



Mayo 2017 - ISSN: 1989-4155

PERCEPCIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LA CALIDAD EN EL SERVICIO: CASO DE ESTUDIO SISTEMA DE ENSEÑANZA ABIERTA DE LA UNIVERSIDAD VERACRUZANA

Ross Grissette Morales Segura¹

Docente en el Sistema de Enseñanza Abierta
Universidad Veracruzana

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Ross Grissette Morales Segura (2017): "Percepción de los estudiantes sobre la calidad en el servicio: caso de estudio Sistema de Enseñanza Abierta de la Universidad Veracruzana", Revista Atlante: Cuadernos de Educación y Desarrollo (mayo 2017). En línea: <http://www.eumed.net/rev/atlanter/2017/05/ensenanza-abierta-mexico.html>

RESUMEN

La organización actual sea cual fuere su ámbito, requiere que sus procesos y los recursos implicados en éstos, logren la valoración de "calidad" por quienes los utilizan. Siendo las Instituciones de Educación Superior, el vínculo entre la sociedad y las organizaciones empresariales deben enfocar sus esfuerzos a conocer, evaluar y mejorar la actuación de sus miembros, para que al mismo tiempo que operen en términos de calidad y productividad, cumplan con la misión de la organización. Razón por la cual la Universidad Veracruzana ha establecido como su prioridad asegurar la calidad y el mejoramiento continuo de sus actividades académicas y programas educativos, así como de sus procesos administrativos y de gestión; hacia la construcción de un Sistema Universitario de Gestión para la Calidad.

Es por ello que la investigación tiene como objetivo abordar la calidad del servicio partiendo de un diagnóstico acerca de la percepción que tienen los estudiantes de Contaduría del servicio que proporciona el personal administrativo en el Sistema de Enseñanza Abierta de la Universidad Veracruzana (SEA UV). Para determinar si ofrece calidad o no, se aplicó un cuestionario a los estudiantes inscritos en el semestre agosto 2016 - enero 2017.

¹ Doctor en Ciencias en el Área de Alta Dirección en la Universidad de Altos Estudios Hispanoamericana, Maestría en Administración en el Instituto de Investigaciones y Ciencias Administrativas de la Universidad Veracruzana, Docente en la Facultad de Contaduría y Administración del Sistema de Enseñanza Abierta de la Universidad Veracruzana. Experiencia Laboral en las Áreas de Adquisiciones Gubernamentales y Recursos Humanos. rossmorales@uv.mx

Se presenta una perspectiva general sobre el concepto de servicio, sus características e implicaciones, así como los aspectos fundamentales que miden su calidad. Los resultados obtenidos especifican las áreas de oportunidad en el servicio del SEA para lograr la alineación con los objetivos de calidad de la UV.

Palabras Clave: Servicio, Calidad, Calidad del Servicio, Organizaciones Educativas. Diagnóstico.

ABSTRACT

The current organization, regardless of its scope, requires that its processes and the resources involved in them, achieve the assessment of "quality" by those who use them. Being the Institutions of Higher Education, the link between society and business organizations should focus their efforts to know, evaluate and improve the performance of its members, so that at the same time that they operate in terms of quality and productivity, fulfill the mission of the organization. Reason why the University Veracruzana has established as its priority to ensure the quality and continuous improvement of its academic activities and educational programs, as well as its administrative and management processes; towards the construction of a University Management System for Quality.

That is why the research aims to address the quality of the service based on a diagnosis about the perception that the accounting students have of the service provided by the administrative staff in the Open Teaching System of the University of Veracruz (SEA UV). To determine if it offers quality or not, a questionnaire was applied to students enrolled in the semester August 2016 - January 2017.

It presents an overview of the concept of service, its characteristics and implications, as well as the fundamental aspects that measure its quality. The results obtained specify the areas of opportunity in the SEA service to achieve alignment with the UV quality objectives.

Key Words: Service, Quality, Quality of Service, Educational Organizations. Diagnosis

INTRODUCCIÓN

La Universidad Veracruzana es considerada como pieza clave de la educación superior de Veracruz, consciente de que su actuación debe ser ejercida con el aseguramiento de la calidad. En su misión señala como una de sus funciones sustantivas: la extensión de los servicios universitarios, mismos que deben cumplirse con calidad, pertinencia, equidad, ética. Así que para poder hacer una verificación de su cumplimiento, surge esta investigación, en donde a través de un diagnóstico, se determinó cómo percibe el estudiante los servicios que recibe del personal administrativo cuando gestiona trámites escolares.

