

NOTA

¿QUÉ HEMOS APRENDIDO SOBRE LA CALIDAD DE SERVICIO EN EDUCACIÓN SUPERIOR?

WHAT HAVE WE LEARNED ABOUT THE QUALITY OF SERVICE IN HIGHER EDUCATION?

Por Luis Araya-Castillo

luis.araya@umayor.cl

Núcleo de Investigación Empresa, Sociedad y Tecnología (NEST), Facultad de Emprendimiento y Negocios,
Universidad Mayor - Santiago - Chile

1. EDUCACIÓN SUPERIOR EN UN CONTEXTO GLOBAL

Hoy en día los sectores de educación superior se caracterizan por ser altamente competitivos (Gruber et al., 2010; Stimac y Leko, 2012). Esto se ha producido por fuerzas económicas que tienen su origen el desarrollo de un mercado de educación global (Seymour, 1992; Freeman, 1993; Abdullah, 2006a), y que obligan a las instituciones de educación superior a responder rápidamente a las nuevas dinámicas competitivas (Maringe y Gibbs, 2009; de Jager y Gbadamosi, 2010). Esto último se debe a la necesidad que tienen las instituciones de educación superior de innovar constantemente, diversificar sus estructuras y encontrar formas más efectivas de entregar los servicios a sus clientes (Jain et al., 2011)

En este contexto, se argumenta que la globalización de la economía ha impactado en el sector de educación superior (Schugurensky, 1998; Martensen, et al., 2000; Altbach, 2004; Altbach et al., 2009), por cuanto se observa un incremento en la demanda y la continua reducción del financiamiento por parte de los gobiernos (Ivy, 2008; Martensen y Grønholdt, 2009). Asimismo, los sistemas de educación superior han experimentado incrementos en las tasas universitarias a las que deben hacer frente los estudiantes (Palihawadana, 1999; Soutar y Turner 2002; Mok, 2003), y tanto los responsables políticos como los agentes sociales han comenzado a exigir que las universidades justifiquen sus resultados. (Chacón et al., 2001)

Este fenómeno también puede ser explicado por una tendencia internacional hacia una población estudiantil más heterogénea (Archer et al., 2003), por una expansión de la oferta universitaria (Brunner, 2008), en los mayores niveles de demanda por control de calidad (Felt y Glanz, 2002), en la aparición y rápida difusión de las tecnologías de la información y la comunicación (Buil et al., 2012), en la conformación de consorcios académicos (Juarros, 2006) y en los crecientes niveles de diversificación y privatización de los sistemas de educación superior. (Espinoza y González, 2011)

Además, las instituciones de educación superior deben hacer frente a la presión de recolectar fondos de capital y controlar los incrementos en los gastos de personal (Lovett, 2002), por cuanto cada vez les es más complicado mantener las ventajas competitivas en los mercados en que participan (Cubillo-Pinilla et al., 2009). Asimismo, las universidades tienen la necesidad de demostrar la calidad de sus diferentes procesos y resultados (Rodríguez, 2009) y de compararse con las instituciones de mayor reconocimiento a nivel mundial (Martensen y Grønholdt, 2009), ya que enfrentan un alto nivel de competencia por captar y retener a los estudiantes. (Jain et al., 2013)

Junto con esto, se observa una continua masificación de la educación superior, lo cual hace que las universidades enfoquen sus esfuerzos en las actividades de comercialización (Boer et al., 2002; Barr, 2003; Brunner et al., 2005; Hemsley-Brown y Oplatka, 2006; Brunner, 2008; Ivy, 2008). Relacionado con este punto, el entorno competitivo en que operan las universidades exige que se

focalicen en los intereses de sus grupos de interés (Tan y Kek, 2004; Martensen y Grønholdt, 2009; Gruber et al., 2010)

En este escenario, las universidades han optado por implementar estrategias de marketing que les permiten diferenciarse de los competidores (Hemsley-Brown y Oplatka, 2006; Ivy, 2008) y seguir siendo competitivas (Martensen y Grønholdt, 2009). Esto es porque las instituciones de educación superior están reconociendo que el sector en que participan presenta características similares a las de una industria de servicio. (Gruber et al., 2010). Esto es particularmente relevante, por cuanto se argumenta que de todos los servicios, el sector de educación superior es aquel que se relaciona en forma directa con el crecimiento de una sociedad y su desarrollo socioeconómico. (Senthilkumar y Arulraj, 2011)

2. GESTIÓN DE CALIDAD EN EL SECTOR DE EDUCACIÓN SUPERIOR

En este nuevo entorno competitivo, se argumenta que los sistemas de educación superior se encuentran sometidos a la presión de mejorar los niveles de calidad en las distintas actividades que realizan. (Heck y Johnsrud, 2000; Dill, 2007) En este escenario se argumenta que la calidad es parte integral de la educación superior (Stensaker, 2008). Dado esto, se señala que la calidad de la educación superior es una categoría dinámica que se basa en la aspiración de una mejora constante de todos los procesos y sus resultados (Stimak y Leko, 2012).

En este contexto, se argumenta que la calidad de servicio es vista por las universidades como una decisión estratégica para satisfacer las necesidades de sus clientes (Al-alak, 2009; Reid, 2010; Zeshan, 2010) y lograr posiciones competitivas en los mercados en que participan (Abouchedid y Nasser, 2002; Abdullah, 2006a). Sin embargo, no existe consenso sobre quienes deberían ser considerados como clientes de las instituciones de educación superior (Weaver, 1976; Conway et al., 1994; Cuthbert, 1996; Guolla, 1999; Capelleras y Veciana, 2004; Sahney et al., 2004; Abdullah, 2006a). Dentro de estos clientes se incluye a los estudiantes, personal administrativo, profesores, gobierno, familias, empresas y la sociedad en general.

