

HACIA MODELOS DE CALIDAD DE SERVICIO ORIENTADOS AL CLIENTE EN LAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS: EL CASO DE LA UNIVERSITAT JAUME I

Camisón Zornoza, C.

Gil Edo, M.^a T.

Roca Puig, V.

Universitat Jaume I de Castellón

RESUMEN

Este artículo estudia la problemática de la medición de la calidad del servicio en las universidades públicas, en base a los modelos orientados hacia el cliente. Un estudio desarrollado sobre una muestra de 400 alumnos de la Universitat Jaume I ha permitido construir y contrastar empíricamente un constructo diseñado a tal efecto, siendo los resultados más sobresalientes la evidencia empírica sobre: (1) la mayor idoneidad del instrumento de medida de la calidad del servicio basado exclusivamente en percepciones, frente al instrumento que incorpora expresamente las expectativas; (2) la identificación de los atributos de la calidad específicos a las universidades, mediante un Análisis Factorial de Componentes Principales; (3) el grado de influencia relativa de los atributos sobre el nivel de calidad global percibido por los estudiantes, mediante un Análisis de Regresión; (4) los puntos de referencia básicos detectados a la hora de evaluar la calidad del servicio y las fortalezas y debilidades en este ámbito actualmente ofrecidos por la Universitat Jaume I; (5) cómo varían las prioridades de los estudiantes de esta universidad en su valoración de la calidad, en función de las variables: experiencia en la prestación de los servicios, y grado de implicación en el proceso de aprendizaje.

PALABRAS CLAVE: Gestión de la Calidad Total, Calidad de servicio, Medición de la calidad percibida, Servicio público.

INTRODUCCIÓN

Los cambios que se están produciendo a nivel mundial desde hace algún tiempo, tales como la globalización de la economía, la tendencia hacia el incremento de la competencia por parte de las empresas y la búsqueda de la excelencia organizativa, no han dejado al margen a la formación y más en concreto a la educación ofrecida en las universidades. En el próximo siglo, estas tendencias se acentuarán y configurarán nuevos focos de atención.

Burkhalter (1996), entre otros autores, reflexiona acerca de cómo las instituciones de enseñanza superior pueden alcanzar la excelencia en el nuevo milenio. 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. De esto se deduce que uno de los temas críticos a abordar y a profundizar en este tipo de instituciones, como medio para incrementar su competitividad, es la orientación al consumidor.

La creación de este impreciso e incipiente *mercado universitario* en el entorno español está íntimamente ligada al *principio de diferenciación universitaria*, circunscrito en el marco de la L.R.U. (Ley de Reforma Universitaria). Este modelo impele a introducir, por primera vez, el término de *ventaja competitiva* en el vocabulario de las instituciones académicas, aproximándose e incorporando una irrefutable orientación empresarial dentro del ámbito universitario.

Debido al nacimiento de este mercado universitario y a las demandas de la nueva economía global, los gestores en el sector universitario están buscando nuevos caminos de dirigir y mejorar la calidad de la enseñanza superior. Para ello, deben conocer la valoración de la calidad de servicio que se presta y sumergirse en un proceso de mejora continua que les permita estar siempre abiertos a nuevas maneras de trabajar, más adecuadas y acordes con los tiempos que corren.

Sin embargo, De Val (1995; p. 531) sostiene que uno de los puntos débiles de la universidad pública española es la falta de orientación hacia el cliente del servicio. Para esta investigadora la universidad no sólo debe tener por objetivo otorgar un determinado grado académico, sino debe encaminarse hacia el logro de la calidad en la docencia, la investigación y en general la calidad de todos los servicios que presta.

En este contexto, en el cual es indispensable la orientación al mercado de la universidad, la siguiente reflexión que nos debemos plantear es la delimitación de los clientes, usuarios o consumidores de sus servicios. Sobre este tema existe en la actualidad un debate abierto, pero parece que se pueda afirmar que los clientes de las universidades se pueden catalogar en: los alumnos como clientes directos y principales (Sallis, 1993; Hittman, 1993; Owlia y Aspinwall, 1996), y como clientes indirectos, las organizaciones en donde estos alumnos se incorporarán una vez finalizados sus estudios o a quienes se dirigen las investigaciones que se realizan y, en un sentido más amplio, la sociedad en general¹.

El interés de la cuestión ha sido realzado por la puesta en marcha del Plan Nacional de Evaluación de Calidad de las Universidades, que está propiciando el diseño y desarrollo de significativos proyectos de mejora, con signos visibles tan relevantes como la creación de Vicerrectorados de Calidad. Tampoco es cuestión a minusvalorar, la consabida polémica sobre quiénes son los que, en última instancia, determinan la calidad en la universidad: el Ministerio de Educación y Cultura (o los respectivos departamentos autonómicos), los profesores o los estudiantes.

Pese a la relevancia en la actualidad de este tema, la literatura centrada en calidad indica que poco se ha hecho hasta el momento en el apartado dedicado a calidad en las universidades, y más en concreto, en lo que se refiere a la medida de la calidad de servicio percibida por los estudiantes. Esto puede deberse a la falta de una estructura conceptual consensuada para la gestión de la calidad en la universidad, a la novedad del tema o a las diferencias sustanciales en las características de la educación en oposición con los sistemas de servicios generales (Owlia y Aspinwall, 1996; p. 162).

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Este trabajo pretende profundizar en la problemática de la medición de la calidad del servicio prestado por las instituciones de enseñanza superior, en particular por las universidades públicas.

Para ello se procede, en primer lugar, a una revisión del estado del arte en gestión de calidad, haciendo especial énfasis en las experiencias que se han desarrollado en este campo en las universidades. Posteriormente, partiendo de los instrumentos clásicos para la medida de la calidad de servicio contenidos en la literatura, se diseñará un nuevo constructo fiable y específico que permita aproximarse a la idiosincrasia de la universidad pública y de sus clientes, sirviendo como instrumento de medida de: (1) la calidad del servicio percibido por los estu-

diantes como clientes directos; (2) los atributos o dimensiones de la calidad específicos a la universidad, y su grado de influencia relativa sobre el nivel de calidad global percibido; (3) la influencia de las variables "experiencia adquirida" en la utilización del servicio y "resultados académicos" (como indicador de la implicación en la prestación del servicio por parte de los alumnos) sobre la percepción de la calidad del servicio en la universidad pública por los estudiantes; (4) adicionalmente, la identificación de los puntos fuertes y débiles en la prestación del servicio y la valoración del estado actual en el nivel de calidad, referido al caso de la Universitat Jaume I.

LA GESTIÓN DE LA CALIDAD TOTAL EN LAS UNIVERSIDADES

Las presiones competitivas a las que están sometidas las organizaciones actuales de toda índole hacen que éstas deban ser sensibles al concepto de calidad (Camisón, 1998b). El objetivo de la Gestión de la Calidad Total (GCT) (Crosby, 1979; Feigenbaum, 1983; Deming, 1989; Juran y Gryna, 1993; Ishikawa, 1994; Camisón, 1999a) en cualquier organización es satisfacer las necesidades del cliente, siendo la clave de su implantación la comprensión de las necesidades de esos clientes. La mayoría de las investigaciones llevadas a cabo en GCT se han orientado hacia las empresas industriales y las empresas de servicios comerciales en general. En lo referente al entorno universitario Constable (1993; p. 460), basándose en una experiencia práctica, afirma que dicho entorno no es tan distinto al de los servicios comerciales.

Algunos autores como Bemowski (1991) ya reconocen explícitamente la obligación ineludible por parte de las instituciones académicas de aplicar un sistema de GCT como medio para sobrevivir en un futuro. De ahí que en la actualidad estén emergiendo una serie de estudios que intentan adaptar dichos conceptos de la GCT tradicional, a campos como el de la educación superior, sobre todo desde finales de la década de los ochenta (Sallis, 1993).

En los niveles inferiores del sistema educativo han aparecido gran cantidad de investigaciones² (Bender, 1994; Smialek, 1995; Weller, 1996; Cummings y Lunsford, 1996) en las que se resalta la idoneidad de aplicar la orientación de GCT en las instituciones educativas, como modelo más apropiado de administrar las escuelas e institutos.

Si nos centramos en el nivel universitario podemos destacar una serie de estudios (Helms y Key, 1994; Shargel, 1994; Burgar, 1994; Leigh, 1995; Ensby y Mahmoodi, 1997) que se han centrado en la aplicación de la filosofía de la GCT y/o de algunas de sus técnicas de mejora de la calidad (diagrama causa-efecto, análisis de Pareto, etc.) en la mejora de la enseñanza en la clase, es decir, didácticas especializadas o metodologías de enseñanza en general, entendiendo por ello todos aquellos aspectos relacionados con un adecuado aprendizaje de los alumnos. Sin embargo, nuestro propósito radica en el análisis de la gestión de la calidad a nivel global, como ya se comentaba en el punto 2 de este artículo.