La revisión teórica comienza con el análisis conceptual expuesto por diferentes autores acerca del término "servicio", y como lo vinculan con la calidad. A partir de ello, se hará una reflexión sobre las

implicaciones más relevantes en el entorno actual de la calidad en los servicios, mostrando datos acerca de los modelos de gestión para la calidad mundial.

Se hace énfasis en la calidad en las organizaciones educativas, para demostrar la pertinencia de este trabajo. En seguida se exponen las particularidades teóricas de la percepción.

Se presenta el caso de estudio: Facultad de Contaduría, en el Sistema de Enseñanza Abierta de la Universidad Veracruzana, en donde se muestran los resultados de la encuesta que se aplicó a los estudiantes inscritos en el semestre agosto 2016 - enero 2017.

Finalmente se exponen las conclusiones acerca de los resultados encontrados.

1. SERVICIO.

Contrario a los productos, los servicios son casi inmateriales, intangibles. Gaither Inches los considera como "Todas las actividades que unen a una organización con sus clientes. Sólo existen como experiencias vividas, resultan del esfuerzo o de un trabajo". Para Vázquez y Ramos, el cliente de un servicio no puede expresar su grado de satisfacción hasta que lo consume. Plantean dos tipos de servicios: el primero es el servicio de productos, que son las prácticas que apoyan la comercialización del producto; tiene dos componentes: el grado de despreocupación y el valor añadido por el cliente. Y el segundo es el servicio de los servicios cuyas dimensiones son: la prestación que buscaba el cliente y la experiencia que viven en el momento en que buscaba el servicio.

1.1. Concepto.

- Según la Norma ISO 9000 "Sistemas de gestión de la calidad. Fundamentos y Vocabulario: "Un servicio es también el resultado de un proceso".
- "Servicio es un tipo de bien económico, constituye lo que denomina el sector terciario, todo el que trabaja y no produce bienes se supone que produce servicios" (Fisher y Navarro, 1994, p. 185).
- "Cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico" (Kotler, 1997, p. 656).

Son características elementales de los servicios: la intangibilidad, la no diferenciación entre producción y entrega, y la inseparabilidad de la producción y el consumo (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1985).

2. CALIDAD

La calidad va más allá de las características con las que cuenta el bien o servicio, como apunta Larrea Angulo (1991), tiene que ver con la correspondencia entre la percepción de las propiedades de dicho bien y lo que de él se espera. "Lo verdaderamente importante para el cliente es el nivel de calidad percibida, entendida como la confrontación entre lo inicialmente esperado y lo finalmente recibido" (Paul Flipo, 1989).

2.1. Concepto.

La norma ISO 9000:20001 inciso 3.1.1, define la calidad como "*grado en que el conjunto de características inherentes, cumplen con los requisitos*". Confirmando nuestro criterio, ya que significa que la habilidad de una empresa para cumplir consistentemente las necesidades y expectativas definidas e implícitas, determina el grado estimado de reconocimiento como una organización de calidad.

Así que, la satisfacción de un cliente se da, cuando el producto o servicio que adquiere, no solo cumple con las especificaciones deseadas por éste, sino que, bajo su perspectiva, carece de deficiencias, tiene el mejor precio y más bajo costo (Tabla 1).

Tabla 1
Necesidades y expectativas del cliente

Anterior a la compra	Durante la compra	Después de la compra
Nombre de la marca	Características ofrecidas	Sencillez en el uso y la instalación
Experiencia previas	Información proporcionada por el vendedor	servicio de reparaciones por defecto o garantía
Opiniones de amigos	Garantías normal o extendida	Rapidez en la entrega
Popularidad del distribuidor	Programas de garantías o mantenimientos	Servicios de postventa
Resultados publicados de pruebas	Servicios de apoyo al usuario	Confianza
Precio y rendimiento dado a conocer	Precio y rendimiento obtenido	Comparación en el precio y rendimiento de otros

Elaboración a partir de: Takeuchi y Quelch (1984; 36)

3. CALIDAD DEL SERVICIO

En la medida en que las organizaciones tengan más dificultades para encontrar ventajas con las que competir, mayor atención tendrán que dedicar al servicio como fuente de diferenciación duradera. Los conceptos de calidad, servicio y calidad en el servicio son utilizados por las empresas de clase mundial como estrategias diferenciadoras.

