

PROPUESTA METODOLOGICA PARA MEDIR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE,
BASADO EN LA NORMA ISO 9001:2015 NUMERAL 5.1.2 PARA LA INSTITUCIÓN
EDUCATIVA TROCHAS

SILVIA CAROLINA RIOS GALVIS

UNIVERSIDAD LIBRE DE COLOMBIA
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE CALIDAD DE SERVICIO Y PRODUCTO
DEPARTAMENTO DE POSTGRADOS
BOGOTÁ D.C, 2017

PROPUESTA METODOLOGICA PARA MEDIR LA SATISFACCION DEL CLIENTE,
BASADO EN LA NORMA ISO 9001:2015 NUMERAL 5.1.2 PARA LA INSTITUCIÓN
EDUCATIVA TROCHAS

SILVIA CAROLINA RÍOS GALVIS

Para optar el título de:
Especialista en Gerencia de Calidad del producto y el servicio

Asesor:

ÁLVARO JIMÉNEZ

UNIVERSIDAD LIBRE DE COLOMBIA
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE CALIDAD DE SERVICIO Y PRODUCTO
DEPARTAMENTO DE POSTGRADOS
BOGOTÁ D.C, 2017

CONTENIDO

LISTA DE TABLAS	vi
LISTA DE FIGURAS	vii
GLOSARIO	ix
INTRODUCCIÓN	10
FICHA TÉCNICA	11
1. GENERALIDADES	12
1.1 ANTECEDENTES.....	12
1.1.1 Antecedentes teóricos.....	12
1.1.2 Antecedentes de campo.....	13
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
1.2.1 Descripción del problema.....	15
1.2.2 Formulación del problema.....	16
1.3 OBJETIVOS.....	16
1.3.1 Objetivo general.....	16
1.3.2 Objetivos específicos.....	17
1.4 JUSTIFICACIÓN.....	17
1.4.1 Justificación teórica.....	17
1.4.2 Justificación metodológica.....	18
1.4.3 Justificación práctica.....	18

1.5 DELIMITACIÓN.....	19
1.6. MARCO REFERENCIAL	20
1.6.1 Marco teórico.....	20
1.6.2 Marco conceptual	29
1.6.3 Marco legal.....	31
1.7 METODOLOGIA	31
1.7.1 Tipo de estudio	31
1.7.2 Fuentes de información	32
1.8 DISEÑO METODOLOGICO.....	33
2. COMPRENSIÓN DE LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LAS PARTES INTERESADAS	35
2.1 Identificación de la población y muestra.....	35
2.2 Estructura de los instrumentos	37
2.3 Escala de satisfacción.....	39
2.4 Validación de los instrumentos	39
3. MEDICIÓN DEL SERVICIO Y SISTEMA DE EDUCACIÓN PARA LAS PARTES INTERESADAS	40
3.1 ANÁLISIS DE SATISFACCIÓN.....	40
3.1.1 DOCENTES	40
3.1.2 ESTUDIANTES	43

3.1.3 PADRES DE FAMILIA.....	46
3.1.4 DOCENTES, ESTUDIANTES Y PADRES DE FAMILIA	48
3.1.5 DOCENTES Y ESTUDIANTES	49
3.1.6 DOCENTES Y PADRES DE FAMILIA	50
3.1.7 ESTUDIANTES Y PADRES DE FAMILIA.....	51
4. ELABORACIÓN DE PLANES DE ACCIÓN PARA MEJORAMIENTO DE LA SATISFACCIÓN	53
CONCLUSIONES	57
REFERENCIAS	59

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Matriz funcional/disfuncional del modelo Kano	24
Tabla 2. Tabla Kano.....	25
Tabla 3. Marco legal	31
Tabla 4. Fuentes Primarias.....	32
Tabla 5. Requerimientos estudiantes	37
Tabla 6. Requerimientos docentes	38
Tabla 7. Requerimientos padres de familia.....	38
Tabla 8. Escala encuesta tipo Likert	39
Tabla 9. Planes de acción.....	53

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Modelo ACSI de Satisfacción del cliente.....	22
Figura 2. Modelo de satisfacción del cliente de Kano	24
Figura 3. Modelo SERVQUAL	27
Figura 4. Partes interesadas en una organización	30
Figura 5. Diseño metodológico.....	34
Figura 6. Gráfica de Satisfacción sobre oportunidad de capacitación para docentes	40
Figura 7. Gráfica de Satisfacción sobre el funcionamiento del gobierno escolar.....	41
Figura 8. Gráfica de Satisfacción sobre el desempeño de pruebas de estado	41
Figura 9. Gráfica de Satisfacción sobre apropiación del PEI	42
Figura 10. Gráfica de Satisfacción sobre estabilidad laboral.....	42
Figura 11. Gráfica de satisfacción del progreso en la formación escolar	43
Figura 12. Gráfica de satisfacción sobre participación en actividades extraclase	43
Figura 13. Gráfica de satisfacción sobre relaciones afectivas	44
Figura 14. Gráfica de satisfacción sobre labores de mantenimiento	45
Figura 15. Gráfica de satisfacción sobre seguridad en la institución.....	45
Figura 16. Gráfica de satisfacción sobre conocimiento del manual de convivencia	46
Figura 17. Gráfica de satisfacción sobre atención por parte de los docentes	46
Figura 18. Gráfica de satisfacción sobre alcance de logros en la escuela de padres	47
Figura 19. Gráfica de satisfacción sobre la formación en valores	47
Figura 20. Gráfica de satisfacción sobre el apoyo a estudiantes con capacidades especiales.	48
Figura 21. Gráfica de satisfacción sobre infraestructura de la institución.....	48
Figura 22. Gráfica de satisfacción sobre los servicios complementarios	49

Figura 23. Gráfica de satisfacción sobre la higiene en los baños	49
Figura 24. Gráfica de satisfacción sobre implementación de recursos tecnológicos.....	50
Figura 25. Gráfica de satisfacción sobre rendimiento académico de los estudiantes.	50
Figura 26. Gráfica de satisfacción sobre metodologías implementadas por docentes.....	51
Figura 27. Gráfica de satisfacción sobre participación en el gobierno escolar.....	51

GLOSARIO

Ciente: Organización o persona que recibe un producto.

Satisfacción del cliente: Percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido las expectativas de los clientes.

Servicio al cliente: interacción de la organización con el cliente a lo largo del ciclo de vida de un producto o un servicio.

Requisito: Necesidad o expectativa establecida, generalmente implícita u obligatoria.

(ISO 9000, 2015)

INTRODUCCIÓN

En la actualidad el cliente es el propósito del trabajo diario de las compañías, las empresas deben satisfacer de alguna manera sus necesidades, una de ellas es brindándoles un buen servicio que cuente con algunos elementos como rapidez de respuesta, amabilidad, profesionalismo y credibilidad, elevando así el nivel de percepción hacia el producto y además aumentando su valor. Esto con lleva a determinar la calidad del servicio, por medio de la medición de la satisfacción del cliente.

Especialistas definen la satisfacción al cliente como:

Una sensación de placer o de decepción que resulta de comparar la experiencia del producto (o los resultados esperados) con las expectativas de beneficios previas. Si los resultados son inferiores a las expectativas, el cliente queda insatisfecho. Si los resultados están a la altura de las expectativas, el cliente queda satisfecho. Si los resultados superan las expectativas, el cliente queda muy satisfecho o encantado (Kotler & Keller, 2006, p. 144).

Por otra parte la norma NTC 9001:2015 en su numeral 5.1.2 establece que la gestión de la calidad tiene entre sus objetivos satisfacer las necesidades de los clientes y esforzarse en superar las expectativas de los mismos.

En la presente investigación se hace una propuesta metodología basado en la NTC 9001:2015 numeral 5.1.2 para evaluar la satisfacción al cliente por medio de instrumentos de recolección de información por parte de los docentes, estudiantes y padres de familia de la Institución Educativa Trochas. Esta evaluación se considera muy importante a la hora de identificar las inconformidades y falencias para proponer planes de acción para el mejoramiento en la calidad del servicio a los clientes actuales y futuros.

FICHA TÉCNICA

Periodo	2016-II
Programa académico	Especialización de gerencia de calidad del producto y el servicio
Estudiante	Silvia Carolina Ríos Galvis
Código	67162007
Asesor	Álvaro Jiménez

Título	PROPUESTA METODOLOGIA PARA MEDIR LA SATISFACCION DEL CLIENTE, BASADO EN LA NORMA ISO 9001:2015 NUMERAL 5.1.2 PARA LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA TROCHAS
Alternativa	Estudio de caso
Línea de investigación	
Eje temático	Satisfacción del cliente

1. GENERALIDADES

1.1 ANTECEDENTES

En relación al presente trabajo, se seleccionaron las siguientes investigaciones realizadas:

1.1.1 Antecedentes teóricos.

En estudios teóricos, figuran los siguientes:

1. González, Carmona & Rivas (2007): en su libro Guía para la medición directa satisfacción al cliente, afirman: “Por medio de la satisfacción del cliente se pueden lograr dos grandes objetivos: conocer cuáles son los requerimientos del cliente y analizar el grado de cumplimiento de los mismos”.

2. Oliver Richard (2010): en su libro Satisfaction a behavioral perspective on the consumer define la satisfacción como: “Una evaluación que los consumidores realizan, para determinar las diferencias entre las expectativas percibidas y el rendimiento real del producto tal como la percibe después de su consumo, estos puede generar satisfacciones de consumo malas o buenas”.

3. Giese & Cote (2002): en su artículo Defining Consumer Satisfaction, definen tres componen importantes en el concepto de satisfacción del cliente:

1) La satisfacción del consumidor es una respuesta emocional o cognitiva.

2) La respuesta del consumidor tiene que ver con las expectativas de los productos y experiencia de consumo.

3) La respuesta se produce en un momento determinado puede ser después del consumo, en la elección o basada en la experiencia.

1.1.2 Antecedentes de campo.

Los trabajos de campo que están relacionados con este proyecto investigativo son:

1. Porras (2013): en colegios públicos del municipio de Villavicencio, desarrollo un trabajo titulado: “Implantación del sistema de gestión de calidad en las instituciones públicas de educación preescolar, básica y media del municipio de Villavicencio (Colombia). Estudio de casos múltiples”.

La investigación fue presentada a la Facultad de Educación de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (España), es una tesis de tipo Doctoral. El objetivo general consistió en identificar las variables de tipo administrativo, organizacional, cultural y de conocimientos sobre gestión de la calidad, que condicionan la implantación del Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) en las instituciones públicas de educación preescolar, básica y media, del Municipio de Villavicencio (Colombia). Este trabajo es un estudio de caso, su metodología consistió en dos etapas, la primera dividida en 4 fases: 1. Caracterización de las instituciones antes de la implementación del SGC, para esto se necesitaron dos técnicas de recolección de información: la encuesta y la validación de información por parte de directivos y docentes. 2. Formación del recurso humano. 3. Acompañamientos en la implantación del SGC en las instituciones públicas y la última fase configuración de un plan integral de la Calidad. La segunda etapa consistió en tres fases, la primera diagnóstico de las instituciones a partir de información documentada, la segunda retroalimentación en torno a los procesos de autoevaluación y plan de mejoramiento y la última fase formación del recurso humano.

