puede ser descuidada, está la representan las instalaciones, las cuales deberían ser limpias y modernas, con mobiliarios cómodos y adecuados para el estudio.

De la revisión documental se detectó que entre las alternativas con mayor incidencia para evaluar la calidad de los servicios universitarios se encuentra la percepción de los estudiantes considerando que estos son en los que recae el proceso de los servicios (Mejías, Teixeira, Rodríguez &

Arzola, 2010; Solano, et. al., 2013; Alvarado, Morales & Aguayo, 2016; Alvarado-Lagunas, Luyando-Cuevas & Picazzo-Palencia, 2015; Dos Santos, 2016; entre otros), así como de la percepción de los profesores y estudiantes (Tumino & Poitevin, 2014; Reyes & Reyes, 2012).

La percepción de los estudiantes es la forma que poseen las IES para conocer si los procesos que se llevan a cabo cumplen con las expectativas de los clientes, quienes son los que tendrán la decisión de escoger donde estudiarán, esto a su vez permitirá el desarrollo de mejoras en las instituciones, la valoración de los clientes por lo general se basa en los procesos de enseñanza, los servicios administrativos, así como los recursos e instalaciones disponibles para su desarrollo académico.

Tomando como base la revisión documental, se puede señalar que las organizaciones en búsqueda de una ventaja competitiva investigan las estrategias basadas en la calidad, la cual se extiende desde la calidad a producto tangible hasta la calidad de un intangible, que en este caso se estaría hablando de calidad de servicio. La evaluación de los servicios considera las percepciones de los clientes los cuales emiten su opinión basados en la experiencia que ocurre al momento de que recibe el servicio, las expectativas que se tenían de este, así como la cultura y el tiempo que se tome en dar la respuesta.

El crecimiento de la población que requiere realizar estudios universitarios se ha traducido en un incremento de los IES, pero para que estas sean elegidas entre otras

deben realizar un análisis de su calidad. Las universidades son una empresa de servicios cuyo producto es intangible, por lo que la evaluación de la calidad de este medio se basa en un análisis de calidad de servicio, con apoyo en un instrumento que considere la percepción de los estudiantes con respecto a las actividades educativas, las instalaciones, las actividades de enseñanza, los servicios no relacionados directamente con la academia, entre otros. Mediante la aplicación de este instrumento se busca establecer las dimensiones de calidad que posee la institución y realizar el análisis para diseñar las estrategias necesarias que permitan incrementar aquellos componentes cuyos valores estén por debajo del promedio, así como mejorar los factores actuales; con ello se busca mantener los estudiantes actuales, así como ser la primera opción para los estudiantes que desean incorporarse la institución.

Las dimensiones de valoración de la calidad pueden variar de un IES a otro debido a que las percepciones son subjetivas, y dependen del entorno, del momento que se realicen, así como de las experiencias anteriores. Por ello que para disminuir la subjetividad al momento de evaluar se utilizan instrumentos de medición adaptados a la universidad y considerando modelos de evaluación de calidad desarrollados por otros autores, para procurar un realizar un análisis cuantitativo a partir de la subjetividad que proporciona la experiencia con el servicio recibido.

METODOLOGÍA

La calidad de la enseñanza, para esta investigación, es la percepción que tienen los estudiantes de los multiservicios que ofrece la Universidad en el proceso de enseñanza. Para cumplir con el objetivo de la investigación, se seleccionó el instrumento usado por Alvarado-Lagunas, et al. (2015), para evaluar la percepción de los estudiantes sobre la calidad de algunas universidades privadas en México; y que fue diseñado por Mancebón y Pérez (2005),

como parte de un trabajo de investigación acerca de la calidad de servicio en la enseñanza secundaria en España.

El instrumento, producto de la revisión de muchos autores por parte de Mancebón y Pérez (2005), fue adaptado al contexto universitario ecuatoriano, y en particular a la Universidad Estatal de Milagro. En la Tabla 2, se presentan las diferentes dimensiones teóricas, y las variables según el modelo inicial.