Y aunque los servicios sean intangibles, no significa que no pueda ser estandarizada la forma en que se prestan, y es aquí en donde las organizaciones deben poner suma atención ya que el riesgo de perder a un cliente por la mala calidad, es aún mayor que cuando se trata de un

producto. Y la razón es que los clientes al no poder hacer pruebas antes de recibirlo, como se haría con la adquisición por ejemplo, de un par de zapatos; no pueden saber si les será satisfactorio, solo hasta el momento en que se les brindan; y es ahí en donde experimentan, no solo el servicio en sí, sino todos los recursos de que dispone una organización, desde el espacio físico del establecimiento, su infraestructura, inclusive las características físicas de nuestros empleados, y por supuesto su actitud para atenderlo, hasta aspectos casi incontrolables como las condiciones de infraestructura o seguridad de la zona en donde se encuentra el establecimiento.

Consideremos la siguiente definición de servicio al cliente propuesta por Duque Oliva:

"Servicio al cliente es el establecimiento y la gestión de una relación de mutua satisfacción de expectativas entre el cliente y la organización. Para ello se vale de la interacción y retroalimentación entre personas, en todas las etapas del proceso del servicio. El objetivo básico es mejorar las experiencias que el cliente tiene con el servicio de la organización".

Ahora bien, la satisfacción del cliente dependerá única y exclusivamente de la calidad del servicio, así que mientras las organizaciones enfoquen sus esfuerzos a mejorar dicha calidad, mejoraran sus oportunidades en el mercado. Al respecto Huete (2003) menciona que la satisfacción de un cliente es el resultado de las impresiones recibidas a lo largo de la creación del servicio menos las expectativas que el cliente trajo al entrar en contacto con la actividad de servicio.

Acerca de la calidad percibida, Prasuraman Zeithaml y Berry (1985), consideran que es el juicio del consumidor sobre la excelencia o superioridad de una entidad en su conjunto, es una forma de actitud, semejante pero no equivalente a satisfacción y resultante de la comparación entre expectativas y percepciones.

Se puede afirmar entonces, que la satisfacción del cliente no solo dependerá de que tan grande sea la diferencia entre la percepción del servicio que le brindan y las expectativas creadas por él, sino también de sus experiencias, formación, educación y demás aspectos de su personalidad.

4. LA CALIDAD EN EL ENTORNO ACTUAL.

La calidad es vital para las organizaciones, sea cual fuese su fin o su tamaño, en una economía globalizada como la que se vive actualmente, éstas dependen de un sinnúmero de variables que exigen y demandan que ésta sea primero en todo, de tal manera que su sobrevivencia recae en el éxito no solo del diseño de sus estrategias sino en cómo utilizan los recursos para aplicarlas y brindar calidad al mercado.

Así que más que la calidad de un producto o un servicio, es la organización la que debe responder a estándares de calidad, y con ello, satisfacer las necesidades del cliente (Juran y Gryna, 1995; 3),

sin embargo, esta implicación es difícil para las organizaciones, ya que quizás ni siquiera el, tenga la seguridad de cuáles son esas necesidades, por lo que la organización competitiva hará su máximo esfuerzo para que sus productos o servicios cumplan con ese cometido, brindándoles al mismo tiempo la oportunidad de permanecer en el gusto del mercado, ya que aunque éstas cambien rápidamente, estará preparada para dirigir sus esfuerzos hacia reconocerlas nuevamente y brindarle al mismo tiempo satisfacción.

Actualmente las empresas disponen de variadas herramientas para evaluar en qué grado de calidad se encuentran sus productos o servicios, éstas se basan en los modelos gestión de la calidad, los dos más difundidos son el modelo de la Fundación Europea para la Gestión de la Calidad (modelo EFQM) y las Normas de la Organización Internacional de Estandarización (Normas ISO). Para las organizaciones de salud existe el modelo Joint Commission Internacional (JCI).

En México se utiliza la norma ISO para evaluar los estándares de calidad. Originalmente la Norma ISO 9004 se ideó para empresas de la industria de la fabricación. A finales del año dos mil, se publicaron las nuevas normas de la serie ISO 9000 y, en particular la norma certificable por tercera parte, conocida como ISO 9001:2000. Actualmente es conocida como Requisitos de un Sistema de Gestión de la calidad, cuya difusión se ha extendido a otros sectores de la economía como los servicios.

5. CALIDAD EN LAS ORGANIZACIONES EDUCATIVAS

Cualquier organización educativa tiene como propósito garantizar la adquisición y transmisión del saber, está compuesta por personas que desempeñan diferentes roles: directivos, docentes, empleados administrativos o técnicos, y por supuesto, estudiantes. Como afirma Mota (2001) “La interdisciplinariedad en la organización educativa tiene por finalidad la comprensión del mundo presente desde el imperativo de la unidad del conocimiento y su cultura. Cuyo interés es la dinámica de la acción, y se apoya en la existencia y percepción humana de distintos niveles de realidad, en la aparición de nuevas lógicas y en la emergencia de la complejidad”.

