



TECNOLÓGICO DE ESTUDIOS SUPERIORES DE COACALCO

INFORME TÉCNICO DE RESIDENCIAS PROFESIONALES

CALIDAD EN EL SERVICIO DE
CBTis. 29

PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN.

PRESENTA A:

JOSE ALFONSO MORFIN TORRES.

MATRICULA: 201820705

**NOMBRE Y GRADO DEL ASESOR: MTRO. DANIEL ELISEO
ZETINA ISLAS.**

FECHA DE INICIO: 18/07/2023

FECHA DE TERMINACIÓN: 17/11/2023

Agradecimientos

Quiero agradecer principalmente a mis asesores, el docente de esta institución el Lic. Daniel Eliseo Zetina Islas porque gracias a su dedicación y amor a la docencia me enseñó a no desistir ante las pruebas que encontré en mi carrera profesional y porque siempre demostró su conocimiento en todo momento, por guiarme para convertirme en una mejor persona y encontrar al mejor compañero de clase. Así mismo agradezco a mi asesor externo el Mtro. Ernesto Iván Mota Salcedo por el apoyo incondicional, la confianza depositada en mí y por ser un profesional ejemplar en todas las cuestiones, por sus consejos y sus valiosas enseñanzas, por ser un ejemplo de superación y ser consistente, pues sus aportaciones son parte fundamental de la conclusión del presente proyecto.

Gracias a mis padres y me hermana porque sin su lucha incansable, esfuerzos sobre humanos y educación brindada hoy puedo realizar uno de mis más grandes sueños que es la culminación de mis estudios profesionales, por siempre enseñarme a ser fuerte y no rendirme, porque nunca podré pagar lo que me han brindado, simplemente gracias a todos los que me han apoyado.

Resumen

En la presente investigación se realizará un estudio sobre la calidad de servicio en el Centro de Bachillerato Tecnológico Industrial y de Servicios número 29, debido a que la institución ha presentado una oferta educativa poco atractiva, se realizó una encuesta de satisfacción a alumnos egresados cuyos resultados demostraron que existen áreas de oportunidad para que la institución pueda mejorar y obtener mejores resultados, Es por esto que realizar este plan dejará de una forma más fácil darles contestación a estas preguntas, realizándolo encuestas de satisfacción de calidad a los egresados, llevar el registro y poder recabar dichos datos en gráficos estadísticos que muestren el grado de satisfacción en las zonas que abordaremos, la presentación frente a la sociedad de dichos datos afectará en la oferta educativa de la organización. De esta manera requeriremos laborar en términos generales con el departamento de vinculación y dirección para que nos proporcione los datos que corresponden y de esta forma poder tener el alcance con los egresados, se realizó el marco teórico que nos ayudará a complementar aún más este proyecto, se tomaron en cuenta temas que se refirieran a la calidad en base al servicio para entender a los clientes que en este caso son los alumnos, al momento de realizar la encuesta de satisfacción se seleccionaron a 9 alumnos egresados al azar y se procedió a realizarles la encuesta cuyos resultados nos aseguran que la zona de posibilidad de optimización de descubre en el sector administrativa, puesto que los estudiantes se sientes poco satisfechos con los servicios administrativos que ofrece la organización mientras tanto que el sector más intenso es la infraestructura de la escuela lo que nos dice las áreas en las que se puede mejorar y las área que se deben reforzar para evitar un baja demanda en el mercado.

Palabras clave.

(Satisfacción, Calidad, Servicio, Proceso Administrativo).

Índice

Agradecimientos	
Resumen.....	
Capítulo I.....	1
Generalidades del proyecto	1
1.1 Introducción	2
1.2 Descripción de la empresa.....	3
Nombre, razón social.....	3
Ubicación.	3
Sector productivo de la empresa.	4
Tamaño de la empresa.....	4
Breve historia y reseña de la institución.....	4
Misión.	5
Visión.	5
Filosofía.....	5
1.3 Descripción del puesto o área de trabajo.....	6
1.4 Problema a resolver.....	7
1.5 Objetivos	8
1.6 Justificación.....	9
Capítulo II	10
Marco teórico	10
2.1 ¿Qué es la calidad?.....	11
2.1.1 Calidad por diferentes autores.....	11
2.2 Calidad en el servicio	12
2.3 Sistema de control de calidad.....	13
2.3.1 Principios de la Administración de Calidad. [ISO "Quality Management Principles " ...	13
2.4 Importancia de la detección de fallas en el servicio dentro del sistema de control de la calidad	18
2.4.1 Elementos a evaluar para la detección de fallas en el servicio.....	18
2.4.2 Ciclo PHVA.	19
2.4.3 Diagrama de Ishikawa (Esqueleto de pescado).	20
2.4.4 Diagrama de Pareto.	21
2.5 Satisfacción al cliente.....	21

2.5.1 Medición del grado de satisfacción del cliente.....	22
Capítulo III	23
Desarrollo	23
3.1 Etapa 1.....	24
3.1.2. Pasos para la elaboración de la encuesta de satisfacción al cliente.	25
3.2. Etapa 2.....	27
3.2.1 Establecer las generalidades y atribuciones del Centro de Bachillerato Tecnológico Industrial y de Servicios No. 29.	27
3.3 Etapa 3.....	28
3.3.1 Elaboración de la encuesta de satisfacción.....	28
Capítulo IV	29
Resultados	29
4.1 Resultados	30
Figura 2. <i>Formulario hecho en forms para los egresados</i>	31
Figura 3. <i>Actividad a la que se piensa dedicar después de concluir sus estudios</i>	32
Figura 4. <i>Satisfacción en cuanto al nivel académico de los docentes</i>	33
Figura 5. <i>Satisfacción con la atención docente en actividades extracurriculares.</i>	34
Figura 6. <i>Forma de inscripción o reinscripción.</i>	35
Figura 7. <i>Servicios administrativos en el plantel.</i>	36
Figura 8. <i>Ambiente interno del plantel.</i>	37
Figura 9. <i>Ambiente externo que rodea al plantel.</i>	38
Figura 10. <i>Equipo audiovisual, computo, bibliográfico, etc.</i>	39
Figura 11. <i>Limpieza de aulas, sanitarios, espacios verdes y de convivencia</i>	40
Figura 12. <i>Infraestructura de la institución.</i>	41
Figura 13. <i>Vinculación del plantel con el entorno.</i>	42
Figura 14. <i>Calificación en general del Servicio Brindado por el CBTis 29.</i>	43
Capítulo V	44
Conclusiones	44
5.1 Conclusiones	45
5.1.2 Recomendaciones.....	47
6. Competencias desarrolladas	48
7. Fuentes de información	51

Capítulo I

Generalidades del proyecto

1.1 Introducción

Se puede decir que la evolución y modernidad del mercado de los servicios han dado lugar a que éstos sean cada vez más sofisticados y alcancen a un mayor número de sectores de la sociedad, razón por la cual en este caso el alumnado del CBTis. No.29 es cada día más exigente, dentro de un marco de excelencia, puesto que a nivel educativo no se conformarán con poco pues es parte de su desarrollo profesional y es necesario contar con una enseñanza digna y de calidad.

Una de las características principales que distinguen a las organizaciones de excelencia, es que se integran totalmente al cliente, anticipándose a sus necesidades para servirlo con calidad, siendo este factor estratégico y fundamental, es por ello que con el presente trabajo se quiere llegar a la tener una excelencia educativa.

Conociendo el grado de satisfacción de los egresados y sirva como referencia para futuras generaciones.

Si deseamos mantenernos ante las exigencias del medio actual y estar preparados para el futuro, es necesario continuar con un esfuerzo constante por mejorar la calidad de los servicios, tanto internos como externos, mediante una actitud participativa y de aprendizaje. Una sola acción no asegura que una empresa mejore todas las facetas del servicio.

Hoy día escuchamos con frecuencia que algunas empresas desean diferenciarse de sus competidores a través de un servicio adecuado al cliente. Mucha gente lo llama excelencia en el servicio, servicio fabuloso o, simplemente, buen servicio.

