



Las opiniones y los contenidos de los trabajos publicados son responsabilidad de los autores, por tanto, no necesariamente coinciden con los de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad.



Esta obra por la Red Internacional de Investigadores en Competitividad se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported. Basada en una obra en riico.net.

“Evaluación de la calidad en el servicio de ingreso al posgrado con enfoque a procesos. Caso: maestría en administración de negocios”

MTRO. OMAR KARIM HERNÁNDEZ ROMO*

MAESTRANTE. CLAUDIA MORA DE LA TORRE

MAESTRANTE. GUADALUPE DE JESÚS HERNÁNDEZ NORIEGA

RESUMEN

Hoy en día, toda organización enfoca sus esfuerzos al crecimiento, desarrollo y mejora continua, con el objeto de ser competitivos en este mundo tan exigente y cambiante. En este sentido, las instituciones educativas no son la excepción, por una parte, lograr metas institucionales de educación, y por otra, satisfacer las necesidades de usuarios con relación a la calidad del servicio que reciben. La presente investigación tiene como objetivo identificar los factores que impactan en el servicio proporcionado por la Maestría en Administración de Negocios (MAIN), de la Universidad de Guadalajara (U de G) a sus usuarios (aspirantes), con la finalidad de obtener un modelo de evaluación del servicio ofrecido que proporcione información a los integrantes de la Coordinación de dicho posgrado, donde permita tener un crecimiento sostenido en la demanda de su matrícula, buscando la mejora continua y redunde en la competitividad del posgrado a nivel regional, nacional e internacional.

Palabras Claves: servicio, competitividad, mejora continua.

ABSTRACT

Today, every organization is focusing its efforts on growth, development and continuous improvement, in order to be competitive in this demanding and changing world. In this context, educational institutions aren't exception, on the one hand, achieve institutional goals of education, and other hand, satisfy the needs of users in relation to the quality of service they receive. This investigation has as objective identify factors that impact the service provided by the Master of Business Administration (MBA), of University of Guadalajara (U. of G.) its users (applicants), in order to obtain an assessment evaluation model of service to provide information offered to members of the Coordination of this graduate, where it allows to have a sustained growth in demand of enrollment, looking for continuous improvement and lead this graduate competitiveness at regional, national and international.

Keywords: Service, competitiveness, continuous improvement.

*Universidad de Guadalajara

CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN

Planteamiento del problema

La calidad en el servicio es determinante para el éxito de las organizaciones públicas y privadas, inicialmente era un factor de peso en las empresas de manufactura, sin embargo las organizaciones dedicadas a brindar servicios han buscado dicha fortaleza, es el caso de las instituciones educativas, las cuales juegan un rol de importancia en la sociedad, especialmente las Universidades públicas, al respecto las instituciones de educación superior disponen de procesos administrativos dirigidos a satisfacer a los aspirantes, alumnos y egresados de dichas escuelas, en este entendido es fundamental para la toma de decisiones disponer de información sustentada en documentación fidedigna y de la mayor exactitud posible, que garantice la calidad, competitividad y mejora continua del servicio ofrecido, es importante resaltar que la toma de decisiones en las altas direcciones son un factor determinante para el futuro de las mismas.

Por lo anteriormente descrito, fue necesario realizar un estudio que ayude a identificar los factores que influyen en la calidad del servicio que reciben los aspirantes a la Maestría en Administración de Negocios por sus siglas MAIN del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas (CUCEA), para obtener de forma detallada, información que permitan detectar los puntos críticos en el proceso de ingreso a la MAIN y con el fin de implementar otros similares a este en los diversos procedimientos determinados por la coordinación del programa de posgrado, los cuales proporcionarían indicadores que servirán a la Coordinación como medio de evaluación y mejora constante, para unificar y estandarizar normas generales que le permitan a todo el personal involucrado en el servicio aprender el valor de la satisfacción de un cliente-usuario-aspirante, por medio de normas y procedimientos que deben ejecutarse adecuadamente para verificar la eficiencia de los mismos.

La Maestría en Administración de Negocios del CUCEA, cuenta actualmente con estrategias utilizadas en sus procesos administrativos, que a través del tiempo han mostrado efectividad en la operación de la misma, sin embargo los cambios constantes a los que se enfrentan las instituciones de educación en estos tiempos, puede representar diversas variables con impactos negativos y de trascendencia tanto en el ámbito académico, administrativo y operativo, a los cuales se le puede aportar investigación de mercado y de ser posible reforzar dichas estrategias.

Pregunta general

¿Cuáles son los factores que influyen en la calidad del servicio que reciben los aspirantes y que pueden mejorar los procesos académicos y administrativos de ingreso a la Maestría en Administración de Negocios (MAIN), adscrita al Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas (CUCEA) de la Universidad de Guadalajara (U de G), desde el punto de vista de sus clientes-usuarios-aspirantes?

Preguntas específicas

1. ¿Cuál es la perspectiva que tienen los clientes-usuarios-aspirantes de la calidad del personal en el servicio que reciben durante el proceso de ingreso a la Maestría en Administración de Negocios del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas?
2. ¿Cuál es el enfoque de procesos del programa actual y su impacto en el servicio para los aspirantes de la Maestría en Administración de Negocios?

