



La Calidad Del Servicio En Las Instituciones De Educación Superior: Anclaje base para garantizar resultados idóneos

The Quality of Service in Higher Education Institutions: Base anchoring to guarantee suitable results

A Qualidade de Serviço nas Instituições de Ensino Superior: Ancoragem de bases para garantir resultados adequados

Jhoana Vanessa Carrillo Rodas ^I
jcarrillo@unach.edu.ec
<https://orcid.org/0009-0002-2359-8749>

Andrés Leandro Rodríguez Galán ^{II}
andres.rodriquez@unach.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-5127-3832>

Laura Susana Naranjo Ordoñez ^{III}
snaranjo@istmas.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-3534-0545>

Édison Patricio Palacios Trujillo ^{IV}
eppalacios@unach.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-7696-2722>

Alejandro Teodoro Bajaaná Cabeza ^V
abajana7@hotmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-0396-8346>

Correspondencia: jcarrillo@unach.edu.ec

Ciencias de la Educación
Artículo de Investigación

* **Recibido:** 23 de abril de 2023 * **Aceptado:** 12 de mayo de 2023 * **Publicado:** 05 de junio de 2023

- I. Analista de Evaluación para el Aseguramiento de la Calidad Institucional, Universidad Nacional de Chimborazo, Ecuador.
- II. Docente de la Carrera de Comunicación, Universidad Nacional de Chimborazo, Ecuador.
- III. Directora de aseguramiento de la calidad, Instituto Superior Tecnológico Misael Acosta Solís, Ecuador.
- IV. Técnico de investigación, Universidad Nacional de Chimborazo, Ecuador.
- V. Maestría en Gerencia de Proyecto, Uniber, Ecuador.

Resumen

Este trabajo de investigación parte de analizar la Calidad Del Servicio En Las Instituciones De Educación Superior entendida como un anclaje base para garantizar resultados idóneos en los procesos que toda institución pública al servicio de la educación superior debe considerar. Esta investigación adoptó una metodología mixta, combinando técnicas cualitativas para el análisis teórico y cuantitativas para la frecuencia e interpretación de datos resultante de la consulta en el campo de estudio. A tal efecto la población del estudio fue en total de 2.303 estudiantes obteniéndose un tamaño muestral aleatorio simple de 330 encuesta. Se analizó la relevancia de la calidad del servicio, ya que son responsables de la impartición de conocimientos, el apoyo académico y la gestión eficiente de los recursos. Los estudiantes manifestaron a través de su opinión el ambiente, el servicio del personal docente en cuanto a la docencia impartida, trato y motivación entre otros. Se concluye en el estudio la necesidad de articular estrategias orientadas a la calidad de servicio con el proceso de enseñanza y aprendizaje para optimizar el nivel de formación y profesional esperado en el estudiante.

Palabras Clave: Calidad de Servicio; Educación Superior; Estudiante- Profesor.

Abstract

This research work starts from analyzing the Quality of Service in Higher Education Institutions understood as a base anchor to guarantee suitable results in the processes that every public institution at the service of higher education must consider. This research adopted a mixed methodology, combining qualitative techniques for theoretical analysis and quantitative ones for the frequency and interpretation of data resulting from consultation in the field of study. For this purpose, the study population was a total of 2,303 students, obtaining a simple random sample size of 330 surveys. The relevance of the quality of the service was analyzed, since they are responsible for the impartation of knowledge, academic support and efficient management of resources. The students expressed through their opinion the environment, the service of the teaching staff in terms of the teaching provided, treatment and motivation among others. The study concludes the need to articulate strategies oriented to the quality of service with the teaching and learning process to optimize the level of training and professional expected in the student.

Keywords: Quality of service; Higher education; Student- Teacher.

Resumo

Este trabalho de investigação parte da análise da Qualidade de Serviço nas Instituições de Ensino Superior entendida como âncora base para garantir resultados adequados nos processos que toda instituição pública ao serviço do ensino superior deve considerar. Esta pesquisa adotou uma metodologia mista, combinando técnicas qualitativas para análise teórica e quantitativas para a frequência e interpretação dos dados resultantes da consulta no campo de estudo. Para o efeito, a população de estudo foi um total de 2.303 alunos, obtendo-se uma amostra aleatória simples de 330 inquéritos. Foi analisada a relevância da qualidade do serviço, uma vez que são responsáveis pela transmissão do conhecimento, suporte acadêmico e gestão eficiente dos recursos. Os alunos expressaram através de sua opinião o ambiente, o atendimento do corpo docente quanto ao ensino ministrado, tratamento e motivação entre outros. O estudo conclui pela necessidade de articular estratégias orientadas para a qualidade de serviço com o processo de ensino e aprendizagem para otimizar o nível de formação e profissional esperado no aluno.

