



Universidad Austral de Chile

Escuela de Ingeniería Comercial

Sede Puerto Montt

Seminario de Grado

EVALUACION DEL NIVEL DE SATISFACCION DE LOS ESTUDIANTES DE LA
CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL EN LA UNIVERSIDAD AUSTRAL DE
CHILE ENTRE LAS GENERACIONES 2010-2015

Tesina presentada como requisito para

Optar al Grado de

Licenciado en Administración.

Profesor Responsable: Jenny Pulgar P.

Profesor Patrocinante: Jenny Pulgar P.

SALOMÓN ARTURO RUIZ VIDAL

PEDRO ALBERTO VARGAS SOTO

PUERTO MONTT – CHILE

2015

ÍNDICE DE MATERIAS

RESUMEN.....	2
I.- INTRODUCCIÓN.....	3
I.1- OBJETIVOS.....	4
I.1.1-OBJETIVOS GENERALES.....	4
I.1.2-OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	4
I.2- PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	5
I.3- HIPÓTESIS.....	6
II. MARCO REFERENCIAL.....	7
II.1- MARCO TEÓRICO.....	7
II.2- MARCO EMPÍRICO.....	10
II.3- MARCO LEGAL.....	14
II.4- MARCO CONCEPTUAL.....	17
III. MATERIAL Y METODOLOGÍA DE ANÁLISIS.....	18
IV. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	22
V. DISCUSIÓN DE HIPÓTESIS.....	36
VI- CONCLUSIONES.....	38
V. BIBLIOGRAFÍA.....	40
VII- ANEXOS.....	42

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1: FACTORES SERVQUAL ADAPTADO.....	12
CUADRO 2: DESCRIPCIÓN FACTORES SERVQUAL ADAPTADO.....	13
CUADRO 3: ESTIMACIÓN DE LOS ENCUESTADOS.....	20
CUADRO 4: RESUMEN DE INSATISFACCIÓN POR FACTOR.....	22
CUADRO 5: RESUMEN DE INSATISFACCIÓN POR GENERACIÓN.....	23
CUADRO 6: RESUMEN POR CARRERA Y FACTOR.....	24
CUADRO 7: DIFERENCIA PERCEPCIÓN-EXPECTATIVAS.....	25
CUADRO 8: DIFERENCIA ENTRE EXPECTATIVAS Y PERCEPCIÓN POR FACTOR.....	26
CUADRO 9: RESUMEN GENERACIÓN 2011.....	32
CUADRO 10: RESUMEN GENERACIÓN 2012.....	33
CUADRO 11: RESUMEN GENERACIÓN 2013.....	34
CUADRO 12: RESUMEN GENERACIÓN 2014.....	35
CUADRO 13: RESUMEN GENERACIÓN 2015.....	36

RESUMEN

La calidad está estrictamente relacionada con la satisfacción del cliente y es la medición final del servicio que recibe este último, esto es transferible a cualquier tipo de servicio incluso universitario, mediante el análisis SERVQUAL, se midió la percepción de la satisfacción de los usuarios de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Austral de la sede Puerto Montt.

La investigación nace a raíz de una falta de información relacionada a la satisfacción de los 275 estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Austral de Chile. El principal objetivo de este estudio cuantitativo transversal es generar información real y completa que pueda facilitar, agilizar y mejorar el proceso de toma de decisiones de las autoridades de la carrera. Para lograr lo anterior, esta investigación midió los niveles de expectativas y percepción de los estudiantes, obteniendo como resultados que mientras más años en la carrera menor satisfacción y que evidencia física serían los principales problemas respecto a la calidad.

I.- INTRODUCCIÓN

Dentro de la oferta de carreras de educación superior, Ingeniería Comercial es una de las más demandadas actualmente en el mercado. Esta carrera actualmente es impartida, entre otras casa de estudio, en la Universidad Austral de Chile, tanto en su casa matriz como en su sede ubicada en Puerto Montt. Esta investigación, sin embargo, contempla únicamente la última de estas.

La carrera de Ingeniería Comercial en la sede Puerto Montt, tiene una duración de cinco años lectivo y desde sus inicio carrera se han entregado a profesionales capacitados de alto nivel con mención en administración de empresa. Por otra parte, actualmente la carrera no se encuentra acreditada por Comisión Nacional de Acreditación.

Cabe mencionar que la carrera de Ingeniería Comercial es conocida en otros países como Negocios.

Este estudio nace de una falta de información respecto a la satisfacción real de los clientes de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Austral de Chile, lo cual entorpece el proceso de toma decisiones de las autoridades de este organismo. Es por esto que, el objetivo principal de la investigación es conocer el nivel de satisfacción de los alumnos de la Escuela de la Ingeniería comercial de la Universidad Austral de Chile sede Puerto Montt, considerando como un indicador de satisfacción la calidad del servicio percibido por los usuarios, contrastado con sus expectativas.

Este estudio de alcance descriptivo tiene como objetivo identificar los factores que inciden en el nivel de satisfacción y percepción delos alumnos de la Escuela de Ingeniería Comercial de la Universidad Austral de Chile sede Puerto Montt.

El impacto de esta investigación cuantitativa, radica en obtener información real y confiable sobre la satisfacción de los clientes en diferentes áreas del servicio con la cual se puedan tomar decisiones sólidas, que mejoren la experiencia de los clientes de pregrado y la calidad de la escuela.

Por lo tanto y en pro del cumplimiento de, se encuestó a una muestra proporcionada de la población objetivo con el fin de recolectar la información necesaria para el análisis de satisfacción propuesto. Posteriormente, se analizan los datos utilizando la herramienta de análisis de calidad SERVQUAL para, finalmente, exponer los resultados más relevantes de la investigación.

I.1- OBJETIVOS

I .1.1-OBJETIVOS GENERALES

- Medir el grado de satisfacción de los clientes externos (años 2010-2015) de la carrera de Ingeniería Comercial en la casa de estudio Universidad Austral de Chile sede Puerto Montt.

I .1.2-OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar las expectativas que tienen los alumnos de la carrera de Ingeniería Comercial (años 2010-2015) de la Universidad Austral de Chile sede Puerto Montt respecto a los factores y las variables (nivel de expectativa y percepción) propuestos por el instrumento a utilizar.
- Identificar los factores que más influyen el grado de satisfacción de los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial (años 2010-2015) de la Universidad Austral de Chile sede Puerto Montt.

- Averiguar las variables críticas en el grado de satisfacción de los clientes de la carrera de Ingeniería Comercial (años 2010-2015) en la Universidad Austral de Chile sede Puerto Montt.

I.2- PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

El equipo investigador se ha planteado una serie de preguntas, estrictamente relacionadas con los objetivos de este estudio, las cuales pretende responder a lo largo de la investigación.

- ¿Cuáles son los factores que más inciden sobre la satisfacción de los usuarios?
- ¿Cuáles son los factores que más inciden sobre las expectativas de los usuarios?
- ¿Qué expectativas tienen los estudiantes respecto a la carrera de Ingeniería Comercial?
- ¿Cuánto de lo anterior perciben realmente los alumnos?
- ¿Cuál es el grado de satisfacción de los clientes?

I.3- HIPÓTESIS

H1: Infraestructura es el factor que más determina el nivel de satisfacción de los estudiantes de ing. Comercial de la Universidad Austral de Chile debido a la falta de instalaciones para desarrollar actividades técnicas, como cursos de contabilidad que requieren software técnico para el manejo de información financiera, estadística u otros programas que requieran equipamiento especializado. Corresponde a un carácter descriptivo.

H2: La percepción, en relación a la calidad de los docentes de la carrera estudiada, es baja por parte de los alumnos, lo cual deteriora el nivel calidad total de la carrera de Ingeniería Comercial. Variables como capacidades comunicativas y productividad investigadora mal evaluadas, causan efectos negativos en la percepción de los alumnos.

H3: Las expectativas de los alumnos no se verán cumplidas con la percepción de lo que disponen por parte de la institución. Hipótesis de carácter descriptivo cuantitativo.

H4: A medida que la generación es más antigua esta presenta una peor percepción de la calidad general de la carrera.