Esta tesis tiene un enfoque cuantitativo, se utiliza un instrumento de recolección de datos que es la encuestas, abordando una de las etapas más importantes del SGC, siendo el enfoque al cliente, se aplican tres instrumentos diferentes para docentes, estudiantes y padres de familia.

La relación entre esta tesis y el presente trabajo, fue evidente, ya que el uso de instrumentos de recolección de información, favorece al conocimiento de la satisfacción de las partes interesadas en la institución, comprendiendo así sus requisitos, expectativas y fomentando mejoras en los colegios.

2. Velásquez (2011): se trata de un informe técnico que se realizó en la Universidad del Valle, en el cual se explica una metodología implementada para medir la satisfacción de los usuarios de la universidad del valle, con el fin de determinar la percepción de los usuarios con respecto a los servicios que les son ofrecidos. Para ello se utilizó el modelo SERVQUAL Y 5Qs, con escalas Likert de medición de cinco valores y se aplicaron muestras de diferentes tamaños de los tipos de usuarios existentes en la universidad.

La relación con el presente trabajo de investigación y dicha tesis es relevante, la medición de la percepción por los diferentes usuarios, ayuda a determinar la insatisfacción en áreas específicas para así proponer planes de mejora.

3. Tumino & Poitevin (2013): en su artículo científico Evaluación de la calidad de servicio universitario desde la percepción de estudiante y docentes: caso estudio, plantean la evaluación de la calidad de los servicios universitarios de una universidad privada de Argentina. Este estudio es de corte cuantitativo, transversal y correlacional. La metodología utilizada fue:

1. Escoger la población y la muestra: la muestra estaba conformada por 454 estudiantes y 64 docentes.

2. Construcción y validación de instrumentos: basados en el modelo SERVQUAL, se elaboraron dos cuestionarios, uno para medir percepciones de estudiantes y otra para docentes. El cuestionario utilizó una escala de tipo Likert de 5 puntos.

3. Realizar los diferentes análisis para poder determinar las inconformidades por partes de los grupos de clientes.

La relación con el presente trabajo de investigación y dicha tesis es positiva, por medio de encuestas se puede medir la percepción que tiene diferentes grupos de clientes de dicha institución, haciéndose necesario la implementación de mejoras para mantener a los clientes satisfechos y su permanencia.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1 Descripción del problema.

Las organizaciones públicas se ven enfrentadas a constantes cambios del entorno y a una demanda creciente por parte de los usuarios, obligándolas a actualizarse y a buscar una mayor eficiencia en su gestión y por tanto a aumentar sus niveles de calidad. Palominos, Quezada, Osorio, Torres & Lippi (2016)

Para el caso de los colegios públicos se tiene la necesidad de redefinir y perfeccionar su proceso de gestión de calidad de los servicios educativos, teniendo en cuenta un enfoque de satisfacción al cliente para sus partes interesadas como docentes, padres de familia y principalmente de estudiantes.

Así mismo surge la tarea de los Rectores de buscar servicios que puedan satisfacer a sus clientes, de acuerdo a sus exigencias, teniendo como objetivo de retener a sus clientes, alcanzando una

estrecha relación, su fidelización y su permanencia logrando así que la institución pueda sobresalir frente a su competencia y crear una cultura de mejora continua.

Para conocer estos requerimientos de los usuarios se hace necesario de la medición de la satisfacción del cliente que autores como Alves y raposo (2004) mencionan que “Es relevante, porque condiciona a que los alumnos permanezcan en la institución, y la reputación de esta mejore a través de la valoración positiva del boca a boca”

Según Brennan y Williams (2004) citado por Suarez (2013) “La calidad de las instituciones de educación depende, cada vez más, de la retroalimentación que se reciba y que, por ello, realizar encuestas de opinión debe ser prioridad en este tipo de organizaciones”

Por ello surge la necesidad proponer una metodología en la cual se diseñe y ejecute una evaluación para las partes interesadas con el fin de identificar requerimientos, establecer debilidades y diseñar planes correctivos que ayuden al mejoramiento del servicio al cliente.

1.2.2 Formulación del problema.

¿De qué forma se puede implementar una metodología que permita proponer planes de acción para incrementar la satisfacción de los clientes en la Institución Educativa Trochas basado en la norma NTC ISO 9001:2015 numeral 5.1.2?

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo general.

Proponer una metodología para la medición de la satisfacción al cliente en la Institución Educativa Trochas, bajo lineamientos de la NTC 9001:2015 numeral 5.1.2, que permita desarrollar planes de acción en el mejoramiento del servicio.

1.3.2 Objetivos específicos.

- Diseñar un instrumento para medir la satisfacción de los clientes como estudiantes, docentes y padres de familia de la Institución Educativa Trochas.
- Realizar la medición del sistema de educación y servicio para los usuarios en la Institución Educativa Trochas bajo los lineamientos de la NTC 9001:2015 numeral 5.1.2.
- Elaborar planes de acción para el mejoramiento del nivel de satisfacción de los clientes de la Institución Educativa Trochas.

1.4 JUSTIFICACIÓN

1.4.1 Justificación teórica.

Este trabajo tiene un gran aporte para la Institución Educativa Trochas, en lo referente a la medición de la satisfacción del cliente por parte de los docentes, estudiantes y padres de familia, si se tiene en cuenta que en el caso de esta institución, en su años de funcionamiento no se aplicado ningún método para la medición del servicio, autores como Mejías (2009), afirma que “Medir la satisfacción del cliente tiene sentido siempre que se acompañe de acciones que induzcan a la mejora y a la innovación”.

La tesis sirve como referencia teórica y antecedentes para próximas investigaciones sobre la medición de la satisfacción del cliente en el sector educativo y la importancia que tiene este método para las diferentes empresas tanto de productos como prestadoras de servicios que se desenvuelven en cada uno de los sectores económicos existentes.

En cuanto a la definición de conceptos y alcances de la satisfacción del cliente y su medición, este trabajo ayuda a definir sus términos. Con la medición de la satisfacción de los usuarios se

demuestra que es importante a la hora de conocer sus expectativas porque esto ayuda a que las organizaciones sean más competentes y exitosas.

1.4.2 Justificación metodológica.

Con el objetivo de establecer el nivel de satisfacción del cliente por parte de estudiantes, docentes y padres de familia de la Institución Educativa Trochas, se propone una metodología que permita abordar una de las etapas básicas en el Sistema de Gestión de Calidad, relacionada con el enfoque la cliente ¹(numeral 5.1.2 de la NTC 9001:2015).

Se estableció que la manera de identificar el nivel de satisfacción es partir de un instrumento de medición de información que es la encuesta. Las cual dará un acercamiento directo con la población objetivo y permitirá realizar su respectivo análisis.

1.4.3 Justificación práctica.

Una herramienta muy valiosa para la medición de la satisfacción son las encuestas, porque suministra información sobre el grado de satisfacción de los clientes en cuantos a los servicios prestados.

Autores como Massip, Ortiz, Llanta, Peña & Infante (2009) manifiestan que: “Para ofrecer servicios de mayor calidad, favoreciendo la creación de instituciones de excelencia, se debe contar con instrumentos que constantemente estén contribuyendo datos que muestren la situación actual y, a su vez, que denoten las falencias existentes en el sistema”.

De esta forma para la Institución Educativa Trochas traerá las ventajas de conocer que percepción que tienen las diferentes partes interesadas de la institución acerca del servicio

¹ La Guía Técnica colombiana GTC 200 de 2011 (implementación de la norma ISO 9001 en establecimientos de educación preescolar, básica y media), señala: ‘Las necesidades y expectativas de los beneficiarios y de las partes interesadas, son denominadas requisitos, los cuales se deberían identificar, traducirse en características de la prestación del servicio y medirse para determinar si son satisfecha’.

educativo, para tomar las correctivas necesarias y poder cumplir con las necesidades y sus requerimientos, manteniendo su permanencia en el establecimiento, que el usuario comunique experiencias positivas, dejar competencia a un lado, tener una buena posición en el mercado y finalmente atraer nuevos clientes.

1.5 DELIMITACIÓN

La presente investigación presenta la siguiente delimitación

-Delimitación espacial: la investigación se desarrolla en la Institución Educativa Trochas, ubicado en el municipio de la Paz, del departamento de Santander (Colombia). Cuenta con 250 estudiantes distribuidos en doce sedes rurales.

-Delimitación temporal: la investigación se desarrolló en el periodo comprendido entre agosto del 2016 y junio del 2017.

-Delimitación del contenido: se han considerado los siguientes temas ejes: satisfacción al cliente, NTC 9001:2015 numeral 5.1.2, medición de satisfacción al cliente por medio de la elaboración de tres encuestas correspondientes a cada una de las partes interesadas la Institución Educativa Trochas, para luego realizar los análisis necesarios, obtener los resultados correspondientes y finalmente realizar las propuestas para la mejora del servicio en la institución

Alcance: El alcance abarca la medición de la satisfacción del cliente en el la Institución Educativa Trochas ubicado en el municipio de la Paz, análisis, elaboración de acciones correctivos y desarrollo de conclusiones en función de los resultados.

1.6. MARCO REFERENCIAL

1.6.1 Marco teórico

1.6.1.1 Satisfacción al cliente

Actualmente en las diferentes compañías, el usuario se ha convertido en su piedra angular. Desde esta perspectiva, el rendimiento de las organizaciones está dado por la satisfacción de los clientes. Rubén Rico (2001) citado por Vivas (2010) precisa “La satisfacción como un estado de ánimo que crea agrado y complacencia por la realización completa de las necesidades y expectativas creadas. El estado de ánimo de los clientes surge de relacionar las necesidades y expectativas versus el valor y los rendimientos percibidos”.

Así mismo Grande (2000) afirma que “La satisfacción de un consumidor es el resultado de comparar su percepción de los beneficios que obtiene, con las expectativas que tenía de recibirlos. Si este concepto se expresara de forma matemática se tendría lo siguiente:

Satisfacción = Percepciones – Expectativas”. (Pontón 2009)

Según Lehman & Winer (2007): “La satisfacción crea lealtad y retención de cliente”

Resumiendo, este parámetro es de vital importancia para las empresas, permite visualizar su posicionamiento en el mercado y la oportunidad de diseñar estrategias que ayuden a lograr un alto desempeño en el sector donde se desenvuelven (p. 159)

1.6.1.2 Medición de la satisfacción al cliente.

Una de las mejores maneras de descubrir la satisfacción y lealtad de los clientes, es teniendo un acercamiento directamente con ellos, así dando a entender sus necesidades. Para medirlas, es por medio de la medición de la satisfacción del cliente.

Investigadores como Kotler & Keller (2006, p 146), exponen que “Existen diversos métodos para medir la satisfacción del cliente, entre los cuales destacan encuestas regulares, seguimiento del índice de abandono de clientes, entre otros”, también Best (2005, p 9) afirma:

Que una de las formas de medir la satisfacción de los clientes, es el índice de satisfacción de los clientes (ISC), que se construye a partir de niveles de satisfacción en aspectos concretos (rendimiento de máquinas, servicio técnico entre otros).