Palavras-chave: Qualidade de serviço; Educação superior; Estudante Professor.

Introducción

En el contexto actual, donde la competitividad y la excelencia académica son factores clave para el éxito de las instituciones de educación superior, resulta fundamental analizar el impacto de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente externo. Dentro del ámbito de las Ciencias Políticas y Administrativas, este aspecto adquiere especial relevancia, ya que la formación de profesionales en estas áreas es crucial para el desarrollo y progreso de la sociedad. En el marco de la educación superior tiene un rol fundamental en la sociedad, ya que, a través de ella, las personas obtienen conocimientos, destrezas y capacidad para el pensamiento crítico, lo cual les facilita el crecimiento y desarrollo tanto personal como profesional (Fernández-Aráoz et al., 2020).

Además, las instituciones de educación superior tienen la tarea de formar a los estudiantes en distintas áreas del conocimiento, quienes luego se convierten en el cliente interno y, finalmente, son los responsables de fomentar el crecimiento económico de la sociedad y, en particular, de enfrentar los desafíos que se presentan en ella en consecuencia, la educación superior resulta indispensable para el avance de la sociedad. En este sentido conviene señalar la relevancia que hoy tiene los procesos inherentes a la globalización la misma que impulsa a las organizaciones a

implementar procesos de mejora continua, ya que la orientación al cliente es esencial para medir la competitividad (Liu et al., 2020) así como la confianza que finalmente es el vínculo entre el cliente y el proveedor permitiendo con ello establecer relaciones a largo plazo (Wu et al., 2021).

Las Instituciones de Educación Superior (IES) desempeñan un papel importante con sus clientes internos como externos, de allí nace la importancia de evaluar periódicamente el servicio que ofertan tomando como referencia la percepción de los estudiantes. Las IES están en constante evaluación y la visibilidad en rankings nacionales como internacionales proyectan una imagen que define una reputación de marca en donde los clientes reales como potenciales son parte de estas. Por otro lado, el desarrollo tecnológico permitió que hoy se realicen evaluación de la educación superior por medio de blockchain.

En este contexto, la educación superior en Ecuador ha sufrido grandes transformaciones, por lo cual establecer vínculos con los procesos de calidad de servicio es de vital importancia dado que se persigue la satisfacción tanto del cliente interno (docente, estudiantes, sociedad en general) como del cliente externo (comunidad en general); a tal efecto los clientes internos y externos participan activamente en la provisión del servicio, y la orientación de las organizaciones hacia sus clientes resultando un vínculo positivo en el marco de la institución educativa, de esta manera existe una conexión directa entre la percepción del cliente, la calidad del servicio proporcionado y la satisfacción que esto genera (Sharma, A & Gupta, R. (2021).

De esta manera, el servicio al cliente sea el ámbito educativo o empresarial o público es de gran importancia en la actualidad ya que la satisfacción del cliente se ha convertido en un factor clave para predecir la lealtad del cliente y la búsqueda de competitividad (Kaur et al., 2021) y garantizar la satisfacción del cliente como variable importante para el éxito esperado a mediano o a largo plazo. Este trabajo de investigación pretende analizar la percepción que tiene el estudiante de una UNAC ante la calidad de servicio que presta el personal docente en el proceso de enseñanza y aprendizaje en su preparación profesional.

Fundamentación teórica

Calidad de Servicio

Comprender la calidad en la educación se requiere de un análisis que no puede ser lineal y que abarca diferentes temas considerados como niveles que se concatenan, desde lo más general a lo

particular. En este sentido, establecer definiciones en otro a la calidad de la educación superior supone plantear lo expuesto por diversos tratadistas del tema cuando mencionan

En la gestión de la calidad, es esencial comprender las necesidades y expectativas de los clientes, lo que implica escuchar sus comentarios y opiniones para identificar las áreas de mejora en el servicio. A través del análisis de estas necesidades, se pueden desarrollar soluciones que satisfagan las demandas de los clientes y brinden un servicio de calidad.