Tabla 2. *Modelo para la calidad de servicio en la enseñanza universitaria*

Dimensión	Variables
Componente físico	V01 Instalaciones
	V02 Equipos
	V03 Materiales
	V04 Aire acondicionado
	V05 Iluminación
	V06 Biblioteca
Planta docente	V07 Garantía
	V08 Promesas
	V09 Programa
	V10 Errores
	V11 Conocimiento
	V12 Explicación
Habilidad docente	V13 Contenido actualizado
	V14 Teoría y práctica
	V15 Medios
Desarrollo integral	V16 Disposición
	V17 Formación
	V18 Extracurriculares
	V19 Necesidades
	V20 Fomento de interés
	V21 Enseñar
	V22 Orientación

Las veintidós variables fueron presentadas a los estudiantes para su valoración en una escala de Likert, donde 1 representaba la más baja calificación y 5 la mayor. Así mismo, se les solicitó información para la caracterización de la población en estudio como edad, género, situación socioeconómica, entre otras. Por otro lado, se incluyeron en el instrumento, dos variables que sería usadas para la validación estadística de la escala.

Una vez seleccionado y adaptado el instrumento a los objetivos de la investigación, se procedió al diseño muestral. Considerando que el tamaño de la población es desconocido, pues no se contaba con un adecuado marco de muestreo, se empleó el muestreo intensional por conveniencia, donde fue fundamental la disposición a colaborar por parte de los estudiantes encuestados; sin embargo, se usó el cálculo de tamaño de muestra para caso probabilístico como referencia. Así, para un nivel de confianza del 95%, un tamaño de muestra de 150 garantizaría un error máximo permisible entre 5-10%.

Una vez aplicado el cuestionario, se procedió al análisis estadístico de los datos obtenidos. La caracterización fue realizada usando estadística descriptiva. Por su parte, para análisis de la percepción de la calidad de los servicios de enseñanza, fueron usados métodos estadísticos multivariantes, en particular, el análisis de factores. El análisis de factores o análisis factorial, es una técnica de análisis multivariante donde se agrupan las variables con mayor correlación entre ellas, para construir otras variables denominadas "factores" de tal modo que unas variables tengan una correlación mayor con unos factores, y prácticamente nula con otros; el significado teórico de los factores se obtiene mediante el significado de las variables que le dan forma, mostrando una elevada correlación con ellos (Alaminos, Francés, Penalva & Santacreu, 2015).

La determinación de la fiabilidad y validez, se realizó mediante el análisis de la consistencia interna con el coeficiente Alfa de Cronbach, para el primer caso, y, Análisis de Regresión, Pruebas t, ANOVA y el análisis de factores para la segunda.

RESULTADOS y DISCUSIÓN

Caracterización de la muestra

El cuestionario fue aplicado a 175 estudiantes, de los cuales 169 (97%) fueron considerados como válidos al estar debidamente completados, y en condiciones para ser tomados en cuenta para el análisis estadístico.

La edad promedio de los estudiantes encuestados es de 21 años, con la mayoría (un 86%), entre los 18 y 23 años. El 62% (105), eran de sexo femenino, y el 38% (64), de sexo masculino, destacándose una mayor proporción de mujeres en la muestra, condición que caracteriza a la Universidad. En cuanto al nivel educativo

de la madre, un 34% (58), contaba con estudios de bachillerato, un 29% (49) tenía estudios universitarios; mientras que el 20% (34) solo contaba con educación básica, y el resto tenía postgrado, u otro estudio. Para el nivel educativo del padre, un 21% (36) contaba solamente con educación básica, un 39% (65) tenía estudios de bachillerato, y un 25% (43), tenía estudios universitarios, el resto tenía postgrado u otro estudio; mostrándose resultados similares al nivel educativo de la madre.

Con respecto al nivel socioeconómico de los encuestados, el 72% manifestó pertenecer a la clase media, un 23% a la clase baja y un 5% a la clase alta; evidenciándose que la mayoría de los estudiantes encuestados pertenecen a la clase media; condición importante a tomar en cuenta para el diseño de políticas de bienestar estudiantil como comedor, bibliotecas, becas, transporte, y de carácter inclusivo para ese 23% de clase baja. Otra condición importante a considerar, es el hecho que de un 18% de los estudiantes encuestados, estudia y trabaja, por lo que las políticas, y estrategias para la enseñanza deberían ser diferentes.

