



Protocolo de investigación

**CALIDAD DEL SERVICIO OFRECIDO POR EL
ÁREA DE ADMISIONES DE LA UDS
PICHUCALCO**

Presenta:

Alejandra Mercedes Bastard Mazariego

Profesor:

Mtra. Yaneth Fabiola Solórzano Penagos

PASIÓN POR EDUCAR

SEMINARIO INTEGRADOR I

3er Cuatrimestre

MAD01SSC1020-A

Pichucalco, Chiapas a 18 de junio del 2021

ÍNDICE

III. CONTEXTO METODOLÓGICO	1
3.1. DESCRIPCIÓN DEL ÁREA	1
3.2. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	2
3.3. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	3
3.4. TIPO DE INVESTIGACIÓN	3
3.5. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	3
3.6. POBLACIÓN Y MUESTRA	4
3.6.1. TAMAÑO DE LA MUESTRA	4
3.6.2. PROCEDIMIENTO DE MUESTREO	5
3.7. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS	6
3.7.1. TÉCNICA	6
3.7.2. INSTRUMENTOS	6
3.8. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	7
IV. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	9
V. ANEXOS	10
ANEXO 1. CUESTIONARIO DE LA CALIDAD DE SERVICIO	10

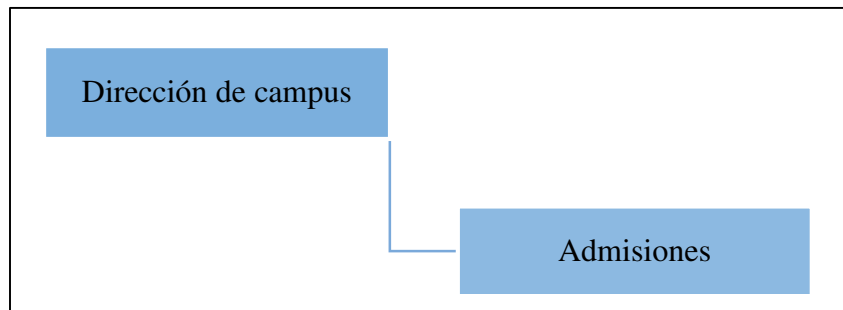
III. CONTEXTO METODOLÓGICO

En el presente capítulo se realiza una revisión de la metodología de investigación que se implementará en el presente proyecto como son la descripción del tipo de investigación, diseño, así como también el método. Además se explican los procedimientos e instrumentos que se utilizarán para obtener la información que se requiere del área de admisiones de la UDS Pichucalco. Con esta información se pretende cumplir con los objetivos de la investigación que faciliten el proceso de toma de decisiones.

3.1. DESCRIPCIÓN DEL ÁREA

Antes de dar parte a la descripción de la metodología, es importante conocer de manera puntual, la misión y funciones del área o personal de admisiones, para poder así analizar el impacto que dicha área tiene sobre la calidad de servicio. Así, en la Figura 1, se puede observar la ubicación dentro del organigrama de la institución.

Figura 1. Ubicación en la estructura organizacional.



Fuente: UDS, 2021.

Misión del área

Supervisar las estrategias comerciales para la captación, inscripción y seguimiento de prospectos de alumnos en cada uno de los campus y Centro de Estudios Educativos (CEE) UDS, así como la ejecución de eventos para posicionamiento de la marca.

Funciones del área

- Visitas a escuelas
 - ✓ Entrega de oficios para visita a escuelas
 - ✓ Ejecución de campaña de visitas a escuelas
 - ✓ Envío de agenda y solicitud de viáticos
- Seguimiento a prospectos
 - ✓ Captura de base de datos
 - ✓ Llamadas a prospectos
 - ✓ Envío de reporte de seguimiento de bases de datos
 - ✓ Envío de reporte semanal de inscritos
 - ✓ Plática de promotores educativos
- Inscripción
 - ✓ Inscripción de alumnos
 - ✓ Envío de expedientes de alumnos de nuevo ingreso
- Identidad
 - ✓ Recepción de protocolos de eventos y graduaciones
 - ✓ Ejecución de protocolos de eventos y graduaciones

Como se puede notar, en la mayoría de las actividades básicas se encuentra implícita la atención al cliente y por ende entra en juego la calidad del servicio ofrecido, ya que lo más importante para el área de admisiones es brindar la información necesaria a todos los prospectos con la finalidad de poder conseguir su inscripción a la institución.

3.2. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

Cuando se habla de enfoque de investigación, se hace referencia a la naturaleza del estudio, la cual se clasifica como cuantitativa, cualitativa o mixta; y abarca el proceso investigativo en todas sus etapas: desde la definición del tema y el planteamiento del problema de investigación, hasta el desarrollo de la perspectiva teórica, la definición de la estrategia metodológica, y la recolección, análisis e interpretación de los datos.