Si bien hay diferentes enfoques sobre cómo abordar la gestión de la calidad en el servicio, todos comparten la idea de que el éxito del negocio depende en gran medida de la calidad del servicio ofrecido al cliente. De igual forma la calidad del servicio es un acto social que ocurre en contacto directo entre el cliente y el representante de la empresa de servicio. Esto destaca la importancia de la interacción interpersonal en la prestación de un servicio de calidad.

Además, la calidad del servicio es fundamental para la supervivencia de una institución o empresa. En un escenario cada vez más competitivo es necesario indicar que los clientes están mejor informados y tienen altas expectativas en virtud de la introducción de tecnología de información y comunicación, lo que significa que la calidad del servicio es un factor clave en la decisión de los clientes de elegir por parte de una institución determinada en lugar de otra. Para Cerezo Paraskevas et ál (2007) la calidad del servicio es la base de la supervivencia y que la competencia, así como la existencia de clientes cada vez mejor informados son factores que contribuyen a este concepto. Sin embargo, conviene señalar las teorías correspondientes a la calidad

Autores	Acepciones y Características
Phil Crosby	La calidad de un producto o servicio es equivalente a estar seguro de medir todas las características de un producto o servicio que satisfagan los criterios de especificación. “CERO DEFECTOS”
Deming	La calidad tiene que estar definida en términos de satisfacción del cliente que a su vez es multidimensional, es virtualmente imposible definir calidad de un producto o servicio en términos de una simple característica o agente.

Feigenbaum	Los clientes tienen necesidades cambiantes, la calidad es dinámica, además se evalúa el nivel de calidad que esperan los clientes, así como lo que estarían dispuesto a pagar.
Ishikawa	La definición de calidad es siempre cambiante, así mismo es equivalente a la satisfacción del cliente con enfoque a cada departamento en la organización que ofrece el producto o servicio, en donde el precio de un producto o servicio es una parte importante. No se puede definir calidad sin haber considerado antes el precio.
Juran	La calidad consiste en aquellas características de producto que se basan en las necesidades del cliente y que por eso brindan satisfacción del producto.
Pirsin	La calidad es como el arte moderno. No somos capaces de definir el buen arte moderno, pero lo reconocemos cuando lo vemos.
Shewhart	Existen dos características de calidad: subjetiva (lo que el cliente quiere) y objetiva (propiedades del producto o servicio). Se debe agregar que los estándares de calidad deben ser expresados en términos físicos y características cuantitativamente medibles de los productos por medio de la estadística.
Taguchi	“La calidad es la pérdida que un producto causa a la sociedad después de haber sido entregado...algunas otras pérdidas son causadas por su función intrínseca.”

Tabla 1: Acepciones y características de la Calidad

Fuente: Elaboración Propia (2023)

Según Vargas, Zazueta y Guerra (2010), existen diversos conceptos sobre lo que se entiende por calidad, aunque varios autores coinciden en que el objetivo principal de la calidad es la satisfacción

del cliente. Esto se debe a que las necesidades de los consumidores son múltiples y diversas, incluyendo aspectos como el diseño, la seguridad, la fiabilidad, el respeto al medio ambiente y otros.

Como resultado, las organizaciones han reconocido que hacer las cosas bien y de manera efectiva les proporciona una ventaja competitiva sobre sus competidores y el entorno en el que interactúan. Desde los inicios de la civilización humana, la calidad ha sido un elemento innato en todas las actividades realizadas por el hombre, permitiendo distinguir entre productos buenos y malos (Cubillos R. & Rozo R., 2009).

En el contexto de la educación superior, la calidad es un elemento clave en la satisfacción del estudiante y el éxito académico. Las instituciones de educación superior deben asegurarse de ofrecer programas y servicios de calidad para satisfacer las diversas necesidades y expectativas de los estudiantes. Al hacerlo, las instituciones pueden mantener una ventaja competitiva y contribuir al desarrollo socioeconómico de la sociedad.

Como se evidencia en las teorías expuesta (tabla 1) la calidad de servicio se ha convertido en una estrategia prioritaria y cada vez son más los especialistas que tratan de definirla, medirla y finalmente mejorarla para buscar un progreso continuo en los procesos y de esta manera prestar un servicio eficiente y eficaz que permitan alcanzar la calidad.