A pesar de esto, algunos autores concuerdan en considerar a los estudiantes como los principales clientes en el sector de educación superior (Hill, 1995; Galloway, 1998; Gold, 2001; Marzo-Navarro et al., 2005; Hemsley-Brown y Oplatka, 2006; Torres y Araya-Castillo, 2010; Correia y Miranda, 2012). Esto es relevante, por cuanto la percepción sobre la calidad de servicio puede diferir entre los estudiantes y las universidades. (Abouchedid y Nasser, 2002)

Dado esto, se argumenta que la satisfacción de los estudiantes es el barómetro de la calidad de los servicios de educación que ha atraído la mayor atención por parte de las instituciones de educación superior en la búsqueda de una ventaja competitiva (Arambewela y Hall, 2006). En este escenario, Abdullah (2006a) señala que las instituciones de educación superior no sólo deben preocuparse por aquellas habilidades y destrezas que la sociedad valora en sus egresados (Ginsberg, 1991; Lawson, 1992), sino que también en como sus estudiantes se sienten acerca de su experiencia educacional (Bemowski, 1991).

Lo anterior tiene repercusiones estratégicas, por cuanto las universidades que son percibidas con mayores niveles de calidad, logran atraer y retener a los mejores estudiantes (Maringe y Gibbs, 2009; Malik et al., 2010), lo cual les permite seguir ocupando posiciones de prestigio en el nivel nacional y/o internacional (Abouchedid y Nasser, 2002). Además, la retención de los estudiantes tiene influencia en el desempeño financiero de las universidades, por cuanto les permite captar recursos (Angell et al., 2008) y mantener una posición competitiva en los mercados en que participan (DiDomenico y Bonnici, 1996).

Por lo tanto, se argumenta que para obtener una ventaja competitiva sostenible, las instituciones de educación superior deben enfocarse no sólo en los indicadores de retorno a la inversión y participación de mercado, sino que también en comprender la satisfacción del cliente y las percepciones de la calidad del servicio ofrecido (Jain et al., 2011). Esto es importante, por cuanto se señala que la educación presenta dinámicas similares entre los diferentes países, tal vez con la excepción de aquellos de menores ingresos (Larraín y Zurita, 2008). Es así como altos niveles

de competencia en los sectores de educación superior se observan principalmente en aquellos países con un modelo basado en la matrícula (DeShields et al., 2005).

Considerando esto último, se plantea la necesidad de analizar los sectores de educación superior con perspectivas estratégicas y no sólo con aquellas provenientes desde la educación o ciencias sociales (Thieme et al., 2012). Este análisis es relevante, por cuanto permite que los directivos de educación superior dispongan de herramientas para tomar decisiones estratégicas en razón de los planes seguidos por su competencia. En este contexto se propone revisar la literatura de calidad de servicio, por cuanto las universidades deben diseñar instrumentos de medición que les permitan conocer la percepción de sus estudiantes, y realizar los cambios necesarios para alcanzar altos niveles de satisfacción sobre el servicio que les proporcionan.

3. CALIDAD DE SERVICIO EN EDUCACIÓN SUPERIOR

Los investigadores concuerdan en señalar la importancia de la calidad de servicio en la educación superior (Harvey y Knight, 1996; Ham y Hayduk, 2003; Yeo, 2008; de Jager y Gbadamosi, 2010; Al-alak y Bekhet, 2011), por cuanto esto les permite actuar con eficiencia y eficacia en un entorno altamente competitivo (DiDomenico y Bonnici, 1996).

Sin embargo, no existe consenso sobre la definición de este constructo (Clewes, 2003). Se argumenta que la calidad de servicio en educación superior corresponde a la evaluación que realiza el estudiante sobre lo que espera recibir y su percepción de lo que ha recibido (O'Neill y Palmer, 2004). Otros autores definen la calidad del servicio educacional como la evaluación general que realizan los estudiantes sobre su experiencia educacional (Allen y Davis, 1991; Holdford y Reinders, 2001).

Bajo esta línea de argumentación, la experiencia educacional de los estudiantes no sólo se refiere a aspectos relacionados con la enseñanza recibida en las salas de clase, sino que con toda la experiencia (Alashloo et al., 2005; de Jager y Gbadamosi, 2010). Es decir, se puede argumentar que el constructo calidad de servicio en educación superior es de naturaleza multidimensional (Marzo-Navarro et al., 2005; Torres y Araya-Castillo, 2010; Jain et al., 2013).

Además, no existe consenso sobre la metodología a seguir en la medición de la calidad del servicio en el contexto de la educación superior, en especial lo referente a la escala que debería ser empleada (Lagrosen et al., 2004; Garcia-Aracil, 2009; Torres y Araya-Castillo, 2010). Esta situación es relevante, por cuanto las universidades necesitan contar con adecuadas herramientas de medición que les permitan conocer cómo los temas relacionados con la calidad impactan en la experiencia de servicio de sus estudiantes (O'Neill y Palmer, 2004).

Un grupo de investigadores miden la calidad de servicio en instituciones de educación superior a través de la escala SERVQUAL (ejemplo, Boulding et al., 1993; Soutar y McNeil, 1996; Li y Kaye, 1998; Stodnick y Rogers, 2008; Zeshan, 2010; Duque y Chaparro, 2012), en tanto que otros aplican esta escala pero con modificaciones (ejemplo, Hampton, 1993; Ford et al., 1999; Sahney et al., 2004; Smith et al., 2007; Trivellas y Dargenidou, 2009; Çerri, 2012). En la escala SERVQUAL la calidad se evalúa como la diferencia entre las expectativas y la percepción del servicio recibido (Parasuraman et al., 1988). Se compone por cinco dimensiones: a) confiabilidad; b) tangibles; c) capacidad de respuesta; d) empatía; y e) seguridad.