Walker, Boyd, Mullins & Larrech (2005) sustenta para que las medidas de satisfacción al cliente sean de utilidad; se deben considerar dos aspectos: las expectativas y preferencias de los clientes respecto a las diversas dimensiones de calidad de producto y servicio. Las percepciones de los clientes acerca de qué tan bien está satisfaciendo la compañía esas expectativas.

Por último, Lehmann et al. (2007) hacen referencia que “Hoy en día la satisfacción se mide en tres aspectos: expectativas, desempeños y la diferencia entre ambos. Así mismo abundan las medidas de esta satisfacción como comentarios personales, quejas y la más importante la compra o ausencia de la misma.”

Este parámetro es muy importante que se mida con frecuencia, ayuda a la mejora continua de la compañía, conocer nuevos clientes y define estrategias para mantenerse en un mercado exigente y cambiante.

1.6.1.3 Modelos para la medición de la satisfacción al cliente

1.6.1.3.1 Modelo ACSI de Satisfacción del cliente.

The American Customer Satisfaction Index (ACSI) fue creado en el año 1994, es un método que mide la satisfacción de los ciudadanos de EEUU, el modelo se representa en la figura 1.

La información se obtiene a partir de llamadas telefónicas y se representan en 4 niveles²:



Figura 1. Modelo ACSI de Satisfacción del cliente

Fuente: American Customer Satisfaction Index (2017)

- Valor del indicador a nivel nacional
- Valor del indicador en sectores económicos,
- Valor del indicador en industrias diferentes
- Valor del indicador en más de empresas y agencias del gobierno.

Los componentes del modelo se describen a continuación³:

Expectativas del cliente: es la suposición que tiene el cliente por la calidad de los productos y servicios que la organización ofrece. Estas expectativas se forman por diferentes situaciones como experiencias de compras anteriores, opiniones de otras personas, entre otras.

Calidad percibida: se refiere a la calificación que le da el cliente a un producto o servicio. Este término se considera asociado a dos términos la personalización y la fiabilidad, el primero se

² www.theacsi.org. Recuperado el 26 de Octubre del 2016, de <http://www.theacsi.org/about-acsi/the-science-of-customer-satisfaction>

³ www.theacsi.org. Recuperado el 26 de Octubre del 2016, de <http://www.theacsi.org/about-acsi/the-science-of-customer-satisfaction>

refiere a la medida en que el producto se adapta al cliente y el segundo con qué frecuencia cree que el producto o servicio va a fallar.

Valor percibido: es el resultado de la comparación que hace el cliente entre el precio y la calidad de un producto o servicio. Una vez realizada la compra el cliente realiza un balance entre sus expectativas y lo que ha recibido, comparado con el precio de la compra, esta evaluación hace que le cliente vuelva o no a ejecutar esta experiencia.

Quejas del cliente: es una medida de insatisfacción, se hace a través de la medición de porcentaje de dos maneras: porcentajes de clientes que presentan quejas por un producto o servicio en particular o el porcentaje de quejas en un lapso de tiempo determinado.

Fidelidad del cliente: es el componente más importante del modelo, se refiere a la lealtad que tiene un cliente por un producto, este parámetro es la plataforma de la rentabilidad del negocio.

1.6.1.3.2 Modelo de satisfacción del cliente de Kano

Este modelo fue propuesto en el Japón en el año 1984 por el profesor Noriaki Kano, la figura 2 representa el modelo. Se basa en que la satisfacción del cliente depende únicamente de la capacidad que tiene la empresa para hacer sus productos y prestar sus servicios; buscar clasificar las necesidades de sus clientes en tres categorías, las cuales se muestran a continuación:

- **Requisitos básicos:** estas características son las que el cliente considera obligatorias son No aumentan la satisfacción del cliente, pero causan una insatisfacción si se da incumplimiento a ellos, la gráfica presenta un comportamiento asintótico.
- **Requisitos de desempeño:** estas características aumentan proporcionalmente la satisfacción del cliente. Cuantas más se añaden o más funcionalidades ofrecen, más satisfecho está el cliente.

- Requisitos de deleite: son las innovaciones para el cliente y causan una gran satisfacción.

Como no son esperadas, no provocan insatisfacción si no se aportan. Kanomodel (2014)

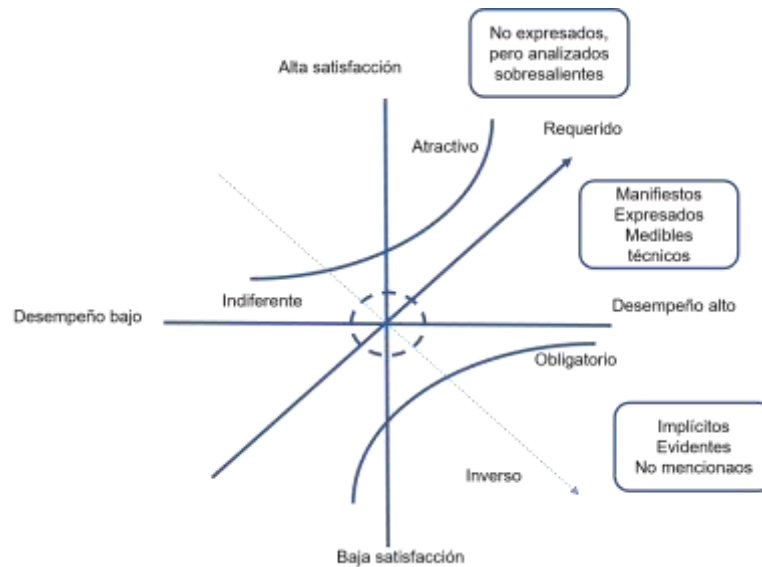


Figura 2. Modelo de satisfacción del cliente de Kano

Fuente: Ramírez & Mejía (2014)

Este modelo utiliza herramientas como la matriz funcional/dis-funcional, descrita en la tabla 1, en la cual los clientes deciden en que grupo deben clasificar sus respuestas

Tabla 1. Matriz funcional/disfuncional del modelo Kano

CARACTERISTICA X			
FUNCIONAL	¿Cómo se siente si el producto incorpora esta característica?	ME GUSTA	
		DEBERIA INCORPORARLO	
		NORMAL	
		PUEDO TOLERARLO	
		NO ME GUSTA	
DIS-FUNCIONAL	¿Cómo se siente si el producto no incorpora esta característica?	ME GUSTA	
		DEBERIA INCORPORARLO	
		NORMAL	
		PUEDO TOLERARLO	
		NO ME GUSTA	

Fuente: Pereiro, 2008

Con base a las respuestas de la Matriz funcional/disfuncional del modelo Kano, los productos y servicios pueden ser clasificados en cualquiera de las dimensiones de la calidad. El cliente debe intersectar las respuestas de cada par de preguntas para identificar la dimensión en la tabla kano mostrada en la tabla 2

Tabla 2. Tabla Kano

		FUNCIONAL				
		ME GUSTA	DEBERIA INCORPORARLO	NORMAL	PUEDO TOLERARLO	NO ME GUSTA
DIS-FUNCIONAL	ME GUSTA	C	INV	INV	INV	INV
	DEBERIA INCORPORARLO	D	C	INV	INV	INV
	NORMAL	D	IND	C	INV	INV
	PUEDO TOLERARLO	D	IND	IND	C	INV
	NO ME GUSTA	L	B	B	B	C

Fuente: Pereiro, 2008

Donde:

B: básica

L lineal (requisito de desempeño)

D: deleite

INV: inversa

C: cuestionable (respuesta contradictoria)

IND: indiferente (no afecta a la satisfacción dl cliente)

Para poner en marcha este método lo primero que se debe hacer es reunir un equipo de personas y diseñar el instrumento de recolección de datos. Luego realizar una lista de todas las características, identificando las de deleite de los clientes, esta etapa del proceso se realiza por

medio de diagramas de pescado, lluvias de ideas entre otras. Finalmente se aplica el cuestionario y la opinión más frecuente será la que decida la clasificación de cada característica.

1.6.1.3.3 Modelo Servqual

El modelo SERVQUAL fue creado en el año 1985 por Parasuraman, Zeithaml y Berry, este modelo sirve para medir las percepciones que el cliente tiene de la calidad del servicio.

Su herramienta es un cuestionario que se compone de dos partes: la primera consta de 22 preguntas que miden las expectativas de los clientes y la segunda 22 ítems para medir las percepciones o experiencias de los clientes. Para evaluar la calidad del servicio se calcula la diferencia entre las expectativas y percepciones.

En este modelo se describen 5 dimensiones las cuales sirven para evaluar la calidad del servicio y son descritas a continuación

1. Elementos tangibles: apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.
2. Fiabilidad: habilidad para realizar el servicio ofrecido de forma honesta y meticulosa.
3. Capacidad de respuesta: disposición y voluntad para ayudar a los clientes.
4. Seguridad: conocimientos y atención por parte de los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza.
5. Empatía: grado de atención personalizada

Las dos últimas dimensiones quedaron en representación de siete ítems: profesionalidad, cortesía, credibilidad y seguridad (están dentro del factor de seguridad), accesibilidad, comunicación y comprensión del usuario (están dentro del factor empatía) (Gelvez, 2010)

La diferencia entre las expectativas y las percepciones del cliente puede darse de tres formas, como se describe a continuación:

- 1. expectativas > percepción:** la calidad que percibe el cliente no es satisfecha (Bajo nivel de calidad)
- 2. Expectativas =percepción:** la calidad que percibe el cliente es satisfactoria (Nivel moderado d calidad)
- 3. Expectativas < Percepción:** la calidad que percibe el cliente genera gran satisfacción. (Alto nivel de calidad)

En la figura 3 se muestran las diferencias o gaps para cada uno de los casos del modelo SERVQUAL, que a continuación son definidas

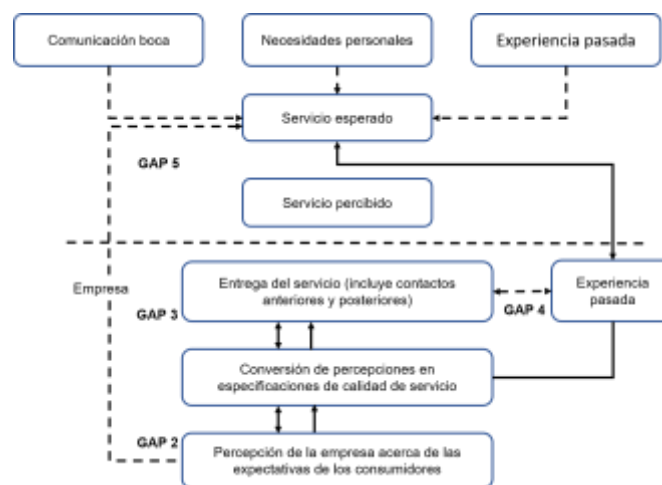


Figura 3. Modelo SERVQUAL

Fuente: Vargas, Zazueta & Guerra (2010)

Gap 1: indica la diferencia entre las expectativas de los usuarios y las percepciones que se forman los directivos sobre lo que espera el cliente

Gap 2: mide la diferencia entre las percepciones de los directivos y las normas de calidad.