En este sentido, existe una reciente pero cada vez más nutrida representación de estudios teóricos y empíricos que tienen como centro de análisis la introducción de un sistema de mejora de la calidad en la universidad. En educación superior cohabitan las experiencias en GCT que se han centrado sobre todo en las tareas de corte administrativo (Horine, Hailey y Rubach, 1993; Coate, 1993; Morris y Haigh, 1996), con los estudios de la GCT para analizar las fases que componen los procesos educativos (Divoky y Taylor, 1996). Un estudio más amplio sobre la idoneidad del método de la GCT en varios ámbitos de la institución académica es el de Owlia y Aspinwall (1996). De sus investigaciones estos autores concluyen que el esquema de la GCT tiene aplicabilidad al campo de la enseñanza superior, según las opiniones

vertidas por una escogida muestra de expertos en calidad miembros de la universidad. Lozier y Teeter (1996) recogen diversas experiencias de aplicación de la GCT y de los procesos de mejora continua, de varias universidades americanas que aplican los planteamientos del modelo, así como también están inmersas en procesos de mejora continua, tanto a nivel administrativo como a nivel docente, reafirmando las bondades de este método para convertir a estas instituciones en unas organizaciones excelentes. Por último, Schargel (1996) también reconoce la adecuación de la aplicación del modelo de la GCT en la educación pública, viéndola como su posible salvación, y describe una experiencia positiva de implantación del modelo.

No obstante, la literatura centrada en calidad parece advertir que aún estamos en la "etapa de incertidumbre"³ en el apartado de la gestión de calidad en las universidades, y particularmente, en lo que se refiere al sondeo de los requerimientos de sus clientes (Navaratnam, 1994; p. 225).

LA MEDICIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA UNIVERSIDAD

Retomando la finalidad de la GCT (satisfacer las necesidades de los clientes) debemos delimitar qué entendemos por clientes. En esta investigación cuando hablemos de clientes nos referiremos a los estudiantes de las universidades que sean objeto de análisis⁴. Por lo tanto, es de esos estudiantes, de los que requeriremos un conocimiento de sus necesidades y del nivel de calidad percibido en la prestación de los servicios como punto de partida en un proceso de formulación e implantación de la GCT.

Los elementos diferenciadores de los servicios⁵ frente a los bienes constituyen la fuente de especiales dificultades para la medición de la calidad en ese sector en concreto. A las características genéricas de los servicios hay que añadirles las propias de las universidades públicas como servicios públicos administrativos, a saber, diversidad de servicios prestados, interés público, finalidad no lucrativa e independencia relativa frente al mercado⁶. Esto hace que la medición de la calidad en la universidad presente una problemática específica. No obstante, se debería seguir entendiendo a esta institución como una entidad prestadora de servicios orientada hacia el mercado, atendiendo y anticipándose a las necesidades de los clientes (IVAP, 1994; MAP, 1995), por dos motivos esenciales: el interés colectivo debe observar a su vez los principios de continuidad y de adaptación (Martín Armario, 1993), y el prominente surgimiento de un mercado educativo.

Miquel *et al.* (1995) expresan la necesidad de determinar la calidad de un servicio público administrativo basándose no sólo en indicadores objetivos (elemento formal), como se ha venido realizando tradicionalmente, sino también subjetivos (análisis de la calidad percibida por el cliente). Para estos autores la eficacia de las administraciones públicas es un término complicado que posee, al menos, dos dimensiones: la interna y la externa. Además de los tradicionales mecanismos de medición de eficacia interna (coste de recursos utilizados para alcanzar cierta calidad percibida), un enfoque integrador de la productividad requiere una medición externa de la misma, que refleje la satisfacción del cliente y la calidad percibida (eficacia externa). Esta consideración de la calidad de servicio está basada en las expectativas subjetivas del cliente, las cuales constituyen una de las claves para comprender el nuevo modelo de gestión denominado calidad de servicios.

Desde esta perspectiva externa, la medición de la calidad de servicio ha sido abordada básicamente a través de dos modelos distintos:

- El Modelo de la Imagen de Grönroos (1982, 1994), que se encarga de relacionar la calidad con la imagen corporativa, ya que dicha imagen puede determinar aquello que se espera del servicio prestado por una organización. El modelo plantea que la calidad total percibida por los clientes es la integración de la calidad técnica⁷ (qué se da), la calidad funcional⁸ (cómo se da) y la imagen corporativa. Por lo tanto, Grönroos piensa que la imagen es un elemento más a tener en cuenta para medir la calidad.
- El Modelo de los Gaps o Deficiencias. Uno de los trabajos pioneros sobre la medición de la calidad de servicio es el modelo de los gaps o deficiencias desarrollado por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985, 1988, 1990, 1994), Zeithaml, Parasuraman y Berry (1985, 1993) y Zeithaml, Berry y Parasuraman (1988, 1996). Estos investigadores proponen un instrumento denominado SERVQUAL para medir las expectativas así como las percepciones de los clientes en relación al servicio prestado, a través de 22 ítems que recogen los criterios, dimensiones o factores de un servicio comercial: *tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía*. Para ellos la calidad de servicio se mide como diferencia entre las percepciones (P) y las expectativas (E), es decir, P-E.

El SERVQUAL se ha aplicado a un amplio espectro de servicios tanto de organizaciones privadas (Carman, 1990; Saleh y Ryan, 1991; Babakus y Boller, 1992; Bouman y Van der Wiele, 1992; Candlin y Day, 1993) como a -un limitado número de- organizaciones no lucrativas y servicios públicos (Miller y Miller, 1991; Babakus y Mangold, 1992; Vandamme y Leunis, 1993; Walbridge y Delene, 1993; Scott y Shieff, 1993; Wisniewski y Donnelly, 1996).

Otro instrumento utilizado para medir la calidad del servicio es el SERVPERF desarrollado por Cronin y Taylor (1992, 1994). Según este modelo la calidad de un servicio debe ser medida como un resultado, es decir, sólo a través de la actuación (percepciones) y no comparando las expectativas con la actuación. Aunque utilizan el mismo cuestionario de 22 ítems desarrollado por Parasuraman, Zeithaml y Berry (sin la primera parte de las expectativas), concluyen que el instrumento de medida que define la calidad del servicio en un sector puede diferir del de otro. Para estos autores se hace indispensable estudiar cada caso para diseñar un instrumento particularizado tomando como punto de arranque los modelos existentes en la literatura.

Por su parte, Teas (1993) también pone en tela de juicio la utilidad del SERVQUAL y sobre todo la diferencia P-E. Piensa que la definición de las expectativas puede acarrear problemas en el SERVQUAL y por ello propone sus propios instrumentos de medida, donde debería compararse la percepción con el punto ideal (P-I), donde I representa la expectativa ideal de la calidad de servicio. Este autor que no comulga con los planteamientos de Parasuraman, Zeithaml y Berry, al introducir el concepto de punto ideal sigue viendo necesario a la hora de medir la calidad de servicio considerar por un lado las percepciones y por otro las expectativas concretadas en el punto ideal, y consiguientemente, sigue proponiendo un modelo sustractivo.

Aunque se reconoce que en la evaluación de la calidad del servicio recibido por parte de los consumidores es fundamental el papel que desempeñan las expectativas, como se puede deducir de los párrafos anteriores, el debate sobre si es necesario o no que se valoren explícitamente las expectativas para medir la calidad de servicio sigue sin resolverse.

Por otro lado, la cuestión de cómo se forman las expectativas es vital para la prestación de un servicio de calidad. Uno de los factores identificados como determinantes en la formación de las expectativas ha sido la experiencia adquirida en la prestación de ese servicio por parte de los clientes. Así pues, diferentes autores (Beddowes *et al.*, 1987; Johnston, 1988; Nash, 1988) introducen esta dimensión explícitamente en sus estudios sobre la calidad de los servicios, sugiriendo la diferenciación entre varias etapas en las que la experiencia acumulada en cada una de ellas conforma nuevas expectativas para la siguiente. Por lo tanto, esa variable puede afectar a la valoración de la calidad del servicio. San Emeterio, Polanco y Trespalacios, (1995; p. 433) confirman asimismo la hipótesis secuencial en la formación de la percepción de la calidad de un servicio, argumentando que: "en el caso concreto de las empresas e instituciones públicas de servicios la complejidad del objeto de intercambio juega a favor de un supuesto de percepción secuencial, en tanto en cuanto que la prestación del servicio no suele producirse de forma instantánea, si no que atraviesa una serie de etapas más o menos dilatadas en el tiempo a lo largo de las cuales la percepción que el usuario tiene de la calidad del servicio prestado podrá ir modificándose o bien reafirmandose".

Otro de los elementos identificados como determinantes en la prestación de un servicio, y que por tanto influirá en el nivel de su calidad, es el grado de implicación de los clientes, (Eiglier y Langeard, 1989). Los estudiantes no sólo son usuarios del servicio, sino que también participan de forma activa en su producción. Diversos estudios (Bitner, 1992; Borja, 1993; Maqueda y Llaguno, 1995) han analizado las dimensiones de la participación, intentando entender el ansia de unos o la pasividad de otros en los momentos de la verdad; entre otras, podemos destacar el control de la situación del servicio, el tiempo transcurrido en la prestación, el esfuerzo (intelectual o físico), o el riesgo percibido.