Otros autores en educación superior han optado por el uso de la escala SERVPERF (ejemplo, Nejati y Nejati, 2008; Bhatt y Bhatt, 2012; Karami y Olfati, 2012), la cual va en línea con diversos estudios que han propuesto escalas para medir la calidad de servicio en el contexto de educación superior considerando sólo las percepciones (ejemplo, Oldfield y Baron, 2000; Capelleras y Veciana, 2004; Torres y Araya-Castillo, 2010). La escala SERVPERF se compone de los mismos ítems y dimensiones que la escala SERVQUAL, pero en la medición de la calidad de servicio sólo considera las percepciones (Cronin y Taylor, 1992).

Asimismo, en los últimos años se observan trabajos que comparan la capacidad predictiva de las escalas que consideran la diferencia entre las expectativas y percepciones, con aquellas que sólo consideran las percepciones (Jain y Gupta, 2004; Abdullah, 2006b, 2006c; Oliveira-Brochado y Marques, 2007; Brochado, 2009; Bayraktaroglu y Atrek, 2010; Rodríguez et al., 2011).

Sin embargo, se argumenta que los resultados que se obtienen con la escala SERVQUAL pueden variar según el sector de servicios (Buttle, 1996; Kang y James, 2004; Smith et al., 2007). Esto puede tener explicación en el grado de contacto que se produce entre los clientes y la organización (Dotchin y Oakland, 1994), lo cual es relevante en el contexto de la educación superior (Jain et al., 2013). Además, se argumenta que las dimensiones consideradas en la escala SERVQUAL no representan las características de las universidades y de los entornos en que participan (Ling et al., 2010).

Esto explica que algunos autores hayan desarrollado escalas específicas para medir la calidad de servicio en este sector. Algunas escalas se han enfocado exclusivamente en el profesor (ejemplo, Ramsden y Entwistle, 1981; Entwistle y Tait, 1990; Ramsden, 1991; Marsh y Roche, 1993; Casanueva et al., 1997). En otros estudios se consideran diferentes aspectos relacionados con la enseñanza y aprendizaje, tales como el esfuerzo realizado para aprobar las asignaturas (Hampton, 1993; Owlia y Aspinwall, 1996), los sistemas de evaluación (Poh y Abu Samah, 2006; Douglas et al., 2008), la carga de trabajo (Athiyaman, 1997; Tan y Kek, 2004), el contenido de los cursos (Tan y Kek, 2004; Munteanu et al., 2010) y si los conocimientos adquiridos se relacionan con la práctica profesional (Gruber et al., 2010; Torres y Araya-Castillo, 2010).

Además, algunos autores incorporan dimensiones relacionadas con la organización de los cursos, tales como el plan de estudios (Capelleras y Veciana, 2001; Sohail y Sheikh, 2004), la duración de la carrera (Gruber et al., 2010; Vanniarajan et al., 2011), el tamaño de las clases (Athiyaman, 1997; Joseph et al., 2005), la planificación de las actividades académicas (Capelleras y Veciana, 2004; Torres y Araya-Castillo, 2010) y la inscripción (Elliott y Healy, 2001; Marzo-Navarro et al., 2005). Asimismo, otros autores argumentan que el personal administrativo desempeña un rol de importancia en la evaluación que realizan los estudiantes sobre la calidad del servicio (Carman, 1990; LeBlanc y Nguyen, 1997; Morales y Calderón, 1999, 2004; Abdullah, 2006a).

En otros estudios se considera la importancia de las instalaciones (bibliotecas, salas de computación, salas de clases, servicios de alojamiento, etc.) en el proceso de evaluación del servicio (Wright, 1996; Capelleras y Veciana, 2004). Relacionado con esto, algunos estudios incorporan la localización de la universidad o campus universitario (Joseph y Joseph, 1997; de Jager y Gbadamosi, 2010). Además, en algunos estudios se considera la vida social que se genera en el campus universitario (Harvey, 1995; Joseph et al., 2005), la seguridad en el campus (Elliot y Heal, 2001; de Jager y Gbadamosi, 2010) y las actividades de recreación (Wiers-Jenssen et al., 2002; Angell et al., 2008).

En otros estudios se considera el asesoramiento que reciben los estudiantes (Hampton, 1993; Kwan y Ng, 1999), aspectos financieros (Elliot y Heal, 2001; Joseph et al., 2005) y la reputación de la institución (Pereda et al., 2009; de Jager y Gbadamosi, 2010). Asimismo, se mencionan aspectos relacionados con el interés o responsabilidad que la universidad muestra hacia sus alumnos (Kwan y Ng, 1999; Sohail y Sheikh, 2004), las oportunidades laborales de la carrera (Joseph y Joseph, 1997; Vanniarajan et al., 2011) y el contacto con el mercado laboral (Angell et al., 2008; Jain et al., 2013).

Finalmente, se ha demostrado que la calidad de servicio en educación superior es un antecedente de la satisfacción de los estudiantes (ejemplo, Guolla, 1999; Tan y Kek, 2004; Marzo-Navarro et al., 2005; Torres y Araya-Castillo, 2010; Karami y Olfati, 2012). Asimismo, se argumenta que altos niveles de satisfacción entre los estudiantes lleva a que experimenten mayores niveles de lealtad y retención (Marzo-Navarro et al., 2005; Voss et al. 2007), y que influye en su disposición a pagar (Gruber et al., 2010; Sumaedi et al., 2011).