II.- MARCO REFERENCIAL

II.1- MARCO TEÓRICO

Actualmente existen múltiples definiciones de calidad expresadas por diversos autores, la International Organization for Standardization (ISO) expresa en la norma 9000 dedicada a la gestión de la calidad en el mercado de bienes y servicios que ***“Calidad es el grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos”***(ISO 9000, 1987), es decir el como el producto, bien o servicio entregado responde a las necesidades de los clientes, así un producto será de mayor o menor calidad en base a su calidad de respuesta a los deseos del usuario. La RAE define calidad como ***“Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a algo, que permiten juzgar su valor”*** Finalmente William Edwards Deming define ***“calidad es satisfacción del cliente***

“La percepción de la calidad del servicio influye fuertemente en los resultados obtenidos por una organización, por lo tanto es necesario lograr la satisfacción completa del usuario mediante la creación de una estrategia conjunta con el prestador del servicio” (Botero y Peña, 2006).

A partir de la década de los 80 surgen una serie de autores que han publicado sobre el tema de la calidad (Parasuraman, Cronin y Taylor, Bolton y Drew, entre otros), así como han surgido una serie herramientas que pretenden obtener un sondeo respecto a la percepción de la calidad recibida por el cliente, entre ellas podemos citar el SERVQUAL (Parasuraman, 1985) o el SERVPERF (Cronin y Taylor 1990).

Existe gran variedad de estudios en los que se han aplicado las herramientas antes propuestas, en diversos tipos de negocio (***“Construcción de una medición de Calidad del Servicio de la telefonía móvil en Chile”***, Claudia Lobos Williamson, Mauricio Sepúlveda Mora, 2009; ***Análisis de la calidad del servicio hotelero mediante la Escala de SERVQUAL*** Morillo Moreno, Marysela Coromoto, 2006) Sin embargo resulta

importante establecer las diferencias entre ellos. La herramienta SERVQUAL, busca medir la percepción y las expectativas de los clientes, mientras que al mismo tiempo contrastarlas unas con otras, para lograr obtener un panorama general de la valoración del cliente sobre la organización medida (Parasuraman, 1985), mientras que el SERVPERF (Cronin y Taylor, 1990) nace como una crítica a la herramienta SERVQUAL y basa su análisis solo en las percepciones de los clientes, puesto que como establecen los autores, la percepción influye sobre las expectativas.

SERVQUAL

La herramienta SERVQUAL (ServiceQuality), fue creada en la primavera de 1988, su principal gestor fue A. Parasuraman profesor de Estudios de Retail y Marketing en Texas A&M University en cooperación con Valarie A. Zeithaml Profesor asociado de Marketing de la universidad de Duke y Leonard L. Berry Profesor de estudios de Marketing y Retail en Texas A&M University, la intención de esta herramienta es analizar la calidad real de una organización, en base a la calidad percibida y las expectativas del cliente. Para esto necesitamos definir dos conceptos principales:

- Calidad percibida: es el juicio percibido por un cliente respecto a una entidad acerca de su excelencia o superioridad (Zeithmal 1987), es decir el cómo ve el cliente la empresa independiente de la imagen que esta pretenda mostrar.
- Calidad objetiva: es el resultado de la comparación entre expectativas y percepción del cliente, está ligado a la satisfacción pero no significa necesariamente el logro de esta(Garvin, 1983)

Hoolbrok y Corfman establecen que los consumidores no perciben hasta la fecha la calidad como lo ven investigadores y expertos en marketing. El consumidor tiende a percibir como una parte humana y subjetiva, mientras que los investigadores tratan de ver la calidad como un término objetivo y mecánico, es bajo este enfoque que nace el concepto de

calidad real, como un resultado de lo que se espera con lo que se percibe. (Hoolbrok y Corfman, 1985)

Según estudios de Parasuraman Zeithmal y Berry (1985), los consumidores perciben 10 dimensiones respecto a la calidad estas son elementos tangibles, fiabilidad, responsabilidad, comunicación, credibilidad, seguridad, competencia, cortesía, conocimiento del vendedor y acceso. La herramienta SERVQUAL redujo las dimensiones y consto en establecer 5 dimensiones en las que influyen múltiples variables:

- Elementos tangibles: Facilidades físicas, equipo y apariencia del personal.
- Fiabilidad: Habilidad del servicio para desempeñarse según lo prometido de forma confiable y precisa.
- Capacidad de Respuesta: Disposición a ayudar a los clientes y proveerles de un servicio apropiado.
- Seguridad: Conocimiento y cortesía de los empleados y su habilidad para inspirar confianza.
- Empatía: Cuidado y atención personalizada que la empresa de servicios da a sus clientes.

Parasuraman, propone la elaboración de un cuadro que establece las 5 dimensiones como base mientras que las variables son medidas a través de la aplicación de diversos Items, como ejemplo muestra la aplicación del instrumento en cuatro industrias, asignando alfas o coeficientes a cada uno de las variables, estas variables son tangibilidad, confiabilidad, responsabilidad, garantías y empatía.

Estas cinco dimensiones tienen la intención de medir tanto las expectativas como la percepción o desempeño percibido por el cliente, generando un contraste entre ellas para establecer la calidad percibida. Matemáticamente SERVQUAL funciona bajo la siguiente fórmula:

$$Q_i = \sum_i (P_i - E_i)$$

$Q_i =$ *Calidad percibida del atributo i*

$P_i =$ *Desempeño percibido del atributo i*

$E_i =$ *Expectativas sobre el desempeño del atributo i*

Bajo este modelo matemático, para percibir una mejor calidad el resultado de la ecuación debe ser lo más positivo posible. Por ejemplo si el desempeño percibido de los compromisos establecidos (fiabilidad) por la organización obtiene un 5 y las expectativas eran de un 6, estas establecen una calidad de -1 es decir calidad negativa si en caso contrario la pregunta obtuviera un 6 en percepción y un 5 en expectativas se obtiene 1, lo que corresponde a una calidad positiva. Finalmente la sumatoria de todas estas diferencias entre expectativas y percepción da el resultado de la calidad real de una organización.

II.2- MARCO EMPÍRICO

En el ámbito de este estudio, se ha optado por utilizar la herramienta SERVQUAL, puesto que esta fue exitosamente aplicada en estudios universitarios previos en Singapur (KAY C. TAN & SEI W. KEK, 2004;) y Nueva Zelanda (Francis Buttle, 1995).

En el contexto de nuestro estudio, no existen investigaciones previas aplicadas a nuestra institución en ninguna carrera de la Universidad Austral de Chile, sobre la calidad percibida por el usuario bajo la herramienta SERVQUAL. Además bajo la bibliografía consultada no se encuentran investigaciones previas de SERVQUAL en instituciones educativas de Chile, así mismo Leblanc y Nguyen establecen en las discusiones de sus

estudios que existe poca o nula información sobre SERVQUAL aplicado en estudios universitarios a nivel mundial (GastonLeblanc y NhaNguyen, 1997)..

La importancia de la herramienta SERVQUAL en materia de educación radica en que posee un carácter predictor, esta misma establece que el conocimiento sobre la percepción de la calidad permite a las instituciones hacer pronósticos que influyan sobre la calidad real de la organización (Parasuraman, 1985), lo que finalmente influirá en el funcionamiento de la carrera en sí, así como en los procesos de acreditación de universidades y carreras de Chile (Ley 20.129, 2006). Por lo tanto la importancia de nuestra investigación radica en la descripción de los factores de calidad percibidos en los usuarios, mientras que a la vez esta medición es de vital importancia para nuestra institución así como en el funcionamiento de esta.

La investigación de los autores canadienses GastonLeblanc y NhaNguyen surge de la falta de recursos empíricos para medir la calidad en establecimientos educativos. Estos proponen una alternativa al SERVQUAL para ser aplicada en establecimientos educativos, en ella se muestra una adaptación a las dimensiones de Parasuraman agregando dos nuevas, y modificando dos anteriores, se establecen entonces: Contacto personal: facultativo, reputación, contacto personal: administración, evidencia física, currículum, responsabilidad y acceso a las instalaciones.(GastonLeblanc y NhaNguyen, 1997). Como se puede ver en el cuadro 1.