Objetivo general

Identificar los factores que influyen en la calidad del servicio que reciben los aspirantes y que pueden mejorar los procesos académicos y administrativos de ingreso a la Maestría en Administración de Negocios (MAIN), adscrita al Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas (CUCEA) de la Universidad de Guadalajara (U de G), desde el punto de vista de sus clientes-usuarios.

Objetivos específicos

1. Mostrar la perspectiva que tienen los clientes-usuarios de la calidad del personal en el servicio que reciben durante el proceso de ingreso a la Maestría en Administración de Negocios del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas.
2. Determinar el enfoque de procesos y su impacto en el servicio para los aspirantes de la Maestría en Administración de Negocios.

Justificación de la investigación

La presente investigación identificará los diversos factores que influyen en la calidad del servicio que reciben los aspirantes a éste posgrado, así como la efectividad en las estrategias y procesos existentes, que al ser evaluados permitan identificar el grado de satisfacción que tienen los aspirantes de la Maestría en Administración de Negocios, dicha información permitirá a la administración tener los elementos esenciales para la mejora continua del proceso y la toma de decisiones que permitan al posgrado en cuestión ser más competitivo.

Hipótesis alternativa (HA)

La calidad del servicio y un proceso definido influye en la Calidad del Servicio de Ingreso al Posgrado.

Hipótesis nula (HO)

La calidad del servicio y un proceso definido influye en la Calidad del Servicio de Ingreso al Posgrado.

Marco referencial

La Maestría en Administración de Negocios, es un programa de estudios de posgrado adscrita al Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas (CUCEA) de la Universidad de Guadalajara (U de G). Esta Maestría nace de un programa anterior el cual llevaba por nombre Maestría en Administración, mismo que fue ofertado ininterrumpidamente desde su creación en 1982 hasta su suspensión para dar paso al actual posgrado mediante el dictamen 1/2006/266, emitido por las comisiones conjuntas de Educación y Hacienda del H. Consejo General Universitario el 27 de junio del 2006, generándose así la aprobación del nuevo programa académico ya citado, a partir de la convocatoria para el ciclo escolar 2006-B. Posteriormente en junio del 2008 se incorpora al Programa Nacional de Posgrados de Calidad (PNPC) de la Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) y precisamente a partir del calendario escolar 2008-B hasta el presente 2011-A, se ha contado con alumnos becarios, con base a entrevista con el Coordinador de la MAIN del CUCEA.

Al respecto, ha sido compromiso permanente de esta Maestría, la instrumentación de acciones que han llevado a una mejora continua del programa, tal y como se enmarca en el Plan Institucional de esta Universidad y que nos compromete a todos (alumnos-profesores y autoridades universitarias).

En este sentido, el programa de la Maestría en Administración de Negocios, representa una seria alternativa de formación académica de alto nivel, ya que cuenta con un plan de estudios, en el que se incluyen seminarios y asignaturas que responden a la necesidad de implementar técnicas, herramientas y métodos que influyen en el desarrollo de las áreas operativas y administrativas de las organizaciones públicas, privadas y sociales. En tal perspectiva, en este programa se reconoce la importancia que tienen las formas de organización y el elemento humano para lograr la sobrevivencia de estas organizaciones, que les permita un crecimiento y desarrollo acorde a las circunstancias actuales de la competencia internacional, en el que se propicie el enlace necesario de extensión y satisfacción de los requerimientos de la demanda del mercado bajo un ambiente de armonía social y equilibrio ecológico de los recursos naturales.

Con base a lo anterior, es propósito de este programa el formar profesionales de la administración de negocios con alto sentido de cumplimiento y con amplia responsabilidad social, que repercutan en la dirección de empresas de competencia global.

Los Posgrados CUCEA se encuentran comprometidos con la formación de profesionales de alto nivel, capaces de generar y aplicar conocimiento en las áreas económico administrativas, los que se vinculan con el sector social, público y privado, que contribuyan con el cuidado del medio ambiente y el desarrollo sustentable; para ello se formulan e implementan estrategias de evaluación y mejora continua de nuestro sistema de gestión de la calidad, las que contribuyan al cumplimiento de la normatividad, la planeación institucional de la Universidad de Guadalajara así como las políticas educativas nacionales. Información extraída de la página de posgrados CUCEA.

Marco teórico

Actualmente en toda organización el servicio se ha convertido en elemento primordial en el desarrollo de sus actividades, ya que el *“servicio es una acción utilitaria que satisface una necesidad específica de una persona y éste genera una experiencia psicológica en el cliente según la manera que el proveedor del servicio proporciona éste”* (Müller, E. 1999, p. 55). Karl Albrecht aporta al servicio elementos fundamentales para medir la calidad del mismo, donde podemos considerar el desarrollo de los siguientes puntos:

- 1.- Capacidad de respuesta.
- 2.- Atención.
- 3.- Comunicación fluida, entendible y a tiempo.
- 4.- Accesibilidad para quitar la incertidumbre.
- 5.- Amabilidad en la atención y en el trato.
- 6.- Credibilidad expresada en hechos.
- 7.- Comprensión de las necesidades y expectativas del cliente.

Para Karl “la calidad es ofrecer un servicio con sentido definido y representa la medida que se le da a un servicio cuando se ha logrado resolver un problema, satisfacer una necesidad, ó formar parte de la cadena por lo que se agrega valor” (Vargas, M., 2007, p. 44).