Como estudio especializado en el tema de la calidad de servicio prestado en las universidades a nivel español, cabe destacar el estudio empírico realizado por Rodríguez del Bosque, Vázquez y Trespalacios (1995) entre los alumnos de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Oviedo. En él, se resaltan tres factores en la calidad educativa: (1) enseñanza (buen profesorado, trato al alumno, preocupación por la enseñanza, calidad de enseñanza y trato personal al alumno); (2) recursos (hemeroteca, biblioteca e informática); (3) institucional (actividades culturales y medios modernos de enseñanza). Es de destacar que precisamente las variables incluidas en el factor 1 (enseñanza) son las que más discriminan a la hora de realizar el estudio descriptivo en términos desagregados, y que las incluidas en el factor 2 (recursos) son las que presentan una opinión más homogénea, tanto en la desagregación por cursos como por licenciaturas.

METODOLOGÍA Y DESARROLLO DEL ESTUDIO EMPÍRICO

Análisis cualitativo

A pesar de que pueden existir algunos atributos de calidad que pueden ser comunes y generales para gran cantidad de servicios, algunos de ellos únicamente podrán aplicarse a unos determinados tipos de servicios, por lo que es importante que cada organización identifique todas sus dimensiones de calidad para asegurarse que comprende la definición de calidad de su producto o servicio. Por consiguiente, consideramos oportuno el desarrollo de una primera etapa de carácter cualitativo, que nos permitiese detectar aquellos aspectos que desde el punto de vista del usuario del servicio delimitaran lo que se entendía por calidad de servicio en la universidad. Por lo tanto, no se aplicará de una forma directa ninguno de los instrumentos o

escalas clásicas dentro de la medición de los servicios, sino que se ha optado por una adecuación de las mismas.

Se recurrió para ello a la técnica cualitativa de las dinámicas de grupo, las cuales estuvieron integradas por estudiantes de la Universitat Jaume I. Se solicitó a los alumnos que describiesen y anotasen individualmente aspectos o actuaciones positivas y negativas del servicio prestado por la universidad, que les hubiesen afectado en el pasado. Con esto se pretendía fomentar un punto de reflexión que precediera a la fase de debate y de puesta en común de las distintas aportaciones particulares. El siguiente paso fue agrupar esos aspectos y/o actuaciones similares entre sí, en artículos de satisfacción⁹ (Hayes, 1995).

Análisis cuantitativo

En esta etapa de la investigación, se trató de confeccionar un cuestionario a partir de las conclusiones extraídas en la fase anterior y de la revisión de la literatura de calidad de servicio efectuada. Este cuestionario se aplicó a una muestra de estudiantes estadísticamente significativa para obtener conclusiones que permitieran alcanzar los objetivos marcados en el trabajo.

1. Diseño y preparación del cuestionario

La encuesta se estructuró en dos secciones claramente diferenciadas. Primeramente se preguntaba a los estudiantes sobre las expectativas de la calidad de servicio que desearían/esperarían recibir en una universidad *excelente* (Var3-Var39), para posteriormente evaluar el nivel de calidad de servicio realmente recibido en la Universitat Jaume I (Var44-Var86).

A su vez, estas secciones estaban divididas en cuatro partes que los investigadores consideraron oportunas, siguiendo los planteamientos de Grönroos (1994). En la *parte 1* se incluyó el servicio básico o esencial, llevado a cabo por el personal docente¹⁰; en la *parte 2*, los servicios accesorios o facilitadores llevados a cabo por el personal de servicios, y en la *parte 4* los servicios de apoyo. Complementariamente, en la *parte 3*, se añadieron aquellos sistemas o procesos internos de la universidad considerados relevantes (tabla 1).

Finalmente, procedimos a la redacción de las afirmaciones del cuestionario compuestas por: a) los 22 ítems del SERVQUAL adaptados al ámbito universitario; b) siguiendo a Grönroos, se introdujo la imagen de una organización como un aspecto a tener en consideración en el cuestionario, disponiéndose para ello un ítem que valorase el prestigio de la Universitat Jaume I (Var1); c) una serie de ítems específicos de la calidad de servicio universitario inspirados en las dinámicas de grupo.

Las afirmaciones iban acompañadas de una escala Likert de 7 puntos siendo 1 *totalmente en desacuerdo* y 7 *totalmente de acuerdo*.

La participación o implicación de los estudiantes en el servicio prestado, el cual lo precisamos a través del esfuerzo intelectual desarrollado por los mismos, se concretó en un ítem en el que los propios alumnos valoraban su rendimiento académico obtenido hasta ese momento en la universidad. El rendimiento académico obtenido por los universitarios se consideró reflejo de su esfuerzo intelectual.

Tabla 1. Estructura del cuestionario.

PARTE	NUMERACIÓN PREGUNTAS	DESCRIPCIÓN DE LAS PREGUNTAS
1	Var3-Var13	Valoración de diversas características del profesorado de una universidad excelente (E).
	Var44-Var54	Valoración de diversas características del profesorado de esta universidad (P).
2	Var14-Var24	Valoración de diversas características del personal de servicios de una universidad excelente (E).
	Var57-Var67	Valoración de diversas características del personal de servicios de esta universidad (P).
	Var25-Var35	Valoración de aspectos genéricos de una universidad excelente (E).
3	Var70-Var80	Valoración de aspectos genéricos de esta universidad (P).
	Var36-Var39	Valoración de otros servicios prestados en una universidad excelente (E).
4	Var83-Var86	Valoración de otros servicios prestados en esta universidad (P).

Tabla 2. Ítems que componen el cuestionario para evaluar el nivel de calidad de servicio percibido.

Var1	Imagen de la Universitat Jaume I
Var44	Los profesores de esta Universidad tienen una apariencia aseada
Var45	Los profesores de esta Universidad son siempre amables con usted
Var46	Los profesores de esta Universidad le dan una atención personalizada
Var47	La comunicación profesor/estudiante en esta Universidad es fluida y espontánea
Var48	Los profesores de esta Universidad explican con claridad y precisión los conceptos
Var49	El comportamiento de los profesores de esta Universidad le transmite confianza y seguridad
Var50	Los profesores de esta Universidad, cuando usted tiene un problema, muestran un sincero interés por solucionarlo
Var51	Los profesores de esta Universidad tienen conocimientos suficientes para contestar a cualquier pregunta que se les hace
Var52	Los profesores de esta Universidad nunca están demasiado ocupados para responder a sus preguntas
Var53	Los profesores de esta Universidad comprenden sus necesidades particulares
Var54	Los profesores de esta Universidad siempre están dispuestos a ayudarle esforzándose por satisfacer esas necesidades
Var57	El personal de servicios de esta Universidad tiene una apariencia aseada
Var58	El personal de servicios de esta Universidad es siempre amable con usted
Var59	El personal de servicios de esta Universidad le da una atención personalizada
Var60	El personal de servicios de esta Universidad le informa con precisión de cuándo concluirá cada servicio
Var61	El personal de servicios de esta Universidad le sirve con rapidez y agilidad
Var62	El comportamiento del personal de servicios de esta Universidad le transmite confianza y seguridad
Var63	El personal de servicios de esta Universidad, cuando usted tiene un problema, muestra un sincero interés por solucionarlo
Var64	El personal de servicios de esta Universidad tiene conocimientos suficientes para contestar a cualquier pregunta que se les hace
Var65	El personal de servicios de esta Universidad nunca está demasiado ocupado para responder a sus preguntas
Var66	El personal de servicios de esta Universidad comprende sus necesidades particulares
Var67	El personal de servicios de esta Universidad siempre está dispuesto a ayudarle esforzándose por satisfacer esas necesidades

Var70	El equipamiento de esta Universidad tiene apariencia de ser moderno
Var71	Las instalaciones físicas de esta Universidad son visualmente atractivas
Var72	Esta Universidad tiene una apariencia de limpieza y orden
Var73	Las asignaturas del plan de estudios de esta Universidad son las adecuadas para sus futuros intereses
Var74	Esta Universidad tiene horarios adecuados a sus necesidades
Var76	El sistema de evaluación del alumno adoptado en esta Universidad es el adecuado
Var77	El sistema de matriculación en esta Universidad es el apropiado
Var78	Existe facilidad de acceso a los distintos servicios/actividades prestados por esta Universidad
Var79	Le resulta fácil obtener todo tipo de información
Var80	En esta Universidad los trámites administrativos son simples
Var83	En esta Universidad el servicio de bar/cafetería es el adecuado
Var84	En esta Universidad el servicio de reprografía es el apropiado
Var85	En esta Universidad el servicio de autobuses es el adecuado
Var86	La amplitud de la oferta de actividades extraescolares en esta Universidad es la adecuada a sus necesidades

En cada una de las cuatro partes sobre calidad de servicio realmente percibido, se demandaba al final, el nivel de calidad parcial para ese bloque de preguntas. Se introdujo para concluir el cuestionario un ítem sobre valoración global de la calidad en la prestación de los servicios de la universidad.

El modelo final de la encuesta (tabla 2) se entregó para su validación o pretest a una serie de estudiantes para contrastar que tanto los términos en los que estaba redactada la misma, como el significado de cada una de las preguntas, no diese lugar a ninguna confusión o mala interpretación.

2. Definición general de la población y de la unidad muestral

La población a analizar fueron los alumnos matriculados en la Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas de la Universitat Jaume I.

En dicha Facultad se imparten las titulaciones de Licenciatura en Derecho, Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas (ADEM), Diplomatura en Relaciones Laborales (RR.LL) y Diplomatura en Ciencias Empresariales (CC.EE)¹¹.

