

VARIABLES CONDICIONANTES DE LA CALIDAD EN INSTITUCIONES DE EDUCACION SUPERIOR. ESTUDIO DE UN CASO

MSc Martha Sofía Carrillo Landazábal

Universidad Tecnológica de Bolívar, Cartagena, Colombia
marthacarrillo2007@gmail.com;

Dr Ramón Pons Murguía

Universidad del Atlántico, Barranquilla, Colombia
ponsmcu@yahoo.com

Lucia Vergara Canchila y José Payares Padilla

Universidad Tecnológica de Bolívar, Cartagena, Colombia
lucivergaracanchila@gmail.com

RESUMEN

La calidad de un servicio, como es la enseñanza universitaria, es difícil de medir debido a que las percepciones y preferencias de los clientes-usuarios contienen una carga importante de subjetividad y el producto (formación) se conforma como un proceso complejo y multidimensional. Las instituciones de educación superior, existe la preocupación por mantener y aumentar la calidad de la docencia, de la investigación y en general la de todos los servicios que presta.

Sin embargo, los estudios realizados indican que se ha trabajado muy poco respecto a este tema especialmente lo concerniente a la medición de la calidad del servicio. Esto puede ser por la falta de una estructura conceptual preestablecida para la gestión de la calidad en la educación, a la novedad del tema o a las diferencias sustanciales en las características de la educación en comparación con los sistemas de servicios generales como lo ha definido varios autores.

El presente trabajo de investigación pretende mostrar algunos resultados de como poder realizar la identificación y análisis de las variables internas que condicionan la calidad apoyado en herramientas estadísticas, se podrá medir el impacto de las variables establecidas que afectan la calidad del servicio que actualmente se ofrece por parte en la una universidad desde la facultad de ingeniería y que es percibida por estudiantes, docentes, directivos y empleados de manera que sea posible generar alternativas de mejora para de la institución

Palabras claves: Calidad en educación, mejora de la calidad, mejoramiento, medición de la calidad.

CONDITIONING VARIABLES ON THE QUALITY OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS. CASE STUDY

ABSTRACT

The quality of a service, such as university education, is difficult to measure because the perceptions and preferences of clients-users containing a high burden of subjectivity and the product (training) is shaped as a complex and multidimensional. Higher education institutions, there is concern to maintain and enhance the quality of teaching, research and generally all the services it provides.

However, studies show that very little work has been done on this topic especially regarding the measurement of service quality. This may be because of the lack of a conceptual structure for the predetermined quality management in education, the novelty of the subject or substantial differences in the characteristics of education compared with general service systems as defined by various authors .

This research work aims to show some results of how to perform the identification and analysis of internal variables that determine the quality supported by statistical tools, it can measure the impact of established variables affecting the quality of service currently offered by part in the University from the Faculty of Engineering and is perceived by students, teachers, managers and employees so that it is possible to generate alternatives for improvement of the institution

Keywords: Quality education, quality improvement, improvement, quality measurement

1. INTRODUCCIÓN

En los últimos años ha existido un firme interés por el tema de la calidad en la enseñanza universitaria desde el enfoque de la gestión así como desde la perspectiva académica, gracias al importante crecimiento experimentado por las instituciones universitarias en las últimas décadas. Como consecuencia de esto han surgido cuestionamientos en cuanto al incremento de las expectativas de la sociedad respecto a la actuación y servicios que ofrecen las universidades acompañado de una creciente competitividad de las instituciones y un aumento de las relaciones entre las mismas y muchas organizaciones públicas y privadas para ser reconocidas a nivel nacional e internacional.

Las universidades han identificado la importancia de seguir satisfaciendo las nuevas demandas y necesidades de los usuarios, debido a que la percepción de la calidad podrá convertirse en uno de los agentes de gran impacto al momento de elegir la institución de enseñanza por parte del alumno; es decir, sentirán la necesidad de prestar un servicio de calidad que les permita atraer a los alumnos y aumentar el éxito escolar. En la actualidad no solo basta que las universidades cumplan con sus funciones de instituciones generadoras y transmisoras de conocimiento e investigación, sino que también es preciso considerar la creación y ejecución de nuevas actividades, atendiendo nuevos usuarios acompañado de la aplicación de instrumentos y herramientas de evaluación y garantías de calidad que le permitan ser más competitivos y eficaces en el ámbito educativo.

2. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

La calidad en las universidades puede ser evaluada en función de los usuarios y agentes que participan en el proceso, en este caso estudiantes, docentes y cuerpo administrativo. La relación que se establece entre el cliente y el personal que presta el servicio, determina en gran medida si éste percibe satisfacciones, desea continuar el proceso de forma activa o por el contrario se desanima, o incluso renuncia a seguir.