Existen teorías que constituyen diferencias significativas en servicio y atención a clientes – usuarios y Jacques Horovitz establece la Teoría de la diferenciación a través del servicio al cliente, la cual centra la atención en cómo competir a través del servicio y cómo mejorar la satisfacción de los clientes haciendo énfasis en el servicio como estrategia de diferenciación. Su premisa, la excelencia en el servicio lleva a alcanzar la satisfacción del cliente.

Los servicios sólo existen como experiencias vividas y en la mayoría de los casos, el cliente no puede expresar su grado de satisfacción hasta que lo consume. El servicio de los servicios comprende dos dimensiones propias: la prestación que buscaba el cliente y la experiencia que vive en el momento en que hace uso del servicio (Horovitz, J., 1991, p. 34).

El servicio de los servicios puede provocar un impacto fundamental en la experiencia del consumidor y determinar así su grado de satisfacción; ésta será positiva ó negativa según la posibilidad de opción, la disponibilidad, el ambiente, la actitud del personal, el riesgo percibido al escoger el servicio, el entorno, otros clientes, la rapidez y precisión de las respuestas a sus preguntas, la reacción tolerante con respecto a reclamaciones y la personalización de los servicios (Horovitz, J., 1991, p. 6).

En los servicios el primer contacto reviste una importancia fundamental y la calidad en el mismo se ha convertido en un indicador de rendimiento y no sólo en una regla de funcionamiento en términos de resultados para el cliente. Para obtener la satisfacción de los mismos se debe considerar: Resultado esperado por el cliente, Trabajos a realizar y los Métodos de funcionamiento (Horovitz, J., 1991, p. 50).

Una vez precisadas las normas de calidad, resulta más sencillo aplicar medios adecuados para prestar el servicio:

1. Las personas que prestan el servicio.
2. Los equipos y materiales que acompañan al servicio.
3. Los procedimientos y métodos a seguir para prestar el servicio.
4. Las materias primas utilizadas en el servicio.

La calidad de servicio ofrecida no se corresponde necesariamente con la que percibe el cliente y aún si la satisfacción del cliente no se ha definido de antemano, para ello se basan en encuestas y su éxito se basa en un buen cuestionario con el objetivo de recoger de la mejor forma posible los sentimientos del cliente y no una lista de respuestas a preguntas en las que no han pensado ó que no le afectan. Para poder elaborar un cuestionario eficaz resulta por lo tanto indispensable que vaya precedido de una fase cualitativa. Las preguntas, redactadas partiendo de entrevistas, que se centrarán en los distintos aspectos de la calidad que les importan. Si se consideran por separado los resultados de la encuesta no tienen gran interés (Horovitz, J., 1991, p. 78).

CONTEXTO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

Enfoque de Investigación.- El proyecto tuvo un enfoque de tipo mixto porque éste “ofrece varias bondades o perspectivas para ser utilizado: lograr una perspectiva más amplia y profunda del fenómeno; formular el planteamiento del problema con mayor claridad, así como las maneras más apropiadas para estudiar y teorizar los problemas de investigación; producir datos más sustanciosos y variados mediante la multiplicidad de observaciones, ya que se consideran diversas fuentes y tipos de datos, contextos y análisis; potenciar la creatividad teórica por medio de suficientes procedimientos críticos de valoración; efectuar indagaciones más dinámicas; apoyar con mayor solidez las inferencias científicas, que si se emplean aisladamente; permitir una mejor exploración y explotación; posibilidad de tener mayor éxito al presentar resultados a una audiencia hostil; y oportunidad de desarrollar nuevas destrezas o competencias en materia de investigación”.

Collins, Wnwuegbuzie & Sutron (2006) “identificaron cuatro razonamientos para utilizar los métodos mixtos: enriquecimiento de la muestra, mayor fidelidad del instrumento, integridad del tratamiento o intervención y optimización de significados” (Collins, Wnwuegbuzie & Sutron, 2006, en Hernández, Fernández & Baptista, 2010, p. 550).

Tipo de Investigación.- El tipo de investigación empleado en este proyecto es el estudio de caso, porque analiza una unidad específica de un universo poblacional, “Satisfacción en el servicio.....”, (Bernal, 2006, pag.121).

Diseño de la Investigación.- El diseño utilizado fue Investigación No Experimental: Investigación Transeccional o Transversal, lo anterior con base en Hernández et. al. (2010), quien

afirma que este tipo de diseño “recolecta datos en un solo momento, en un tiempo único, su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado” (Hernández, et. al., 2010, p. 151).

Población.- Se llama universo ó población “al conjunto total de elementos que constituyen nuestro objetivo de estudio ó que se encuentra expresado en nuestro problema ó hipótesis.”(INITE, 2010, p. 165). Para este estudio la población es igual a la unidad de observación misma que se presenta continuación:

- a) Alcance: Posgrados de la Universidad de Guadalajara.
- b) Tiempo: Periodo 2011A y 2011B.
- c) Elementos: Maestría en Administración de Negocios.
- d) Unidades de muestreo: Programa de Posgrado.

En el presente estudio de caso la unidad de análisis son 113 alumnos dictaminados en la Maestría en sus distintas modalidades, de los cuales sólo 93 respondieron la encuesta equivalente al 82% de la población.

Técnicas para la recolección de información.- La recopilación de datos se determinó utilizar la técnica de encuesta con escalamiento tipo Likert, misma que proporcionó la información necesaria para identificar la situación actual del caso de estudio, la cual “consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios, ante los cuales se pide la reacción de los participantes (Hernández, et. al., 2010, p. 245).