En cuanto a la composición de la muestra por carreras, se presenta una representatividad de cada una, aunque no fue diseñada tomando en cuenta este factor. Un 80% de los encuestados están en los primeros cuatro semestres, lo que garantizaría la pertinencia de las estrategias a desarrollar para la mejora de la calidad de servicio en la enseñanza, para satisfacer las necesidades de estos

estudiantes en los próximos semestres. Para el 34%, la carrera que estudia actualmente, no fue su primera opción.

Adicionalmente, un 21% de los estudiantes encuestados seleccionó la Universidad por la calidad de su programa académica, mientras que otro 21%, lo hizo porque era el más sencillo; el 15%, consideró la publicidad que ofrece la universidad, y el resto tomó en cuenta otros factores para estudiar en la universidad, como la opinión de sus novios o sus familiares, entre otras.

Percepción de la calidad de la enseñanza que ofrece la UNEMI

En un análisis univariante preliminar, se evidencia que las condiciones en la que opera el sistema de aire acondicionado de la universidad (V04), los conocimientos que tiene el profesorado para contestar a las inquietudes de los alumnos (V11), y, el estado de las instalaciones físicas como aulas, biblioteca, cafetería, baños (V01), son las variables que mejor valoran los estudiantes; siendo además, las variables que presentan menor variabilidad en las respuestas de los estudiantes, lo que se puede traducir como una homogeneidad en la respuesta. En contraposición, la organización de actividades extraacadémicas (conferencias, visitas a empresas, museos) por parte de la universidad (V18), la comprensión de las necesidades e inquietudes particulares específicas de los estudiantes por parte del personal (V19), y, el grado en el que los profesores cometen pocos errores al explicar las asignaturas (V10), las que presentaron menor valoración, con alta

variabilidad, lo que sugiere una dispersión en la opinión de los estudiantes.

Para la identificación de las dimensiones que determinan la calidad de la enseñanza en la UNEMI, se usó la técnica multivariante de Análisis de Factores, la cual parte de la condición de que las variables estuvieran correlacionadas para formar la respectiva matriz de correlaciones. De la evaluación de esta condición, comparando como indicador el coeficiente Alfa de Cronbach si se eliminaba determinada variable, se eliminaron variables que no presentaban una correlación significativa con el resto.

Así, se formó una matriz de correlación, de la que parte del análisis de factores, encontrándose indicadores como el Determinante de la matriz de correlación ($1,44 \times 10^{-5}$) e, índice KMO (0,916), que evidencian la adecuación de la muestra para el análisis; una condición indispensable para proseguir con el empleo de esta técnica. Un determinante muy bajo indicará altas Inter correlaciones entre las variables, pero no debe ser cero; y, valores bajos del índice KMO, que va de 0 a 1, desaconsejan la utilización de Análisis Factorial.

En la Tabla 3, se presenta la estructura resultado del análisis de factores. Se uso el Análisis de Componente Principales, como método de extracción, y el criterio de autovalores mayores a 1; como método de rotación se usó el Varimax.

En un primer factor, se agrupan las variables que tienen que ver con las competencias docentes, como el grado en

que los profesores orientan a los estudiantes (V22), el interés mostrado por el profesorado para enseñar (V21), y, los conocimientos que tiene el profesorado para contestar a las inquietudes de los alumnos, entre otras. Como lo señala Vásquez (2015), las reformas centradas en la calidad, ponen énfasis en los profesores, aunque incluyen a todos los actores del proceso educativo, por lo que, este resultado, sustenta la importancia de las competencias docentes como determinante de la calidad de los servicios de enseñanza. En un segundo factor, se agrupan las variables que tiene que ver con la estructura institucional, y que dependen del sistema educativo establecido, como el grado en el que cumplen la universidad cuando promete hacer algo en un cierto tiempo (entregar materiales, corregir exámenes, tratar un tema de estudio) (V08), el material para la enseñanza (V03), la información (V07), la culminación del programa establecido (V09) y su contenido actualizado (13), y, el catálogo bibliográfico disponible (V06), entre otras.