Tradicionalmente en las universidades se ha considerado al docente como una de las personas que más influyen con sus expectativas en los estudiantes (Juanas y Rodríguez, 2004), por esta razón la prestación del servicio educativo los involucra directamente, reconociendo que son los recursos más importantes que poseen las instituciones de educación superior gracias a su labor en cuanto al alcance de los objetivos institucionales y facilitadores en el proceso de formación de los alumnos, de ahí que contribuya a la mejora de calidad en la enseñanza universitaria.

No obstante, la enseñanza educativa exige una estructura y metodología participativa en la que los alumnos actúen como socios activos en el proceso, y la influencia de las relaciones interpersonales, afectivas y emocionales; se convertirán en aspectos decisivos en la evaluación respecto a la calidad percibida, rendimiento y dedicación de las actividades e investigaciones que realicen.

Según la UNESCO, la calidad de las universidades es el referente más importante para juzgar el desarrollo de estas instituciones¹. Paradójicamente, la calidad de un servicio, como es la enseñanza universitaria, es difícil de medir debido a que las percepciones y preferencias de los clientes-usuarios contienen una carga importante de subjetividad y el producto (formación) se conforma como un proceso complejo y multidimensional.

Integrar la calidad de la enseñanza impartida, el desarrollo del cuerpo docente y la gestión del personal administrativo, son aspectos fundamentales en el desarrollo y competitividad de las universidades; esto sin olvidar que las percepciones y/o puntos de vista por parte de los profesores, estudiantes y cuerpo administrativo establecen un punto de partida al momento de evaluar y medir la calidad en la educación superior.

Sin embargo, los estudios realizados indican que se ha trabajado muy poco respecto a este tema especialmente lo concerniente a la medición de la calidad del servicio. Esto puede ser por la falta de una estructura conceptual preestablecida para la gestión de la calidad en la educación, a la novedad del tema o a las diferencias sustanciales en las características de la educación en comparación con los sistemas de servicios generales (Owlia y Aspinwall, 1996:162).

Podemos decir que el problema se puede resumir como: ¿Cuáles son las variables internas que afectan la calidad del servicio que ofrece la Universidad Tecnológica de Bolívar de manera que se puedan generar alternativas de mejora para aquellos factores que condicionan la calidad en la IES?

3. ALGUNAS CONSIDERACIONES SOBRE LA CALIDAD

El término calidad, en latín significa "cualidad, manera de ser", en otras palabras, permite juzgar su valor. Según Montilla (2003), las definiciones de calidad han sufrido un proceso evolutivo que va, desde aspectos puramente cuantitativos relacionados con la calidad técnica de un producto a través de procesos de manufactura, hasta un enfoque acorde con los requerimientos del cliente.

En cuanto a un producto o servicio, la calidad es la percepción que el cliente tiene del mismo, es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con dicho producto o servicio y la capacidad del mismo para satisfacer sus necesidades. Por tanto, debe definirse en el contexto que se esté considerando.

Garvin (1988) clasificó en cinco los enfoques de la definición de calidad: 1) enfoque trascendente, que coincide con la definición de calidad como excelencia; 2) enfoque basado en el producto, que define la calidad como las diferencias en la cantidad de algún atributo o característica que posee un producto; 3) enfoque basado en el cliente, similar a la definición de calidad en relación a las expectativas del cliente; 4) enfoque basado en la producción, que equivale a la definición de conformidad con las especificaciones, y 5) enfoque basado en el valor, que equivale a la definición de calidad como valor.

No obstante lo anterior, existe hoy en día un acuerdo universal en el sentido de que es el usuario y no el productor quien en último término decide si un producto o servicio tiene calidad. El cliente, la persona que usa o se beneficia de un producto o proceso, juega un papel clave en el mejoramiento de la calidad porque es él quien define en primer lugar la calidad.

De esta manera, las diversas perspectivas analizadas pueden enmarcarse dentro de una clasificación de calidad más general que distingue entre calidad objetiva y calidad percibida. La calidad objetiva procede de la medición y verificación de la superioridad técnica o excelencia de los productos y/o servicios. La interpretación objetiva de la calidad está basada en la idea que ésta es una cualidad que reside en el objeto y que, por tanto, es independiente del sujeto que la evalúa. Desde este punto de vista la calidad de un objeto dependerá de la cantidad de características o atributos que el objeto posea. La calidad objetiva es un concepto similar a lo que Garvin (1983) define como calidad basada en el producto y calidad basada en la producción.

¹ UNESCO - IESALC (Instituto de Educación Superior para América Latina y el Caribe) (2003). Observatorio de la Educación Superior de América Latina y el Caribe. Serie de Informes. *Propuestas para la discusión de la Ley de Educación Superior en Venezuela*. Abril .Caracas.

La calidad subjetiva se fundamenta en las evaluaciones de las personas, es “un alto nivel de abstracción más que un atributo específico de un producto” (Zeithaml, 1988:3). La calidad percibida es definida habitualmente como un juicio evaluativo global que realiza el cliente y en el que se refleja su actitud sobre la excelencia o superioridad del objeto con respecto a sus necesidades (Camisón y Bou, 2000).