Para la presente investigación, se hace uso del enfoque cuantitativo, ya que lo que se desea poner a prueba o comprobar son las hipótesis planteadas, haciendo uso de los datos obtenidos de la aplicación de los instrumentos de recolección y la interpretación de los mismos. Así mismo, es

importante mencionar que el proceso de la investigación es secuencial, algo muy característico de este enfoque.

3.3. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

La ruta cuantitativa se sigue en el presente proyecto se basa en un razonamiento deductivo y el método usado será el hipotético- deductivo, ya que se parte de bases teóricas (lo general) que nos permiten formular hipótesis de los fenómenos observados en la realidad (lo particular) y finalmente nos ayudará a probar o rechazar dichas hipótesis que nos permitan dar recomendaciones o conclusiones de la relación entre las variables analizadas. (Hernández-Sampieri, 2019, pp. 6-7). Este método nos permitirá realizar inferencias en las conclusiones sobre los hallazgos de los datos procesados.

3.4. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El diseño de investigación elegida es no experimental. En su primera fase de tipo exploratorio pues como bien se hizo hincapié en el marco referencial se parte de algo de lo que se tiene muy poca información al respecto, sobre todo de estudios enfocados en un área específica para analizar la calidad de servicio ofrecido.

En su segunda fase se realizará una investigación de tipo cuantitativo descriptivo, las variables a considerar para este estudio se basan en la descripción y análisis de la calidad que ofrece el servicio de atención a clientes del área de admisiones. Se destaca un aspecto fundamental que se refiere al nivel de satisfacción que el servicio genera en los usuarios una vez que visitan el área de admisiones, dando oportunidad de fortalecer los elementos positivos y modificar aquellos que pueden incrementar el bienestar de los clientes. También se realiza una evaluación de los datos estadísticos para identificar si existe un problema, para así poder proponer una posible solución. Por lo tanto, se describirá la situación del servicio ofrecido, con lo que se pretende analizar la calidad de dicho servicio con base en las percepciones y expectativas de los clientes.

3.5. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El presente trabajo de investigación pretende resolver un problema inmediato, en este sentido, el diseño es no experimental, porque el investigador no interviene ni manipula variables. Es decir, tal y como lo mencionan Cervantes, J. y Molina, C. (2003): “se realiza sin manipular

deliberadamente las variables y se observan los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos”.

Así mismo es de corte transversal o transeccional, dado que, se conocerá el estado actual de la situación, hecho o fenómeno. Pues, presenta una población y muestra determinada, es decir, los datos de la muestra se recolectarán en un solo momento, en nuestro caso sería la recolección de datos mediante encuesta sobre la calidad del servicio ofrecido por el área de admisiones de la UDS Pichucalco.

3.6. POBLACIÓN Y MUESTRA

De acuerdo López, P. (2004), población es “el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación”. Se puede definir también como el conjunto de todas las unidades de muestreo. Una definición adecuada de población debe realizarse a partir de los siguientes términos: elementos, unidades de muestreo, alcance y tiempo.

La población considerada para el estudio, son los clientes tanto hombres y mujeres de 18 años en adelante que hayan tenido experiencia con el área de admisiones de la UDS Pichucalco, durante el periodo actual de campaña, que comprende el periodo de Septiembre 2020- Septiembre 2021. Tomando en consideración la base de datos actualizada y debido a que por la contingencia actual de COVID-19 no se cuenta con base de datos de escuelas, se tiene registrada una base con 160 clientes atendidos en los servicios de inscripción, atención en oficinas, vía telefónica y redes sociales, durante el período establecido.

3.6.1. TAMAÑO DE LA MUESTRA

La muestra es un subgrupo del universo o población del cual se recolectan los datos y que debe ser representativo de ésta (Hernández-Sampieri, 2019).

Para calcular la muestra, en el presente estudio, se utilizó la fórmula que la literatura indica, en la que hay que tomar en cuenta tres factores:

- El porcentaje de confianza con el cual se quiere generalizar los datos desde la muestra hacia la población total.
- El porcentaje de error que se pretende aceptar al momento de hacer la generalización.

- El nivel de variabilidad que se calcula para comprobar la hipótesis.

Aplicando la fórmula para el cálculo del tamaño de la muestra (n) conociendo el tamaño de la población:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

N = Población total = 160

Z= Nivel de confianza (95%=1.96)

p = Probabilidad de éxito o proporción esperada (50%= 0.5)

q = Probabilidad de fracaso (50%= 0.5)

d = Precisión o error máximo admisibles en términos de proporción (5%=0,05)

Considerando la población N= 160 clientes, con un nivel de confianza del 95%, con probabilidad de éxito y fracaso de 50% y con un error admisible del 0.05%. Aplicando la fórmula:

$$n = \frac{160 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (160 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{153.664}{1.3579}$$

$$n= 113.16 \approx 113$$

El tamaño de la muestra representa el 95% de fiabilidad o confianza y 5% de error, por lo que, el resultado viene a ser 113 clientes del total de la población.