Cuadro 1: Factores SERVQUAL Adaptado

Table I

Seven service quality factors identified by principal components factor analysis

Factor name	Variables	Factor loading	Percentage of variance explained	Cronbach's reliability coefficient
F1 Contact personnel: faculty	Appearance of professors	0.71	29.4	0.85
	Professors are friendly and courteous	0.69		
	Professors research productivity	0.59		
	Communication skills: courses are well taught	0.58		
	Academic credentials of professors	0.58		
	Professors are innovative and agents of change	0.57		
F2 Reputation	Business school is innovative	0.75	6.7	0.80
	Organizational culture, beliefs and values	0.72		
	Business school's involvement in community	0.68		
	Degree to which curriculum is up to date	0.64		
	Administration has students' best interest at heart	0.60		
F3 Physical evidence	Layout of classrooms	0.74	5.4	0.80
	Lighting in classrooms	0.69		
	Appearance of building and grounds	0.66		
	Overall cleanliness	0.64		
	Degree to which classrooms and study rooms are comfortable	0.61		
	Décor and atmosphere	0.59		
F4 Contact personnel: administration	Availability of personnel	0.75	4.2	0.85
	Friendly and courteous personnel	0.75		
	Capacity to solve problems when they arise	0.68		
	Personnel has a good knowledge of rules and procedures	0.66		
	Appearance of personnel	0.61		
F5 Curriculum	Orientation of programmes and course content	0.68	3.7	0.76
	Number of courses offered	0.63		
	Degree to which objectives of programmes are explained to students	0.62		
F6 Responsiveness	Students are informed promptly of changes	0.77	3.4	0.71
	Registration is timely and error-free	0.57		
	Records are kept accurately	0.53		
F7 Access to facilities	Available of parking	0.70	3.1	0.55
	Access to computer facilities	0.66		
	Access to study rooms	0.55		

Fuente: (Gaston Leblanc y Nha Nguyen, 1997)

La finalidad de la herramienta de Leblanc y Nguyen es comparar la reputación con la calidad de la institución instaurada, en su caso fue aplicado en la escuela de negocios de

la universidad de Moncton¹, similar definición a Parasuraman, estableciendo reputación como sinónimo de expectativas.

Por otro lado los estudios aplicados por Otávio José de Oliveira y Euriane Cristina Ferreira proponen la siguiente adaptación a la herramienta SERVQUAL.

Cuadro 2: Descripción Factores SERVQUAL adaptado

	EXPECTATIVAS	DESEMPEÑO
TANGIBILIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel del equipamiento de la universidad, es decir si tiene equipos modernos, laboratorios, etc. • Las instalaciones se encuentran bien conservadas. 	<ul style="list-style-type: none"> • La institución educativa posee laboratorios modernos, equipos etc. • La institución posee instalaciones bien conservadas
FIABILIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • En qué grado la institución educativa cumple con los compromisos adquiridos. • Cuando un estudiante posee un problema la institución tiene interés en ayudarlo. 	<ul style="list-style-type: none"> • La institución cumple con los compromisos adquiridos. • La institución se interesa en ayudar a un estudiante si este su ayuda.
RESPONSABILIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Cuanta disponibilidad poseen Los miembros de la carrera poseen durante el servicio entregado. • En qué grado el profesorado está dispuesto a explicar y ayudar a los alumnos. 	<ul style="list-style-type: none"> • La institución cumple con la disponibilidad de sus miembros. • El profesorado está dispuesta a ayudar al alumnado.

¹La carrera de Ingeniería Comercial solo existe en Chile, en el resto del mundo es llamada negocios o business, por lo tanto los estudios de Nguyen y Leblanc fueron aplicados en una situación similar al contexto objetivo de este estudio

SEGURIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Cuanta confianza inspiran los miembros de la organización en el alumnado. • Cuanto conocimiento poseen los miembros de la organización respecto a las materias 	<ul style="list-style-type: none"> • La institución inspira confianza en sus usuarios. • Los miembros de la institución poseen conocimiento respecto a las materias.
EMPATIA	<ul style="list-style-type: none"> •Cuál es la disponibilidad de la institución de poner horarios convenientes con los alumnos. • Que tanto esta la institución enfocada en ofrecer un servicio de calidad a sus alumnos. 	<ul style="list-style-type: none"> • La Organización ofrece horarios convenientes a sus alumnos. • La institución está enfocada en ofrecer un servicio de calidad a sus alumnos.

Fuente: Otávio José de Oliveira y Euriane Cristina, 1997

II.3- MARCO LEGAL

La ley 20.129 tiene como enunciado “establece un sistema nacional de aseguramiento de la calidad superior”, fue promulgada el 23 de diciembre de 2006 durante el gobierno de Michelle Bachellet Jeria, esta ley establece cuatro puntos clave

- Información que tendrá por objeto la identificación, recolección y difusión de los antecedentes necesarios para la gestión del sistema, y la información pública.
- De licenciamiento de instituciones nuevas de educación superior que se realizara en conformidad a lo dispuesto en la ley N°18.062 Orgánica constitucional de enseñanza.
- De acreditación institucional, que consistirá en el proceso de análisis de los mecanismos existentes al interior de las instituciones autónomas de educación

superior para asegurar su calidad, considerando tanto la existencia de dichos mecanismos, como su aplicación y resultados.

- De acreditación de carreras o programas, que consistirá en el proceso de verificación de la calidad de las carreras o programas ofrecidos por las instituciones autónomas de educación superior en función de sus propósitos declarados y de los criterios establecidos por las respectivas comunidades académicas y profesionales.

Para asegurar la calidad de las instituciones educacionales de Chile, se ha formado un comité nacional de aseguramiento de la calidad de la educación superior el cual se reúne tres veces al año compuesto por: El vicepresidente del consejo superior de educación, el presidente de la comisión nacional de acreditación y el jefe de la división de educación superior del ministerio de educación.

El comité determinara la calidad de la educación así como la acreditación según las actividades de la carrera o institución, así como su capacidad para mantener la calidad dentro de los parámetros fijados por el comité, otras variable fundamental es el perfil de egreso del estudiantes, así como los recursos que disponga la universidad para asegurar el cumplimiento de este perfil.

El manual de requerimientos de acreditación de la carrera de Ingeniería Comercial por parte de la comisión nacional de acreditación se basa en los criterios establecidos por las Comisiones Asesoras de Evaluación de la Calidad de la Educación Superior, Comisión Nacional de Acreditación de Pregrado (CNAP) y Comisión Nacional de Acreditación de Postgrados, bajo la discusión de estas entidades se han establecido una serie de requisitos sobre la calidad que deben ser percibidos por los miembros de la institución, así como dispuestos por la institución:

- Los académicos y profesionales que desempeñen las funciones directivas superiores deben contar con las calificaciones y la experiencia necesarias. Dichas calificaciones y experiencia debieran incluir tanto antecedentes académicos como de gestión.
- La unidad debe tender al mejoramiento continuo de la calidad a través de un proceso de evaluación permanente y sistemática. En el proceso de evaluación, la unidad debe definir acciones y utilizar instrumentos que le permitan progresar y fortalecer su capacidad de auto regulación, considerando los criterios generales y específicos de evaluación y las recomendaciones que impartan entidades de acreditación reconocidas.
- En la unidad deben existir mecanismos de comunicación y sistemas de información eficaces y claramente establecidos, que faciliten la coordinación de sus miembros en las materias que son propias de sus funciones.
- La unidad debe incentivar a sus académicos a participar en actividades de docencia, investigación, desarrollo tecnológico u otras que se deriven de su proyecto institucional. Asimismo, la unidad debiera contar con mecanismos que permitan a sus académicos participar en proyectos interinstitucionales e interdisciplinarios con el objeto de compartir experiencias y fomentar la calidad de la formación profesional.
- La unidad debe disponer de recursos informáticos suficientes en cantidad, calidad y actualización, que permitan desarrollar las actividades propias de la carrera, aprovechando adecuadamente los adelantos tecnológicos vigentes.

Según lo analizado legalmente, la ley ampara implícitamente las dimensiones establecidas por Parasuraman, para el mantenimiento de la calidad, por lo tanto resulta vital para una organización el cumplimiento de la normativa legal sobre la calidad de una carrera o entidad educativa.

II. 4-MARCO CONCEPTUAL

Satisfacción del cliente: según Philip Kotler, se percibe mediante la relación entre el valor entregado por un producto y las expectativas del comprador respecto del mismo. Así mismo, si el desempeño del producto no se equipara a las expectativas del cliente, éste quedará insatisfecho. Por el contrario, si el valor entregado por el producto supera las expectativas del consumidor, este quedará encantado. (Kotler, Armstrong Fundamentos de Marketing, 1998)

Marketing estratégico: parte del análisis de las necesidades de los individuos y de las organizaciones. Sigue la evolución de mercados de referencia e identifica productos, mercados y segmentos potenciales en base a un análisis de la diversidad de necesidades a encontrar. Su principal función es el análisis, formulación de objetivos y estrategias.

III. MATERIAL Y METODOLOGÍA DE ANÁLISIS

El estudio correspondió a un diseño no experimental en el que no hubo intervención sobre las variables a investigar, esta fue de tipo transeccional o transversal ya que la recolección de datos fue tomada una única vez en el tiempo, esto con el fin de obtener un panorama general inmediato de la percepción de la calidad. La investigación poseyó un carácter descriptivo con el objetivo de describir las variables de percepción de la calidad por parte de los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial Sede Puerto Montt.