3.1 LA CALIDAD TOTAL

La Calidad Total es el estadio más evolucionado dentro de las sucesivas transformaciones que ha sufrido el término Calidad a lo largo del tiempo. En un primer momento se habla de Control de Calidad, primera etapa en la Gestión de la Calidad que se basa en técnicas de inspección aplicadas a Producción. Posteriormente nace el Aseguramiento de la Calidad, fase que persigue garantizar un nivel continuo de la calidad del producto o servicio proporcionado. Finalmente se llega a lo que hoy en día se conoce como Calidad Total, un sistema de gestión empresarial íntimamente relacionado con el concepto de Mejora Continua y que incluye las dos fases anteriores (González, 2002).

Dean y Bowen (1994:394) consideran que el enfoque de la Calidad Total se puede definir mediante tres principios básicos, sobre los cuales se fundamenta explícita o implícitamente la gran mayoría de la bibliografía existente sobre el tema. Estos principios son la orientación al cliente, la mejora continua y el trabajo en equipo, los cuales están íntimamente relacionados entre sí.

La primera dimensión y más importante es la orientación al cliente, ya que es quien realmente valora y enjuicia la calidad. El enfoque de la Calidad Total consiste en ampliar el concepto de cliente externo (comprador final del producto) a cliente interno (empleado de la organización). En el seno de la organización, para cada empleado, la siguiente persona a la que se proporciona una parte del producto o servicio se considera como un cliente próximo. En otras palabras, la organización se estructura como un conjunto de relaciones cliente-proveedor y la satisfacción de las necesidades del cliente final está garantizada si en cada eslabón de la cadena se realiza el trabajo según las necesidades del cliente próximo. Por ello, los sistemas de calidad deben centrarse en todos aquellos aspectos que generan valor para el cliente.

La mejora continua consiste en la búsqueda de mejores métodos de trabajo y procesos organizacionales a partir de una revisión constante de los mismos con el fin de realizarlos cada vez mejor. Las mejoras se conciben de forma continua (sin fin) y con carácter incremental: la realización de un proceso va aumentando ya que, a medida que se lleva a cabo, los resultados se examinan y se introducen las modificaciones oportunas para la mejora. En definitiva, se trata de despertar un espíritu de superación a través de una cultura de cambio basada en la adaptación continua, puesto que este principio supone el fundamento de la filosofía conocida como kaizen, según la cual todo lo que rodea a los individuos, tanto en la vida laboral como en la personal, es susceptible de mejora (Imai, 1990).

La base del trabajo en equipo es el valor agregado que implica la colaboración entre los miembros del grupo. De este modo, el proceso de análisis y resolución de problemas se beneficia por la utilización de equipos o grupos de trabajo ya que las soluciones colectivas se suponen mejores, más creativas e involucran un compromiso mayor con las medidas y los resultados finales. El trabajo en equipo debe considerarse de tres formas: entre la alta dirección y los empleados (vertical), dentro de los grupos de trabajo y entre líneas funcionales (horizontal), y con proveedores y clientes (interorganizacional) (Lloréns, 1998).

En el seno de la organización, los equipos constituyen un aspecto clave para conseguir la participación e implicación del personal, superando diferencias jerárquicas y garantizando que se produzca la eliminación de las barreras entre departamentos, lo cual facilita la integración de funciones y actividades necesaria para la correcta implantación de la Calidad Total.

La filosofía de la Calidad Total proporciona una concepción global que fomenta la Mejora Continua en la organización y la participación de todos sus miembros, centrándose en la satisfacción tanto del cliente interno como del externo. En resumidas cuentas, es posible definir esta filosofía del siguiente modo: Gestión (el cuerpo directivo está totalmente comprometido) de la Calidad (los requerimientos del cliente son comprendidos y

asumidos exactamente) Total (todo miembro de la organización está involucrado, incluso el cliente y el proveedor, cuando esto sea posible) (González, 2002).

3.2 EQUIPOS PARA LA MEJORA DE LA CALIDAD

Para el éxito de un plan de calidad en cualquier organización, se hace necesario un alto grado de implicación de la dirección en el proceso que asegure un correcto enfoque hacia la Calidad Total y que involucre al conjunto de todas las personas y todos los procesos.

Un grupo de mejora es un equipo temporal formado por un número reducido de empleados que se constituye con objeto de identificar y analizar problemas concretos, así como para recomendar soluciones o propuestas de mejora que posteriormente se implantarán. Son grupos conformados por personas procedentes de varias funciones, puesto que en la realidad los problemas importantes y crónicos de la calidad se pueden presentar en cualquier departamento de la empresa.