El tercer factor, reúne las variables relacionadas con el componente físico, como son la iluminación (V05), el aire acondicionado (V04), las instalaciones físicas (V01), y el equipamiento (V02). El cuarto factor, Desarrollo integral reúne las variables relacionadas con la organización de actividades extraacadémicas (V18), y, la comprensión del personal de la universidad sobre las necesidades e inquietudes particulares y específicas de los estudiantes (V19).

Tabla 3. *Matriz de componentes rotados del Análisis de factores*

	Componente			
	1	2	3	4
V22	,733			
V21	,725			
V11	,711			
V12	,690			
V16	,680			
V15	,667			
V20	,556			
V17	,542			
V10		,624		
V08		,605		
V03		,601		
V07		,599		
V09		,589		
V06		,540		
V13		,524		
V05			,786	
V04			,691	
V01			,614	
V02			,540	
V18				,805
V19				,707

La estructura de los datos generados a partir de la percepción que tienen los estudiantes de la Universidad Estatal de Milagro, sugiere un modelo diferente al planteado por Alvarado-Lagunas et al. (2015), sin embargo, se conservan las variables clave. En la Tabla 4, se presenta la descripción de los determinantes de la percepción de la calidad de la enseñanza de la UNEMI, resultado de la investigación.

Fiabilidad y validez de la escala usada

Para determinar la fiabilidad de la escala, se usó el coeficiente Alfa de Cronbach, el cual permite evaluar la consistencia interna de las variables que integran un factor. Para el

caso reportado, se presentan valores de $\alpha_1=0,903$, $\alpha_2=0,824$, $\alpha_3=0,738$, $\alpha_4=0,688$, para las dimensiones Competencias Docentes, Estructura Institucional, Componente Físico y Desarrollo Integral, respectivamente; lo que evidencia alta consistencia interna de las variables en la dimensión agrupada, y que, a su vez, evidencia la fiabilidad de la escala usada.

Con respecto a la validez, al ser producto de investigaciones previas de Alvarado-Lagunas, Luyando-Cuevas & Picazzo-Palencia (2015), y de Mancebón & Pérez (2005), la escala usada presenta validez de contenido.

Tabla 4. *Determinantes de la Percepción de la Calidad de la enseñanza de la UNEMI*

Competencias Docentes	V22	Orientación sobre nuestro futuro profesional
	V21	Interés mostrado por el profesorado para enseñar
	V11	Conocimientos de los profesores para contestar a las inquietudes de los alumnos
	V12	Claridad con la que el profesorado explica
	V16	Disposición del profesorado a ayudar a los alumnos
	V15	Combinación de medios de enseñanza tradicional con medios modernos
	V20	Fomento del interés por las asignaturas que imparten por parte de los profesores
Estructura Institucional	V17	El grado en el que en esta universidad le ofrece formación académica y humana
	V10	El grado en el que los profesores cometen pocos errores al explicar las asignaturas
	V08	El grado en el que cumplen cuando prometen hacer algo en un cierto tiempo
	V03	Material relacionado con la enseñanza
	V07	Preocupación por mantener la información sin errores
	V09	El grado en el que los profesores de la universidad siempre intentan acabar el programa
	V06	Catálogo bibliográfico que posee la biblioteca de la universidad
Componente físico	V13	El grado en el que el contenido impartido en las asignaturas está actualizado
	V05	Iluminación en las instalaciones de la universidad
	V04	Condiciones en las que opera el aire acondicionado
	V01	Estado de las instalaciones físicas de la universidad (aulas, biblioteca, cafetería, baños)
	V02	Equipamiento (mobiliario, decoración, equipos informáticos y audiovisuales)
Desarrollo Integral	V18	Organización de actividades extraacadémicas (conferencias, visitas a empresas, museos)
	V19	Comprensión de necesidades e inquietudes particulares específicas