De igual manera conviene señalar características derivadas del servicio

Características	Definiciones
Intangibilidad	El servicio es el resultado de un esfuerzo, de una acción. los servicios son consumidos y no pueden ser poseídos. No puede ser tocado o palpado No puede ser fácilmente definido, formulado o alcanzado mentalmente.
Heterogeneidad	La entrega del servicio y la satisfacción del cliente dependen de las acciones del que ofrece el servicio . La inconsistencia o variación en el rendimiento de los seres humano

Producción y consumo simultaneo	Producción y consumo al mismo tiempo, es decir simultáneamente los servicios necesitan ser distribuidos correctamente, para que se pueda d producir y consumir Los clientes se afectan unos a otros Los clientes afectan el resultado del servicio
Perecedero	Es difícil producirlos masivamente Resulta problemático sincronizar la oferta y la demanda de los servicios Los servicios no pueden desenvolverse no reverse
No poder ser protegido por patentes	Son fácilmente copiados y difícilmente protegidos por patentes Debe dar una buena imagen de la marca diferenciándolos de los similares
Difícil de establecer precio	El costo de producción varia debido al talento humano que lo produce

Tabla 2: Característica del Servicio.

Fuente propia (2023) a partir de Hamzah, N., et ál (2020); Yahia O y Hassan IF (2016) Zahid, P. G & Knight, J (2016)

Así entonces la calidad de servicio cuenta con diversas dimensiones a las que se mencionan: la Fiabilidad que implica identificar a capacidad que debe tener la empresa que presta el servicio para ofrecerlo de manera confiable y segura. Esto indica que se encuentra incluido la puntualidad y todos los elementos que permiten al cliente detectar la capacidad y conocimientos profesionales de su empresa, es decir, fiabilidad significa brindar el servicio de forma correcta desde el primer momento. En segundo lugar, la seguridad comprendida como el sentimiento que tiene el cliente cuando pone sus problemas en manos de una organización y confiar que serán resueltos de la mejor manera posible. La tercera dimensión es la Capacidad de Respuesta la misma que se refiere a la actitud que se muestra para ayudar a los clientes y para suministrar el servicio rápido; también es considerado parte de este punto el cumplimiento a tiempo de los compromisos contraídos, así como también lo accesible que puede ser la organización para el cliente, es decir, las posibilidades de entrar en contacto con la misma y la factibilidad con que pueda lograrlo. Seguidamente la empatía

que significa la disposición de la institución para ofrecer a los clientes cuidado y atención personalizada. No es solamente ser cortés con el cliente, aunque la cortesía es parte importante de la empatía, como también es parte de la seguridad, requiere un fuerte compromiso e implicación con el cliente, conociendo a fondo de sus características y necesidades personales de sus requerimientos específicos. También se encuentra identificada como dimensión la intangibilidad que implica que el servicio es intangible; los servicios no pueden ser mantenidos en inventario, es decir las personas son las que los ejecuta y los ponen en práctica, en consecuencia, es necesario dimensionar sus acciones para crear condiciones propias de funcionamiento y otorgamiento de los mismos.

La Educación Superior: Una mirada desde la calidad de servicio

Para definir la educación de calidad, se deben considerar diferentes dimensiones, tales como la relevancia, pertinencia, equidad, eficacia y eficiencia (Blanco, 2008). La relevancia de la educación se refiere a sus objetivos y contenidos, y cómo éstos satisfacen las necesidades, aspiraciones e intereses de la sociedad en su conjunto, y no solo de los grupos con mayor poder. Por otro lado, la pertinencia de la educación se refiere a la adaptabilidad de los contenidos educativos y los métodos de enseñanza a los contextos sociales y culturales, intereses y capacidades de los estudiantes. Para ello, es necesario que la educación se adapte a las necesidades y características de los estudiantes en sus diferentes contextos, permitiendo así el desarrollo de su autonomía, autogobierno, libertad y propia identidad. Rojas-Martínez, Niebles-Núñez, Carlos, Pacheco-Ruíz, y Hernández-Palma(2020).

La calidad de la educación también está relacionada con la eficiencia y la eficacia, lo que implica valorar la cobertura, los niveles de conclusión de estudios, la deserción, la repetición y los resultados de aprendizaje de los estudiantes, especialmente en lenguaje y matemática.