Las siguientes son las principales características de los grupos de mejora (Juran, 1993):

- **Multidepartamental:** Se trata de grupos formados por miembros procedentes de varias funciones. En la realidad todos los problemas importantes y crónicos de la calidad son de ámbito departamental. Se dedican a analizar un tema vital importancia.
- **Los miembros son procedentes de varios departamentos:** En las organizaciones se desarrollan proyectos de todo tipo y en ellos deben participar las unidades de la organización que probablemente resulten afectadas por los cambios que producirán las mejoras que implante el grupo.
- **La selección de los miembros es obligatoria:** Para mantenerse competitivo en calidad y reducir los costes de baja calidad se requiere la participación de los miembros que son seleccionados en cada departamento. La participación ha de ser obligatoria.
- **Los miembros son fundamentalmente mandos intermedios y especialistas:** los miembros de los equipos deben conocer los detalles de los respectivos procesos, en este caso son supervisores de primera línea, especialistas profesionales y operarios.

El equipo es específico y se disuelve una vez se haya completado el proyecto.

A través de los grupos de mejora se pretende aprovechar los conocimientos prácticos y la experiencia cotidiana del personal para resolver problemas o para conseguir la mejora continua como factor de competitividad (Veciana, 1999), dado que los empleados directamente implicados en una tarea o proceso determinado tienen un conocimiento más preciso sobre el mismo que otras personas.

La introducción de un programa de grupos de mejora responde a una doble finalidad: por una parte, contribuir a la mejora de la calidad global y, por otra, brindar a los empleados la oportunidad de participar de forma creativa en la resolución de problemas relacionados con el trabajo así como en la implantación de sus propias soluciones.

4. CALIDAD DEL SERVICIO VS EDUCACIÓN

Los servicios son un tipo especial de producto. Un servicio es una actividad o conjunto de actividades de naturaleza intangible que se realiza a través de la interacción entre el cliente y el empleado y/o instalaciones físicas de servicio, con el objeto de satisfacerle un deseo o necesidad (INFOP, 2001).

Al evaluar bienes manufacturados, existen especificaciones definidas con respecto a las cuales la calidad del producto puede ser juzgada. En el sector de servicios este proceso no es sencillo ya que, con frecuencia, la naturaleza intangible de los servicios hace difícil a los consumidores determinar indicadores objetivos de la calidad del servicio que reciben. En general, entre los bienes y servicios hay diferencias en cuanto a su producción, consumo y evaluación.

Existen cuatro características que fundamentalmente distinguen los servicios de los bienes (manufacturados) y son:

- Intangibilidad: Que un servicio sea intangible significa que no se puede apreciar con los sentidos antes de ser adquirido. Los servicios no pueden ser valorados antes de su compra porque hasta ese momento no existen.
- Inseparabilidad. En la mayor parte de los servicios, su producción es inseparable de su consumo. El cliente forma parte del proceso y por tanto, sus interacciones con el prestatario influyen el resultado del servicio.
- Heterogeneidad. Otra de las características diferenciadoras es la heterogeneidad o la dificultad de su estandarización. El servicio puede variar de proveedor a proveedor, de cliente a cliente y de un día a otro. Esta característica afecta a la calidad de servicio, al encuentro de servicio y a la productividad.
- Carácter no almacenable. La última característica más usualmente argumentada por diversos autores es el carácter no almacenable de los servicios. Los servicios deben consumirse cuando son producidos, ya que no son inventariables ni se pueden guardar y las variaciones de la demanda pueden ser perjudiciales.

Dadas las características de los servicios, la evaluación de los mismos por parte de los clientes se dificulta. En la literatura sobre el tema, el modelo que goza de una mayor difusión es el denominado Modelo de las Deficiencias o Modelo de Gaps (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1985,1988, citados en Mendoza, 2003) en el que se define la calidad de servicio como una función de la discrepancia entre las expectativas de los consumidores sobre el servicio que van a recibir y sus percepciones sobre el servicio efectivamente prestado por la empresa. Esta diferencia entre el diseño y la prestación del servicio que realmente se ofrece, se debe a problemas de comunicación entre el cliente y el proveedor del servicio y también a la propia falta de armonía dentro de la organización (Pons, 2008).

La evaluación del cliente sobre la calidad del servicio está influenciada por la naturaleza de las expectativas y por las dimensiones de la calidad del servicio, como se puede ver en la figura 1.

Los deseos o expectativas de los clientes se ven influidas por cuatro factores clave que determinan lo que los clientes esperan de un servicio (Parasuraman et al., 1985). En primer lugar, existe un factor denominado comunicación boca a oído, y se refiere a lo que los usuarios escuchan de otros usuarios. En segundo lugar, las necesidades personales de cada cliente pueden condicionar sus expectativas, pero dependiendo de sus características y circunstancias individuales. Otro factor determinante de las expectativas de los clientes está dado por las experiencias que los mismos han tenido con el uso de un servicio. El último factor es la comunicación externa de los proveedores del servicio. Este concepto incluye una variedad de mensajes, tanto directos como indirectos, que las empresas de servicios dirigen a los clientes.