3.6.2. PROCEDIMIENTO DE MUESTREO

El estudio va a realizarse mediante un muestreo no probabilístico, en el cual las unidades muestrales no se seleccionan al azar, son elegidas por el investigador. La selección de la muestra no es aleatoria, no se basa en ninguna teoría de probabilidad. Por lo tanto, el diseño es más simple y los costos son significativamente menores. Uno de los procedimientos más comunes

en este tipo de muestro es el realizado por conveniencia y es el que se ejecutará en el presente estudio, pues las muestras se seleccionarán según el criterio de accesibilidad o comodidad, esto debido a que en la base de datos de los clientes se cuentan con personas que actualmente ya no se encuentran interesadas en la institución educativa por diversos motivos, por lo tanto sería muy difícil ejecutar un muestreo probabilístico y que el cliente no acepte realizar la encuesta solicitada, lo cual implicaría gasto de tiempo y recursos. Dicho lo anterior, se le solicitará a los clientes interesados (prospectos), y personas ya inscritas a la institución que colaboren de manera voluntaria en la realización de las encuestas.

3.7. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS

De acuerdo López, P. (2004), la etapa de recolección de datos comprende tres pasos a seguir:

1. Seleccionar la técnica y un instrumento que tenga validez y sea confiable, para que de esta manera se puedan sustentar los resultados obtenidos.
2. Después se tiene que aplicar el instrumento seleccionado.
3. Y por último, se debe analizar la información obtenida, mediante las observaciones, registros y mediciones realizadas.

Durante el procedimiento de recolección de datos, se buscará información detallada para la investigación en relación a las expectativas y percepciones de los clientes del área de admisiones de la UDS Pichucalco.

3.7.1. TÉCNICA

Según Vara (2012), es aquella que nos ayudará a recolectar datos fiables y validados de nuestras variables a través de instrumentos que nos permitirán analizarlos y sacar conclusiones. En la presente investigación se empleará la encuesta como técnica de recolección de datos. Su finalidad será recabar información permita analizar el problema de investigación sobre la calidad del servicio ofrecido en el área de admisiones de la UDS Pichucalco. Estas técnicas se trasladaron a un instrumento de medición denominado cuestionario.

3.7.2. INSTRUMENTOS

Según Hernández- Sampieri (2019), en la ruta cuantitativa, el cuestionario es el instrumento más utilizado para recopilación de los datos de campo, este cuestionario está conformado por un

conglomerado de preguntas respecto a variables a ser medidos y que debe guardar congruencia con el planteamiento de nuestros problemas y las hipótesis que se plantearon al inicio; el conglomerado de preguntas pueden ser del tipo cerradas o abiertas, cerradas cuando el investigador a priori define las posibilidades de las repuestas y las delimita; las repuestas a las preguntas pueden ser con dos opciones, dicotómicas, o con varias opciones.

El instrumento que se ejecutó en la recolección de la información es el cuestionario tipo Likert de cinco escalas, este tipo de escala es usada habitualmente para medir actitudes, se basa en la creación de un conjunto de enunciados, sobre los cuales el entrevistado debe mostrar su nivel de acuerdo o desacuerdo, para el presente estudio se utilizó como guía el cuestionario propuesto por Cervantes, J. y Molina, C. (2003), el cual fue sometido a validez de contenido a través de la técnica de juicio de expertos para confirmar la fiabilidad del instrumento, esto debido a que dicho autor realizó un estudio similar al propuesto.

Se utilizará una encuesta simple con cuestionamientos de opción múltiple con escala de calificación de 5 alternativas, teniendo un total de 18 ítems en el cuestionario. Dicho instrumento diseñado se encuentra en el Anexo 1, el cual queda en espera de ser aplicado a la muestra determinada en la presente investigación, para la obtención de los resultados y comprobación de la hipótesis planteada.

3.8. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable: Calidad de servicio

Definición conceptual: Para Zeithaml, Parasuraman y Berry (1993), la calidad en el servicio considerando la óptica subjetiva que perciben los clientes, lo define como “el distanciamiento, brecha que existe entre las expectativas generadas a priori por los clientes y las valoraciones o percepciones a posteriori que ellos mismos lo realizan; si se quiere acortar esa brecha logrando un alto grado de valoración en calidad por el servicio brindado, como mínimo tenemos que cumplir o superar la expectativa que se generó nuestro cliente”.

Definición operacional: La variable en análisis, calidad de servicio, integra 5 dimensiones mencionadas en el apartado del marco teórico, un extracto de ello se detalla en la Tabla 2 presentada a continuación:

Tabla 2. Operacionalización de la variable Calidad de servicio

Dimensiones	Indicadores	Ítems (preguntas del cuestionario)	Escala de medición	Instrumento
Elementos tangibles	Herramientas e instrumentos adecuados Presentación personal Atención a tiempo	Del 1 al 3	Escala de Likert 1: Totalmente en desacuerdo 2: En desacuerdo 3: Neutral 4: De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo.	Cuestionario
Fiabilidad	Nivel de confianza Consistencia en la prestación de servicio	Del 4 al 6		
Capacidad de respuesta	Tiempo de atención adecuado Rapidez y precisión	Del 7 al 10		
Seguridad	Personal amable y respetuoso Personal capacitado	Del 11 al 14		
Empatía	Identificación con el cliente Saber escuchar Comprensión de necesidades del cliente	Del 15 al 18		

IV. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Cervantes, J. y Molina, C. (2003). *Análisis de la calidad del servicio ofrecido por el departamento de licencias de la SCT de la Ciudad de Puebla*. Universidad de las Américas Puebla. Recuperado de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/cervantes_c_jc/
- Hernandez-Sampieri, R., Mendoza, T. (2019). *Metodología de la Investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Ciudad de México: McGraw-Hill/Interamericana Editores S.A. de CV.
- López, P. (2004). *POBLACIÓN MUESTRA Y MUESTREO*. Punto Cero v.09 n.08 Cochabamba. Recuperado de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012
- Vara, A. (2012). Desde La Idea hasta la sustentación: Siete pasos para una tesis exitosa. Un método efectivo para las ciencias empresariales. Recuperado de <https://www.administracion.usmp.edupe/investigacion/files/7-PASOS-PARAUNA-TEESIS-EXITOSA-Desde-la-idea-inicial-hasta-la-sustentaci%C3%B3n.pdf>
- Zeithaml, V., Parasuraman, A. y Berry, L. (1993). *Calidad total en la gestión de servicios. Cómo lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos, S.A.

V. ANEXOS

ANEXO 1. CUESTIONARIO DE LA CALIDAD DE SERVICIO

Soy estudiante de la Maestría en Administración de la Universidad del Sureste. Como parte de mi formación estoy realizando esta encuesta que ayudará a analizar el nivel de calidad del servicio que ofrece el área de admisiones de la UDS Pichucalco, por lo que su cooperación será de gran importancia. Agradecemos de antemano su colaboración y tiempo.

Instrucciones. Marca con una cruz (X) la respuesta que más se acerque a su opinión, tomando en cuenta que el número 1 si usted está completamente en **desacuerdo** y el 5 si está completamente de **acuerdo**.

Edad: 18-28: ___ 29-38:___ 39-48:___ 49-58:___ 58 en adelante:_____

Sexo: H: ___ M: ___

Señale que tipo de servicio requirió de la UDS, en específico del área que le atendió.

Inscripción: _____ Información de la oferta educativa: _____

Calificación de valores: 1: Totalmente en desacuerdo, 2: En desacuerdo, 3: Neutral, 4: De acuerdo, 5. Totalmente de acuerdo.					
1.- Las instalaciones y el equipo del área de admisiones son adecuadas para el servicio	1	2	3	4	5
2.- Considera usted correcta la presentación o imagen personal del personal del área que le atendió.	1	2	3	4	5
3.- El trámite o el servicio se realizó de manera ágil.	1	2	3	4	5
4.- La expectativa es confiable para recomendar el servicio de la UDS Pichucalco.	1	2	3	4	5

5.- El personal le brindó la información necesaria sobre la oferta educativa y/o tramites de inscripción.	1	2	3	4	5
6.- Los servicios en general cumplen sus expectativas.	1	2	3	4	5
7.- A su llegada, se inició inmediatamente su atención o servicio.	1	2	3	4	5
8.- La capacidad de respuesta del área que le atendió le satisface.	1	2	3	4	5
9.- Se realizó de manera correcta su trámite o servicio.	1	2	3	4	5
10.- El tiempo de atención satisface sus expectativas	1	2	3	4	5
11.- El respeto que muestra el personal le genera satisfacción.	1	2	3	4	5
12.- El personal está capacitado para realizar su trabajo.	1	2	3	4	5
13.- Hubo disposición por parte del personal para ayudarlo durante su visita.	1	2	3	4	5
14.- El trato del personal fue siempre amable.	1	2	3	4	5
15.- El personal se identifica con usted y muestra compromiso para un servicio de calidad.	1	2	3	4	5
16.- El personal escucha sus necesidades con el fin de satisfacer sus expectativas.	1	2	3	4	5
17.- El personal comprende sus necesidades para ayudarlo durante los servicios.	1	2	3	4	5
18.- La expectativa es positiva respecto a la atención brindada.	1	2	3	4	5