Las fuentes primarias utilizadas para la investigación corresponden a estudiantes de pregrado de los cuales se recolectó la información a través de encuestas efectuadas a los estudiantes matriculados los años 2010 a 2015 en la carrera de Ingeniería Comercial de la sede Puerto Montt que, hasta la fecha, no hayan reprobado o suspendido ninguna asignatura.

El detalle del instrumento se presenta como una encuesta efectuada a una muestra estratificada de la población, cuyos estratos fueron calculados de forma proporcional al universo de estudiantes según sus respectivas generaciones. Vale destacar que la encuesta está basada en la herramienta SERVQUAL (Zeithaml, Parasuraman y Berry, 1988), en donde se contrastaron las expectativas y la percepción de los usuarios para lograr establecer una calidad total, la interpretación del instrumento está dada por la siguiente fórmula:

$$Q_i = \sum_i (P_i - E_i)$$

Q_i = Calidad percibida del atributo i

P_i = Desempeño percibido del atributo i

E_i = Expectativa sobre el desempeño del atributo i

Las variables a analizar correspondieron a percepción y expectativas de la calidad, bajo la división de Nguyen y Leblanc los factores a estudiar son subdivididos en siete secciones correspondientes a:

- Contacto con el personal docente
- Reputación de la escuela
- Evidencia Física
- Contacto con el personal administrativo
- Curriculum
- Responsabilidad
- Acceso a las instalaciones

El instrumento (ANEXO 1) consta de 31 preguntas cerradas calificables del 1 al 7 bajo la escala Likert. Las preguntas son contrastadas entre percepción y expectativas. La encuesta identificara a sus usuarios bajo el rut.

La población total corresponde a todos los alumnos de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Austral de Chile sede Puerto Montt pertenecientes a las generaciones 2011-2015, siendo un total de 275 alumnos.

Para el presente estudio, se calculó una muestra de la población utilizando un método de muestreo estratificado proporcional. Los estratos definidos corresponden a las cinco generaciones de estudiantes previamente.

Este estudio estima un error estadístico de 0,3 dentro de una escala de 1 a 7 (siendo estos números naturales), correspondiendo un 5% de error aceptado.

El cálculo de la muestra de esta investigación es el siguiente:

$$n = \frac{N z_{\alpha/2}^2 \sigma^2}{(N - 1) \varepsilon^2 + z_{\alpha/2}^2 \sigma^2}$$

$$n = \frac{275 * (1,96)^2 * 0,56}{(274) * 0,3^2 + (1,96)^2 * 0,56}$$

$$n = 22.0655652005781444$$

$$n \approx 23$$

N : Población total

$Z_{\alpha/2}$: Valor tabla distribución normal para un nivel de confianza del 95%

ε : Error esperado

σ^2 : Varianza poblacional (extraída de “Searching for excellence in business education: an exploratory study of customer impressions of service quality” de **Leblanc, Nguyen 1997**)

n : Tamaño muestra

Cuadro 3: Estimación de los encuestados

Población 275
Tamaño muestra 23

Generación	N° de Alumnos	Proporción Población	N° Elementos Muestra	Redondeo
2015	81	29,45%	6,77	7
2014	58	21,09%	4,85	5
2013	49	17,82%	4,10	4
2012	48	17,45%	4,01	4
2011	39	14,18%	3,26	3
Total	275	1	23	23

Previo al levantamiento de datos, se realizó una encuesta piloto con el objetivo de comprobar el entendimiento del instrumento e identificar correcciones necesarias para garantizar su precisión y no entorpecer la experiencia de los encuestados.

El levantamiento de datos se llevó a cabo dentro de las dependencias de la Universidad Austral de Chile sede Puerto Montt comenzando el día 14 de octubre, finalizando el día 21 del mismo mes. Los alumnos encuestados fueron seleccionados de forma aleatoria de la población previamente definida, es decir, pertenecientes a las generaciones 2011-2015 que no hayan reprobado o anulado asignaturas.

La determinación de la metodología así como las herramientas de diseño fueron hechas a partir del texto "metodología de la investigación cuantitativa en las ciencias sociales" de Guillermo Briones. Además este estudio se basa en el estudio "Construcción de una medición de Calidad del Servicio de la telefonía móvil en Chile" de Claudia Lobos Williamson y Mauricio Sepúlveda Mora, en este caso se aplicó la herramienta SERVQUAL en telefonía.

IV. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Resultados generales

El análisis general establece que la diferencia entre percepción y expectativas correspondería $-1,1340$ de incumplimiento lo que corresponde porcentualmente a que los estudiantes no ven cumplidas sus expectativas en un promedio de 18,68% considerando todos los ítems y todas las generaciones de este instrumento.

Los resultados generales establecen el orden de mayor a menor en diferencia entre las expectativas y lo percibido de la siguiente forma:

Cuadro 4: Resumen de insatisfacción por factor

Ítem	% incumplimiento de las expectativas
Evidencia Física	25,04%
Reputación	24,86%
Responsabilidad	22,70%
Acceso a los servicios	21,06%
Curriculúm	17,84%
Contacto con el personal facultativo	13,66%
Contacto con el personal administrativo	7,62%

Fuente: Elaboración propia bajo instrumento SERVQUAL

Siendo evidencia física el apartado donde se percibe una más baja calidad y el contacto con el personal administrativo la variable donde se percibe una más alta calidad esto nos permite vendría a comprobar la primera hipótesis donde establecimos que la Infraestructura o evidencia física sería el factor con peor percepción de la calidad según los alumnos.

Los estudiantes atribuyen el incumplimiento de sus expectativas en lo que respecta a evidencia física principalmente a cinco principales razones que escapan del promedio de incumplimiento del resto del instrumento las cuales serían:

- Las salas de clases no son aptas y cómodas para estudiar
- La apariencia de los edificios y el terreno no son optimas
- Las salas de clases no poseen iluminación adecuada
- La decoración y la atmosfera no son adecuadas para desarrollar las actividades en la institución
- La distribución (en el edificio) de la sala de clases no es adecuada.

Por otra parte los factores que atribuyen el éxito del contacto con el personal administrativo son:

- El personal administrativo cuida su apariencia personal (Ítem donde los estudiantes vieron superadas sus expectativas)
- El personal administrativo es amigable y cortes
- La capacidad de solución del personal administrativo es optima

Al analizar los resultados de manera generacional se demuestra que la tendencia es que mientras más años se lleva en la carrera los estudiantes ven cada vez más frustradas sus expectativas y más se empiezan a distanciar con la percepción que poseen.

Cuadro 5: Resumen de insatisfacción por generación

Generación	% incumplimiento de las expectativas
2011	31,77%
2012	24,86%
2013	22,70%
2014	21,06%
2015	17,84%

Fuente: Elaboración propia bajo instrumento SERVQUAL

Un análisis más detallado nos muestra los siguientes porcentajes de incumplimiento por generación e ítem.

Cuadro 6: Resumen por carrera y factor

Porcentaje de incumplimiento					
Ítem/Generación	2011	2012	2013	2014	2015
Contacto personal docente	19%	20%	15%	12%	0%
Reputación	45%	25%	27%	17%	9%
Evidencia Física	35%	20%	26%	20%	24%
Contacto con personal administrativo	25%	7%	3%	8%	0%
Curriculum	33%	17%	14%	14%	9%
Responsabilidad	42%	17%	14%	17%	24%
Acceso a Servicios	26%	16%	19%	24%	20%

Fuente: Elaboración propia bajo instrumento SERVQUAL

En un total de 31 preguntas solo 8 afirmaciones superan las expectativas en la generación 2015 correspondientes cuatro de ellas al contacto con el personal administrativo, dos al contacto con el personal facultativo, una en reputación y otra en currículum.

Respecto a los ítems de “Evidencia Física”, “Responsabilidad” y “Acceso a servicios” ninguna generación vio superadas sus expectativas, desvelando un sentimiento de insatisfacción en estas materias.

Finalmente en la generación 2011 ninguna afirmación supera las expectativas de los encuestados. Además el porcentaje de superación (cantidad de preguntas donde se supera la expectativa partido por el total de preguntas) disminuye de un 25% a un 0% desde la generación 2015 a la 2011 mostrando una tendencia descendiente según la antigüedad de las generaciones en su nivel de satisfacción.