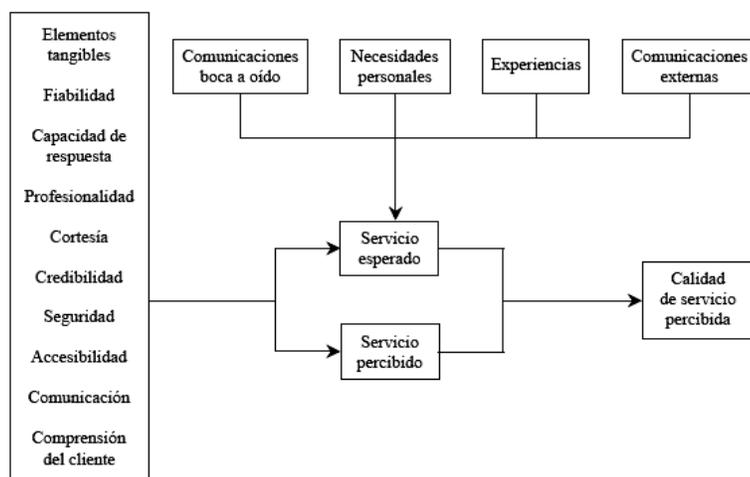


Figura 1 Evaluación del cliente sobre la calidad del servicio.
Fuente: Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993)

El Modelo de Gaps fue desarrollado con el propósito de analizar las causas y orígenes de los problemas de calidad del servicio y de diseñar acciones específicas orientadas a mejorar el nivel de calidad del servicio prestado. El modelo hace énfasis en la interrelación entre los clientes, los directivos y los empleados como el factor clave en la generación de un servicio de alta calidad.

Las deficiencias o la falta de calidad que perciben los clientes en los servicios se producen cuando no se igualan o exceden sus expectativas. La diferencia entre lo esperado y lo percibido por el cliente, es la suma de una serie de deficiencias parciales, según Parasuraman et al. (1985)

4.1. CALIDAD DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR

La Calidad de la Educación Superior ha sido abordada como eficacia interna de los sistemas e instituciones de educación universitaria, ésta aparece como reacción a la insuficiencia de los indicadores cuantitativos de eficacia y productividad y se vincula a las características, consideradas cualitativas, de los procesos y productos de la Universidad (Carr, 1993, citado en Montilla, 2003).

Sin embargo, dado que hoy la educación superior no sólo preocupa a los participantes en el proceso educativo (profesores, alumnos, directivos y gestores universitarios) y a los gobiernos y sus agencias, sino también a los empresarios y empleadores que consideran a las instituciones universitarias como centros de capacitación de profesionales de alto nivel y de producción de conocimiento y tecnología esenciales para mantener el ritmo de desarrollo económico, se ponen de manifiesto nuevas vinculaciones de la Calidad Universitaria con factores de costo-efectividad y costo-beneficio (Montilla, 2003).

El concepto de Calidad en la Educación Superior se relaciona con el concepto de excelencia ya que se considera de calidad una universidad que se distingue por algunas de sus características, como por ejemplo sus profesores, estudiantes, instalaciones, historia, fama, etc. Otro punto de vista acerca de la calidad es a través de la consideración de lo que se enseña en la institución, de cuál es su nivel docente, curriculum, sistema pedagógico o clima del campus, es decir, la calidad por el contenido. La acreditación de una universidad para otorgar títulos entra dentro del concepto de calidad como la conformidad con estándares establecidos.

La Calidad presentada a través de la satisfacción de los usuarios refleja la idea de que la calidad universitaria es una función del nivel en que se satisfacen las necesidades y expectativas de los usuarios, destinatarios o clientes, presentes y potenciales, de la institución universitaria.

En cuanto a las actividades institucionales que afectan a la calidad, Barnett (1992) considera que hay cuatro actividades que influyen en el aprendizaje del estudiante y su desarrollo educativo; éstas son: la calidad del método de enseñanza, del proceso de evaluación del alumno, la calidad de los cursos y del programa de desarrollo docente. Estas actividades son comunes a toda institución de educación superior y son elementos a evaluar en una revisión de la actuación institucional.

Varias de las iniciativas que se llevan a cabo con el fin de analizar y mejorar la Calidad Universitaria, por lo general parten del supuesto de que el enfoque general de Mejora de la Calidad en el ámbito empresarial (Calidad Total) es transferible a las actividades de la Universidad.

4.2 INVESTIGACIONES PREVIAS SOBRE CALIDAD VS EDUCACION SUPERIOR

Estudios anteriores sobre la calidad de la enseñanza en la universidad se han centrado particularmente en la labor del docente en el proceso de enseñanza-aprendizaje, entre estos Ramsden y Entwistle (1981). Sin embargo, estudios más recientes han buscado la valoración de los estudiantes de la calidad global de la educación universitaria incluyendo además el conjunto de servicios restantes que ofrece la institución, (Rowley, 1996; LeBlanc y Nguyen, 1997; Aldridge y Rowley, 1998). Investigaciones como la de Li y Kaye (1998) llegan a la conclusión de que el enfoque basado en las percepciones es superior al que utiliza la diferencia entre expectativas y percepciones (Modelo Gap) para medir la calidad de la docencia universitaria. También Camisón et al. (1999) obtienen evidencia sobre la mayor idoneidad de la escala basada exclusivamente en las percepciones en la medición de la calidad de servicio en la universidad pública.