1.2 Descripción de la empresa

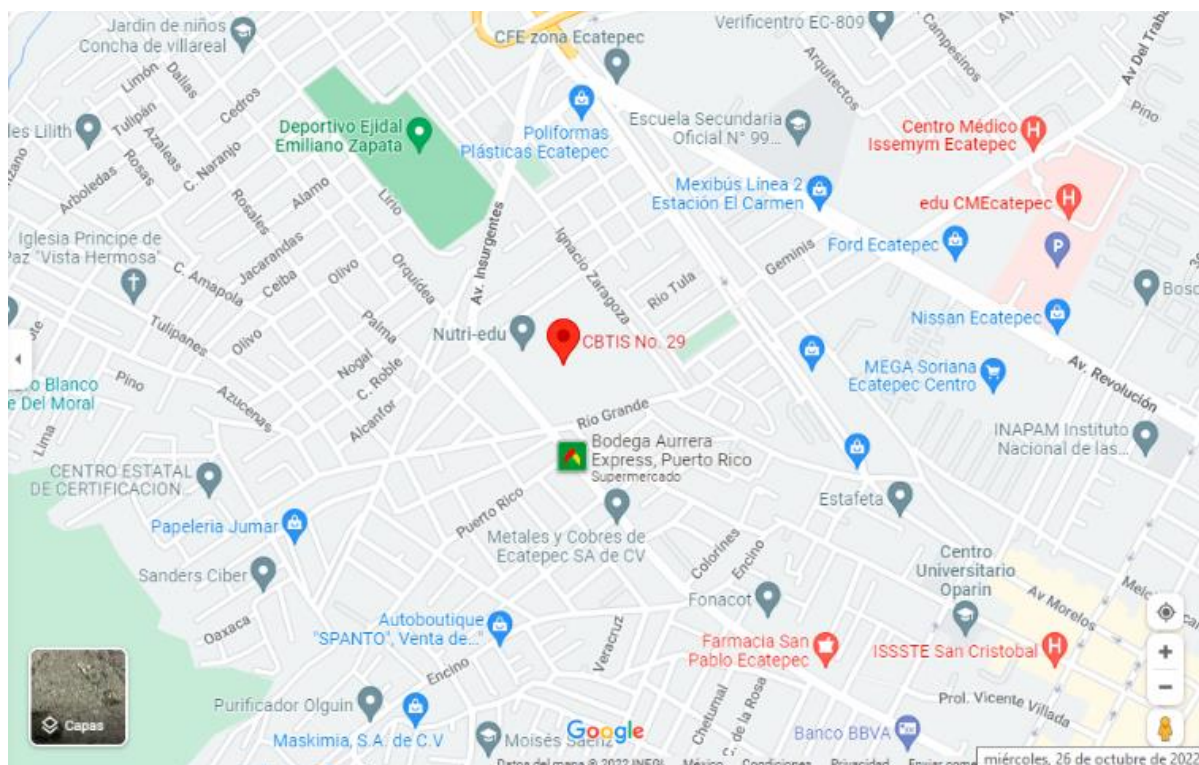
Nombre, razón social.

Centro de Bachillerato Tecnológico industrial y de servicios No. 29 "José María Morelos y Pavón"

Ubicación.

Av. Insurgentes s/n, Col, Insurgentes Sur s/n, Ejidal Emiliano Zapata, 55020 Ecatepec de Morelos, Méx.

Figura 1. Croquis de la institución (Centro de Bachillerato Tecnológico Industrial y de Servicios No. 29 “José María Morelos y Pavón”.



Nota: La figura muestra el croquis de localización del Centro de Bachillerato Tecnológico industrial y de servicios No. 29 "José María Morelos y Pavón"

Fuente: (Google Maps 2022).

Sector productivo de la empresa.

De acuerdo al SCIAN (Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte), el sector productivo de la institución es “61 de servicios educativos”.

Tamaño de la empresa.

De acuerdo a la clasificación de las empresas según la secretaria de economía, la institución pertenece al grupo de empresas de servicios ya que es una institución pública.

En cuanto al tamaño de la empresa y conforme a los datos obtenidos en la página del INEGI se considera mediana ya que emplea a un grupo de entre 51 a 250 personas.

Breve historia y reseña de la institución.

El plantel CBTIS, Centro de Bachillerato Tecnológico Industrial y de Servicios #29 forma parte de la dirección general de educación tecnológica Industrial (DGETI). Somos un plantel con historia que forma estudiantes con la capacidad para ser profesionales y competentes.

- Nuestro plantel cuenta con 6 especialidades:
- Administración de Recursos Humanos
- Contabilidad
- Laboratorista Clínico
- Laboratorista Químico
- Mecánica Industrial
- Programación

Misión.

Formar ciudadanos con las habilidades conocimientos y actitudes requeridas para propiciar y participar en una sociedad del conocimiento, tanto en el ámbito laboral como en el social. (CBTis.29, 2010)

Visión.

Ser una Institución de Educación Media Superior que se distinga a nivel estatal y nacional por su calidad, liderazgo académico y por el desarrollo del perfil de egreso de sus estudiantes, mediante la implementación de programas de mejora continua en un ambiente de responsabilidad y disciplina académica. (CBTis.29, 2010)

Filosofía.

Ser una institución de educación tecnológica media superior que contribuya al desarrollo de habilidades y competencias del alumnado mediante la formación de bachilleres tecnológicos con valores universales. (CBTis.29, 2010)

1.3 Descripción del puesto o área de trabajo

Una descripción completa del puesto incluye las siguientes áreas:

- **Título del empleo:** Auxiliar administrativo.
- **Dónde se sitúa el rol dentro del equipo, departamento y toda la empresa:** Dirección general y departamento de vinculación.
- **Bajo las órdenes de quién estará el rol y otras interacciones clave:** Bajo la supervisión del Mtro. Ernesto Iván Mota Salcedo, director de la institución.
- **Áreas clave de responsabilidad y los resultados esperados:** Auxiliar en el área administrativa, apoyo a la recepción y organización del archivo físico de oficina, agendas, correos, etc. Seguimiento de egresados en el departamento de vinculación.
- **Objetivos a corto, mediano y largo plazo:**
- **Corto plazo:** Facilitar la carga de trabajo.
- **Mediano plazo:** Mejorar el seguimiento a egresados de la institución.
- **Largo plazo:** Establecer una estrategia que mejore la organización y los instrumentos de medición de satisfacción al cliente dentro de la institución.
- **Alcance del progreso y promoción:** Implementación de la herramienta de medición proporcionada para futuras evaluaciones.
- **Habilidades sociales y rasgos de personalidad necesarios para destacar:** Facilidad de palabra, respeto, pro actividad, asertividad y toma de decisiones.

1.4 Problema a resolver

En el CBTis. 29 se han detectado cuellos de botella en relación a la satisfacción del cliente, el no contar con datos que ayuden a medir el grado de satisfacción en el servicio proporcionado, provoca que la oferta educativa sea poco atractiva para próximas generaciones.

Es por ello que se desea implementar una encuesta de satisfacción a egresados de la institución para poder tener una oferta educativa más atractiva, pues al contar con los datos de medición en el nivel de calidad del servicio se realizarán las mejoras correspondientes para asegurar una educación digna y de calidad.

Todo planteamiento del problema de un proyecto debe estar estructurado dentro de tres etapas:

- Ubicación del contexto
- Propuesta y necesidad de implantación
- Consecuencias de no aplicarse la propuesta

Lo antes mencionado nos lleva, implícitamente, a basarnos en el principio: de lo general a lo particular. Es deseable que al final de la redacción de esta sección se resalte la importancia de resolver el problema, se describan sus antecedentes y la perspectiva teórica-metodológica desde donde se puede resolver o se ha resuelto por otros autores y/o apoyado de datos estadísticos de la institución, todo esto dará una idea de la magnitud del problema a resolver y de cómo se va a resolver y lo ligará al marco teórico a usar en esta investigación.

Para así poder dar respuesta a la pregunta que nos planteamos:

¿Cuál es el grado de satisfacción de los egresados en cuanto a la calidad en el servicio en el Centro de Bachillerato Industrial y de Servicios No. 29 José María Morelos y Pavón?

1.5 Objetivos

Objetivo general

Conocer el grado de satisfacción de la formación obtenida por los egresados del CBTis 29 en la modalidad de bachillerato tecnológico.

Objetivos específicos

Objetivos Específicos:

- Investigar de manera documental las formas de medición de satisfacción al cliente al brindar un servicio.
- Delimitar la técnica o instrumento a utilizar para la medición de la satisfacción de los egresados del CBTis 29.
- Identificar a los alumnos egresados a partir del año 2018 al 2021 a los cuales se les aplicará el instrumento de medición.
- Análisis y tabulación de la información obtenida mediante el instrumento de medición de los alumnos egresados.