En el contexto educativo, es difícil determinar que la organización tiene calidad, ya que intervienen demasiados procesos, sin embargo, se propone adaptar el termino desde una perspectiva de control de la calidad, en donde evaluamos por un lado, el desempeño del estudiante, del docente, del directivo o de los demás empleados, y por el otro; los programas educativos, la infraestructura, su tecnología, etc. Aunado a ello, es necesario plantear que una organización educativa, indistintamente del tipo lugar donde se ubique, sus resultados o procesos se verán alterados por aspectos políticos, económicos y sociales, que invariablemente, afectarán la calidad de su servicio.

En palabras de Correa de Molina:

“La calidad desde el ámbito de la organización educativa, se genera mediante la definición de la filosofía, políticas, misión, visión propósitos, competencias, metas y estrategias que son los componentes estructurales de un plan estratégico. Sin embargo, esta perspectiva de calidad sería incompleta si no se tienen en cuenta el sentido social de la educación, las dimensiones humanas que deben potenciarse para armonizarlas con las necesidades específicas del micro y macro entorno. No es responsable un proyecto educativo que no evidencie un compromiso con el desarrollo humano integral y con la transformación social”.

En México, la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior de la República Mexicana A.C. (ANUIES), ha establecido un sinnúmero de estrategias para que éstas funcionen bajo mecanismos que habiliten y promuevan la calidad, tal como se señala en su misión:

“Contribuir al logro de los fines y a la mejora continua de las funciones de sus asociadas, mediante la representación de sus intereses, la prestación de servicios de calidad y la concertación de políticas públicas que fomenten la integración, ampliación e innovación del sistema de educación superior para propiciar el desarrollo social y humano de México”.

Consideramos, por lo tanto, que la calidad en las Instituciones de Educación Superior, pueden ser vistos al menos, bajo dos perspectivas de gestión de calidad: como organizaciones que diseñan planes, estrategias, programas, procesos administrativos, u otros, de índole meramente funcional. O como contribuyentes a la sociedad, a las empresas, o a sus estudiantes y empleados, de desarrollo económico, tecnológico, de innovación, de valores humanos, o calidad de vida.

Para nuestro estudio, planteamos que si la calidad en el servicio depende de la percepción y expectativas del cliente, son los estudiantes quienes determinarán la calidad del servicio, no solo en cuanto se refiere a términos educativos, sino administrativos, de vinculación empresarial y social, de una mejor incursión al mercado laboral, de imagen y reconocimiento, entre otros.

6. CASO UNIVERSIDAD VERACRUZANA

Para asegurar la calidad en sus servicios la Universidad Veracruzana, ha instaurado el Comité de Calidad como un órgano colegiado de carácter permanente, que tiene a su cargo la responsabilidad de establecer los lineamientos, políticas y estrategias institucionales al respecto; su objetivo es la mejora continua de la calidad del quehacer universitario. Para lo cual acordó tres líneas de trabajo generales: promoción de la cultura de la calidad en todos los ámbitos universitarios, promoción de la evaluación y acreditación de PE y promoción de la innovación y la mejora continua. (Plan General de Desarrollo 2025 Universidad Veracruzana).

Política de calidad: Colaborar en el desarrollo académico de la institución con el fin de satisfacer las necesidades y requerimientos de la comunidad universitaria para coadyuvar en la mejora

continua e innovación con profesionalismo en un ambiente de compromiso mediante el seguimiento de los procedimientos de Evaluación del Desempeño Académico.

7. MARCO CONTEXTUAL

La Ley Orgánica de la Universidad Veracruzana, define oficialmente al Sistema de Enseñanza Abierta como “Aquél que efectúa funciones de docencia a nivel de licenciatura, bajo la modalidad de ser parcialmente escolarizado, realizando investigación en apoyo a su actividad docente”.

El Edificio del Sistema de Enseñanza Abierta de la Universidad Veracruzana, Campus Arco Sur, se ubica en Paseo número 112, Nuevo Xalapa, es aquí donde se realizan los servicios escolares y administrativos. Mientras que la cátedra se imparte en el edificio de Contaduría y Administración, en la Zona Universitaria, ambos en el municipio de Xalapa.