La equidad es aquella condición que permite lograr una educación de calidad mediante un libre y democrático acceso del conocimiento, es decir, “cuando cualquier persona tiene la posibilidad de recibir las ayudas y el apoyo necesario para aprender a niveles de excelencia, y cuando los resultados de aprendizaje no reproducen las desigualdades de origen de los estudiantes ni condicionan sus opciones de futuro.

La eficacia y la eficiencia son dos dimensiones importantes de la calidad de la educación superior. Según el autor de renombre mundial, Peter Drucker, "la eficiencia es hacer las cosas bien; la eficacia es hacer las cosas correctas" (Drucker, 1967). La eficacia se refiere a la capacidad de la educación superior para lograr los resultados deseados en términos de aprendizaje, competencias y habilidades de los estudiantes. Por otro lado, la eficiencia se relaciona con la capacidad de la educación superior para hacer un uso óptimo de sus recursos para lograr estos resultados.

En la educación superior, la eficacia y la eficiencia son elementos fundamentales para evaluar la calidad de los programas educativos y las instituciones. Según un estudio realizado por Altbach y Knight (2007), la eficacia en la educación superior se relaciona con la calidad de los resultados de aprendizaje, la satisfacción de los estudiantes, la retención y la tasa de graduación. Por otro lado, la eficiencia se relaciona con la utilización adecuada de los recursos, la relación costo-beneficio y la sostenibilidad financiera de las instituciones educativas.

La eficacia y la eficiencia son esenciales para la supervivencia y el éxito de las instituciones de educación superior en un mercado cada vez más competitivo. Según el autor de educación superior, por tanto, la educación superior es cada vez más una empresa y, como tal, necesita ser eficiente y efectiva. Esto implica que las instituciones de educación superior deben enfocarse en la eficacia y la eficiencia para cumplir con las demandas y expectativas de los estudiantes y mantener una posición competitiva en el mercado

Metodología

Esta investigación adoptó un enfoque una metodología mixta, combinando técnicas cualitativas para el análisis teórico y cuantitativas para la frecuencia e interpretación de datos resultante de la consulta en el campo de estudio. El objetivo principal del estudio es analizar la percepción que tiene el estudiante de una UNAC ante la calidad de servicio que presta el personal docente en el proceso de enseñanza y aprendizaje en su preparación profesional. Se sigue un proceso exploratorio estableciendo la importancia de conocer si el estudiante en formación profesional cuenta con infraestructura adecuada y tecnología avanzada; así como de docentes altamente comprometidos. Como técnica se utilizó la encuesta, abordando una población de estudio de la presente de 2303 estudiantes que cursan en la Universidad Nacional de Chimborazo, los cuales se encuentran distribuidos en seis carreras, conforme a la información que fue obtenida del Sistema Informático de Control Académico de la Universidad Nacional de Chimborazo. Se utilizó el

método de muestreo aleatorio simple se ha obtenido el tamaño muestral de estudio que es 330 encuestas, siendo esta la muestra de estudio.

Análisis de los Resultados

El estudio resalta la importancia de la calidad de servicio en las instituciones educativa, destacando que las instituciones de educación superior deben establecer mecanismos efectivos de retroalimentación, tanto internos como externos, que permitan evaluar y mejorar constantemente la calidad del servicio; de igual manera la participación activa de los estudiantes, egresados, empleadores y otros actores relevantes en la evaluación y mejora de la calidad del servicio cada vez es mas esencial para asegurar la pertinencia y efectividad de las instituciones educativas.

A continuación, se presenta la tabla 3 con la identificación de las variables del estudio

2x	El campus de la Facultad donde realiza sus estudios es suficiente para desarrollar su función y logra un ambiente y entorno agradables.
4x	Los sitios donde se imparten clases son atractivos y ayudan a crear un ambiente acogedor y adecuado para el aprendizaje (ambientes físicos).
6x	La apariencia de las instalaciones físicas donde realiza sus estudios está en armonía con el tipo de servicio (educación) que presta.
18x	Los profesores aclaran las dudas de los estudiantes.
19x	Los profesores explican los conceptos con claridad suficiente.
20x	Los profesores usan estrategias para aplicar los conocimientos teóricos a la realidad.
22x	La Facultad donde realiza sus estudios (autoridades, personal docente y administrativo) brinda una atención individual a los estudiantes.
23x	Cuando es necesaria y solicitada los profesores le dan atención individualizada al estudiante.
25x	La facultad donde realiza sus estudios (autoridades, personal docente y administrativo) muestra un interés sincero en la formación integral y personal del estudiante.