4. IMPLICANCIAS PARA FUTURA INVESTIGACIÓN

Con el siguiente estudio se puede concluir que la calidad de servicio en educación superior es un constructo de naturaleza multidimensional (Marzo-Navarro et al., 2005; Torres y Araya-Castillo, 2010), por cuanto se compone de diferentes dimensiones que determinan la experiencia educativa de los estudiantes. La decisión de considerar a los estudiantes como los clientes o evaluadores de los servicios proporcionados por las universidades tiene implicaciones estratégicas (Arambewela y Hall, 2006; Correia y Miranda, 2012), ya que debido al creciente número de

instituciones de educación superior los estudiantes disponen de un mayor número de opciones académicas (Jain et al., 2013).

En este contexto, las universidades deben evaluar la percepción de sus estudiantes sobre la calidad de servicio percibido (O'Neill y Palmer, 2004; Abdullah, 2006a). Con este análisis las universidades pueden realizar acciones correctivas que les permitan incrementar los niveles de retención y lealtad entre sus estudiantes (Marzo-Navarro et al., 2005; Voss et al., 2007), así como la disposición a pagar de estos por los programas de estudio (Gruber et al., 2010; Sumaedi et al., 2011). Esto es relevante, por cuanto el sector de educación superior presenta características similares a las de una industria de servicio (Gruber et al., 2010), lo cual implica que el éxito de las universidades pasa por lograr altos niveles de satisfacción entre sus estudiantes (Abdullah, 2006a; Jain et al., 2011).

Con este objetivo es necesario diseñar adecuados instrumentos de medición (O'Neill y Palmer 2004). En este escenario, el presente estudio contribuye con la literatura, por cuanto sus resultados pueden usarse como parte de la validez de contenido de investigaciones que propongan un modelo para medir la calidad de servicio en educación superior (Deng y Dart, 1994). Asimismo, futuras investigaciones pueden realizar una depuración de los resultados del presente estudio a través del uso de herramientas cualitativas, tales como entrevistas en profundidad y focus groups (De Wulf y Odekerken-Schröde, 2003). Esto es relevante en todos aquellos países que se caracterizan por tener sectores de educación superior altamente competitivos (Larraín y Zurita, 2008).

BIBLIOGRAFÍA

- Abdullah, F. "The development of HEdPERF: a new measuring instrument of service quality for the higher education sector" en *International Journal of Consumer Studies*, 2006a, 30 (6), pp. 569-581.
- Abdullah, F. "Measuring service quality in higher education: HEdPERF versus SERVPERF" en *Marketing Intelligence & Planning*, 2006b, 24 (1), pp. 31-47.
- "Measuring service quality in higher education: three instruments compared" en *International Journal of Research & Method in Education*, 2006c, 29 (1), pp. 71-89.
- Abouchedid, K. y Nasser, R. "Assuring quality service in higher education: registration and advising attitudes in a private university in Lebanon" en *Quality Assurance in Education*, 2002, 10, pp. 198-206.
- Al-alak, B. y Bekhet, H. "Beyond SERVQUAL: A Paradigm Shift" en *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 2011, 5 (7), pp. 129-134.
- Alashloo, F.R., Castka, P. y Sharp, J.M. "Towards understanding the impeters in strategy implementation in higher education (HE) - a case of HE in Iran". *Quality Assurance in Education*, 2005, 13, pp. 132-147.
- Allen, J. y Davis, D. "Searching for Excellence in Marketing Education: The Relationship between Service Quality and Three Out-Come Variables", *Journal of Marketing Education*, 1991, 13, pp. 47-54.
- Altbach, P.G. "The costs and benefits of world-class universities", *Academe*, 2004, 90 (1), pp. 20-23.
- Altbach, P.G., Reisberg L. y Rumbley, L.E. "Trends in global higher education: Tracking an academic revolution", UNESCO, World Conference on Higher Education. 2009.
- Al-alak, B. "Measuring and evaluating business students satisfaction perceptions at public and private universities" in *Jordan. Asian Journal of Marketing*, 2009, 3 (2), pp. 33-51.
- Angell, R.J., Heffernan, T.W. y Megicks, P. "Service quality in postgraduate education", *Quality Assurance in Education*, 2008, 16 (3), pp. 236-254.
- Archer, L., Hutchings, M. y Ross, A. *Higher Education and Social Class. Issues of Exclusion and Inclusion*, Reino Unido: Routledge. 2003.
- Arambewela, R. y Hall, J. "A comparative analysis of international education satisfaction using SERVQUAL" en *Journal of Services Research*, 2006, 6, pp. 141-163.
- Athiyaman, A. "Linking student satisfaction and service quality perceptions: the case of university education", *European Journal of Marketing*, 1997, 31 (7), pp. 528-540.
- Barr, N. *Financing higher education: Comparing the options*, Reino Unido: Manuscript, London School of Economics and Political Science. 2003.
- Bayraktaroglu, G. y Atrek, B. "Testing the Superiority and Dimensionality of SERVQUAL vs. SERVPERF in Higher Education", *The Quality Management Journal*, 2010, 17 (1), pp. 47-59.
- Bemowski, K. "Restoring the pillars of higher education" en *Quality Progress*, 1991, 24 (10), pp. 37-42.
- Bhat, R. y Bhat, K. "Service Quality in Management Education in Gujarat State: A Study of Students' Perception and Preferences. e" - *Reflection*, 2012, 1, pp. 244-256.
- Boer, H., Huisman, J., Klemperer, A., Meulen, B., Neave, G., Theisens, H. y Marijk W. "Academia in the 21st century: An analysis of trends and perspectives in higher education and research" *Adviesraad voor het Wetenschaps-en Technologiebeleid*. 2002 Disponible en: http://www.utwente.nl/cheps/research/finished_projects/track_1/1fade-mia21stcentury.doc
- Boulding W., Kalra A., Staelin R. y Zeithaml, V.A. "A Dynamic Process Model of Service Quality: From Expectations to Behavioral Intentions". *J. Market. Res.*, 1993, 30, pp. 7-27.
- Brochado, A. "Comparing alternative instruments to measure service quality in higher education" en *Quality Assurance in Education*, 2009, 17 (2), pp. 174-190.