La técnica de encuesta con escalamiento tipo Likert permite obtener un diagnostico del servicio que se brinda a los usuarios y/o aspirantes de la Maestría en Administración de Negocios, respecto de su perspectiva del nivel de satisfacción por el servicio obtenido. A su vez, la técnica de encuesta de preguntas abiertas permite conseguir aspectos subjetivos de los usuarios y/o aspirantes, respecto del servicio que brinda este posgrado.

La encuesta cuenta con un total de 20 preguntas, divididas en 2 bloques: primer bloque, se utiliza la técnica de encuesta tipo Likert, dividida a su vez en 3 secciones diagnosticando la parte de *difusión* con 5 preguntas, la parte del *servicio* ofrecido con 8 preguntas y la parte de la *calidad del personal* con 5 preguntas, todas ellas medidas en una escala de 1 a 5, donde se mide el nivel de satisfacción de acuerdo a lo siguiente: 1=nada de acuerdo, 2=en desacuerdo, 3=indiferente, 4=de acuerdo, y 5=muy de acuerdo; segundo bloque, se utiliza la técnica de encuesta de preguntas abiertas que consta de 2 preguntas, donde cada usuario y/o aspirante puede expresar de manera libre su opinión, acuerdo ó desacuerdo sobre el servicio recibido, (véase anexo 1).

La aplicación de éstos instrumentos tuvo la finalidad de identificar la situación actual que guardan cada uno de los factores que impactan el servicio proporcionado por la Maestría de Administración de Negocios a sus usuarios y/o aspirantes con el objetivo de crear un modelo que proporcione información a los integrantes de la Coordinación de dicho posgrado, donde permita tener un crecimiento sostenido en la demanda de su matrícula, buscando la mejora continua y redunde en la competitividad del posgrado a nivel regional, nacional e internacional.

La encuesta se aplicó a los aspirantes de los ciclos 2011A y 2011B, donde para nuestro caso de estudio, la unidad de análisis fueron 113 alumnos dictaminados en la Maestría en sus distintas modalidades (Tiempo Completo, Ejecutiva y Semi-Escolarizada), de los cuales sólo 93 respondieron la encuesta equivalente al 82% de la población.

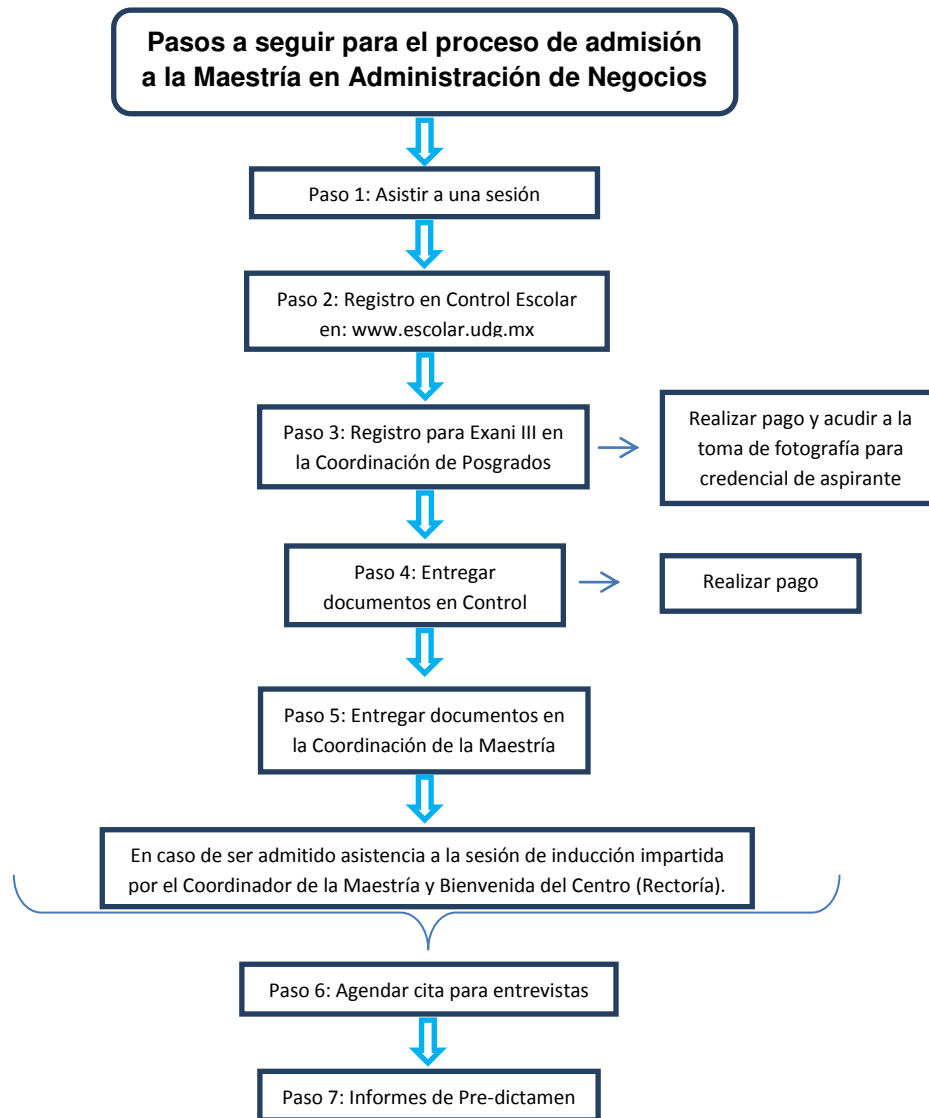
Análisis del proceso de ingreso al posgrado

