

Burkhalter (1996), Para este investigador los estudiantes y otros miembros de interés de las universidades, actualmente, buscan la mejor opción en el mercado de la educación; así pues, en el caso hipotético de que una universidad no cumpla sus promesas, se puede recurrir a los servicios ofrecidos por otra. Queda aquí expresado la importancia que tiene el estudiante como consumidor y beneficiario directo de los procesos de transformación y es a ellos a quienes se debe indagar sobre la calidad de servicio que perciben, esto permitirá tomar correctivos, con el fin de tomar posicionamiento firme dentro de la competencia universitaria, más aun, hoy que Ecuador entra en procesos de recategorización, los mismos que tiene que ver con la calidad de servicio recibido en todos sus aspectos.

Esta reflexión se convirtió en el punto de partida para esta investigación que tiene como objetivo general medir la percepción de la calidad de servicio en los procesos administrativos por parte de los estudiantes de la Universidad Nacional de Chimborazo.

A través de esta investigación se pretende realizar un aporte al sistema educativo en lo referente al campo administrativo y específicamente al proceso de matrícula, construyendo un instrumento de recolección de datos que permita evaluar la calidad de servicio percibido y a la vez develar los atributos que para el estudiante es importante con el fin de lograr un mejoramiento.

2. METODOLOGÍA

El presente estudio es una investigación de tipo descriptivo, en ella se describe la calidad de servicio que presta la Universidad Nacional de Chimborazo a sus clientes y se contrasta con la expectativa del mismo. Para llevar a cabo la investigación, se procedió a diseñar un cuestionario que consta de veintidós preguntas, de acuerdo al modelo SERVQUAL, desarrollado por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1994) y que consta de cinco dimensiones:

Elementos tangibles (T): Apariencia de las instalaciones equipos, empleados y materiales de comunicación.

Fiabilidad (RY): Habilidad de prestar el servicio prometido tal como se ha prometido con error cero.

Capacidad de respuesta o velocidad de respuesta (R): El deseo de ayudar y satisfacer las necesidades de los clientes de forma rápida y eficiente.

Seguridad o garantía (A).- Conocimiento del servicio prestado, cortesía de los empleados y su habilidad para transmitir confianza al cliente.

Empatía (E): Atención individualizada al cliente. La empatía es la conexión sólida entre dos personas. Es fundamental para comprender el mensaje del otro. Es una habilidad de inferir los pensamientos y los deseos del otro.

En la Tabla 1, se puede observar las 5 dimensiones estandarizadas del modelo SERVQUAL, cada uno de estos factores o dimensiones, como se les denomina en este modelo se subdivide en otras subdimensiones que afectarán a la percepción del cliente. Estas subdivisiones originan las preguntas del cuestionario SERVQUAL. Las preguntas se refieren a los aspectos más importantes de cada dimensión que definen la calidad del servicio del proveedor de calidad y por ende la satisfacción del mismo.

En la Tabla 2, se puede observar, el instrumento a utilizarse para medir el conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios ante los cuales se pide la reacción de los sujetos. Este instrumento consiste en una afirmación y se pide a una persona entrevistada que plasme su opinión teniendo como opción cada uno de los cinco puntos de la escala numérica en cuestión. A cada punto se le debe asignar un valor numérico y de esta forma se obtienen las puntuaciones sumando los valores asignados a cada frase.

Mediante el cuestionario diseñado se obtiene información del cliente sobre cada una de las dimensiones de calidad del servicio, SERVQUAL mide las percepciones frente a las expectativas, determinando las brechas correspondientes, mide la importancia relativa de las dimensiones y subdimensiones de la calidad, mide las intenciones de comportamiento para evaluar el impacto de la calidad del servicio.

La población de estudio en esta Investigación son los estudiantes que pertenecen a la UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO los mismos que alcanzan un número de 7207, en el año 2015, distribuidos en las Facultades de:

- Ingeniería
- Ciencias de la Salud
- Ciencias Políticas
- Ciencias de la Educación

Para determinar la calidad del servicio, se obtuvo una muestra estudiantil de la población, aplicando la ecuación 1, obteniendo un valor de 347 estudiantes, no obstante se procedió a encuestar