26x	Los profesores se preocupan por el aprendizaje, motivan por la materia y fomentan la participación de los estudiantes.
27x	La facultad donde realiza sus estudios, así como la carrera que estudia ha cubierto sus expectativas.
28x	La decisión de haber seleccionado esta facultad y carrera fue acertada.
29x	En general, está satisfecho de estudiar en esta facultad y carrera.

Tabla 3: Identificación de las Variables sobre la Calidad

Fuente: Elaboración propia (2023)

A continuación, se plantea de la tabla 4 la matriz de las correlaciones entre los elementos de estudios vinculados a las variables.

2x	6x	0,82
4x	6x	0,86
18x	19x	0,83
19x	20x	0,81
22x	23x	0,80
25x	26x	0,83
26x	27x	0,80
28x	29x	0,84

Fuente: 4: Matriz de correlaciones entre elementos

Fuente: Elaboración propia (2023)

El análisis de correlación muestra las relaciones entre pares de variables y cómo se relacionan entre sí. En este sentido, cabe destacar que existe una fuerte correlación positiva entre las variables 2x y 6x (0,82), que indican si el campus de la Unach es adecuado para el desempeño de sus funciones y lograr un ambiente agradable, y si la apariencia física de las instalaciones es acorde al tipo de servicio que brindan. Esto sugiere que cuando un campus es adecuado y agradable, existe una alta probabilidad de que la apariencia de las instalaciones esté en armonía con el servicio educativo.

- 1- Existe una fuerte correlación positiva entre las variables 4x y 6x, que indican si el atractivo estético de las instalaciones físicas coincide con el tipo de servicio brindado y si ayudan a fomentar un ambiente de aprendizaje propicio y acogedor. Esto sugiere que cuando la ubicación de las aulas es atractiva, es más probable que las instalaciones en su conjunto estén en armonía con el servicio educativo.
- 2- Existe una fuerte correlación positiva entre las variables 18x y 19x, que indican si los docentes explican suficientemente los conceptos y atienden las dudas de los alumnos. Esto sugiere que cuando los profesores responden a las preguntas de los estudiantes, también tienden a brindar explicaciones claras de los conceptos.
- 3- Existe una fuerte correlación positiva entre las variables 19x y 20x, que indican si los docentes explican adecuadamente los conceptos y si emplean estrategias para aplicar los conocimientos teóricos a situaciones del mundo real. Esto sugiere que cuando los profesores explican claramente los conceptos, es probable que también utilicen enfoques para conectar el conocimiento teórico con la realidad.
- 4- Existe una correlación moderadamente positiva entre las variables 22x, que indica si el profesorado brinda a los estudiantes una atención individualizada, y 23x, que indica si los docentes brindan una atención personalizada cuando es solicitada y necesaria. Esto sugiere que cuando el profesorado ofrece una atención individualizada a los estudiantes, es probable también que los profesores satisfagan esa demanda de atención personalizada.
- 5- Existe una fuerte correlación positiva entre las variables 25x y 26x, que indican si el profesorado muestra un interés genuino por el desarrollo integral y personal del alumno y si se preocupa por el aprendizaje y la participación de sus alumnos. Esto sugiere que cuando el profesorado muestra interés por el desarrollo integral del estudiante, incluyendo su desarrollo personal, los profesores también tienden a preocuparse por aprender y motivar a sus estudiantes.

El análisis de correlación realizado revela relaciones significativas entre las variables investigadas en el marco de la facultad objeto de estudio en la Unach . Se descubrieron fuertes correlaciones positivas entre la apariencia de las instalaciones físicas y el ambiente agradable del campus, así como entre los ambientes atractivos del salón de clases y un ambiente propicio para el aprendizaje. Esto sugiere que tanto la estética como la funcionalidad de las instalaciones juegan un papel

importante en la satisfacción de los estudiantes. Se demostró que las correlaciones entre la capacidad de los profesores para responder a las preguntas de los estudiantes y su capacidad para explicar conceptos con claridad son positivas y significativas. Adicionalmente, hubo una clara correlación entre la aplicación de enfoques para vincular la teoría con la realidad y la clara explicación de los conceptos. Estos resultados destacan el valor de la comunicación efectiva y la aplicación práctica del conocimiento durante el proceso de aprendizaje. Zahid, AN y Hussain, N. (2019).