7.1. Personal Administrativo

Tabla 2

Puesto	Funciones
Secretarías	Trámites administrativos de la Dirección del SEA, formalmente no tienen la responsabilidad de atención a estudiantes, sin embargo, habiendo ausencia de “cardistas”, o en casos especiales, los efectúan
Cardistas	control escolar de los estudiantes, desde registro de calificaciones, constancias, revalidaciones, etc.
Coordinadores	Su función principal es llevar el control y coordinación de docentes por medio de registro de asistencia, solicitud de calificaciones, entrega de documentación laboral, etc.,

Fuente: Elaboración propia

7.2. Objetivo General

Describir la percepción que tienen los estudiantes de Contaduría acerca del servicio que proporciona el personal administrativo en el Sistema de Enseñanza Abierta de la Universidad Veracruzana.

8. METODOLOGÍA

8.1. Tipo de estudio

La investigación es de tipo transversal, no experimental, prospectiva. El nivel es exploratorio de corte cualitativo.

Las técnicas empleadas en este estudio son documental y encuesta. Para evaluar la confiabilidad del nuestro instrumento se realizó el análisis de consistencia interna mediante el alfa de Cronbach, en nuestro estudio resultado de 0.954.

Se optó por considerar el modelo de Cronin y Taylor: Servperf (SERVice PERFormance, 1992), puesto que solo estableceremos la percepción del servicio.

Tabla 3

Concordancia con las dimensiones de Servperf

Dimensión	Elementos Evaluados
Responsabilidad	Cuando acudes a realizar trámites escolares quienes te han atendido. El personal directivo ha intervenido cuando el trámite que realizas no es atendido correctamente.
Confiabilidad	Con que frecuencia acudes a realizar tus trámites. El personal que te atiende realiza habitualmente bien el servicio.
Seguridad	El trámite o resolución de problemática ha sido atendida satisfactoriamente en el tiempo señalado
Empatía	Cuando acudes a realizar trámites el personal te han hecho saber algún lineamiento o procedimiento
Elementos tangibles	La actitud del personal que te ha atendido generalmente es: Si existiera alguna inconformidad en la atención que te brindaron la causa sería:

Fuente: Elaboración propia a partir del modelo Servperf.

8.2. Determinación la Población y la muestra

Los estudiantes inscritos en el periodo son un total de 552.

Se realizó un muestreo piloto a 15 estudiantes, y ya que no arrojo datos significativos para modificar el cuestionario, se decidió aplicarlo a la muestra obtenida.

552 estudiantes inscritos en la licenciatura en Contaduría, fijando un nivel *Nivel de Confianza* del 95%. Por lo que empleando la fórmula estadística de Fischer, V. y Navarro, A. (1996), se obtuvo finalmente el resultado:

$$n = \frac{Z^2 N p q}{e^2 (N - 1) + Z^2 p q}$$

N=552 Z=1.96 p=.80 q=.20 e=.05 Donde n = 170

9. Análisis e interpretación de la información recolectada

En lo que se refiere al análisis de los resultados de las variables incluidas en el cuestionario a estudiantes se obtuvo lo siguiente:

Responsabilidad

El personal que atiende a los estudiantes en orden son: las cardistas con un 71%, siguiéndoles los coordinadores con un 18%, y en tercer lugar se encuentran las secretarias (Gráfica 3).

El 72% de estudiantes considera que cuando falla el proceso, han tenido que recurrir al personal directivo para resolver la situación, siendo la mayoría de las veces la Secretaria Académica (Gráfica 1).