La brecha entre las percepción menos las expectativas en promedio considerando todos los ítems se expresa de la siguiente manera

Cuadro 7: Diferencia Percepción-Expectativas

Generación	Diferencia (Percepción-Expectativas)
2015	-0,59
2014	-0,94
2013	-1,04
2012	-1,17
2011	-1,91

Fuente: Elaboración propia bajo instrumento SERVQUAL

El cuadro anterior demuestra la calidad percibida (diferencia percepción-Expectativas) de la generación más reciente se ve degradada en una razón de cuatro veces su factor. Mostrando un claro comportamiento descendiente de su percepción de calidad.

Respecto a las afirmaciones con mayores brechas por generación fueron las siguientes:

- “Las inscripciones son puntuales y libres de errores” con un -2,833 en generación 2015, correspondiente al ítem de responsabilidad.
- “Las salas de clases y las salas de estudio son aptas para estudiar” con un -2,4 en generación 2014 correspondiente al ítem de evidencia física.
- “Existe participación de la escuela de negocios en la comunidad” con un -2,5 y un 2,25 en generaciones 2013 y 2012, correspondiente al ítem de reputación
- “Están presentes la cultura organizacional, creencias y valores de la escuela” con un -4 en generaciones 2011, correspondiente al ítem de reputación.

Resultados Específicos por Factor

A continuación se analizarán los resultados derivados de la aplicación del instrumento SERVQUAL a los estudiantes de Ingeniería Comercial de la Universidad Austral de Chile tomando en consideración los siete factores seleccionados para la medición de Calidad del servicio. Los cuales son:

- Contacto con el personal docente
- Reputación de la escuela

- Evidencia Física
- Contacto con el personal administrativo
- Curriculum
- Responsabilidad
- Acceso a las instalaciones

estos serán estudiados en orden descendiente usando como el criterio el porcentaje de incumplimiento de las expectativas, en el siguiente orden: Evidencia Física, Reputación, Responsabilidad, Acceso a los servicios, Curriculum, Contacto con el personal facultativo, Contacto con el personal administrativo, los cuales presentan las siguientes calificaciones de Calidad según el instrumento SERVQUAL según la totalidad de los encuestados

Cuadro 8: Diferencia entre expectativas y percepción por factor

Factor	Calidad
Evidencia física	-1,512
Reputación	-1,503
Responsabilidad	-1,4
Acceso a los servicios	-1,238
Curriculum	-1,146
Contacto con el personal facultativo	-0,814
Contacto con el personal administrativo	-0,466

Fuente: Elaboración propia bajo instrumento SERVQUAL.

Evidencia Física

Este factor es el que presenta mayor índice de insatisfacción por parte de los encuestados, alcanzando un -1,52 en índice de Calidad SERVQUAL.

Según el instrumento aplicado, la dimensión que menos satisface a los estudiantes corresponde a la comodidad de las salas de clase, con un preocupante índice de calidad de -1,98, posicionándose como el elemento peor evaluado en el estudio de este servicio. Se

recomienda tomar medidas a corto plazo para solucionar esta problemática. Por ejemplo, proponer un nuevo modelo de distribución espacial de los puestos de trabajo.

Por otro lado, también se mostró preocupante con un -1,6 de índice de calidad SERVQUAL, la dimensión relacionada a la iluminación de las salas de clase, donde los alumnos se muestra desconformes, deteriorando la percepción que estos tienen de las instalaciones y su ambiente estudiantil.

El tercer elemento peor evaluado dentro del tópico de Evidencia física fue la Distribución, dentro de los edificios, de las salas de clase (-1,6) dentro de las dependencias de la escuela, las cuales son repartidas en tres Pabellones docentes separados los unos de los otros, lo cual al mismo tiempo resulta en un mayor esfuerzo para el estudiantado.

Otra dimensión que resulta preocupante para la evaluación de la calidad del servicio propuesto por la Carrera de Ingeniería Comercial es la “Apariencia de los edificios y el terreno” (-1,59) correspondientes a la sede de la institución universitaria, incumpliendo las expectativas de los alumnos de la carrera objetivo.

Reputación

Este factor se eleva hasta el segundo lugar de las variables que resultan preocupantes por su bajo nivel de Calidad percibido por el instrumento aplicado, mostrando un indicador igual a -1,503 en la escala SERVQUAL.

El principal elemento que vio contrastadas negativamente las expectativas y la percepción de los estudiantes de la escuela de Ingeniería Comercial es el que relaciona con la participación de la Escuela con la comunidad en la que ésta es partícipe. Lo cual entra en conflicto con el Código de Ética del Colegio de Ingenieros vigente, el cual señala que los ingenieros deben prestar sus servicios en pro de mejorar la comunidad en la que éstos se desempeñen.

En otro ámbito, otro de los elementos relacionado con la reputación de la Carrera de Ingeniería Comercial que entró en conflicto con las expectativas de sus estudiantes fue la percepción de que los cursos que se dictan no son actualizados, mostrando un índice de calidad de -1,56. Esto entra en directo conflicto con los criterios de evaluación de la Comisión Nacional de Acreditación (CNA) que considera estándares de vigencia de los contenidos impartidos por los cursos dictados por la universidad. LEY 20129 ACREDITACIÓN

El siguiente elemento que se muestra con bajo nivel de satisfacción por parte de los estudiantes es la capacidad innovadora de la Carrera de Ingeniería Comercial, estos perciben un nivel de calidad de -1,55, en contraste a su alto promedio de expectativas, con un valor de 6.

Responsabilidad

La Responsabilidad es otro factor que se mostró gravitante en satisfacción de los estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial. Hace referencia a la responsabilidad relacionada a los procesos administrativos orientados a los estudiantes, como el proceso de inscripción de asignaturas, registros académicos y la recepción de mensajes y avisos por parte de la Escuela de Ingeniería Comercial. El nivel de calidad general de este factor fue de -1,4

El principal elemento que deterioró la satisfacción del estudiantado dentro de esta variable fue la que se relaciona con los procesos de inscripciones y su confiabilidad, con un índice de calidad SERVQUAL de -1,81. Según el contexto de la institución estudiada, el único proceso de inscripción recurrente, de forma semestral, es el periodo de inscripción de asignaturas, por lo que se deduce que es éste el que afecta la percepción de los alumnos es este tópico.

Por otra parte, se detectó decepción por parte de los estudiantes respecto a eficacia de la entrega de información relacionada a cambios o noticias dentro de la institución.

Acceso a las instalaciones

Este factor trata sobre la accesibilidad a los servicios adicionales que proporciona la institución con el objetivo de facilitar y mejorar la experiencia universitaria como son: estacionamiento, salas de estudio y laboratorios de cómputo. La relación Percepción-Expectativas de este factor resulto negativo, siendo -1,2.

La dimensión más insatisfecha, en desmedro de las expectativas de los clientes, fue el acceso a las instalaciones destinadas a laboratorios de computación, con un índice de calidad SERVQUAL de -1,7. Lo anterior perjudica el desempeño estudiantil en el trabajo de redacción de informes, cálculo con softwares estadísticos y la impresión de informes.

Además, otra dimensión gravitante en la evaluación general de este factor fue la referente al acceso de salas de estudio dentro de la institución, con una calificación de -1,25 en calidad. Lo anterior responde a la inexistencia de salas destinadas al estudio fuera del horario lectivo de los cursos, aparte de la biblioteca de la sede.

Curriculum

Este factor hace referencia al curriculum o plan de estudio de los cursos impartidos por la carrera de Ingeniería Comercial en la Universidad Austral de Chile sede Puerto Montt.

Considera elementos tales como: la orientación y el contenido de los cursos, el número de cátedras de la carrera y si los objetivos de los cursos son adecuadamente explicados. En promedio, este factor obtuvo una calificación de calidad SERVQUAL de -1,14.

Dentro de este tópico, el elemento que presentó mayor diferencia entre las expectativas y percepción fue el que hacía referencia a la orientación del programa y el contenido de los

cursos, donde la percepción de los alumnos no alcanzó a sus expectativas, con una calificación de calidad de -1,28. La baja percepción del contenido de los cursos se puede deber a lo previamente mencionado en el factor de REPUTACIÓN, los contenidos se perciben como actualizados por el alumnado.

Contacto con el personal docente

Esta variable de investigación hace alusión a la relación y el contacto con el alumnado mantiene con el plantel docente de la Carrera de Ingeniería Comercial en la Universidad Austral de Chile sede Puerto Montt. Considera características del personal académico tales como: presentación personal de los docentes, habilidades comunicativas, capacidad innovadora, curriculum profesional del profesor. En promedio, este factor fue evaluado con una calificación de calidad SERVQUAL de -0,8144 siendo uno de los mejor percibidos por los alumnos en relación a sus expectativas.