A continuación se muestra un flujograma del proceso que lleva a cabo la Coordinación de la Maestría en Administración de Negocios, el cual no se encuentra documentado, sin embargo los pasos que lo integran se implementan actualmente en proceso de ingreso al posgrado. Este proceso carece de elementos sustanciales que pueden hacer la diferencia en la percepción que tienen los usuarios del servicio otorgado, la sensibilización del posgrado en cuanto al contenido del programa, el alcance y su aplicación futura, así como obligaciones y derechos que se deben acordar en caso de ingresar a la maestría son de vital importancia para el seguimiento del aspirante en el proceso de selección, así como el cumplimiento oportuno y conforme a los lineamientos establecidos.

El esquema no cuenta con información detallada con respecto a las distintas modalidades, ya que no todo el proceso es similar cuando se solicita beca CONACYT, además debe incluir los periodos de tiempo en que se llevarán a cabo cada uno de los pasos, así mismo las fechas de acuerdo al calendario escolar en que se da a conocer la convocatoria. Sin lugar a dudas es un esquema en el que se inicia la formalización de un proceso, el cual tiene expectativas de mejora continua para ofrecer un servicio y que observe parte de la exigencia que representa, así como la excelencia que a su vez simboliza ante los demás posgrados de la red Universitaria.

La Coordinación de la Maestría en Administración de Negocios, dispone de un procedimiento informativo tanto para el personal administrativo del programa como para consulta de los aspirantes y que les sirve de guía para realizar satisfactoriamente el proceso de ingreso al programa. (Véase figura 1.)

Figura 1. Pasos a seguir para el proceso de admisión.



Fuente: obtenida de los archivos de la Coordinación de la Maestría.

Como se puede observar en la figura 1, el proceso de ingreso al programa de posgrado es posgrado conocido por los administrativo y aspirantes al mismo, sin embargo sirve de guía para identificar a grandes rasgos los aspectos a seguir, más no es un insumo sustancioso que detalle el proceso y que permita aclarar cualquier duda que pueda surgir por la simplicidad del documento.

Análisis de los resultados de la encuesta aplicada

Al analizar los resultados obtenidos en las 93 encuestas aplicadas, la tendencia es hacían un servicio de calidad, donde la calificación máxima se consideraba en 5 y se obtuvo 4.44 en promedio de los

tres rubros analizados, sin embargo se presentaron algunos inconvenientes en el proceso, lo que provocó la disminución de la calidad en el servicio ofrecido.

Áreas de oportunidad detectadas

67 personas no tuvieron problemas, de las cuales 5 dijeron que se portaron muy amables y dispuestos a dar solución (ejemplo prórroga, cambio de modalidad), 4 más se abstuvieron y de los 29 comentarios restantes se rescata los siguientes inconvenientes:

- 1. Control escolar:** tiempos de entrega de documentos largos, encontrar a los encargados no fue posible y errores en la generación de documentos.
- 2. Página de internet:** no está actualizada correctamente, falta más información, publicar eventos importantes periódicamente, información no confiable (tiempos de trámite distintos a los difundidos en internet) e información de CENEVAL no clara.
- 3. Diferencia de criterios control escolar y posgrados:** trámite tardado y cansado.
- 4. Trato de personal:** no amable.
- 5. Falta de información, poco clara ó con inconsistencias:** dudas beca CONACYT, los documentos solicitados no fueron claros, requisitos, problemas al registrar CVU, llenado de portafolio por falta de programación de citas y no aviso a tiempo de la no acreditación.
- 6. Servicio del personal:** horario de atención hasta las 8 y tardanza en la respuesta para saber el procedimiento del registro de EXANI.

Cabe señalar que las sugerencias aportadas son de gran importancia para la mejora continua del posgrado en cuestión, que a su vez generará certidumbre a los aspirantes que deseen ingresar y participar en el proceso.

Sugerencias proporcionadas por los encuestados

De las 93 encuestas, 64 personas sugirieron lo siguiente:

- 1. (16)** Muy bien organizado y adecuado, información suficiente y pertinente, personal involucrado.
- 2. (11) Página de internet:** actualizar fechas, datos concretos sobre documentación requerida, dar a conocer en la plática informativa, difusión de las sesiones informativas en internet, poner todo el proceso en la página y las fechas, página lenta, actualizar información con

frecuencia, anexar toda la información de las reuniones, mejorar la página WEB, en específico añadir un mayor número de ligas (como en el caso del CENEVAL), con un formato que pudiera mejorar facilidad para navegar, información dinámica en la página de la maestría como número de aspirantes, resultados del examen y lista de admitidos.