Gráfica 1

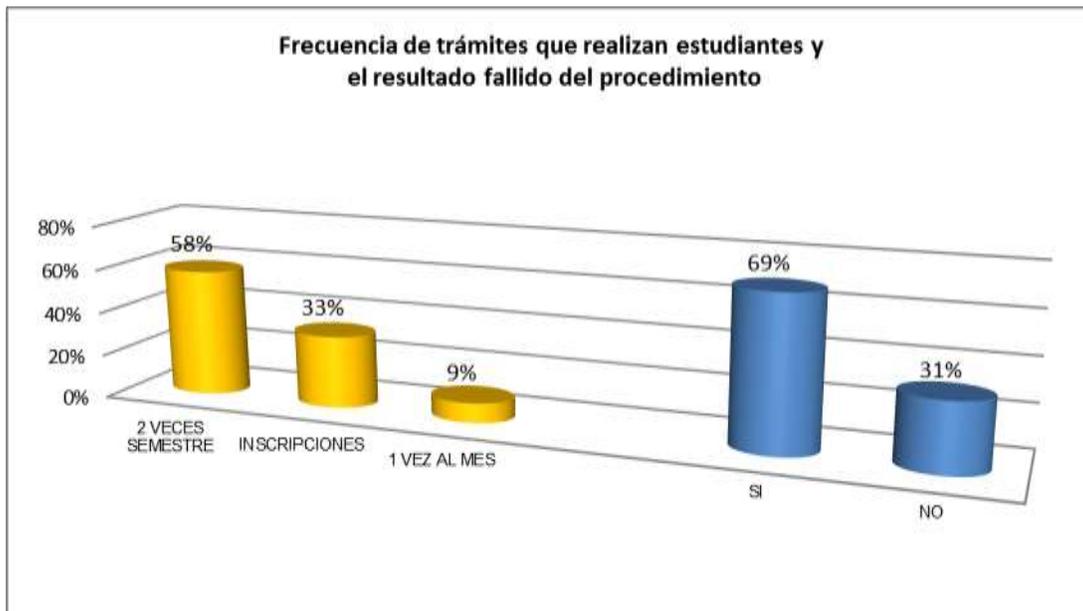


Fuente: Elaboración propia

Confiabilidad

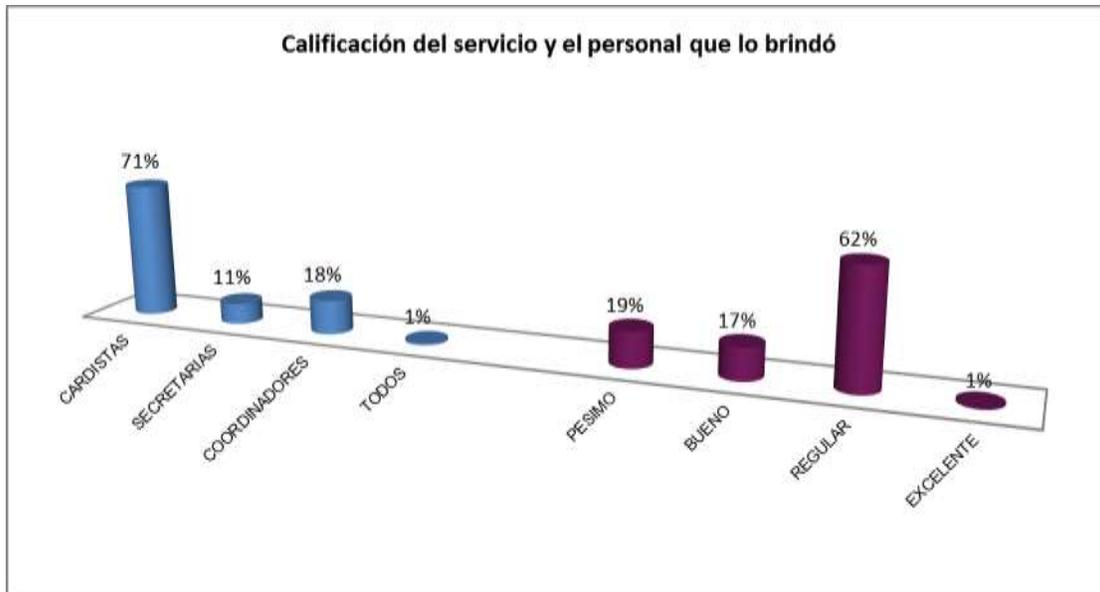
La frecuencia con la que acuden los estudiantes es: poco más de la mitad lo hacen 2 veces por semestre, menos de un diez por ciento acude frecuentemente a las oficinas de la Dirección, el punto crítico es que independientemente de la periodicidad con la que acudan, es que un setenta por ciento de las veces no logran obtener el resultado esperado, y califican como regular el servicio recibido en su mayoría por las cardistas. Los coordinadores son quienes mejor servicio proporcionan a los estudiantes. (Gráfica 2 y 3).

Gráfica 2



Fuente: Elaboración propia

Gráfica 3

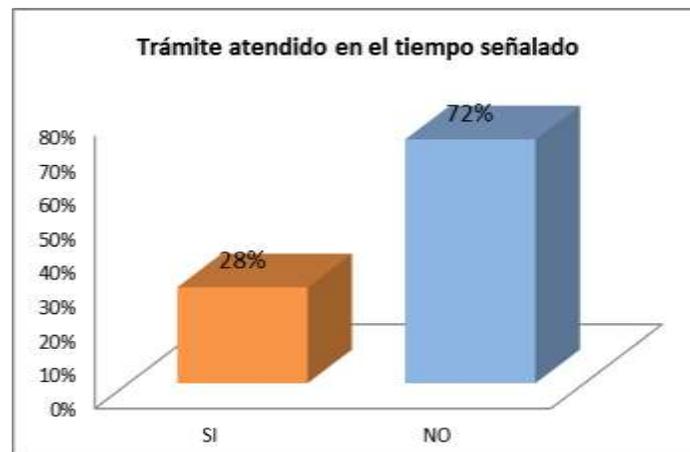


Fuente: Elaboración propia

Seguridad

Los estudiantes perciben que cuando realizan sus trámites, generalmente siempre tendrán un retraso significativo en el resultado 8. (Gráfica 4).