En cambio, los resultados obtenidos por Bigné, Moliner, Vallet y Sánchez (1997), muestran que el instrumento que considera la diferencia entre las percepciones y las expectativas es más fiable para medir la calidad del servicio.

4.2.1 Evaluación de la Calidad de la Enseñanza Universitaria

Sin duda, el elemento del proceso educativo que más atención ha recibido en la educación universitaria es el de la evaluación de la enseñanza, puesto que la evaluación se ha considerado el principal instrumento para la mejora de la calidad de ésta. La evaluación se considera como un proceso que provoca la comprensión del proceso educativo, aporta datos, posibilidades interpretativas y favorece la reflexión institucional que conduce a decisiones participativas que atienden a los problemas educativos. La evaluación consiste en determinar en qué medida se han logrado los objetivos propuestos y se han utilizado los medios más adecuados para ello (Montilla, 2003).

Según Pérez y Salinas (1998), cualquier estudio de evaluación de la calidad universitaria tiene un doble objetivo: Permitir a la universidad conocer la calidad de sus actividades y definir planes estratégicos de actuación para mejorar sus actividades.

Ofrecer a sus financiadores (estudiantes y sus familias, empresas e instituciones interesadas en la educación superior y en la investigación, Administraciones Públicas) una información objetiva y fiable del nivel de calidad alcanzado por cada institución.

Las evaluaciones pueden ser clasificadas, según quien las realice, en dos tipos: evaluaciones internas y externas. La diferencia principal entre ellas radica en quién es el agente que lleva a cabo la evaluación: en el primer caso, los propios miembros de la institución (autoevaluación), mientras que en el segundo se trata de personas de una agencia especializada o de una comisión exterior. Actualmente son frecuentes las evaluaciones mixtas en las que se unen ambas perspectivas de modo que la evaluación de una institución es el resultado combinado de una autoevaluación y de una evaluación externa (Como es el caso de la Acreditación Institucional a la que aspira actualmente la Universidad Tecnológica de Bolívar).

En el contexto de la educación superior la práctica de la evaluación se ha realizado a través de diversas variantes:

Acreditación. Se trata de un proceso por el que un programa educativo o institución provee información sobre su actividad y logros a un comité externo que de forma independiente evalúa tal información en orden a emitir un juicio público o partir de unos estándares explicitados sobre el valor y calidad de la institución o programa.

Revisión de programas. La revisión de programas es un enfoque evaluativo que abarca a la totalidad de programas de una institución que pone generalmente el énfasis en los procesos como estrategia de mejora constante de la calidad.

Evaluación externa basada en los juicios de expertos (peer review). Este tipo de evaluación se ubica en el contexto bien de la petición propia de una universidad para el análisis de una o todas sus unidades académicas y de servicios, o bien por la imposición del propio sistema universitario.

Indicadores de rendimiento. Se trata de medidas objetivas, usualmente cuantitativas, de una institución o de todo un sistema de educación superior. Suministran información operativa sobre el funcionamiento de las instituciones y sobre su eficacia.

4.2.2 Enfoque o Gestión por Procesos

Un proceso es el conjunto de actividades interrelacionadas que secuencial o simultáneamente transforman un conjunto de entradas (inputs) en salidas (outputs), ya sean bienes o servicios, utilizando para ello recursos (físicos, capital, personal) e información.

Las actividades de cualquier organización pueden ser concebidas como integrantes de un proceso determinado. Desde este punto de vista, una organización cualquiera puede ser considerada como un sistema de procesos, más o menos relacionados entre sí, en los que buena parte de los inputs serán generados por proveedores internos, y

cuyos resultados irán frecuentemente dirigidos hacia clientes también internos. Esta situación hará que el ámbito y alcance de los procesos no sea homogéneo, debiendo ser definido en cada caso cuando se aborda desde una de las distintas estrategias propias de la Gestión por Procesos. Quiere esto decir que, a veces, no es tan evidente dónde se inicia y dónde finaliza un proceso, siendo necesario establecer una delimitación a efectos operativos, de dirección y control del proceso (Jiménez, n.d.).

Pons y Villa (2006) definen la Gestión por Procesos como “La diligencia en sistema, de variables organizacionales tales como estrategia, tecnología, estructura, cultura organizacional, estilo de dirección, métodos y herramientas, en interacción con el entorno, encaminada al logro de la efectividad, la eficacia y la adaptabilidad de los procesos, para ofrecer un valor agregado al cliente”.