3. **(4) Difusión:** desde licenciatura y en otros medios de comunicación masiva, más entusiasmo por ser un posgrado reconocido.
4. **(13) Información:** definición del proceso de ingreso bien detallado y dado a conocer interna y externamente, claridad en las descripciones de los trámites administrativos requeridos para el proceso de admisión, información oficial del dictamen, observaciones sobresalientes de modalidad tiempo completo, información en tiempo y forma sobre los posgrados, más detalles en la sesión informativa, lista de documentos incompleta, más coordinación en el proceso, información clara de tiempos de entrega de documentos, que la plática informativa amplíe la descripción del programa educativo y no se centren solo en los trámites de ingreso, definir de mejor forma el contenido de las materias que se impartirán en la maestría y en que relevancia serán estas aplicadas a problemas reales.
5. **(14) Servicio:** horarios de atención y trámites iguales en la Universidad en general que no generen conflicto, mejorar atención telefónica, problemas en conmutador, guardar silencio en la aplicación del EXANI, respetar tiempos, apoyar a alumnos foráneos, entrevistadores más profesionales, más atención a personas que laboran, más profesionales en la presentación de la sesión informativa, amabilidad, cordialidad, mayor profesionalismo, más formalidad, enviar correos con recordatorios, mayor preparación del personal que atiende vía telefónica teniendo toda la información del calendario de actividades y de procedimientos a seguir, realizar trámites vía internet, información personalizada vía correo electrónico en donde se informe el estado del proceso de todos los aspirantes hasta el punto final y facilitar programas de apoyo.
6. **(8) Proceso:** disminuir pasos, menos triangulación con control escolar, menos burocracia, objetivo y corto, simplificar tramitología, exigentes con las reglas en el trámite y mayor tiempo para ingreso.

Análisis estadístico

Con los datos obtenidos del instrumento aplicado se realizó un análisis estadístico para medir cuantitativamente la relación existente de las variables Difusión y Calidad del Personal y su impacto en la Calidad del Servicio de Ingreso al Posgrado.

Cuadro 1. Estadístico.

Estadísticos	Servicio	Difusión	Personal
Media	4.335484	4.395161	4.610753
Mediana	4.4	4.5	5
Desviación Estándar	.5619541	.6096428	.6374989
Curtosis	11.59939	9.144706	11.89201
Sesgo	-2.324362	-1.922356	-2.669166

Fuente: elaboración propia.

Servicio: Jarque-Bera normality test: 370.3 Chi(2)

3.9e-81, Jarque-Bera test for Ho: normality.

Difusión: Jarque-Bera normality test: 203.6 Chi(2)

6.2e-45, Jarque-Bera test for Ho: normality.

Personal: Jarque-Bera normality test: 416.8 Chi(2)

3.1e-91, Jarque-Bera test for Ho: normality.

$$CSIP_i = SER(DIF_i, CPE_i) + \varepsilon$$

$$\frac{\delta SER_i}{\delta DIF_i} > 0, \quad \frac{\delta SER_i}{\delta CPE_i} > 0,$$

$$CSIP_i = \alpha + \beta_1 DIF_i + \beta_2 CPE_i$$

$$H_0: \alpha = 0 \quad H_0: \beta_1 = 0 \quad H_0: \beta_2 = 0$$

$$H_1: \alpha \neq 0 \quad H_1: \beta_1 \neq 0 \quad H_1: \beta_2 \neq 0$$

Cuadro 2. Análisis estadístico.

	Suma de varianza	Grados de libertad	Promedio de cuadrados		
				Observaciones =	93
Model	12.6127843	2	6.30639216	F(2, 90)	= 34.52
				Prob. > F	= 0.0000
Residual	16.4401216	90	.182668018	R cuadrada	= 0.4341
				R cuadrada ajustada	= 0.4216
Total	29.0529059	92	.315792456	Root MSE	= .4274

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 3. Análisis estadístico II.

Servicio	Coficiente	Error Estándar	T	P>t	95% Intervalo de Confianza	
Difusión	.3335153	.1025763	3.25	0.002	.1297296	.537301
Calidad del Personal	.3107223	.0980941	3.17	0.002	.1158412	.5056034
_cons	1.436967	.3516393	4.09	0.000	.7383738	2.13556

Fuente: elaboración propia.

$$\text{SER} = 1.436967 + .3335153 \text{ DIF} + .3107223 \text{ CPE}$$

Como resultado del análisis estadístico podemos observar que el coeficiente de las variables Difusión y Calidad del Personal son significativos y estadísticamente son diferentes de 0, es decir, existe relación entre las variables, por lo tanto se concluye que ambas sí afectan a la variable dependiente Calidad del Servicio de Ingreso al Posgrado, mismas que la explican en un 43%.

Propuestas

1.- Establecimiento de un *Diagrama de flujo* del proceso de ingreso al posgrado, integrarlo a la página web y documentarlo para hacerlo del conocimiento general. Estará compuesto por 12 pasos que consistirán en lo siguiente:

Paso 1. Información: vía telefónica, presencial ó vía correo electrónico.

Paso 2. Sesión informativa: es una plática de no más de cuarenta minutos, en donde se debe presentar a los aspirantes, los aspectos generales del programa de posgrado, siendo estos: mapa

curricular, planta docente, modalidades de estudio, horarios de clases, programas de intercambio, montos de la matrícula, modalidades de titulación, entre otros, dicha información proporcionará al interesado una noción clara de que esperar del posgrado y decida en esta etapa si elige ó no ser aspirante y continuar con el proceso de selección.

Paso 3. Inscripción: vía electrónica.

Paso 4. Entrega de documentos: control escolar y coordinación de posgrado.