Gap 3: calcula la diferencia entre las especificaciones de calidad del servicio y la prestación que realiza a empresa de este.

Gap 4: mide la discrepancia entre la prestación del servicio y la comunicación externa hacia el cliente

Gap 5: mide el cumplimiento de las expectativas que los clientes.

Autores como Jain & Gupta (2004) precisan que la parte cuantitativa de este modelo se denota por medio de la siguiente ecuación:

$$Q_{1I} = \sum_{j=1}^K (P_{ij} - E_{ij})$$

Donde

Q_{1I} : calidad percibida dl servicio de la dimensión i.

K: número de atributos o ítems. Para este modelo se tienen en cuenta 22 ítems.

P_{ij} : percepción del resultado de la dimensión i con respecto al atributo j

E_{ij} : expectativa de calidad de servicio del atributo j para la dimensión i

1.6.1.3.4 NTC ISO 9001:2015

Es un modelo para el aseguramiento de la calidad en el desarrollo, el diseño, el servicio, la producción y la instalación de un producto o servicio de cualquier empresa y sector. Su última actualización se llevó a cabo en el año 2015, un cambio muy importante que se realizo fue la inclusión en concepto del riesgo. En su numeral 5.1.2 establece en el enfoque al cliente: que la

organización debe demostrar compromiso a la hora de cumplir con los requisitos del cliente, comprendiendo así con sus expectativas.

1.6.1.3.5 NTC ISO 10002:2005

Esta norma internacional es una orientación al diseño e implementación de un proceso de tratamiento de quejas eficaz y eficiente, para todo tipo de productos y servicios en cualquier organización, aumentando así la satisfacción del cliente.

Con la información obtenido se pueden encontrar las áreas a mejorar en las organizaciones, esto lleva consigo a la mejora en los productos y a un mayor reconocimiento de la organización en el sector donde se desenvuelve.

Algunas de las ventajas en la implementación de esta norma son:

- Ayuda a solucionar reclamaciones por medio de un enfoque al cliente más centrado
- Brinda al personal nuevas oportunidades de servicio al cliente.
- Integrar esta norma con otras, ayuda a una mayor eficiencia en las organizaciones.

1.6.2 Marco conceptual

Plan de acción: es un conjunto de medidas, acciones y metas diseñadas que permiten corregir las falencias y debilidades encontradas en la satisfacción de los clientes.

Parte interesada: este término fue propuesto por Edward Freeman (1984) y tiene su origen en los trabajos sobre gestión estratégica de las organizaciones. Se refiere a cualquier grupo o individuos que pueden afectar, o es afectado por, la consecución de una organización.

(Pulido, 2010)

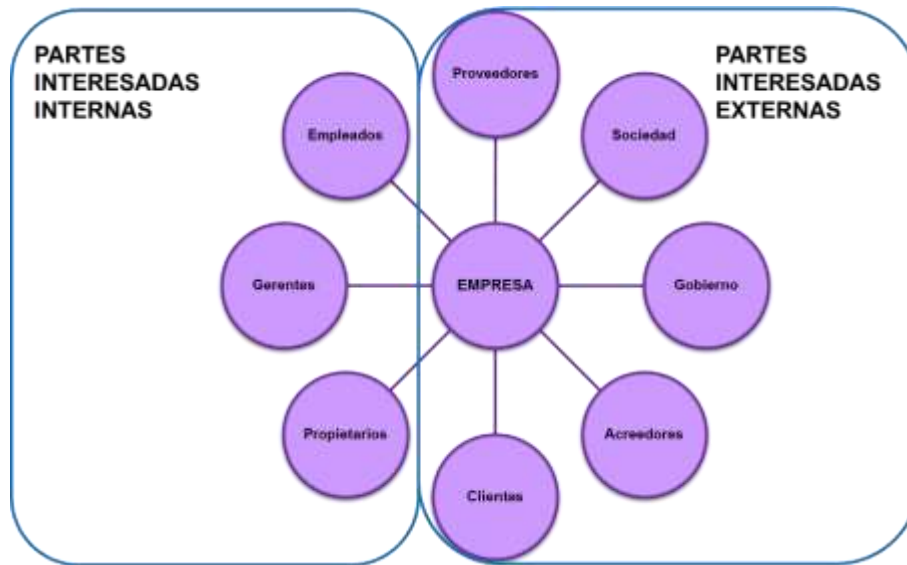


Figura 4. Partes interesadas en una organización

Fuente: Romero (2014)

Encuesta: conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa de la población o instituciones con el fin de conocer estados de opinión o hechos específicos.

Servicio de Educación: comprende instituciones de educación formal, informal o por niveles (privadas o públicas), donde existen normas jurídicas y programas curriculares para cumplir funciones educativas, culturales, y recreativas, las cuales junto a una gran variedad de recursos logran alcanzar los objetivos de formación.

1.6.3 Marco legal

Tabla 3. Marco legal

LEY	NUMERAL	DE QUE TRATA
Constitución política de Colombia	Artículo 67	La educación es un derecho de la persona y un servicio público que tiene función social: con ella se busca el acceso al conocimiento, a la ciencia, a la técnica y a los demás valores de la cultura.
Declaración de los derechos humanos	Página 7	La educación tendrá por objeto el pleno desarrollo de la personalidad humana y el fortalecimiento del respeto a los derechos humanos y a las libertades fundamentales; favorecerá la comprensión, la tolerancia y la amistad entre todas las naciones y todos os grupos étnicos o religiosos; y promoverá el desarrollo de las actividades de la Naciones Unidas para el mantenimiento de la paz.

Fuente: propia del autor, 2016

1.7 METODOLOGIA

1.7.1 Tipo de estudio

El tipo de estudio fue descriptivo, según Hernández, Fernández & Baptista (2006) consiste en medir, evaluar o recolectar datos sobre diversos conceptos (variables), aspectos, dimensiones, o componentes del fenómeno a investigar. Para este caso se seleccionan una serie de cuestionarios, se mide o recolecta información sobre cada una de ellas.

Así mismo tiene un enfoque cuantitativo, (Hernández et al., 2006) definen que en este enfoque se usa la recolección de datos para probar una hipótesis, con base en la medición numérica y el

análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías. En esta investigación se hace necesario recoger y analizar los resultados de las encuestas aplicadas a cada parte interesada (estudiantes, docentes y padres de familia) para medir la satisfacción en el sistema educativo de la Institución Educativa Trochas. (p. 5)

1.7.2 Fuentes de información

Para el desarrollo de esta investigación, se consultarán diversas fuentes de información, las cuales se dan a conocer a continuación:

Tabla 4. Fuentes Primarias

FUENTES PRIMARIAS			
ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN	METODO DE CONTACTO	PLAN DE LA MUESTRAS	INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
Encuesta	Directamente con el cliente, en este caso serán estudiantes, padres de familia y docentes	Para esta investigación, en la población de estudiantes y padres de familia, se escogerá una muestra aleatoria para cada una, en el caso de los docentes la población será la misma muestra debido a que se cuenta con una cantidad pequeña de profesores. A cada quien se le aplicara un cuestionario para medir su satisfacción por los diferentes servicios prestados en la institución.	Se desarrollará un cuestionario con cierto cantidad de preguntas para cada parte interesada (estudiantes, padres de familia y docentes) de la Institución Educativa Trochas

Fuente: propia del autor, 2016

Fuentes secundarias

Dentro de las fuentes secundarias encontramos revistas científicas, normas técnicas, tesis de estudiantes de posgrado y artículos con temas especializados como satisfacción del cliente y medición de la satisfacción del cliente entre otros.

1.8 DISEÑO METODOLOGICO

En la presente investigación se utilizaron tres tipos de diseño (Hernández et al., 2006):

- **Diseño no experimental:** consiste en los estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos. (p. 205)
Con ello se busca observar los factores críticos para medir la satisfacción de los diferentes clientes en la Institución Educativa Trochas y previamente determinarlos.
- **Diseño transversal:** en este tipo de diseño se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único y tienen como propósito describir las variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado (p. 208)
- **Diseño descriptivo:** tiene como objetivo indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables de la población (p.210).

EL desarrollo de esta investigación se llevó a cabo como se muestra en la figura 4.

PROPUESTA METODOLOGICA PARA MEDIR LA SATISFACCION DEL CLIENTE, BASADO EN LA NORMA ISO 9001:2015 NUMERAL 5.1.2 PARA LA INSTTUCIÓN EDUCATIVA LAS TROCHAS.

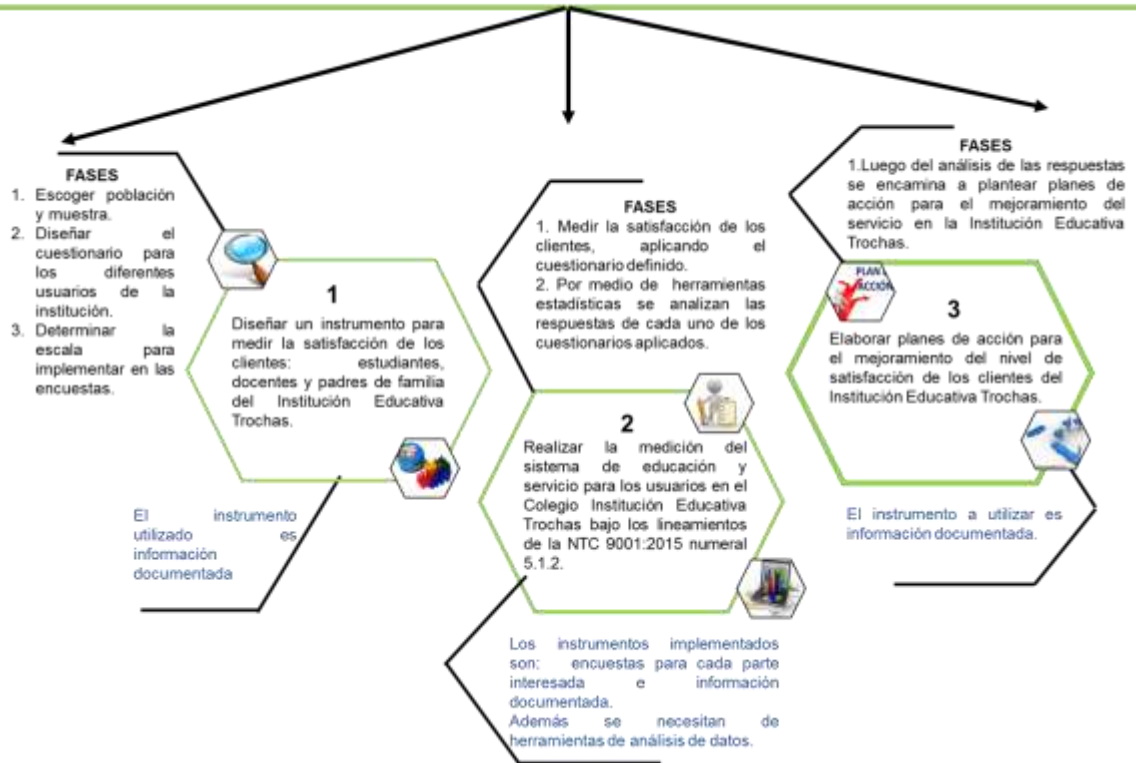


Figura 5. Diseño metodológico

Fuente: propia del autor.