A pesar de que el promedio la calificación generalizada del contacto con el personal docente es cercana a 0 y, por lo tanto, a un estado de satisfacción de los alumnos, uno de sus factores presenta una diferencia Percepción-Expectativa menor a esta media, el cual hace referencia a la capacidad innovadora de los docentes, que se ve opacada por las expectativas de los alumnos, mostrando un índice de calidad de -1,24, lo cual se traduce en poca capacidad innovador de la Escuela de Ingeniería Comercial.

En el mismo ámbito, otro elemento que se muestra con una calificación menor (-1,16) a la media de esta variable, es la relacionada a las habilidades comunicativas y a la forma en que los cursos son enseñados, denotando una decepción por parte del alumnado en este tópico.

Contacto con el personal administrativo

Esta variable hace referencia al personal administrativo de la Carrera de Ingeniería Comercial que interactúa directamente con los alumnos. Considera aspectos tales como: presentación personal, disponibilidad, capacidad solucionadora de problemas y actitud a la hora de la atención de estudiantes. Cabe señalar que, dentro de la gama de 7 variables de estudio, el Contacto con el personal administrativo, fue la mejor evaluada, con la menor diferencia entre la percepción y las expectativas de los estudiantes, denotando un índice de calidad SERVQUAL de -0,46.

No obstante, la dimensión referente a la disponibilidad del personal administrativo se mostró menor a la calificación promedio de la variable, con un índice de calidad de -0,84. Pudiendo deberse a que el personal administrativo encargado de la atención de la población de este estudio tiene una proporción de 1 a 275, reduciéndose a las funciones de una única secretaria administrativa.

Por el contrario, dentro de este ámbito, se presentó el único índice promedio positivo de este estudio. Correspondiente a la presentación personal del personal administrativo, viendo las expectativas sobrepasadas por la percepción de los alumnos, mostrando un índice de calidad SERVQUAL de 0,2.

Resultados por generación

Generación 2011

A la generación 2011 le corresponden las más grandes diferencias entre las expectativas y la percepción con un 31% de incumplimiento entre lo percibido y lo esperado, correspondiente a una diferencia de -1,91 puntos entre percepción y expectativas.

La generación 2011 esperaba estar “De acuerdo” con las afirmaciones entregadas pero termino percibiendo que estaba en “Indiferencia” con los enunciados, además el factor más cuestionado por los estudiantes de quinto año fue la reputación de la escuela obteniendo la puntuación más distante correspondiente a un 45% de incumplimiento por parte de la escuela, principalmente la presencia de los valores organizacionales, creencias y cultura organizacional de la institución presento una diferencia de -4 entre expectativas y percepción, seguido por los cursos están actualizados con una diferencia de -3,25 (para más detalle ver **Anexo 2**)

Cuadro 9: Resumen generación 2011

Generación 2011		
Ítem	Porcentaje	Diferencia Percibido/Esperado
Contacto personal docente	19%	-1,0833
Reputación	45%	-2,7
Evidencia Física	35%	-2,1667
Contacto con personal administrativo	25%	-1,5
Curriculum	33%	-2,0833
Responsabilidad	42%	-2,6667
Acceso a Servicios	26%	-1,5833

Fuente: Elaboración propia bajo instrumento SERVQUAL

Por ende generación 2011 es la generación que percibe la peor calidad dentro de la escuela como establece el SERVQUAL una calidad de -1,91 se considera pobre

Generación 2012

La generación 2012 posee las mayores expectativas en general esperando estar “de acuerdo” con un 6,6 en la escala Likert, mientras que al mismo tiempo es la generación con la mejor percepción de la escuela con un 5,4 correspondiente a “parcialmente de acuerdo” con los enunciados, sin embargo la diferencia entre ambas variables sigue la tendencia de las otras generaciones disminuyendo a un 24,86% de incumplimiento un cambio porcentual de 6,91% respecto a su generación anterior además esta es la diferencia más grande que existe entre una generación y otra.

El siguiente cuadro muestra los porcentajes de incumplimiento y la diferencia en puntos de cada ítem para le generación 2012

Cuadro 10: Resumen generación 2012

Generación 2012		
Ítem	Porcentaje	Diferencia
Contacto personal	20%	-1,33333333
Reputación	25%	-1,7
Evidencia	20%	-1,29166667
Contacto con personal administrativo	7%	-0,45
Curriculum	17%	-1,16666667
Responsabilidad	17%	-1,16666667
Acceso a Servicios	16%	-1

Fuente: Elaboración propia bajo instrumento SERVQUAL

La generación 2012 es la que mejor puntuación le da al acceso de servicios, pero la que le da la peor clasificación al contacto con el personal académico de la sede, criticando principalmente la falta de innovación de los profesores y la falta de productividad investigativa en los docentes.

Generación 2013

Siguiendo la tendencia en la generación 2013 encontramos la mediana del incumplimiento de los enunciados con un 22,70% ubicándose debajo de la media de un 24,805%, principalmente los alumnos se sienten inconformes con el acceso a los servicios y a la reputación de la escuela, sintiendo desaprobación de un 32% en la apariencia de los edificios y un 28% en que la distribución (en el edificio) de las salas de clases sean adecuadas, en tanto en el apartado de reputación no se cumplen sus expectativas en un 35% en la actualización de los cursos y un 40% de incumplimiento en una falta de incumplimiento de la comunidad de negocios en la comunidad siguiendo la tendencia de las otras generaciones.

Generación 2013 fue la que más aprobación le dio a la responsabilidad de la escuela con un 14% destacando la mantención de los registros en la escuela.

Cuadro 11: Resumen Generación 2013

Generación 2013		
Item	Porcentaje	Diferencia
Contacto personal facultativo	15%	-0,91666667
Reputación	27%	-1,65
Evidencia	26%	-1,54166667
Contacto con personal administrativo	3%	-0,2
Curriculum	14%	-0,83333333
Responsabilidad	14%	-0,83333333
Acceso a Servicios	19%	-1,08333333

Fuente: Elaboración propia bajo instrumento SERVQUAL

Generación 2014

Generación 2014 mantiene la tendencia obteniendo un porcentaje de 21,06% ubicándose bajo la media y la mediana de los datos. Es la generación que más ve cumplida sus

expectativas respecto a la evidencia física principalmente refiriéndose a la apariencia de los edificios, mientras que presentan grandes diferencias respecto al acceso a los servicios criticando principalmente el acceso a las salas de computación y la disponibilidad de los estacionamientos.

Cuadro 12: Resumen generación 2014

Cuadro resumen generación 2014		
Item	Porcentaje	Diferencia
Contacto personal facultativo	12%	-0,76666667
Reputación	17%	-1
Evidencia	20%	-1,2
Contacto con personal administrativo	8%	-0,48
Curriculum	14%	-0,86666667
Responsabilidad	17%	-1
Acceso a Servicios	24%	-1,46666667

Fuente: Elaboración propia bajo instrumento SERVQUAL

Generación 2015

Esta generación vio superadas sus expectativas en dos ítems correspondientes al contacto con el personal administrativo y el facultativo y además presenta las menores diferencias en reputación y curriculum de la escuela, siguiendo la tendencia de las demás generaciones posee la diferencia más baja entre expectativas y percepción en general correspondiente a un 17,84%.

Paradójamente la generación 2015 siendo la que más cumplió sus expectativas y evalúa mejor al servicio entregado fue el año que menos expectativas tuvo con una media de 5,4 correspondiente a “de acuerdo” en la escala Likert lo que explicaría que al tener expectativas bajas los estudiantes no se diferenciaron tanto de lo que percibieron.

Cuadro 13: Resumen Generación 2015

Cuadro Resumen Generación 2015		
Ítem	Porcentaje	Diferencia
Contacto personal facultativo	-1%	0,02777778
Reputación	9%	-0,46666667
Evidencia	24%	-1,36111111
Contacto con personal administrativo	-6%	0,3
Curriculum	9%	-0,77777778
Responsabilidad	24%	-1,33333333
Acceso a Servicios	20%	-1,05555556

Fuente: Elaboración propia bajo instrumento SERVQUAL

V. DISCUSIÓN DE HIPÓTESIS

H1: Respecto a nuestra primera hipótesis, esta se cumple puesto que evidencia física fue el factor donde más se presentaron diferencias entre lo percibido y lo esperado con un 25,04%, la principal razón de esta conclusión por parte de los alumnos es la poca comodidad y lo poco apto de las salas de estudios y la falta de una buena distribución de las salas de clases, y en menor medida la apariencia de los edificios.