Paso 5. Examen EXANI III: se aplica el Examen Nacional de Ingreso al Posgrado, de CENEVAL, en su orientación a investigadores, el cual permite disponer de resultados objetivos respecto a las habilidades y capacidades del aspirante a ingresar al posgrado y sus conocimientos generales y los relacionados a la metodología de investigación.

Paso 6. Entrevista general: esta entrevista es realizada por un profesor de la planta docente del programa de posgrado, en donde evalúa su trayectoria académica, laboral, así como sus aspiraciones al momento de egresar del posgrado.

Paso 7. Entrevista de selección a beca CONACYT: se lleva a cabo una entrevista integrada por dos profesores de la planta docente del programa de posgrado y por un miembro de la junta académica del mismo.

Paso 8. Entrevista coordinación: se lleva a cabo con el coordinador de la Maestría.

Paso 9. Examen Psicotécnico y de Habilidades Múltiples: dicho instrumento, está diseñado para detectar las principales competencias de los aspirantes, de igual manera para identificar las actitudes y aptitudes de los interesados.

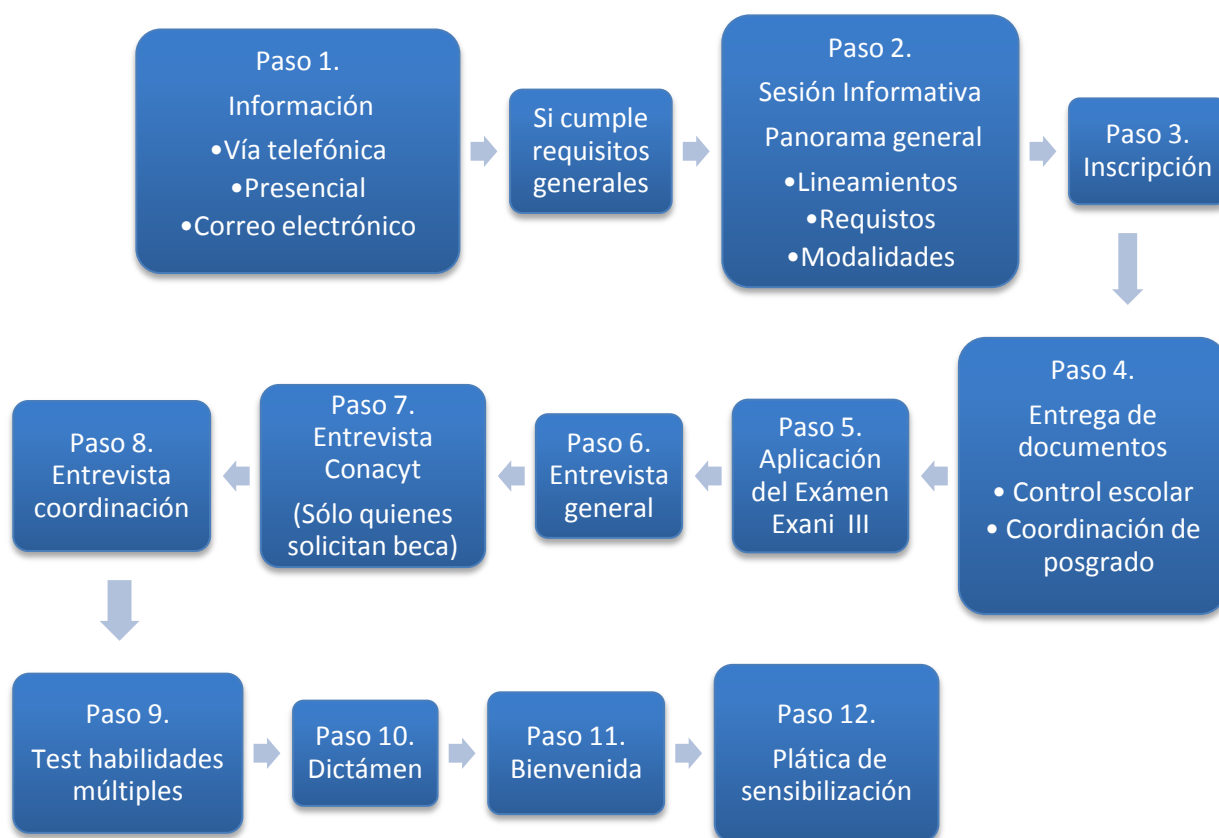
Paso 10. Dictamen: se da a conocer la lista de los aspirantes aceptados.

Paso 11. Bienvenida: se realiza por parte de la Coordinación de posgrados y Rectoría.

Paso 12. Plática de sensibilización: se desarrolla una plática referente a los atributos y obligaciones que contraen los aspirantes que desean ingresar a la modalidad de tiempo completo, haciendo énfasis en el privilegio y compromiso que contraen al ser beneficiados con una beca CONACYT.

Los pasos anteriores llevarán consigo información de acuerdo al calendario escolar que respete, es decir, fechas, documentación a entregar, costos, entre otros, lo cual facilitará al aspirante el trámite de ingreso al posgrado, además de obtener un servicio de calidad. Cabe señalar que al integrar dicho proceso al web site de la Maestría, se enlazarán a cada paso, vínculos que describan cada uno de ellos, con lo cual se tendrá conocimiento de su situación actual en el proceso de ingreso del aspirante, igualmente mostrará información detallada de cada punto lo que permitirá al aspirante conocer a detalle el proceso que está emprendiendo.