1.6 Justificación

Los egresados comentan que durante su estancia en la institución detectaban que el proceso de seguimiento a egresados era tardado, la evaluación de la calidad en cuanto a servicios e infraestructura estaban incompletos pues requerían datos específicos para llevar a cabo este trabajo, sin embargo, una de las preguntas más frecuentes era “¿Qué tal está esa escuela?”, haciendo referencia en cuanto a calidad del nivel educativo, instalaciones, ubicación geográfica, etc. Es por ello que llevar a cabo este proyecto permitirá de una manera más sencilla darles respuesta a estas interrogantes, realizándolo encuestas de satisfacción de calidad a los egresados, llevar el registro y poder recabar estos datos en gráficos estadísticos que muestren el nivel de satisfacción en las áreas que abordaremos, la presentación ante la sociedad de estos datos repercutirá en la oferta educativa de la institución.

De este modo se requiere trabajar en conjunto con el departamento de vinculación y dirección para que nos proporcione los datos correspondientes y así poder tener el alcance con los egresados, en la encuesta se tomara en cuenta datos como:

- Correo institucional.
- Matricula.
- Apellido paterno, materno y nombre.
- Especialidad que cursaron en la institución.

Una vez elaborada la encuesta se les hará llegar y tendrán que responderla, elegiremos 9 alumnos de cada especialidad.

Para presentar esta parte del proyecto se requiere que, por medio de un lenguaje sencillo y coloquial, pero con términos precisos, se indique cuáles son los motivos de carácter personal, académico y social, que lo motivan a interesarse en el tema. Esto se logra dando respuesta a las siguientes preguntas:

¿Por qué quiero trabajar ese tema? ¿Quiénes han abordado el tema antes que nosotros?

¿Para qué vamos a realizar este proyecto?

¿Cómo planeamos llevar a cabo el proyecto y qué recursos implicará utilizar y datos?

¿Cómo y de qué manera planeamos realizar el desarrollo de este proyecto?

Capítulo II

Marco teórico

2.1 ¿Qué es la calidad?

ISO 9000:2005 es una Norma Internacional que detalla los fundamentos de los Sistemas de Gestión de la Calidad, los cuales conforman el objeto de la familia de normas ISO 9000 y define los términos referentes a los mismos.

Esta norma internacional se puede aplicar a:

- Organizaciones que desean obtener ventajas de su Sistema de Gestión de Calidad.
- Organizaciones que buscan confianza en sus proveedores.
- Usuarios de productos.
- Interesados en la terminología empleada en la gestión de la calidad.
- Todos los que evalúan a auditan el Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001.
- Todos los que asesoran o dan formación sobre el Sistema de Gestión de la Calidad ISO9001.
- Las personas que desarrollan normas relacionadas.

Para la norma ISO-9000 la calidad es el grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos, siendo:

- Característica de la calidad: característica inherente de un producto, proceso o sistema relacionada con un requisito.
- Característica: rasgo diferenciador.

2.1.1 Calidad por diferentes autores.

(Ishikawa, 1988) La calidad es el hecho de desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto de calidad. Este producto debe ser el más económico, el más útil y resultar siempre satisfactorio para el consumidor final.

(E.W. Deming 1988) Define la calidad es el grado predecible de uniformidad y fiabilidad a un bajo coste. Este grado debe ajustarse a las necesidades del mercado. Según Deming la calidad no es otra cosa más que “una serie de cuestionamiento hacia una mejora continua”.

(Harrington, 1990) Define la calidad como el hecho de cumplir o exceder las expectativas del cliente a un precio que sea capaz de soportar.

(Feigenbaum, 1991) Ve a la calidad como un proceso que debe comenzar con el diseño del producto y finalizar sólo cuando se encuentre en manos de un consumidor satisfecho.

Schrolder fue firme en la opinión de que la calidad es incluir cero defectos, mejora continua y gran enfoque en el cliente. Cada individuo tiene la facultad de definir la calidad con sus complementos.

2.2 Calidad en el servicio

Según Albrecht (1994) “el tiempo ha cambiado y no vivimos más en una economía de manufactura. Ahora vivimos en una nueva economía, la Economía de Servicios, donde las relaciones están llegando a ser más importantes que los productos físicos” (p. 57).

Mendoza (2007) declara que el atributo que contribuye, fundamentalmente, a determinar la posición de la empresa en el largo plazo es la opinión de los clientes sobre el producto o servicio que reciben. Este mismo autor resalta que específicamente la calidad del servicio hoy en día se ha vuelto requisito imprescindible para competir en todo el mundo, ya que las implicaciones que tiene en la cuenta de resultados, tanto en el corto como en el largo plazo, son muy positivas para las empresas envueltas en este tipo de procesos.

Parasuraman y Berry (1988) consideran que la calidad de servicio consiste en la discrepancia entre los deseos de los usuarios acerca del servicio y la percepción del servicio recibido. Por otro lado, Ruiz (2001) la describe como una forma de actitud, relacionada pero no equivalente a la satisfacción, donde el cliente compara sus expectativas con lo que recibe una vez que ha llevado a cabo la transacción.

2.3 Sistema de control de calidad

Conforme a la Norma ISO 9000 (2000), un sistema de control de calidad se refiere a un sistema de gestión para dirigir y controlar una organización con respecto a la calidad en donde se disponen de una serie de elementos como procesos, manual de la calidad, procedimientos de inspección y ensayo, instrucciones de trabajo, plan de capacitación, registros de la calidad, etc., todo esto funcionando en equipo para producir bienes y servicios de la calidad requerida por los clientes.

Un sistema de control de la calidad en los servicios se fundamenta en la retroalimentación al cliente sobre la satisfacción o frustración de los momentos de verdad dentro del ciclo del servicio. En los casos de deficiencias en la calidad, son críticas las acciones para recuperar la confianza y corregir los prejuicios ocasionados por los fallos (Palafox, 2007). Por lo que la importancia de examinar las diferentes fallas en el servicio que ocurre en una institución no puede subestimarse, porque son determinantes en la ausencia de clientes (Chung y Hoffman, 1998).

2.3.1 Principios de la Administración de Calidad. [ISO "Quality Management Principles "

A continuación, se mostrarán los ocho principios de administración de calidad sobre los cuales están basados los estándares ISO 9000:2008.

Principio 1: Enfoque al Cliente

Las organizaciones dependen de sus clientes, es por esto que las compañías deben de entender el estatus actual y futuro de las necesidades del cliente, se debe de cumplir con los requerimientos del cliente y buscar de manera continua exceder las expectativas del cliente.

Beneficios Clave:

- Obtener la lealtad del cliente.
- Investigar y entender las expectativas y necesidades de nuestros clientes.
- Asegurar que los objetivos de la organización están ligados a las necesidades y expectativas de nuestros clientes.
- Medir la satisfacción del cliente y actuar conforme a los resultados.

Principio 2: Liderazgo

Los líderes establecen la unidad del propósito y la dirección de la organización.

Ellos deben de crear y mantener un ambiente en el cual la gente pueda involucrarse totalmente en alcanzar los objetivos de la organización.

Beneficios Clave:

- La gente entenderá y estará motivada hacia las metas y objetivos de la organización.
- Las actividades son evaluadas, alineadas e implementadas de manera unificada.
- La falta de comunicación entre los niveles de la organización será minimizada.
- Establecer confianza y eliminar el miedo.
- Proveer a la gente de los recursos necesarios, entrenamiento y libertad para actuar con responsabilidad.

Principio 3: Involucramiento de la Gente

La gente en todos los niveles son la esencia de la organización y su completo involucramiento permite que sus habilidades sean utilizadas para el beneficio de la organización.

Beneficios Clave:

- Innovación y creatividad al fomentar los objetivos de la organización.
- Lograr que la gente sea responsable de su propio desempeño.
- Lograr que la gente busque participar y contribuya en la mejora continua.
- La gente busca de manera continua oportunidades para mejorar sus competencias, conocimiento y experiencia.
- La gente comparte de manera libre el conocimiento y la experiencia.
- La gente discute de manera abierta los problemas y dificultades.

Principio 4: Enfoque a Procesos

El resultado deseado se obtiene de manera más eficiente cuando las actividades y recursos relacionados son administrados como un proceso.

Beneficios Clave

- Menores costos y tiempos de ciclo más cortos a través de la efectiva utilización de los recursos.
- Resultados mejorados, consistentes y predecibles.
- Oportunidades de mejora enfocadas y priorizadas.
- Enfocarse a los factores como recursos, métodos y materiales que puedan mejorar las actividades clave de la organización.
- Evaluación de riesgos, consecuencias e impactos de las actividades en los clientes, proveedores y otras partes interesadas.

Principio 5: Enfoque Sistémico para Administración

Identificar, entender y administrar procesos interrelacionados como un sistema contribuye a la efectividad y eficiencia de una organización para lograr sus objetivos.