H2: la hipótesis dos se cumple parcialmente puesto que la percepción de los alumnos fue alta, los apartados que sí tuvieron más baja aprobación por parte de ellos es la falta de habilidades comunicativas por parte de los profesores y la falta de innovación en ellos.

H3: La hipótesis tres se ve cumplida parcialmente puesto que los alumnos en general no vieron superadas sus expectativas, pero hubo una minoría principalmente en los cursos más recientes que si supero sus expectativas en al menos 8 preguntas, principalmente en lo referente al personal administrativo y facultativo.

H4: La hipótesis cuatro se ve cumplida totalmente, puesto que a mayor cantidad de años más se van distanciando la percepción de las expectativas de los miembros de la carrera

de ingeniería comercial, además esta relación nos ha permitido implementar un modelo de regresión lineal para estimar la satisfacción de los estudiantes que no fueron encuestados, puesto que son de generaciones más antiguas como 2009, 2008 etc.

VI. CONCLUSIONES

Se puede establecer una relación entre la calidad percibida del servicio y los años de ingreso de forma lineal, siendo que mientras más años dentro de la escuela peor es la percepción del servicio por ende peor es la satisfacción que tendrían los miembros dentro de la organización, por otro lado los miembros más recientes se encuentran más satisfechos respecto a lo que perciben, pero son los que más bajas expectativas poseen dentro de todas las generaciones.

La evidencia física es el apartado que peor calificación tiene, pero hay que considerar que este no pertenece solo a la escuela sino que a toda la comunidad universitaria y es compartido con todas las carreras de la sede Puerto Montt, en lo que respecta a las dos áreas con mayor aprobación en estas si posee mayor responsabilidad la escuela, correspondientes al manejo del personal administrativo y facultativo.

La principal causa que nos mostró preocupación en este estudio fue la baja aprobación de la reputación en la escuela, principalmente en torno a la falta de presencia de los valores organizacionales, la cultura y la misión de la escuela, también en este sentido falta participación de la escuela en la comunidad local, y la falta de innovación por parte de la escuela percibido principalmente por los estudiantes de años más avanzados (cuarto y quinto).

El uso de este estudio destinado a conocer la percepción de la calidad de los estudiantes logro establecer una tendencia respecto a los años de carrera con la insatisfacción de sus miembros,

Finalmente se puede afirmar que los apartados de mayor insatisfacción fueron los que competen a toda la universidad (Evidencia Física, Responsabilidad, Acceso a servicios), mientras que las secciones que dependían directamente de la escuela de Ingeniería Comercial (Currículum, Reputación, Contacto con el personal docente, Contacto con el personal administrativo) tuvieron mayor satisfacción por parte de su alumnado por ende

la Universidad afecta negativamente a la calidad y reputación de la escuela de Ingeniería Comercial.

VII. BIBLIOGRAFÍA

- BOTERO, MARIA M. Y PEÑA, PAOLA 2006 2006. “Calidad de Servicio: El Cliente Incognito”. Revista Suma Psicológica, Vol. 13, N°2.
- CLAUDIA LOBOS WILLIAMSON, MAURICIO SEPULVEDA MORA, 2009 Construcción de una medición de Calidad del Servicio de la telefonía móvil en Chile.
- CRONIN JR.M J JOSEPH Y TAYLOR, STVE A, 1990, “Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension”. Journal of Marketing, Vol. 2
- FRANCIS BUTTLE, 1995, SERVQUAL: review, critique, research agenda.
- GASTON LEBLANC Y NHA NGUYEN, 1997, Searching for excellence in business education: an exploratory study of customer impressions of service quality
- GUILLERMO BRIONES; 1996 Metodología de la investigación cuantitativa en las ciencias sociales,
- HOLBROOK, MORRIS B. Y KIM P. CORFMAN, 1985 “quality and value in the consumption experience: Phaldrus Rides Again Pág 31-57.
- KAY C. TAN & SEI W. KEK, 2004 Service Quality in Higher Education Using an Enhanced SERVQUAL.
- LEY 18.062 1990, Ministerio de educación, Republica de Chile.}
- LEY 20.129, 2006, Ministerio de educación, República de Chile.
- MARYSELA COROMOTO, MORILLO MORENO, 2006 Análisis de la calidad del servicio hotelero mediante la Escala de SERVQUAL.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA ESTANDARIZACION (ISO). 1987, norma 9000, 198 pág. 1
- OTÁVIO JOSE DE OLIVEIRA, EURIANE CRISTINA FERREIRA, 1997 Adaptation and application of the SERVQUAL scale in higher education.
- PARASURAMAN, ZITHAML Y BERRY, 1998 SERVQUAL: A multiple-item scale for meausring consumer perceptions of service quality

- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, 2014, Diccionario de la real academia español edición 2014.
- SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1998
- URIEL PINEDA, 2011, Aplicación del modelo Servqual y herramientas de ingeniería de la calidad para la planificación del servicio en la Biblioteca Central de la Universidad de Antioquia.
- VALMI D. SOUSA1 MARTHA DRIESSNACK ISABEL AMÉLIA COSTA MENDES; 1996 revisión de diseños de investigación resaltantes para enfermería. parte 1: diseños de investigación cuantitativa",
- WILLIAM EDWARDS DEMING, 1998, compilación por D.H Groberg, Out of the crisis, Pág. 1 y 2
- ZEITHAML VALARIE, 1987 Defining and Relating Price, Perceived Quality and Perceived Value, Reporte Numero Ocho Pág. 87-101.

VIII. ANEXOS

Anexo 1

Factor name	Variables	Factor loading	Percentage of variance explained	Cronbach's reliability coefficient
F1 Contact personnel: faculty	Appearance of professors	0.71	29.4	0.85
	Professors are friendly and courteous	0.69		
	Professors research productivity	0.59		
	Communication skills: courses are well taught	0.58		
	Academic credentials of professors	0.58		
	Professors are innovative and agents of change	0.57		
F2 Reputation	Business school is innovative	0.75	6.7	0.80
	Organizational culture, beliefs and values	0.72		
	Business school's involvement in community	0.68		
	Degree to which curriculum is up to date	0.64		
	Administration has students' best interest at heart	0.60		
F3 Physical evidence	Layout of classrooms	0.74	5.4	0.80
	Lighting in classrooms	0.69		
	Appearance of building and grounds	0.66		
	Overall cleanliness	0.64		
	Degree to which classrooms and study rooms are comfortable	0.61		
	Decor and atmosphere	0.59		
F4 Contact personnel: administration	Availability of personnel	0.75	4.2	0.85
	Friendly and courteous personnel	0.75		
	Capacity to solve problems when they arise	0.68		
	Personnel has a good knowledge of rules and procedures	0.66		
	Appearance of personnel	0.61		
F5 Curriculum	Orientation of programmes and course content	0.68	3.7	0.76
	Number of courses offered	0.63		
	Degree to which objectives of programmes are explained to students	0.62		
F6 Responsiveness	Students are informed promptly of changes	0.77	3.4	0.71
	Registration is timely and error-free	0.57		
	Records are kept accurately	0.53		
F7 Access to facilities	Available of parking	0.70	3.1	0.55
	Access to computer facilities	0.66		
	Access to study rooms	0.55		

Anexo 2: Cuadro Resumen General

Porcentaje de incumplimiento							
Item/Generación	2011	2012	2013	2014	2015	Minimo	Maximo
Contacto personal facultativo	19%	20%	15%	12%	0%	-1%	20%
Reputación	45%	25%	27%	17%	9%	9%	45%
Evidencia	35%	20%	26%	20%	24%	20%	35%
Contacto con personal administrativo	25%	7%	3%	8%	0%	-6%	25%
Curriculum	33%	17%	14%	14%	9%	9%	33%
Responsabilidad	42%	17%	14%	17%	24%	14%	42%
Acceso a Servicios	26%	16%	19%	24%	20%	16%	26%

Anexo 3 Porcentaje incumplimiento por pregunta

Porcentaje Incumplimiento	Contacto con el personal Facultativo					
	12	13	14	17	20	28
Generación/N°Pregunta						
2015	9%	-6%	-3%	-9%	0%	6%
2014	13%	15%	23%	6%	0%	17%
2013	26%	0%	19%	-4%	28%	22%
2012	27%	15%	30%	4%	19%	25%
2011	5%	17%	30%	25%	14%	25%