Gráfica 4



Empatía

Los estudiantes revelan que al hacer sus trámites escolares casi en un setenta por ciento de las veces no les han hecho saber de algún lineamiento o procedimiento para orientarlos. Solo un tercio manifiesta que si se les ha brindado esta información (Gráfica 5).

Gráfica 5



Elementos tangibles

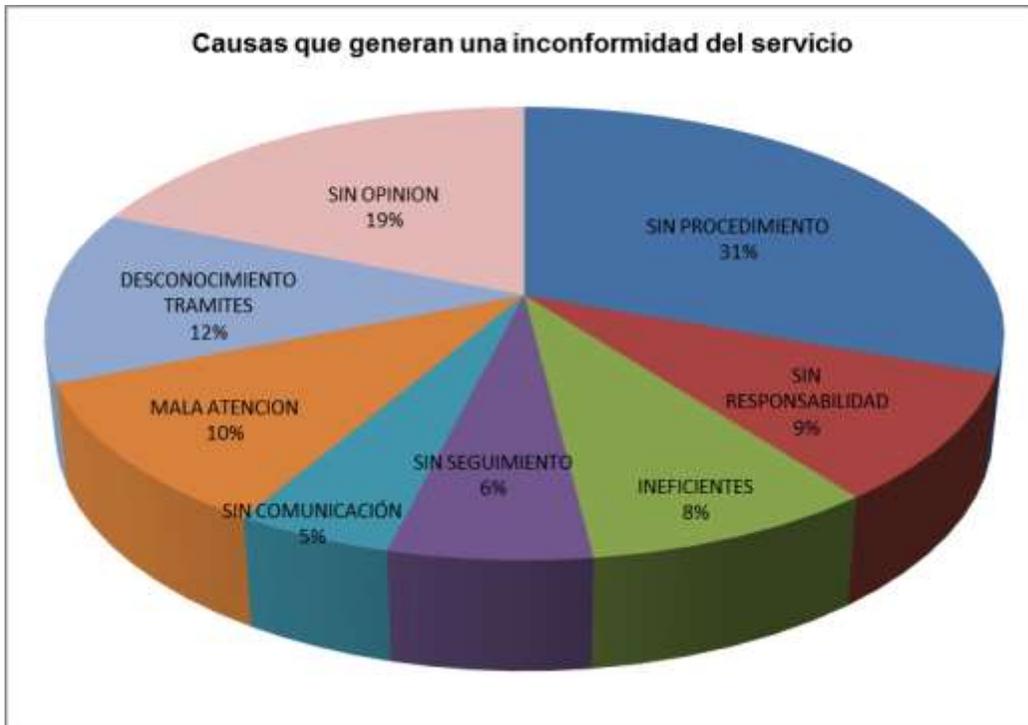
En lo correspondiente la actitud del personal más de la mitad opinan que fue regular, el 29% dijo que es pésima, los que lo visualizan como bueno o excelente son la minoría.

En cuanto a las situaciones que generaron una inconformidad del servicio, un tercio considera que no existe un procedimiento formal, el 12% piensa que el personal que los atiende desconoce el proceso de su solicitud, el 10% considera que es por una mala atención (Gráficas 6 y 7).

Gráfica 6



Gráfica 7



Para tener un panorama más amplio sobre la percepción de los estudiantes, se les solicitó que manifestaran alguna propuesta para mejorar las condiciones del servicio que se ofrece en el SEA y estos fueron los resultados:

Tabla 4

Tópico	Porcentaje
Crear un proceso formal para los tramites	21%
Mejorar el servicio	15%
Capacitar al personal	13%
Mejorar la actitud	13%
Mejorar la comunicación entre el personal	10%
Evaluar al personal por resultados	8%
Crear un espacio virtual en la página del SEA	4%

Fuente: Elaboración propia

El 16% de los estudiantes no propuso nada para mejorar la situación que se les ha presentado

CONCLUSIONES GENERALES

Considerando las características del modelo utilizado para medir la percepción del servicio de los estudiantes de la Licenciatura en Contaduría del SEA, encontramos los siguientes aspectos:

En cuanto a la dimensión de responsabilidad el SEA los estudiantes perciben que si se cumple, a diferencia de la confiabilidad, la seguridad, la empatía, o los elementos tangibles, que en son percibidos negativamente.