- Brunner, J.J. "El sistema de educación superior en Chile: un enfoque de economía política comparada" en *Revista da Avaliação da Educação Superior*, 2008, 13 (2), pp.451-486.
- Brunner, J.J., Elacqua, G., Tillett, A., Bonnefoy, J., González, S., Pacheco, P. y Salazar, F. "Guiar el mercado. Informe sobre la educación superior en Chile", Chile, Universidad Adolfo Ibáñez. 2005. Disponible en: http://mt.educarchile.cl/mt/jjbrunner/archives/2005/08/nuevo_libro.html
- Buil, I., Hernández, B., Sese, F. y Urquizu, P. "Los foros de discusión y sus beneficios en la docencia virtual: recomendaciones para un uso eficiente" en *Innovar*, 2012, 22 (43), pp. 131-143.
- Buttle, F. "SERVQUAL: review, critique, research agenda" en *European Journal of Marketing*, 1996, 30 (1), pp. 8-32.
- Capelleras, J.L. y Veciana, J.M. "Calidad de Servicio en la Enseñanza Universitaria: Desarrollo y Validación de una Escala de Medida". Documentos de Trabajo Universidad Autónoma de Barcelona, nº 4. 2001.
- Capelleras, J.L. y Veciana, J.M. "Calidad de servicio en la enseñanza universitaria: desarrollo y validación de una escala de medida" en *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 2004, 13, pp. 55-72.
- Carman, J. M. "Consumer perceptions of service quality" en *Journal of Retailing*, 1990, 66, pp. 33-55.
- Casanueva, C., Periañez, R. y Rufino, J.E. "Calidad percibida por el alumno en el servicio docente universitario: Desarrollo de una escala de medida", en M. Ruiz [ed.]: *XI Congreso Nacional AEDEM, VII Congreso Hispano-Francés*, 2, pp. 27-34. Lérida: Universidad de Lérida. 1997.
- Çerri, S. "Assessing the quality of higher education services using a modified SERVQUAL scale" en *Annales Universitatis Apulensis Series Oeconomica*, 2012, 14 (2), pp. 664-679.
- Chacón, S., Pérez-Gil, J.A. y Holgado, F.P. "Evaluación de la calidad universitaria: validez de contenido" en *Psicothema*, 2001, 13 (2), pp. 294-301.
- Clewes, D. "A student-centered conceptual model of service quality in higher education" en *Quality in Higher Education*, 2003, 9 (1), pp. 69-85.
- Conway, T., Mackay, S. y Presser, S. "Strategic Planning in Higher Education: Who Are the Customers?" en *International Journal of Education Management*, 1994, 8 (6), pp. 29-36.
- Correia, S. y Miranda, F. "DUAQUAL: calidad percibida por docentes y alumnos en la gestión universitaria" en *Cuadernos de Gestión*, 2012, 12 (1), pp. 107-122.
- Cronin, J. y Taylor, S. "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension" en *Journal of Marketing*, 1992, 56, pp. 55-68.
- Cubillo-Pinilla, J., Zuniga, J., Losantos, I. y Sanchez, J. "Factors influencing international students' evaluations of higher education programs" en *The Journal of American Academy of Business*, 2009, 15 (1), pp. 270-278.
- Cuthbert, P.F. "Managing service quality in HE: is SERVQUAL the Answer?" en *Part 1. Managing Service Quality*, 1996, 6, pp. 11-16.
- De Jager, J. y Gbadamosi, G. "Specific remedy for specific problem: measuring service quality in South African higher education" en *Higher Education*, 2010, 60 (3), pp. 251-267.
- Deng, S. y Dart, J. "Measuring Market Orientation: A Multi-Factor, Multi-Item Approach" en *Journal of Marketing Management*, 1994, 10 (8), pp. 725-742.
- DeShields, O.W., Kara, A. y Kaynak, E. "Determinants of business student satisfaction and retention in higher education: applying Herzberg's two-factor theory" en *International Journal of Educational Management*, 2005, 19 (2), pp. 128-139.
- De Wulf, K. y Odekerken-Schröde, G. "Assessing the Impact of a Retailer's Relationship Efforts on Consumer Attitudes and Behavior" en *Journal of Retailing and Consumer Services*, 2003, 10, pp. 95-108.
- DiDomenico, E. y Bonnici, J. "Assessing service quality within the educational environment" en *Education-Indianapolis*, 1996, 116 (3), pp. 353-359.