2. COMPRENSIÓN DE LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LAS PARTES INTERESADAS

La comprensión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas tiene en cuenta la recolección de datos lo que hace significativo implementar técnicas e instrumentos oportunos que permita la obtención de información exacta. Los instrumentos aplicados se estructuran a partir de los requerimientos de los clientes, identificando las necesidades y expectativas para así proponer 10 preguntas en cada una de ellos y proseguir aplicarlas con el fin de detectar inconsistencias en el servicio de educación.

2.1 Identificación de la población y muestra

Las poblaciones objeto de estudio fueron: los estudiantes, padres de familia y docentes de la institución educativa Tochas; para los cálculos del tamaño de la muestra se escogió muestreo probabilístico aleatorio simple⁴ con tamaño de población conocido.

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{d^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

n	Tamaño de la muestra
N	Tamaño de la población conocido
1- α	Nivel de confianza
Z	Coficiente de α asumiendo una distribución normal
p y q	Probabilidad de que ocurra el hecho esperado

⁴ Muestreo aleatorio simple: se seleccionan n elementos de una población cada miembro tiene igualdad de oportunidades de ser seleccionado.

- **Población y muestra de estudiantes**

La población de los estudiantes, estuvo conformada por 50 alumnos de la sede la Linternita y 70 alumnos de la sede Trochas para un total de 120 alumnos⁵ entre los grados de sexto a décimo bachillerato de la Institución Educativa Trochas. Para la elección de la muestra de los estudiantes se utilizó un muestreo probabilístico aleatorio simple. El tamaño de muestra fue calculado con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. Se realizó la encuesta a 92 estudiantes entre los grados de sexto a décimo bachillerato.

- **Población y muestra de padres de familia**

La población estuvo conformada por 100 padres de familia⁶ que corresponden al número de estudiantes matriculados desde primaria hasta bachillerato en la institución. Para la elección de la muestra de los padres de familia se utilizó un muestreo probabilístico aleatorio simple. El tamaño de muestra fue calculado con un nivel de confianza del 95% y con un margen de error del 5%. Se realizó la encuesta a 80 padres de familia de estudiantes que cursan entre transición y undécimo grado.

- **Población y muestra de docentes**

La población de estudio estuvo constituida por los 19 docentes⁷ distribuidos en 12 sedes de la institución educativa, quienes desempeñan su labor en primaria y bachillerato. Con la finalidad de darle una mayor validez a los resultados y siendo la población de una magnitud pequeña, se decidió que la población fuese igual a la muestra. La muestra en este caso fue representativa y adecuada a la población debido a que en esta institución educativa cuenta

⁵ Base de datos Institución Educativa Trochas, enero 2017.

⁶ Base de datos Institución Educativa Trochas, enero 2017.

⁷ Base de datos Institución Educativa Trochas, enero 2017.

con 19 profesores. En este sentido se aclara que la institución educativa está ubicada en zona rural, donde la población es escasa y por tanto el número de docentes es menor que zonas urbanas.

2.2 Estructura de los instrumentos

- **Encuesta estudiantes**

El diseño de la encuesta para los estudiantes, se formuló teniendo en cuenta los requisitos para poder medir objetivamente la percepción de estos. Se tiene en cuenta 10 criterios para la evaluación del servicio, presentados en tabla 5

Tabla 5. Requerimientos estudiantes

PARTE INTERESADA	REQUISITOS
ESTUDIANTES	Metodologías implementadas por docentes
	Participación en entes escolares
	Progreso en la formación académica
	Participación en actividades extraclase
	Relaciones afectivas
	Estructura física de la institución
	Labores de mantenimiento
	Higiene
	Seguridad
	Servicios adicionales

Fuente: propia del autor, 2017

- **Encuesta docentes**

El modelo de los cuestionarios para los docentes, se estructura teniendo en cuenta sus requisitos para poder medir imparcialmente la percepción de estos. Se tiene en cuenta 10 juicios para la evaluación del servicio, presentados en tabla

Tabla 6. Requerimientos docentes

PARTE INTERESADA	REQUISITOS
DOCENTES	Capacitación para docentes
	Funcionamiento gobierno escolar
	Rendimiento académico
	Desempeño pruebas de estado
	Apropiación del programa educativo institucional
	Servicios complementarios
	Infraestructura de la institución
	Higiene
	Implementación de recursos tecnológicos
	Estabilidad laboral

Fuente: propia del autor, 2017

- **Encuesta padres de familia**

La encuesta para los padres de familia, se diseñó teniendo en cuenta sus requisitos para poder medir personalmente la percepción de estos. Se tiene en cuenta 10 criterios para la evaluación del servicio, presentados en tabla 7

Tabla 7. Requerimientos padres de familia

PARTE INTERESADA	REQUISITOS
PADRES DE FAMILIA	Desempeño académico
	Conocimiento del manual de convivencia
	Atención en la reuniones
	Escuela de padres
	Participación en los entes del gobierno escolar
	Metodologías implementadas por docentes
	Formación de valores en los estudiantes.
	Implementación de recursos tecnológicos
	Estudiantes con condiciones especiales
	Planta física de la institución

Fuente: propia del autor, 2017

2.3 Escala de satisfacción

Los cuestionarios definen una escala de tipo aditiva (Likert), tabla 5, que consiste en una serie de ítems a modo de afirmaciones ante los cuales se requiere la reacción del sujeto. El juicio que se presenta al encuestado, representa la propiedad que el investigador está interesado en medir y las respuestas son solicitadas en términos de grados de acuerdo o desacuerdo que el sujeto tenga con la sentencia en particular. (Maldonado, Méndez & Peña, 2007)

Tabla 8. Escala encuesta tipo Likert

CALIFICACIÓN
1. Muy malo
2. Malo
3. Regular
4. Bueno
5. Excelente

Fuente: propia del autor, 2017

2.4 Validación de los instrumentos

Los instrumentos descritos anteriormente fueron validados con el asesor de la presente investigación. Además se efectuaron cinco pruebas piloto para cada una de las encuestas antes de aplicarlas a la totalidad de la muestra. La prueba piloto permite hacer algunos ajustes sobre las encuestas.

3. MEDICIÓN DEL SERVICIO Y SISTEMA DE EDUCACIÓN PARA LAS PARTES INTERESADAS

Para determinar la percepción de los clientes hacia el servicio de educación en la Institución Educativa Trochas se hizo necesario implementar un análisis estadístico para obtener los resultados de los diferentes cuestionarios elaborados. Se utilizó la herramienta excel, realizando la respectiva tabulación para cada una de las preguntas propuestas, obteniendo su porcentaje y finalmente cada una de las gráficas.

Se especifica que el estudio de los resultados no se realizó con las muestras propuestas en el capítulo anterior, por las condiciones de localización de las diferentes sedes. Las muestras implementadas para el análisis fueron docentes: 17, estudiantes: 51 y padres de familia: 43

3.1 ANÁLISIS DE SATISFACCIÓN

3.1.1 DOCENTES

3.1.1.1 Oportunidad para los docentes de capacitarse

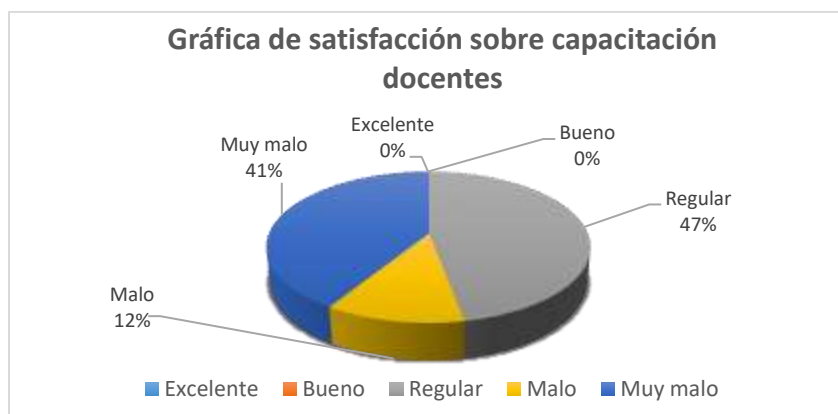


Figura 6. Gráfica de Satisfacción sobre oportunidad de capacitación para docentes

Fuente: propia del autor.

Los resultados alcanzados por medio de las encuestas, muestran que hay un alto porcentaje de insatisfacción (47%) en cuanto a la oportunidad de capacitación para los docentes. Teniendo en cuenta que los profesores tienen la posibilidad de capacitarse pero la institución se encuentra en una zona rural, lo que dificulta el desplazamiento para realizarlas.

3.1.1.2 Funcionamiento del gobierno escolar



Figura 7. Gráfica de Satisfacción sobre el funcionamiento del gobierno escolar

Fuente: propia del autor.

En la gráfica 6 se muestra un porcentaje sobresaliente (53%) de la satisfacción que tiene los docentes respecto al funcionamiento del gobierno escolar. Para este requerimiento se tiene en cuenta que las personas que pertenecen al gobierno escolar son estudiantes de zonas rurales los cuales son pocos activos en la participación.

3.1.1.3 Desempeño pruebas de estado: 5,9 y 11



Figura 8. Grafica de Satisfacción sobre el desempeño de pruebas de estado

Fuente: propia del autor.

En las encuestas para los docentes se estimó que hay un nivel de insatisfacción con un porcentaje de 53% para el desempeño de las pruebas estados. Es uno de los puntos que necesita más atención y trabajarlo dentro de los planes de acciones.

3.1.1.4 Apropiación del programa educativo institucional (PEI)



Figura 9. Gráfica de Satisfacción sobre apropiación del PEI

Fuente: propia del autor.

La población muestra un grado de satisfacción sobresaliente con un 76%. En este requerimiento se debe tener en cuenta que se necesita unificar el PEI para cubrir todas las necesidades de las sedes de la Institución Trochas y así dar conocimiento del programa a todo el personal.

3.1.1.5 Oportunidad de estabilidad laboral.

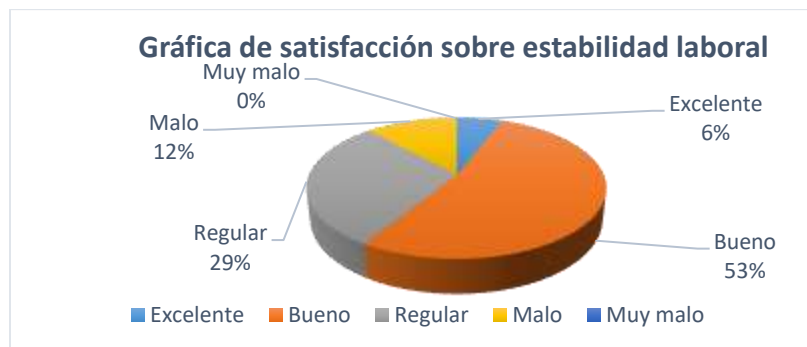


Figura 10. Gráfica de Satisfacción sobre estabilidad laboral

Fuente: propia del autor.