Los resultados evidencian que el servicio no reúne los atributos para poderse valorar “de calidad”, pues al contrario de generarles satisfacción, la mayoría de las veces no son tratados con una buena actitud, no les resuelven en el tiempo establecido y no se sigue un procedimiento formal en los tramites escolares.

Estas situaciones, percibidas por los estudiantes, pueden ser atribuidas a problemas de coordinación, organización o supervisión que debería realizar el personal directivo del SEA; aunque también no hay que descartar problemas de medio ambiente laboral, e inclusive de motivación.

Un aspecto que, aunque no fue objeto de estudio en esta investigación, pero que es necesario exponer, es que parte del personal administrativo pertenece al denominado Sindicato Estatal de Trabajadores al Servicio de la Universidad Veracruzana (SETSUV), y además cuentan con un tipo de contratación definitiva, lo que podría un factor determinante en su productividad.

A manera general, no se cumple con los lineamientos establecidos por la Universidad Veracruzana con respecto a gestionar servicios de calidad, así que existen grandes áreas de oportunidad en el servicio que brinda el Sistema de enseñanza Abierta.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Correa de Molina C. (2005). Administración estratégica y calidad integral en las instituciones educativas. Cooperativa Editorial Magisterio. Colombia.
2. Duque Oliva E. J. 2005. Revisión del Concepto de Calidad del Servicio y sus Modelos de Medición. *INNOVAR, Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*. Universidad Nacional de Colombia. Enero a Junio. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v15n25/v15n25a04.pdf>
3. Feigenbaum A. V. (1994). Control Total de la Calidad. Compañía Editorial Continental. México.
4. Fisher, L. y Navarro, V. (1996). Introducción a la investigación de mercados. McGraw-Hill Interamericana S.A. de C.V. México.
5. Flipo, J.P. (1989): Gestión de Empresas de Servicios. EADA, Barcelona.
6. Gaither Inches, “Creative Customer Service Management”, *Internacional Journal of Physical distribution*, Vol. N 3,1983
7. Huete, L., & Pérez, A. (2003). Clienting. Marketing y Servicios para rentabilizar la lealtad. (S.I.). Barcelona: Ed. Deusto.

8. Ibarra Morales L. (2015). Los modelos ServPerf y Servqual: Una herramienta para medir la calidad en el servicio. Editorial Académica Española. España
9. ISO. (2008) Norma Internacional ISO 9001, Traducción Oficial, Sistemas de Gestión de la Calidad – Requisitos (4ta Edición). Suiza
10. Juran, J. M. Y Gryna, F.M. (1995): Análisis y planeación de la calidad. Del desarrollo del producto al uso, McGraw-Hill. México.
11. Kotler, P. (1997). Mercadotecnia. Prentice-Hall. México
12. Laerra Angulo P. (1991). Calidad del Servicio. Del Marketing a la Estrategia. Ediciones Díaz de los Santos. España.
13. Morales Sánchez V. y Hernández Mendo A. (2004). Calidad y Satisfacción en los Servicios: *Conceptualización. Lecturas: EF y Deportes. Revista Digital*, 73. Junio 2004.
14. Prasuraman, Zeithaml y Berry (1985). Un modelo conceptual de la calidad y de sus implicaciones para la investigación futura. *Journal of Marketing*, (41-50).
15. Takeuchi, H. Y Quelch, J. A. (1984): La calidad es algo más que hacer un buen producto, *Harvard Deusto Business Review*, 1 trim., 31-40.
16. Universidad Veracruzana. Dirección General del Sistema de Enseñanza Abierta. Relación Histórica de 1980 a 1995. Recuperado de: https://www.uv.mx/sea/files/2012/11/04_historia.pdf.
17. Universidad Veracruzana. Programa de Trabajo 2009-2013. Innovación académica y descentralización para la sustentabilidad. Recuperado de <https://www.uv.mx/programa-trabajo-2009-2013/index.html>
18. Universidad Veracruzana. Plan General de Desarrollo 2025. Recuperado de <https://www.uv.mx/transparencia/files/2012/10/PlanGeneraldeDesarrollo2025.pdf>