Se eligieron para el estudio cuantitativo alumnos matriculados en los distintos cursos académicos de cada titulación, teniendo explícitamente en cuenta la hipótesis secuencial en la formación de las expectativas de calidad de servicio definida para la universidad pública. La población finita alcanzó entonces los 4.492 individuos, con la distribución señalada en la tabla 3.

El método de muestreo empleado es el muestreo estratificado. El reparto de la muestra entre los diferentes estratos se ha realizado mediante *afijación proporcional* o división de la muestra en partes proporcionales a la población de cada estrato por titulaciones y cursos académicos. La distribución de la muestra está recogida también en la tabla 3.

Tabla 3. Distribución de la población y de la muestra objetos de estudio.

	Primer curso	Segundo curso	Tercer curso	Cuarto curso	Total
POBLACIÓN*					
ADEM	151	142	188	187	668
CC.EE	338	388	595	--	1321
RR.LL	299	320	465	--	1084
Derecho	321	297	299	502	1419
TOTAL	1109	1147	1547	689	4492
MUESTRA					
ADEM	13	13	17	17	60
CC.EE	30	34	54	--	118
RR.LL	27	28	42	--	97
DERECHO	29	27	26	43	125
TOTAL	99	102	139	60	400

* Datos a noviembre de 1.995 facilitados por la secretaría de estudiantes de la Universitat Jaume I.

La ficha técnica de la investigación empírica se puede ver en la tabla 4.

Tabla 4. Ficha técnica de la investigación empírica.

UNIVERSO DE MEDIDA Y ÁMBITO	4492 alumnos matriculados en la Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas de la Universitat Jaume I de Castellón, en las distintas titulaciones y cursos académicos impartidos (Licenciatura en Derecho, Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas, Diplomatura en Relaciones Laborales y Diplomatura en Ciencias Empresariales).
TAMAÑO DE LA MUESTRA	400 personas.
ERROR MUESTRAL	± 4,67%.
NIVEL DE CONFIANZA	95% para el caso más desfavorable ($p=q=50\%$).
PROCEDIMIENTO DE MUESTREO	Muestreo aleatorio estratificado según una afijación proporcional por titulaciones y cursos académicos.
ENTREVISTA	Personal mediante cuestionario estructurado.
FECHA DEL TRABAJO DE CAMPO	Abril de 1996.

RESULTADOS

Análisis factorial¹²

Para alcanzar el primero de los objetivos planteados, tratar de detectar qué escala de medida tiene mayor capacidad de explicación sobre la calidad global de la universidad pública, bien el instrumento basado sólo en percepciones (P) o bien el instrumento que explicita las expectativas (P-E), se efectuó un Análisis Factorial de Componentes Principales tomando en consideración por una parte sólo P y por otra P-E. El análisis factorial fue *exploratorio*, es decir, no se conocía el número de factores que representaban a las variables ni tampoco qué variables cargaban sobre qué factores (Cuadras, 1991).

Los indicadores de validez del método seleccionado han ofrecido resultados adecuados, por lo que la técnica utilizada se considera apropiada para explicar el comportamiento de las variables incluidas en el estudio. En la tabla 5 se pueden observar los indicadores de validez del método multivariante en cada caso.

Tabla 5. Indicadores de validez de los Análisis Factoriales de Componentes Principales realizados en el estudio.

P-E		P	
Determinante.....	0,0000000	Determinante.....	0,0000000
Índice Kaiser-Meyer-Olkin.....	0,9257	Índice Kaiser-Meyer-Olkin.....	0,9327
Test de esfericidad de Bartlett.....	7461,7596	Test de esfericidad de Bartlett.....	8414,2490
α	0,00000	α	0,00000

Para determinar el número de factores a utilizar en la interpretación de los resultados se adoptó, en ambos casos, el criterio de conservar sólo aquellos factores o dimensiones principales cuyos valores propios fueran mayores que la unidad. Las dos escalas de medida coinciden en la extracción de 7 factores, aunque se puede observar (tablas 6 y 7) que el porcentaje de la varianza explicada acumulada es menor en la escala de medición P-E (61.7%) que en la P (64.1%), por lo que en la primera opción se desecha una mayor información en la formación factorial.

Tabla 6. Factores identificados en el Análisis Factorial de Componentes Principales (P).

COMUNALIDAD	FACTORES	VALORES PROPIOS	% V. EXPLICADA	% V. ACUMULADA
1,00000	1	12,73620	34,4	34,4
1,00000	2	3,31553	9,0	43,4
1,00000	3	2,48327	6,7	50,1
1,00000	4	1,94641	5,3	55,4
1,00000	5	1,13353	3,1	58,4
1,00000	6	1,06592	2,9	61,3
1,00000	7	1,02099	2,8	64,1

Tabla 7. Factores identificados en el Análisis Factorial de Componentes Principales (P-E).

COMUNALIDAD	FACTORES	VALORES PROPIOS	% V. EXPLICADA	% V. ACUMULADA
1,00000	1	11,65274	31,5	31,5
1,00000	2	3,25108	8,8	40,3
1,00000	3	2,50685	6,8	47,1
1,00000	4	2,00037	5,4	52,5
1,00000	5	1,22168	3,3	55,8
1,00000	6	1,15390	3,1	58,9
1,00000	7	1,04767	2,8	61,7

No obstante, como la simple utilización del análisis factorial exploratorio no siempre proporciona factores fácilmente interpretables se realizó un análisis factorial confirmatorio a fin de verificar si las dimensiones de calidad de servicio previsibles se cumplen (validez de criterio). Asimismo, se comprobó la validez de constructo de la escala mediante el cálculo del coeficiente de correlación (0,7180) entre la calidad global percibida y la satisfacción global¹³.

Para facilitar la interpretación se realizó una rotación ortogonal varimax que no afectó a la bondad del ajuste de la solución factorial. En esta interpretación factorial, el instrumento basado en P ofrece una explicación mucho más robusta que la ofrecida por P-E.

A continuación se exponen las interpretaciones factoriales realizadas en ambos casos.

1. Interpretación factorial (P)

En lo que respecta al *personal docente* podríamos clasificar los factores resultantes del siguiente modo:

Dimensión funcional del profesorado (Factor 2). Se refiere a la forma en que recibe el servicio el estudiante y el modo en que experimenta el proceso simultáneo de producción y consumo. Respondería a la pregunta: ¿Cómo se da?. Integraría los ítems referidos a amabilidad, atención personalizada, comunicación profesor/estudiante, comportamiento del profesorado, disponibilidad, interés en solucionar problemas y satisfacer las necesidades de los alumnos.

Dimensión técnica del profesorado (Factor 5). Es aquello que se le da al estudiante cuando la prestación se consume. Respondería a la pregunta: ¿Qué se da?. Integraría la imagen de la Universidad, el plan de estudios, los conocimientos poseídos por los profesores y su capacidad de transmisión de los mismos. En este factor podemos ver como la imagen de la Universidad Jaume I está correlacionada con los aspectos de profesionalidad del personal docente de dicha institución, los que, a su vez, dependen de los procesos o sistemas internos de la universidad, en este caso, el plan de estudios adoptado en la misma.

La accesibilidad y estructura docente (Factor 3). Agrupa en un sólo factor todos los aspectos de sistemas o procesos que inciden en el funcionamiento de una universidad, excepto la estructura del plan de estudios incluida en el anterior factor.

Personal de servicios (Factor 1). Incluye todas las variables referentes al personal de servicios excepto la variable sobre la apariencia física aseada. No se produce distinción entre la dimensión funcional y técnica del personal de servicios. En cierto modo esto es lógico, debido a la menor interacción, tanto en frecuencia como en profundidad, entre los universitarios y el personal de servicios, si lo comparamos con la que existe entre profesores y universitarios.

Tangibilidad de la universidad (Factor 4). Comprende los aspectos más visibles y palpables de la universidad, a saber, la apariencia moderna de los equipos, el atractivo de las aulas, vestíbulos, etc., y la sensación de limpieza.

Apariencia física de los proveedores del servicio (Factor 6). Este factor engloba tanto el aspecto aseado del personal de servicios como del personal docente.

Otros servicios (Factor 7). Incluye los servicios de bar/cafetería, reprografía y autobuses de la universidad. Cada uno de estos servicios podría dar origen a un estudio de calidad pormenorizado.

Los factores descritos están compuestos por las variables que quedan reflejadas en la tabla 8.

Complementariamente, se calculó la estimación alfa de Cronbach (tabla 9), como medida de la fiabilidad o coherencia interna de cada uno de los atributos, comprobándose que las mediciones estuvieran libres de cualquier error casual.

Tabla 8. Composición de cada uno de los factores obtenidos del Análisis Factorial de Componentes Principales (P).