- Dill, D. "Quality Assurance in Higher Education: Practices and Issues" en *The 3rd International Encyclopedia of Education*, Editors-in-Chief Barry McGaw, Eva Baker and Penelope P. Peterson, Elsevier Publications. 2007.
- Dotchin, J.A. y Oakland, J.S. "Total quality management in services: Part 3: Distinguishing perceptions of service quality" en *International Journal of Quality & Reliability Management*, 1994, 11 (4), pp. 6-28.
- Douglas, J., McClelland, R. y Davies, J. "The development of a conceptual model of student satisfaction with their experience in higher education" en *Journal of Quality Assurance in Education*, 2008, 16 (1), pp. 19-35.
- Duque, E.J. y Chaparro, C.R. "Medición de la percepción de la calidad del servicio de educación por parte de los estudiantes de la UPTC Duitama" en *Criterio Libre*, 2012, 10 (16), pp. 159-192.
- Elliott, M.E. y Healy, M.A. "Key factors influencing student satisfaction related to recruitment and retention" en *Journal of Marketing For Higher Education*, 2001, 10 (4), pp. 1-11.
- Entwistle, N. y Tait, H. "Approaches to Learning, Evaluation of Teaching, and Preferences for Contrasting Academic Environments" en *Higher Education*, 1990, 19 (2), pp. 169-194.
- Espinoza, O. y González, L. "Acceso a instituciones de educación superior públicas y privadas: el caso de Chile" en José Joaquín Brunner y Carlos Peña (editores), *El conflicto de las universidades: entre lo público y lo privado*, Chile: Ediciones Universidad Diego Portales. 2011.
- Felt, U. y Glanz, M. *University autonomy in Europe: changing paradigms in higher education policy*. Bologna: Magna Charta Observatory. 2002. Disponible en: http://sciencestudies.univie.ac.at/fileadmin/user_upload/dep_sciencestudies/pdf_files/pdfs_abgeschlossene_projekte/University_Autonomy_I.pdf
- Ford, J.B., Joseph, M. y Joseph, B. Importance- performance analysis as a strategic tool for service marketers: the case of service quality perceptions of business students in New Zealand and the USA. *Journal of Services Marketing*, 1999, 13, pp. 171-186.
- Freeman, R. *Quality Assurance in Training and Education*. London: Kogan Page. 1993
- Galloway, L. Quality perceptions of internal and external customers: a case study in educational administration. *TQM Magazine*, 1998, 10, pp. 20-26.
- García-Aracil, A. European graduates' level of satisfaction with higher education. *Higher Education*, 2009, 57 (1), pp. 1-21.
- Ginsberg, M.B. *Understanding Educational Reforms in Global Context: Economy, Ideology and the State*. New York: Garland. 1991
- Gold, E. Customer service: a key unifying force for today's campus. *Netresults*, National Association of Student Personnel Administration, 22 January, 2001. Disponible en: www.naspa.org/netresults.
- Gruber, T., Fub, S., Voss, R. y Glaser-Zikuda, M. Examining student satisfaction with higher education services: Using a new measurement tool. *International Journal of Public Sector Management*, 2010, 23 (2), pp. 105-123.
- Guolla, M. Assessing the teaching quality to student satisfaction relationship: applied customer satisfaction research in the classroom. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 1999, 7 (3), pp. 87-97.
- Ham, L. y Hayduk, S. Gaining competitive advantages in higher education: analyzing the gap between expectations and perception of service quality. *International Journal of Value-Based Management*, 2003, 16 (3), pp. 223-242.
- Hampton, G. Gap Analysis of College Student Satisfaction as a Measure of Professional Service Quality. *Journal of Professional Services Marketing*, 1993, 9 (1), pp. 115-128.
- Harvey, L. Editorial: The Quality Agenda", *Quality in Higher Education*, 1995, 1 (1), pp. 5-12.
- Harvey, L. y Knight, P.T. *Transforming Higher Education*, London: Open University Press. 1996.