Adicionalmente, se realizó un análisis de regresión usando el promedio de las dimensiones como variables independiente (X_1 , X_2 , X_3 , X_4), y la variable “grado de satisfacción con la calidad de la enseñanza

que le ofrece la UNEMI”, como dependiente (Y), considerando que la teoría apoya esta relación de dependencia, en el sentido en que cuanto más positiva sea la calidad de servicio percibida por los

clientes, mayor será su nivel de satisfacción con el proveedor de servicios (Dawi, Jusoh, Streimikis & Mardani, 2018); los resultados del análisis, $R^2=0,652$, el Análisis de la Varianza (ANOVA), significativos al 5%, respaldan la validez predictiva de la escala. Para apoyar la validez concurrente de la escala, se diseñó una prueba de comparación de medias (Prueba t), para dos grupos formados a partir de la clasificación de los estudiantes que valoraron la calidad como baja (menores a la mediana), y los que la valoraron alta (por encima de la mediana); usando la variable

adicional “percepción que tiene usted sobre la calidad de los servicios que presta la UNEMI”, se pudo evidenciar diferencias significativas (al 5%) entre los grupos, lo cual representa la validez concurrente. Los resultados de las pruebas realizadas, Regresión para predictiva y Prueba T para concurrente, permiten apoyar la validez de criterio de la escala.

En cuanto a la validez de constructo, el uso del análisis de factores para formar la estructura a partir de los datos de la encuesta, es un indicador suficiente.

CONCLUSIONES

La calidad de los servicios de enseñanza en la Universidad Estatal de Milagro es un aspecto clave que forma parte de las políticas educativas desarrolladas por las autoridades; de aquí, la importancia de caracterizar la población estudiantil e identificar los principales determinantes de la calidad.

Con la mayoría de los estudiantes entre 18 y 23 años, y de género femenino, la universidad debe focalizar estrategias en pro de esa generación, y particularmente estudios de género, donde se promueva la igualdad y equidad. Aunque la mayoría manifestó pertenecer a la clase media, y contar con padres con estudios universitarios, no debe descuidarse esa minoría de clase baja y con padres con apenas educación básica, y que además, estudia y trabaja; por lo que el diseño de estrategias de enseñanza-aprendizaje a

pesar de establecerse en función de la mayoría, también deben presentar alternativas para garantizar la inclusión, como acciones para el bienestar estudiantil, mejoras de becas, del comedor, de estudios a distancia, entre otras.

En cuanto a la percepción de la calidad, se identificaron como determinantes: competencias docentes, estructura organizacional, componente físico y desarrollo integral; que, aunque no coinciden con las dimensiones de los modelos planteados por Mancebón y Pérez (2005) y Alvarado-Lagunas et al. (2015), si toman en cuenta variables fundamentales. Adicionalmente, la escala usada resultó fiable y válida para medir la percepción de la calidad de los servicios de enseñanza, con base en las diferentes pruebas realizadas; lo que garantiza la toma de decisiones para mejorar este importante aspecto de la gestión universitaria.