	FACTOR 1	FACTOR 2	FACTOR 3	FACTOR 4	FACTOR 5	FACTOR 6	FACTOR 7
VAR63	,81078						
VAR62	,80245						
VAR66	,80213						
VAR67	,79797						
VAR65	,79033						
VAR61	,74499						
VAR59	,73510						
VAR64	,72864						
VAR58	,70884						
VAR60	,70711						
VAR54		,78103					
VAR53		,74457					
VAR50		,73500					
VAR47		,72965					
VAR46		,71726					
VAR49		,70631					
VAR45		,65065					
VAR52		,61263					
VAR77			,76437				
VAR80			,73116				
VAR78			,71272				
VAR79			,64024				
VAR76			,50676				
VAR86			,47580				
VAR74			,46352				
VAR71				,79265			
VAR70				,75486			
VAR72				,75374			
VARI					,65636		
VAR51					,63152		
VAR48					,52340		
VAR73					,50987		
VAR44						,71521	
VAR57						,70407	
VAR85							,79747
VAR84							,53272
VAR83							,38313

Tabla 9. Estimación alfa de Cronbach de los factores (P).

FACTOR 1	FACTOR 2	FACTOR 3	FACTOR 4	FACTOR 5	FACTOR 6	FACTOR 7
0.94	0.91	0.86	0.77	0.73	0.63	0.57

2. Interpretación factorial (P-E)

En lo que respecta a la composición de las dimensiones del *personal de servicios, la apariencia física de los proveedores del servicio y los elementos tangibles de la universidad*, las dos escalas de medida coinciden en la inclusión de las mismas variables para formar los mismos factores. Sin embargo, se aprecian diferencias notables en la configuración de los otros

factores al detectarse una confusión y/o deficiente interpretación originada por el análisis basado en la escala P-E. En este análisis se produce la unión difícilmente explicable en un único factor de las dimensiones de *otros servicios* con la *accesibilidad y estructura docente*; además, se intercambian y combinan entre sí, sin orden, algunas de las variables que definían la *dimensión técnica y funcional del profesorado*. Aún cuando el anterior análisis factorial confirmatorio inclina la balanza a favor de la confección de un instrumento de medida de la calidad que adopte solamente las percepciones, decidimos efectuar una regresión lineal de los factores extraídos con ambos métodos sobre la variable dependiente "calidad global percibida".

Análisis de regresión

El resultado obtenido, que se puede observar en la tabla 10, terminó por confirmar, ahora en términos puramente cuantitativos, la superioridad de la escala de medida de la calidad basada solamente en la consideración de las percepciones, ya que se comprueba en el instrumento de percepciones que la bondad del ajuste a la recta de regresión es superior al de P-E.

Tabla 10. Resultados de las regresiones efectuadas con la finalidad de analizar la capacidad de explicación de las escalas P-E y P.

	P-E	P
R ²	0,41366	0,56554

Los puntos de referencia prioritarios o factores más importantes que afectan a la valoración global de la calidad en el servicio nos vendrán dados por el análisis de regresión. Como se puede desprender de la tabla 11, el factor que mayor contribución tiene para explicar la calidad global es la dimensión técnica del profesorado, seguido de la dimensión funcional y de la accesibilidad y estructura docente. En términos porcentuales, vemos que la dimensión técnica y funcional del profesorado aúna el 41% de la explicación de la calidad global en la universidad.

Tabla 11. Pesos relativos de los factores con la escala de medición P.

DIMENSIONES DE LA CALIDAD DE SERVICIO	B*	%
F5 Dimensión técnica.....	0,43	23,5
F2 Dimensión funcional.....	0,32	17,5
F3 Accesibilidad y estructura docente.....	0,32	17,5
F4 Tangibilidad de la universidad.....	0,29	15,8
F7 Otros servicios.....	0,23	12,5
F1 Personal de servicios.....	0,16	8,7
F6 Apariencia física.....	0,08	4,5
		100%

* Contribución de los factores a la valoración de la calidad global. Todos los B son significativos al 5%.

A continuación, y para cubrir los siguientes objetivos propuestos en la investigación, se creyó oportuno realizar un análisis que nos mostrara si efectivamente, como predicen algunos de los modelos que estudian la calidad del servicio, las características de los clientes, concretamente su experiencia en la recepción del servicio y sus diferentes maneras de participación o motivación en los momentos de la verdad, influyen en las percepciones sobre la calidad del servicio que se presta. Con este fin, se segmentó la muestra total en función de las variables experiencia y resultados académicos.

1. Variable experiencia

Para analizar cómo la variable experiencia inflúa en la percepción de la calidad de servicio, se realizó un análisis de regresión sobre la variable dependiente "calidad global percibida", segmentando la muestra en alumnos matriculados en primero o segundo (primer ciclo), con 201 alumnos, y los matriculados en tercer o cuarto curso (2º ciclo), constituido por 199 alumnos. En la tabla 12 se pueden apreciar las distintas contribuciones de los factores a la calidad global según pertenezcan al 1º ó 2º ciclo, así como también las contribuciones en términos porcentuales.

Tabla 12. Resultados de la regresión segmentando la muestra en función de la experiencia.

PRIMER CICLO			SEGUNDO CICLO		
FACTORES	B*	%	FACTORES	B*	%
F1	0,22	12,43	F1	X	X
F2	0,38	21,47	F2	0,29	16,20
F3	0,30	16,95	F3	0,31	17,32
F4	0,21	11,86	F4	0,38	21,23
F5	0,40	22,60	F5	0,45	25,14
F6	X	X	F6	0,12	6,70
F7	0,26	14,69	F7	0,24	13,41
R ² = 0,61		100%	R ² = 0,53		100%

* Todos los B son significativos al 5%.

En el primer ciclo se valora por orden de importancia: la dimensión técnica, la dimensión funcional, la accesibilidad y estructura docente, otros servicios, personal de servicios y por último, la tangibilidad de la universidad. Por su parte, los alumnos de 2º ciclo valoran en primer lugar la dimensión técnica, seguido de la tangibilidad, la accesibilidad y estructura docente, la dimensión funcional, otros servicios y la apariencia física de los proveedores del servicio.

Es de destacar que la apariencia física de los proveedores del servicio no es una dimensión a tener en cuenta a la hora de evaluar la calidad de la universidad para los alumnos pertenecientes al primer ciclo, así como tampoco lo es la dimensión del personal de servicios de la universidad para los del 2º. La dimensión funcional está mucho más valorada en los alumnos de primer ciclo que en los de 2º, tanto a nivel absoluto como porcentual (con una reducción producida en función de la experiencia de 5,27 puntos). Aunque la dimensión técnica resulta ser el atributo más valorado en ambos casos, los estudiantes de 2º ciclo lo encuentran relativamente más importante (en 2,54 puntos de incremento).

Por último, resaltamos las diferencias porcentuales de aproximadamente diez puntos en la contribución a la valoración de la calidad de servicio mostrada en los elementos tangibles de la universidad.

Como se puede ver, existen diferencias apreciables entre los alumnos de primer y segundo ciclo. Luego se puede afirmar que la percepción de la calidad varía en función de los años de permanencia del alumno en el centro académico.

2. Variable resultados académicos

Para estudiar cómo afecta la variable resultados académicos a la percepción de la calidad de servicio, se procedió a realizar el mismo análisis de regresión, pero esta vez la muestra se dividió en: rendimiento académico bajo (aquéllos que contestaron con un 1, 2 ó 3) con 95 alumnos, medio (quienes contestaron con un 4) con 125 alumnos, y alto (contestaciones señaladas con 5, 6 ó 7) con 178 alumnos¹⁴. Los resultados de la regresión lineal quedan reflejados en la tabla 13.

Tabla 13. Resultados de la regresión segmentando la muestra en función de los resultados académicos.

BAJO			MEDIO			ALTO		
FACTORES	B*	%	FACTORES	B*	%	FACTORES	B*	%
F1	0,20	10,99	F1	0,19	10,56	F1	0,14	7,73
F2	0,35	19,23	F2	0,34	18,89	F2	0,29	16,02
F3	0,39	21,46	F3	0,20	11,11	F3	0,30	16,57
F4	0,29	15,96	F4	0,30	16,66	F4	0,28	15,49
F5	0,38	20,80	F5	0,41	22,78	F5	0,46	25,41
F6	X	X	F6	X	X	F6	0,14	7,73
F7	0,21	11,56	F7	0,36	20,00	F7	0,20	11,05
R ² = 0,59			R ² = 0,57			R ² = 0,55		
100%			100%			100%		

* Todos los B son significativos al 5%.

Los estudiantes con resultados académicos deficientes valoran por este orden: la accesibilidad y la estructura docente, la dimensión técnica, la dimensión funcional, la tangibilidad de la universidad, otros servicios y en último lugar, el personal de servicios. Para los estudiantes de resultados medios el atributo que más contribuye a la valoración de la calidad es la dimensión técnica, seguido de otros servicios, la dimensión funcional, la tangibilidad de la universidad, la accesibilidad y la estructura docente y en último lugar el personal de servicios. Los alumnos de alto rendimiento consideran importantes para evaluar la calidad de servicio los 7 atributos de la calidad, según el siguiente orden: dimensión técnica, accesibilidad y estructura docente, dimensión funcional, tangibilidad de la universidad, otros servicios y personal de servicios conjuntamente con la apariencia física de los proveedores de servicios.

Señalar que la dimensión técnica del profesorado, además de pasar de un segundo lugar en la contribución a la valoración de la calidad por parte de los estudiantes de baja calificación al primer lugar en los dos estadios siguientes, sigue una tendencia creciente en su consideración porcentual por parte de los estudiantes con mejores resultados académicos. En proporciones similares, pero a la inversa, evoluciona la dimensión funcional: pese a mantenerse en el tercer lugar del ranking de contribución, ve disminuir su importancia relativa al incrementarse los resultados académicos de los alumnos.