Figura 2. Propuesta proceso de admisión.



Fuente: Elaboración propia.

2.- Que todo el personal de la coordinación de la maestría conozca el proceso que se lleva a cabo para el ingreso de aspirantes y disponer con la información necesaria para proporcionar datos fidedignos cuando se solicite.

3.- Pláticas de sensibilización para los colaboradores de la maestría ó en su caso capacitación sobre el servicio al cliente – usuario – aspirante.

4.- Promover el posgrado en ferias y exposiciones académicas a nivel nacional e internacional, así como establecer convenios de movilidad estudiantil entre Universidades del país ó fuera de éste.

Conclusiones

Se concluye que en una primer instancia los niveles de calidad en el servicio ofrecido por el Administración de Negocios, son aceptables como lo muestran los resultados de las encuestas aplicadas con un 4.4 de calificación en promedio de las categorías analizadas considerando que la

puntuación máxima del instrumento es 5, por otro lado se detectaron áreas de oportunidad en el proceso de selección, mismas que se considera serán subsanadas con una documentación detallada del mismo, tal como se presentó en la propuesta del presente estudio y fortalecido con su publicación en página web, con el conocimiento del proceso por los colaboradores de la maestría y la capacitación de servicio al cliente, se considera que en una segunda evaluación se obtendrán resultados más cercanos a la calificación más alta del instrumento. Por lo anterior se acepta la hipótesis alternativa.

La Universidad de Guadalajara y en específico el posgrado en Administración de Negocios tiene el deseo de crecer y la mejora continua en el servicio y los procesos lo sitúa en una posición altamente competitiva dentro de las Universidades del país.

Recomendaciones

- 1.- Continuidad a la evaluación del proceso en los ciclos escolares posteriores al presente estudio, generando indicadores estadísticos que permitan la mejora continua y la toma de decisiones adecuada.
- 2.- Adaptación del cambio para la mejora y calidad del servicio por medio de la formalización del proceso de ingreso al posgrado.
- 3.- Trascendencia del presente estudio a los otros programas académicos de los posgrados CUCEA.

REFERENCIAS

- Bernal, C. A. (2006). *Metodología de la investigación*. México: Pearson Educación.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de Investigación*. México: McGraw-Hill.
- Horovitz, J. (1991). *La calidad del servicio. A la conquista del cliente*. España: Mc Graw Hill.
- Méndez, C. (2006). *Metodología: diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales*. México: Limusa.
- Müller, E. (1999). *Cultura de calidad de servicio*. México: Trillas.
- Vargas, M. (2007). *Calidad y servicio. Concepto y herramientas*. Colombia: ECOE
- INITE. (2010). *Metodología de la investigación*. México: Ediciones Instituto de Investigación de Tecnología Educativa, S. C.

ANEXOS

Formato 1 Evaluación del Servicio de Ingreso a la MAIN del CUCEA EVALUACIÓN DEL SERVICIO DE INGRESO AL POSGRADO

Folio: _____

La presente encuesta, tiene como propósito obtener información para identificar aspectos que contribuyan a la mejora continua del servicio brindado por la Coordinación de Posgrados y la Coordinación del Programa de Posgrado que cursa.

Nombre del Programa:

_____ **Fecha:** ___ / ___ /2011.

Instrucciones: Clasifique su nivel de satisfacción de acuerdo con la siguiente escala:

1. Nada de acuerdo (20%).
2. En desacuerdo (40%).
3. Indiferente (60%).
4. De acuerdo (80%).
5. Muy de acuerdo (100%).

N°	I. DIFUSIÓN	1	2	3	4	5
1.	La página de internet del posgrado es fácil de usar.					
2.	Es precisa la información presentada en la página de internet.					
3.	Considera al internet como principal medio de difusión.					
4.	En la sesión informativa o en su acercamiento con la coordinación del posgrado aclararon todas sus dudas.					
5.	Considera que la sesión informativa es importante.					

N°	II. DEL SERVICIO	1	2	3	4	5
6.	El horario de atención es el adecuado respecto al servicio ofrecido.					
7.	Fueron respetados los tiempos establecidos en el calendario de trámites para ingreso al posgrado.					
8.	La atención telefónica fue efectiva y precisa.					
9.	La información solicitada vía correo electrónico, siempre fue atendida en tiempo y forma por los integrantes de la coordinación.					

10.	Si he necesitado, pude conversar con el coordinador.					
11.	Si requerí, la coordinación brindo opciones para solucionar problemas que se me presentaron durante el proceso de ingreso.					
12.	El servicio que ofrece esta coordinación es mejor que el de otras dependencias del Centro Universitario.					
13.	En general, se encuentra satisfecho con nuestra gestión administrativa.					

	III. CALIDAD DEL PERSONAL	1	2	3	4	5
14.	El personal se mostró dispuesto a ayudar a los interesados.					
15.	El trato del personal fue amable y cordial.					
16.	El personal proyectó estar cualificado para las tareas que realiza.					
17.	El personal posee una imagen de honestidad y confianza.					
18.	La presentación del personal es profesional y acorde al posgrado.					

19. Tuvo algún problema durante el proceso de ingreso del posgrado (por favor, descríballo)

20.¿Qué sugeriría para mejorar el proceso de ingreso al posgrado?

Por su colaboración ¡GRACIAS!