Los docentes manifiestan un grado de satisfacción bueno con porcentaje del 53% en la estabilidad laboral. Para este requisito se debe tener en cuenta que la estabilidad laboral se logra cuando los docentes son nombrados por el Ministerio de Educación.

3.1.2 ESTUDIANTES

3.1.2.1 Progreso en su formación escolar.



Figura 11. Gráfica de satisfacción del progreso en la formación escolar

Fuente: propia del autor.

El 59% de los estudiantes encuestados expresaron que el requerimiento de progreso en su formación académica es bueno, esto indica que los docentes avanzan en los temas adecuadamente cumpliendo en gran parte el calendario académico. Pero de igual manera se trata de alcanzar un excelente servicio, por ende se deben proponer planes de mejoramiento.

3.1.2.2 Participación en actividades extraclase (danzas, teatro, etc.)

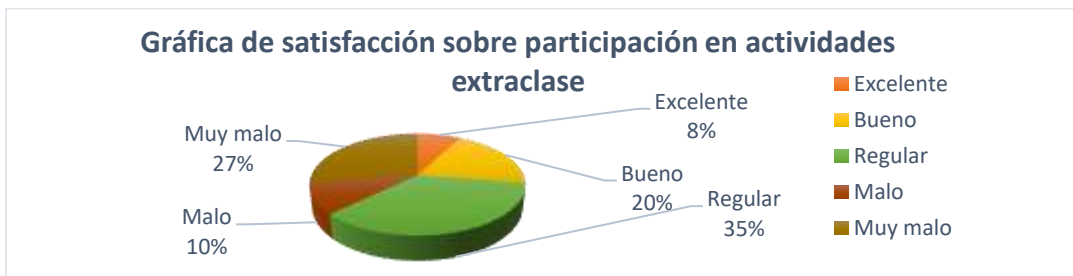


Figura 12. Gráfica de satisfacción sobre participación en actividades extraclase

Fuente: propia del autor.

En la figura 12, se visualiza una gran parte de insatisfacción con un 37% de los estudiantes debido a que no se les brinda una oportunidad para desarrollar diferentes habilidades, además ocupar su tiempo en otras actividades fuera de clase, se hace indispensable proponer mejoras para que los alumnos se sientan más agradables con la institución.

3.1.2.3 Relaciones afectivas con docentes y compañeros de clase.



Figura 13. Gráfica de satisfacción sobre relaciones afectivas

Fuente: propia del autor.

El 65% de los estudiantes encuestados están conformes con las relaciones afectivas entre docentes y compañeros de clases. Un 35% dice estar insatisfecho con este requerimiento. Las relaciones afectivas son muy importantes, porque el estudiante hace agradable su estadía en la institución disminuyendo el bullying, el irrespeto y bromas entre los mismos alumnos y profesores.

3.1.2.4 Labores de mantenimiento, embellecimiento y limpieza de áreas comunes, zonas verdes, aulas etc.

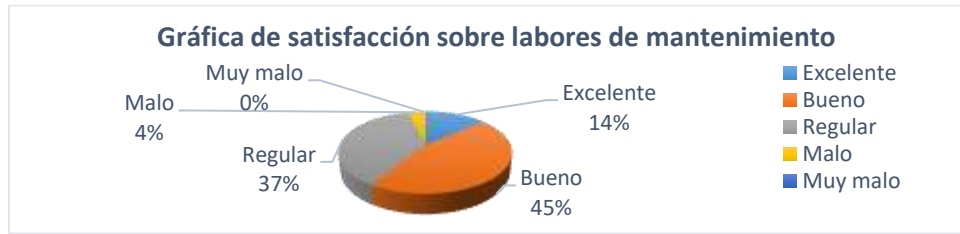


Figura 14. Gráfica de satisfacción sobre labores de mantenimiento

Fuente: propia del autor.

Un 37% de los estudiantes encuestados dice que la satisfacción en el requerimiento de mantenimiento en las zonas verdes, comunes entre otras en la institución es regular y un 59% dice estar satisfecho. El mantenimiento en las diferentes zonas de la institución ayuda a un mejor desarrollo de diferentes actividades como: descanso, dictar las clases, jugar, embellecer el entorno, etc.

3.1.2.5 Seguridad dentro de la institución.



Figura 15. Gráfica de satisfacción sobre seguridad en la institución

Fuente: propia del autor.

En la figura 15 se muestra que con un porcentaje del 33% los estudiantes están insatisfechos con la seguridad en la institución. Esta inconformidad se presenta debido a que la institución se

presenta en una zona rural y los pisos, escaleras, pupitres entre otros no están en buenas condición y puede haber riesgos en las zonas de juegos

3.1.3 PADRES DE FAMILIA

3.1.3.1 Conocimiento del manual de convivencia.

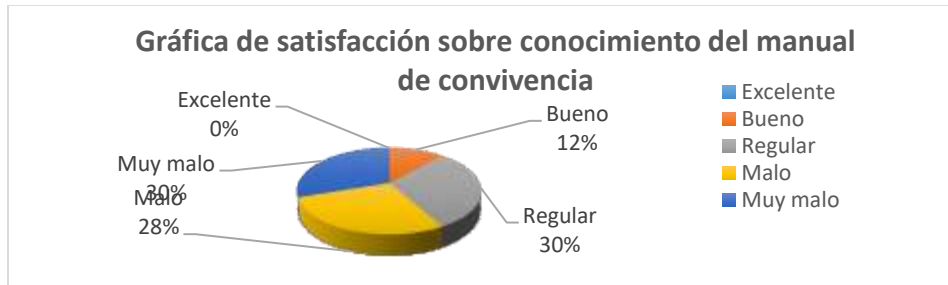


Figura 16. Gráfica de satisfacción sobre conocimiento del manual de convivencia

Fuente: propia del autor.

En la figura 16 se muestra un grado de insatisfacción con un 58% sobre el requisito de conocimiento del manual de convivencia por parte de los padres de familia. Esta insatisfacción se debe a que ningún estudiante posee el manual porque no se ha unificado uno para cumplir los requerimientos de todas las sedes de la Institución Trochas.

3.1.3.2 Atención por parte de los docentes en las reuniones.



Figura 17. Gráfica de satisfacción sobre atención por parte de los docentes

Fuente: propia del autor.

Para el requisito sobre la atención por partes de los docentes, los padres de familia tienen una satisfacción con un porcentaje del 72%, este requerimiento es muy importante porque es el puente de comunicación para dar por enterado el comportamiento y desempeño de los estudiantes hacia los acudientes.

3.1.3.3 Alcance de logros en las escuelas de padres.



Figura 18. Gráfica de satisfacción sobre alcance de logros en la escuela de padres

Fuente: propia del autor.

Los padres de familia expresan con un porcentaje del 61% que están inconformes sobre el alcance de los logros de las escuelas de padres. Este requerimiento es muy importante para los padres de familia porque por medio de estas reuniones se dan charlas sobre la formación para los estudiantes, para ir de la mano con los docentes en este proceso.

3.1.3.4 Formación de valores en los estudiantes.



Figura 19. Gráfica de satisfacción sobre la formación en valores

Fuente: propia del autor.

Con un porcentaje del 70% los padres de familia expresan un grado de satisfacción alto por el requerimiento sobre la formación en valores en los estudiantes. Los valores juegan un papel muy importante para la convivencia con sus compañeros de clases y docentes, además son fundamentales para el crecimiento como persona integral.

3.1.3.5 Apoyo a estudiantes con condiciones especiales.

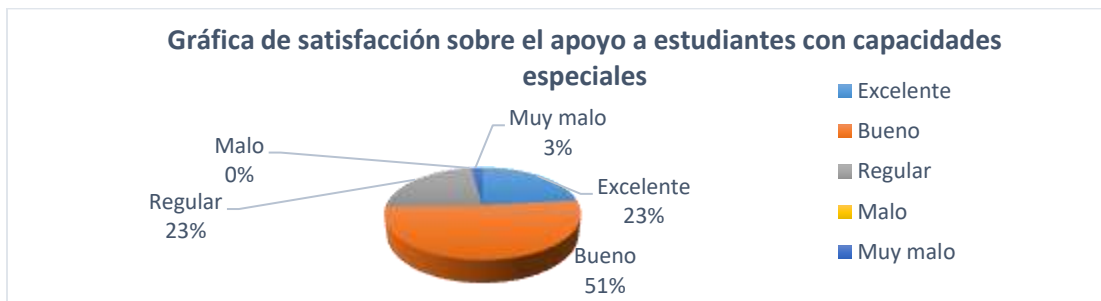


Figura 20. Gráfica de satisfacción sobre el apoyo a estudiantes con capacidades especiales.

Fuente: propia del autor.

Con un porcentaje del 51% los padres de familia están satisfechos con el servicio prestado a estudiantes con capacidades especiales. Este requerimiento es muy importante para los clientes de la institución porque los alumnos requieren más atención por parte de los docentes.

3.1.4 DOCENTES, ESTUDIANTES Y PADRES DE FAMILIA

3.1.4.1 Infraestructura de la institución.

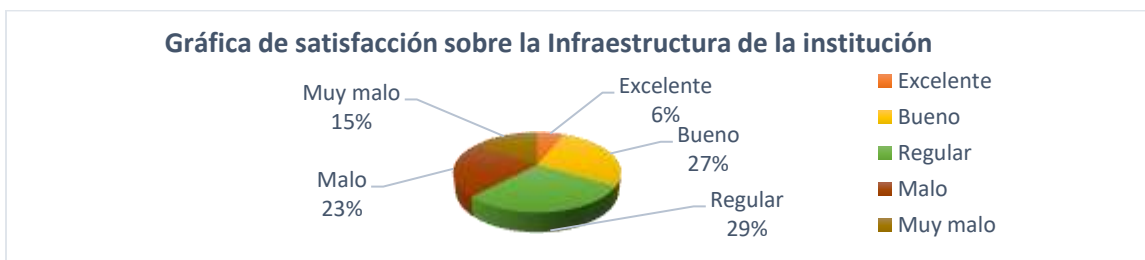


Figura 21. Gráfica de satisfacción sobre infraestructura de la institución.

Fuente: propia del autor.

Las tres partes interesadas presentan una insatisfacción con un porcentaje del 38% para la infraestructura de la planta física de la institución. Se hace necesario proponer planes de acciones para el mejoramiento de este requisito.

3.1.5 DOCENTES Y ESTUDIANTES

3.1.5.1 Servicios complementarios como cafetería, biblioteca y enfermería.



Figura 22. Gráfica de satisfacción sobre los servicios complementarios

Fuente: propia del autor.