- Hasan, H.F.A., Ilias, A., Rahman, R.A. y Razak, M.Z.A. Service quality and student satisfaction: a case study at private higher education institutions. *International Business Research*, 2008, 1 (3), pp. 163-175.
- Heck, R.H. y Johnsrud, L.K. Administrative effectiveness in higher education: improving assessment procedures. *Research in Higher Education*, 2000, 41 (6), pp. 663-685.
- Hemsley-Brown, J. y Oplatka, I. Universities in a competitive global marketplace. A systematic review of the literature on higher education marketing. *International Journal of Public Sector Management*, 2006, 19 (4), pp. 316-338.
- Hill, F.M. Managing Services Quality in Higher Education: The Role of the Students as Primary Consumers. *Quality Assurance in Education*, 1995, 3 (3), pp.10-21.
- Holdford D.A. y Reinders T.P. Development of an Instrument to Assess Student Perceptions of the Quality of Pharmaceutical education. *American Journal of Pharmaceutical Education*, 2001, 65 (1), pp. 25-31.
- Ivy, J. A new higher education marketing mix: The 7P's for MBA marketing. *International Journal of Educational Management*, 2008, 22 (4), pp. 288-299.
- Jain, S. y Gupta, G. Measuring Service Quality: SERVQUAL vs. SERVPERF Scale. *VIKALPA*, 2004 (2), pp. 25-37.
- Jain, R., Sinha, G. y Sahney, S. Conceptualizing service quality in higher education. *Asian Journal on Quality*, 2011, 12 (3), pp. 296-314.
- Jain, R., Sahney, S. y Sinha, G. Developing a Scale to Measure Students' Perception of Service Quality in the Indian Context. *The TQM Journal*, 2013, 25 (3) (Date online 19/3/2013).
- Joseph, M. y Joseph, B. Service Quality en Education: A Student Perspective. *Quality Assurance in Education*, 1997, 5 (1), pp. 15-21.
- Joseph, M., Yakhou, M. y Stone, G. An Educational Institution's Quest for Service Quality: Customers' Perspective. *Quality Assurance in Education*, 2005, 13 (1), pp. 66-82.
- Juarros, M.F. Configuraciones emergentes en la educación superior latinoamericana. *Contexto Educativo. Revista Digital de Educación y Nuevas Tecnologías*, 37. 2006. Disponible en: <<http://contexto-educativo.com.ar/>>.
- Kang, G. y James, J. Service quality dimensions: an examination of Gronroos's service quality model. *Managing Service Quality*, 2004, 14 (4), pp. 266-277.
- Karami, M. y Olfati, O. Measuring service quality and satisfaction of students: A case study of students' perception of service quality in high-ranking business schools in Iran. *African Journal of Business Management*, 2012, 6 (2), pp. 658-669.
- Kwan, Y.K.P. y Ng, W.K.P. Quality Indicators in Higher Education-Comparing Hong Kong and China Students. *Managerial Auditing Journal*, 1999, 14 (1 y 2), pp. 20-27.
- Lagrosen, S., Hashemi, R.S. y Leitner, M. Examination of the Dimensions of Quality in Higher Education. *Quality Assurance in Education*, 2004, 12 (2), pp. 61-69.
- Larraín, C. y Zurita, S. The new student loan system in Chile's higher education. *Higher Education*, 2008, 55 (6), pp. 683-702.
- Lawson, S.B. Why restructure? An international survey of the roots of reform. *Journal of Education Policy*, 1992, 7, pp. 139-154.
- LeBlanc, G. y Nguyen, N. Searching for Excellence in Business Education: An Exploratory Study of Customer Impressions of Service Quality. *International Journal of Educational Management*, 1997, 11 (2), pp. 72-79.
- Li, R. y Kaye, M. A Case Study for Comparing two Service Quality Measurement Approaches in the Context of Teaching in Higher Education. *Quality in Higher Education*, 1998, 4 (2), pp. 103-113.
- Ling, K.C., Chai, L.T. y Piew, T.H. The 'Inside-out' and 'Outside-in' Approaches on Students' Perceived Service Quality: An Empirical Evaluation. *Management Science and Engineering*, 2010, 4 (2), pp. 1-26.

- Lovett, C.M. Cracks in the bedrock: Can U.S. higher education remain number one? *Change*, 2002, 34 (2), pp. 10-15.
- Malik, M., Danish, R. y Usman, A. The impact of service quality on students' satisfaction in higher education Institutes of Punjab. *Journal of Management Research*, 2010, 2 (2), pp. 1-11.
- Maringe, F. y Gibbs, P. *Marketing higher education: Theory and practice*, New York: McGraw-Hill Education. 2009.
- Marsh, H. y Roche, L. The use of students' evaluations and an individually structured intervention to enhance university teaching effectiveness. *American Educational Research Journal*, 1993, 30, pp. 217-251.
- Martensen, A. y Grønholdt, L. Quality in higher education: linking graduates' competencies and employers' needs. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 2009, 1 (1), pp. 67-77.
- Martensen, A., Grønholdt, L., Eskildsen, J.K. y Kristensen, K. Measuring student oriented quality in higher education: application of the ECSI methodology, *Sinergie-Rapporti di ricerca*, 2000, 9 (18), pp. 371-383.
- Marzo-Navarro, M., Pedraja-Iglesias, M. y Rivera-Torres, P. A new management element for universities: satisfaction with the offered courses. *International Journal of Educational Management*, 2005, 19 (6), pp. 505-526.
- Mok, K. Decentralisation and marketization of education in Singapore: A case study of the school excellence model. *Journal of Educational Administration*, 2003, 41 (4), pp. 348-366.
- Morales, M. y Calderón, L. Assessing Service Quality in Schools of Business: Dimensions of Service Quality in Continuing Professional Education (CPE). *Cuadernos de Difusión, ESAN*, 1999, 5 (9-10), pp. 125-140.
- Morales, M. y Calderón, L. *Assessing Service Quality in B- schools: Dimensions of Service Quality in Continuing Professional Education*. 2004
- Munteanu, C., Ceobanu, C., Bobalca, C. y Anto, O. An analysis of customer satisfaction in a higher education context", *International Journal of Public Sector Management*, 2010, 23 (2), pp. 124-140
- Nejati, M. y Nejati, M. Service quality at University of Tehran central library. *Library Management*, 2008, 29 (6/7), pp. 571-582.
- Oliveira-Brochado, A. y Marques, R.C. Comparing alternative instruments to measure service quality in higher education. *FEP Working Papers*, No. 258, December 2007. Disponible en: <http://ideas.repec.org/p/por/fepwps/258.html#provider> Assessed 25 June, 2008.
- Oldfield, B. y Baron, S. Student Perceptions of Service Quality in a UK University Business and Management Faculty. *Quality Assurance in Education*, 2000, 8 (2), pp. 85-95.
- O'Neill, M. y Palmer, A. Importance-performance analysis: a useful tool for directing continuous quality improvement in higher education. *Quality Assurance in Education*, 2004, 12 (1), pp. 39-52.
- Owlia, M.S. y Aspinwall, E.M. A Framework for the Dimensions of Quality in Higher Education. *Quality Assurance in Education*, 1996, 4 (2), pp.12-20.
- Palihawadana, G.H. Modeling module evolution in marketing education. *Quality Assurance in Education*, 1999, 7 (1), pp. 41-46.
- Parasuraman, A., Zeithmal, V.A. y Berry, L.L. SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 1988, 64 (1), pp. 12-40.
- Pereda, M., Airey, D. y Bennett, M. Service Quality in Higher Education: The Experience of Overseas Students. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 2009, 6 (2), pp. 55-67.
- Poh, J., Samah, H. y Jauhariah, A. Measuring Students' Satisfaction for Quality Education in A E-Learning University", *Unitar E-Journal*, 2006 (1), pp.11-21.
- Ramsden, P. A performance indicator of teaching quality in higher education: the Course Experience Questionnaire. *Studies in Higher Education*, 1991, 16, pp. 129-150.
- Ramsden, P. y Entwistle, N. Effects of Academic Department on Students' Approach to Studying. *British Journal of Educational Psychology*, 1981, 51, pp. 368- 383