REFERENCIAS

- Alaminos, A.; Francés, F.; Penalva, C. & Santacreu, O. (2015). *Análisis multivariante para las ciencias sociales I. Índices de distancia, conglomerados y análisis factorial*. Cuenca, Ecuador: PYDLOS/Universidad de Cuenca.
- Alvarado, E.; Morales, D. & Aguayo, E. (2016). Percepción de la calidad educativa: caso aplicado a estudiantes de la Universidad Autónoma de Nuevo León y del instituto tecnológico de estudios superiores de Monterrey. *Revista de la Educación Superior*, 45 (180), 55-74. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.resu.2016.06.006>
- Alvarado-Lagunas, E.; Luyando-Cuevas, J.-R. & Picazzo-Palencia, E. (2015). Percepción de los estudiantes sobre la calidad de las universidades privadas en Monterrey. *Revista Iberoamericana de Educación Superior*, 6 (17), 58-76. DOI: <https://doi.org/10.22201/iisue.20072872e.2015.17.162>
- Camisón, C.; Cruz, S. & González, T. (2006) *Gestión de la Calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Madrid: Pearson Educación.
- Cano-Ibarra, S. & Vargas-Hernández, J. (2016). Diseño de un modelo para la medición de la percepción de la calidad del servicio por parte de los estudiantes del Instituto Tecnológico de Celaya, México. *Revista Calidad en la Educación Superior*, 7 (2), 76-100. Recuperado de <https://revistas.uned.ac.cr/index.php/revistacalidad/article/view/1599/1753>
- Capelleras, J. & Venciana, J. (2001). *Calidad de servicio en la enseñanza universitaria: desarrollo y validación de una escala de medida*. Document de Treball, (4), 1-36. Universitat Autònoma de Barcelona. Departament d'Economia de l'Empresa. Recuperado de: <https://www.recercat.cat/bitstream/handle/2072/1032/UABDT01-4.pdf?sequence=1>
- Cervantes, V.; Stefanell, I.; Peralta, P. & Salgado, R. (2018). Calidad de servicio en una institución de educación superior en la ciudad de Barranquilla. *Revista Ciencias Administrativas*, 6 (11), 27-40. DOI: <https://doi.org/10.24215/23143738e017>
- Cronin, J. & Taylor, S. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *The Journal of Marketing*, 56(3), 55-68.
- Cronin, J. & Taylor, S. (1994). Servperf versus Servqual: Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service. *The Journal of Marketing*, 58(1), 125-131.
- Dawi, N.; Jusoh, A.; Streimikis, J. & Mardani, A. (2018). The influence of service quality on customer satisfaction and customer behavioral intentions by moderating role of switching barriers in satellite pay tv market. *Economics and Sociology*, 11 (4), 198-218. DOI: <https://doi.org/10.14254/2071-789X.2018/11-4/13>
- Deming, W.E. (1989). *Calidad, Productividad y Competitividad: la Salida de la Crisis*. Madrid: Díaz de Santos.
- Dos Santos, M. (2016). Calidad y satisfacción: el caso de la Universidad de Jaén. *Revista de la Educación Superior*, 45 (178), 79-95. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.resu.2016.02.005>
- Dumitriu, D. (2018). Enhancing the Quality of Services and Reputation Level in Technical Engineering Higher Education. *TEM Journal*, 7 (2), 381-390. DOI: <https://doi.org/10.18421/TEM72-20>
- Duque, E. & Gómez, Y. (2014). Evolución conceptual de los modelos de medición de la percepción de calidad del servicio: Una mirada