La correlación que existe entre la atención individual del profesorado y la atención individual de los profesores cuando se les requiere y solicita. Esto indica que cuando se satisfacen las necesidades de atención individual, los docentes están más dispuestos a brindar a los estudiantes una atención individualizada, lo que mejora su experiencia educativa. El análisis de correlación muestra que la apariencia de las instalaciones, la claridad en la explicación de los conceptos, la aplicación práctica de los conocimientos, la atención individualizada y el interés por el desarrollo integral del estudiante son componentes esenciales para propiciar un ambiente de aprendizaje positivo y satisfactorio en la facultad donde se prepara el estudiante consultado. Estos hallazgos ofrecen información importante para mejorar la calidad de la instrucción y el bienestar de los estudiantes en esa institución.

Conclusiones

El artículo enfatiza que la calidad del servicio en las instituciones de educación superior como un factor determinante para lograr resultados idóneos; es necesario establecer enfoques con estándares claros, personal capacitado, infraestructura adecuada, investigación y retroalimentación constante, donde las instituciones puedan garantizar una educación de calidad que prepare a los estudiantes para enfrentar los desafíos del mundo actual y contribuir al progreso de la sociedad en su conjunto. Así mismo el artículo enfatiza la necesidad de establecer un anclaje base para la calidad del servicio, definiendo estándares que se alineen con las necesidades de los estudiantes y las demandas del mercado laboral además con el docente que imparte la formación profesional. Se destaca la importancia del personal altamente capacitado y comprometido, así como de contar con infraestructura moderna y recursos tecnológicos que favorezcan el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Referencias

1. Attach, P.G. & Knight, J. (2007). The Internationalization of Higher Education: Motivations and Realities. *Journal of Studies in International Education*, 11(3-4), 290-305.
2. Cubillos Rodríguez & Rozo Rodríguez (2009) El concepto de calidad: Historia de calidad: Historia, teoría, evolución e importancia para la competitividad. <https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1170&context=ruls>
3. Douglass, J. (2008). The Conditions for Higher Education in the Global Knowledge Economy. In J. Forest & P.G. Altbach (Eds.), *International Handbook of Higher Education* (pp. 21-48). Springer.
4. Drucker, P. (1967). *The Effective Executive*. HarperCollins.
5. Drucker, Peter F. (1967) *Contributions to Business Enterprise*, Ed. by Tony Bonaparte & John E. Flaherty, New York University Press, New York, 1970.
6. Hamzah, N., Md No, R., Arifin, WN y Yusoff, RM (2020). Efectos de la calidad del servicio sobre la satisfacción en la Biblioteca de la Universidad del Este, Bangladesh. *Revista de estudios de comportamiento asiático*, 5 (17), 22-33.
7. Nasution, AI, Natsir, M. y Fatmawati, A. (2020). Cambios en las Percepciones de la Calidad del Servicio Correspondientes al Crecimiento de la Población. *Revista de Educación para el Emprendimiento*, 23(4S), 1-8.
8. Paraskevas, A. y Arendell, B. (2007). Análisis de la calidad del servicio de las bibliotecas de las universidades privadas de Malasia en la era del marketing transformador. *The Journal of American Academy of Business*, Cambridge, 12(1), 85-91.
9. Rojas-Martínez, Niebles-Nuñez, Carlos, Pacheco-Ruíz, y Hernández-Palma(2020). Calidad de servicio como elemento clave de la responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas *Información Tecnológica* Vol. 31(4), 221-232 (2020) <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000400221>
10. Sharma, A. y Gupta, R. (2021). ¿Quiere seguir siendo el líder del mercado en la era del marketing transformador? ¡Mantén a los Clientes Satisfechos! *Diario de Investigación de Gestión*, 21(1), 20-37.

11. Vargas Hernández, J. G., Zazueta, M. G., & Guerra García, F. E. (2010). La calidad en el servicio en una empresa local de pizza en Los Mochis, Sinaloa. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (68), 24-41.
12. Yahia, O. y Hassan, F. (2016). Valor de marca basado en el cliente y rendimiento de las empresas en la industria de las telecomunicaciones. *Revista Internacional de Negocios y Globalización*, 17(2), 167-182.
13. Zahid, AN y Hussain, N. (2019). Aplicación De Servqual A Los Servicios Bancarios: Un Estudio Exploratorio En Marruecos. *Diario de negocios futuros*, 5 (1), 1-12.

© 2023 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).