Referente a la tangibilidad de la universidad no se aprecian unas diferencias significativas en cuanto a su valoración en función de los resultados académicos. Se observan posiciones disímiles en las dimensiones de accesibilidad y estructura docente y otros servicios, no ofreciendo ninguna clara tendencia en función de la evolución de los resultados académicos. Destacamos que la apariencia física de los proveedores del servicio sólo se considera como punto de referencia en los alumnos de rendimiento académico alto. Para los otros alumnos no es necesario tener en cuenta la apariencia física de los profesores ni del personal de servicios a la hora de evaluar la calidad.

En conclusión, también se muestran diferencias apreciables en la evolución de la calidad del servicio según cuál sea la implicación del alumno en la prestación de dicho servicio, medida en este caso por los resultados académicos de los estudiantes universitarios.

EL CASO DE LA UNIVERSITAT JAUME I

El constructo diseñado ha sido, finalmente, utilizado para estimar el nivel de calidad percibido por los estudiantes, tanto a nivel parcial (para cada una de las partes) como a nivel global, así como modelo para identificar las debilidades y fortalezas de la Universitat Jaume I en la prestación del servicio.

En la tabla 14 se reflejan los resultados del estudio descriptivo para cada una de las afirmaciones del cuestionario. Los resultados parciales sobre el grado actual de calidad de servicio percibido en la Universitat Jaume I en cada una de las partes en las que se dividió la encuesta, oscila de 4,1 a 4,4. En relación con la calidad global, se observa que su valor medio es de aproximadamente 4,6, con un bajo grado de dispersión, lo cual indica que la media es un buen índice de la opinión del grupo.

Tabla 14. Estado actual de la calidad de servicio en la Universitat Jaume I.

ÍTEMS DEL CUESTIONARIO	MEDIA	DESVIACIÓN TÍPICA
Los profesores de esta Universidad tienen una apariencia aseada	5,418	1,040
Los profesores de esta Universidad son siempre amables con usted	4,405	1,245
Los profesores de esta Universidad le dan una atención personalizada	4,103	1,441
La comunicación profesor/estudiante en esta Universidad es fluida y espontánea	3,930	1,400
Los profesores de esta Universidad explican con claridad y precisión los conceptos	3,900	1,241
El comportamiento de los profesores de esta Universidad le transmite confianza y seguridad	3,765	1,315
Los profesores de esta Universidad, cuando usted tiene un problema, muestran un sincero interés por solucionarlo	3,487	1,478
Los profesores de esta Universidad tienen conocimientos suficientes para contestar a cualquier pregunta que se les hace	4,478	1,393
Los profesores de esta Universidad nunca están demasiado ocupados para responder a sus preguntas	3,923	1,507
Los profesores de esta Universidad comprenden sus necesidades particulares	3,291	1,441
Los profesores de esta Universidad siempre están dispuestos a ayudarle esforzándose por satisfacer esas necesidades	3,688	1,445
Calidad del profesorado	4,325	1,093
El personal de servicios de esta Universidad tiene una apariencia aseada	5,240	1,196
El personal de servicios de esta Universidad es siempre amable con usted	4,612	1,353
El personal de servicios de esta Universidad le da una atención personalizada	4,070	1,430
El personal de servicios de esta Universidad le informa con precisión de cuándo concluirá cada servicio	3,922	1,554
El personal de servicios de esta Universidad le sirve con rapidez y agilidad	3,753	1,566
El comportamiento del personal de servicios de esta Universidad le transmite confianza y seguridad	3,805	1,417
El personal de servicios de esta Universidad, cuando usted tiene un problema, muestra un sincero interés por solucionarlo	3,505	1,502
El personal de servicios de esta Universidad tiene conocimientos suficientes para contestar a cualquier pregunta que se le hace	3,663	1,506

El personal de servicios de esta Universidad nunca está demasiado ocupado para responder a sus preguntas	3,632	1,472
El personal de servicios de esta Universidad comprende sus necesidades particulares	3,372	1,459
El personal de servicios de esta Universidad siempre está dispuesto a ayudarle esforzándose por satisfacer esas necesidades	3,634	1,425
Calidad del personal de servicios	4,098	1,241
El equipamiento de esta Universidad tiene apariencia de ser moderno	6,083	0,971
Las instalaciones físicas de esta Universidad son visualmente atractivas	5,655	1,319
Esta Universidad tiene una apariencia de limpieza y orden	5,985	1,028
Las asignaturas del plan de estudios de esta Universidad son las adecuadas para sus futuros intereses	3,973	1,568
Esta Universidad tiene horarios adecuados a sus necesidades	4,055	1,733
El sistema de evaluación del alumno adoptado en esta Universidad es el adecuado	3,709	1,406
El sistema de matriculación en esta Universidad es el apropiado	3,394	1,644
Existe facilidad de acceso a los distintos servicios/actividades prestados por esta Universidad	4,174	1,420
Le resulta fácil obtener todo tipo de información	3,995	1,633
En esta Universidad los trámites administrativos son simples	3,366	1,661
Calidad aspectos genéricos Universidad	4,340	1,214
En esta Universidad el servicio de bar/cafetería es el adecuado	5,246	1,434
En esta Universidad el servicio de reprografía es el apropiado	3,080	1,840
En esta Universidad el servicio de autobuses es el adecuado	3,939	2,319
La amplitud de la oferta de actividades extraescolares en esta Universidad es la adecuada a sus necesidades	3,997	1,567
Calidad "otros servicios" de la Universidad	4,208	1,268
CALIDAD GLOBAL	4,586	1,006

La media más alta obtenida por el **profesorado** hace referencia a su apariencia aseada. Las calificaciones más baja se han asignado a aquellas variables relacionadas con la falta de compromiso real de los proveedores de este servicio. En cuanto al **personal de servicios**, la observación de los resultados muestra un paralelismo con las medias del personal docente antes comentadas.

En relación a los **aspectos genéricos de la universidad**, a grandes rasgos destacamos que las medias más altas se relacionan con elementos tangibles de dicha universidad. Las puntuaciones más deficientes se vinculan a los procesos internos, tales como, los trámites administrativos y el sistema de matriculación.

Como resumen del estudio descriptivo se pueden inferir las fortalezas y debilidades de la calidad de servicio que actualmente se está ofreciendo en la Universitat Jaume I (tabla 15).

Tabla 15. Fortalezas y debilidades de la calidad de servicio en la Universitat Jaume I.

PUNTOS FUERTES	PUNTOS DÉBILES
Apariencia aseada profesorado y personal de servicios. Equipamiento e instalaciones físicas. Limpieza y orden.	Implicación en la resolución de problemas por parte del profesorado. Implicación en la resolución de problemas por parte del personal de servicios. Procesos internos de la Universidad.

CONCLUSIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Los resultados del trabajo empírico realizado nos permiten deducir que el instrumento de medida de la calidad de servicio más adecuado es el basado exclusivamente en las percepciones en función de los resultados obtenidos, tanto si nos basamos en el Análisis Factorial de Componentes Principales como en la regresión efectuada, donde dicho instrumento arroja una bondad del ajuste superior.

A pesar de que pueden existir algunos atributos de calidad que sean comunes para gran cantidad de servicios, algunos de ellos únicamente podrán aplicarse a unos determinados tipos, por lo que es importante que cada organización identifique en un primer momento todas sus dimensiones de calidad. Los atributos o dimensiones de la calidad de servicio identificados en la universidad son: *dimensión funcional y técnica del profesorado, accesibilidad y estructura docente, personal de servicios, tangibilidad de la universidad, apariencia física de los proveedores del servicio y otros servicios.*

Como ya se anticipa en el modelo de la imagen de Grönroos a la hora de evaluar la calidad de servicio, hay dos niveles distintos: por una parte está el *qué se recibe*, y por otra *el cómo se recibe*. Esto queda patente en el estudio, en donde a partir del Análisis Factorial de Componentes Principales se deducen dos dimensiones atribuibles al profesorado que vienen a corroborar este modelo. Sin embargo, estos dos niveles no se presentan en el caso del personal de servicios, lo cual es fácilmente explicable si tenemos en cuenta que las interacciones entre los alumnos y este colectivo son más bien de carácter esporádico y, por lo tanto, no son tan intensas como las que se producen entre estudiantes y profesores. Asimismo, debe resaltarse cómo la imagen de la universidad se ha relacionado con la dimensión técnica, es decir, la imagen de la universidad está claramente vinculada con los aspectos de profesionalidad del personal docente de la institución, que a su vez dependen del plan de estudios implantado en ella.

Otras conclusiones que se han extraído del trabajo son los puntos de referencia básicos detectados a la hora de evaluar la calidad de servicio. Estos son, por orden de prioridad, la dimensión técnica del profesorado y la dimensión funcional, conjuntamente con la accesibilidad y la estructura o procesos internos docentes. El punto de referencia de menor importancia es la apariencia física de los prestadores de servicios. En definitiva, este estudio global muestra con el énfasis dado al personal docente, donde deben concentrarse los esfuerzos de mejora diseñables por los responsables académicos: apoyar aquellas actividades de mejora de la calidad que influyan en las descripciones de sus puestos de trabajo, su selección y su posterior formación/información en los conceptos básicos de GCT.