El hecho de considerar las actividades agrupadas entre sí constituyendo procesos, permite a una organización centrar su atención sobre áreas de resultados que son importantes conocer y analizar para el control del conjunto de actividades y para conducir a la organización hacia la orientación de los resultados deseados.

Al poder ejercer un control continuo sobre los procesos individuales y sus vínculos dentro del sistema de procesos (incluyendo su combinación e interacción) se pueden conocer los resultados que obtienen cada uno de los procesos y cómo los mismos contribuyen al logro de los objetivos generales de la organización. A raíz del análisis de los resultados de los procesos (sus tendencias), se permite, además, centrar y priorizar las oportunidades de mejora (Arrieta y Romero, 2008).

La Gestión por Procesos y la Gestión Total de la Calidad son enfoques que muestran variados puntos de contacto como son los enfoques prospectivo, proactivo y hacia el cliente, la búsqueda a priori de la eficiencia, el constante mejoramiento, la educación y el crecimiento, la participación y el trabajo en equipo, entre otras características notables. En la Gestión Total de la Calidad, la conversión de objetivos en resultados se hace mediante los procesos de gestión, como secuencia de actividades que producen los resultados propuestos (“trilogía de Juran”: Planeación de la Calidad, Control de la Calidad y Mejora de la Calidad). Las normas ISO 9000: 2000 en particular y la bibliografía existente en general, acerca de la Gestión por Procesos y la Calidad, reconoce a éste como un enfoque que existe y actúa con independencia de los sistemas de gestión de la calidad y otros sistemas de gestión, pero que de tratarse en consecuencia es de gran utilidad para todos ellos (Villa, 2006).

En la teoría y la práctica se ha demostrado que para la consecución de los resultados deseados por una organización, es necesario mantener una alta calidad en los procesos, siendo esta condición en muchos casos poco lograda. Casi siempre, a falta de una gestión incorrecta, muchos se hacen obsoletos, dejan de agregar valor y de ser competitivos, no adaptándose a los cambios, muchas veces sin ser detectados. Es por esto que los enfoques anteriormente expuestos, empleados de forma conjunta y coordinada y aplicados en el área de la Enseñanza Universitaria, ofrecen la posibilidad de mejorar el servicio brindado al cliente (estudiante) y obtener resultados satisfactorios, no sólo para la organización, sino también para la sociedad en general.

5 CONCLUSIONES

Las Instituciones de Educación Superior no cuentan en la actualidad con procedimientos científicamente argumentados que permitan gestionar proactivamente la mejora de la calidad de sus procesos, lo cual dificulta la aplicación de metodologías con esta concepción.

Es necesario analizar propuestas metodológica que haga posible gestionar efectiva y eficazmente los procesos que inciden directamente en la mejora de la calidad institucional, lo cual requiere de una investigación profunda y un riesgo de las IES hacia la aplicación de herramientas teórica-prácticas no convencionales y definir claramente las condiciones concretas en donde van a ser aplicadas lo mismo que el tiempo de su aplicación.

En las instituciones de educación superior, existe la preocupación por mantener y aumentar la calidad de la docencia, de la investigación y en general la de todos los servicios que presta.

Sin embargo, los estudios realizados indican que se ha trabajado muy poco respecto a este tema especialmente lo concerniente a la medición de la calidad del servicio. Esto puede ser por la falta de una estructura conceptual preestablecida para la gestión de la calidad en la educación, a la novedad del tema o a las diferencias sustanciales

en las características de la educación en comparación con los sistemas de servicios generales como se puede revisar con la información analizada.

El presente trabajo de investigación da las pautas de cómo poder realizar la identificación y análisis de las variables internas que condicionan la calidad apoyado en herramientas estadísticas, se podrá medir el impacto de las variables establecidas que afectan la calidad del servicio que actualmente se ofrece por parte en la Universidad Tecnológica de Bolívar y que es percibida por estudiantes, docentes, directivos y grupo de control de manera que sea posible generar alternativas de mejora para de la institución