En la gráfica 16 se observa que hay un grado de insatisfacción con un porcentaje del 38%, esta inconformidad se debe porque la institución está ubicada en zona rural, es poco el presupuesto que recibe y se invierte una mínima parte de este en los servicios complementarios.

3.1.5.2 Higiene

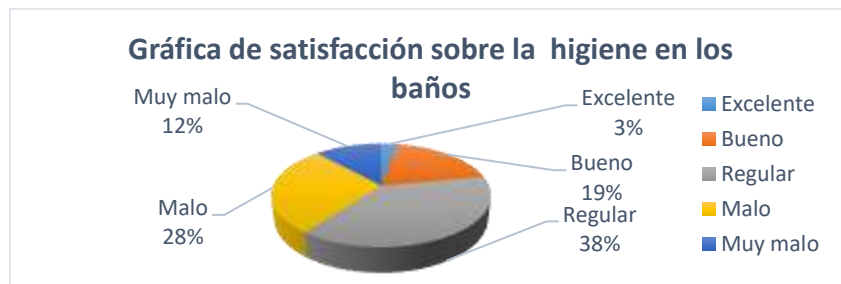


Figura 23. Gráfica de satisfacción sobre la higiene en los baños

Fuente: propia del autor.

En la figura 17 se presenta un porcentaje del 40% de insatisfacción para el requerimiento de higiene en los baños. Este requerimiento es de suma importancia y solicita que se tracen planes de mejoramiento.

3.1.6 DOCENTES Y PADRES DE FAMILIA

3.1.6.1 Implementación de recursos tecnológicos.

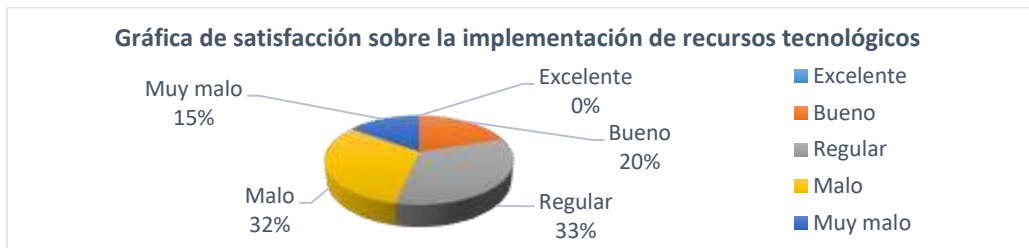


Figura 24. Gráfica de satisfacción sobre implementación de recursos tecnológicos

Fuente: propia del autor.

Con un 47% los docentes y padres de familias expresan no estar satisfechos con la implementación de los recursos tecnológicos. Esta insatisfacción se debe porque es una Institución que recibe poco dinero para invertir en tecnología.

3.1.6.2 Rendimiento académico de los estudiantes.



Figura 25. Gráfica de satisfacción sobre rendimiento académico de los estudiantes.

Fuente: propia del autor.

No existe un alto grado de satisfacción para los docentes y padres de familia para el requerimiento de rendimiento académico de los estudiantes, este aspecto es muy importante para la institución y se hace necesario implementar planes de acción.

3.1.7 ESTUDIANTES Y PADRES DE FAMILIA

3.1.7.1 Metodologías implementadas por los docentes.

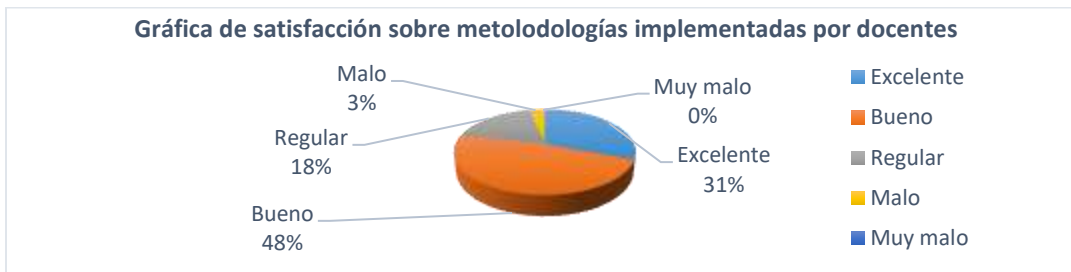


Figura 26. Gráfica de satisfacción sobre metodologías implementadas por docentes.

Fuente: propia del autor.

La gráfica 26 muestra que los estudiantes y padres de familia expresan un grado de satisfacción con un porcentaje del 79%. Para aumentar los niveles de satisfacción para los clientes se hace necesario proponer planes de mejoramiento.

3.1.7.2 Participación en el gobierno escolar



Figura 27. Gráfica de satisfacción sobre participación en el gobierno escolar.

Fuente: propia del autor.

Aunque los estudiantes y padres de familia presentan satisfacción con un porcentaje del 54% en el requerimiento de participación en el gobierno escolar. Es necesario aumentar el nivel de satisfacción porque el gobierno escolar es un ente muy importante, encargado de promover la participación de toda la comunidad educativa y asegura el mejoramiento de calidad en la institución educativa.

4. ELABORACIÓN DE PLANES DE ACCIÓN PARA MEJORAMIENTO DE LA SATISFACCIÓN.

Los planes de mejoramiento permiten diseñar todas las acciones necesarias para lograr un incremento en la satisfacción de las partes interesadas. Los resultados de la investigación en la Institución Trochas arrojan una percepción de muy baja satisfacción para casi todos los requerimientos evaluados en los cuestionarios, sin embargo esta percepción por parte de los clientes puede reformarse mediante oportunidades de mejora que se precisan a partir de planes de acción.

Tabla 9. Planes de acción.

FECHA		TEMA	MOTIVO DE INSATISFACCIÓN	ACCIONES DE MEJORA	CONTROL	REPONSABLE	SEGUIMIENTO
INICIO	FIN						
Junio	En curso	Oportunidad de capacitación	Pocos recursos para desplazarse a realizar las capacitaciones.	Nombrar un líder para capacitarse y luego que retroalimente al resto de docentes.	Planillas de asistencia a las capacitaciones	Rector y docente líder.	Cada vez que se realice la capacitación
		Estabilidad laboral	Algunos docentes no están nombrados por el estado	Formar grupos de estudios de los docentes que no han presentado el examen para afianzar conocimientos	Por Medio de correos, un docente líder intercambia información con los demás docentes.	Docentes	Semestralmente
		Seguridad dentro de la institución	Poca seguridad dentro de la institución	Brindar charlas a los estudiantes sobre los riesgos en las escaleras y pasillos	Planillas de asistencias	Directores de grupos	Cada seis meses
		Desempeño de pruebas	Se obtienen bajos rendimientos	Capacitaciones por parte de la Secretaria de Educación, para elaborar evaluaciones tipo ICFES en áreas básicas principalmente en español y matemáticas. Se afianzara la parte	Planillas de asistencia y seguimiento en las capacitaciones	Rector de la institución	Cada vez que se realice la capacitación
		Rendimiento académico	Los estudiantes presentan bajas notas en las diferentes asignaturas				

	Metodologías implementadas por los docentes	Las metodologías no son dinámicas	de metodologías de aprendizaje.	Planillas de asistencia	Rector de la institución	Semestralmente
	Programa PEI	No se brinda capacitación sobre el tema	Reorganizar el PEI para cumplir con las necesidades de ambas sedes de la Institución. Además crear un manual de convivencia donde se dé a conocer el PEI en la Institución Trochas	Reuniones mensuales	Rector de la institución	Mensual
	Conocimiento del manual de convivencia	Los padres de familia no conocen el manual de convivencia.		Planilla de entrega del manual.	Directores de grupo	En una semana
	Logros en la escuela de padres	Variación de temas en la escuela de padres	Reorganizar el programa de charlas para los padres de familia, abarcando varios temas	Planillas de asistencia a las charlas	Docentes	Mensualmente
	Formación en valores	Los estudiantes tiene poca formación en valores	Reforzar en la asignatura de ética los diferentes valores de convivencia.	Realizar talleres, videos, juegos y reflexiones sobre los valores.	Docentes de ética	Semanalmente
	Apoyo a estudiantes con discapacidades	Se brinda poco acompañamiento a los estudiantes con capacidades especiales	Reforzar en todas las asignaturas con talleres y dedicación de más tiempo por parte de los docentes.	Asistencias a todas las clases	Docentes de todas las asignaturas	Todas las clases
	Progreso en su formación escolar	Incumpliendo en los temas en las asignaturas	Establecer los temas a ver en las diferentes asignaturas a comienzo de año y constantemente el rector revisar el progreso del temario.	Reuniones y planillas de asistencia	Director de la institución y docentes	Mensualmente
	Participación en actividades extraclase	Poca oportunidad de participar en actividades extraclase	Los docentes de educación física y español permitan a los estudiantes realizar sus clases más amenas con actividades como teatro y danza.	Asistencia a las clases de español y educación física	Docentes de áreas de español y educación física	Cada vez que se requiera
	Relaciones afectivas	-Poca comunicación con los docentes. - Poca integración con sus compañeros de clase	Realizar actividades de integración tanto docentes-estudiantes como estudiantes-estudiantes.	Asistencias a las diferentes actividades de integración	Directores de grupos y docentes de las diferentes institución	Todas las clases

		Labores de mantenimiento	Se realiza poco mantenimiento en las diferentes zonas de la institución	-Formar diferentes grupos con los estudiantes y docentes para realizar jornadas de mantenimiento. -Los docentes de biología y química realizar proyectos para mantenimiento de zonas verdes	Planillas	Docentes	Jornadas de mantenimiento: trimestralmente Proyecto zonas verdes: semanalmente
		Seguridad dentro de la institución	Poca seguridad dentro de la institución	Brindar charlas a los estudiantes sobre los riesgos en las escaleras y pasillos	Planillas de asistencias	Directores de grupos	Cada seis meses
		Planta física	La planta física no cuenta con instalaciones adecuadas para el desarrollo de actividades académicas	Realizar gestiones a la administración municipal y a la gobernación	Diligenciando proyectos	Rector	Semestralmente
		Servicios adicionales	Los servicios adicionales son ineficientes	-Biblioteca: solicitar ayuda económica mínima a los padres de familia. -Cafetería: llevar a cabo gestiones en la administración municipal. Conformar grupos para vender productos de fácil acceso económico a los estudiantes y docentes. -Enfermería: adquirir un botiquín y medicamentos por medio de un fondo de ventas de cafetería	-Reuniones y planillas. -Diligenciar el proyecto respectivo. Organizar un cronograma mensual. - Formato de ingreso de dinero y compras de botiquín	Directores de grupos y estudiantes	Biblioteca: solicitar el dinero a comienzo del año escolar. Cafetería y enfermería: mensualmente
		Higiene en los baños	Poca higiene en los baños	-Dictar charlas de higiene y cuidados de los baños. -Proponer reglas para el uso adecuado del baño.	-Cartelera - Planillas de asistencia a las charlas. -Formato para las notas.	Docentes	Mensualmente
		Recursos tecnológicos	La institución no cuenta con recursos tecnológicos	-Participar en proyectos como computadores para educar. -Realizar la gestión de computadores a la gobernación	Diligenciar proyectos	Rector	Anualmente o cada vez que se pueda realizar.