En cuanto a las conclusiones que se pueden derivar de la segmentación de la muestra utilizada en función de la experiencia, reseñar que los alumnos con más años de permanencia en la universidad valoran en mayor medida la dimensión técnica, es decir, los conocimientos y la capacidad de transmisión de los mismos por parte de los profesores, en detrimento de la dimensión funcional que se centra más en la manera en que se presta el servicio. De ahí se intuye un cambio en las necesidades de los alumnos según su permanencia se prolongue en el centro académico. Por otra parte, el mayor grado de contribución a la valoración de la calidad que experimenta el atributo de la tangibilidad en función de la experiencia podría venir explicado, en esta universidad en concreto, por el cambio de campus que ha afectado a los alumnos de tercer o cuarto curso frente a los que aún están en primer ciclo.

La variable resultados académicos muestra como los alumnos con mejores resultados conceden mayor importancia a la dimensión técnica del profesorado, mientras que relativamen-

te conceden menor importancia a la comunicación profesor-estudiante y a la atención personalizada, entre otras variables, que quedan reflejadas en la dimensión funcional de los profesores. Los elementos tangibles de la universidad se presentan relativamente independientes al grado de participación de los alumnos en la prestación del servicio. Los resultados vinculados al rendimiento académico no ofrecen conclusiones significativas en relación con los atributos de accesibilidad y estructura docente y otros servicios.

Así pues, las variables experiencia y grado de participación de los alumnos en la prestación del servicio influyen en una distinta valoración de la calidad de servicio prestado en las universidades públicas.

De la observación de los puntos fuertes de la calidad del servicio prestado en la Universitat Jaume I, se puede deducir que todos giran alrededor de la apariencia aseada de los proveedores del servicio y de los elementos tangibles de dicha universidad. Esto último es lógico si se piensa que el campus de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas es de reciente construcción. Mientras que los puntos débiles se centran en aspectos relacionados con la falta de compromiso de los profesores y del personal de servicios y con deficiencias en los procesos internos.

Finalmente, utilizando una escala del 1 al 7 se comprueba que los indicadores de calidad tanto parciales como globales oscilan en el intervalo 4.1-4.6, lo cual nos indica un grado medio de calidad percibida en la prestación del servicio. No obstante, estos datos por sí mismos, no nos aportan una información relevante, sino que deben de servir solamente de punto de partida para realizar un análisis longitudinal de la calidad de servicio en un futuro.

NOTAS

- (1) Estas definiciones de clientes responden al concepto de cliente externo. Por clientes internos de la universidad se entenderán todos aquellos empleados que configuran su plantilla laboral.
- (2) La mayor parte de sus consideraciones y reflexiones son traducibles al ámbito universitario.
- (3) Primera de las cinco etapas del *Cuadro de Madurez* (Crosby, 1979; pp. 38-39) de una organización en su camino hacia la Calidad Total. Por otra parte, es la posición más habitual para organizaciones de servicios en España (Camisón, 1995).
- (4) El alumno es el cliente-usuario inmediato del servicio, referente elemental aunque no definitivo, a la hora de determinar la valoración de la calidad del servicio. Posteriores investigaciones deberían integrar en la valoración de la calidad a aquellos receptores finales de los alumnos en su salida al mercado laboral.
- (5) A saber, intangibilidad, inseparabilidad entre producción y consumo, heterogeneidad y caducidad (Lovelock, 1988; Eiglier y Langeard, 1989; Grönroos, 1994).
- (6) Las universidades pueden catalogarse como servicios públicos administrativos ya que son organizaciones bajo el control público que persiguen el interés colectivo y no tienen una finalidad lucrativa. El interés colectivo o general debe observar los principios de igualdad, de continuidad y de cambio y adaptación. La independencia relativa frente al mercado supone que este tipo de servicios tienen escasa o nula competencia y están sujetos a decisiones políticas (Martín Armario, 1993).
- (7) Referida a actividades internamente relacionadas con el servicio que requieren de la interacción de procesos internos en la organización.
- (8) Referida a actividades complementarias que se desarrollan mediante procesos externos en presencia del cliente.
- (9) Los artículos de satisfacción son las afirmaciones que reflejan el contenido significativo de varias actuaciones similares. Serán las expresiones que aparecerán redactadas posteriormente como ítems en el cuestionario.
- (10) En este punto también nos apoyamos en la valoración continua del personal docente de la Universitat Jaume I, disponiendo con ello de una información mucho más exhaustiva y fiable a la hora de confeccionar los ítems que iban a integrarlo. Véase "Estudio de opinión sobre los servicios universitarios. Informe de servicio. Curso 93/94" e "Informes de evaluación docente. Curso 94/95", elaborados por el Servicio de Planificación, Organización y Evaluación de la Universitat Jaume I.
- (11) En la actualidad también se imparte la Diplomatura de Gestión y Administración Pública y la Diplomatura en Turismo.
- (12) Previamente a la realización del análisis factorial se evaluó la fiabilidad de las escalas para demostrar que los

- ítems utilizados son estables y consistentes, rechazando la potencial existencia de errores aleatorios. El coeficiente alfa de Cronbach para la escala P-E fue de 0,9379 y para la escala de valoración P se elevó a 0,9433.
- (13) En cuanto a la validez de la escala utilizada (la no existencia de errores sistemáticos), aparte de la consideración de la validez de contenido conseguida mediante el detallado proceso de elaboración del cuestionario, se deben analizar también la validez de criterio y la validez de constructo (DeVellis, 1991).
- (14) Aunque la muestra total del estudio está constituida por 400 alumnos, la suma total de los diferentes segmentos no coincide con la cifra anterior, al aparecer dos cuestionarios en los que los criterios de segmentación no estaban contestados.

BIBLIOGRAFÍA

- BABAKUS, E.; BOLLER, G.W. (1992): "An Empirical Assessment of the SERVQUAL Scale", *Journal of Business Research*, Vol. 24, pp. 253-268.
- BABAKUS, E.; MANGOLD, W.G. (1992): "Adapting the SERVQUAL Scale to Hospital Services: an Empirical Investigation", *Health Services Research*, Vol. 26, pp. 767-786.
- BEDOWES, P. ET AL. (1987): *Service Success! Who is getting there*. University of Nottingham: Operations Management Association, en Ghobadian, A.; Speller, S.; Jones, M. (1994): "Service Quality, concepts and models", *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 11, N. 9, pp. 43-66.
- BEMOWSKI, K. (1991): "Restoring the Pillars of Higher Education", *Quality Progress*, Vol. 24, pp. 37-42.
- BENDER, R. H. (1994): "Initiating Total Quality Management in Public Schools", *Quality Progress*, Vol. 27, pp. 107-109.
- BITNER, M. J. (1992): "Servicescapes: the Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees", *Journal of Marketing*, Vol. 56, pp. 57-71.
- BORJA, L. (1993): "El ciclo de realimentación positiva en la producción de los servicios y la participación del cliente", V Encuentros de profesores universitarios de marketing. Sevilla, pp. 229-237.
- BOUMAN, M.; VAN DER WIELE, T. (1992): "Measuring Service Quality in the Car Service Industry: Building and Testing an Instrument", *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 3, pp. 4-16.
- BURGAR, P. (1994): "Enforcing Academic Rules in Higher Education: a Total Quality Management Approach", *Research in Higher Education*, Vol. 35, N. 1, pp. 43-155.
- BURKHALTER, B.B. (1996): "How Can Institutions of Higher Education Achieve Quality Within the New Economy?", *Total Quality Management*, Vol. 7, N. 4, pp. 153-160.
- CAMISÓN, C. (1995): "Liderazgo, cultura organizativa y formación hacia la calidad: un análisis empírico en la industria hotelera", en AECC (1995): *Calidad: formación por y para el hombre*, pp. 139-145. Barcelona: Gestión 2000.
- CAMISÓN, C. (1999a): "Total Quality Management and Cultural Change: A Model of Organizational Development", *International Journal of Technology Management*, Vol. 16, n° 4-5-6, pp. 479-493.
- CAMISÓN, C. (1998b): *Calidad y normalización en la pequeña y mediana empresa*, Libro Blanco de la Pequeña y Mediana Empresa de la Comunidad Valenciana. Valencia: CEPYMEV/CIERVAL.
- CANDLIN, D.B.; DAY, P.J. (1993): "Introducing TQM in a Service Industry", *Quality Forum*, Vol. 19, pp. 132-142.
- CARMAN, J.M. (1990): "Consumer Perceptions of Service Quality: an Assessment of the SERVQUAL Dimensions", *Journal of Retailing*, Vol. 66, N. 1, pp. 33-35.
- COATE, E. (1993): "The Introduction of Total Quality Management at Oregon State University", *Higher Education*, Vol. 25, pp. 303-320.
- CONSTABLE, G. K. (1993): "Implementing the Deming Philosophy in a University", *ASQC Quality Congress Transactions*, pp. 455-461.
- CRONIN, J.J.; TAYLOR, S.A. (1992): "Measuring Service Quality: a Reexamination and Extension", *Journal of Marketing*, Vol. 56, pp. 55-88.
- CRONIN, J.J.; TAYLOR, S.A. (1994): "Servperf Versus Servqual: Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality", *Journal of Marketing*, Vol. 58, pp. 125-131.
- CROSBY, P. (1979): *Quality is Free. The Art of Making Quality Certain*. Nueva York: McGraw-Hill.
- CUADRAS, C.M. (1991): *Métodos de análisis Multivariante*. Barcelona: PPU.
- CUMMINGS, L.; LUNSFORD, J. (1996): "Can U.S. Schools Be Managed for Improvement?", *Quality Progress*, Vol. 29, pp. 75-79.
- DE VAL, I. (1995): "Dirección estratégica: su aplicación en la educación superior", -IX Congreso Nacional- V Congreso Hispano-Francés AEDEM. Toledo, pp. 527-542.
- DEMING, W.E. (1989): *Calidad, Productividad y Competitividad. La salida de la crisis*. Madrid: Díaz de Santos.
- DEVELLIS, R.F. (1991): *Scale Development: Theory and Applications*. Newbury Park: SAGE Publications.
- DIVOKY, J.J.; TAYLOR, R. W. (1996): "Modelling Change in Curriculum: a Total Quality Management Perspective", *Total Quality Management*, Vol. 7, N. 4, pp. 173-182.
- EIGLIER, P.; LANGEARD, E. (1989): *Servucción. El marketing de servicios*. Madrid: McGraw-Hill Interamericana de España.
- ENSBY, M.; MAHMOODI, F. (1997): "Using the Baldrige Award Criteria in College Classrooms", *Quality Progress*, Vol.30, pp. 85-91.
- FEIGENBAUM, A.V. (1983): *Total Quality Control*. New York: McGraw-Hill.

