

**Evaluación de la calidad del servicio de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia –
UNAD CCAV Pitalito Zona Sur desde la percepción de los estudiantes y egresados.**

Yeimi Estefanía Ordoñez Marín
Ana Lucia Álvarez Parra

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD
Escuela de Ciencias Administrativas, contables, Económicas y de Negocios ECACEN
Especialización en Gerencia Estratégica de Mercadeo
Pitalito, Huila, Colombia

2017

**Evaluación de la calidad del servicio de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia –
UNAD CCAV Pitalito Zona Sur desde la percepción de los estudiantes y egresados.**

Yeimi Estefanía Ordoñez Marín

Ana Lucia Álvarez Parra

Proyecto de grado presentado para optar Por
El título de: Especialista en Gerencia Estratégica de Mercadeo

Director

Diego Hernán Jiménez Cruz

Economista

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD
Escuela de Ciencias Administrativas, contables, Económicas y de Negocios ECACEN
Especialización en Gerencia Estratégica de Mercadeo
Pitalito, Huila, Colombia

2017

Nota de Aceptación

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Agradecimientos

Los triunfos no llegan solos, por el contrario estos evidencian el esfuerzo sincronizado de todas y cada una de las personas quienes de la mano de Dios nuestro Señor, sin esperar nada a cambio llenan de motivos y esperanza nuestra existencia, determinando así la constancia que nos permite hoy dar forma a los sueños.

A Dios por darnos la vida y llenarla de retos, oportunidades victorias y derrotas. Por permitirnos soñar, creer y alcanzar metas compartidas al lado de nuestros padres, madres, hermanos, hermanas, Esposos, hijas e hijos quienes sin desfallecer, nos apoyaron, comprendieron e inspiraron.

A nuestros amigos, amigas y compañeros quienes entre sonrisas nos fortalecieron y aferraron a este proceso en los momentos en que la deserción parecía la mejor opción.

A nuestra Universidad y su equipo de colaboradores, quienes nos abrieron las puertas al conocimiento y el crecimiento profesional.

En especial a la Doctora Adelaida Cuellar Bahamón quien durante todo el proceso formativo e investigativo nos ha brindado su permanente e incondicional acompañamiento, dedicación y amistad, aportando valiosas y acertadas sugerencias, a partir de la confianza y respeto por nuestras ideas.

Dedicatoria

Este proyecto de grado lo dedico con todo mi amor y Cariño a Dios que me ha dado la vida, la sabiduría y la oportunidad de desarrollar este proyecto.

Gracias por todo a mis abuelos y padres por su apoyo incondicional, a mis compañeros, por su paciencia comprensión y ayuda.

A mis maestros por aportar sus conocimientos en aras de formarnos como profesionales, como personas competentes y calificables en esta sociedad, en especial a la Doctora Adelaida Cuellar Bahamón y la Dra. Clara Sofía Caviedes

Yeimi Estefania Ordoñez Marin

Este proyecto lo dedico a mis padres porque con todo su cariño y su amor hicieron todo en la vida para que pudiera lograr mis sueños, por motivarme y darme la mano cuando sentía que el camino se terminaba.

A mi esposo y mis hijos que con su paciencia y su comprensión, sacrificaron su tiempo para que yo pudiera cumplir con el mío, ahora puedo decir que este trabajo tiene mucho de ellos por estar siempre a mi lado.

A mis compañeros de trabajo que con sus conocimientos y experiencias lograron aportar para el desarrollo de este Proyecto, y de cierto modo de esta gran etapa en mi vida. A las Dras. Adelaida Cuellar y Clara Sofía Caviedes quienes desde sus lecciones y compromisos me formaron como persona preparada para los retos que nos encontramos en el diario caminar.

Ana Lucia Álvarez Parra

Por ultimo dedicamos este trabajo de grado a la Universidad Nacional abierta y a Distancia UNAD por ser la mediadora y el puente para llevar a cabo nuestras metas.

Tabla de contenido

Resumen.....	13
Abstrac	15
Introducción	17
Planteamiento del problema.....	19
Antecedentes	19
Investigaciones realizadas.	19
Descripción del problema.....	20
Formulación del problema	22
Sistematización del problema.....	22
Línea de investigación.....	23
Justificación	24
Justificación teórica.....	25
Justificación metodológica.....	27
Justificación Práctica.....	28
Objetivos	30
Objetivo General	30
Objetivos específicos.....	30
Marco de referencia	31
Marco teórico	31
Conceptos básicos de calidad.	¡Error! Marcador no definido.
Elementos básicos de la calidad del servicio.....	61
La teoría de la calidad total.....	31
Calidad total.....	¡Error! Marcador no definido.
Relación entre calidad y satisfacción.....	37
Teoría de la calidad del servicio (Karl Albrecht y Jan Carlzon).	38
Momentos de Verdad de Jan Carlzon.....	38
El Triángulo del Servicio.....	39
Modelo SERVQUAL de calidad de servicio.....	42
Marco Contextual.....	45
Economía	47
Universidad Nacional abierta y A distancia – UNAD.....	48
Reseña histórica.....	48

Los acontecimientos más importantes.....	49
Territorio UNAD-CCAV Pitalito.....	50
Visión.....	51
Principios institucionales.....	51
Reseña Histórica CCAV Pitalito.....	56
Marco conceptual.....	59
Marco legal.....	66
Metodología.....	68
Esquema metodológico.....	68
Tipo de investigación.....	69
Método de la investigación.....	70
Recolección de la información.....	71
Universo.....	71
Población.....	71
Muestra.....	71
Procedimiento para la recolección de la información.....	¡Error! Marcador no definido.
Fuentes Primarias.....	74
Fuentes Secundarias.....	74
Construcción del Instrumento.....	¡Error! Marcador no definido.
Técnicas de recolección de información.....	80
Procesamiento de la información y análisis de datos.....	80
Hipótesis.....	82
Análisis de la información recolectada.....	83
Análisis de la información de encuestas aplicadas a estudiantes y egresados de la UNAD CCAV Pitalito.....	83
Evaluación y análisis de los factores claves de satisfacción de los estudiantes de la UNAD CCAV Pitalito.....	89
Análisis de los factores claves de satisfacción que los estudiantes consideran se deben mejorar en la UNAD CCAV Pitalito.....	114
Análisis de los factores claves de satisfacción que los egresados consideran se deben mejorar en la UNAD CCAV Pitalito.....	119
Propuesta estratégica para mejorar la calidad del Servicio al Cliente en la UNAD CCAV Pitalito.....	122
Conclusiones.....	129
Recomendaciones.....	132
Bibliografía.....	134

Índice de tablas

Tabla 1. Aspectos de los que actualmente se entiende por calidad	34
Tabla 2. Aspectos claves de la calidad total	35
Tabla 3. Directores UNAD CCAV Pitalito.....	58
Tabla 4. Determinación de la muestra	73
Tabla 5. Participación por población objetivo	84
Tabla 6. Área por la cual fue atendido(a)	86
Tabla 7. Dependencia administrativa por la cual fue atendido(a)	87
Tabla 8. Escuela por la cual fue atendido(a).....	88
Tabla 9. Idoneidad, actitud, cordialidad, disposición y oportunidad como variables claves del nivel de satisfacción de los estudiantes que fueron atendidos por el personal Administrativo.	90
Tabla 10. Idoneidad, actitud, cordialidad, disposición y oportunidad como variables claves del nivel de satisfacción de los estudiantes que fueron atendidos por el personal Académico.	94
Tabla 11. Consolidado - Idoneidad, actitud, cordialidad, disposición y oportunidad como variables claves del nivel de satisfacción de los estudiantes que fueron atendidos por el personal Administrativo y Académico.....	98
Tabla 12. Idoneidad, actitud, cordialidad, disposición y oportunidad como variables claves del nivel de satisfacción de los egresados que fueron atendidos por el personal Administrativo.	102
Tabla 13. Idoneidad, actitud, cordialidad, disposición y oportunidad como variables claves del nivel de satisfacción de los egresados que fueron atendidos por el personal Académico.	106
Tabla 14. Consolidado evaluación de la idoneidad, actitud, cordialidad, disposición y oportunidad como variables claves del nivel de satisfacción de los egresados que fueron atendidos por el personal Administrativo y Académico.	109
Tabla 15. Calificación Final de la satisfacción de los estudiantes y egresados de la UNAD – CCAV Pitalito.....	112
Tabla 16. Tecnología y plataforma de aprendizaje.....	114
Tabla 17. Actitudes y comportamientos del cuerpo docente	115
Tabla 18. Comunicación y efectividad de los procesos administrativos	117
Tabla 19. Instalaciones y equipamientos	118
Tabla 20. Actitud, disposición, cordialidad, efectividad de los procesos administrativos, ayudas educativas e instalaciones	120

Tabla de Gráficos

Gráfico 1. Localización área de influencia	46
Gráfico 2. Territorio UNAD-CCAV Pitalito	46
Gráfico 3. Participación por población objetivo	85
Gráfico 4. Área por la cual fue atendido(a)	86
Gráfico 5. Dependencia administrativa por la cual fue atendido(a)	87
Gráfico 6. Escuela por la cual fue atendido(a).....	89
Gráfico 7. Idoneidad, actitud, cordialidad, disposición y oportunidad como variables claves del nivel de satisfacción de los estudiantes que fueron atendidos por el personal Administrativo.	91
Gráfico 8. Idoneidad, actitud, cordialidad, disposición y oportunidad como variables claves del nivel de satisfacción de los estudiantes que fueron atendidos por el personal Administrativo.	92
Gráfico 9. Idoneidad, actitud, cordialidad, disposición y oportunidad como variables claves del nivel de satisfacción de los estudiantes que fueron atendidos por el personal Académico.	95
Gráfico 10. Idoneidad, actitud, cordialidad, disposición y oportunidad como variables claves del nivel de satisfacción de los estudiantes que fueron atendidos por el personal Académico.	96
Gráfico 11. Consolidado - Idoneidad, actitud, cordialidad, disposición y oportunidad como variables claves del nivel de satisfacción de los estudiantes que fueron atendidos por el personal Administrativo y Académico.....	99
Gráfico12. Consolidado - Idoneidad, actitud, cordialidad, disposición y oportunidad como variables claves del nivel de satisfacción de los estudiantes que fueron atendidos por el personal Administrativo y Académico.....	100
Gráfico 13. Idoneidad, actitud, cordialidad, disposición y oportunidad como variables claves del nivel de satisfacción de los egresados que fueron atendidos por el personal Administrativo.	103
Gráfico 14. Idoneidad, actitud, cordialidad, disposición y oportunidad como variables claves del nivel de satisfacción de los egresados que fueron atendidos por el personal Administrativo.	104
Gráfico 15. Idoneidad, actitud, cordialidad, disposición y oportunidad como variables claves del nivel de satisfacción de los egresados que fueron atendidos por el personal Académico	107
Gráfico 16. Idoneidad, actitud, cordialidad, disposición y oportunidad como variables claves del nivel de satisfacción de los egresados que fueron atendidos por el personal Académico	108
Gráfico 17. Consolidado - Idoneidad, actitud, cordialidad, disposición y oportunidad como variables claves del nivel de satisfacción de los egresados que fueron atendidos por el personal Administrativo y Académico.....	110
Gráfico 18. Consolidado - Idoneidad, actitud, cordialidad, disposición y oportunidad como variables claves del nivel de satisfacción de los Egresados que fueron atendidos por el personal Administrativo y Académico.....	111
Gráfico 19. Calificación Final de la satisfacción de los estudiantes y egresados de la UNAD – CCAV Pitalito.....	113

Gráfico 20. Tecnología y plataforma de aprendizaje	114
Gráfico 21. Actitudes y comportamientos del cuerpo docente	116
Gráfico 22. Comunicación y efectividad de los procesos administrativos	117
Gráfico 23. Instalaciones y equipamientos	118
Gráfico 24. Actitud, disposición, cordialidad, efectividad de los procesos administrativos, ayudas educativas e instalaciones	120

Tabla de Figuras

Figura 1. Evolución de la calidad	32
Figura 2. Triángulo del servicio.....	40
Figura 3. Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio	44

Tabla de fotografías

Fotografía 1. Sede de la UNAD CCAV Pitalito, antes de la remodelación.....	56
Fotografía 2. CCAV Pitalito Zona Sur	57

Resumen

La Universidad Nacional Abierta y a Distancia en su Reglamento Académico constituye el eje en el cual se moverán las relaciones con sus estudiantes y en general con los usuarios que requieran el servicio educativo, por lo cual su implementación permitirá que cada actor conozca claramente su rol dentro de la Institución y con ello se facilite y dinamice los procesos y procedimientos misionales, es por ello que se evalúa sistemática la calidad de los servicios y productos que la universidad ofrece a través de estudios de opinión de estudiantes y egresados.

La presente investigación constituye una propuesta orientada a la determinación y unificación de criterios institucionales que permiten conocer la percepción del servicio que se ofrece en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia – CCAV Pitalito, con el fin de proponer estrategias de mejoramiento continuo que se mantenga, satisfaga las expectativas de los miembros de la comunidad Unadista y den un mayor valor agregado a los servicios que se prestan.

Para lo anterior, fue necesario conocer la situación actual de la prestación del servicio en la UNAD – CCAV Pitalito, identificar las variables y actores que interviene, además de realizar una investigación exhaustiva de los procedimientos en todas las dependencias, y así contar con un panorama más claro de los problemas e identificar las causas de los mismos, lo cual permitió comprender las dificultades del servicio que fueron determinantes al momento de plantear acciones correctivas o preventivas para mejorar el nivel de satisfacción en el

servicio.

Para tal fin inicialmente la investigación se justifica tanto teórica, como práctica y metodológicamente con el único propósito de verificar el establecimiento y aprovechamiento de las teorías y postulados que tratan sobre la calidad del servicio, identificar la utilidad de la investigación y recopilar información valiosa para el análisis y evaluación de la calidad del servicio en la UNAD CCAV Pitalito, permitiendo desarrollar y establecer estrategias para que los servicios brindados por la UNAD CCAV Pitalito, sean pertinentes y acordes a las necesidades, con el fin de mantener una calidad perdurable y alcanzar la satisfacción al cliente potencial.

Abstrac

The National Open and Distance University in its Academic Regulations is the axis in which relations will move with its students and in general with the users that require the educational service, so that its implementation will allow each actor to clearly know their role within The Institution and with that it facilitates and dynamizes the processes and missionary procedures, that is why the quality of the services and products that the university offers through opinion studies of students and graduates is evaluated systematically.

The present research constitutes a proposal oriented to the determination and unification of institutional criteria that allow to know the perception of the service that is offered in the National Open and Distance University - CCAV Pitalito, in order to propose strategies of continuous improvement that is maintained, satisfies The expectations of the members of the Unadista community and give a greater added value to the services that are provided.

For this, it was necessary to know the current situation of the service delivery in UNAD - CCAV Pitalito, to identify the variables and actors involved, as well as to carry out an exhaustive investigation of the procedures in all dependencies, and thus to have a panorama Clarity of the problems and identify the causes of the same, which allowed to understand the difficulties of the service that were decisive in the moment of posing corrective or preventive actions to improve the level of satisfaction in the service.

For this purpose the research is initially justified both theoretically, practically and methodologically with the sole purpose of verifying the establishment and use of theories and postulates that deal with the quality of the service, identifying the usefulness of the research and collecting valuable information for the Analysis and evaluation of the quality of the service in UNAD CCAV Pitalito, allowing to develop and establish strategies so that the services provided by UNAD CCAV Pitalito, are relevant and according to the needs, in order to maintain a lasting quality and reach the satisfaction To the potential customer.

Introducción

En la actualidad, la calidad en el servicio ha adquirido vital importancia en todas las organizaciones, dado que los clientes tienen expectativas más elevadas y la competencia que enfrentan es cada vez mayor.

“La calidad en el servicio de un establecimiento educativo se ve reflejada en la conformidad y la satisfacción que experimenta la comunidad académica sobre los diferentes servicios prestados por éste” (Vergara & Quesada, 2011). Las percepciones de la calidad en el servicio están basadas en las necesidades individuales y experiencias pasadas. Estas percepciones son resultado de la comparación de las expectativas de los usuarios con el desempeño actual del servicio; además no se evalúa solamente el resultado si no todo el proceso que estuvo involucrado en la entrega misma del servicio (Lascurain, 2012).

La UNAD se proyecta como una organización líder en Educación Abierta y a Distancia, reconocida a nivel nacional e internacional por la calidad innovadora, pertinencia de sus ofertas y servicios educativos y por su compromiso y aporte de su comunidad académica al desarrollo humano sostenible, de las comunidades locales y globales. (UNAD, 2016-2017)

Es por ello que evalúa sistemáticamente la calidad de los servicios y productos que ofrece a través de estudios de opinión de egresados, estudiantes, empleadores y sociedad, los cuales se han venido realizando desde 2007.

Es un tema de gran interés, debido a que muchas instituciones dan más relevancia a

actividades como la administración de los recursos económicos, materiales y humanos; dejando inadvertido el servicio al cliente. Igualmente aunque existe gran preocupación por crecer, no se toma importancia de cómo crece la competencia con base en estrategias orientadas a la retención o atracción de clientes.

En este sentido la investigación toma relevancia, en la medida que permite conocer la percepción de calidad de los servicios que presta la UNAD en el CCAV de Pitalito, teniendo en cuenta sus estudiantes y egresados, lo que proporcionará a los directivos de la Institución información relevante para tomar decisiones de tipo económico, estructural o de recursos humanos que permitan proveer una mejor calidad en el servicio.

Para esta investigación, la metodología utilizada tuvo en cuenta varios aspectos: una revisión de textos, aplicación de una encuesta a los estudiantes y egresados de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia - CCAV Pitalito, el análisis de los datos obtenidos de forma descriptiva y la aplicación de métodos estadísticos multivariados que permitieron conocer a fondo la percepción de la calidad del servicio prestado por la UNAD – CCAV Pitalito.

Planteamiento del problema

Antecedentes

Investigaciones realizadas.

Dentro de los estudios relevantes que se han realizado a este tema, se encontró que en el año 2007, estudiantes de Administración de Empresas de la Escuela de Ciencias Administrativas Contables Económicas y de Negocios del CEAD Pitalito, desarrollaron un primer acercamiento para conocer la pertinencia de los programas y servicios que la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD ofrece en la Zona Sur – CEAD Pitalito, para esta ocasión se trabajó en dos equipos el primero estudiaba sobre la calidad del servicio y el segundo sobre la oferta educativa superior en la zona de influencia de este municipio.

El segundo estudio que se encontró en el CEAD Pitalito, en la Escuela de Ciencias Administrativas Contables, Económica y de Negocios (ECACEN), elaborado como trabajo de grado y titulado “Estudio de la oferta y demanda de la educación superior en la región Sur Huilense”, este trabajo tuvo como objetivo “*Determinar cuál es la oferta de la educación superior que se requiere para satisfacer la demanda de la comunidad que responda a las necesidades socioeconómicas de la región Sur Huilense*”.

También se encontró en la escuela de Ciencias Administrativas Contables, Económicas y de Negocios (ECACEN), un proyecto de investigación empresarial

“Iniciativas empresariales de los estudiantes y egresados Unadistas del CEAD Pitalito” el cual permitió conocer el real estado del emprendimiento en la región de influencia de la UNAD, teniendo como protagonistas a los estudiantes y egresados, identificando que la mayoría de los profesionales egresados de la UNAD, son empleados y no precisamente practicando la profesión estudiada si no en un empleo diferente.

Los empresarios conforman un porcentaje bajo, permitiéndonos identificar que no se está cumpliendo a cabalidad el objeto principal para el que fue creado la Universidad, que es que los programas aporten al estudiante la construcción de competencias centradas en la formación del espíritu científico, el desarrollo de la creatividad y el emprendimiento social.

El último estudio se realizó en el 2014 por estudiantes de Administración de Empresas de la Escuela de Ciencias Administrativas Contables Económicas y de Negocios del CEAD Pitalito, realizaron un estudio de mercadeo “Pertinencia de los programas de educación superior ofertados por la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD CEAD Pitalito Zona Sur desde la perspectiva de los estudiantes y egresados, arrojando que los programas ofertados son pertinentes y acordes a las necesidades según encuesta realizada, donde se encontró que la mayoría de egresados han trabajado o se encuentran laborando en cargos a fines con su programa de estudio, mejorando su calidad de vida y demostrando que los conocimientos adquiridos en la UNAD son competitivos con otras universidades.

Descripción del problema

La Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) tiene como misión contribuir a la educación para todos a través de la modalidad abierta, a distancia y en ambientes

virtuales de aprendizaje, mediante la acción pedagógica, la proyección social, el desarrollo regional y la proyección comunitaria, la inclusión, la investigación, la internacionalización y las innovaciones metodológicas y didácticas, con la utilización de las tecnologías de la información y las comunicaciones para fomentar y acompañar el aprendizaje autónomo, generador de cultura y espíritu emprendedor que, en el marco de la sociedad global y del conocimiento, propicie el desarrollo económico, social y humano sostenible de las comunidades locales, regionales y globales con calidad, eficiencia y equidad social. (UNAD, 2016-2017)

La UNAD encamina todos sus esfuerzos en el desarrollo de actividades que cumplan con los objetivos misionales y estratégicos de la Universidad y aporten con cumplimiento de la misión y visión, es por ello que se evalúan sistemáticamente los programas de educación superior, así como la calidad de los productos y servicios que la universidad ofrece a través de estudios de opinión de estudiantes y egresados. Aun así, en este momento la UNAD CCAV Pitalito en la Zona Sur, desde el 2007 no ha realizado ningún estudio que lleve a conocer el nivel de satisfacción de la calidad de los servicios ofrecidos.

El problema que fundamenta esta investigación está dado principalmente por el hecho de que en la UNAD CCAV Pitalito en la actualidad no cuenta con un estudio que permita conocer si la Universidad cumple con las expectativas, necesidades y requerimientos de sus clientes (estudiantes y egresados), por lo cual no se conoce el nivel de satisfacción de los mismos.

La motivación de esta investigación parte del hecho de que se presentan quejas y reclamos de forma recurrente; estas situaciones evidencian dificultades con la infraestructura, la disponibilidad de espacios, la conectividad y la escasa disponibilidad de personal para atender de manera oportuna a los estudiantes y egresados, entre otros.

Por tal motivo, se considera la importancia de conocer la percepción actual de los estudiantes y egresados con el fin de realizar una evaluación de la calidad de servicio de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD CCAV Pitalito Zona Sur, y diseñar estrategias enfocadas a la optimización de la misma que permitan retener a los clientes actuales y atraer nuevos clientes.

Formulación del problema

¿Cuáles son los factores para evaluar la calidad del servicio, desde la percepción de estudiantes y egresados de la UNAD CCAV Pitalito, que permitan implementar estrategias orientadas a mejorar la satisfacción de los usuarios?

Sistematización del problema

¿Cuál es la percepción del cliente con respecto al servicio ofrecido por la UNAD CCAV Pitalito?

¿Cuáles son los factores que inciden en la percepción de los estudiantes y egresados de la calidad en el servicio en la UNAD CCAV Pitalito?

¿Cuáles son las estrategias de servicio al cliente que deben ser implementadas en la UNAD – CCAV Pitalito para lograr la satisfacción de los estudiantes y egresados de su área de

influencia?

Línea de investigación

Gestión de las Organizaciones: Cuyo objetivo es contribuir a la solución de la problemática organizacional privada y pública mediante la construcción de conocimiento alrededor de las ciencias de la gestión y la administración.

Sublínea de Investigación: Mercadeo

Justificación

Hoy en día, la calidad en el servicio es de vital importancia para el buen desempeño de cualquier organización, esta es una de las estrategias de marketing para dar un valor agregado necesario, que se ofrece para poder destacar y sobresalir en un mercado globalizado como lo es ahora, donde la competencia es ardua sin importar el giro donde se labore.

Los clientes son la razón de ser de cualquier organización, por tal motivo es de suma importancia brindarles un buen servicio, una queja o un reclamo es una forma de decir a la empresa que lo puede hacer mejor. Si se atiende el cliente de la mejor manera este permanecerá y la empresa encontrará su diferencia competitiva, si no se le atiende y se generan motivos para que el cliente reclame, se corre el riesgo de perder imagen y credibilidad, lo cual trasciende a potenciales clientes.

Para la Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD una de las prioridades es crear un vínculo entre la institución y los principales usuarios (estudiantes y egresados) ya que es la única manera de mantener la relación a mediano y largo plazo además añadir valor a su lealtad con la universidad, para lo cual es necesario efectuar revisiones continuas que den a conocer las necesidades de los estudiantes y egresados y de esta manera cumplir con sus expectativas.

Dada la anterior afirmación, se plantea que la calidad en el servicio es parte fundamental de cualquier empresa, entidad o institución interesado en prevalecer y crecer en un mercado. Motivo por el cual, la UNAD CCAV Pitalito percibe la necesidad de iniciar estrategias basadas en los estudiantes y egresados con base en un estudio previo de la imagen de servicio al cliente que le proyectan a estos.

Por esta razón se ha considerado importante evaluar la calidad del servicio de la UNAD CCAV Pitalito, para que una vez evaluado el servicio se identifiquen las falencias y sea posible proponer soluciones para contrarrestar las causas de las debilidades. De esta manera, será posible proponer estrategias que mejoren la calidad del servicio, la satisfacción de los clientes actuales y el mejoramiento de la imagen institucional frente a estos y los futuros clientes.

En este sentido el aporte de esta investigación promueve la revisión del que hacer de la UNAD, no solamente en el CCAV Pitalito, sino también se puede llevar este modelo de investigación a los diferentes centros de la UNAD que hay el país, donde no hay antecedentes al respecto.

Justificación teórica

Esta investigación tiene su justificación teórica, para comprender la aplicación de teorías administrativas sobre la calidad del servicio al cliente en la UNAD – CCAV Pitalito, de este modo se pretende tener una concordancia con los modelos administrativos que se pueden aplicar a los planes, programas y proyectos, de tal manera que colmen las

expectativas de la comunidad de la zona.

El Proyecto Académico Pedagógico Solidario – PAP, de la UNAD, sirve como referente, en uno de sus componentes Académico - Pedagógico constituye la columna vertebral y el hilo conductor de la razón de ser de la Universidad, considerada no solo como institución de educación superior de carácter público, sino como espacio específico de la cultura, de racionalidad y un objeto de estudio e investigación.

En la UNAD se destacan las funciones sustantivas relacionadas con las necesidades de desarrollar las potencialidades de la persona por medio de la formación integral con énfasis en el proceso de socialización, el cual está unido con el proceso de ser cultos.

Las de las teorías y modelos que permiten comprender la importancia de esta investigación, es la Teoría de la calidad total, la Teoría de la calidad del servicio de Karl Albrecht y Jan Carlzon, el triángulo del servicio de Karl Albrecht, y el modelo SERVQUAL de Parasuraman, Zeithaml y Berry.