6 REFERENCIAS

- ALDRIDGE y J. ROWLEY (1998). "Measuring customer satisfaction in higher education", *Quality Assurance in Education*, 6(4), p. 197-204.
- ARRIETA, X. y ROMERO, A. (2008). Aplicación de un procedimiento para la Gestión del proceso de elaboración de embutidos en una microempresa del sector cárnico de la ciudad de Cartagena: ALIPROCAR. Tesis de grado. Universidad Tecnológica de Bolívar, Cartagena de Indias.
- BARNETT, R. (1992): *Improving Higher Education. Total Quality Care*. The Society for Research into Higher Education & Open University Press, Buckingham.
- BIGNÉ, J.E.; MOLINER, M.A.; VALLET, T.M. y J. SÁNCHEZ (1997). "Un estudio comparativo de los instrumentos de medición de la calidad de los servicios públicos", *Revista Española de Investigación de Marketing ESIC*, p. 33-52.
- CAMISÓN, C. y J.C. BOU (2000). "Calidad percibida de la empresa: desarrollo y validación de un instrumento de medida", *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 9(1), p. 9-24.
- CARR, W. (1993). *Calidad de la enseñanza e investigación-acción*, Sevilla: Díada 177
- DEAN Y BOWEN (1994) "Management Theory and Total Quality: Improving Research and Practice Through Theory Development". *Academy of Management Review*, 19 (3), 392-418
- GARVIN, D.A. (1983). "Quality on the line", *Harvard Business Review*, 61, p. 65-75.
- GARVIN, D.A. (1988). *Managing quality: The strategic and competitive edge*. John Wiley & Sons, New York.
- GONZALEZ, C. (2002, Julio 19). *Conceptos Generales de Calidad Total*. Extraído el 14 de Junio de 2009 desde <http://www.monografias.com/trabajos11/conge/conge.shtml>
- IMAI, M. (1990). *Mejorando la calidad: Kaizen*. Gestión y Control de Calidad, Valencia.
- INFOP. (2001, Noviembre). *Calidad Total en el Servicio al Cliente*. División de Acciones de Formativas, Departamento de Desarrollo Empresarial. Extraído el 14 de Junio de 2009 desde <http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/administracion/calidadserviciocliente.html>
- JIMÉNEZ, J.M. (n.d.). *Gestión de Proyectos: ¿Qué es un Proceso?* Extraído el 14 de Junio de 2009 desde http://www.gestionempresarial.info/VerItemProducto.asp?Id_Prod_Serv=28&Id_Sec=8
- JUANAS, A. Y RODRÍGUEZ, E. (2004). *Expectativas de alumnos de bachillerato entorno al profesor universitario*. Trabajo presentado en el VII Congreso Internacional de Psicología y Educación, Almería, España.
- JURÁN, J.M. (1993). *Manual de control de la calidad*. McGraw-Hill, Madrid. p. 22.26-22.27.
- LEBLANC, G. y N. NGUYEN (1997). "Searching for excellence in business education: An exploratory study of customer impressions of service quality", *International Journal of Educational Management*, 11(2), pp. 72-79.
- LI, R. y M. KAYE (1998). "A case study for comparing two service quality measurement approaches in the context of teaching in higher education", *Quality in Higher Education*, 4(2), p. 103-113.
- LLORENS, F.J. (1998). *Calidad Total en la gestión de los servicios financieros*, Editorial Universidad de Granada, Granada.
- MENDOZA AQUINO, J. (2003, Marzo 24). *Medición de la Calidad del servicio*. Extraído el 14 de Junio de 2009 desde <http://www.monografias.com/trabajos12/calser/calser.shtml>
- MONTILLA, I. (2003). *La Calidad de la Enseñanza Universitaria (Caso: Departamento De Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad De Los Andes – Núcleo Trujillo)*. Tesis Doctoral. Departamento de Pedagogía, Facultad de Ciencias de la educación y Psicología, Universitat Rovira I Virgili.

- OWLIA, M.S. y E.M. ASPINWALL (1996): "Quality in higher education: A survey", Total Quality Management, 7(4), p.161-171.
- PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V. y L.L. BERRY. (1985). "A conceptual model of service quality an its implications for future research", Journal of Marketing, 49, p. 41-50.
- PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V. y L.L. BERRY. (1988). "SERVQUAL a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality", Journal of Retailing, 64 (1), p. 12-40.
- PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V. y L.L. BERRY. (1993). "More on improving service quality measurement", Journal of Retailing, 69(1), p. 140-147.
- PÉREZ, C. y J. SALINAS (1998). "El uso de indicadores de gestión en la evaluación de la calidad universitaria", Hacienda Pública Española, núm. especial sobre Economía de la Educación, p. 157-167.
- PONS, R. y VILLA, E. (2006). Gestión por Procesos. Monografía. Universidad de Cienfuegos, Cienfuegos, Cuba.
- PONS, R. (2008). Notas de clase del curso Administración de la Producción y las Operaciones, Universidad Tecnológica de Bolívar, Cartagena de Indias.
- RAMSDEN, P.A. y N.J. ENTWISTLE (1981). "Effects of academic department on studenrs' approach to studying", British Journal of Educational Psychology, 51, p. 368-383.
- ROWLEY, J. (1996). "Measuring quality in higher education", Quality in Higher Education, 2(3), p. 237-255.
- VECIANA, J. (1999). Función directiva. Servicio de Publicaciones, Universidad Autónoma de Barcelona, Bellaterra (Barcelona).
- ZEITHAML, V. (1988). "Consumer perceptions of price, quality and value: a means-end model and synthesis of evidence", Journal of Marketing, 52, p.2-22.

Authorization and Disclaimer

Authors authorize LACCEI to publish the paper in the conference proceedings. Neither LACCEI nor the editors are responsible either for the content or for the implications of what is expressed in the paper.