- GRÖNROOS, C. (1982): "An Applied Service Marketing Theory", *European Journal of Marketing*, Vol. 16, N. 7, pp. 30-41.
- GRÖNROOS, C. (1994): *Marketing y gestión de servicios: La gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios*. Madrid: Díaz de Santos.
- HAYES, B.E. (1995): *Cómo medir la satisfacción del cliente*. Barcelona: Gestión 2000.
- HELMS, S.; KEY, C. H. (1994): "Are Students More than Customers in the Classroom?", *Quality Progress*, Vol. 27, pp. 97-99.
- HITTMAN, J.A. (1993): "TQM and CQI in Post Secondary Education", *Quality Progress*, Vol. 26, pp. 77-80.
- HORINE, J.E.; HAILEY, W.A.; RUBACH, L. (1993): "Shaping America's Future", *Quality Progress*, Vol. 26, pp. 41-51.
- IVAP (1994): *Gestión de calidad total en las Administraciones Públicas*, Jornadas sobre gestión de la calidad total en las Administraciones Públicas. Valencia: Generalitat Valenciana.
- ISHIKAWA, K. (1994): *Introducción al Control de Calidad*. Madrid: Díaz de Santos.
- JOHNSTON, R. (1988): "A framework for Developing a Quality Strategy in a Consumer Processing Operation", *International Journal of Quality Healthcar*, Vol. 1, N. 2, en Ghobadian, A; Speller, S.; Jones, M. (1994): "Service Quality, Concepts and Models", *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 11, N. 9, pp. 43-66.
- JURAN, J.M.; GRZYNA, F.M. (1993): *Manual de Control de Calidad*. Madrid: McGraw-Hill Interamericana de España.
- LEIGH, D. E. (1995): "The Walk the Talk Model: a Classroom Model that Works in Education", *Quality Progress*, Vol. 28, pp. 67-70.
- LOVELOCK, C.H. (1988): *Managing Services. Marketing Operations and Human Resources*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall.
- LOZIER, G.G.; TEETER, D.J. (1996): "Quality Improvement Pursuits in American Higher Education", *Total Quality Management*, Vol. 7, N. 4, pp. 189-201.
- MAP (1995): *Gestión y evaluación de la calidad en los Servicios Públicos*, Segundas jornadas sobre medición y mejora de los servicios públicos. Madrid: Ministerio de Administraciones Públicas.
- MAQUEDA, J.; LLAGUNO, J.I. (1995): *Marketing estratégico para empresas de servicios*. Madrid: Díaz de Santos.
- MARTÍN ARMARIO, E. (1993): *Marketing*. Barcelona: Ariel Economía.
- MILLER, T.I.; MILLER, M.A. (1991): "Standards of Excellence: US Residents' Evaluations of Local Government Services", *Public Administration Review*, Vol. 51, N. 6, pp. 503-514.
- MIQUEL, S. ET AL. (1995): "El marketing de los servicios públicos administrativos", IX Congreso Nacional- V Congreso Hispano-Francés AEDEM. Toledo, pp. 2285-2299.
- MORRIS, D. S.; HAIGH, R.H. (1996): "Introducing Total Quality Management Into the Student Service Department of a College of Further Education in the UK", *Total Quality Management*, Vol. 7, N. 2, pp. 223-232.
- NASH, C. (1988): *A Question of Service: Action Pack*. Londres: Business Management Programme, Hotel and Catering Industry Training Board, National Consumer Council, en Ghobadian, A; Speller, S.; Jones, M. (1994), "Service Quality, Concepts and Models", *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 11, N. 9, pp. 43-66.
- Navaratnam, K. K. (1994): "Quality Assurance Audits in Technical and Further Education", *Total Quality Management*, Vol. 5, N. 4, pp. 219-225.
- OWLIA, M.S.; ASPINWALL, E.M. (1996): "Quality in Higher Education -a Survey", *Total Quality Management*, Vol. 7, N. 4, pp. 161-171.
- PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V.A.; BERRY, L.L. (1985): "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research", *Journal of Marketing*, Vol. 49, N. 4, pp.41-50.
- PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V.A.; BERRY, L.L. (1988): "SERVQUAL: "A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality", *Journal of Retailing*, Vol. 64, N. 1, pp.12-37.
- PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V.A.; BERRY, L.L. (1990): "Guidelines for Conducting Perceptions of service quality research", *Marketing research*, Diciembre, pp. 34-44.
- PARASURAMAN, A.; ZEITHAML, V.A.; BERRY, L.L. (1994): "Alternative Scales for Measuring Service Quality: A comparative Assessment Based on Psychometric and Diagnostic Criteria", *Journal of Retailing*, Vol. 70, N. 3, pp. 201-230.
- RODRÍGUEZ DEL BOSQUE, I.A.; VAZQUEZ, R.; TRESPALACIOS, J.A. (1995): "La universidad en el ámbito comunitario: una aplicación empírica a los estudios de Ciencias Económicas y Empresariales", IX Congreso Nacional- V Congreso Hispano Francés, AEDEM. Toledo, pp. 2531-2550.
- SALEH, F.; RYAN, C. (1991): "Analysing Service Quality in the Hospitality Industry Using SERVQUAL Model", *Services Industries Journal*, Vol. 11, N. 3, pp. 324-343.
- SALLIS, E. (1993): *Total Quality Management in Education*. Londres: Kogan Page.
- SAN EMETERIO, A.A.; POLANCO, J.M.F.; TRESPALACIOS, J.A. (1995): "Modelo secuencial de percepción de la calidad de servicios: análisis exploratorio", VII Encuentro de profesores Universitarios de Marketing. Barcelona, pp. 433-442.
- SCHARGEL, F.P. (1994): "Teaching TQM en an Inner City High School", *Quality Progress*, Vol. 27, pp. 87-90.
- SCHARGEL, F.P. (1996): "Why We Need Total Quality Management in Education", *Total Quality Management*, Vol. 7, N. 2, pp. 213-217.
- SCOTT, D.; SHIEFF, D. (1993): "Service Quality Components and Group Criteria in Local Government", *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 4, N. 4, pp. 42-53.
- SMIALEK, M. A. (1995): "Total Quality in K-12 Education", *Quality Progress*, Vol. 28, pp. 69-72.

- TEAS, R.K. (1993): "Expectations, Performance Evaluation and Consumers' Perception of Quality", *Journal of Marketing*, Vol. 57, N. 4, pp. 18-34.
- VANDAMME, R.; LEUNIS, J. (1993): "Development of a Multiple-Item Scale for Measuring Hospital Service Quality", *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 4, pp. 30-49.
- WALBRIDGE, S.W.; DELENE, L.M. (1993): "Measuring Physicians' Attitudes of Service Quality", *Journal of Health Care Marketing*, Vol. 13, pp. 6-15.
- WELLER, L. D. (1996): "The Next Generation of School Reform", *Quality Progress*, Vol. 29, pp. 65-70.
- WISNIEWSKI, M.; DONNELLY, M. (1996): "Measuring Service Quality in the Public Sector: the Potencial for SERVQUAL", *Total Quality Management*, Vol. 7, N. 4, pp. 357-365.
- ZEITHAML, V.; BERRY, L.L.; PARASURAMAN, A. (1988): "Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality", *Journal of Marketing*, Vol. 52, pp. 35-48.
- ZEITHAML, V.; BERRY, L.L. ; PARASURAMAN, A. (1996): "The Behavioral Consequences of Service Quality", *Journal of Marketing*, Vol. 60, pp. 31-46.
- ZEITHAML, V.; PARASURAMAN, A.; BERRY, L.L. (1985): "Problems and Strategies in Services Marketing", *Journal of Marketing*, Vol. 29, N. 2, pp.33-46.