Para las universidades, la calidad está enmarcada principalmente en la atención oportuna, confiable, segura, accesible y responsable a la comunidad educativa, este componente debe estar inmerso en los diferentes procesos y procedimientos de la organización, a través de normas internas que respalden su funcionamiento. La calidad en principio es una declaración general de la filosofía organizacional y de sus principios, políticas y estrategias, consiste en la mejor aplicación del conocimiento y la tecnología disponibles al desarrollo de la sociedad.

Hoy por hoy se habla de calidad total en todas las organizaciones y las universidades no deben ser ajenas a estos propósitos, más aún cuando su función está dada esencialmente a la prestación de los servicios de Educación, considerada como uno de los derechos

fundamentales, es así como a partir del marco teórico se obtuvo información sobre el manejo y la gestión de calidad existente en la prestación de los servicios de educación, en este sentido se entrará a analizar las teorías propuestas por algunos postulantes a través de del cual se pueda concluir si la UNAD CEAD Pitalito, cumple con los requisitos mínimos de calidad establecidos.

Esta investigación conjetura sobre el grado de satisfacción de los estudiantes y egresados de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD – CCAV Pitalito. Para esto se hace uso del modelo Service Quality (SERVQUAL) abstrayendo las dimensiones propuestas por Parasuraman, Zeithalm & Berry (1985), método que puede ser utilizado por una organización para evaluar y mejorar la calidad en la prestación de servicios (citado por Vergara & Quesada, 2011).

Justificación metodológica

La investigación es un proceso social de producción de conocimiento que adquiere vital importancia para la comunidad objeto de estudio, por este motivo, se requiere del desarrollo de una serie de acciones y actividades que permitan conocer objetivamente la calidad servicio que presta la UNAD CCAV Pitalito con el fin de proponer estrategias para renovar la calidad del servicio; toda vez que se presente como una herramienta de apoyo que le permita a la universidad satisfacer adecuadamente las expectativas y necesidades tanto de los clientes internos como externos; mejorar la gestión administrativa y operacional de la organización, mediante el compromiso y la participación activa de todos los funcionarios, haciendo que esta actitud sea una factor que contribuya a fortalecer la calidad del servicio.

Para el cumplimiento de los objetivos planteados, este estudio se efectuará por medio de una investigación descriptiva, teniendo en cuenta que permita conocer las situaciones y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las opiniones de cada uno de los estudiantes y egresados Unadistas, acerca de la servicio recibido en la UNAD - CCAV Pitalito. Esta se realizará por medio de: La encuesta a estudiantes y egresados de los diferentes programas ofertados por la UNAD y matriculados en el CCAV Pitalito, encuesta que se realizará en forma personal y correo electrónico como técnica de recolección de la información, ya que está nos facilita la comunicación con el encuestado.

La encuesta, requiere de la aplicación de un cuestionario para el registro de aquellos hechos que permiten conocer y analizar lo que realmente sucede en la unidad o tema que se investiga, y a la vez obtener datos confiables, ya que esta es preparada y estructurada con anterioridad a su aplicación. Además, se realizará la búsqueda de material de carácter bibliográfico como la revisión de textos y teorías sobre el tema en estudio, acudiendo a fuentes secundarias como revisión de textos, páginas Web, investigaciones anteriores y demás documentos relacionados con el objeto de investigación.

Los datos recolectados se expresarán en términos cualitativos y cuantitativos, teniendo en cuenta que se requiere información mediante símbolos verbales y símbolos matemáticos.

Justificación Práctica

Por medio de la presente investigación se podrá determinar la percepción de los

estudiantes y egresados frente a la calidad del servicio que se presta en la UNAD – CCAV Pitalito y así, poder tomar decisiones para rediseñar estrategias que permitan un mejoramiento en la calidad del servicio.

Para la UNAD - CCAV Pitalito, la investigación será un instrumento con el que conseguirá obtener una visión realista del entorno, que permita diseñar estrategias que optimicen sus resultados en el desarrollo social, además de dar paso a una nueva investigación de acuerdo a los resultados obtenidos con el presente estudio.

La investigación como documento va a servir de referente para la universidad en la elaboración de nuevas propuestas en el planeamiento institucional y en la búsqueda de estrategias para el mejoramiento en el desempeño profesional.

Es importante resaltar que este proceso genera no solo una estructuración de documentos sobre el tema, sino que aporta significativamente al desarrollo y mejoramiento de los procesos administrativos y académicos de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia - CCAV Pitalito.

De igual forma este estudio se convierte en la opción de grado para optar al título de Especialistas en Gerencia Estratégica de Mercadeo, no como un simple requisito académico sino como la oportunidad de adquirir conocimiento para beneficio propio y el desarrollo de la universidad, en la medida que permite analizar su aporte al desarrollo de la región.

Objetivos

Objetivo General

Evaluar la calidad del servicio en la UNAD CCAV Pitalito a partir de la identificación de los factores que inciden en la percepción de estudiantes y egresados, con el fin de diseñar estrategias orientadas a aumentar los índices de satisfacción.

Objetivos específicos

Identificar los factores que inciden en la percepción de los estudiantes y egresados de la calidad en el servicio en la UNAD CCAV Pitalito

Evaluar la calidad del servicio de la UNAD CCAV Pitalito a partir de los factores claves de satisfacción identificados.

Proponer estrategias de calidad en el servicio, para que sean implementadas en la UNAD – CCAV Pitalito, con el fin de lograr mejorar la percepción del mismo en su área de influencia.

Marco de referencia

La investigación forma parte de una estructura teórica ya existente, ésta debe tomar en cuenta el conocimiento previamente construido. Para tal fin, se definen los marcos contextual, teórico, conceptual y legal.

Marco teórico

En el presente Marco Teórico se abordan las Teorías de la calidad total, que es la base de la investigación, el triángulo del servicio de Karl Albrecht, y el modelo SERVQUAL de Parasuraman, Zeithaml y Berry instrumento de evaluación de la calidad del servicio.

La teoría de la calidad total.

Evolución de la calidad

La calidad total es una sistemática de gestión a través de la cual la empresa satisface las necesidades y expectativas de sus clientes, de sus empleados de los accionistas y de toda la sociedad en general, utilizando los recursos de que dispone: personas, materiales,

tecnología, sistemas productivos, etc. (Díaz, 2010).

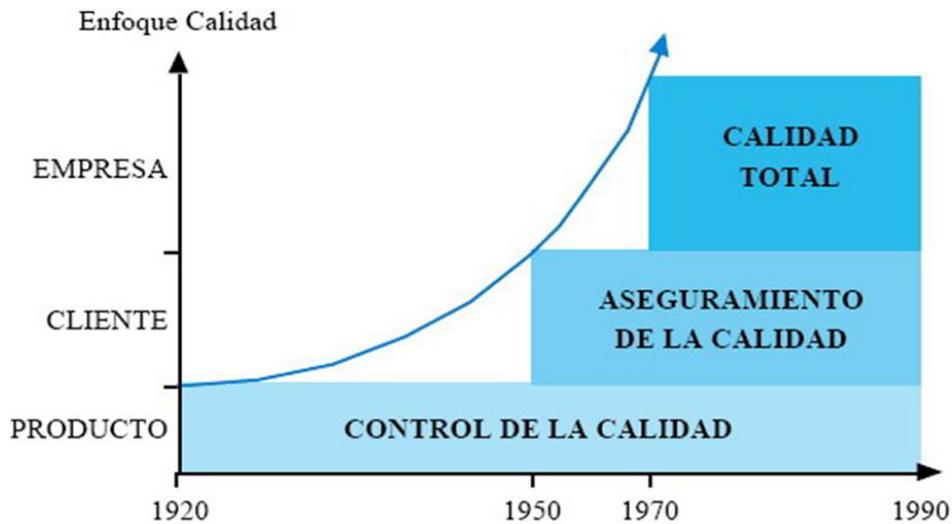


Figura 1. Evolución de la calidad

Fuente: <https://www.emprendices.co/calidad-total-origen-evolucion-y-conceptos/>

A partir de los años 50 y con motivo de una serie de conferencias de Deming y Juran, discípulos de Shewhart, a empresarios japoneses organizadas por la JUSE (Unión Japonesa de Científicos e Ingenieros), se desencadenan el desarrollo de las principales teorías sobre la Calidad Total de autores japoneses: Ishikawa, Ohno, entre otros.

Japón había salido mal de la Segunda Guerra Mundial y debía recuperarse. No disponía de recursos propios excepto las personas y su materia gris. Este fue el foco de cultivo. (Díaz, 2010)

Las limitaciones impuestas a Ohno, directivo de Toyota fueron: rigidez laboral (no podía despedir a nadie), carencia de dinero (ausencia de capital que además era caro, no podía comprar maquinas modernas), limitación de mercado (no podía exportar), etc. Estas limitaciones forzaron a su creatividad a buscar soluciones centrando su actividad en: Buscar la colaboración de las personas, ya que no podía prescindir de ellas, formándolos para que

trabajaran mejor en la consecución de los objetivos de la empresa les hace responsables de ello. (Ibarra & Choto, 2006)

Enfocar la empresa al cliente. Búsqueda sistemática y exhaustiva de todo lo que no se añade valor al cliente (despilfarro). Pone a trabajar a todas las personas, ya formadas y motivadas a eliminarlo. (Díaz, 2010)

Los resultados y aportaciones que obtuvo a los largo de los años han sido espectaculares; lo podemos ver en la competitividad de sus empresas. Las metodologías y herramientas que inicialmente se aplicaron al entorno de la producción han trascendido a todos los ámbitos de la empresa, dando lugar al modelo de gestión que se conoce como Calidad Total. (Palomares, 2016)

Cada uno de estos autores, con su visión particular, enfatiza un aspecto diferente de la calidad del servicio, marcando la evolución del concepto. Este hecho se manifiesta en una paulatina redefinición del concepto de calidad en paralelo a las nuevas ideas que tienen lugar en cada etapa y en cada región. (Díaz, 2010)

Este sistema administrativo se enfoca básicamente en las personas el cual dirige a una continua satisfacción del cliente. Este sistema se basa además de tomar los procedimientos de la organización de manera integral y crear un compromiso en cada uno de los empleados de una organización. Para que cuyo sistema administrativo funcione se requiere un compromiso por parte de todas y cada una de las partes de la organización; esto se logra a través de un proceso de varias dimensiones, y una de ellas que es importante saberla es que nunca puede ser considerada "terminada". El compromiso con la calidad es considerado como un programa continuo que es básico para el control total de la calidad y para los sistemas de calidad total. (Celeita & Lavado, 2006)

La calidad total es una estrategia de gestión a través de la cual la empresa satisface las necesidades y expectativas de sus clientes, de sus empleados, de los accionistas y de toda la sociedad en general, utilizando los recursos de que dispone: personas, materiales, tecnología, sistemas de producción, etc. (Martínez, 2005)

Existe un sinnúmero de definiciones sobre calidad total. No obstante la definición anterior engloba sintéticamente los principales conceptos que la caracterizan y por tanto es útil para mostrar una visión general de cuáles son los principales aspectos que esta contempla.

- Que es Calidad Total y que no es.
- Cuáles son los aspectos clave de la Calidad Total. (Ari, s.f.)

A continuación, vamos a mostrar algunos aspectos de lo que actualmente se entiende por calidad.

Tabla 1. Aspectos de los que actualmente se entiende por calidad

Satisfacción	Que es	Que no es
Cliente	Añadir valor al cliente. Hacer bien las cosas. Calidad en todos y cada uno de los aspectos del negocio. Prioridad a la calidad, plazo y coste. La calidad la definen los clientes. La mejora e calidad necesita al cliente.	Generar despilfarro. Admitir errores y no corregirlos. Calidad de productos o proceso. Prioridad a la producción. Calidad definida por la propia empresa. Relación estricta comercial con el cliente.
Personas de la empresa	Cultura de la colaboración. Gestionar la creatividad e innovación. Una forma de organización firme, permeable y participativa. La mejora procede del trabajo en equipo multidisciplinar. Ser crítico consigo mismo. La gestión de calidad prospera cuando hay autocontrol y no	Cultura del cumplimiento. Ni utilizar la imaginación de las personas. Organización jerarquizada con niveles de mando muy diferenciados. La mejora procede del trabajo individual. La crítica procede del exterior: clientes y proveedores.

	cuando el control es externo. Cultura corporativa de aprendizaje y educación continúa. La gestión de calidad hace uso de las técnicas, pero no es en sí una técnica. Respeto al medio ambiente. Seguridad y ergonomía en el puesto de trabajo	Formación de las personas puntual y técnica. La calidad como técnica para la mejora de productos o procesos. Producción de desechos, ruido, materiales no biodegradables, etc. Condiciones del puesto de trabajo deficientes.
Accionistas	<ul style="list-style-type: none"> • Evitar gastos innecesarios. • Ser rentable a largo plazo. 	<ul style="list-style-type: none"> • La no calidad cuesta dinero. • Beneficios espectaculares a corto plazo.
Sociedad	<ul style="list-style-type: none"> • La mejora de la empresa mejora a la sociedad y viceversa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir los mínimos requisitos legales.

Fuente:

<http://bibliotecadigital.academia.cl/bitstream/handle/123456789/2260/TADPU%20128.pdf;jsessionid=29ACA4FA803AE2956DE2F88D6113FAD7?sequence=1>

Podemos decir que la calidad total implica:

Tabla 2. Aspectos claves de la calidad total

Que	Satisfacción de clientes internos y externos.
Como	Utilización eficiente de recursos.
Método	Mejora continua
Donde	Aplicación de todos los procesos y actividades.
Quien	Participación de todas las personas de la empresa
Cuando	siempre

Fuente:

<http://bibliotecadigital.academia.cl/bitstream/handle/123456789/2260/TADPU%20128.pdf;jsessionid=29ACA4FA803AE2956DE2F88D6113FAD7?sequence=1>

Es importante percibir las ventajas económicas que se derivan de acometer la implementación de calidad total en su empresa.

Una vez conocidas las ventajas resulta más fácil la puesta en marcha de medidas que, aunque al principio tenga, pongan en evidencia los costes, aún mayores, de la no calidad existente en su empresa derivados de una inadecuada utilización de los recursos. (Ari, s.f.)

Aspectos claves

Si hemos dicho que calidad total es satisfacer las necesidades de los clientes esto quiere decir:

- Satisfacer.- complacer o realizar completamente un deseo. Es más que cumplir algo contractual, algo estándar.

- Las necesidades.- que pueden ser explícitas o implícitas, fijas o cambiantes, personales o funcionales, etc. Para poderlas satisfacer es necesario conocerlas bien (escuchar) y traducirlas al lenguaje técnico de la empresa.

- Del cliente.- en general, habrá diferencias, nuevos clientes potenciales, etc. Y será necesario satisfacer individualmente a cada uno. Si lo queremos seguir manteniendo como cliente, el cliente demandará calidad de producto, precio, plazo de entrega, etc.; todo ello entra a formar parte del concepto “satisfacción”. (Almoacid, 2009)

Para poder cumplir este objetivo con eficacia se necesita:

- Liderazgo: la dirección tiene que concluir el proceso.

- Participación de las personas para conseguir eliminar el despilfarro y aportar ideas que den valor al cliente.
- Organización para que el sistema apoye iniciativas y no las frene.
- Herramientas a utilizar por todas las personas para su aplicación inmediata y eficaz.
- Buena conexión entre las acciones diarias propuestas y la política global de la compañía a través del despliegue de objetivos.
- Integración de clientes y proveedores en el proceso para añadir valor al cliente final.

La calidad total es una herramienta fundamental para la gestión en las organizaciones y empresas, tomar medidas para mejorar su gestión a través de la calidad total que redunde en la mejora de su competitividad. (Ari, s.f.)

Relación entre calidad y satisfacción.

Dado que ambos conceptos están interrelacionados, incluso algunos autores consideran ambos constructos como sinónimos (Liljander, 1994), que sugiere que los modelos de satisfacción pueden ser denominados de calidad de servicio percibida ya que lo que se estudia es un servicio y no un bien de consumo; otros autores, destacan que los profesionales centrados en la intervención no tienen que diferenciar entre ambos conceptos (Dabholkar, 1995a). (Citado por Morales & Hernández, 2004)

Pero a pesar que en ambos casos hablamos de evaluaciones subjetivas por parte de los consumidores o usuarios, es importante destacar ciertas diferencias, señalando que las

investigaciones realizadas sobre satisfacción se han centrado en las evaluaciones posterior al consumo o compra, mientras que la investigaciones sobre actitudes han enfatizado la atención en evaluaciones anterior a la decisión de consumo o compra. (Morales & Hernández, 2004)

Teoría de la calidad del servicio (Karl Albrecht y Jan Carlzon).

Debido a la inexorable tendencia moderna a tratar el servicio como un producto, es necesario abandonar la antigua idea de entender el servicio como función delegada. Es preciso reconocer el hecho que para mantener alta calidad, el servicio debe ser administrado, dirigido. El concepto de Administración de Servicios entrega la solución a ese reto. Es un método sistemático y estructurado para planear, organizar y controlar el desarrollo y forma de dar los servicios hoteleros. Es también un arma que puede emplearse para obtener éxito en los negocios.

Momentos de Verdad de Jan Carlzon.

Los momentos de verdad son intervalos que pueden durar tan solo 15 segundos, en los que los empleados de una organización tienen contacto con sus clientes para realizar la entrega de un servicio. De acuerdo a Carlzon, en esos momentos la compañía entera se pone a prueba. Su imagen depende la capacidad del empleado para dejar satisfecho al cliente y causarle una grata impresión. (Guajardo, 1996)

Los momentos de verdad es cada instante en que un cliente toma contacto con la persona o sistema que da el servicio. Este autor indicaba que cada uno de estos

instantes ofrecía una oportunidad ya sea para mejorar la percepción que tiene el cliente del servicio ofrecido, o destruirla. (Sielbold, 1997)

Según Carlzón (citado por Guajardo, 1996). “Una persona sin información no puede asumir responsabilidades; una persona con información tal vez no pueda ayudar, pero si asumir responsabilidades”.

En las propias palabras de Carlzon: “Un momento de verdad es cada instante en que un cliente toma contacto con la persona o sistema que da el servicio“. Indicaba que cada uno de esos instantes ofrecía una oportunidad ya sea para mejorar la percepción que tiene el cliente del servicio ofrecido, o destruirla. (Sielbold, 1997)

Con la creación de los momentos de la verdad, este autor desarrollo un programa de administración de la calidad, para empresas especialmente de servicios.

Este sistema se trata de momentos en que los empleados de una organización tienen con sus clientes instantes que duran aproximadamente 15 segundos, y son utilizados para entregar un servicio. La empresa confía en que el empleado logrará causarle una buena impresión al cliente, y toda la empresa se pone en riesgo, y depende de las habilidades del empleado, para con el cliente. (González, Flores, & Gil, 2011)

No importan que tan grande o importante sea la empresa, todo dependerá de la forma en que el empleado que se encuentra frente al cliente actúe, ya sea libre, o con carisma o todo lo contrario (González et al., 2011).

El Triángulo del Servicio.

La Administración del Servicio, emana del Concepto de Momentos de Verdad. Para ilustrar lo que estamos diciendo, usaremos en *Triángulo de Servicio* de Karl Albrecht que muestra los elementos claves de la Administración del Servicio, y la inter-relación de los mismos (Sielbold, 1997).



Figura 2. Triángulo del servicio

Fuente: <http://monografias.umcc.cu/monos/2009/INDECO/m09ind5.pdf>

En la parte superior del triángulo está la Estrategia de Servicio, la cual está determinada por la enunciación de Estándares de Servicio y la Descripción de Funciones del Personal de Servicio. Los estándares de servicios y la descripción de funciones juegan un papel importantísimo en el proceso de evaluación de desempeño de los empleados.

(Schnarch, 2011)

El lado derecho del triángulo representa la gente que da los servicios. Esto incluye los empleados de primera línea, el personal secundario que puede o no tener contacto con el cliente, y el personal gerencial, que supervisa la entera operación de servicio (Schnarch, 2011).

Una organización de servicio óptima motiva, entrena y ayuda a ese personal que da

servicio para mantenerse alerta y atender las necesidades del cliente. El personal de primera línea efectivo es capaz de enfocar su atención en el cliente, adaptándose a la situación del cliente, su marco de referencia y sus necesidades. Esto lleva a un nivel de respuesta y atención que ayuda al cliente a determinar en su mente, que el servicio dado es de calidad superior. (Schnarch, 2011)

La parte izquierda del triángulo Gráfico el sistema que permite al personal dar el servicio al cliente. Este sistema debe ser amigable al cliente. Este sistema de entrega de servicio que respalda al personal, debe estar adaptado a servir al cliente y no a la organización. Las facilidades físicas, políticas, procedimientos, métodos, estándares de servicios, sistema de cómputo (incluido puntos de venta) y el sistema de comunicaciones debe decir fuerte y claro al cliente: “este sistema está aquí para ajustarse a sus necesidades.”

Finalmente el triángulo muestra el factor más importante en el modelo: el Cliente. Es para el cliente que todos los otros factores existen. Todos ellos llegan a constituir la completa experiencia de servicio del cliente. (Schnarch, 2011)

Lo que realmente experimentamos aquí en la Administración del Servicio es el achatamiento de la Pirámide que sugiere Carlzon: “Cualquier organización que trate de establecer una orientación al cliente y crear un clima que alcance la percepción y satisfacción del cliente, debe achatar la pirámide, para darle más poder al personal de línea frontal“.

Esto significa eliminar las líneas jerárquicas de responsabilidades para responder eficientemente a las necesidades del cliente. (Siebold, 2011)

La administración, en este modelo, es volcada de la Oficina Ejecutiva al nivel operacional, donde cada cual debe estar capacitado para administrar su propia situación. Cuando el problema aparece, cada uno de los empleados debe tener la autoridad necesaria

para determinar cuál es la acción apropiada y responsabilizarse que la acción se tome.

Antes que esto pueda ejecutarse satisfactoriamente, el nivel superior de la vieja pirámide debe entender que sus roles han cambiado grandemente. Ellos son ahora líderes haciendo lo necesario para que el personal tome decisiones operacionales.

El trabajo debe ser manejado de arriba hacia abajo, con un amplio programa destinado a conseguir las metas de la empresa. Los Mandos Medios deben fraccionar estas metas, en objetivos menores y más concretos, que puedan ser cumplidos por el personal de línea frontal. En esta etapa el rol de los mandos medios se transforma de administración a soporte. Estos gerentes deben convertir la estrategia global en guías prácticas, y movilizar los recursos de tal modo que el personal de línea frontal pueda conseguir los objetivos.

Esto requiere de un buen planeamiento, y de una buena dosis de creatividad y recursos administrativos. Ello requiere de personal profesional bien entrenado y capaz, que domine sus funciones y tareas. Además de llegar a ser verdaderamente orientados a la clientela y amistosos, se debe entrenar a los empleados a escuchar al cliente, y a estar pendiente de las necesidades y de lo que el cliente espera. (Siebold, 2011)

Modelo SERVQUAL de calidad de servicio.

Este Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio fue elaborado por Zeithaml, Parasuraman y Berry cuyo propósito es mejorar la calidad de servicio ofrecida por una organización. Utiliza un cuestionario tipo que evalúa la calidad de servicio a lo largo de cinco dimensiones: *fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos*

tangibles. Está constituido por una escala de respuesta múltiple diseñada para comprender las expectativas de los clientes respecto a un servicio. Permite evaluar, pero también es un instrumento de mejora y de comparación con otras organizaciones. (Aiteco Consultores, 1999-2016).

El modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio mide lo que el cliente espera de la organización que presta el servicio en las cinco dimensiones citadas, contrastando esa medida con la estimación de lo que el cliente percibe de ese servicio en esas dimensiones. (Aiteco Consultores, 1999-2016).

Esta teoría del servicio permite conocer que percepción tienen los estudiantes y egresados de los servicios que se prestan en la UNAD CCAV Pitalito quienes no sólo valoran la calidad de un servicio por su resultado final, sino que también tiene en cuenta el proceso de recepción del servicio (interés, simpatía, trato amistoso, etc.).

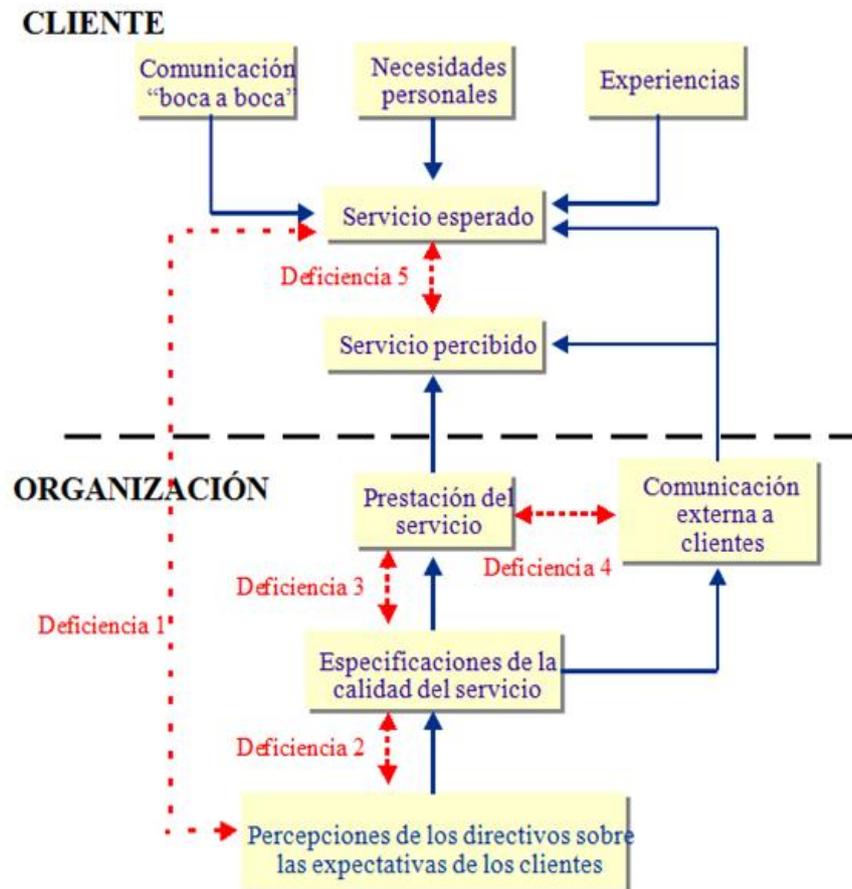


Figura 3. Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio

Fuente: <https://www.aiteco.com/modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/>

Para las universidades, la calidad del servicio está enmarcada principalmente en la atención oportuna, confiable, segura, accesible y responsable a la comunidad Unadista, este componente debe estar inmerso en los diferentes procesos y procedimientos de la organización, a través de normas internas que respalden su funcionamiento. La calidad en principio es una declaración general de la filosofía organizacional y de sus principios, políticas y estrategias, consiste en la mejor aplicación del conocimiento y la tecnología disponibles al desarrollo de la sociedad.

Hoy por hoy se habla de calidad total en todas las organizaciones y las universidades no deben ser ajenas a estos propósitos, más aún cuando su función está dada esencialmente a la prestación de los servicios Educativos, considerada como uno de los derechos

fundamentales, es así como a partir del marco teórico se obtendrá información a través de la cual se obtenga un conocimiento sobre el manejo y la gestión de calidad existente en la prestación de los servicios de educación, en este sentido se entrará a analizar las teorías propuestas por algunos postulantes a través del cual se pueda concluir si la UNAD CCAV Pitalito, cumple con los requisitos mínimos de calidad establecidos.

Marco Contextual

El CCAV Pitalito, está ubicado en el sur del Departamento del Huila y su área de influencia está constituida por:

- 17 municipios del Departamento del Huila: Acevedo, Agrado, Altamira, Elías, Garzón, Gigante, Guadalupe, Isnos, Oporapa, Palestina, Pital, Pitalito, Saladoblanco, San Agustín, Suaza, Tarqui y Timaná.

- 2 municipios del Departamento del Cauca: Santa Rosa y Piamonte;

- 4 municipios del Departamento del Putumayo: Mocoa, Puerto Guzmán, Villagarzón, Puerto Asís, Valle del Guamuez, Orito, Puerto Caicedo, Puerto Leguizamo.

La región de influencia está delimitada por el Norte con los municipios de Paicol, Hobo, Algeciras y Tesalia (Huila); al Occidente con el Departamento del Caquetá, al Sur con Puerto Leguizamo, Puerto Asís, Puerto Caicedo, Orito(Putumayo); al Oriente con Santiago, San Francisco, Bolivar, San Sebastian, La Vega, Sotará, Puracé (Cauca), La Argentina y La Plata (Huila).

Gráfico 1. Localización
área de influencia

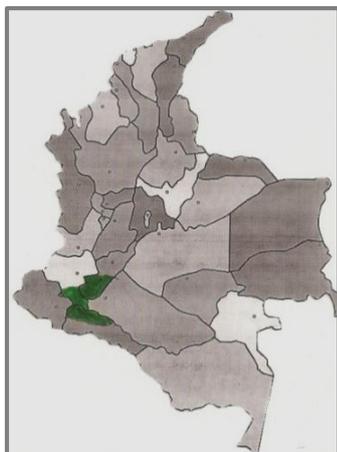
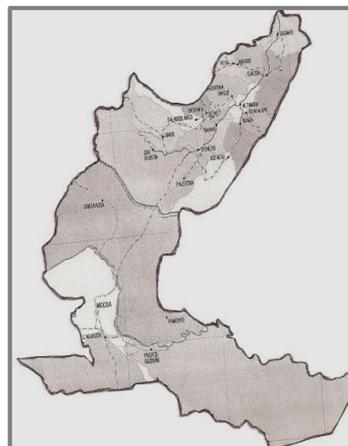


Gráfico 2. Territorio UNAD-
CCAV Pitalito



Fuente: Las Autoras

El centro del área de influencia, es el municipio de Pitalito considerado, la segunda ciudad más importante del Huila, está ubicado al sur del Departamento del Huila sobre el valle del Magdalena y en el vértice que forman las cordilleras central y oriental a 1.318 mts sobre el nivel del mar, a 188 Km de la Capital del Huila Neiva y a 485,4 Km de Bogotá. Es considerado la Estrella Vial del Sur colombiano por su localización estratégica, que permite la comunicación con los Departamentos vecinos del Cauca, Caquetá y Putumayo. El Valle de Laboyos hoy en día se le conoce como la Capital del Surcolombiano". Además es el segundo municipio más poblado del departamento del Huila con 125.000 habitantes aproximadamente. (UNAD – Zona Sur, 2016)

Es una región donde la guayaba es uno de los frutos tradicionales, al igual que el rojo de sus cafetales y el hermoso paisaje del Valle del Magdalena.

El tamaño de su población de acuerdo con el último censo DANE 2005 es de 109.375 habitantes, distribuidas 64.082 en el área urbana y 45.293 en el área rural.

El Valle de Laboyos, hace parte del Macizo Colombiano y del Cinturón Andino,

declarado por la UNESCO en 1972, Reserva de la Biosfera. (Vargas, 2008)

La ubicación estratégica le permite gozar de condiciones ambientales privilegiadas que le han llevado a ser considerado, como uno de los municipios con el mayor número de predios adquiridos para la protección de microcuencas. (UNAD – Zona Sur, 2016)

Se constituye en verdadero polo de desarrollo y estrella vial del Sur Colombiano, sustentado lo anterior con la terminación de las carreteras Pitalito- Mocoa y Pitalito, Isnos Paletará – Popayán. La primera conectándonos con el departamento del Putumayo y la selva amazónica y la segunda con Cali y el Puerto de Buenaventura sobre el mar pacífico.

Economía.

Pitalito Posee importantes fuentes económicas, que están proyectando a Pitalito como el centro de desarrollo del Sur Colombiano alrededor del cual giran muchos de los mercados de nuestro departamento y de los departamentos vecinos como el Caquetá, Putumayo y Cauca; sus principales generadoras de ingresos son el sector Agropecuario, el Comercio informal y la Prestación de Servicios.

Es considerados el primer y mayor productor de café en el País, con 11.700 hectáreas sembradas; reconocidos a nivel Internacional por la Calidad y Posicionamiento de los llamados Cafés Especiales que se comercializan en los grandes mercados mundiales. Además nos posicionamos como grandes productos en frutales de clima frío moderado entre los cuales están: la Granadilla, Mora, Lulo y Golupa.

Dinamiza la economía local con el servicio de Transporte Público de pasajeros

concentrado en la Terminal de Transportes de Pitalito, única en el sur del Huila. (Alcaldía de Pitalito - Huila, 2012)

“El Valle de los Laboyos”, como también se le conoce, es el otro Eje Cafetero de Colombia, pues con el tiempo los caficultores se dieron cuenta que el negocio era viable sobre pilares de buenas prácticas agrícolas y trabajando muy de la mano con la Federación Nacional de Cafeteros. En Pitalito la calidad es prioridad, pero Dios bendijo esa tierra que mana el mejor café de Colombia y del mundo en la línea de suaves arábigos. (Nuñez, 2015)

Universidad Nacional abierta y A distancia – UNAD.

Reseña histórica.

Universidad Nacional Abierta y a Distancia, (UNAD) es un Proyecto Educativo que nació con el nombre de Unidad Universitaria del Sur de Bogotá, UNISUR durante el gobierno de Belisario Betancur. (UNAD, 2014)

Surgió, mediante la Ley 52 de 1981, como un establecimiento público del orden nacional adscrito al Ministerio de Educación Nacional y transformada por el Congreso de la República mediante la Ley 396 del 5 de agosto de 1997 en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD.

Se creó con el objeto de diseñar e implementar programas académicos con la estrategia pedagógica de la educación a distancia, que fuesen pertinentes con las necesidades locales, regionales, nacionales e internacionales y acordes con los retos y las demandas de una sociedad democrática, participativa y dinámica afines con modelos científicos, sociales y

culturales que contextualizan al siglo XXI.

Desde su puesta en marcha – abril de 1982 -, la Universidad se ha caracterizado por su compromiso con las comunidades y poblaciones que no han tenido acceso a una capacitación técnica, socio humanístico y comunitario. También, por su contribución a la recuperación de los tejidos sociales, la generación de espacios laborales y la formación para la participación ciudadana.

Los acontecimientos más importantes.

2005 Mediante la Resolución 6215 del Ministerio de Educación Nacional, la UNAD fue reconocida legalmente con el carácter académico de Universidad, previo cumplimiento de las condiciones establecidas normalmente.

2006 Mediante decreto 2770 de 2006, la UNAD se reconoce como establecimiento público de carácter nacional, con personería jurídica, autonomía académica, administrativa y financiera, y patrimonio independiente, adscrita al Ministerio de Educación Nacional.

2007 Se realizó el ejercicio de planeación para el diseño del plan de desarrollo 2007 – 2011, "por la calidad educativa y la equidad social".

2009 – 2012 La Universidad recibe sus certificados de calidad en la Norma Técnica Colombiana en Gestión Pública NTCGP 1000 y a la Norma Técnica en Calidad NTC ISO 9001.

Así mismo, mediante la resolución No. 64329 del 14 de diciembre, la División de Signos Distintivos de la Superintendencia de la Industria y Comercio le concedió a la UNAD

el depósito de la enseña comercial (logo UNAD).

2012 Mediante Resolución 3988 del 18 de abril de 2012, UNAD recibe Alta Acreditación por parte del Ministerio de Educación Nacional para cinco programas: Comunicación Social, Licenciatura en Etnoeducación, Zootecnia, Ingeniería de Sistemas de la Escuela y Administración de Empresas.

2012 La Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, se organiza mediante el Acuerdo número 001 del 29 de agosto de 2006, donde se aprueba el Estatuto General por el Consejo Superior Universitario, en este documento se encuentra todo el componente teleológico de la UNAD. (Consejo Superior Universitario UNAD, 2006)

2017 Mediante resolución 004141 de 07 de marzo de 2017 se reorganiza el ámbito de actuación nacional e internacional de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD- geográficamente de los CEAD, CCAV y UDR, en las zonas que la confirman.

Territorio UNAD-CCAV Pitalito.

La Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) tiene como misión contribuir a la educación para todos a través de la modalidad abierta, a distancia y en ambientes virtuales de aprendizaje, mediante la acción pedagógica, la proyección social, el desarrollo regional y la proyección comunitaria, la inclusión, la investigación, la internacionalización y las innovaciones metodológicas y didácticas, con la utilización de las tecnologías de la información y las comunicaciones para fomentar y acompañar el aprendizaje autónomo, generador de cultura y espíritu emprendedor que, en el marco de la sociedad global y del conocimiento, propicie el desarrollo económico, social y humano sostenible de las

comunidades locales, regionales y globales con calidad, eficiencia y equidad social.

Visión.

Se proyecta como una organización líder en Educación Abierta y a Distancia, reconocida a nivel nacional e internacional por la calidad innovadora y pertinencia de sus ofertas y servicios educativos y por su compromiso y aporte de su comunidad académica al desarrollo humano sostenible, de las comunidades locales y globales.

Principios institucionales.

La Universidad Nacional Abierta y a Distancia, (UNAD) es un ente universitario autónomo del orden nacional, con régimen especial, cuyo objeto principal es la educación abierta y a distancia, vinculado al Ministerio de Educación Nacional en lo que a políticas y a la planeación del sector educativo se refiere.

Naturaleza Jurídica: La Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD), es un ente universitario autónomo del orden nacional, con régimen especial, cuyo objeto principal es la educación abierta y a distancia, vinculado al Ministerio de Educación Nacional en lo que a políticas y planeación del sector educativo se refiere.

Objetivos: Son objetivos misionales, los siguientes:

Educación abierta y permanente. Formular políticas, planes, proyectos, estrategias y acciones de educación abierta permanente, que faciliten el diseño y realización de programas de formación de adultos en todos los niveles y ciclos educativos, competencias

laborales, desarrollo comunitario y atención de poblaciones vulnerables, mediante el uso intensivo de las tecnologías de la información y comunicación.

Investigación y desarrollo: Fomentar la cultura investigativa y el espíritu emprendedor, para el diseño y desarrollo de procesos de innovación social, tecnológica, productiva y científica, que contribuyan a dar soluciones acordes con las necesidades y posibilidades de los diferentes contextos regionales y socioculturales.

Redes académicas: Promover la construcción de redes apoyadas en tecnologías, para consolidar las comunidades académicas de docentes, tutores, estudiantes y egresados, que promuevan los principios y las prácticas de la identidad Unadistas, y generen nuevas formas de asociación, convivencia y participación comunitaria.

Liderazgo en educación abierta y a distancia: Fomentar políticas para el desarrollo y sostenibilidad de la modalidad de educación abierta y a distancia, con la utilización de tecnologías telemáticas y virtuales, en el contexto de la sociedad del conocimiento, en los ámbitos local, regional, nacional y global.

Sostenibilidad holística: Diseñar alternativas para la diversificación de fuentes de financiación a través de la oferta de programas, de prestación de servicios, asesorías, consultorías y proyectos especiales, que promuevan la gestión de la universidad y coadyuven a su impacto social y sostenibilidad financiera.

La UNAD oferta actualmente a nivel nacional con seis escuelas académicas, que a su vez están conformadas por los diferentes programas de posgrados como maestrías y especializaciones y grado profesionales, tecnológicas y técnicas a distancia mediadas por las tecnologías de información y comunicación (TIC). Así:

Escuela de Ciencias Administrativas Contables, Económicas y de Negocios

Posgrados

- Maestría en administración de organizaciones
- Especialización en gerencias estratégica de mercadeo
- Especialización en gestión de proyectos
- Especialización en gestión pública

Pregrados

- Administración de empresas
- Economía
- Tecnología en gestión comercial y de negocios
- Tecnología en gestión de empresas asociativas y organizaciones comunitarias
- Tecnología en gestión de obras civiles y construcciones
- Tecnología en gestión de transportes
- Tecnología en gestión industrial
- Tecnología en gestión agropecuaria

Escuela de Ciencias Básicas, Tecnología e Ingeniería

Posgrados

- Maestría en gestión de tecnología de información
- Especialización en procesos de alimentos y biomateriales
- Especialización en seguridad informática
-

Pregrados

- Ingeniería de alimentos
- Ingeniería Industrial
- Ingeniería de sistemas

- Ingeniería de telecomunicaciones
- Ingeniería electrónica
- Tecnología de alimentos
- Tecnología en producción de audio
- Tecnología en desarrollo de software
- Tecnología en Logística Industrial
- Tecnología en Automatización Electrónica
- Tecnología en Sistemas de Comunicaciones Inalámbricas
- Tecnología en Gestión de Redes de Acceso de Telecomunicaciones

Escuela de Ciencias de la Educación

Posgrados

- Especialización en educación superior a distancia
- Especialización en Pedagogía para el Desarrollo del Aprendizaje Autónomo
- Especialización en Educación, Cultura y Política.

Pregrados

- Licenciatura en Etnoeducación (Programa con acreditación en alta calidad)
- Licenciatura en Filosofía
- Licenciatura en Inglés como Lengua Extranjera
- Licenciatura en Matemáticas
- Licenciatura en pedagogía infantil

Escuelas de Ciencias Agrícolas Pecuarias y del Medio Ambiente

Posgrados

- Especialización en Biotecnología Agraria
- Especialización en Nutrición Animal Sostenible

Pregrados

- Agronomía
- Ingeniería Ambiental
- Zootecnia (Programa con acreditación en alta Calidad)
- Tecnología en Producción Agrícola
- Tecnología en Sistemas Agroforestales
- Tecnología en Producción Animal
- Tecnología en Saneamiento Ambiental

Escuela de Ciencias Sociales, Artes y humanidades

Posgrados

- Maestría en Comunicación
- Maestría en Desarrollo Alternativo Sostenible y Solidario
- Maestría en Psicología Comunitaria

Pregrados

- Artes Visuales
- Comunicación Social (Programa con acreditación en Alta Calidad)
- Filosofía
- Psicología
- Sociología

Escuela de Ciencias de la Salud

Pregrados

- Administración en salud
- Tecnología en Regencia de Farmacia
- Tecnología en seguridad y salud en el trabajo
- Tecnología en radiología e imágenes diagnósticas

Reseña Histórica CCAV Pitalito.

El CCAV Pitalito tuvo sus orígenes en la Unidad Operativa creada mediante Acuerdo No. 023 del 18 de Marzo de 1985 del Consejo Directivo de la entonces UNISUR, para ser ubicada en el municipio de San Agustín, que se logró gracias a las gestiones de un grupo de líderes laboyanos¹ y agustinenses², para ofertar inicialmente el programa Administración de Empresas. El siguiente año fue transformada en Centro Regional de Educación Abierta y a Distancia CREAD y trasladada la sede al municipio de Pitalito mediante Acuerdo No. 063 del 7 de Julio de 1986, atendiendo el llamado de las fuerzas vivas del municipio y con fundamento en un estudio de factibilidad que demostraba que la ubicación geoGráfico de la segunda ciudad del departamento del Huila, era el lugar más adecuado en el contexto regional para el funcionamiento de esta sede, por su radio de acción. (UNAD - Zona Sur, 2016)



Fotografía 1. Sede de la UNAD CCAV Pitalito, antes de la remodelación

Fuente. <http://sur.unad.edu.co/resena-historia-pitalito>

¹ *Gentilicio de los nacidos en el municipio de Pitalito, departamento del Huila*

² *Gentilicio de los nacidos en el municipio de San Agustín, departamento del Huila*

Quienes hicieron posible la llegada de UNISUR al municipio de Pitalito fueron, entre otros, el técnico agrícola Alberto Erasmo Oñate, el licenciado Dagoberto Gómez Correa, el abogado Luis Cayetano Ferreira y el ingeniero Carlos Alberto López Monsalve.

El CCAV (entonces CREAD) inició su funcionamiento administrativo en el segundo piso de la Alcaldía Municipal y su funcionamiento académico en las instalaciones del Colegio Departamental (actualmente sede de la Institución Educativa Montessori); más adelante, por gestiones del director de la época, Ingeniero Jesús Eugenio Henao Sarmiento, fue trasladada al Edificio Ricci (en el marco del parque principal) donde funcionó un año. Posteriormente, con la firma del contrato de comodato No. 043 del 8 de junio de 1989, suscrito por la rectora de UNISUR Dra. María Teresa Arias de Barrera y el alcalde del municipio de Pitalito Ingeniero Jaime Cortés Espinosa, fue trasladada a la sede donde funcionaba la fábrica de galletas de bocadillos de guayaba HERPO, lugar donde actualmente se encuentra. El comodato fue suscrito por un término de noventa y nueve años que se vencen en el 2088. (UNAD - Zona Sur, 2016)

En el año 2013, mediante Acuerdo Municipal 040 del 3 de septiembre, el Municipio de Pitalito cede a título gratuito el lote donde se encuentra funcionando la Universidad.



Fotografía 2. CCAV Pitalito Zona Sur

Fuente: Gerardo Valencia

Desde su inicio hasta hoy, ha tenido los siguientes directores:

Tabla 3. Directores UNAD CCAV Pitalito

NOMBRE	PERFIL	PERIODO	DURACIÓN
Hugo Alberto Moreno Ramírez	Abogado	1985 - 1986	1 año
Jesús Eugenio Henao Sarmiento	Ingeniero Forestal	1986 - 1990	4,5 años
Oliverio Ramírez Garzón	Administrador de Empresas	1991 - 1992	2 años
Yamileth Peña Betancourth	Ingniera Industrial	1993	1 año
Jaime Joaquín Murcia Narvaez	Contador Público	1994 - 2000	7 años
Yubérica Hernández Guzmán	Médico Veterinario Zootecnista	2001 - 2003	3 años
Obert Alejandro Ortiz Rodríguez	Abogado	2004 - 2006	2,5 años
Jorge Eliécer Cruz Ortiz	Administrador de Empresas	2006 - 2016	10 años
Luis Ernesto Ramírez Guerrero	Administrador de Empresas	2016 -	Actual

Fuente: Adaptado de <http://sur.unad.edu.co/resena-historia-pitalito>

En el año 1987 se iniciaron las actividades académicas en el CREAD con la matrícula de 108 estudiantes en el programa Administración de Empresas. En el periodo 2011-1 el CCAV Pitalito tenía matriculados 1021 estudiantes que proceden de 24 municipios del Centro y Sur del Huila, Bota Caucana y parte norte del Departamento del Putumayo (UNAD - Zona Sur, 2016)

Durante sus 26 años de presencia en la región la UNAD ha establecido convenios con entidades públicas y privadas, para la realización de diversas capacitaciones y actividades con participación comunitaria. Se destaca el convenio con el municipio de Pitalito por medio del cual se capacitaron 350 líderes comunitarios a través del “Diplomado en Gestión y Construcción de Redes Sociales Para el Desarrollo Local”, realizado en dos versiones, durante los años 2005 y 2007. El diplomado fue reconocido en la versión 2005 con el tercer puesto del Premio Nacional de Alta Gerencia otorgado por la Presidencia de la República y el

Departamento Administrativo de la Función Pública DAFT y se registró en el Banco de Éxitos de la Administración Pública Colombiana (UNAD - Zona Sur, 2016)

El objetivo esencial del diplomado fue formar habilidades de liderazgo, gestión de proyectos, participación comunitaria y cultura ciudadana. Además del académico, los dos diplomados contaron con componentes de lúdica y radio, en los que participaron los estudiantes mediante la realización de 30 horas de programas radiales “Ideas y Sueños”, la grabación de 3 episodios del programa institucional “Con Olor a Región”, la conformación de dos grupos de danzas y de programas lúdicos desarrollados en las comunidades con énfasis en cultura ciudadana. Con el diplomado se logró construir tejido social a través del empoderamiento de los participantes de su papel como líderes gestores que conforman una red comunitaria para trabajar en modelos alternativos de desarrollo local en sus comunidades (UNAD - Zona Sur, 2016).

Siendo el municipio de Pitalito capital de la Surcolombianidad permite que sea influyente para que personas de municipios cercanos puedan ser partícipes de la educación que se oferta, en este territorio por lo tanto se observa gran competitividad demostrada en la calidad del servicio que se presta.

Marco conceptual

A continuación se definen el significado de los principales términos técnicos que se emplean con mayor frecuencia en la investigación:

Calidad: Conjunto de características de un producto, servicio o proceso que le confieren su aptitud para satisfacer las necesidades del usuario o cliente. (Calidad ISO 9001,

2013).

Calidad de Servicio: es un concepto que deriva de la propia definición de Calidad, entendida como satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente.

Calidad total: Es una sistemática de gestión a través de la cual la empresa satisface las necesidades y expectativas de sus clientes, de sus empleados de los accionistas y de toda la sociedad en general, utilizando los recursos de que dispone: personas, materiales, tecnología, sistemas productivos, entre otros.

Kaoru Ishikawa (1990) (citado por Pérez, Cordero, Orama & Quesada, 2008) define la calidad como desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto de calidad que sea el más económico, útil y satisfactorio para el consumidor.

Joseph. M. Juran (1993) (citado por Pérez et al., 2008) define la calidad como aptitud o adecuación al uso, lo cual implica todas aquellas características de un producto que el usuario reconoce que le benefician y siempre serán determinadas por el cliente, y no por el productor, vendedor o persona que repara el producto.

A. Galgano (1995) (citado por Pérez et al., 2008) la calidad se obtiene con la participación de todas las áreas de la empresa. O sea, la calidad del producto es el resultado del trabajo de todos los departamentos; cada uno de ellos debe llevar a cabo sus funciones y realizarlas con calidad. Además la calidad se proyecta sobre todo hacia el interior de la empresa, pero existe también un significado operativo que se proyecta hacia el exterior y que representa uno de los pilares fundamentales de todo el edificio de la Gestión de la Calidad Total (GCT).

Philip Crosby (1996) (citado por Pérez et al., 2008) Conformidad con los requisitos.

Por su parte, Philip Crosby (1997), la calidad es ajustarse a las especificaciones, desde una perspectiva ingenieril se define como el cumplimiento de normas y requerimientos precisos. Su lema es "Hacerlo bien, a la primera vez y conseguir cero defectos", confirmando que la calidad está basada en cuatro principios absolutos: cumplimiento de requisitos, sistema de prevención, su estándar de realización es cero defectos y su medida es el precio del incumplimiento.

ISO 9000/2000 (citado por Pérez et al., 2008) Calidad: capacidad de un conjunto de características inherentes de un producto, sistema o proceso para satisfacer los requisitos de los clientes y otras partes interesadas.

Elementos básicos de la calidad del servicio.

Dimensiones de la Calidad del Servicio (atributos): está compuesto de varios atributos o dimensiones tanto objetivas como subjetivas. Por ejemplo, en un servicio de atención al cliente, algunos atributos son fundamentales como: Disponibilidad, Accesibilidad, Cortesía, Agilidad, Confianza, Competencia, Comunicabilidad. (Valls & García, 2009)

- Servicio Esperado: Conocer lo que los clientes esperan con relación a los varios atributos del servicio es posiblemente la etapa más crítica para la prestación de servicios de alta calidad.

- Factor de Influencia: Varios factores están constantemente influenciando y moldeando las expectativas de los clientes en relación al servicio. Son ellos: las comunicaciones de boca a boca, las necesidades personales, las experiencias pasadas con un mismo proveedor y/o con otros proveedores (concurrentes), y las comunicaciones externas, que incluyen una variedad de mensajes directas e indirectas, emitidas por las empresas a sus clientes actuales o futuros compradores.

- Servicio Percibido: Este elemento es el resultante del contacto del cliente con el proveedor del servicio.

- Calidad del Servicio Prestado: La percepción general que los clientes tienen sobre la calidad de una determinada empresa de servicios está basada en diversos atributos que los clientes consideran importantes. Para cada atributo, ellos notan la diferencia entre la clasificación que dieron para la calidad recibida y la calidad que esperaban recibir.

- El nivel de Satisfacción: Es la diferencia que hay entre lo que el cliente espera recibir del servicio y el servicio real que recibe. (Valls & García, 2009)

- Nuevas actitudes: Son los cambios que introducen las empresas en sus procesos de prestación de los servicios dirigidas a mejorar la satisfacción de sus clientes.

- Nuevo Comportamiento: Es el comportamiento dirigido a lograr un aumento de la utilización de los productos o servicios, un aumento de la intención de realizar nuevos negocios y la divulgación entre otras personas sobre los aspectos positivos de la experiencia. (Valls & García, 2009)

CCAV: Centro Comunitario de Atención Virtual.

Control de calidad: Grado de satisfacción de la comunidad por los bienes y servicios que se les prestan.

Demanda: Es la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado

Educación Superior: Tipo educativo en el que se forman profesionales en todas las ramas del conocimiento. Requiere de estudios previos de bachillerato o sus equivalentes. Se cursa de cuatro a seis años.

Educación Abierta: responde a la necesidad y al derecho que tienen los seres humanos para acceder a procesos formativos. Los principios de democratización, igualdad de oportunidades y justicia social educativa constituyen su fundamento.

Educación A Distancia: Este término es empleado para referirse a formas de aprendizaje que en generalidad de los casos no son guiadas por profesores presentes en un aula de clases. En su defecto se cuenta con una organización educativa que respalda y planifica los diversos procesos que se llevan a cabo, con materiales didácticos a través de los cuales se hacen llegar los conocimientos y la información a los estudiantes, con diversos recursos educativos y medios de apoyo, así como con tutores que orientan las actividades de aprendizaje.

Educación Formal: Programas sistemáticos y planeados, que suceden durante un periodo continuo y predeterminado de tiempo y siguen normas y directrices determinadas por el Estado. Confieren certificados reconocidos por el Ministerio de Educación y Cultura (MEC). Son ofrecidos por escuelas regulares, centros de formación técnica y tecnológica y sistemas nacionales de aprendizaje. Su producto es la formación escolar y profesional.

Estrategias: Tácticas sobre cómo lograr los objetivos propuestos, se reflejan en los diferentes planes, programas y proyectos.

Escuela. Se entiende por Escuela, la unidad académica misional referida a uno o varios campos del conocimiento como práctica social, en el cual se gestionan saberes que alcanzan niveles disciplinarios, interdisciplinarios y transdisciplinarios, con un profundo carácter formativo, humanizante y de consolidación de tradiciones, que correlacionen la formación, la investigación y el desarrollo con la proyección social.

Egresados: Persona que sale de un establecimiento docente después de haber terminado sus estudios.

Estamento: Estrato social definido por unas determinadas características

socioeconómicas, culturales o profesionales.

Estudiante: Persona que cursa estudios en un establecimiento de enseñanza.

Evaluación: Señalamiento, estimativo, cálculo del valor de una acción, determinando los resultados de una operación.

Fortalezas: conjunto de cualidades al interior de una organización, representada en la disposición de recursos, que puedan ser puestos al servicio del cumplimiento de la misión.

Indicador: Valor matemático que expresa relación entre volumen de producción en un proceso económico y la cantidad de insumos que intervienen en ella.

Impacto: Conjunto de posibles efectos negativos sobre el medio ambiente de una modificación del entorno natural, como consecuencia de obras u otras actividades.

Mecanismos de Evaluación y Verificación: Es un sistema integrado de control de gestión, diseñado para medir objetivamente y en forma proactiva el desempeño organizacional.

Mercado: Está formado por todos los consumidores o compradores actuales y potenciales de un determinado producto. El tamaño de un mercado, desde este punto de vista, guarda una estrecha relación con el número de compradores que deberían existir para una determinada oferta.

Misión: Es la razón de ser de una entidad, para el cabal cumplimiento de la labor asignada de acuerdo a las normas legales, administrativas o instrucciones de las autoridades competentes.

Objetivo: Resultado que aspira lograr una entidad a través del cumplimiento de su misión.

Oferta académica: Los ofrecimientos académicos de educación superior autorizados o reconocidos en determinada institución con forme con la Ley.

Ofrecimiento académico: Todo programa, concentración, especialidad o cualquier

otra denominación académica, que haya de anunciar u ofrecer una institución de educación superior, como un conjunto separado y redefinido de materias conducente a un grado, diploma, título u otro reconocimiento oficial.

Organización: Las organizaciones están formadas por personas y las relaciones que tienen unas con otras. Es el proceso para identificar y agrupar el trabajo que ha de hacerse; definir y delegar las obligaciones y la autoridad, y establecer las relaciones con el fin de hacer posible que las personas trabajen juntas del modo más efectivo.

Oportunidades: Tendencias económicas, sociales, políticas, tecnológicas y competitivas, así como hechos que podrían de forma significativa beneficiar a la organización.

Percepción: Primer conocimiento de una cosa por medio de las impresiones que comunican los sentidos.

Políticas: Directrices formuladas por la alta dirección para orientar el cumplimiento de la misión y el desarrollo de la visión.

Políticas de Calidad. Están orientadas al diseño y desarrollo del Sistema obligatorio de Garantía de Calidad y Mejoramiento de la Atención.

Plan de Desarrollo Institucional. Es el punto de partida para el desarrollo del Sistema de Garantía de Calidad, elaborado por la empresa determinando sus objetivos, acciones, políticas y metas a cumplir.

Programa Académico: Conjunto de asignaturas, materias u ofrecimientos educativos, organizado por disciplinas, de tal forma que da derecho a quien lo completa satisfactoriamente a recibir de la institución que lo ofrece un reconocimiento académico oficial, producto del estudio formal, ya sea de nivel técnico, tecnólogo o profesional.

Registros de Calidad. Son el conjunto de documentos que se generan como resultado de las actividades de evaluación, seguimiento y control de la calidad. Constituyen una

evidencia objetiva de la realización de procedimientos formales de mejoramiento de la calidad en una organización y el elemento probatorio por excelencia que puede servir de defensa ante posibles procesos legales.

Requisitos: Conjunto de características que se deben reunir para satisfacer las necesidades y expectativas del cliente.

Los anteriores conceptos fueron consultados en la página de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD. (UNAD, 2016)

Marco legal

Constitución Política: Artículo 67, establece que la Educación Superior es un servicio público, tiene una función social. Artículo 69, garantiza la autonomía universitaria.

Ley 30 de 1992 del 28 de Diciembre: Por la cual se organiza el servicio público de la educación Superior.

Ley 1188 de 2008: Por la cual se regula el registro calificado de programas de educación superior y se dictan otras disposiciones.

Decreto 1295 de 20 de abril de 2010 del Ministerio de Educación Nacional: por el cual se reglamenta el registro calificado de que trata la Ley 1188 de 2008 y la oferta y desarrollo de programas académicos de educación superior.

Resolución 3010 de 2008: Por la cual se reconoce el registro calificado a programas acreditados de alta calidad.

Acuerdo 040 del 3 de septiembre de 2013, por medio del cual se faculta al ejecutivo municipal para que ceda mediante contrato a título gratuito un predio urbano denominado el Palmar con número de matrícula 20/6.22341 de propiedad del Municipio de Pitalito a la Universidad Nacional Abierta Y A Distancia –UNAD.

Los anteriores aspectos legales fueron consultados en la página del Consejo Nacional de Acreditación (CNA, 2014).

Metodología

“El procedimiento metodológico es la instancia referida a los métodos, diversas reglas, registros, técnicas y protocolos con los cuales una teoría y su método calculan las magnitudes” “Es el estudio que se realiza en contacto directo con la comunidad, grupo o personas que son motivo de estudio”³.

Esquema metodológico

El presente estudio se enmarcará en el enfoque cuantitativo apoyado en análisis cualitativos, de tipo descriptivo; dado que se busca describir y caracterizar, pero también medir la relación entre las variables; este tipo de investigación es una forma de estudio para saber quién, dónde, cuándo, cómo y por qué del sujeto de estudio. Su objetivo es describir las características de ciertos grupos o calcular la proporción de gente en una población específica que tiene ciertas características para así poder pronosticar.

Desde lo cuantitativo se refiere a la obtención de datos primarios donde la información se obtiene a través de técnicas que permitan el acercamiento a datos concretos de la realidad.

³ BALESTRINI (1998). *Procedimiento metodológico*.

En esta investigación se recurre a procedimientos estadísticos para obtener muestras respectivas de lo que se va a investigar. El diseño de los cuestionarios, las muestras, el entrenamiento de los encuestadores, la supervisión y control de trabajo, el procesamiento de la información, su análisis, así como la formulación de conclusiones constituyen todos factores que en este caso adquiere fundamental relevancia para el éxito de esfuerzo emprendido.

Desde allí se pretende describir la percepción que tienen los estudiantes y egresados sobre la calidad del servicio que presta la UNAD – CCAV Pitalito y establecer estrategias que le permitan a la Universidad satisfacer de manera adecuada las expectativas y necesidades tanto de su cliente interno como externo.

Tipo de investigación.

A través de los diversos tipos de estudio el investigador señala el nivel de profundidad con el cual el investigador busca abordar el objeto del conocimiento, es por ello que el presente tipo de estudio pretende hallar información que permita evaluar la calidad del servicio prestado en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD, Zona Sur CCAV Pitalito.

Investigación Descriptiva: Para profundizar en la percepción que tienen los estudiantes y egresados acerca del servicio prestado en la UNAD CCAV Pitalito, se hará uso principalmente de un estudio descriptivo, que permite establecer características, homogeneidades de la población, tipo de usuarios, y en general describir aspectos que

permitan fortalecer el trabajo investigativo, los cuales sirvan de pilar y soporte para la determinación o comprobación de la razón o invalidez de la hipótesis propuesta.

El diseño de la investigación es no experimental, es decir, se realiza observando y analizando a los egresados y estudiantes de la UNAD – CCAV Pitalito, a partir de las encuestas realizadas de forma transversal⁴, sin manipular deliberadamente las variables.

Método de la investigación.

El método a utilizar en la presente investigación será el **deductivo**.

Método deductivo: Méndez (2001) expresa “el método deductivo permite que las verdades particulares contenidas en las verdades universales se vuelven explícitas” (p.145). En este orden de ideas y teniendo en cuenta que la investigación se realizara de lo general a lo particular, es adecuado retomar el presente método que contribuye a describir la situación planteada.

Con la aplicación del método deductivo en esta investigación se pretende que a partir de unas situaciones generales “La calidad de los servicios”, se pretende interiorizar en casos particulares, lo que permite obtener una información precisa y certera de la situación existente “grado de satisfacción de la calidad del servicio”.

⁴ Los diseños de investigación transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables, y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado (Toro & Parra, 2009).

Recolección de la información

Universo.

El universo para esta investigación es la comunidad Académica conformado por los estudiantes y egresados de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD - CCAV Pitalito.

Población.

La población objeto de estudio se compone en dos partes, la primera el número de estudiantes matriculados durante el primer periodo del 2017 (16-01) y la segunda los egresados de los diferentes programas de la UNAD – CCAV Pitalito. Con una amplitud del Universo de 1.108 estudiantes matriculados durante el primer periodo del 2017 y 1.759 egresados de los diferentes programas de la UNAD - CCAV Pitalito.

Muestra.

Estará conformada por un número representativo de estudiantes y egresados de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD - CCAV Pitalito.

El tamaño de la muestra se obtiene mediante muestreo aleatorio simple.

Para hallar la muestra se aplica la siguiente fórmula:

$$n = \frac{NZ^2PQ}{(N-1)e^2 + Z^2PQ}$$

Dónde:

N = Total de la población 1.108 estudiantes y 1.759 egresados de los diferentes programas del CCAV Pitalito, según información suministrada del área de Registro y Control de la UNAD - CCAV Pitalito.

Z = Margen de confiabilidad o número de unidades de desviación estándar en la distribución normal que producirá el nivel deseado de confianza del 95% (1.96).

P = Probabilidad a favor, del 50% (0.50)

Q = Probabilidad en contra, del 50% (0.50)

e = Error o diferencia máxima admisible que se acepta con el nivel de confianza que se ha definido, es decir del 5% (0.05)

n = Tamaño óptimo de la muestra

Remplazando se halla:

Estudiantes

$$n = \frac{(1.108) (1,96)^2 (0,50) (0,50)}{(1.108 - 1) (0,05)^2 + (1,96)^2 (0,50) (0,50)} = 285$$

El resultado de la anterior fórmula señala que la muestra sería igual a 285 Estudiantes matriculados en el primer periodo de 2017, para la respectiva aplicación de la muestra.

Egresados

$$n = \frac{(1.759) (1,81)^2 (0,50) (0,50)}{(1.759 - 1) (0,07)^2 + (1,81)^2 (0,50) (0,50)} = 176$$

Para sacar la muestra de los egresados se toma un margen de error del 7%; debido a que es de gran dificultad aplicar las encuestas a una cantidad más grande de egresados: ya que no se tiene en la base de datos información actualizada que permitan poder contactarnos con ellos.

El resultado de la anterior fórmula señala que la muestra sería igual a 176 egresados de los diferentes programas de la UNAD – CCAV Pitalito.

Tabla 4. Determinación de la muestra

Estamento	Población	Encuestas
Estudiantes	1.108	285
Egresados	1.759	176
Total	2.867	461

Fuente: Las Autoras

Tabla 3. Ficha Metodológica del Estudio

Nombre del proyecto	Evaluación de la Calidad del Servicio de La Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD CCAV Pitalito Zona Sur Desde La Percepción De Estudiantes Y Egresados
Objetivo	Evaluar la calidad del servicio en la UNAD CCAV Pitalito a partir de la identificación de los factores que inciden en estudiantes y egresados, con el fin de diseñar estrategias orientadas a aumentar los índices de satisfacción.
Universo del estudio	Estudiantes y egresados de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD- CCAV Pitalito.
Población	Estudiantes: 1.108 Egresados: 1.759
Marco Muestral	Listado general de estudiantes matriculados en el primer periodo del 2017 (16-01) (Fuente registro y control). Listado general de egresados (Fuente Líder Nacional de egresados – SIGRA)

Tamaño de Muestra	461 personas
Distribución	Selección aleatoria por estamento asegurando la misma probabilidad de selección para todos los individuos. Estudiantes: 285 Egresados: 176
Diseño Muestral	Muestra Probabilística
Precisión	Error de estimación de los indicadores entre el 5% y el 7%.
Cobertura GeoGráfico	Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD- CCAV Pitalito.

Fuente: Las Autoras

Fuentes, técnicas e instrumentos para la recolección de información

Fuentes: primarias y secundarias

Fuentes Primarias.

Son aquellas fuentes de información donde el investigador debe acoger los datos en forma directa a través de relatos o escritos transmitidos por los participantes en el suceso o acontecimiento del proyecto. La información primaria de la investigación se recopila de los principales actores que intervienen:

Estudiantes del periodo 2017 (16-01) del CCAV Pitalito

Egresados del CCAV Pitalito al mes de Diciembre de 2016.

Fuentes Secundarias.

La información secundaria se obtiene mediante la revisión bibliográfica de estudios, normas, políticas y demás documentos relacionados con el tema de investigación. Algunos

de estos documentos son:

- Trabajo de grado “Estudio de la oferta de educación superior en la Zona de influencia CEAD Pitalito”
- Trabajo de grado “La calidad del servicio en la UNAD – CEAD Pitalito y su impacto en la región Surcolombiana”.
- Trabajo de grado “Estudio de la oferta y demanda de la educación superior en la región Surhuilense”.
- Trabajo de grado “Iniciativas Empresariales de los estudiantes y egresados Unadistas del CEAD Pitalito”.
- Trabajo de grado “Pertinencia de los programas de educación superior ofertados por la UNAD CEAD Pitalito

Los datos obtenidos sirven como fundamento para esbozar respuestas a los interrogantes planteados en el problema y los objetivos. Para el caso de la investigación se recurrirá a:

Consultas en Internet y Otro tipo de Consultas: Se buscó apoyo teórico a través del sistema interconectado de Internet, red que permitió profundizar en algunas teorías de la calidad total, modelo SERVQUAL, el triángulo del servicio, proporcionando información histórica y actualizada para la investigación objeto de estudio.

Instrumentos

El instrumento utilizado para la identificación de los factores para evaluar la calidad del servicio en la Unad CCAV Pitalito, fue el Modelo SERVQUAL.

Este modelo es una herramienta que sugiere que la diferencia entre las expectativas generales de los clientes y sus percepciones respecto al servicio prestado, pueden constituir una medida de calidad del servicio. Basados en este Modelo se elaboró una serie de preguntas donde se incluyen los aspectos del servicio universitario.

En esta fase se adecuaron tres cuestionarios, el primero para medir las percepciones que tienen los estudiantes y egresados respecto a las siguientes cinco dimensiones:

Idoneidad, actitud, cordialidad, disposición y oportunidad como variables claves del nivel de satisfacción del cliente: Estos factores son claves en la satisfacción de los estudiantes y egresados de la UNAD CCAV Pitalito, debido a que implica que los funcionarios deben contar con los conocimientos y capacidades requeridas para satisfacer las necesidades que tiene el cliente, sumadas a una habilidad para entablar y mantener amablemente buenas relaciones con los demás. El desarrollo de estos factores contribuye a una percepción positiva del servicio por parte del cliente, debido a que crea relaciones respetuosas y agradables, además trasmite una buena imagen de la Universidad y minimiza el conflicto en los momentos de desencuentro u hostilidad.

La disposición es el valor de la persona mediante el cual expresa sinceramente las condiciones de tiempo óptimas para atender al cliente, en otras palabras, es la habilidad o aptitud que demuestra gentileza para escuchar y solucionar los requerimientos del cliente sin importar el periodo de tiempo requerido para ello.

La oportunidad hace referencia a la conveniencia del servicio en el espacio y tiempo, es decir, la posibilidad de lograr buenos resultados de forma eficiente en el momento

propicio. Para valorar estos factores de satisfacción se procede a formular las siguientes preguntas:

Pregunta 1. ¿Cómo considera la calidad de la atención?

Pregunta 2. ¿La atención recibida fue la esperada y en los tiempos previstos?

Pregunta 3. ¿La información suministrada fue clara, precisa y concisa?

Pregunta 4. ¿El funcionario se muestra dispuesto a ayudar a los usuarios (estudiantes y egresados)?

Pregunta 5. ¿El funcionario está cualificado para brindar asesorías u orientación?

Pregunta 6. ¿Considera que la UNAD CCAV Pitalito dispone de medios adecuados de comunicación para facilitar su labor?

En los ítems utilizó una escala tipo Likert de 5 puntos que oscila entre (Nada Satisfecho) y (Muy Satisfecho).

Los resultados obtenidos fueron valorados por aproximación de calificación como se muestra a continuación:

Excelente = 4-5 a 5.0

Bueno = 3-6 – 4.4

Regular = 3.0 a 3.5

Malo = 1.1 a 2.9

Pésimo = 0.0 a 1.0

De esta forma, puntuaciones altas reflejan una mejor percepción de la calidad de los servicios, en tanto que, puntuaciones bajas en la escala reflejan una percepción pobre de la calidad de los servicios.

El segundo cuestionario interroga a los estudiantes respecto a varios factores claves de satisfacción enmarcados en las anteriores dimensiones del modelo SERVQUAL; de igual forma se considera el comportamiento del cuerpo docente y las instalaciones físicas donde se

prestan los servicios, que los estudiantes consideran se deben mejorar.

Cada factor agrupa varios aspectos que los estudiantes utilizan para juzgar la calidad del servicio en la UNAD – CCAV Pitalito.

Factor 1. Tecnología y plataforma de aprendizaje: Comprende los aspectos tecnológicos y educativos que facilitan el aprendizaje de los estudiantes.

- Internet
- Campus Virtual
- Biblioteca Virtual
- Ayudas Educativas

Factor 2. Actitudes y comportamientos del cuerpo docente: Este factor recoge los aspectos del servicio relacionados con los comportamientos y actitudes de los tutores hacia el estudiante, tales como la preocupación por su aprendizaje, estimulación de su participación, la disposición para orientar el aprendizaje, la adecuación de las evaluaciones de los aprendizajes.

- Motivación del aprendizaje
- Fomento de la participación del estudiante en el aula
- La evaluación del aprendizaje (procedimientos de evaluación, criterios de evaluación, resultados y revisión de exámenes)
- Los contenidos enseñados están de acuerdo al perfil profesional
- Fomento actividades del bienestar Institucional (Deporte, Cultura, Crecimiento personal, medio ambiente, nodos virtuales).

Factor 3. Comunicación y efectividad de los procesos administrativos: Reúne aquellos

aspectos que hacen a la comunicación entre los diferentes actores institucionales, tratamiento de las sugerencias, la eficacia y eficiencia de los procesos administrativos para solucionar problemas.

- Las soluciones y alternativas que se aplican para resolver dificultades
- Agilidad en los procesos administrativos (matriculas, tramites varios)
- El trato recibido por todo el personal implicado en la Universidad
- Procesos de comunicación y canales de comunicación entre los públicos de la comunidad educativa.

Factor 4. Instalaciones y equipamientos: Esta dimensión comprende los aspectos tangibles del servicio tales como las instalaciones físicas, las aulas, los equipamientos, el acervo bibliográfico disponibles, la cafetería y el parqueadero.

- Aulas
- Laboratorios
- Biblioteca
- Cafetería
- Parqueadero

En el tercer Cuestionario comprende diferentes factores enmarcados a las dimensiones del modelo SERVQUAL, donde se interrogan a los egresados con el fin de conocer los aspectos que consideran se deben mejorar para prestar un servicio excelente.

¿Qué aspectos mejoraría?

- Se cumplen las expectativas que tenía al iniciar la carrera
- La metodología docente (recursos, estrategias didácticas, actividades complementarias)

- El aprendizaje independiente (trabajo autónomo, desarrollo de actividades)
- Los procesos de comunicación y canales de comunicación entre los Públicos de la comunidad educativa
- Las instalaciones y su mantenimiento
- El trato recibido por todo el personal implicado en la institución
- Procesos administrativos (tramites de grado, solicitudes, información...)

Técnicas de recolección de información.

Se aplican técnicas conocidas para recolectar la información como son:

Encuesta: La encuesta, es un método que permite explorar en forma sistemática lo que otras personas conocen, sienten, profesan o creen, permitiendo a la vez determinar hechos, opiniones y actitudes.

Esta técnica de recolección de información se aplicará a un número de **285** estudiantes activos del CCAV Pitalito y **176** egresados de los diferentes programas de la UNAD – CCAV Pitalito.

Revisión Documental: Consiste en detectar, obtener y consultar bibliografía y otros materiales o estudios realizados, que pueden ser útiles para los propósitos del estudio, especialmente en la identificación de respuestas en función al problema investigado.

Procesamiento de la información y análisis de datos

Una vez recolectada la información se procede a analizar y sistematizar los datos obtenidos de cada una de las fuentes, así como la información cualitativa y cuantitativa encontrada en la revisión documental, para obtener conclusiones que permitan dar una respuesta a los interrogantes del problema.

La información es procesada en tablas dinámicas de Excel para obtener los datos totales de respuesta a cada pregunta planteada; con el resultado de los datos se elaborarán los gráficos y figuras a fin de presentar la información de una forma sencilla y didáctica con explicaciones en lenguaje de fácil entendimiento.

Diagrama circular.

Es otro tipo de gráfico que permite observar los componentes de un total, como sectores de un círculo. Se utiliza para representaciones Gráficos de distribuciones porcentuales.

Es una forma efectiva de representar distribuciones de frecuencias en las que la característica es cualitativa (Santam, 2005).

Estas herramientas fueron escogidas por la facilidad de manejo y organización, puesto que brinda un conjunto de métodos para el procesamiento de la información, de tal forma que se les dé un significado cuantitativo y cualitativo, permitiendo apreciar la información a través de distribución de frecuencias y representación Gráficos que facilitan la interpretación de los resultados, dando confiabilidad a los fenómenos observados en la muestra.

Hipótesis

La calidad del servicio de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD-CCAV Pitalito, es satisfactoria desde la percepción de los estudiantes y egresados

Análisis de la información recolectada

El estudio se realizó a los dos grupos o estamentos que existen en la institución, representados en los estudiantes y egresados, los cuales por medio de una encuesta respondieron las preguntas formuladas en la investigación.

Se localizó al entrevistado previamente seleccionado y se aplicó el formulario guía de entrevista. Las opiniones que escapaban o complementaban los ítems de la guía fueron consignadas en la sección de “Observaciones”.

A continuación, se presenta un análisis por cada pregunta del cuestionario, mostrando los resultados individuales y consolidados según el caso. Al iniciar el análisis se observó que algunas preguntas que presentaban opción múltiple de respuesta podrían agruparse sin presentar mayor riesgo para el estudio y que por el contrario se podría presentar de una manera más general la percepción del personal encuestado.

Análisis de la información de encuestas aplicadas a estudiantes y egresados de la UNAD CCAV Pitalito.

Esta investigación se realizó a estudiantes y egresados pertenecientes a la UNAD - CEAD Pitalito, en el caso de las encuestas aplicadas a los estudiantes se aprovechó cada uno

de los encuentros relacionados con la inducción y re inducción lográndose cumplir con el 100% de la muestra.

Para los egresados fue más compleja dicha aplicación pues se manejó por medio del correo electrónico por lo que la respuesta no fue satisfactoria, razón por la cual se procedió a realizar trabajo de campo, de tal forma que se aplicaron las encuestas a través del contacto directo, abordando físicamente a las personas para solicitarles el diligenciamiento de la misma. Se identificaron los sitios o lugares en donde se podía concentrar más personal que permitiera desarrollar rápidamente el trabajo de campo, los cuales correspondían a sus sitios de trabajo, al igual que se realizaron encuesta por vía telefónica, logrando cumplir con el objetivo propuesto.

De acuerdo a lo anterior, la participación de los estudiantes y egresados fue la siguiente:

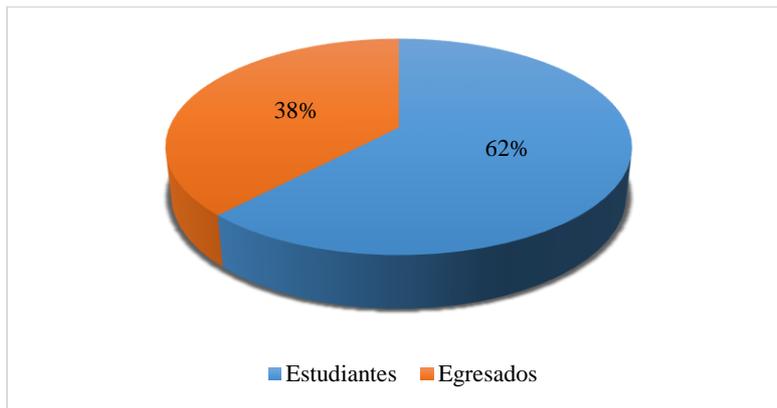
Participación por población objetivo

Tabla 5. Participación por población objetivo

Estamento	Población	Participación
Estudiantes	285	62%
Egresados	176	38%
TOTAL	461	100%

Fuente: Las Autoras

Gráfico 3. Participación por población objetivo



Fuente: Las Autoras

Análisis: La encuesta se realizó a los principales clientes de la universidad, el estamento de los estudiantes y el estamento de los egresados.

Con base en el cálculo de la muestra tanto para la población de estudiantes como para la de egresados, el mayor porcentaje de participación corresponde a los estudiantes con un 62% y en los egresados la participación del 38% para un total de cumplimiento del 100%.

Área por la cual fue atendido

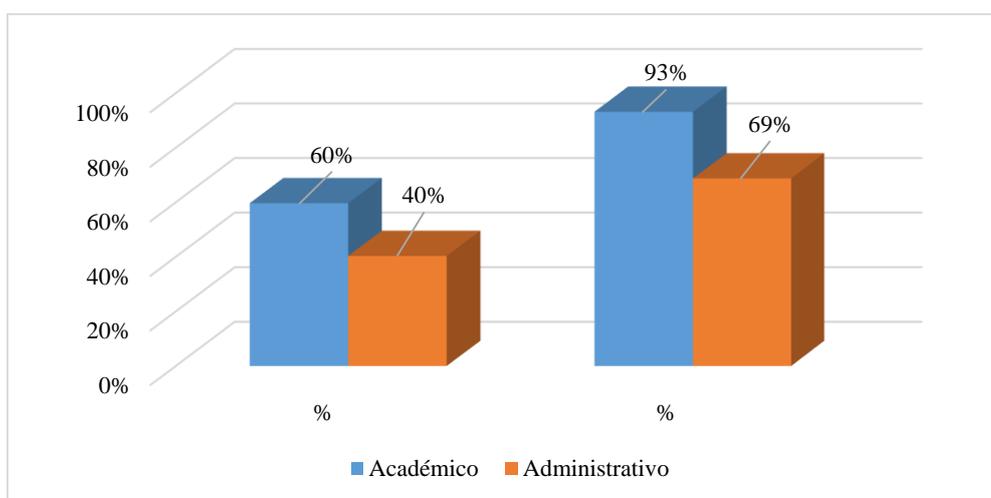
La Universidad cuenta con dos áreas la académica (Tutores) y la Administrativa, por la motivo de procedió a indagar en los estudiantes y egresados el área por la cual fue atendido(a), obteniendo los siguientes resultados.

Tabla 6. Área por la cual fue atendido(a)

Área	Egresados		Estudiantes		Total general	
	No.	%	No.	%	No.	%
Académico	105	60%	164	93%	269	58%
Administrativo	71	40%	121	69%	192	42%
Total general	176	100%	285	162%	461	100%

Fuente: Las autoras

Gráfico 4. Área por la cual fue atendido(a)



Fuente: Las autoras

Análisis: De acuerdo a la muestra aplicada se evidencia que tanto los estudiantes como los egresados tienen un mayor porcentaje de participación con la parte académica reflejándose estudiantes con un 93% y egresados con un 69%. Por lo tanto, con la parte administrativa los estudiantes presentan un 60% y los egresados un 40%.

Dependencia por la cual fue atendido(a)

Dentro del Área administrativa se cuenta con cuatro dependencias, la dirección, talento humano, registro y control y sala de sistemas, de tal manera que se preguntó a los

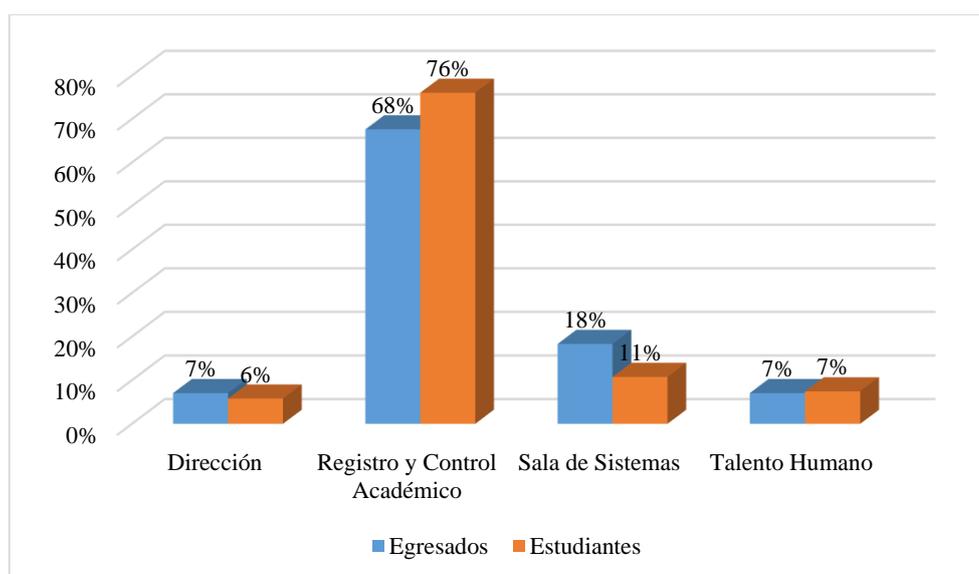
encuestados seleccionaron el área administrativa cual fue la dependencia que le prestó el servicio, obteniendo la siguiente información.

Tabla 7. Dependencia administrativa por la cual fue atendido(a)

Dependencia	Egresados		Estudiantes		Total general	
	No.	%	No.	%	No.	%
Dirección	5	7%	7	6%	12	6%
Registro y Control Académico	48	68%	92	76%	140	73%
Sala de Sistemas	13	18%	13	11%	26	14%
Talento Humano	5	7%	9	7%	14	7%
Total general	71	100%	121	100%	192	100%

Fuente: Las autoras

Gráfico 5. Dependencia administrativa por la cual fue atendido(a)



Fuente: Las Autoras

Análisis: La mayor participación se presenta en el Área administrativa de Registro y Control Académico de la siguiente manera: estudiantes con un 76% y egresados con el 68%, lo que permite evidenciar que es la dependencia que más procesos y procedimientos maneja tanto para estudiantes como para egresados, seguido de la sala de sistemas con el 18% de

egresados y estudiantes con un 11%.

De acuerdo al resultado anterior se puede detectar que Registro y Control Académico es una de las dependencias donde la mayoría de los estudiantes y egresados tienen algún tipo de contacto para procesos de matrículas, novedades académicas, grados, entre otros.

Escuela por la cual fue atendido(a)

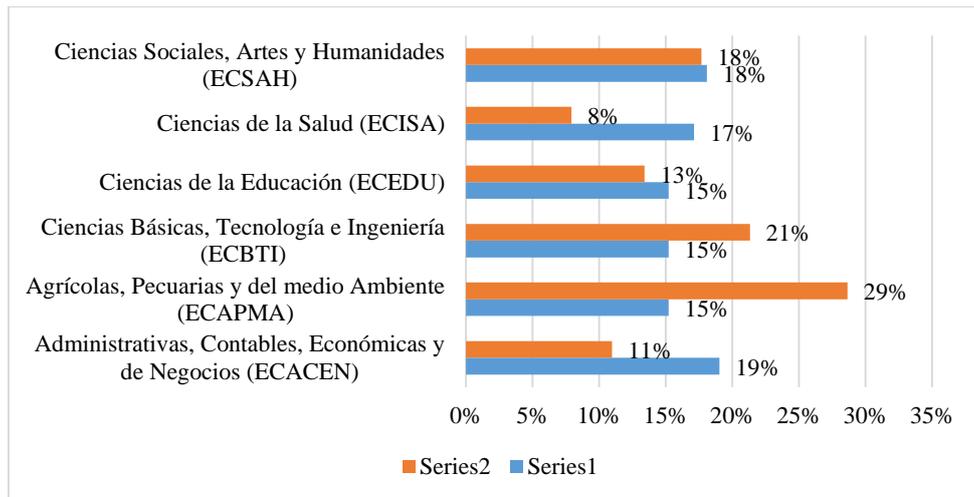
Dentro del área académica se cuenta con cuatro seis escuelas académicas, de tal manera que se preguntó a los encuestados seleccionaron el área académica cual fue la escuela que le prestó el servicio, obteniendo la siguiente información.

Tabla 8. Escuela por la cual fue atendido(a)

Escuela	Egresado		Estudiante		Total general	
	No.	%	No.	%	No.	%
Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios (ECACEN)	20	19%	18	11%	38	14%
Agrícolas, Pecuarias y del medio Ambiente (ECAPMA)	16	15%	47	29%	63	23%
Ciencias Básicas, Tecnología e Ingeniería (ECBTI)	16	15%	35	21%	51	19%
Ciencias de la Educación (ECEDU)	16	15%	22	13%	38	14%
Ciencias de la Salud (ECISA)	18	17%	13	8%	31	12%
Ciencias Sociales, Artes y Humanidades (ECSAH)	19	18%	29	18%	48	18%
Total general	105	100%	164	100%	269	100%

Fuente: Las Autoras

Gráfico 6. Escuela por la cual fue atendido(a)



Fuente: Las Autoras

Análisis: La mayor participación presentada en el diligenciamiento de las encuestas fue de la Escuela de Ciencias Agrícolas, Pecuarias y del Medio Ambiente con un 23%, seguido de la Escuela de Ciencias Básicas, Tecnología e Ingeniería con un 19%, la Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades con un 18%, las siguientes Escuelas presentan igual cantidad de participación Escuela de Ciencias de la Educación y Escuela de Ciencias Administrativas Contables y de Negocios con el 14% y con menor participación encontramos a la Escuela de Ciencias de la Salud con el 12%.

Se puede resaltar de igual manera que tanto estudiantes como egresados tienen un contacto directo con la parte académica teniendo en cuenta que los estudiantes y egresados buscan procesos de formación para suplir expectativas y estar prestos a los desafíos de este mundo globalizado y a la sociedad del conocimiento.

Evaluación y análisis de los factores claves de satisfacción de los estudiantes de la UNAD CCAV Pitalito.

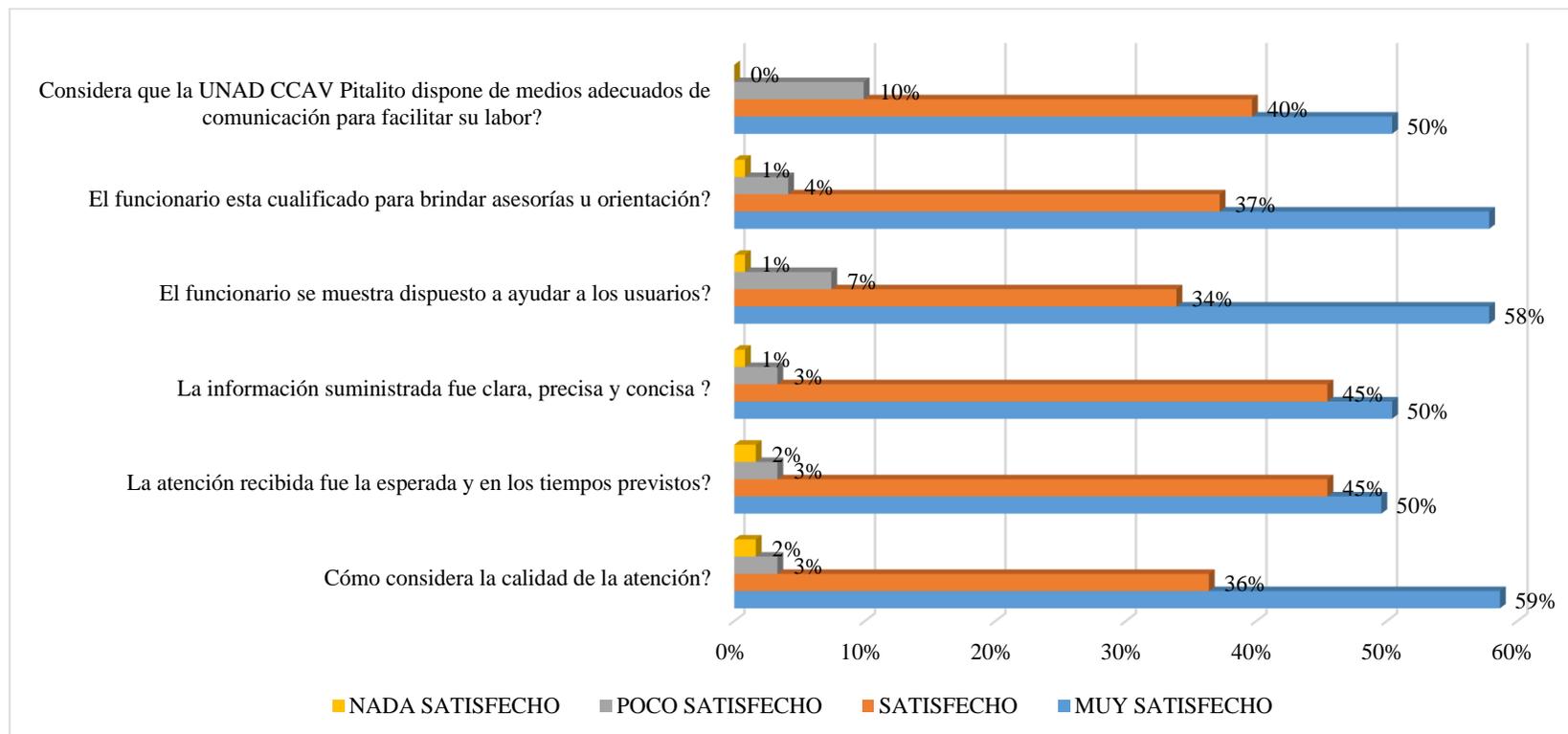
Tabla 9. Idoneidad, actitud, cordialidad, disposición y oportunidad como variables claves del nivel de satisfacción de los estudiantes que fueron atendidos por el personal Administrativo.

Variable	Muy Satisfecho		Satisfecho		Poco Satisfecho		Nada Satisfecho		% A Favor	Cuantificación	Cualificación
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%			
¿Cómo considera la calidad de la atención?	71	59%	44	36%	4	3%	2	2%	95%	4,8	Excelente
¿La atención recibida fue la esperada y en los tiempos previstos?	60	50%	55	45%	4	3%	2	2%	95%	4,8	Excelente
¿La información suministrada fue clara, precisa y concisa?	61	50%	55	45%	4	3%	1	1%	96%	4,8	Excelente
¿El funcionario se muestra dispuesto a ayudar a los usuarios?	70	58%	41	34%	9	7%	1	1%	92%	4,6	Excelente
¿El funcionario está cualificado para brindar asesorías u orientación?	70	58%	45	37%	5	4%	1	1%	95%	4,8	Excelente
¿Considera que la UNAD CCAV Pitalito dispone de medios adecuados de comunicación para facilitar su labor?	61	50%	48	40%	12	10%	0	0%	90%	4,5	Excelente
Promedio		54%		40%		5%		1%	94%	4,7	Excelente

Nota: El % a favor es la suma del % de Muy satisfecho y satisfecho.

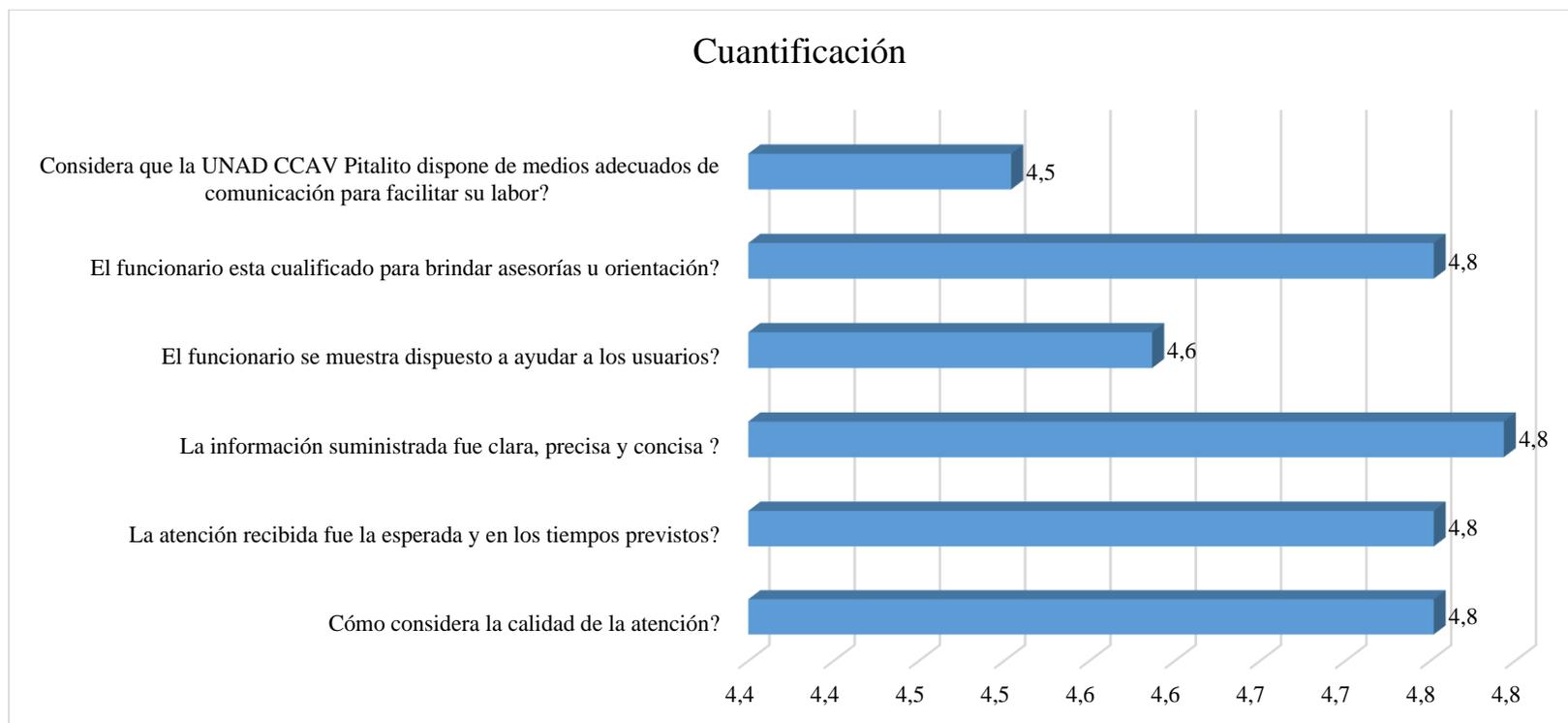
Fuente: Las Autoras

Gráfico 7. Idoneidad, actitud, cordialidad, disposición y oportunidad como variables claves del nivel de satisfacción de los estudiantes que fueron atendidos por el personal Administrativo.



Fuente: Las Autoras

Gráfico 8. Idoneidad, actitud, cordialidad, disposición y oportunidad como variables claves del nivel de satisfacción de los estudiantes que fueron atendidos por el personal Administrativo.



Fuente: Las Autoras

Análisis: Esta encuesta ha permitido detectar que existe una buena percepción en lo que tiene que ver con la calidad del servicio administrativo arrojando como resultado una cuantificación superior a 4.5. Según se observa en estos resultados, aspectos como la calidad de la

atención, tiempos previstos, información suministrada, cualificación de los funcionarios, reciben una muy alta calificación por parte del 95% de los clientes encuestados. De igual manera la disponibilidad para informar y los medios de comunicación acordes para facilitar la labor realizada en la Universidad tienen una buena calificación, lo que evidencia una gran satisfacción para quienes son la razón de ser de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD-.

Respecto a los porcentajes bajos de insatisfacción, se observa que el 10% de los estudiantes encuestados se encuentra poco satisfechos con los medios de comunicación que la Universidad dispone para su facilitar la labor. En promedio el 5% de los estudiantes encuestados se encuentran poco satisfechos y un 1% que se no se encuentran nada satisfechos con la prestación del servicio en general que presta la universidad lo cual permite corroborar que en esta Institución hay oportunidades de mejoramiento en la atención que los funcionarios administrativos brindan a los clientes en este caso estudiantes.

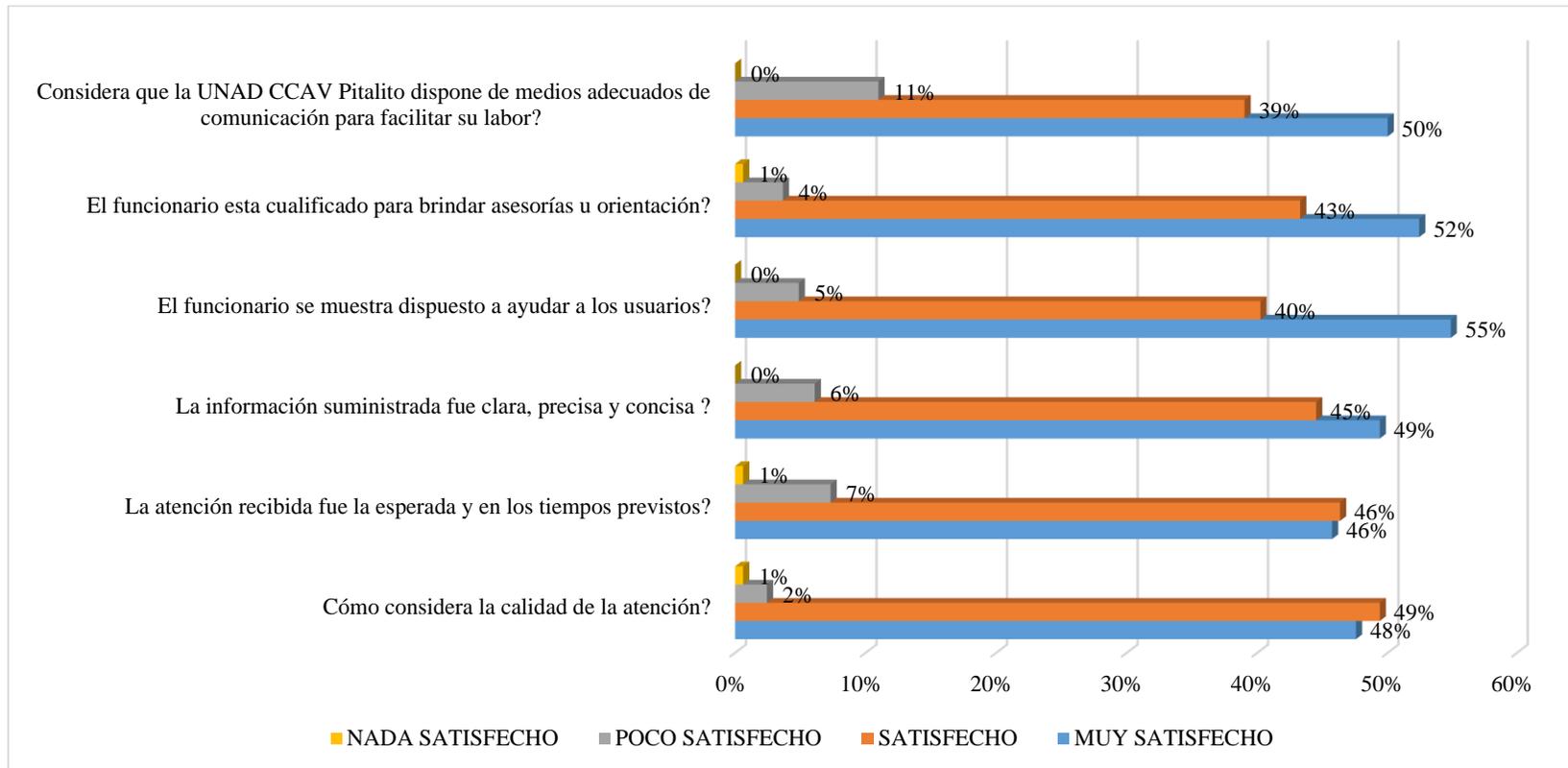
Tabla 10. Idoneidad, actitud, cordialidad, disposición y oportunidad como variables claves del nivel de satisfacción de los estudiantes que fueron atendidos por el personal Académico.

Variable	Muy Satisfecho		Satisfecho		Poco Satisfecho		Nada Satisfecho		% A Favor	Cuantificación	Cualificación
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%			
¿Cómo considera la calidad de la atención?	78	48%	81	49%	4	2%	1	1%	97%	4,8	Excelente
¿La atención recibida fue la esperada y en los tiempos previstos?	75	46%	76	46%	12	7%	1	1%	92%	4,6	Excelente
¿La información suministrada fue clara, precisa y concisa?	81	49%	73	45%	10	6%	0	0%	94%	4,7	Excelente
¿El funcionario se muestra dispuesto a ayudar a los usuarios?	90	55%	66	40%	8	5%	0	0%	95%	4,8	Excelente
¿El funcionario está cualificado para brindar asesorías u orientación?	86	52%	71	43%	6	4%	1	1%	96%	4,8	Excelente
¿Considera que la UNAD CCAV Pitalito dispone de medios adecuados de comunicación para facilitar su labor?	82	50%	64	39%	18	11%	0	0%	89%	4,5	Excelente
Promedio		50%		44%		6%		0%	94%	4,7	Excelente

Nota: El % a favor es la suma del % de Muy satisfecho y satisfecho.

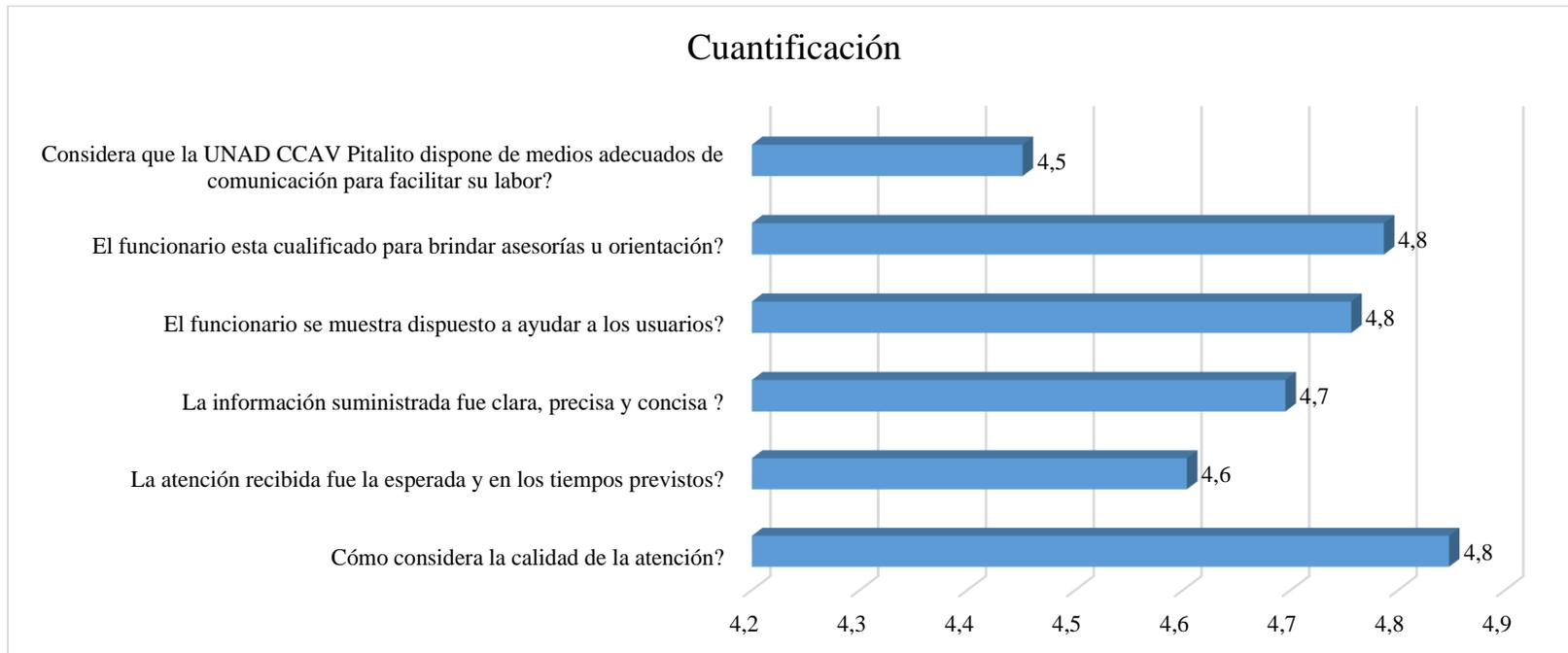
Fuente: Las Autoras

Gráfico 9. Idoneidad, actitud, cordialidad, disposición y oportunidad como variables claves del nivel de satisfacción de los estudiantes que fueron atendidos por el personal Académico.



Fuente: Las Autoras

Gráfico 10. Idoneidad, actitud, cordialidad, disposición y oportunidad como variables claves del nivel de satisfacción de los estudiantes que fueron atendidos por el personal Académico.



Fuente: Las Autoras

Análisis: En lo relacionado con la atención académica los estudiantes consideran que es buena con una cuantificación promedio del 4.7 lo que permite identificar una buena percepción entre estudiantes y cada una de las escuelas, para quienes por la naturaleza de su labor el cliente (estudiantes) es la razón de su ser.

De igual manera se encontró una gran participación de estudiantes en cuanto a la percepción recibida por parte del área académica, lo que arroja como resultado una gran satisfacción con la calidad de la atención, los tiempos previstos, la cualificación de los funcionarios, y los medios de comunicación utilizados para facilitar el proceso de aprendizaje con un promedio del 50% de los estudiantes encuestados.

En cuanto a la poca satisfacción se presenta un porcentaje muy bajo correspondiente al 6%. Esta información arroja como resultado que la atención brindada por los docentes de esta Institución es satisfactoria.

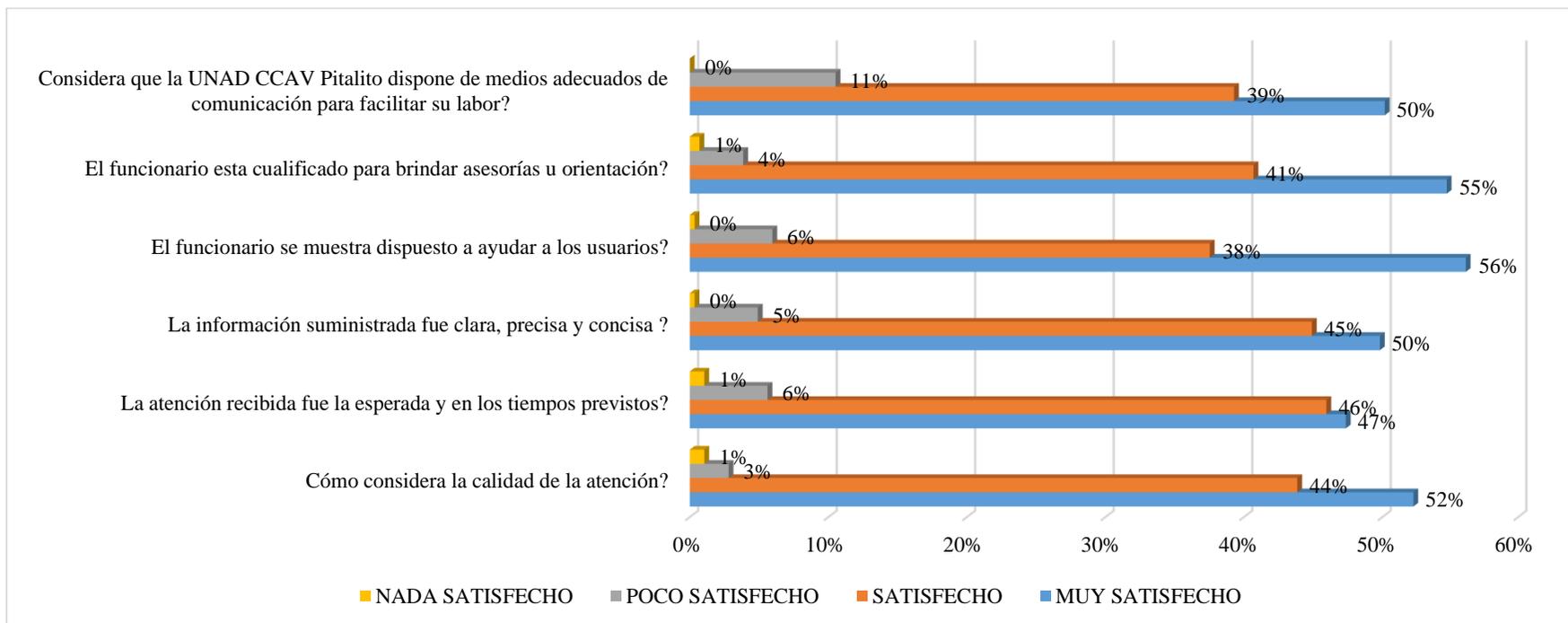
Tabla 11. Consolidado - Idoneidad, actitud, cordialidad, disposición y oportunidad como variables claves del nivel de satisfacción de los estudiantes que fueron atendidos por el personal Administrativo y Académico.

Variable	Muy Satisfecho		Satisfecho		Poco Satisfecho		Nada Satisfecho		% A Favor	Cuantificación	Cualificación
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%			
¿Cómo considera la calidad de la atención?	149	52%	125	44%	8	3%	3	1%	96%	4,8	Excelente
¿La atención recibida fue la esperada y en los tiempos previstos?	135	47%	131	46%	16	6%	3	1%	93%	4,7	Excelente
¿La información suministrada fue clara, precisa y concisa?	142	50%	128	45%	14	5%	1	0%	95%	4,7	Excelente
¿El funcionario se muestra dispuesto a ayudar a los usuarios?	160	56%	107	38%	17	6%	1	0%	94%	4,7	Excelente
¿El funcionario está cualificado para brindar asesorías u orientación?	156	55%	116	41%	11	4%	2	1%	95%	4,8	Excelente
¿Considera que la UNAD CCAV Pitalito dispone de medios adecuados de comunicación para facilitar su labor?	143	50%	112	39%	30	11%		0%	89%	4,5	Excelente
Promedio		52%		42%		6%		1%	94%	4,7	Excelente

Nota: El % a favor es la suma del % de Muy satisfecho y satisfecho.

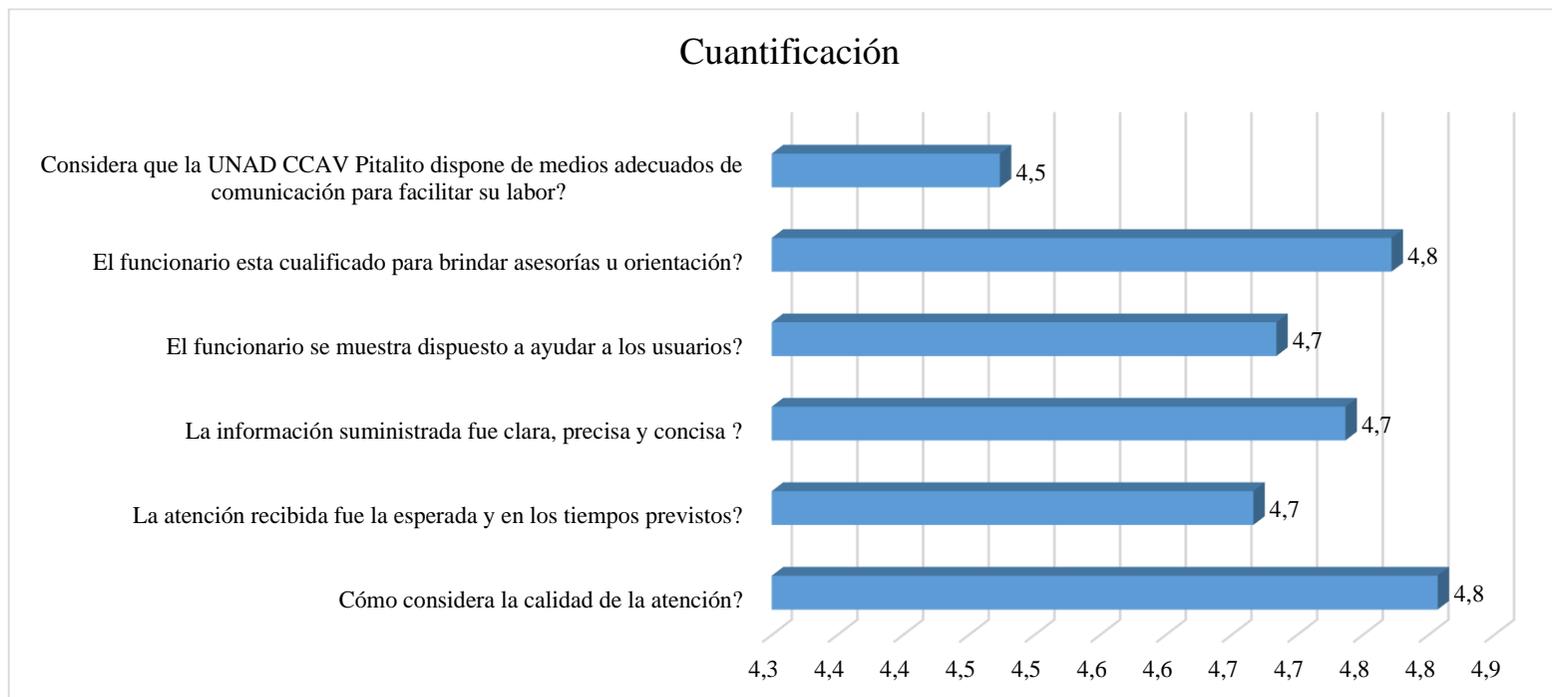
Fuente: Las Autoras

Gráfico 11. Consolidado - Idoneidad, actitud, cordialidad, disposición y oportunidad como variables claves del nivel de satisfacción de los estudiantes que fueron atendidos por el personal Administrativo y Académico.



Fuente: Las Autoras

Gráfico12. Consolidado - Idoneidad, actitud, cordialidad, disposición y oportunidad como variables claves del nivel de satisfacción de los estudiantes que fueron atendidos por el personal Administrativo y Académico.



Fuente: Las Autoras

Análisis: Teniendo en cuenta este rango de índices de satisfacción se procede a interpretar que los estudiantes califican el servicio en general como satisfactorio con una cuantificación promedio de 4.7. En cuanto a la calidad de la atención se tiene una favorabilidad del 96%. Seguido de la información suministrada y la cualificación de los funcionarios con el 95%, la disposición para brindar asesorías u orientaciones

con el 94% y con un 89% la disponibilidad de medios adecuados de comunicación para facilitar su labor. Por lo tanto es importante observar los aspectos en los que los estudiantes consideran que hay una calidad de atención muy baja.

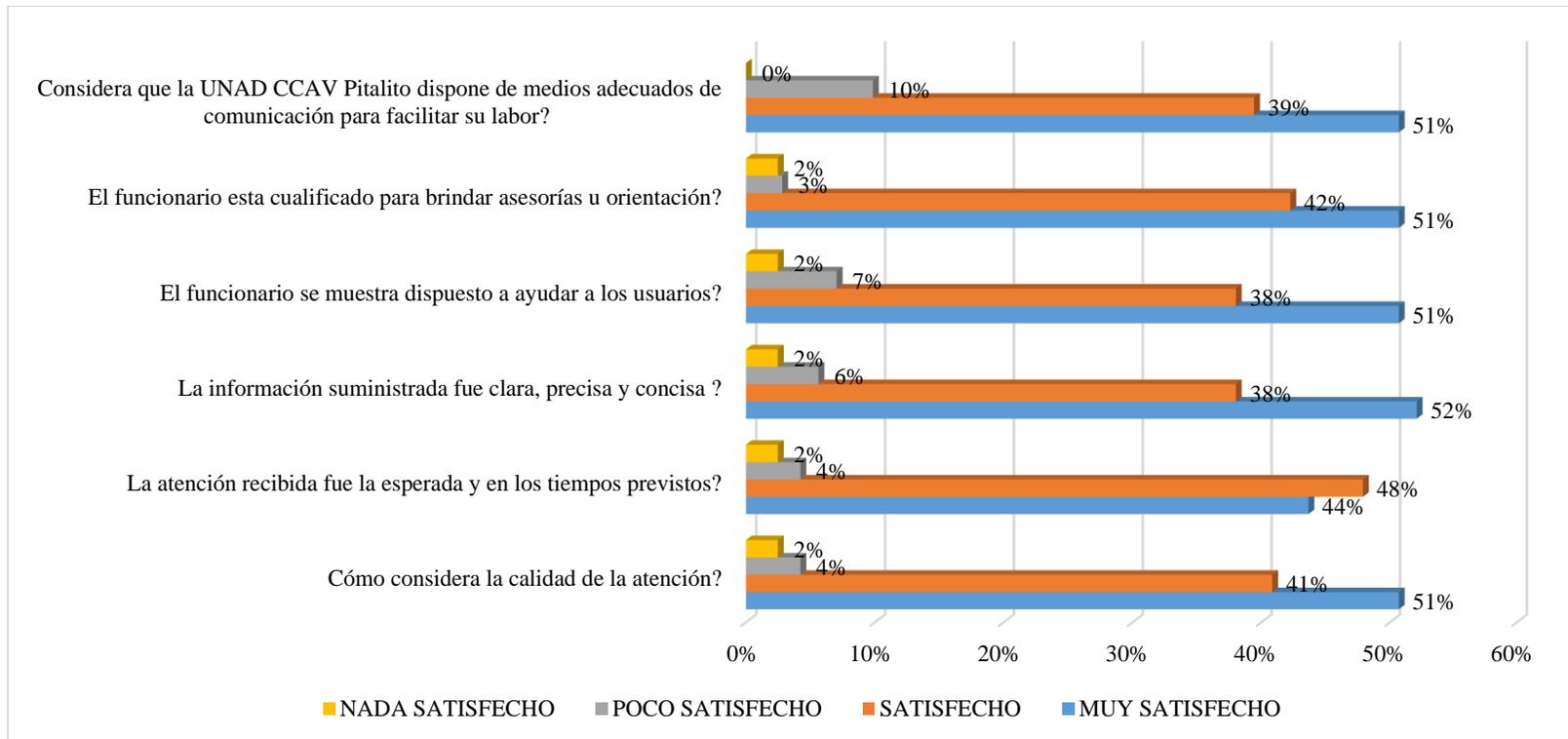
Tabla 12. Idoneidad, actitud, cordialidad, disposición y oportunidad como variables claves del nivel de satisfacción de los egresados que fueron atendidos por el personal Administrativo.

Variable	Muy Satisfecho		Satisfecho		Poco Satisfecho		Nada Satisfecho		% A Favor	Cuantificación	Cualificación
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%			
¿Cómo considera la calidad de la atención?	36	51%	29	41%	3	4%	3	3%	92%	4,6	Excelente
¿La atención recibida fue la esperada y en los tiempos previstos?	31	44%	34	48%	3	4%	3	3%	92%	4,6	Excelente
¿La información suministrada fue clara, precisa y concisa?	37	52%	27	38%	4	6%	3	3%	90%	4,5	Excelente
¿El funcionario se muestra dispuesto a ayudar a los usuarios?	36	51%	27	38%	5	7%	3	3%	89%	4,4	Excelente
¿El funcionario está cualificado para brindar asesorías u orientación?	36	51%	30	42%	2	3%	3	3%	93%	4,6	Excelente
¿Considera que la UNAD CCAV Pitalito dispone de medios de comunicación adecuados para facilitar su labor?	36	51%	28	39%	7	10%	0	0%	90%	4,5	Excelente
PROMEDIO		50%		41%		6%		3%	91%	4,5	Excelente

Nota: El % a favor es la suma del % de Muy satisfecho y satisfecho.

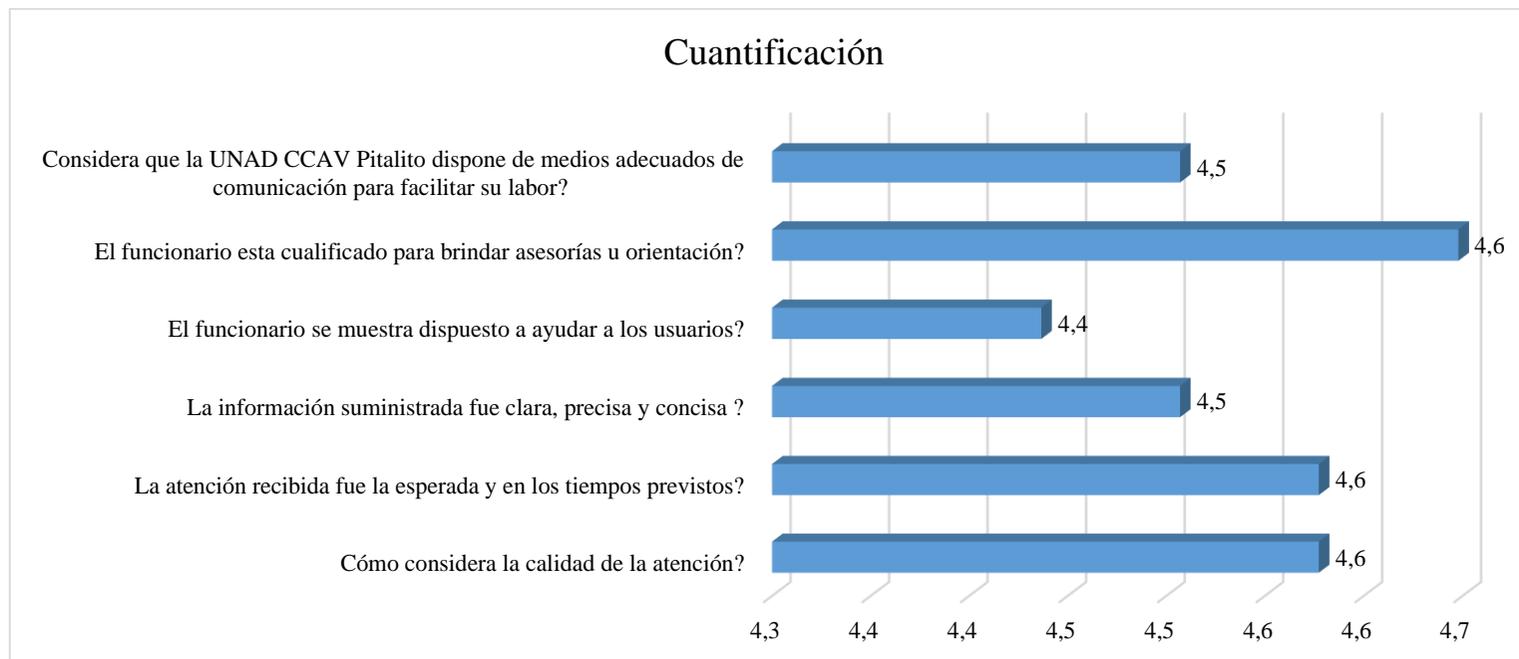
Fuente: Las Autoras

Gráfico 13. Idoneidad, actitud, cordialidad, disposición y oportunidad como variables claves del nivel de satisfacción de los egresados que fueron atendidos por el personal Administrativo.



Fuente: Las Autoras

Gráfico 14. Idoneidad, actitud, cordialidad, disposición y oportunidad como variables claves del nivel de satisfacción de los egresados que fueron atendidos por el personal Administrativo.



Fuente: Las Autoras

Análisis: De acuerdo a los resultados obtenidos se encontró que el servicio prestado por el personal académico a los egresados es bueno con una calificación promedio de 4.5 y un nivel de favorabilidad de 91%. Observando que las variables mejor evaluadas son la calidad de la

atención, los tiempos del servicio y la cualificación de los funcionarios con una calificación promedio de 4,6, mientras que la disposición que tiene los funcionarios para ayudar a los usuarios, reciben la más baja calificación por los egresados encuestados.

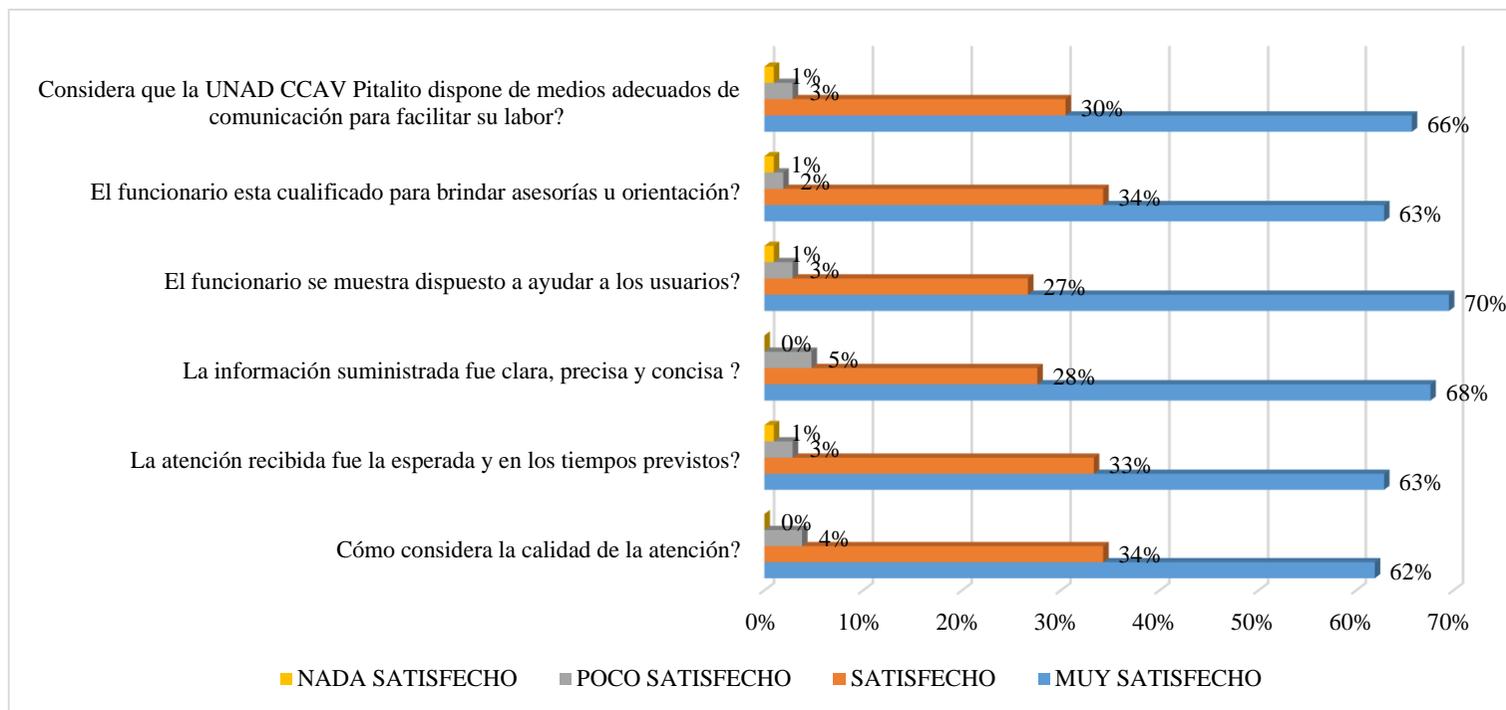
De otro lado, la proporción de insatisfacción es del 9% de los egresados, siendo más relevante la insatisfacción en los medios de comunicación que dispone la Universidad para facilitar su labor

Tabla 13. Idoneidad, actitud, cordialidad, disposición y oportunidad como variables claves del nivel de satisfacción de los egresados que fueron atendidos por el personal Académico.

Variable	Muy Satisfecho		Satisfecho		Poco Satisfecho		Nada Satisfecho		% A Favor	Cuantificación	Cualificación
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%			
¿Cómo considera la calidad de la atención?	65	62%	36	34%	4	4%	0	0%	96%	4,8	Excelente
¿La atención recibida fue la esperada y en los tiempos previstos?	66	63%	35	33%	3	3%	1	1%	96%	4,8	Excelente
¿La información suministrada fue clara, precisa y concisa?	71	68%	29	28%	5	5%	0	0%	95%	4,8	Excelente
¿El funcionario se muestra dispuesto a ayudar a los usuarios?	73	70%	28	27%	3	3%	1	1%	96%	4,8	Excelente
¿El funcionario está cualificado para brindar asesorías u orientación?	66	63%	36	34%	2	2%	1	1%	97%	4,9	Excelente
¿Considera que la UNAD CCAV Pitalito dispone de medios adecuados de comunicación para facilitar su labor?	69	66%	32	30%	3	3%	1	1%	96%	4,8	Excelente
PROMEDIO		65%		31%		3%		1%	96%	4,8	Excelente

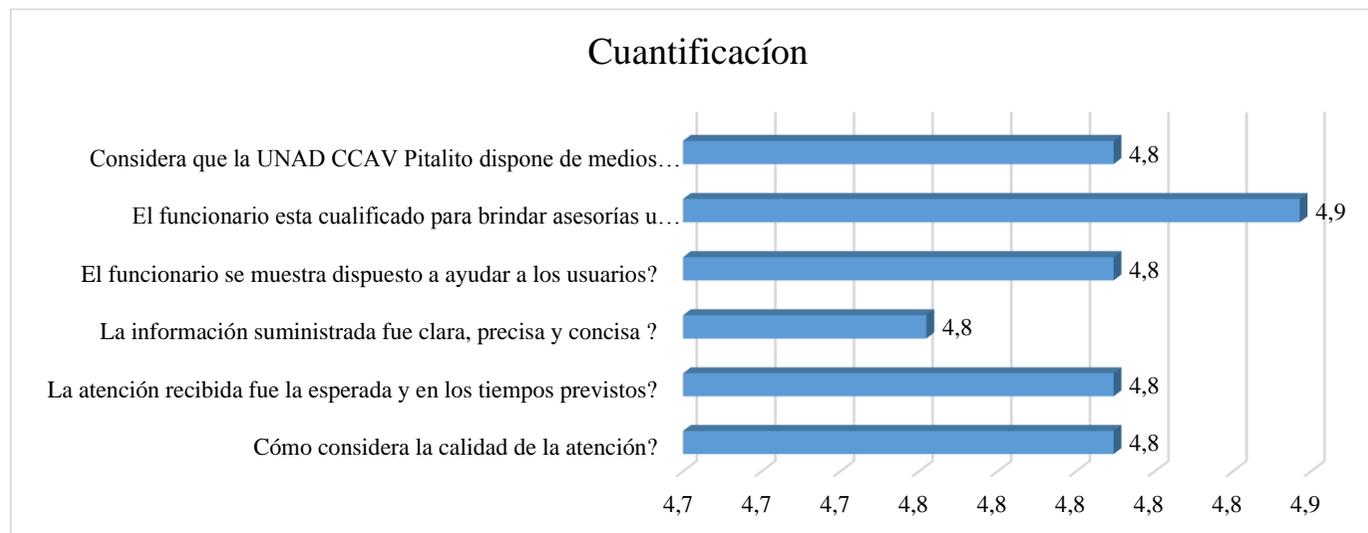
Fuente: Las Autoras

Gráfico 15. Idoneidad, actitud, cordialidad, disposición y oportunidad como variables claves del nivel de satisfacción de los egresados que fueron atendidos por el personal Académico



Fuente: Las Autoras

Gráfico 16. Idoneidad, actitud, cordialidad, disposición y oportunidad como variables claves del nivel de satisfacción de los egresados que fueron atendidos por el personal Académico



Fuente: Las Autoras

Análisis: Los resultados permiten observar un mayor cumplimiento de las expectativas de los egresados con relación a la cualificación del funcionario para brindar asesorías u orientaciones con un nivel de 97% a favor y una calificación de 4.9. Igualmente la calidad de la atención, tiempos del servicio, información clara, precisa y concisa, disposición para ayudar a los usuarios y los medios de comunicación reciben una buena calificación de 4,8 y un nivel de favorabilidad de 96%. En promedio el cumplimiento de las expectativas de los egresados encuestados es del 96% y un 4% de no cumplimiento con relación a los servicios que reciben en estas oficinas.

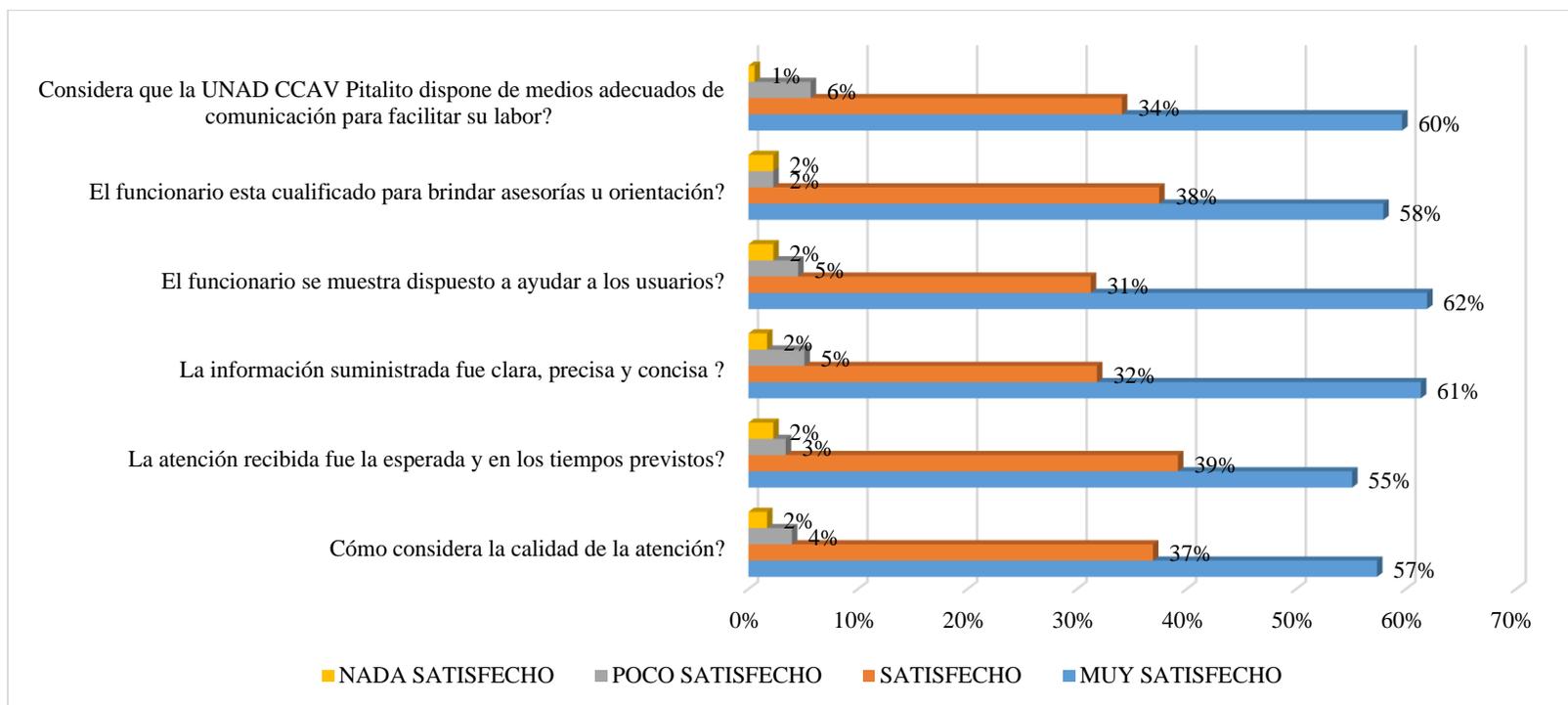
Tabla 14. Consolidado evaluación de la idoneidad, actitud, cordialidad, disposición y oportunidad como variables claves del nivel de satisfacción de los egresados que fueron atendidos por el personal Administrativo y Académico.

Variable	Muy Satisfecho		Satisfecho		Poco Satisfecho		Nada Satisfecho		% A Favor	Cuantificación	Cualificación
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%			
¿Cómo considera la calidad de la atención?	101	57%	65	37%	7	4%	3	2%	94%	4,7	Excelente
¿La atención recibida fue la esperada y en los tiempos previstos?	97	55%	69	39%	6	3%	4	2%	94%	4,7	Excelente
¿La información suministrada fue clara, precisa y concisa?	108	61%	56	32%	9	5%	3	2%	93%	4,7	Excelente
¿El funcionario se muestra dispuesto a ayudar a los usuarios?	109	62%	55	31%	8	5%	4	2%	93%	4,7	Excelente
¿El funcionario está cualificado para brindar asesorías u orientación?	102	58%	66	38%	4	2%	4	2%	95%	4,8	Excelente
¿Considera que la UNAD CCAV Pitalito dispone de medios adecuados de comunicación para facilitar su labor?	105	60%	60	34%	10	6%	1	1%	94%	4,7	Excelente
Promedio		59%		35%		4%		2%	94%	4,7	Excelente

Nota: El % a favor es la suma del % de Muy satisfecho y satisfecho.

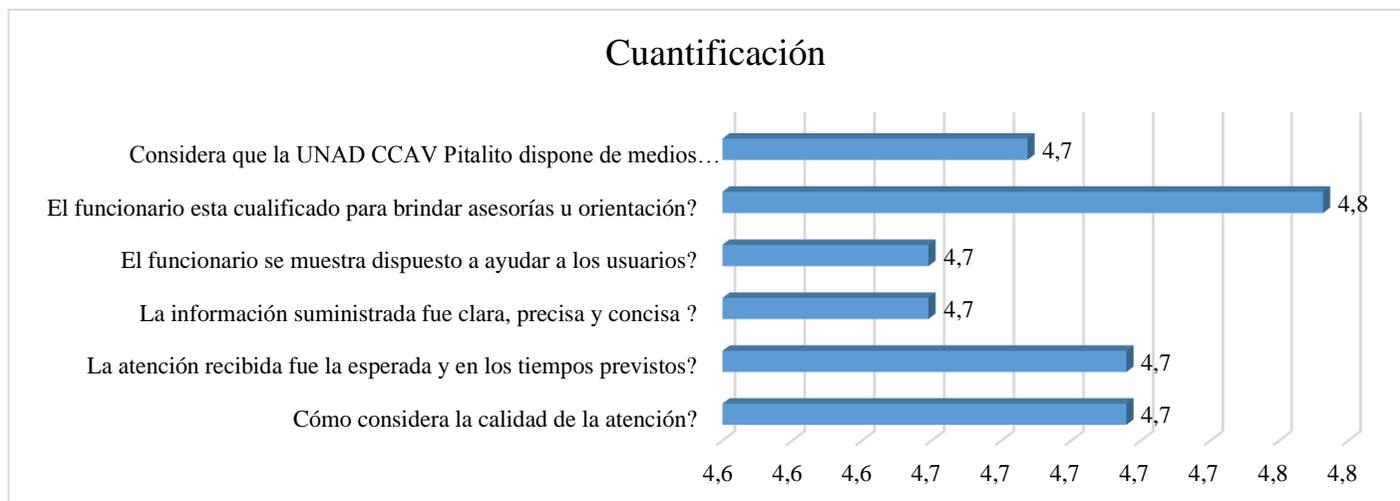
Fuente: Las Autoras

Gráfico 17. Consolidado - Idoneidad, actitud, cordialidad, disposición y oportunidad como variables claves del nivel de satisfacción de los egresados que fueron atendidos por el personal Administrativo y Académico.



Fuente: Las Autoras

Gráfico 18. Consolidado - Idoneidad, actitud, cordialidad, disposición y oportunidad como variables claves del nivel de satisfacción de los Egresados que fueron atendidos por el personal Administrativo y Académico.



Fuente: Las Autoras

Análisis: La muestra aplicada al ente de los egresados permite evidenciar una satisfacción del 94% con una cuantificación promedio del 4.7% determinado de la siguiente manera: cualificación de los funcionarios para brindar asesorías u orientación un 95%, la calidad de la atención, la atención recibida en los tiempos previos y los medios adecuados de comunicación para facilitar su labor con un 94%, y La claridad de la información, precisa y concisa y la disponibilidad de los funcionarios para ayudar a los usuarios con el 93%. Por lo tanto, un 6% de los encuestados consideraron que la atención recibida por parte de administrativos y académicos es poco satisfecha. Lo que permite considerar que los egresados tienen una buena percepción en cuanto a la prestación del servicio recibido en la Universidad Nacional, Abierta y a Distancia – UNAD- CCAV Pitalito.

Tabla 15. Calificación Final de la satisfacción de los estudiantes y egresados de la UNAD – CCAV Pitalito

Variable	Estudiantes Calificación		Egresados Calificación		Calificación Final		
	% a favor	Cuanti- ficación	% a favor	Cuantif icación	% a favor	Cuantific ación	Cualitativa
<i>¿Cómo considera la calidad de la atención?</i>	96%	4,8	94%	4,7	95%	4,8	Muy Bueno
<i>¿La atención recibida fue la esperada y en los tiempos previstos?</i>	93%	4,7	94%	4,7	94%	4,7	Muy Bueno
<i>¿La información suministrada fue clara, precisa y concisa?</i>	95%	4,7	93%	4,7	94%	4,7	Muy Bueno
<i>¿El funcionario se muestra dispuesto a ayudar a los usuarios?</i>	94%	4,7	93%	4,7	94%	4,7	Muy Bueno
<i>¿El funcionario está cualificado para brindar asesorías u orientación?</i>	95%	4,8	95%	4,8	95%	4,8	Muy Bueno
<i>¿Considera que la UNAD CCAV Pitalito dispone de medios adecuados de comunicación para facilitar su labor?</i>	89%	4,5	94%	4,7	92%	4,6	Muy Bueno
Promedio	94%	4,7	94%	4,7	94%	4,7	Muy Bueno

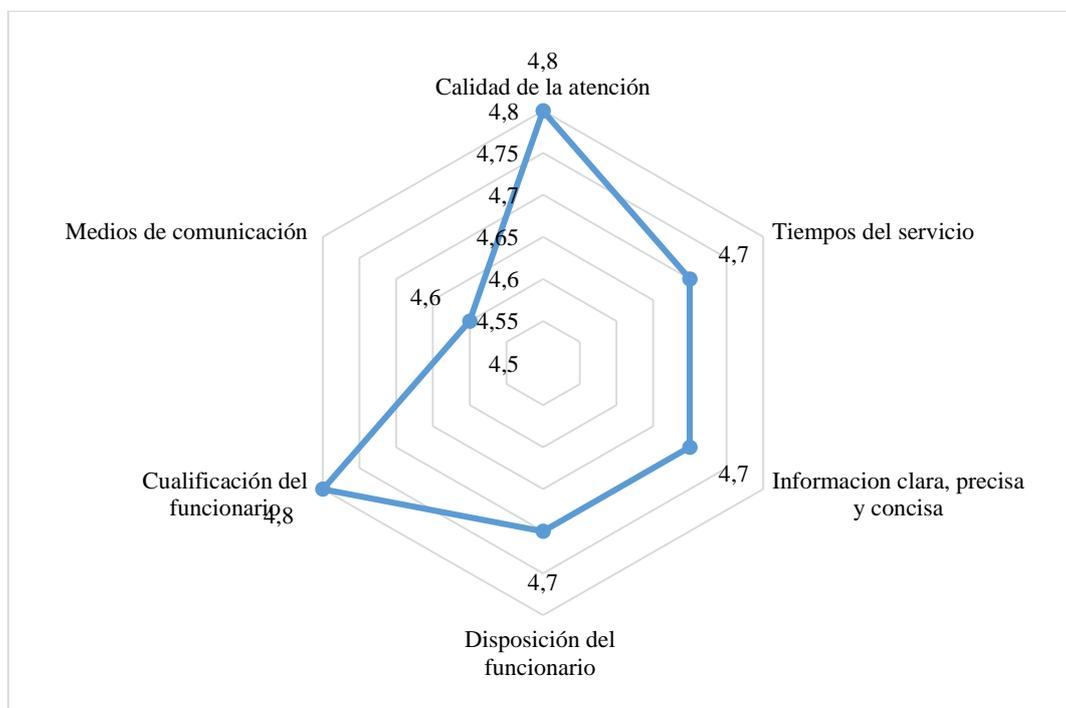
Nota: % a favor calificación final es el promedio del % a favor de calificado de estudiantes y calificación de egresados.

Fuente: Las Autoras

En resumen, el nivel de satisfacción de los estudiantes y egresado en la UNAD CCAV Pitalito es del 94% con una percepción general Muy buena y una calificación de 4.7; esto indica que para alcanzar la excelencia se tiene una oportunidad de florecimiento de 6% , la cual será base para establecer estrategias de mejoramiento. De forma especifica a los aspectos evaluados se tiene:

- El nivel de satisfacción en relación a calidad de la atención es del 95%.
- El nivel de satisfacción en relación Tiempos del servicio es del 94%
- El nivel de satisfacción en relación Informacion clara, precisa y concisa es del 94%
- El nivel de satisfacción en relación Disposición del funcionario es del 94%
- El nivel de satisfacción en relación Cualificación del funcionario es del 95%
- El nivel de satisfacción en relación Medios de comunicación es del 92%

Gráfico 19. Calificación Final de la satisfacción de los estudiantes y egresados de la UNAD – CCAV Pitalito



Fuente: Las Autoras

Análisis: Los resultados arrojados demuestran que aspectos como la calidad de la atención y la Cualificación del funcionario son bien calificados por lo estudiantes y egresados con una calificación de 4.8. Los tiempos del servicio, la disposición del funcionario, la información precisa y concisa tienen una calificación de 4.7, mientras que los medios de comunicación que implementa la Universidad para facilitar la labor del servicio tienen una calificación de 4.5, es la calificación más baja en comparación con los demás aspectos, lo que conlleva a afirmar que la UNAD CCAV Pitalito requiere implementar estrategias de mejoramiento que le permitan aumentar los índices de satisfacción.

Análisis de los factores claves de satisfacción que los estudiantes consideran se deben mejorar en la UNAD CCAV Pitalito

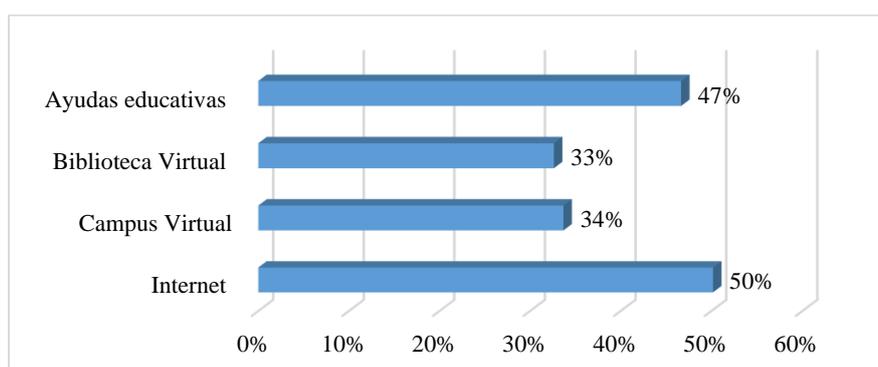
Factor 1. Tecnología y plataforma de aprendizaje

Tabla 16. Tecnología y plataforma de aprendizaje

Variables	No.	%
Internet	143	50%
Campus Virtual	96	34%
Biblioteca Virtual	93	33%
Ayudas educativas	133	47%

Fuente: Las autoras

Gráfico 20. Tecnología y plataforma de aprendizaje



Fuente: Las Autoras

Análisis: Los estudiantes encuestados consideran que uno de los aspectos más relevantes en el Factor de Tecnología y Plataforma de Aprendizaje, es el internet con un 50%, considerado entonces como el aspecto al que hay que centrar la atención y buscar soluciones que permitan mejorar la conectividad en la Institución, así como también con las ayudas educativas con un 47% pues los estudiantes consideran que no son suficientes, los contenidos y la información no son claros. El Campus Virtual con un 34% y la Biblioteca Virtual con un 33% permitiendo reconocer que se presentan muchas dificultades para su ingreso. Por lo tanto, es importante dar solución a estas falencias para mejorar la prestación del servicio lo que permitiría la satisfacción, teniendo en cuenta que es relevante en el desempeño de las labores de forma eficiente lo que incluye el estado de ánimo no solo de los funcionarios sino de los clientes (estudiantes).

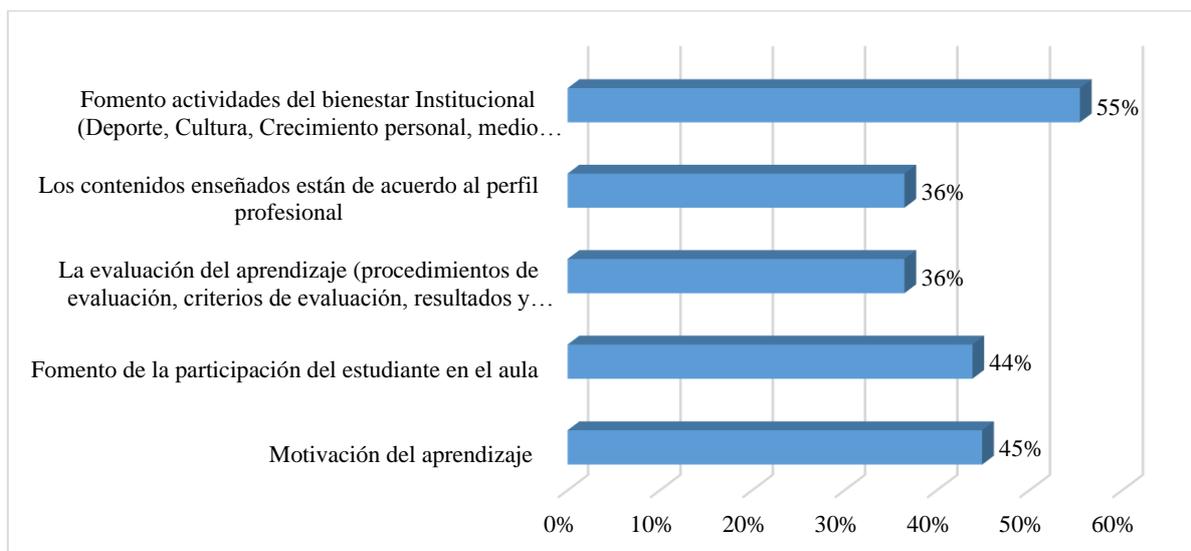
Factor 2. Actitudes y comportamientos del cuerpo docente

Tabla 17. Actitudes y comportamientos del cuerpo docente

Variables	No.	%
Motivación del aprendizaje	128	45%
Fomento de la participación del estudiante en el aula	125	44%
La evaluación del aprendizaje (procedimientos de evaluación, criterios de evaluación, resultados y revisión de exámenes)	104	36%
Los contenidos enseñados están de acuerdo al perfil profesional	104	36%
Fomento actividades del bienestar Institucional (Deporte, Cultura, Crecimiento personal, medio ambiente, nodos virtuales)	158	55%

Fuente: Las Autoras

Gráfico 21. Actitudes y comportamientos del cuerpo docente



Fuente: Las Autoras

Análisis: Para el factor de actitudes y comportamientos del cuerpo docente los estudiantes consideran que, en la Universidad Nacional, Abierta y a Distancia – UNAD- el nivel de importancia de mejoramiento que le dan los usuarios se estableció que los aspectos más relevantes en su orden son: Bienestar Institucional (Deporte, Cultura, Crecimiento personal, medio ambiente, nodos virtuales) con un 55%, Motivación 45%, Fomento de participación 44%, y los contenidos y la evaluación de los conocimientos con un 36%.

Lo que permite determinar que al dar al cliente una mayor importancia en mejorar cada uno de estos aspectos para lograr cumplir con las expectativas y la percepción de los estudiantes. Lo que concluye que los estudiantes consideran que hay aspectos por mejorar, pues de acuerdo al análisis de los factores los estudiantes buscan que se realicen más actividades presenciales, que la educación sea incluyente.

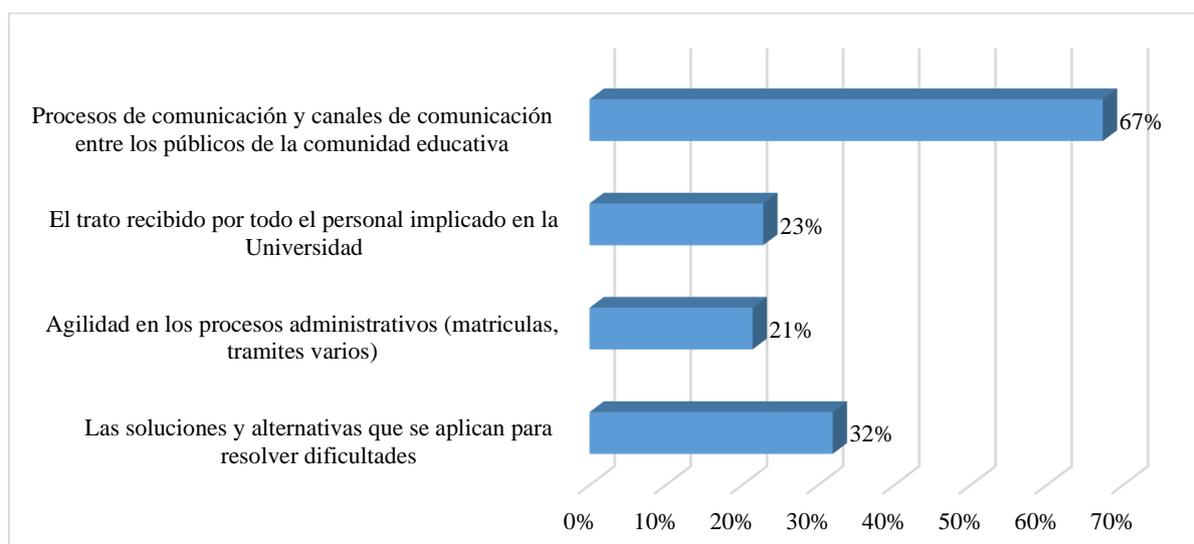
Factor 3. Comunicación y efectividad de los procesos administrativos

Tabla 18. Comunicación y efectividad de los procesos administrativos

Variable	No.	%
Las soluciones y alternativas que se aplican para resolver dificultades	91	32%
Agilidad en los procesos administrativos (matriculas, tramites varios)	61	21%
El trato recibido por todo el personal implicado en la Universidad	65	23%
Procesos de comunicación y canales de comunicación entre los públicos de la comunidad educativa	192	67%

Fuente: Las Autoras

Gráfico 22. Comunicación y efectividad de los procesos administrativos



Fuente: Las Autoras

Análisis: De acuerdo a los aspectos por mejorar correspondiente a la comunicación entre los diferentes actores institucionales, tratamiento de las sugerencias, la eficacia y eficiencia de los procesos administrativos para solucionar problemas, el 67% de los encuestados consideran que los procesos de Comunicación no son suficientes, pues la Universidad debe buscar más alternativas de solución en cuanto a la inversión de publicidad en los medios de comunicación como la radio, televisión y redes sociales, siendo estos los

más frecuentados por la población en general.

En cuanto a las soluciones y alternativas que se aplican para resolver dificultades el 32% de los estudiantes consideran que se debe mejorar este aspecto pues se acentúan aspectos como la agilidad para dar respuesta, el interés del funcionario en la situación del cliente (estudiante), y la efectividad en la solución que se da.

Por lo tanto, para el trato recibido por todo el personal implicado en la Universidad con un porcentaje del 23% y la agilidad en los procesos administrativos (matriculas, tramites varios) con un 21% se deben buscar alternativas para mejorar la tramitología que es lo que afecta a los estudiantes y el tipo de atención que se brinda teniendo en cuenta la actitud y la aptitud del funcionario implicado.

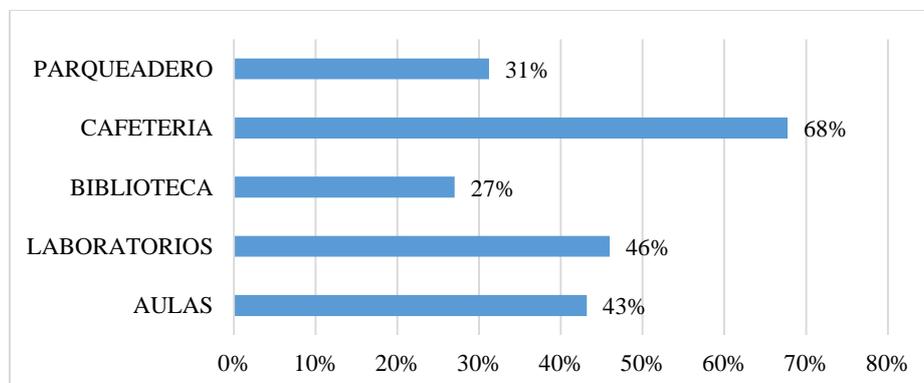
Factor 4. Instalaciones y equipamientos

Tabla 19. Instalaciones y equipamientos

Variable	No.	%
Aulas	123	43%
Laboratorios	131	46%
Biblioteca	77	27%
Cafetería	193	68%
Parqueadero	89	31%

Fuente: Las Autoras

Gráfico 23. Instalaciones y equipamientos



Fuente: Las Autoras

Análisis: Mediante preguntas abiertas se indagó a los usuarios sobre cuáles aspectos en lo relacionado con instalaciones y equipamientos consideran que se debería mejorar, el 68% manifiestan inconformismo con la Cafetería alcanzando el mayor porcentaje, teniendo en cuenta que se hace necesario prestar un buen servicio no solo humano sino también locativo, un lugar donde compartir momentos, y se pueda ofrecer varios servicios alimenticios. Seguido de los Laboratorios con el 46% teniendo en cuenta que en la UNAD-CCAV Pitalito no se cuenta con espacios para prácticas y se deben trasladar a otras instituciones lo que representa un inconformismo para los estudiantes específicamente. En lo relacionado con las aulas se obtuvo un 46%, seguido del parqueadero con el 31% y la biblioteca con el 27%. Estos aspectos permiten analizar que se debe realizar una gestión por parte de los directivos de la Institución para mejorar estos aspectos.

Estos resultados corresponden con los hallazgos obtenidos con la aplicación de la metodología SERVQUAL mediante la identificación de la diferencia entre las expectativas y las percepciones de los usuarios.

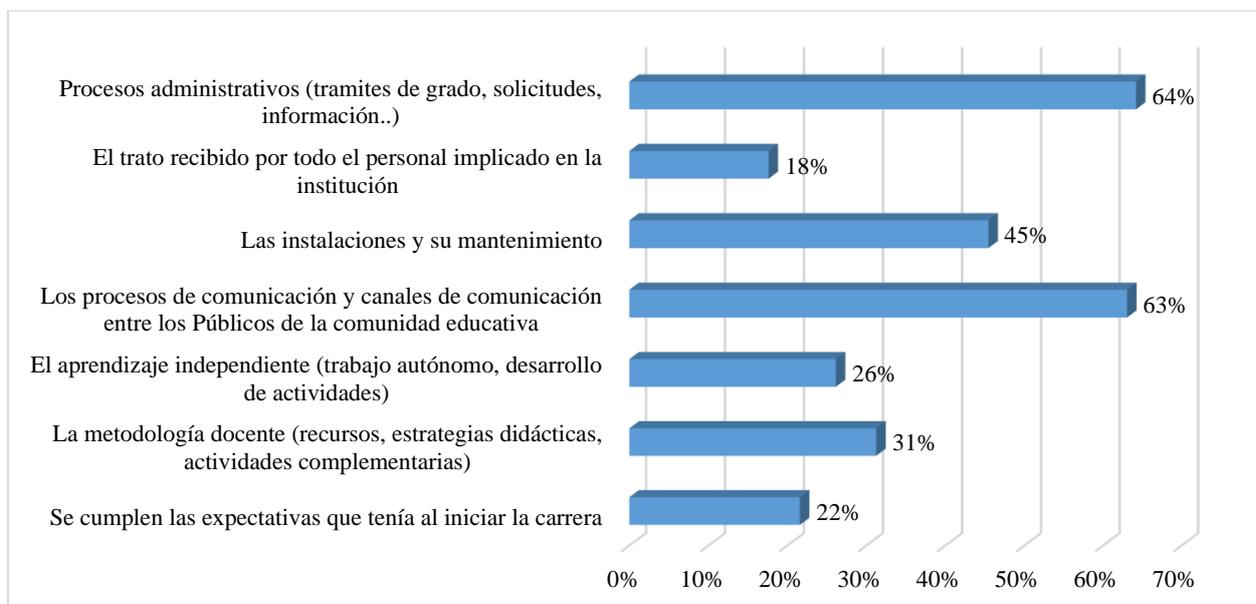
Análisis de los factores claves de satisfacción que los egresados consideran se deben mejorar en la UNAD CCAV Pitalito.

Tabla 20. Actitud, disposición, cordialidad, efectividad de los procesos administrativos, ayudas educativas e instalaciones

Variable	No.	%
Se cumplen las expectativas que tenía al iniciar la carrera	38	22%
La metodología docente (recursos, estrategias didácticas, actividades complementarias)	55	31%
El aprendizaje independiente (trabajo autónomo, desarrollo de actividades)	46	26%
Los procesos de comunicación y canales de comunicación entre los Públicos de la comunidad educativa	111	63%
Las instalaciones y su mantenimiento	80	45%
El trato recibido por todo el personal implicado en la institución	31	18%
Procesos administrativos (tramites de grado, solicitudes, información...)	113	64%

Fuente: Las Autoras

Gráfico 24. Actitud, disposición, cordialidad, efectividad de los procesos administrativos, ayudas educativas e instalaciones



Fuente: Las Autoras

Análisis: Por su parte los egresados consideran que es importante mejorar los procesos administrativos (tramites de grado, solicitudes, información.) con un 64%, pues la tramitología es un descontento en el momento de optar por su grado, seguidamente se encuentran los procesos de comunicación y canales de comunicación entre los públicos de comunidad educativa con un 63%, las instalaciones y su mantenimiento con un 45%, la metodología docente (recursos, estrategias didácticas, actividades complementarias) con un 31%, el aprendizaje independiente (trabajo autónomo, desarrollo de actividades) con un 26%, expectativas al iniciar su carrera 22%, y con un 18% el trato recibido por todo el personal implicado en la institución.

Propuesta estratégica para mejorar la calidad del Servicio al Cliente en la UNAD CCAV Pitalito

Estrategia 1. Diseño de un modelo de gestión efectiva en servicio al cliente: A través de este diseño se busca establecer estrategias de capacitación y gestión enfocadas a mejorar la idoneidad, actitud, cordialidad, el servicio al cliente y la disposición de los funcionarios de la Universidad, así como la oportunidad y coherencia de respuesta de la UNAD - CCAV Pitalito. Para cumplir con esta estrategia se proponen las siguientes acciones:

Caracterización de los clientes (cliente interno y externo): Actualizar la base de datos de los estudiantes activos cada periodo académico, actualizar la base de datos de los egresados anualmente y consolidar la base de datos de los aspirantes, estableciendo características, necesidades y tipos de servicios.

Determinación de las necesidades: Identificar cuáles son las necesidades y posibilidades de cada cliente (aspirantes, estudiantes y egresados), de tal forma que las estrategias garanticen la satisfacción del cliente conforme a sus características. Con esto se pretende establecer las dificultades o debilidades que actualmente se presentan con relación al servicio. Se destaca que un primer paso es la auditoria del servicio al cliente, la cual se recomienda ejecutar de manera periódica con intervalos de cada 6 meses para hacer seguimiento y establecer los problemas y causas.

Establecimiento de indicadores de atención al cliente: estos indicadores buscan llevar un control de la atención al cliente de tal forma que se pueda tomar medidas correctivas. Estos indicadores deben medir:

- Tiempo de espera para ser atendido.

- Duración del ciclo del proceso de atención al cliente por servicio.
- Disponibilidad de los funcionarios.
- Flexibilidad ante situaciones inusuales
- Tiempo de respuesta a las peticiones, quejas, reclamos y sugerencias PQRS.
- Número de trámites requeridos y establecidos para la adquisición de servicios.
- Total quejas y reclamos recibidos en cada periodo.

Manejo de quejas reclamos: Algunos autores aseguran que una “queja” es un regalo, ya que es una oportunidad que tiene la institución para poder mejorar y conocer la opinión del cliente sobre el servicio brindado, porque puede haber clientes insatisfechos que no se quejas y sólo conocemos su malestar cuando se van.

Dentro de las quejas se encuentra información valiosa:

- Permiten conocer la percepción que el cliente tiene de los servicios
- Sirven de guía para mejorar, para corregir errores o defectos que se pueden repetir sistemáticamente sin darse cuenta.
- Son una oportunidad para afianzar la relación con el cliente, se sentirá escuchado, atendido, y como parte valiosa que aporta información de mejora a la Universidad.
- Facilitan información acerca de las expectativas y necesidad de los clientes.
- Si no se conoce el error, no se podrá evitar que se vuelva a repetir, si no se sabe cuál es la causa, no podremos evitar que se vuelva a producir.

La clave de un excelente manejo de las quejas y reclamo es que sirvan para reducir al máximo los motivos que las produce. Es la mejor manera de fidelizar clientes, debido a que transmite una imagen de Universidad interesada en el servicio al cliente, la atención.

Definición de estrategias de comunicación directa entre los aspirantes, estudiantes y egresados y la Universidad: estas estrategias buscan mantener una relación estrecha con los estudiantes y egresados, lo cual implica colocar un buzón de sugerencias para se expresen sus necesidades e inquietudes, enviar correos electrónicos, colocar nuevas líneas telefónicas exclusivas para la atención al cliente, crear un correo electrónico exclusivo para quejas y reclamos de los clientes y dar respuesta a estas en las 24 horas siguientes, entre otras.

Capacitación de los funcionarios de la UNAD CCAV Pitalito: para mejorar la atención al cliente y elevar el nivel de satisfacción de los aspirantes, estudiantes y egresados, se requiere formar integralmente a los funcionarios de la Universidad, especialmente aquellos que tiene contacto directo con el cliente, en este caso las capacitaciones deben estar enfocadas a:

- Fortalecimiento los valores de los asesores y funcionarios de atención al cliente.
- Conocimiento de los servicios, descuentos, convenios y novedades de la Universidad.
- Conocimiento y cumplimiento de indicadores y estándares relacionados con la atención al cliente.
- Maximización de la capacidad de respuesta del personal ante problemas y retrasos en los proceso de prestación de servicios.

Sensibilización de los funcionarios de la UNAD CCAV Pitalito: en la creación de una cultura corporativa, lograr la sensibilización en el personal será el reflejo del éxito de los planes puestos en marcha, para posicionar al cliente en la mente de todos. Tener claro que solo el servicio será el elemento diferenciador complementado con el conocimiento y las buenas condiciones laborales crearán en los miembros de la Universidad tome conciencia colectiva, la cual debe ser el objetivo primordial. Sin embargo, debe ser claro para los

directivos que el éxito es el resultado de un equipo de personas que tienen deseos, aspiraciones y una visión personal que desean articular con la organización en la que laboran. Por lo tanto, se hace necesario conciliar estos propósitos y diseñar un propósito moral conjunto, en el cual todos lo sienten como propio.

La creación de una cultura corporativa es un trabajo, en el cual posiblemente, no se recogerán frutos a corto plazo, sin embargo, en pasos lentos pero seguros se dejará huella en el proceder de todos los integrantes de la Universidad y con constancia por parte de los directivos, acompañados de desarrollo en infraestructura, sistemas y conocimiento se logrará pasar de la mediana conformidad de los clientes con el servicio a una satisfacción total, con lo que se verá fundamentado todo el esfuerzo realizado.

Estrategia 2. Actitudes y comportamientos del cuerpo docente: es indudable la importancia que cobra el nuevo docente virtual en la educación del futuro, lo cual hace necesario un cambio de mentalidad desde los diferentes niveles de la sociedad. Tanto los empresarios, los directivos universitarios, el gobierno, como los docentes, deben ser conscientes de los cambios que exigen los estudiantes de hoy. La virtualidad se convirtió entonces en una nueva manera de vivir y compartir experiencias, y el uso masificado de Internet y el cambio en la dinámica de vida urbana y rural, hacen que la afluencia y necesidad de esta modalidad de estudio, cada vez sea mayor.

Los docentes en su gran mayoría, necesitan cambiar su actitud y disposición para afrontar este nuevo reto, pues es difícil tener éxito con una propuesta formativa virtual, si los directivos y profesores no están convencidos de la calidad y efectividad de estas modalidades mediatizadas por la virtualidad.

Estrategia 3. Ampliación de la infraestructura física, capacidad de atención y servicio al cliente: esta estrategia busca principalmente disminuir el nivel de insatisfacción del cliente relacionado con las deficiencias que actualmente presenta el espacio físico de la UNAD CCAV Pitalito. En este caso es necesario establecer las siguientes acciones:

Laboratorios: Construir de laboratorios nuevos, con dotación de equipos, vidriería y reactivos indispensables para llevar a cabo cada una de las practicas requeridas en las mallas de los estudiantes.

Mejorar los espacios de comunicación entre los tutores y los estudiantes para la realización oportuna de los laboratorios

Cafetería: Es necesario implementar una cafetería con alimentos saludables, espacios suficientes, y una buena atención, donde las personas puedan satisfacer sus necesidades alimentarias para poder compartir con sus compañeros ideas, conocimientos y momentos.

Contratación de nuevo personal para la atención al cliente: La ampliación de las instalaciones necesariamente requiere la contratación de nuevos empleados, los cuales deben estar capacitados para atender a los clientes eficientemente.

Intensificar el uso de asesoría telefónica: El cliente no llama para que le digan todo lo que debería hacer o haber hecho, el cliente llama para contar sus necesidades, sus deseos y obtener una respuesta a cambio. Estas conductas llevan a la Universidad a lograr la satisfacción de sus clientes, afianzar su lealtad y atraer a potenciales clientes.

Tener presente que la fidelización de los estudiantes y egresados comienza con la fidelidad de la universidad a ese estudiante, asesorándolo, acercándole sugerencias y actualizaciones y estando a su disposición.

El cliente agradece la sensibilidad en la atención, sentir que lo escuchan a él, que no es “uno más”, la agilidad, la información correcta y oportuna, la garantía y cumplimiento y la mejor asesoría según su caso particular.

Estrategia 4. Estimular las iniciativas de los líderes y aquellos comportamientos encaminados a dar un buen servicio. Esta estrategia busca unificar los componentes del servicio que se brinda al momento que las personas se acercan a los funcionarios para obtener información, realizar un trámite, solicitar un servicio; un buen inicio en el cual todo funcionario debe tener presente y promover en la Universidad.

El índice de satisfacción de servidores, sus mediciones periódicas serán un instrumento en el cual se ve reflejado la satisfacción del cliente, siempre que este proceso se realice de forma objetiva, cuantificable y representativa para ser divulgada en toda la organización.

La dirección verá en la necesidad de plantear propuestas donde se estimule sólo aquellos comportamientos encaminados a dar un buen servicio.

Estrategia 5. Proponer centros de experiencia dinámicos dentro del Centro de Atención: planear ferias internas que les permitan ser un centro más dinámico y capacitador, mejorar el acceso al centro de atención para personas discapacitadas.

Implementar iniciativas de extensión y transferencia del conocimiento científico y tecnológico, que contribuyan al desarrollo de una ciudad sostenible, por medio de ampliación red Wi-Fi Pública.

Estrategia 6. Fortalecer las actividades de promoción y publicidad. Pasando a otro aspecto de las estrategias de mejoramiento, se sugiere incrementar las actividades de promoción y publicidad, tomando como estrategia el servicio al cliente para ganar ventaja

competitiva. Al implementar esta estrategia es necesario diseñar e implementar un programa de capacitación en servicio al cliente y divulgar la política de servicio y atención al cliente. Para esto las actividades deben estar encaminadas a “informar” al cliente sobre la importancia de este para la universidad y el esmero de esta última para satisfacer sus necesidades.

Conclusiones

Los resultados obtenidos del trabajo de investigación “**Evaluación de la calidad del servicio de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD CCAV Pitalito Zona Sur desde la percepción de estudiantes y egresados**” permiten concluir que la calidad del servicio recibido por parte de los funcionarios de esta institución es satisfactoria de acuerdo a los análisis realizados, lo que puede determinar la calidad del servicio.

Se logró el cumplimiento de los objetivos propuestos orientados a evaluar el concepto de calidad percibida del servicio en la UNAD CCAV Pitalito con la identificación de los factores Idoneidad, actitud, cordialidad, disposición de los funcionarios, el comportamiento del cuerpo docente y las instalaciones físicas donde se presta el servicio que inciden en la percepción de los estudiantes y egresados.

De igual manera se determinó que al ofrecer a los clientes un mejor servicio en cuanto a instalaciones y el personal adecuado se mejorarían la percepción y se lograría la retención estudiantil.

Con base en la investigación, también se pudo establecer que la mayoría de los usuarios se encuentran satisfechos en aspectos como la calidad de la atención, el tiempo previsto para la información suministrada, la disponibilidad del funcionario para ayudar a los usuarios, la cualificación de los mismos y la disponibilidad de los medios adecuados para dar a conocer actividades que se programan en el CCAV Pitalito.

El nivel de satisfacción de los estudiantes y egresados con relación a los servicios que

reciben en la UNAD CCAV Pitalito es Excelente pero también hay evidentes oportunidades de mejora principalmente en lo relacionado a la disposición de los funcionarios, los medios de comunicación que se tienen en la Universidad para facilitar la labor de la prestación de un servicio de calidad.

En un mundo globalizado la calidad del servicio es fundamental para competir en cualquier actividad, por lo tanto, la UNAD- CCAV Pitalito, no debe quedarse atrás y siempre ofrecer un servicio con calidad y pertinencia. Es de tener en cuenta que la presencia de la UNAD en este territorio ha significado para esta región una posibilidad importante de acceder a la educación superior, y una gran oportunidad para que los interesados en superarse encuentren nuevos caminos de realización y preparación. Se debe recibir más atención e inversiones por parte de directivos, dado que vivimos en un mercado altamente competitivo donde la calidad de los servicios que el cliente perciba, es primordial para una empresa prestadora de servicios poder permanecer en el mercado.

Temas como la globalización, el desarrollo tecnológico, la competitividad, los sistemas de calidad y la excelencia organizacional, hace que constantemente las instituciones educativas permanezcan a la vanguardia, para ofrecer educación de altos estándares de calidad de acuerdo a las disposiciones y requerimientos del sector empresarial donde se desarrollaran los egresados.

La presente investigación permitió comprender que un excelente servicio al cliente influye en la satisfacción y percepción, por lo que puede afirmarse que los objetivos se lograron cumplir. De igual maneja se deja clara la verdadera importancia que tiene el servicio al cliente en la entidad institucional como característica que da competitividad y un diferencial en contra de otras instituciones educativas.

Se evidencia que la Evaluación de la calidad percibida de los servicios ofrecidos a estudiantes y egresados es necesaria y de gran importancia, para que esta institución alcance un desempeño superior, estableciendo nuevas políticas, estrategias para conseguirlo, a partir de la retroalimentación que se recibe de sus clientes.

La evaluación de la calidad percibida del servicio, indudablemente entrega elementos e insumos importantes para esta institución a través de todas sus dimensiones y variables de estudio, que permite tomar decisiones sobre la realización de esfuerzos para prestar una atención diferenciadora.

Para poder aumentar la calidad del servicio percibido se debe hacer énfasis en la forma en que éste se presta (la rapidez al momento del registro, capacidad de los funcionarios para resolver problemas, adelantar en un proceso de mejora continua con mayor comodidad, una infraestructura adecuada, dar cumplimiento a lo que promocionan en su portafolio de servicios, capacitar a los funcionarios buscando conocer a su público, e invertir en nuevas tecnologías y técnicas de gestión que les permitan prestar un mejor servicio). Al aumentar la calidad del servicio percibido en los clientes se obtendrá un efecto positivo sobre la percepción de los clientes.

Finalmente se puede concluir que el servicio al cliente es un factor importante en las entidades educativas, dado a las quejas que se reciben por parte de los clientes, pues al mejorar el servicio los clientes internos sentirán un compromiso que fidelización, lo cual les traerá mayor diferenciación y competitividad en el sector.

Recomendaciones

Tomando como precedente los resultados del estudio y la experiencia investigativa tenida durante el proceso, se realizan las siguientes recomendaciones:

Considerar las estrategias y acciones establecidas en este documento; ya que estas contribuirán a mejorar el nivel de satisfacción y lograr así ocupar un lugar significativo en la "mente" de los clientes y por consiguiente en el mercado objetivo.

Implementar un sistema virtual optimizado de las peticiones, quejas, reclamos y solicitudes - PQRS , el cual permita dar prontitud a respuestas con soluciones al estudiante en un tiempo estimadamente prudente, donde se notifique la gestión dada a su petición, queja o reclamo.

Afianzar las ventajas de la educación a distancia a través del curso de inducción a la universidad profundizando la metodología y el plan de estudio para enterar claramente sus deberes al estudiante y la forma manejar el autoaprendizaje informando que se necesita autonomía educativa para capacitarse y compromiso para que el nivel de conocimientos que alcance sea adecuado para su vida profesional.

Fortalecer y promover el bienestar institucional, donde se realice un cronograma de actividades semestral de la UNAD CCAV Pitalito, donde se programen y realicen eventos con regularidad que mejoren el estado físico, mental y psicológico del estudiante, desarrollando actividades institucionales que permitan involucrar al aprendiente en eventos de integraciones, lúdicas académicas, semana cultural, semana ambiental, brigadas de salud.

Con relación a los funcionarios que tienen contacto con los aspirantes, estudiantes y egresados, se sugiere capacitarlos y crear una cultura de servicio en todos los empleados incluyendo servicios generales, vigilantes, etc., para que la institución se distinga por prestar un excelente servicio a sus clientes y para que los usuarios se sientan siempre bien atendidos independientemente del tipo de servicio que soliciten.

Bibliografía

- Aiteco Consultores. (1999-2016). *El Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio*. Obtenido de <https://www.aiteco.com/modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/>
- Alcaldía de Pitalito - Huila. (2012). *Nuestro Municipio - Economía*. Obtenido de http://www.pitalito-huila.gov.co/informacion_general.shtml#economia
- Calidad ISO 9001. (2013). *Sistemas de Gestión de Calidad según ISO 9000*. Obtenido de <http://iso9001calidad.com/que-es-calidad-13.html>
- Almoacid, S. I. (2009). *Percepción de los funcionarios de sus condiciones laborales y Mejoramiento en calidad de servicio: el caso de INDAP*. Universidad Academia de Humanismo Cristiano, Santiago, Chile. Obtenido de <http://bibliotecadigital.academia.cl/bitstream/handle/123456789/2260/TADPU%20128.pdf;jsessionid=29ACA4FA803AE2956DE2F88D6113FAD7?sequence=1>
- Ari, C. A. (s.f.) *Calidad Total*. Obtenido de https://fed2c8fa-a-62cb3a1a-sites.googlegroups.com/site/inversionesemprendernegocios/Home/CALIDAD-TOTAL-ORIGEN-CONCEPTOS.pdf?attachauth=ANoY7cr3fxY53zXf48hCd8J3oowrYaL-5AAaqcc62Vo2VY7_M9O-kYmvZfAYUp-blKMSgj0_dPWQYSLTZuxTql7nZVGhx6UWbnApmTWU1ta25Y-aZrmKsz7uglW8RdpL4kkdWgynPHArWjjhgKIKYuaBHSXyD2hpYgRdvjxM1Ku3FvwyISRAENZLXrJOyLWmwNitXh6EivRiEcPA39rrUQhxH9ZCC56yRIVxE7LVKIGBdnd-yjNW017jRdjJmjvWC7x_ZOxeKu-N2VusYsk2GgHxBVUSfenqcQ%3D%3D&attredirects=0
- Celeita, T. & Lavado, L. (2006). *Diagnóstico y propuesta estratégica del servicio y atención al cliente en constructora Bolívar S.A., en su área comercial*. Universidad de la Salle,

- Bogotá, Colombia. Obtenido de
<http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/3666/00781094.pdf?sequence=1>
- CNA. (2014). *Normatividad*. Obtenido de <http://www.cna.gov.co/1741/article-186370.html>
- Consejo Superior Universitario UNAD. (2006). *Normatividad*. Obtenido de file:///C:/Users/USUARIO%20TI/Downloads/acuerdo_cs_001_de_2006_estatuto_general.pdf.
- Díaz, J. (2010). *Calidad Total: Origen, evolución y conceptos*. Obtenido de <https://www.emprendices.co/calidad-total-origen-evolucion-y-conceptos/>
- González, F., Flores, B. & Gil, A. M. (2011). *Proceso para la toma de decisiones en un entorno globalizado*. España: Editorial Universitaria Ramón Areces. Obtenido de <https://books.google.com.co/books?id=qminDAAQBAJ&printsec=frontcover>
- Guajardo, E. (1996). *Administración de la calidad total*. México: Editorial Pax México. Obtenido de <https://books.google.com.co/books?id=9zYyYc6i9JwC&printsec=frontcover>
- Ibarra, K. L. & Choto, W. (2006). *Propuesta de una guía de implantación de un sistema de gestión de calidad basada en el modelo EFQM para el área de Salud del instituto salvadoreño del seguro social*. Universidad de El Salvador, El Salvador. Obtenido de http://ri.ues.edu.sv/1898/1/Propuesta_de_una_gu%C3%ADa_de_implantaci%C3%B3n_de_un_sistema_de_gesti%C3%B3n_de_calidad_basado_en_el_modelo_EFQM.pdf
- Lascurain, I. (2012). *Diagnóstico y propuesta de mejora de calidad en el servicio de una empresa de unidades de energía eléctrica ininterrumpida*. Universidad Iberoamericana, México D.F. obtenido de <http://www.bib.uia.mx/tesis/pdf/015599/015599.pdf>
- Martínez, L. (2005). Sistemas de gestión de la calidad. En P. Ruiz, J. Alcalde & J. I. Landa

- (Ed.), *Gestión clínica en cirugía* (pp. 115-139). España: Arán Ediciones. Obtenido de <https://books.google.com.co/books?isbn=8495913615>
- Méndez, C. A. (2001). *Guía para elaborar diseños de investigación en ciencias económicas, contables y administrativas*. México: McGraw-Hill.
- Morales, M. & Hernández, A. (2004, Junio). Calidad y satisfacción en los servicios: conceptualización. *Efdeportes*. Obtenido de <http://www.efdeportes.com/efd73/calidad.htm>
- Núñez, G. E. (2015, 04 de agosto). Pitalito, una tierra con aroma y sabor de café y guayaba. *La economía*. Obtenido de <http://diariolaeconomia.com/regiones-y-fronteras/item/957-pitalito-una-tierra-con-aroma-y-sabor-de-cafe-y-guayaba.html>.
- Palomares, J. (2016). *Los grandes de la calidad y sus contribuciones*. Obtenido de <https://jpalomaresblog.wordpress.com/2016/09/>
- Pérez, O., Cordero, O., Orama, A. & Quesada, M. (2008). *La calidad en el servicio empresarial a partir del criterio de diferentes autores nacionales e internacionales*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos73/calidad-servicio-empresarial-criterio-autores/calidad-servicio-empresarial-criterio-autores2.shtml>
- Parasuraman, A., Zeithalm, V. & Berry, L. (1985). *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*. Obtenido de http://www.jstor.org/stable/1251430?seq=1#fndtn-page_scan_tab_contents
- Santam, E. (2005). *Módulo de estadística descriptiva*. Bogotá: Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD.
- Schnarch, A. (2011). Marketing de fidelización ¿Cómo obtener clientes satisfechos, leales, bajo una perspectiva latinoamericana? Bogotá: Ecoediciones
- Sielbold, M. (1997). *Administración del servicio*. Obtenido de http://www.mercadeo.com/01_admsrv.html

- UNAD - Zona Sur. (2016). *Información General Pitalito*. Obtenido de <https://sur.unad.edu.co/informacion-general-pitalito>
- UNAD - Zona Sur. (2016). *Reseña Historica CEAD Pitalito*. Obtenido de <https://sur.unad.edu.co/resena-historia-pitalito>
- UNAD - Zona Sur. (2016). *CEAD Pitalito - UNAD Zona Sur*. Obtenido de <https://sur.unad.edu.co/177-principal-nodo-sur-cead-pitalito>
- UNAD. (2016). *Glosario de términos de la UNAD*. Obtenido de <https://informacion.unad.edu.co/transparencia-y-acceso-a-la-informacion/acerca-de-la-unad/glosario>
- UNAD. (2016-2017). *Acerca de la UNAD*. Obtenido de <https://informacion.unad.edu.co/>
- Valls, W. & García, Y. (2009). *Calidad del servicio. Problemática de las empresas Cubanas*. Obtenido de <http://monografias.umcc.cu/monos/2009/INDECO/m09ind5.pdf>
- Vargas, M. E. (2008). *Mi tierra bendita* [Web log post]. Obtenido de <http://mitierrabendita.blogspot.com.co/2008/10/mitierrabendita.html>
- Vergara, J. C. & Quesada, V. M. (2011, enero). Análisis de la calidad en el servicio y satisfacción de los estudiantes de Ciencias Económicas de la Universidad de Cartagena mediante un modelo de ecuaciones estructurales. *REDIE*, (13). Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1607-40412011000100007