- desde la educación superior. *Suma de Negocios*, 5 (12), 180-191. DOI: [https://doi.org/10.1016/S2215-910X\(14\)70040-0](https://doi.org/10.1016/S2215-910X(14)70040-0)
- Duque, E. (2005). Revisión del Concepto de Calidad del Servicio y sus Modelos de Medición. *INNOVAR*, 15 (25), 64-80. Recuperado de: <https://revistas.unal.edu.co/index.php/innovar/article/view/30/40>
- Fajardo, E. (2018). Equidad y calidad educativa en América Latina: responsabilidades, logros, desafíos e inclusión. *CEDOTIC*, 3 (1), 6-31. Recuperado de: <http://investigaciones.uniatlantico.edu.co/revistas/index.php/CEDOTIC/article/download/1953/2285>
- Feigenbaum, A. (1986). *Control Total de la Calidad*. México: CECSA.
- Gadea-Cavazos, E.; Morquecho-Sánchez, R.; Pérez-García, J.A. & Morales-Sánchez, V. (2018). Adaptación del cuestionario SERVQUAL para la evaluación de la calidad del servicio educativo en la asignatura de Cultura Física y Salud en México. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 18 (3), 150-162. Recuperado de: <https://revistas.um.es/cpd/article/view/334331/250651>
- Grönroos, C. (1982). An Applied Service Marketing Theory. *European Journal of Marketing*, 16 (7), 30-41. DOI: <https://doi.org/10.1108/EUM0000000004859>
- Grönroos, C. (1984). A Service Quality Model and its Marketing Implications. *European Journal of Marketing*, 18 (4), 36-44. DOI: <https://doi.org/10.1108/EUM0000000004784>
- Grönroos, C. (1994). *Marketing y gestión de servicios*. Madrid, España: Díaz de Santos S.A.
- Guerrero-Velástegui C.; Ríos-Lara, G. & Jiménez-Silva, W. (2018). La calidad del servicio en las instituciones particulares de educación básica. *Polo del Conocimiento*, 3 (7), 481-493. Recuperado de: <http://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/567/pdf>
- Hernández, P. (2011). La importancia de la satisfacción del usuario. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 34, 349-368. DOI: https://doi.org/10.5209/rev_DCIN.2011.v34.36463
- Juran, J.M. & Gryna, F. (1988). *Juran's Quality Control Handbook*, fourth edition. New York: McGraw-Hill.
- Mancebón, M. J. & Pérez, D. (2005). *Conciertos educativos y selectividad académica y social del alumnado: un estudio aplicado a los centros de secundaria de la Comunidad Autónoma de Aragón*. Zaragoza: Universidad de Zaragoza
- Magaña, D.; Aguilar, N.; & Aquino, S (2017). Calidad en la Educación Superior: Un Modelo de Medición. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 10 (2), 53-66. <ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/ibf/riafin/riaf-v10n2-2017/RIAF-V10N2-2017-5.pdf>
- Martínez, J.; Tobón, S. & Romero, A. (2017). Problemáticas relacionadas con la acreditación de la calidad de la educación superior en América Latina. *Innovación Educativa*, 17 (73), 79-96. Recuperado de: <http://www.scielo.org.mx/pdf/ie/v17n73/1665-2673-ie-17-73-00079.pdf>
- Mejías, A.; Teixeira, J.; Rodríguez, J. & Arzola, M. (2010). Evaluación de la Calidad de los Servicios Universitarios No Académicos en una Universidad Venezolana. *Eighth LACCEI Latin American and Caribbean Conference for Engineering and Technology*, 1-9. Recuperado de: http://www.laccei.org/LACCEI2010-Peru/published/UM073_Mejias.pdf
- Molina, T.; Molina, B. & González, L. (2017). Expectativas y Percepciones del Servicio Educativo en la Universidad Nacional Abierta (Centro Local Mérida, Venezuela). *Revista Scientific*, 2 (5), 262-282. DOI:

<https://doi.org/10.29394/scientific.issn.2542-2987.2017.2.5.14.262-282>

Monroy, M. & Urcádiz, F. (2019). Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes de La Paz, México. *Investigación Administrativa*, 48 (123), 71-91. Recuperado de:

<https://www.ipn.mx/assets/files/investigacion-administrativa/docs/revistas/123/art6.pdf>

Montgomery, D. (2004). *Control Estadístico de la Calidad*. 3era edición. México: Limusa Wiley.

Parasuraman, A.; Zeithaml, V. & Berry, L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49 (4), 41-50. DOI: <http://dx.doi.org/10.2307/1251430>

Parasuraman, A.; Zeithaml, V. & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64 (1), 12-40. Recuperado de: <https://pdfs.semanticscholar.org/d26a/2423f00ca372b424a029ae22521299f00ede.pdf>

Pedraza, X.; Rodríguez, Y. & Pérez, J. (2017). Medición de la gestión de la calidad universitaria: revisión bibliográfica. *Revista SIGNOS*, 9 (1), 19-30. DOI: <http://dx.doi.org/10.15332/s2145-1389.2017.0001.01>

Peña, I.; Borja, E. & D'Armas, M. (2019). Evaluación de la Calidad de los Servicios. Un Caso de Estudio en una Universidad Ecuatoriana. *Revista Universidad, Ciencia y Tecnología*, 23 (90), 4-13. Recuperado de <https://www.uctunexpo.autanabooks.com/index.php/uct/article/download/97/97/>