Beneficios Clave

- Integración y alineación de los procesos que mejor logren los resultados deseados.
- Habilidad para enfocar los esfuerzos a procesos clave.
- Entender la interdependencia entre los procesos del sistema.
- Mejorar de manera continua el sistema a través de la medición y evaluación.

Principio 6: Mejora Continua

La mejora continua del desempeño de la organización debe de ser un objetivo permanente de la organización.

Beneficios Clave:

- Ventajas en el desempeño a través de las capacidades organizacionales.

- Alineación de las actividades de mejor en todos los niveles hacia el objetivo estratégico de la organización.
- Flexibilidad para reaccionar rápidamente a las oportunidades.
- Se logra que la mejora continua de productos, procesos y sistemas sea un objetivo para cada individuo de la organización.
- Se reconocen las mejoras por todos.

Principio 7: Enfoque de toma de decisiones basada en hechos.

Las decisiones efectivas deben de ser basadas en el análisis de datos e información.

Beneficios Clave

- Las decisiones son basadas en información.
- Se adquiere la habilidad de demostrar la efectividad de las decisiones pasadas a través de la referencia a datos y hechos.
- Se adquiere una habilidad para revisar, cuestionar y cambiar opiniones y decisiones.

Aplicar el principio de enfoque de toma de decisiones basada en hechos típicamente nos lleva a lo siguiente:

- Asegurar que los datos e información son suficientemente precisos y veraces.
- Se logra dar acceso a la información a toda la gente que lo necesita.
- Se analizan los datos y la información usando métodos válidos.
- Se logra que la toma de decisiones y acciones se basen en el análisis de hechos, balanceado con la experiencia y la intuición.

Principio 8: Relaciones de beneficio mutuo con los proveedores.

Una organización y sus proveedores son interdependientes y una relación de beneficio mutuo fortalece la habilidad para que los dos puedan generar valor.

Beneficios Clave

- Aumento en la habilidad para crear valor por las dos partes.
- Flexibilidad y velocidad de respuestas comunes a cambios en el mercado o necesidades y expectativas de cliente.
- Optimización de costos y recursos.

Aplicar el principio de relaciones de beneficio mutuo con los proveedores típicamente nos lleva a lo siguiente:

- Establecer relaciones que tienen un balance entre las ganancias a corto plazo con consideraciones a largo plazo.
- Se crea una base de conocimiento y recursos con los proveedores.
- Se identifican y seleccionan a los proveedores clave.

(ISO, 2001)

2.4 Importancia de la detección de fallas en el servicio dentro del sistema de control de la calidad

Las fallas en el servicio según (Laguna y Rodríguez, 2003), son inevitables en cualquier empresa, porque mientras los propietarios y/o gerentes trabajan para controlar el mayor número posible de fallas, éstas siempre suceden. El propósito de detectar las fallas en el servicio es categorizar aquellos elementos que conducen a una percepción diferencial negativa del servicio por parte del cliente con el fin de identificar las áreas prioritarias de mejora de las organizaciones

Por lo tanto, (Chung y Hoffman, 1998) definen que rastrear y analizar las fallas en el servicio puede ser una herramienta útil, porque al categorizar sistemáticamente las quejas del cliente, se pueden desarrollar criterios que reflejen la percepción éste en cuanto a la calidad del servicio

2.4.1 Elementos a evaluar para la detección de fallas en el servicio.

Basándose en un estudio anterior, las fallas más comunes en el servicio, se encuentran la falta de disponibilidad del servicio, la lentitud y las deficiencias observadas en las instalaciones y la limpieza debido a que éstas son causantes de casi la mitad de las experiencias negativas generales del servicio.

Dentro del mismo estudio, (Laguna y Rodríguez 2003) percibieron que otros de los elementos que han provocado un recuerdo diferencial negativo en la estancia, aunque su relevancia cuantitativa en términos comparativos es inferior, han sido la falta de calidad en el servicio, las normas del establecimiento, los fallos en el funcionamiento de los elementos del soporte físico, la infraestructura, los errores del servicio y otros fallos de importancia más residual.

Por el contrario, dentro de las principales fallas en el servicio están los defectos en el producto (la comida fría, cruda, pastosa, o con basura), el servicio lento o no disponible (tiempo excesivo de entrega), problemas en las instalaciones (cuestiones de limpieza tales como latería sucia o evidencias de insectos o roedores), políticas poco claras o no amistosas hacía el cliente (no aceptar cheques o tarjetas de crédito) e insumos agotados (suministros inadecuados de los artículos en el menú). (Chung y Hoffman (1998)

En cambio, de acuerdo a Quijano (2003), el conjunto de cinco factores, como lo son los elementos tangibles, cumplimiento de promesas, actitud de servicio, competencia del personal y la empatía conforma la evaluación total del cliente en materia de servicio. Cada cliente es distinto y requiere de diferentes estrategias para otorgarle el servicio adecuado, por lo que una sola acción no asegurará que una empresa mejore todas las facetas del servicio.

2.4.2 Ciclo PHVA.

El ciclo PHVA fue creado por Walter Shewhart en los años 30. Este método fue promovido con mucho éxito en los años 50's por el famoso W. Edward Deming y es por eso que también podemos conocer a el ciclo PHVA como el ciclo de Deming. (Evans, 2008).

A continuación, se describen los pasos que se deben de tomar para utilizar el ciclo PHVA.

Planear (planificar) lo que se pretende alcanzar, incluyendo con ello la incorporación de las observaciones a lo que se viene realizando.

1. Identificar los servicios.
2. Identificar clientes.
3. Identificar requerimientos de los clientes.
4. Trasladar los requerimientos del cliente a especificaciones.
5. Identificar los pasos claves del proceso (diagrama de flujo).
6. Identificar y seleccionar los parámetros de medición.
7. Determinar la capacidad del proceso.
8. Identificar con quien compararse.

Hacer o llevar adelante lo planeado.

9. Identificar oportunidades de mejora.
10. Desarrollo del plan piloto.
11. Implementar las mejoras.

Verificar que se haya actuado de acuerdo a lo planeado, así como los efectos del plan.

12. Evaluar la efectividad

Actuar a partir de los resultados a fin de incorporar lo aprendido, lo cual es expresado en observaciones y recomendaciones.

2.4.3 Diagrama de Ishikawa (Esqueleto de pescado).

El Diagrama de Ishikawa, también llamado diagrama de causa-efecto, es una de las diversas herramientas surgidas a lo largo del siglo XX en ámbitos de la industria y posteriormente en el de los servicios, para facilitar el análisis de problemas y sus soluciones en esferas como es la calidad de los procesos, los productos y servicios. Construido con la apariencia de una espina de pescado, esta herramienta fue aplicada por primera vez en 1953, en el Japón, por el profesor de la Universidad de Tokio, Kaoru Ishikawa, para sintetizar las opiniones de los ingenieros de una fábrica, cuando discutían problemas de calidad. (Martínez 2005)

Se usa para:

- Visualizar, en equipo, las causas principales y secundarias de un problema.
- Ampliar la visión de las posibles causas de un problema, enriqueciendo su análisis y la identificación de soluciones.
- Analizar procesos en búsqueda de mejoras.
- Conduce a modificar procedimientos, métodos, costumbres, actitudes o hábitos, con soluciones, muchas veces, sencillas y baratas.
- Educa sobre la comprensión de un problema.
- Sirve de guía objetiva para la discusión y la motiva.
- Muestra el nivel de conocimientos técnicos que existe en la empresa sobre un determinado problema.
- Prevé los problemas y ayuda a controlarlos, no sólo al final, sino durante cada etapa del proceso.

- No basta con decir "trabajen más", "esfuércense" Hay que señalar pasos, y valorar las causas de los problemas. Ordenarlas para poder tratarlas.

2.4.4 Diagrama de Pareto.

Al igual que el diagrama anterior el diagrama de Pareto es una herramienta, la cual se utiliza para priorizar los problemas o las causas que los generan. El nombre de Pareto fue dado por el Dr. Juran en honor del economista italiano Vilfredo Pareto (1848-1923) quien realizó un estudio sobre la distribución de la riqueza, en el cual descubrió que la minoría de la población poseía la mayor parte de la riqueza y la mayoría de la población poseía la menor parte de la riqueza. (Martínez 2005)

El Dr. Juran aplicó este concepto a la calidad, obteniéndose lo que hoy se conoce como la regla 80/20. Según este concepto, si se tiene un problema con muchas causas, podemos decir que el 20% de las causas resuelven el 80 % del problema y el 80 % de las causas solo resuelven el 20 % del problema.

Los propósitos generales del diagrama de Pareto son:

- Analizar las causas.
- Estudiar los resultados.
- Planear una mejora continua.

La gráfica de Pareto es una herramienta sencilla pero poderosa al permitir identificar visualmente en una sola revisión las minorías de características vitales a las que es importante prestar atención y de esta manera utilizar todos los recursos necesarios para llevar a cabo una acción de mejora sin malgastar esfuerzos.

2.5 Satisfacción al cliente.

El término satisfacción, etimológicamente proviene del latín, y significa “bastante (satis) hacer (facere)” (Oliver, 1997) citado en (Moliner, 2003); es decir, que está relacionado con un sentimiento de “estar saciado”. Esta procedencia indica que la satisfacción implica un cumplimiento o una superación de los efectos deseados por el cliente. En cambio, para otras fuentes, esta palabra significa “liberación de una incertidumbre”. Sin embargo, los términos

“adecuado”, “conformidad”, “placer” o “saciedad” se emplean más habitualmente para referirse al concepto de satisfacción.

2.5.1 Medición del grado de satisfacción del cliente.

La medición del grado de satisfacción del cliente revela no únicamente el nivel de satisfacción, sino que también proporcionan información respecto a los factores que influyen a esta variable (Eklöf y Westlund, 1998). El interés de su medición se ha ampliado del nivel empresarial a otros sectores (Kyris, 1999; Kristensen, 2000) como el sector público y sus servicios (Eklöf y Westlund, 1998). Así, se desarrollaron trabajos que incorporan modelos de satisfacción global del cliente e incluyen las dimensiones del constructor y atributos del producto (Barroso et al., 2007; Morgan, 2006; Severt, 2007).

Así, la medición de la satisfacción del cliente fue abordada en diversos ámbitos. En el sector no lucrativo se pueden citar algunas. Filiolé (1986) estudia la satisfacción de los usuarios en las instituciones no lucrativas de servicios como ser las bibliotecas municipales, museos y su respectivo servicio de las mismas. Otros estudios en cambio, abordan en el ámbito de las universidades públicas y se destacan los trabajos desarrollados por (Roda, 1994; Harvey, 1995; Robinson, 1995; Bell, 1995; Pinard y Savard, 1996) en el que aplicaron las encuestas que ha permitido observar un cuadro completo acerca de sus clientes.

Capítulo III

Desarrollo

3.1 Etapa 1

Tomando en cuenta el tipo de investigación que se requiere para llevar a cabo este proyecto dentro del Centro de Bachillerato Tecnológico Industrial y de servicios No. 29 “José María Morelos y Pavón”, se necesita recopilar datos del seguimiento a los egresados en anteriores ocasiones para conocer un poco más del método que se tenía y así poder intervenir, mejorar o rediseñar este método y poder ser más efectivos a la hora de la entrega de resultados.

Como primera instancia se necesita conocer sobre la metodología de la investigación.

En esta primera etapa se elaborará la metodología de investigación científica la cual consiste en seis pasos los cuáles son los siguientes:

a. Observación y generación de preguntas.

Se identificará el tema de estudio a partir de la observación y, luego, definir una serie de preguntas relevantes sobre este.

Se llevará a cabo en la institución Centro de Bachillerato Tecnológico Industrial y de Servicios No. 29 “José María Morelos y Pavón” y se generaran 11 preguntas relevantes que ayudarán a llevar a cabo el segundo paso.

b. Investigación.

Este paso consiste en reunir información sobre el tema que se considera relevante, para poder a empezar a responder las preguntas asociadas a este.

En este paso se reunirá información gracias a la base de datos de la escuela, y se realizará una pequeña entrevista a la encargada del área de coordinación y dirección.

c. Formulación de hipótesis.

La hipótesis es una afirmación que se utiliza para predecir los resultados de observaciones futuras, esta misma debe estar basada en el razonamiento y, también, en los datos e informaciones recolectadas en la etapa de investigación previa.

Aquí se realizará la formulación de la hipótesis intentando contestar a las preguntas de investigación, existirá una hipótesis nula y una hipótesis alternativa.

f) Conclusiones.

Para finalizar, se deben de interpretar los datos, de los puntos de vista generales o específicos sobre el tema de investigación y su hipótesis.

3.1.2. Pasos para la elaboración de la encuesta de satisfacción al cliente.

Existen muchas maneras de realizar encuestas de satisfacción al cliente, pero por lo menos hay 5 pasos clave que todas deben cubrir si lo que se quiere es tener resultados de calidad:

a) Define el área a evaluar.

Antes de diseñar una encuesta de satisfacción del cliente, se requiere definir el área a evaluar. Se debe enfocar la encuesta en la valoración de un producto o servicio, centrar las preguntas en las expectativas de los clientes o evaluar la importancia de determinados aspectos de ese producto o servicio para el cliente.

La realización de una encuesta para evaluar, por ejemplo, el grado de satisfacción de los clientes con la tienda u empresa o ser más preciso y enfocarse en la experiencia de compra u estadía.

b) Determina la estructura de la encuesta.

La estructura de la encuesta de satisfacción es esencial para lograr que los clientes respondan a las preguntas.

Se puede comenzar ofreciendo una introducción clara para persuadir a las personas a participar en la encuesta y continuar con las preguntas más sencillas e interesantes para captar su atención. Es recomendable organizar las preguntas por bloques temáticos y darles una secuencia lógica para que el encuestado sienta que va avanzando.

c) Elige inteligentemente las preguntas.

Las encuestas interminables causan agotamiento, tienen un elevado índice de abandono y sus resultados son menos fiables, ya que las personas terminan rellenándolas automáticamente. Eso significa que debes seleccionar inteligentemente las preguntas que más información te aporten, según tus objetivos.

Algunos ejemplos de preguntas de encuestas de satisfacción del cliente que puedes incluir son: ¿Con qué frecuencia usa el servicio?, ¿Qué aspectos del servicio cambiaría?, ¿La descripción del servicio ha sido útil?, ¿El servicio técnico resolvió el problema?, ¿Cómo calificarías el trato recibido por el área de administración?, ¿Recomendaría la institución a otras personas?

El formato de encuesta de satisfacción del cliente ideal mezcla preguntas cerradas que se responden con un sí o un no, con aquellas que incluyen sistemas de puntuación y preguntas abiertas que animan al cliente a expresar su opinión como: ¿Qué mejorarías en la institución?

d) Selecciona los canales de comunicación para aplicar la encuesta.

Para realizar una encuesta de satisfacción a los clientes debes elegir el medio a través del cual les harás llegar la información. Si tienes puntos de venta, puedes crear encuestas presenciales cortas que los clientes respondan a la salida. Una alternativa consiste en instalar terminales de feedback, basados en la escala Likert, para obtener una retroalimentación rápida de los egresados.

e) Crear indicadores de evaluación y seguimiento.

Para aprovechar los beneficios de una encuesta de satisfacción del cliente, necesitas aplicar los resultados a tu negocio y evaluar su impacto. Por consiguiente, se deben establecer indicadores de satisfacción que te permitan evaluar a lo largo del tiempo si las acciones que estás llevando a cabo brindan los resultados esperados.

Existen diferentes indicadores de rendimiento, desde el índice de satisfacción general hasta la puntuación de esfuerzo del egresado, que evalúa el grado de dificultad que tiene un consumidor para resolver un problema. Elige los indicadores más relevantes para la empresa y úsalos con el fin de dar seguimiento a tu estrategia para mejorar la satisfacción del cliente.

3.2. Etapa 2

3.2.1 Establecer las generalidades y atribuciones del Centro de Bachillerato Tecnológico Industrial y de Servicios No. 29.

En este apartado se establecerán las generalidades y atribuciones de la institución:

a) Generalidades

Paso 1: Identificar los recursos de la institución.

- **Recursos Materiales:** Son los bienes tangibles con que cuenta la empresa para poder ofrecer sus servicios
- **Instalaciones:** Edificios, maquinaria, equipo, oficinas, terrenos, instrumentos, herramientas, etc.
- **Materia prima:** materias auxiliares que forman parte del producto, productos en proceso.
- **Recursos Técnicos:** Son aquellos que sirven como herramientas e instrumentos auxiliares en la coordinación de los otros recursos.
- **Recursos Humanos:** Estos recursos son indispensables para cualquier grupo social; ya que de ellos depende el manejo y funcionamiento de los demás recursos.
- **Recursos Financieros:** Son los recursos monetarios propios y ajenos con los que cuenta la empresa, indispensables para su buen funcionamiento y desarrollo.
- **Objetivos:** La institución al actuar dentro de un marco social e influir directamente en la vida del ser humano, necesita un patrón u objetivos deseables que le permita satisfacer las necesidades del medio en que actúa, fijándose así los objetivos empresariales.
- **Clasificación de la empresa:** por su actividad o giro, según el origen del capital, según la magnitud de la empresa.

a) Atribuciones

En este apartado se desarrollarán las atribuciones del Centro de Bachillerato Tecnológico Industrial y de servicios No 29 “José María Morelos y Pavón” que son los alcances y limitaciones se responderán en base a las siguientes preguntas:

- **¿A quién afecta directa o indirectamente?**

- ¿Quiénes son los responsables de ciertas actividades?
- ¿Cómo afectan todas esas actividades a la organización?

3.3 Etapa 3.

3.3.1 Elaboración de la encuesta de satisfacción.

a) Paso 1: Definir los indicadores

Para poder establecer los criterios de evaluación de la calidad en el servicio, se analizarán los datos anteriores sobre los egresados y oferta educativa, para posteriormente determinar los posibles grados de cumplimiento, junto con sus puntuaciones.

b) Paso 2: Elegir el método

Se seleccionará el tipo de investigación “exploratoria”.

c) Paso 3: Generar el instrumento

Una vez definidos los indicadores y el método, el siguiente paso será crear el cuestionario para la autoevaluación la cual se realizará vía Google Forms.

d) Paso 4: Aplicar y dar seguimiento

Al terminar de estructurar el cuestionario se obtendrá el link para que la toma de muestra de egresados pueda llenarlo en sus casas sin tener que descuidar sus labores.

e) Paso 5: Interpretar los resultados

Se dará un máximo de 3 días para que los egresados puedan contestar la encuesta, finalmente se analizarán los resultados de cada egresado, por pregunta y de manera global en cuestión a la calidad en el servicio.

3.3.2. Generar estrategias de actuación para la mejora en el servicio del CBTis. 29

En base a todo lo antes realizado se hará un análisis final y se expondrán las estrategias que se consideren efectivas y rentables para mejorar la calidad del servicio brindada por el “Centro de Bachillerato Tecnológico Industrial y de Servicios No. 29 “José María Morelos y Pavón.

Capítulo IV

Resultados

4.1 Resultados

Es necesario conocer antes de los resultados el tipo de investigación que se utilizó.

Investigación exploratoria:

“El objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado del cual se tienen muchas dudas o se ha abordado antes. Es decir, cuando existen solo ideas vagamente relacionadas con el tema” (Hernández 2006, p.100, 101).

Instrumento de recolección de información.

Encuesta de satisfacción al cliente.

Con base al objetivo que se tiene de investigar la satisfacción de los egresados del CBTis 29.

Se desarrolló un instrumento de recolección de datos con preguntas en dónde las respuestas son en base a la medición con la escala de Likert, mismos que los parámetros iban desde nada satisfecho hasta muy satisfecho.

El cuál se presenta a continuación.

Muestreo:

Tomamos a 9 alumnos egresados de cada una de las carreras que ofrece la institución:

- Administración de Recursos Humanos.
- Contabilidad.
- Laboratorista Clínico.
- Laboratorista Químico.
- Mecánica Industrial
- Programación.

Figura 2. *Formulario hecho en forms para los egresados.*

Con el fin de mejorar los servicios educativos que ofrece el Sistema Tecnológico, las autoridades educativas de este sector instrumentaron una estrategia que permite contar con datos que dan cuenta de la calidad de los mismos. Este estudio denominado "DIRECTORIO DE PRE EGRESO", forma parte de dicha estrategia y tiene como propósito principal conocer el grado de satisfacción de la formación obtenida por los egresados del CBTis 29 en la modalidad de bachillerato tecnológico, para que a partir de este conocimiento se realicen propuestas de mejora. En este sentido, su opinión como pre egresado es muy valiosa.

Cabe aclarar, que la información proporcionada se MANEJARÁ DE MANERA CONFIDENCIAL Y CON FINES EXCLUSIVAMENTE ESTADÍSTICOS. La solicitud de su nombre y dirección es solamente para actualizar el directorio de egresados de cada plantel, por lo que le suplicamos conteste todas las preguntas de acuerdo con las instrucciones.

Si tiene alguna duda, sugerencia o comentario respecto al estudio, dirijase al responsable del Seguimiento de Egresados en su plantel.

INSTRUCCIONES

1. Lea cuidadosamente cada una de las preguntas, así como las opciones de respuesta que se presentan.
2. Anote los datos que se solicitan, sin utilizar abreviaturas y usando letra de molde.
3. Para el caso de las preguntas de opción

Correo electrónico *

Tu dirección de correo electrónico

Número de control *

Tu respuesta

1.7 Apellido Paterno *

Tu respuesta

1.8 Apellido materno *

Tu respuesta

1.9 Nombre (s) *

Tu respuesta

1.12 Especialidad *

☐ 017 Mecánica industrial.

☐ 021 Programación.

☐ 054 Laboratorio clínico.

☐ 055 Laboratorista químico.

☐ 074 Administración de recursos humanos.

☐ 078 Contabilidad.

1.18 ¿A qué actividad piensas dedicarte después de concluir tus estudios de bachillerato? *

☐ Estudios universitarios

☐ Estudios complementarios (ingles, computación, etc.)

☐ Trabajar

☒ Trabajar y Estudiar

☐ Ninguna de las anteriores.

☐ No sabe.

Nota: Se realizan preguntas básicas para conocer datos sobre el egresado, además de un comunicado de privacidad en el que se le hace de su conocimiento al egresado que el uso de sus respuestas y datos es con fines de mejora y no lucrativos.

Fuente: Elaboración propia.

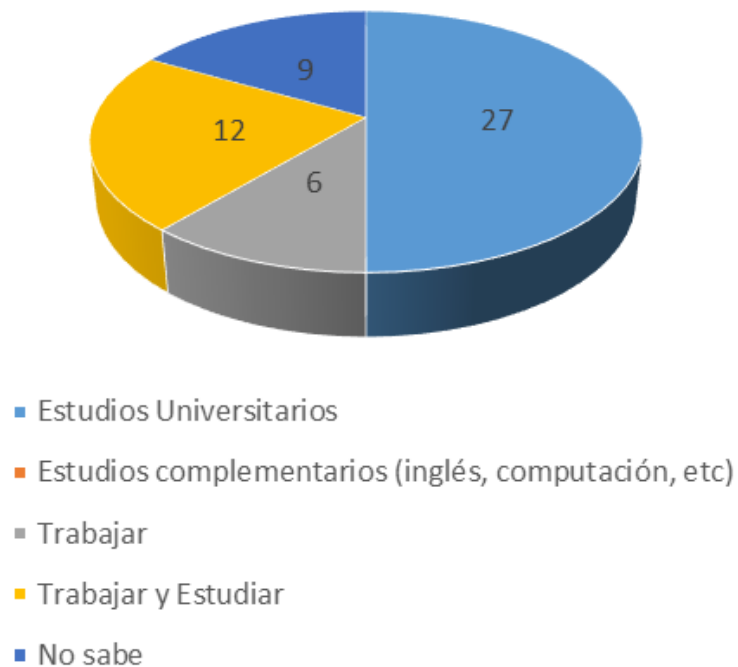
Una vez presentado y validado el formulario de google forms por la dirección y el departamento de vinculación, se procedieron a su aplicación, se les envió el formulario a los egresados a través de su correo institucional.

A continuación, se enlistan las preguntas realizadas en la encuesta de satisfacción con su respectiva grafica de resultados.

Figura 3. Actividad a la que se piensa dedicar después de concluir sus estudios

Pregunta 1	Estudios Universitarios	Estudios complementarios (inglés, computación, etc)	Trabajar	Trabajar y Estudiar	No sabe
¿A qué actividad piensas dedicarte después de concluir tus estudios?	27	0	6	12	9

¿A qué actividad piensas dedicarte después de concluir tus estudios?



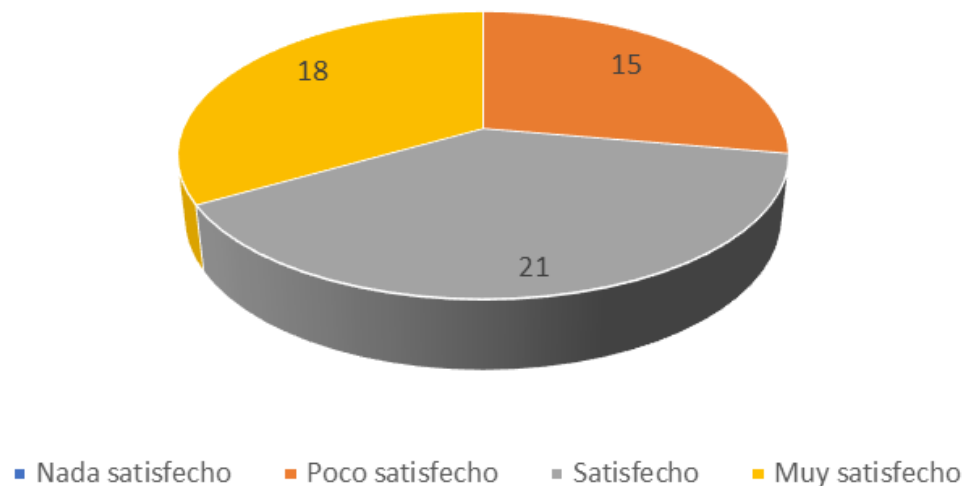
Nota: La primera pregunta refiere a que se dedicará cada egresado después de concluir sus estudios, dando como resultado que la mayoría continuará con sus estudios universitarios, esto puede dar referencia a que la calidad en el nivel educativo puede motivar a los alumnos a continuar con sus estudios.

Fuente: Elaboración propia.

Figura 4. Satisfacción en cuanto al nivel académico de los docentes.

Pregunta 2	Nada satisfecho	Poco satisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho
¿Qué tan satisfecho con el nivel académico de los profesores en el plantel?	0	15	21	18

¿Qué tan satisfecho con el nivel académico de los profesores en el plantel?

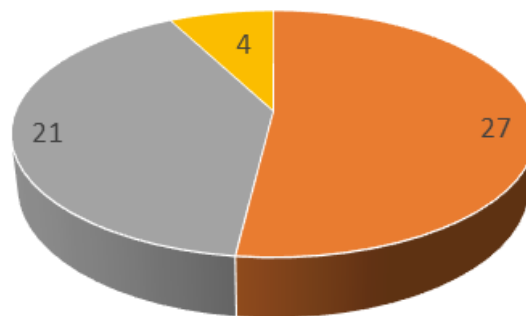


Nota: En esta pregunta encontramos resultados un poco igualados ya que el 39% se siente “satisfecho” con el nivel académico de los profesores, en comparación con el 28% que esta “poco satisfecho”, esto puede repercutir en la oferta educativa ya que el alumnado que este por ingresar espera recibir una docencia de calidad con profesores muy bien preparados.

Figura 5. Satisfacción con la atención docente en actividades extracurriculares.

Pregunta 3	Nada satisfecho	Poco satisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho
¿Qué tan satisfecho estas con la atención docente fuera del aula (tutorías, actividades extracurriculares, etc.)?	0	27	21	4

¿Qué tan satisfecho estas con la atención docente fuera del aula (tutorías, actividades extracurriculares, etc.)?



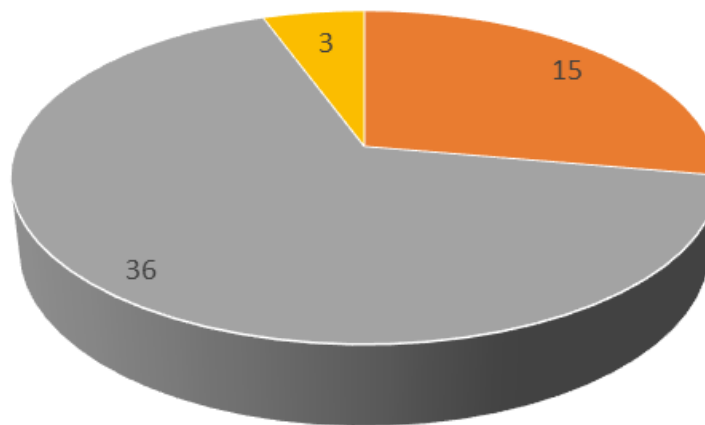
■ Nada satisfecho ■ Poco satisfecho ■ Satisfecho ■ Muy satisfecho

Nota: En la tercera pregunta se evalúa el nivel de atención docente fuera del horario de clase o en actividades extracurriculares dando como resultado que el 50% de los encuestados se sentía “poco satisfecho” esto puede deberse a que el horario de atención para tutorías de los docentes es poco o que quizá un gran número de alumnos requieren un refuerzo sobre algún tema visto en clase y dificulta la atención personalizada.

Figura 6. *Forma de inscripción o reinscripción.*

Pregunta 4	Nada satisfecho	Poco satisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho
¿Qué tan satisfecho estas con la forma de inscripción o reinscripción?	0	15	36	3

¿Qué tan satisfecho estas con la forma de inscripción o reinscripción?



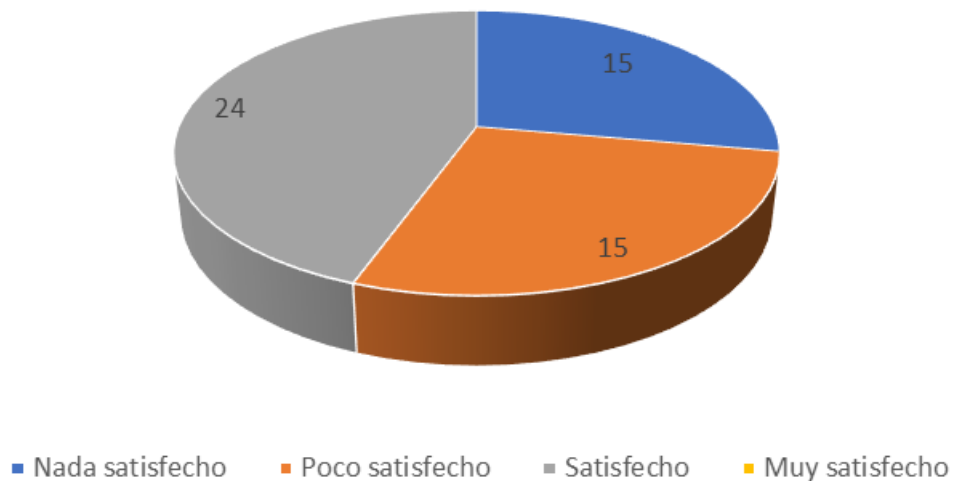
■ Nada satisfecho ■ Poco satisfecho ■ Satisfecho ■ Muy satisfecho

Nota: En esta cuarta pregunta se evalúa el nivel de satisfacción en cuanto a la forma de inscripción y reinscripción arrojando como resultado un 67% de egresados que se sintieron satisfechos, esto debido a que comentaban que el trámite era, aunque un poco tardado, eficiente y no presentaba mayores trabas en el proceso, por otro lado, se tiene un 28% poco satisfecho ya que la oficina de recursos financieros en ocasiones tardaba en validar los pagos.

Figura 7. *Servicios administrativos en el plantel.*

Pregunta 5	Nada satisfecho	Poco satisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho
¿Qué tan satisfecho estas con los servicios administrativos del plantel?	15	15	24	0

¿Qué tan satisfecho estas con los servicios administrativos del plantel?

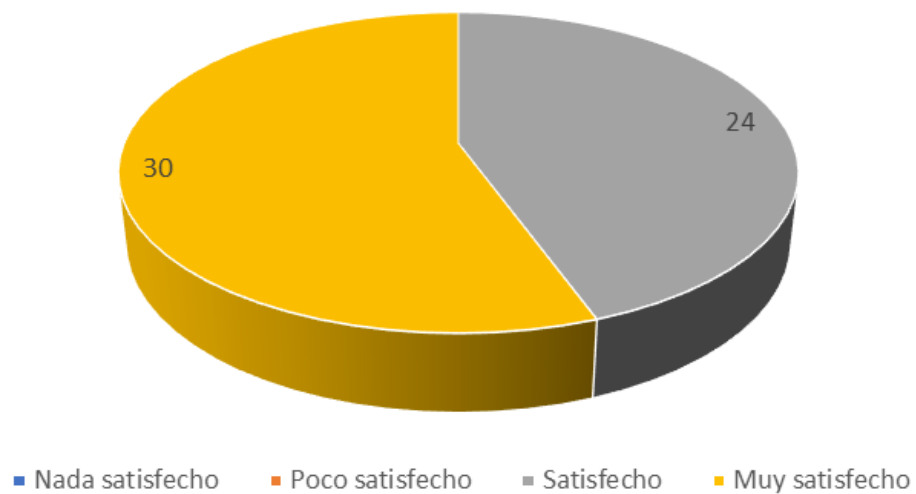


Nota: En esta pregunta existieron opiniones divididas en cuanto a los servicios administrativos ya que en dos ocasiones el 28% se sintió poco satisfecho y nada satisfecho, el otro 44% se encontró satisfecho.