Reputación				
4	7	10	11	29
0%	7%	12%	9%	17%
14%	20%	7%	17%	27%
35%	9%	20%	29%	40%
21%	23%	19%	30%	33%
50%	62%	39%	43%	29%

Evidencia física					
15	16	18	19	24	30
27%	28%	13%	30%	16%	30%
27%	40%	13%	14%	20%	7%
25%	27%	32%	28%	16%	26%
26%	30%	15%	8%	8%	31%
26%	42%	52%	52%	22%	14%

Contacto con el personal Administrativo				
1	2	3	9	21
-3%	-6%	-33%	0%	9%
9%	13%	6%	9%	0%
8%	8%	-4%	-4%	8%
24%	11%	-12%	4%	7%
35%	38%	18%	16%	13%

Curriculum		
8	22	27
0%	2%	24%
23%	9%	11%
17%	8%	17%
21%	19%	11%
38%	28%	33%

Responsabilidad		
5	6	25
50%	3%	17%
17%	0%	33%
21%	9%	13%
15%	14%	21%
48%	42%	35%

Acesso a servicios		
23	26	31
28%	15%	18%
16%	35%	20%
28%	26%	0%
0%	22%	25%
30%	38%	5%

Anexo 4 INSTRUMENTO



Universidad Austral de Chile
Sede Puerto Montt
Escuela de Ingeniería Comercial

ENCUESTA DE CALIDAD DEL SERVICIO ANÁLISIS SERVQUAL

PRESENTACIÓN

Estimados estudiantes de antemano agradecemos su participación en este estudio y la disponibilidad que han tenido a la hora de responder este instrumento para medir la satisfacción del servicio otorgado en la escuela de Ingeniería Comercial en variables como:

- Contacto con el personal: facultativo
- Contacto con el personal: administrativo
- Reputación
- Responsabilidad
- Evidencia Física
- Curriculum
- Acceso a instalaciones

INSTRUCCIONES

- En la primera sección se espera que usted indique el nivel de cumplimiento que usted **esperaría** en una escuela de Ingeniería Comercial a nivel general y en qué grado espera que se cumplan los siguientes enunciados.
- La segunda sección espera medir su percepción respecto a lo que realmente usted percibe que le entrega la escuela de **Ingeniería Comercial en los siguientes enunciados.**
- La encuesta no durara más de diez minutos una vez iniciado el cuestionario.

Nuevamente agradecemos su participación, cabe mencionar que una vez finalizada nuestra investigación los resultados estarán disponibles para su conocimiento, para que se informen acerca de la calidad final que arrojen los resultados de la medición.

SIMBOLOGÍA

1	Totalmente en desacuerdo
2	En desacuerdo
3	Parcialmente en desacuerdo
4	Indiferente
5	Parcialmente en Acuerdo
6	En acuerdo
7	Totalmente de Acuerdo



RUT -

Generación

Califique en un rango de 1 a 7 según lo que, **a su juicio**, la Universidad Austral sede Puerto Montt **DEBERÍA** cumplir con las siguientes afirmaciones

Contacto con el personal: facultad		Valoración						
		1	2	3	4	5	6	7
1	El personal administrativo tiene buena comprensión del reglamento y procedimientos	1	2	3	4	5	6	7
2	La disponibilidad del personal administrativo es buena	1	2	3	4	5	6	7
3	El personal administrativo cuida su apariencia personal	1	2	3	4	5	6	7
4	Los cursos están actualizados	1	2	3	4	5	6	7
5	Las inscripciones son puntuales y libres de errores	1	2	3	4	5	6	7
6	Los registros se mantienen con precisión	1	2	3	4	5	6	7
7	Están presentes la cultura organizacional, creencias y valores de la escuela	1	2	3	4	5	6	7
8	La orientación del programa y contenidos del curso es adecuada	1	2	3	4	5	6	7
9	El personal administrativo es amigable y cortés	1	2	3	4	5	6	7
10	La administración tiene en mente los intereses de los estudiantes	1	2	3	4	5	6	7
11	La escuela de negocios es innovadora	1	2	3	4	5	6	7
12	Existe productividad de investigación en los profesores	1	2	3	4	5	6	7
13	Los profesores son amigables y corteses	1	2	3	4	5	6	7
14	Los profesores son innovadores	1	2	3	4	5	6	7
15	Las salas de clases poseen iluminación adecuada	1	2	3	4	5	6	7
16	Grado de comodidad de las salas de clases y salas de estudio	1	2	3	4	5	6	7
17	Los profesores cuidan su presentación personal	1	2	3	4	5	6	7
18	La apariencia de los edificios y el terreno es óptima	1	2	3	4	5	6	7
19	La distribución (en el edificio) de las salas de clases es adecuada	1	2	3	4	5	6	7
20	Los profesores presentan un amplio curriculum	1	2	3	4	5	6	7
21	La capacidad de solución de problemas del personal administrativo es optima	1	2	3	4	5	6	7
22	Los objetivos del programa son bien explicados a los estudiantes	1	2	3	4	5	6	7
23	El acceso a salas de estudio es optimo	1	2	3	4	5	6	7
24	Las instalaciones son limpias	1	2	3	4	5	6	7
25	Los estudiantes son informados apropiadamente de los cambios	1	2	3	4	5	6	7
26	El acceso a instalaciones de computación es adecuado	1	2	3	4	5	6	7
27	El numero de cursos ofrecidos es el optimo	1	2	3	4	5	6	7
28	Existen Habilidades comunicativas, los cursos son bien enseñados	1	2	3	4	5	6	7
29	Existe participación de la escuela de negocios en la comunidad	1	2	3	4	5	6	7
30	Decoración y atmósfera	1	2	3	4	5	6	7
31	La disponibilidad del estacionamiento es optima	1	2	3	4	5	6	7



RUT -

Generación

Califique en un rango de 1 a 7 según lo que, **a su juicio, PERCIBE** que la **Universidad Austral sede Puerto Montt** posee respecto a las siguientes afirmaciones

Contacto con el personal: facultad		Valoración						
1	El personal administrativo tiene buena comprensión del reglamento y procedimientos	1	2	3	4	5	6	7
2	La disponibilidad del personal administrativo es buena	1	2	3	4	5	6	7
3	El personal administrativo cuida su apariencia personal	1	2	3	4	5	6	7
4	Los cursos están actualizados	1	2	3	4	5	6	7
5	Las inscripciones son puntuales y libres de errores	1	2	3	4	5	6	7
6	Los registros se mantienen con precisión	1	2	3	4	5	6	7
7	Están presentes la cultura organizacional, creencias y valores de la escuela	1	2	3	4	5	6	7
8	La orientación del programa y contenidos del curso es adecuada	1	2	3	4	5	6	7
9	El personal administrativo es amigable y cortés	1	2	3	4	5	6	7
10	La administración tiene en mente los intereses de los estudiantes	1	2	3	4	5	6	7
11	La escuela de negocios es innovadora	1	2	3	4	5	6	7
12	Existe productividad de investigación en los profesores	1	2	3	4	5	6	7
13	Los profesores son amigables y corteses	1	2	3	4	5	6	7
14	Los profesores son innovadores	1	2	3	4	5	6	7
15	Las salas de clases poseen iluminación adecuada	1	2	3	4	5	6	7
16	Grado de comodidad de las salas de clases y salas de estudio	1	2	3	4	5	6	7
17	Los profesores cuidan su presentación personal	1	2	3	4	5	6	7
18	La apariencia de los edificios y el terreno es óptima	1	2	3	4	5	6	7
19	La distribución (en el edificio) de las salas de clases es adecuada	1	2	3	4	5	6	7
20	Los profesores presentan un amplio curriculum	1	2	3	4	5	6	7
21	La capacidad de solución de problemas del personal administrativo es optima	1	2	3	4	5	6	7
22	Los objetivos del programa son bien explicados a los estudiantes	1	2	3	4	5	6	7
23	El acceso a salas de estudio es optimo	1	2	3	4	5	6	7
24	Las instalaciones son limpias	1	2	3	4	5	6	7
25	Los estudiantes son informados apropiadamente de los cambios	1	2	3	4	5	6	7
26	El acceso a instalaciones de computación es adecuado	1	2	3	4	5	6	7
27	El número de cursos ofrecidos es el optimo	1	2	3	4	5	6	7
28	Existen Habilidades comunicativas, los cursos son bien enseñados	1	2	3	4	5	6	7
29	Existe participación de la escuela de negocios en la comunidad	1	2	3	4	5	6	7
30	Decoración y atmósfera	1	2	3	4	5	6	7
31	La disponibilidad del estacionamiento es optima	1	2	3	4	5	6	7