		Participación y funcionamiento del gobierno escolar	Poca participación por parte de estudiantes y padres de familia	Fortalecer los conceptos y funciones de cada uno de los miembros del gobierno escolar en la escuela de padres	Planillas de asistencia	Docentes de sociales	Principio del año escolar
--	--	---	---	---	-------------------------	----------------------	---------------------------

Fuente: propia del autor, 2017

CONCLUSIONES

La metodología diseñada permitió evidenciar que en la institución Educativa Trochas todos los aspectos evaluados presentan inconformidades para las partes interesadas, haciéndose necesario proponer planes de mejoramiento con el fin de aumentar el grado de satisfacción en los clientes.

La satisfacción de los clientes permite asegurar el buen funcionamiento de la institución y la calidad de los servicios que se ofrecen a través de sus actividades escolares, una manera de evaluar la satisfacción es por medio de las encuestas que son una herramienta muy importante a la hora de identificar las áreas de mejora.

La investigación también confirma que el mejoramiento de la gestión es un proceso continuo para la Institución y los clientes constantemente indicarán aspectos por mejorar en el desempeño actual de la institución.

Las encuestas indican que la atención por parte de los docentes hacia los padres de familia en las diferentes reuniones es el aspecto con mayor satisfacción para las partes interesadas con un 72% para bueno y un 28% excelente. La amabilidad e interés que ofrecen los docentes a los padres es una fortaleza que la institución debe mantener y mejorar para dar un valor agregado.

En la investigación se presentaron algunos obstáculos respecto a la recolección de la información puesto que muchas de las personas a encuestar no están dispuestas a ser parte del proceso de investigación y la ubicación de la institución dificultó el transporte a las sedes para realizar los cuestionarios.

REFERENCIAS

American Customer Satisfaction Index (2017). The Science of Customer Satisfaction. Estados Unidos. Recuperado de <http://www.theacsi.org/about-acsi>

Alves, H., Raposo, M (2004). La medición de la satisfacción de la enseñanza universitaria: el ejemplo de la universidad de da beira interior. *International Review on Public and Nonprofit Marketing* 1(1):73-88

Best, J, R (2005). *Marketing estratégico*. Cuarta edición. Pearson Educación, de Madrid, S.A.

Gelvez, C, J, S (2010). Estado del arte de modelos de medición de la satisfacción del cliente. Tesis de pregrado publicada. Universidad Industrial de Santander, Bucaramanga, Santander.

Giese, J, L., Cote, J, A (2002). Defining Consumer Satisfaction. *Academy of marketing Science Review*, 2000(1), 1-24.

González, L., Carmona, M, A., Rivas, M, A (2007). *Guía para la medición directa de la satisfacción de los clientes*. Primera edición. Egondi Artes Gráficas S.A.

Hernández, S, R., Fernández, C, C., Baptista, L, P (2006). Metodología de la investigación. Cuarta edición. México D.F: McGraw-Hill Interamericana de editores s.a.

Jain, K, S., Gupta, G (2004). Measuring Service Quality SERVQUAL vs SERVPERF Scales. Revista Vikalpa, 29(2), 25-37.

Kanomodel.com 2014. Recuperado el 26 de octubre del 2016, de <http://www.kanomodel.com/>

Kotler, P., Keller, K, L (2006). Dirección de marketing. Duodécima edición. México: Pearson Educación de México, S.A.

Lehmann, R, D., Winer, S, R (2007). Administración del producto. Cuarta edición. Editorial. México: McGraw-Hill Interamericana.

Maldonado, S., Méndez, L., Peña, J (2007). Manual práctico para el diseño de la Escala Likert. México. Editorial Trillas.

Massip, P, C., Ortiz, R, R, M., Llantá, A, M., Peña, F, M., Infante, O, I (2008, octubre). La evaluación de la satisfacción en salud: un reto a la calidad. Revista Cubana Salud Pública.

Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-34662008000400013&lng=es.

Mejías, A., Martínez, D (2009). Desarrollo de un Instrumento para Medir la Satisfacción Estudiantil en Educación Superior. *Revista Docencia universitaria*, 10(2), 29-47.

NORMA TÉCNICA COLOMBIANA NTC ISO 9000 (2015). Sistemas de gestión de la calidad fundamentos y vocabulario. Bogotá, Colombia.

Oliver, R, L (2010). Satisfaction: a behavioral perspective on the consumer. New York, USA. Editorial The Taylor & Francis Group.

Palominos, B, P, I., Quezada, L, L, E., Osorio, R, C, A., Torres, O, J, A., Lippi, V, L, M (2016). “Calidad de los servicios educativos según los estudiantes de una universidad pública en Chile”. *Revista Iberoamericana de Educación Superior (RIES)*, 7(18). Recuperado de <https://ries.universia.net/article/view/1132/estudio-calidad-percibida-estudiantes-universidad-publica-servicios-educativos-experiencia-chile>.

Pereiro, J (2008). La satisfacción del cliente en ISO 9001. Portal Calidad. Recuperado de <http://www.portalcalidad.com/articulos/makepdf.php?storyid=71>.

Porras, A, E (2013). Implantación del sistema de gestión de la calidad en las instituciones públicas preescolar, básica y media del municipio de Villavicencio (Colombia). Estudio de casos múltiples. Tesis doctoral publicada. Universidad Nacional de Educación a Distancia, Madrid, España.

Pontón, H (2009). Medición de la satisfacción del cliente como parte de la calidad de servicio de los distribuidores de equipos y materiales para el sector de la publicidad exterior en el municipio Maracaibo. Revista COEPTUM. Recuperado <http://publicaciones.urbe.edu/de.urbe.edu/index.php/coeptum/article/viewArticle/240/597>

Pulido, J (2010). Las partes interesadas en la gestión turística de los parques naturales andaluces. Identificación de interrelaciones e intereses. Revista estudios regionales, 88, 147-175.

Ramírez, R, C., Mejía, T, J (2014). Metodología Kano para el diseño de un sitio Web de turismo de aventura. Revista mercados y negocios, 15(1), 92-110.

Romero, L (2014). Stakeholders en acreditación universitaria. Recuperado de https://my.laureate.net/Faculty/webinars/Documents/Cambio%20e%20Innovacion%202014/Junio2014_Stakeholders.pdf

Suarez, Z, M, H (2013). Los estudiantes como consumidores: Acercamiento a la mercantilización de la educación superior a través de las respuestas a la Encuesta Nacional de Alumnos de Educación Superior (ENAES). Sistema de Información Científica Redalyc, *15* (139), 171-187.

Tumino, C, M., Poitevin, R, E (2013). Evaluación de la calidad de servicio universitario desde la percepción de estudiantes y docentes: caso estudio. Revista iberoamericana sobre calidad, eficacia y cambio de educación, *12*(2), 63-84.

Velásquez, D (2011). Medición de la satisfacción de usuarios. Recuperado de [http://](http://http://gicuv.univalle.edu.co/)

Vargas, H, J, G., Zazueta, M, G., Guerra, G, F, E (2010). Calidad en el servicio en una empresa local de pizza en los Mochis, Sinaloa. Revista EAN, *68*, 22-41.

Vivas, M, G (2010). Satisfacción de los clientes. América economía. Recuperado de http://mba.americaeconomia.com/sites/mba.americaeconomia.com/files/clase1_clientes.pdf

Walker O, Boyd H, Mullins J, Larréché J. (2005). Marketing Estratégico. Enfoque de Toma de Decisiones. Cuarta Edición. México: McGraw-Hill Interamericana.

ANEXOS

ANEXO 1

MODELO DE ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN (DOCENTES)

FECHA: _____

La siguiente encuesta tiene como fin medir la satisfacción que tiene el cliente respecto a diferentes servicios prestados por la institución. Con el fin de tomar acciones que permitan mejorar cada día y así ofrecer un servicio de la más alta calidad.

Por favor marque con una X la casilla correspondiente y califique cada criterio según sea su nivel satisfacción, tenga en cuenta la siguiente estimación.

1. Muy malo 2. Malo 3. Regular 4. Bueno 5. Excelente

	CRITERIOS	1	2	3	4	5
EXPECTATIVAS	Oportunidades para los docentes de capacitarse.					
	Funcionamiento del gobierno escolar					
	Rendimiento académico de los estudiantes					
	Desempeño pruebas de estados: 5, 9 y 11					
	Apropiación del programa educativo institucional (PEI)					
NECESIDADES	Funcionamiento de servicios complementarios como biblioteca, enfermería y cafetería.					
	Infraestructura de la institución					
	Higiene en los baños.					
	Implementación de recursos tecnológicos.					
	Oportunidad de estabilidad laboral.					

SUGERENCIAS:

MODELO DE ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN (ESTUDIANTES)

FECHA: _____

La siguiente encuesta tiene como fin medir la satisfacción que tiene el cliente respecto a diferentes servicios prestados por la institución. Con el fin de tomar acciones que permitan mejorar cada día y así poder ofrecer un servicio de la más alta calidad.

Por favor marque con una X la casilla correspondiente y califique cada criterio según sea su nivel de satisfacción, tenga en cuenta la siguiente estimación:

1. Muy malo 2. Malo 3. Regular 4. Bueno 5. Excelente

	CRITERIOS	1	2	3	4	5
EXPECTATIVAS	Metodologías empleadas por los docentes para el aprendizaje.					
	Participación en los entes escolares (consejo de estudiantes).					
	Progreso en su formación escolar.					
	Participación en actividades extraclase (danzas, teatro, etc.)					
	Relaciones afectivas con docentes y compañeros de clase.					
NECESIDADES	Planta física de la institución.					
	Labores de mantenimiento, embellecimiento y limpieza de áreas comunes, zonas verdes, aulas etc.					
	Higiene en los baños.					
	Seguridad dentro de la institución.					
	Servicios adicionales como cafetería, enfermería y biblioteca.					

SUGERENCIAS:

MODELO DE ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN (PADRES DE FAMILIA)

FECHA: _____

La siguiente encuesta tiene como fin medir la satisfacción que tiene el cliente respecto a diferentes servicios prestados por la institución. Con el fin de tomar acciones que permitan mejorar cada día y así ofrecer un servicio de la más alta calidad.

Por favor marque con una X la casilla correspondiente y califique cada criterio según sea su nivel satisfacción, tenga en cuenta la siguiente estimación.

1. Muy malo 2. Malo 3. Regular 4. Bueno 5. Excelente

	CRITERIOS	1	2	3	4	5
EXPECTATIVAS	El desempeño académico del estudiante.					
	Conocimiento del manual de convivencia.					
	Atención por parte de los docentes en las reuniones.					
	Alcance de logros en las escuelas de padres.					
	Participación de los padres de familia en los entes del gobierno escolar (asociación de padres).					
NECESIDADES	Metodologías enseñanza-aprendizaje.					
	Formación de valores en los estudiantes.					
	Implementación de recursos tecnológicos (computadores, televisores, entre otros)					
	Apoyo a estudiantes con condiciones especiales.					
	Planta física de la institución					

SUGERENCIAS:
