

## **INFLUENCIA DEL MODELO SERVQUAL ACADÉMICO EN LA SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**

SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

AUTORES: René Basantes Avalos<sup>1</sup>

Alexander Vinueza Jara<sup>2</sup>

DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA: [renebasant69@yahoo.es](mailto:renebasant69@yahoo.es)

Fecha de recepción: 07-09-2016

Fecha de aceptación: 26-11-2016

### RESUMEN

La calidad en el servicio de una entidad educativa se manifiesta en la conformidad y satisfacción que esta experimenta sobre los diferentes servicios que presta. En este estudio se hace referencia sobre el grado de satisfacción de los estudiantes de la Universidad Nacional de Chimborazo, Ecuador, mediante el empleo del modelo SERVQUAL, con modificaciones a la propuesta de los autores originales. Para ello se realizó una encuesta a un grupo representativo de estudiantes con el fin de verificar si sus necesidades son atendidas satisfactoriamente por parte de la institución. El resultado es un diagnóstico general de las variables que mayor influencia ejercen sobre la satisfacción del estudiante y la motivación a recomendar a su institución a otras personas. El Modelo ServQual Académico con las dimensiones de: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía del Modelo ServQual Académico, influye de manera positiva y significativa en la satisfacción de los estudiantes de las carreras profesionales de la Universidad Nacional del Chimborazo Riobamba Ecuador.

PALABRAS CLAVE: Calidad, servicios, educación universitaria, satisfacción estudiantil.

## **INFLUENCE OF THE ACADEMIC SERVQUAL MODEL IN THE SATISFACTION OF STUDENTS OF THE NATIONAL UNIVERSITY OF CHIMBORAZO**

### ABSTRACT

The quality in the service of an educational entity is manifested in the conformity and satisfaction that this it experiences about the different services that he/she lends. In this study reference is made on the grade of

---

<sup>1</sup> Profesor. Universidad Nacional de Chimborazo. Riobamba. Ecuador.

<sup>2</sup> Profesor. Universidad Nacional de Chimborazo. Riobamba. Ecuador. E-mail: [afer2642@yahoo.es](mailto:afer2642@yahoo.es)

the students' of the National University of Chimborazo satisfaction, Ecuador by means of the employment of the pattern SERVQUAL, with modifications to the proposal of the original authors. For it was carried out it a survey to a representative group of students with the purpose of verifying if their necessities are assisted satisfactorily on the part of the institution. The result is a general diagnosis of the variables that bigger influence exercises on the student's satisfaction and the motivation to recommend to its institution to other people. The Pattern Academic ServQual with the dimensions of: tangible elements, reliability, answer capacity, security and empathy of the Pattern Academic ServQual, influences in a positive and significant way in the satisfaction of the students of the professional careers of the National University of the Chimborazo Riobamba Ecuador.

KEYWORDS: Quality; services; higher education; student satisfaction.

## INTRODUCCIÓN

Proveer una Educación Superior de alta calidad ha sido el énfasis de todos los niveles de educación a través de Norte América, Europa, Latinoamérica, Australia, Nueva Zelanda y Asia. Una de las formas en que las instituciones de Educación Superior pueden alcanzar esta meta es mediante la recolección continua de datos sobre el grado de satisfacción de sus estudiantes. Hoy en día los colegios y universidades alrededor del mundo, han utilizado información sobre satisfacción estudiantil para entender, mejorar y cambiar los ambientes de los recintos académicos para que sean más propicios para el desarrollo del estudiante (Belyukova y Fox, 2002).

Los datos de las encuestas sirven a la administración universitaria como guías para tomar decisiones en los procesos de acreditación de programas por las agencias pertinentes (Upcraft, y Schuh, 1996). Las organizaciones deben realizar un esfuerzo especial para gestionar los servicios, considerar las interacciones humanas como un instrumento esencial de la calidad de servicio, desarrollar las competencias y aptitudes del personal y motivarlos además a mejorar la calidad para lograr las expectativas del estudiantado, sin olvidar la importancia de la percepción de este, de la imagen de la cultura y de las prestaciones en la organización de los servicios (Cuatrecasas, 1999).

La importancia de los estudios de satisfacción del cliente radica en llevar a cabo cambios organizacionales y ajustes pertinentes. Peter Drucker, en su libro *Las nuevas realidades* (1999), nos señala: ...los principales cambios se presentan ante la escuela y la educación; es cierto la sociedad del "conocimiento" los exigirá y las nuevas teorías y tecnologías del aprendizaje los pondrán en marcha. Con que rapidez sucederán, naturalmente, no lo sabemos; pero podemos predecir con alta seguridad donde ocurrirán en primer lugar y con mayor empuje: en los Estados Unidos, porque tienen el sistema educativo más abierto, flexible y menos centralizado y

reglamentado, a pesar de que son los que están menos satisfechos con lo que hoy tienen y tienen buenas razones para ello.

Uno de los grandes retos que enfrentan las universidades en estos últimos años, y que ha causado revuelo en el servicio del ámbito académico, lo es el sistema de evaluación de la calidad por parte de los estudiantes. Su objetivo es garantizar la eficacia de los servicios prestados por las distintas dependencias universitarias. La idea subyacente es que una universidad, como cualquier otro proveedor de servicios, ha de orientarse hacia la satisfacción de las necesidades de sus clientes: los estudiantes.

Por otra parte, la Educación Superior en el Ecuador se encuentra en una etapa de transición debido a las nuevas regulaciones establecidas por el Gobierno Central (creación de la LOES Ley Orgánica de Educación Superior, su Reglamento en el caso de Docentes (Reglamento en vigencia a partir de octubre del 2012), la LOSEP (Ley Orgánica de Servicio Público) y el Código de Trabajo para empleados y trabajadores respectivamente. Así como también organismos de reciente creación como la SENESCYT (Secretaría Nacional de Educación Superior Ciencia y Tecnología, CES (Consejo de Educación Superior), CEAACES (Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior del Ecuador) por lo que se requiere que las universidades sean organizaciones competitivas, de esta forma el servicio al cliente es un elemento vinculante al desarrollo de las universidades y su relación con el entorno, por lo que es directa con la preparación de profesionales y su correspondencia con el ámbito socio – económico. Tales razones explican por qué la universidad tiene que fundamentar su trabajo en tareas como: evaluación interna y externa, atención al cliente, transición al empleo, por supuesto, esto implica evaluar a las Universidades del Ecuador.

A través de los antecedentes anteriormente expuestos podemos plantear que para ser competitivos en el mundo actual se debe ofrecer servicios de alta calidad, por ser una característica muy apreciada del cliente, para la búsqueda de confiabilidad, eficiencia y eficacia como algunas cualidades esperadas en la adquisición de un servicio.

De lo anterior se deriva que los esfuerzos de las instituciones deben estar enfocados al cliente, a partir del conocimiento de sus necesidades, brindarles soluciones con valor agregado y un nivel de excelencia que los satisfaga, para de esta manera garantizar su lealtad ya que toda proyección en el mundo moderno, implica partir del cliente y de conocer sus expectativas sobre las cuales se implementan los servicios de excelencia.

La Universidad Nacional de Chimborazo a pesar de ser una institución de educación superior joven y que constantemente realiza procedimientos para la mejora continua en la entrega de su servicio no conoce con certeza cuál es la opinión de sus clientes acerca de la calidad del servicio recibido., por ellos

el objetivo de este trabajo es realizar una investigación que recolecte y analice las percepciones de los clientes, a través del Modelo SERVQUAL ACADÉMICO, cuyos resultados establecerán un punto de apoyo en la satisfacción de los estudiantes para la organización y que sea de utilidad para diseñar y ejecutar acciones que originen una mejora en la prestación del servicio y lograr la acreditación

Antecedentes del Modelo SERVQUAL.

No basta con la entrega del producto o servicio, las organizaciones de hoy deben preocuparse por crear, mantener y fortalecer relaciones duraderas con el cliente para de esta manera garantizar su supervivencia en el mercado.

La escuela nórdica de calidad de servicio, está encabezada por los aportes realizados por Grönroos (1982, 1988) y Lehtinen y Lehtinen (1991). Sus contribuciones se fundamentan en unos modelos basados en la tridimensionalidad de la calidad de servicio. La medida de la calidad del servicio la realizan a partir de la opinión del cliente, el cual determinará si el servicio recibido ha sido mejor o peor que el esperado. La limitante principal de esta escuela es su focalización al concepto de calidad del servicio sin buscar evidencias empíricas que lo sustenten, lo que constituye la principal razón de que no sea muy aplicada por los investigadores.

Por su parte, la escuela norteamericana de calidad de servicio, se encuentra encabezada por los aportes realizados por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985, 1988) creadores del modelo SERVQUAL como resultado de una investigación realizada en diferentes tipos de servicios. Este define la calidad de servicio como un desajuste entre las expectativas previas al consumo del servicio y la percepción del servicio prestado, por lo que puede ser medida a partir de la diferencia entre ambos conceptos.

Trabajos posteriores a los de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1994); centraron la investigación de la calidad de servicio especialmente sobre la actitud del consumidor ante el servicio prestado, la cual se generaba a partir de la percepción del consumidor respecto de la prestación del servicio. Este hecho ha permitido estudiar la calidad de servicio desde un enfoque eminentemente psicológico.

El Modelo de "Servucción" de Eiglier y Langeard

En 1989 apareció la teoría de la servucción, como un intento de sistematizar la "producción", el proceso de creación y fabricación del servicio. Según Eiglier y Langeard (1989), sus iniciadores, la servucción es la organización sistemática y coherente de todos los elementos físicos y humanos de la relación cliente-empresa necesaria para la realización de una prestación de servicio cuyas características comerciales y niveles de calidad han sido determinados. Es de destacar, que el término servucción fue desarrollado por estos autores con la intención de establecer un término equivalente a la

producción de productos tangibles pero aplicados a los servicios. Así, estos autores diseñan su sistema con la finalidad de poseer un proceso planificado, controlado y cuantificado para la prestación de servicios. Los autores distinguen 4 elementos básicos en el sistema de servucción: el cliente, el soporte físico, el personal de contacto y el servicio.

Escuela Norteamericana

El Modelo SERVQUAL (SERVice QUALity)

La calidad de servicio recibió un fuerte impulso para su aplicación en la gestión de las organizaciones a partir del trabajo desarrollado, por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985, 1988, 1993, 1994).

Específicamente, Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985, 1988), definen la calidad de servicio percibida como el juicio global del cliente acerca de la excelencia o superioridad del servicio, que resulta de la comparación entre las expectativas de los consumidores (lo que ellos creen que las empresas de servicios deben ofrecer) y sus percepciones sobre los resultados del servicio ofrecido. Indican que a la hora de evaluar la calidad de servicio y en ausencia de criterios de carácter objetivo es necesario realizar un diagnóstico de dicho servicio a partir del análisis de las percepciones de los clientes o usuarios con relación al servicio recibido (Parasuraman, A., Zeithaml, V. Y Berry, L, 1988). Por ello, la calidad del servicio quedó definida como la amplitud de las diferencias o brechas que existía entre las expectativas o deseos de los clientes y sus percepciones respecto a la prestación del servicio (Parasuraman, Zeithmal y Berry 1993).

Teniendo en cuenta las conclusiones alcanzadas en sus investigaciones, desarrollaron un modelo conceptual de la calidad del servicio y diseñaron un instrumento de medida que identificaron como SERVQUAL (SERVice QUALity) para su evaluación (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1988; Coulthard, 2004).

De manera concreta, asumiendo la naturaleza multidimensional del constructo, este modelo propone que la calidad de servicio se puede estimar a partir de cinco dimensiones: elementos tangibles, la confiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad y la empatía.

Dimensiones del modelo SERVQUAL para medir la Calidad de los Servicios.

Dimensión. Elementos Tangibles

Descripción. Apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y materiales para comunicaciones

Dimensión. Confiabilidad

Descripción. Capacidad para brindar el servicio prometido en forma precisa y digna de confianza

Dimensión. Capacidad de Respuesta

Descripción. Buena disposición para ayudar a los clientes a proporcionarles un servicio expedito

Dimensión. Seguridad

Descripción. Conocimiento y cortesía de los empleados, así como su capacidad para transmitir seguridad y confianza

Dimensión. Empatía

Descripción. Cuidado y atención individualizada que la empresa proporciona a sus clientes.

Estas dimensiones de la calidad de los servicios identificadas en el modelo SERVQUAL, son medidas en una escala que consta de dos secciones: una de veintidós (22) puntos que registra las expectativas de los clientes de empresas excelentes en la industria de los servicios, y otra, también de veintidós (22) puntos que mide las percepciones de los consumidores de una empresa dada. Estos resultados son comparados para determinar las calificaciones de las brechas de cada una de las dimensiones

El modelo SERVQUAL introduce y analiza una serie de brechas o "gaps" que pueden ser percibidas por los clientes (gap 5), o bien producirse internamente en las organizaciones proveedoras de los servicios (gaps del 1 al 4). Estos "gaps" se describen de la siguiente manera:

Gap 1: indica la discrepancia entre las expectativas de los clientes sobre un servicio concreto y las percepciones o creencias que se forman los directivos sobre lo que espera el consumidor de ese servicio. Gap 2: mide la diferencia entre las percepciones de los directivos y las especificaciones o normas de calidad. Gap 3: calcula la diferencia entre las especificaciones o normas de calidad del servicio y la prestación del mismo. Gap 4: mide la discrepancia entre la prestación del servicio y la comunicación externa.

Todas las deficiencias mencionadas hacen que el servicio suministrado por la organización no cubra las expectativas que los clientes tenían puestas en él, produciéndose el Gap 5: que mide la diferencia entre el servicio esperado y el servicio percibido, determinando a través de dicha magnitud el nivel de calidad alcanzado. La forma de reducir esta diferencia es controlando y disminuyendo todas las demás.

El Modelo SERVPERF y otros relacionados

Cronin y Taylor (1992) proponen el modelo alternativo SERVPERF basado en el desempeño, midiendo solamente las percepciones que tienen los consumidores acerca del rendimiento del servicio. Se basan en Carman (1990) para afirmar que la escala SERVQUAL no presentaba mucho apoyo teórico y evidencia empírica como punto de partida para medir la calidad de servicio percibida.



La escala SERVPERF produce como resultado un puntaje o calificación acumulada de la calidad general de un servicio, lo cual puede representarse mediante una gráfica relativa al tiempo y a subgrupos específicos de consumidores (segmentos demográficos). El modelo emplea los veintidós (22) puntos identificados por el método SERVPERF, simplificando el método de medición de la calidad del servicio. De esta manera, el modelo SERVPERF conforma más las implicaciones teóricas sobre las actitudes y satisfacción.

Al respecto, diversos investigadores han usado la escala SERVPERF, realizando preguntas en la que se tiene únicamente en cuenta las percepciones.

El modelo SERVPERF surge a raíz de las críticas del modelo SERVQUAL, expertos como Bolton y Drew (1991), Churchill y Surprenant (1982), Woodruff, Cadotte y Jenkins (1993) abogan por el mismo.

Esta escala intenta superar las limitaciones de utilizar las expectativas en la medición de la calidad percibida, sin definir concretamente el tipo y el nivel de expectativas a utilizar (expectativas de desempeño, experienciales, predictivas, normativas, etc.). En conclusión, la escala es la misma, lo que varía es el enfoque de evaluación y las preguntas en los instrumentos (Duque, 2005).

Existen otros métodos que surgieron a raíz de las críticas formuladas sobre la escala SERVQUAL diversos investigadores han propuesto otras herramientas alternativas de la medición de la calidad del servicio, adicionales también al modelo SERVPERF.

#### Modelo Jerárquico Multidimensional

Brady y Cronin (2001) plantearon el Modelo Jerárquico Multidimensional, que parte de los planteamientos de Grönroos (1984), Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988), Rust y Oliver (1994) y Dabholkar, Thorpe y Rentz (1996), definido por los consumidores que forman sus percepciones sobre la calidad del servicio en base a una evaluación del desempeño en múltiples niveles, y al final combinan esas evaluaciones para llegar a la percepción global de la calidad del servicio. Los autores reconocen la complejidad del constructo y afirman que ninguna perspectiva es equivocada; cada una es incompleta sin la otra. A través de su investigación cualitativa y empírica, se muestra como la calidad del servicio conforma una estructura de tercer orden, donde la percepción de calidad es definida por claras y procesables dimensiones, y a su vez, éstas están constituidas por diversas subdimensiones. Brady y Cronin (2001) sostienen que su propuesta de medición es la mejor forma de explicar la complejidad de las percepciones humanas teniendo en cuenta la conceptualización de calidad de servicio vigente en la literatura actual.

La calidad percibida es, de esta forma, una variable multidimensional, de este modo, si se quieren obtener evaluaciones detalladas sobre diferentes

atributos o factores de la calidad, se pueden construir modelos jerárquicos multidimensionales que proporcionen una visión estructural y multinivel de la calidad percibida. Estos modelos cuentan con un gran número de ítems, ya que los factores de calidad son variables latentes que se manifiestan a través de indicadores observables.

### *Metodología*

Para el desempeño de este trabajo se realizó un estudio descriptivo donde fueron utilizadas las variables de investigación para la búsqueda las relaciones en las dimensiones de la calidad con la satisfacción de los estudiantes mediante una correlación que permitió la asociación entre las variables, que permitió

La población sujeta a estudio la conforman un total de 837 estudiantes matriculados en el ciclo académico 2014-2015.

Para el análisis de resultados se utilizó el programa estadístico SPSS con la finalidad de realizar un análisis descriptivo a través de tablas y gráficos que contendrán la información obtenida de la aplicación de las encuestas, inmediatamente se procederá a interpretar los hallazgos relacionados con el problema de investigación.

Los resultados de los cuestionarios fueron procesados a través del paquete estadístico SPSS, versión 23.0. Una vez tabulados los resultados, se calculó el coeficiente Alfa de Cronbach con la finalidad de validar la confiabilidad de los resultados obteniéndose un valor de 0.944, resultado muy superior al 0.6 establecido, por lo que se llega a la conclusión que los resultados de la encuesta son altamente confiables.

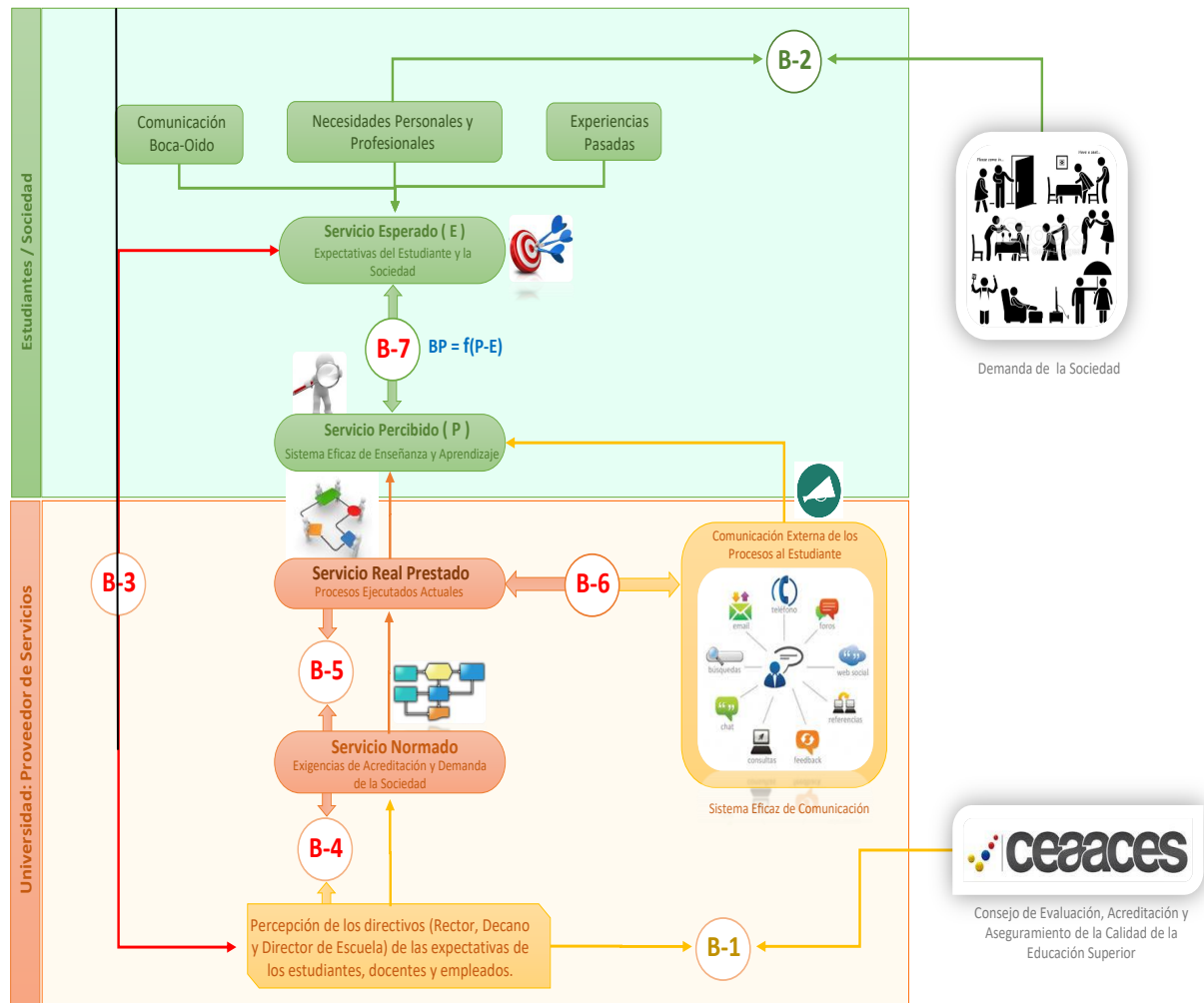
El instrumento se aplicó en 896 encuestas, una vez que se definió la muestra.

Las 896 encuestas que se aplicaron distribuidas de acuerdo al número de estudiantes de las diferentes dependencias de la UNACH de la siguiente manera:

### *Diseño del Modelo de ServQual Académico*

El modelo propuesto combina las áreas de conocimiento de estrategia, modelos de acreditación y el modelo ServQual, tal y como se precia en la figura 1





*Fuente.* Elaborado por los autores

El Modelo ServQual Educativo propuesto, estuvo constituido por 7 Brechas, con secuencias y orden lógico para su ejecución, según se describe:

B1: Brecha entre estándares de acreditación y percepción de los directivos de la Universidad

B2: Brecha entre demanda de la sociedad y necesidad del estudiante

B3: Brecha entre prioridad de los directivos frente la prioridad de los estudiantes

B4: Brecha entre Servicio Normado Vs Percepción de Directivos (SN Vs PD)

B5: Brecha entre Servicio Normado Vs Servicio Real Prestado (SN Vs SRP)

B6: Brecha entre Servicio Real Prestado Vs. Comunicación al Estudiante (SRP Vs CE)

B7: Brecha entre Servicio Esperado Vs Servicio Prestado (SE Vs SP)

**Resultados**

Para identificar las brechas, se han evaluado las normas establecidas para realizar los diferentes servicios en base a las dimensiones de la calidad del servicio y las puntuaciones alcanzadas en las dimensiones son buenas, ya que están por encima de 7.5. Esto significa que el servicio normado para atender al estudiante es muy acertado y contempla las políticas necesarias para garantizar la calidad de los servicios académicos. Sin embargo, al realizar una evaluación del desempeño de los servicios en las dimensiones de la calidad, todas se encuentran por debajo del servicio normado. Esto significa que no se cumple con las normas y procedimientos de atención.

En la figura 1 se puede observar que el desempeño de los docentes para el estudiante es una de las dimensiones de mayor prioridad; es decir, que para los estudiantes lo más importante es que el docente planifique su clase, tenga una metodología para que se le entienda, que tenga disponibilidad para asesorías y que las evaluaciones sean justas y objetivas. Y, la evaluación del servicio alcanza a 7.14 lo cual significa que la efectividad del servicio del docente es aceptable. Entonces de acuerdo a los resultados las dimensiones que no logran satisfacer las expectativas de los estudiantes son. Desempeño docente, la capacidad de respuesta y los elementos tangibles. En las que si se cubre las expectativas es en las dimensiones de seguridad, fiabilidad y empatía. El promedio general de las brechas es positivo, lo cual significa que se están cubriendo las expectativas de los estudiantes.



Figura 2. Representación de la brecha más significativa para la satisfacción de los estudiantes.

Con la representación obtenida en la figura 2 podemos valorar que la comunicación realmente ha sido efectiva y se ha cumplido con la satisfacción en lo acordado con los estudiantes, en lo que respecta a la dimensión de la fiabilidad; lo que significa que cuando este se matricula en la universidad percibe que realmente se desarrollarán las clases de acuerdo a lo programado, y se sigue un plan de estudios que se le asigna al estudiante cuando ingresa, por lo que el estudiante tiene la confianza que avanza en sus estudios debido al sistema organizativo de la universidad. A diferencia de la

dimensión de la capacidad de respuesta, donde las atenciones al estudiante de las solicitudes de los estudiantes son lentas. Por este motivo la brecha en esta dimensión de la calidad es 2.93, el cual para una brecha resulta elevado y se debe considerar que una de las prioridades de los estudiantes es la capacidad de respuesta ante las solicitudes o necesidades de los mismos.

En la dimensión de seguridad existe una mínima diferencia; sin embargo, en las dimensiones de capacidad de respuesta y el desempeño docente presentan una brecha de mayor rango. De aquí se concluye que los que tienen mayor importancia para el estudiante es la capacidad de respuesta, seguido del desempeño docente y que se debe mejorar para que cubra las expectativas del cliente.

### Discusión

Mejías, (2005) realiza una investigación para lo cual desarrolla un modelo para medir la calidad de los servicios universitarios de postgrado como base para la implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad en dichas organizaciones. Tiene como soporte teórico, el modelo SERVQUAL, adaptado a la realidad universitaria, y considerando sólo las percepciones de la calidad de servicio. Finalmente se presenta un modelo que plantea una visión global del proceso de medición de la calidad del servicio que incluye la mejora continua, y que puede ser aplicado a otros programas universitarios.

En el presente trabajo de investigación se ha desarrollado un modelo, que no es exclusivamente para medir la calidad, sino para integrar dos elementos que son factores críticos de éxito uno que es la demanda de la sociedad y las exigencias de los estándares de acreditación. Este modelo también se basa sobre el modelo ServQual con la diferencia del modelo propuesto por Mejías, se añaden dos brechas más al modelo logrando así extender el modelo. El considerar el elemento del Servicio Normado, se iniciaría con trabajar en base a procesos que son la base para implementar sistemas de gestión de calidad.

Rangel y Matos, 2004, realizaron una investigación evaluativa, el cual conceptualiza la calidad de la Educación Superior en seis dimensiones: relevancia, efectividad, disponibilidad de recursos, eficiencia, eficacia y procesos, con sus respectivos criterios e indicadores. Las características de este modelo participativo y cualicuantitativo garantizó la evaluación a nivel institucional y de cada subprograma en sus tres funciones: docencia, investigación y extensión. Los actores participantes en el estudio fueron: docentes, estudiantes, egresados, empleadores, personal directivo, técnico y de servicio. Entre los resultados del proceso de evaluación se encontraron: en cuanto a la función Docencia, el posgrado llena las expectativas de los participantes, cuenta con un equipo de coordinadores y docentes de alto nivel educativo y con mística de trabajo.

La investigación de Rangel y Matos, permitió conceptualizar las dimensiones para medir la calidad. La dimensión de relevancia se identifica con la brecha del servicio prestado y el que percibe el estudiante. Es decir, el estudiante define las prioridades. La dimensión de efectividad se evalúa con el servicio prestado del modelo ServQual. La disponibilidad de recursos, en nuestra investigación se considera en la dimensión de elementos tangibles y desempeño docente.

Con respecto a la eficiencia del servicio en la presente investigación se trabaja con la dimensión de capacidad de respuesta. Las dimensiones de eficacia y procesos no se contemplan como un elemento en el modelo de esta investigación. En resumen, los elementos que considera el modelo ServQual cubren las dimensiones de Rangel y Matos, excepto dos de ellos el cual se considera de otra forma. Con respecto a la función del docente la presente investigación coincide con los resultados de Rangel y Matos debido a que también se considera de manera independiente el desempeño docente y como este cubre las expectativas de los estudiantes.

Oscar Reyes y Marcela Reyes (2011) desarrollaron una investigación titulada "Percepción Multinivel de la Calidad del Servicio Educativo Universitario" y su propósito fue analizar las dimensiones claves, que en mayor medida se relacionan con el éxito de la percepción de alumnos y profesores en la calidad del servicio educativo en la Universidad.

En este trabajo, fue demostrada la relación existente entre la percepción de la calidad de los servicios de los estudiantes y profesores; además de ellos también consideró a los directivos para identificar las brechas que impiden brindar un servicio de calidad.

Uno de los aportes más importantes de la investigación de Oscar y Marcela Reyes, 2011, fue el de crear un conjunto de instrumentos cuantitativos y complementar con métodos y técnicas cualitativas con el fin de apoyar a la planeación estratégica institucional y la mejora continua del servicio educativo. Los resultados alcanzados en este trabajo coinciden con el aporte de Oscar y Marcela, 2011, ya que también se han construido un conjunto de instrumentos para medir la calidad de los servicios y a la vez permiten evaluar e identificar siete brechas y a partir de ellas elaborar acciones que permitan cerrar la brecha el cual están considerados como parte de la estrategia de la institución.

## CONCLUSIONES

El Modelo ServQual Académico tiene cinco dimensiones, a este modelo se ha añadido dos dimensiones que ha permitido integrar el elemento de la demanda de la sociedad, necesidades de los estudiantes y las exigencias de los estándares de acreditación con las que se logra identificar siete brechas y así el modelo permitió garantizar la calidad de los servicios educativos que

brinda la universidad puesto que la mayoría de los estudiantes perciben como buena la calidad y están satisfechos con los servicios recibidos por parte de la universidad

La calidad del servicio basado en el Modelo ServQual Académico con las dimensiones de: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía del Modelo ServQual Académico, influye de manera positiva y significativa en la satisfacción de los estudiantes de las carreras profesionales de la Universidad Nacional del Chimborazo Riobamba Ecuador.

## BIBLIOGRAFÍA

Begazo Villanueva, José Domingo "¿Cómo medimos el servicio?". Gestión en el Tercer Milenio, Rev. de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, UNMSM (Vol. 9), N° 18, Lima, diciembre 2006.

Casalino-Carpio Guillermo Ernesto "Calidad de servicio de la consulta externa de Medicina Interna de un hospital general de Lima mediante la encuesta SERVQUAL" Revista Sociedad Peruana de Medicina Interna. Volumen 21, 2008.

Cronin, J. J. y Taylor, S.A. (1994): "SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling performance-based and perceptions- minus- expectations measurement of service quality". Journal of Marketing. Vol.58. (January)

Cronin, J.; Brady, M. y Hult, T. (2000). "Assessing the effects of quality, value and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environment". Journal of Retailing. Volumen 76. Número 2.

Carman, J.M. (1990) „Consumer Perceptions of Service Quality: An Assessment of the SERVQUAL Dimensions “. In: Journal of Retailing, 66 (1), S. 33-35.

Grönroos, C. (1983). *Strategic Management and Marketing in the Service Sector*. Cambridge: Marketing Science Institute.

Grönroos, C. (1988). *Service Quality: The sixcriteria of good service quality*. New York: St' John's University Press.

Grönroos, C. (1994). *Marketing y gestión de servicios: la gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios*. Madrid: Editorial Díaz de Santos.

Lehtinen, U. y Lehtinen, J. R. (1982). "Service quality:a study of quality dimensions". Service Management Institute. Finlandia.

PARASURAMAN, A., ZEITHALM V.A., BERRY, L.L. (1985) "A Conceptual Model of Service Quality and its implications for future research ". In: Journal of Marketing. Vol. 49. (Fall 85), S. 41- 50).

Parasuraman, A.; Zeithaml, V. y Berry, L. (1993). "Calidad total en la gestión de los servicios". Ediciones Díaz de Santos S.A. Madrid.

PARASURAMAN, A., ZEITHALM, V.A., BERRY, L.L. (1988) "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality". In: Journal of Retailing. Vol. 64 (1988) Spring, S. 12-37.

Rodríguez Méndez Arianna. (2009, septiembre 8). *Modelo SERVPERF para la gestión de la calidad en una empresa de servicios. Marco teórico*. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/modelo-servperf-para-gestion-calidad-empresa-servicios-marco-teorico/>

Rust, O. &. (1994). Service quality new directions in theory and practice. California: Sage Publications.

Seclén-Palacin, Juan, Darras Christian 2 Satisfacción de usuarios de los servicios de salud: factores sociodemográficos y de accesibilidad asociados versión impresa ISSN 1025-5583 An. Fac. med. v.66 n.2 Lima abr./jun. 2005

Revista Anales de la facultad de medicina. Perú, 2000.