- Reid, N. Quality assurance in higher education in Pakistan looking to the future. 3rd International Conference in Assessing Quality in Higher Education. Lahore, Pakistan. December 6-8, 2010.
- Rodrigues, L.L., Barkur, G., Varambally, K.V.M. y Motlagh, F.G. Comparison of SERVQUAL and SERVPERF metrics: an empirical study. *The TQM Journal*, 2011, 23 (6), pp. 629-643.
- Rodríguez, E. El rol de las universidades en la sociedad del conocimiento y en la era de la globalización: Evidencia desde Chile. *Interciencia*, 2009, 34 (11), pp. 822-829.
- Sahney, S., Banwet, D.K. y Karunes, S. A SERVQUAL and QFD approach to total quality education: a student perspective. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 2004, 53 (2), pp. 143-66.
- Schugurensky, D. La Reestructuración de la Educación Superior en la Era de la Globalización. ¿Hacia un Modelo Heterónimo?, en Armando Alcántara, Ricardo Pozas y Carlos Torres (coordinadores), *Educación, Democracia y Desarrollo en el Fin de Siglo*, México, Siglo XXI Editores. 1998.
- Senthilkumar, N. y Arulraj, A. SQM-HEI-determination of service quality measurement of higher education in India. *Journal of Modelling in Management*, 2011, 6 (1), pp. 60-78.
- Seymour, D.T. *On Q: Causing Quality in Higher Education*, New York: Macmillan Press. 1992.
- Smith, G., Smith, A. y Clarke, A. Evaluating service quality in universities: a service department perspective. *Quality Assurance in Education*, 2007, 15 (3), pp. 334-351.
- Sohail, S. y Shaikh, N.M. Quest for Excellence in Business Education: A Study of Student Impression of Service Quality. *The International Journal of Educational Management*, 2004, 18 (1), pp. 58-65.
- Soutar, G. y McNeil, M. Measuring service quality in a tertiary institution. *Journal of Educational Administration*, 1996, 34, pp. 72-82.
- Soutar, G.N. y Turner, J.P. Student preferences for university: A conjoint analysis. *The International Journal of Educational Management*, 2002, 16 (1), pp. 40-45.
- Stensaker, B. Outcomes of Quality Assurance: A Discussion of Knowledge, Methodology and Validity. *Quality in Higher Education*, 2008, 14 (1), pp. 3-13.
- Štimac, H. y Leko, M. Competitiveness in Higher Education: A Need for Marketing Orientation and Service Quality. *Economics & Sociology*, 2012, 5 (2), pp. 23-34.
- Stodnick, M. y Rogers, P. Using SERVQUAL to measure the quality of the classroom experience. *Decision Sciences Journal of Innovative Education*, 2008, 6 (1), pp. 115-133.
- Sumaedi, S., Bakti, I. G.M.Y. y Metasari, N. The effect of students' perceived service quality and perceived price on student satisfaction. *Management Science and Engineering*, 2011, 5 (1), pp. 88-97.
- Tan, K. y Kek, S. Service Quality in Higher Education Using an Enhanced SERVQUAL Approach. *Quality in Higher Education*, 2004, 10 (1), pp. 17-24.
- Thieme, C., Araya-Castillo, L. y Olavarrieta, S. Grupos estratégicos de universidades y su relación con el desempeño: el caso de Chile, *Innovar*, 2012, 22 (43), pp. 105-116.
- Torres, E. y Araya-Castillo, L. Construcción de una escala para medir la calidad del servicio de las universidades: Una Aplicación al Contexto Chileno. *Revista de Ciencias Sociales*, Universidad del Zulia, 2010, 16 (1), pp. 54-67.
- Trivellas, P. y Dargenidou, D. Leadership and service quality in higher education: the case of the Technological Educational Institute of Larissa. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 2009, 1 (3), pp. 294-310.
- Vanniarajan, T., Meharajan, T. y Arun, B. Service Quality in Education: Students' Perspective. *European Journal of Social Sciences*, 2011, 26 (2), pp. 297-309.
- Voss, R., Gruber, T. y Szmigin, I. Service quality in higher education: The role of student expectations. *Journal of Business Research*, 2007, 60 (9), pp. 949-959.
- Weaver, T. What is good of higher education? *Higher Education Review*, 1976, 8, pp. 3-14.
- Wiers-Jenssen, J., Stensaker, B. y Groggaard, J.B. Student Satisfaction: towards an empirical deconstruction of the concept. *Quality in Higher Education*, 2002, 8 (2), pp. 183-195.

Wright, R. Quality Factors in Higher Education: The Students' Viewpoint. *College Student Journal*, 1996, 30 (2), pp. 269-272.

Yeo, R.K. "Brewing service quality in higher education". *Quality Assurance in Education*, 2008, 16 (3), pp. 266-286.

Zeshan, M. "Assessing Service Quality in Business Schools: Implications for Improvement". *3rd International Conference on Assessing Quality in Higher Education*, Lahore, Pakistan. 2010