Reyes, O. & Reyes, M. (2012). Percepción de la Calidad del Servicio de la Educación Universitaria de Alumnos y Profesores. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 5 (5), 87-98. Recuperado de:

<ftp://ftp.repec.org/opt/ReDIF/RePEc/ibf/riafin/riaf-v5n5-2012/RIAF-V5N5-2012-6.pdf>

Rubio Guerrero, G.; Rodríguez Barrero, M. S. & Uribe Macías, M. E. (2012). Análisis de la Percepción de los Clientes Respecto a la Calidad del Servicio Recibido por Parte del Personal que Atiende en las Grandes Superficies de la Ciudad de Ibagué. *Dimensión Empresarial*, 10 (2), 21-31. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4400340.pdf>

Ruiz, L.; Torres, G. & García, D. (2017). Desafíos de la Educación Superior. Consideraciones sobre el Ecuador. *INNOVA*, 3 (2), 8-16. DOI: <https://doi.org/10.33890/innova.v3.n2.2018.617>

Salazar, W. & Cabrera-Vallejo, M. (2016). Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo – Ecuador. *Industrial Data*, 19 (2), 13-20. DOI: <http://dx.doi.org/10.15381/idata.v19i2.12811>

Sánchez, J.; Chávez, J. & Mendoza, J. (2018). La calidad en la educación superior: una mirada al proceso de evaluación y acreditación de universidades del Ecuador. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*. Recuperado de: <http://www.eumed.net/rev/caribe/2018/01/calidad-educacion-superior.html>

Senescyt - Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (2019). *Boletín analítico de educación superior, ciencia, tecnología, innovación y saberes ancestrales*. Recuperado de: <https://www.educacionsuperior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/01/Boletin-Analitico-SENESCYT-Diciembre-2018.pdf>

Solano, O.; Gómez, D.; Bartolo, F.; Martínez, B.; Giraldo, O.; Salinas, A.; Páez, C. & Mendoza, J. (2013). Percepción de la Calidad de Enseñanza desde la Perspectiva de Satisfacción de los Estudiantes de la Facultad de Ciencias Matemáticas Utilizando Métodos

Multivariantes. *PESQUIMAT*, 25 (1), 48-60.

DOI: <https://doi.org/10.15381/pes.v15i1.9602>

Tumino, M. & Poitevin, R. (2014). Evaluación de la calidad de servicio universitario desde la percepción de estudiantes y docentes: caso de estudio. *REICE. Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 12 (2), 63-84. Recuperado de:

<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=55130462004>

UNESCO (1998). *Actas de la conferencia mundial sobre educación superior. La educación superior en el siglo XXI: Visión y acción, celebrada el 9 de octubre de 1998*. Recuperado de: www.unesco.org/.../declaration_spa.htm

Vásquez, M. (2015). La calidad de la educación. Reformas educativas y control

social en América Latina. *Latinoamérica. Revista de Estudios Latinoamericanos*, 60 (3), 93-124. DOI:

<https://doi.org/10.1016/j.larev.2014.10.001>

Vergara-Morales, J.; Del Valle, M.; Díaz, A. & Pérez, M. (2018). Adaptación de la Escala de Satisfacción Académica en Estudiantes Universitarios Chilenos. *Psicología Educativa*, 24 (2) 99-106. DOI:

<https://doi.org/10.5093/psed2018a15>

Zeithaml, V. A.; Parasuraman, A. & Berry, L. L. (1985). Problems and Strategies in Services Marketing. *Journal of Marketing*, 49, 33-46. DOI:

<http://dx.doi.org/10.2307/1251563>

Autores

Sonia Zapatier Castro. Rectorado, Universidad Estatal de Milagro, UNEMI, Ecuador. Maestrante en Administración Pública, UNEMI, Ecuador.

ORCID: <https://orcid.org/0000-000x-xxxx-xxxx>

Email: xxxxx@unemi.edu.ec

Mayra D'Armas Regnault. Universidad Estatal de Milagro, Ecuador.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6288-1566>

Email: mdarmasr@unemi.edu.ec

Recibido: 22-04-2019

Aceptado: 23-06-2019