Figura 8. Ambiente interno del plantel.

Pregunta 6	Nada satisfecho	Poco satisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho
¿Qué tan satisfecho estas con el ambiente interno del plantel?	0	0	24	30

¿Qué tan satisfecho estas con el ambiente interno del plantel?

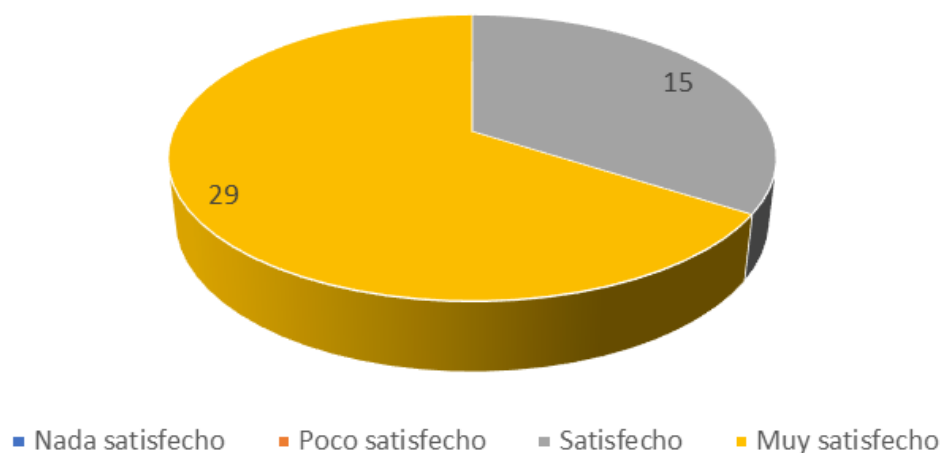


Nota: En esta sexta pregunta se evalúa el ambiente interno de la institución, mostrando un 44% de satisfacción y un 56% de egresados que dijeron sentirse muy satisfechos ya que al ser un espacio que cuenta con espacios amplios y áreas verdes con diferente flora, les producía un ambiente agradable y no hacía incomoda la estancia.

Figura 9. Ambiente externo que rodea al plantel.

Pregunta 7	Nada satisfecho	Poco satisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho
¿Qué tan satisfecho estas con el ambiente externo que rodea el plantel (vigilancia, servicios públicos, ubicación, etc.)?	0	0	15	29

¿Qué tan satisfecho estas con el ambiente externo que rodea el plantel (vigilancia, servicios públicos, ubicación, etc.)?

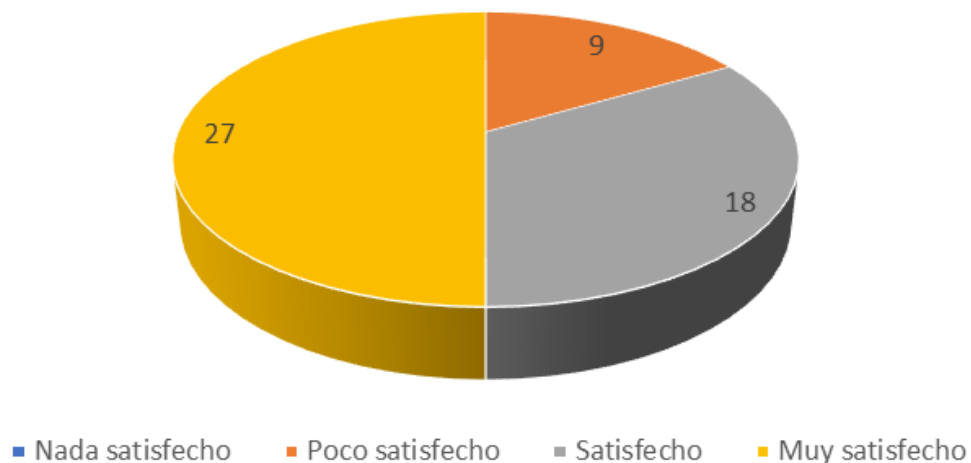


Nota: En la séptima pregunta que de igual forma pertenece al rubro ambiental en cuanto a la estancia, encontramos que el 72% se encuentra muy satisfecho ya que la institución cuenta con vigilancia en los principales puntos de acceso, tanto en el turno matutino como en el vespertino, el otro 28% se siente satisfecho en este aspecto.

Figura 10. *Equipo audiovisual, computo, bibliográfico, etc.*

Pregunta 8	Nada satisfecho	Poco satisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho
¿Qué tan satisfecho estas con el equipo (audiovisual, de cómputo, bibliográfico, etc.) con el que cuenta el plantel?	0	9	18	27

¿Qué tan satisfecho estas con el equipo (audiovisual, de cómputo, bibliográfico, etc.) con el que cuenta el plantel?

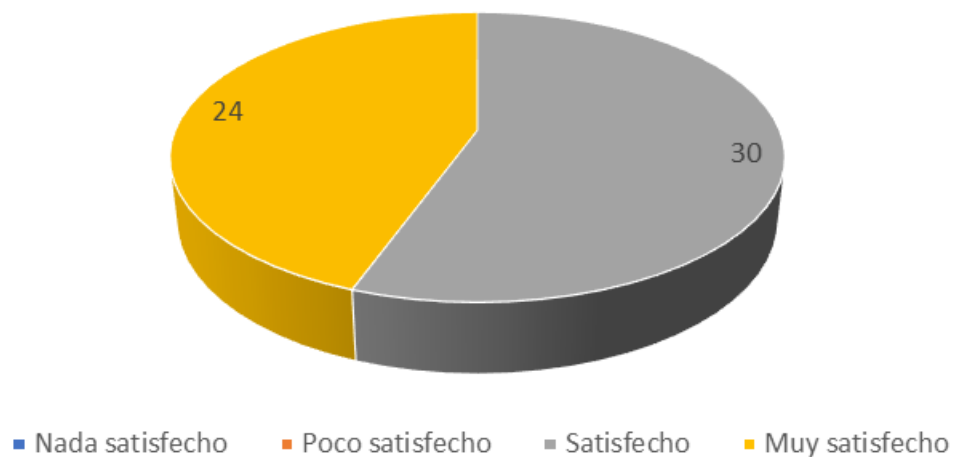


Nota: En esta pregunta se encuentra un 50% muy satisfecho, un 33% satisfecho y un 17% poco satisfecho, ya que en cuestión del material bibliográfico no se cuentan con muchos títulos que puedan apoyar al alumnado.

Figura 11. Limpieza de aulas, sanitarios, espacios verdes y de convivencia.

Pregunta 9	Nada satisfecho	Poco satisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho
¿Qué tan satisfecho estas con la limpieza de las aulas, sanitarios, espacios verdes y de convivencia?	0	0	30	24

¿Qué tan satisfecho estas con la limpieza de las aulas, sanitarios, espacios verdes y de convivencia?

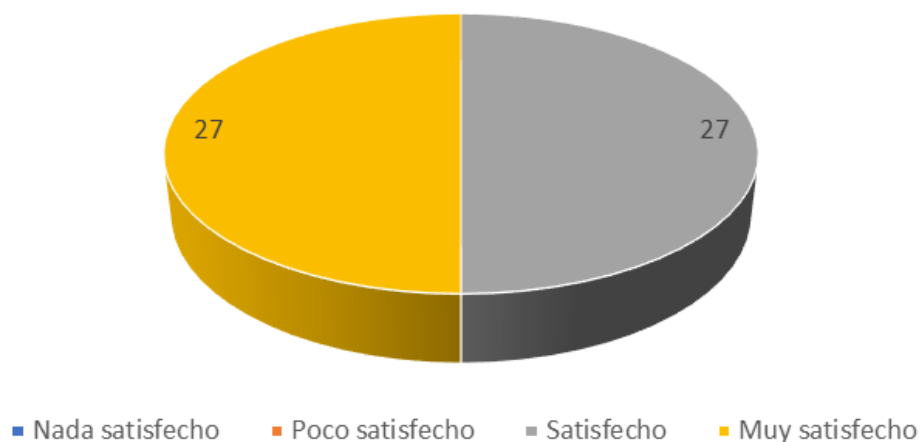


Nota: En esta novena pregunta, encontramos un poco equilibrada la gráfica ya que el 56% se encuentra satisfecho y el otro 44% muy satisfecho en relación a la limpieza en general del plantel, esto apoya a la oferta educativa ya que al tener la institución limpia los alumnos disfrutan de su estadía.

Figura 12. *Infraestructura de la institución.*

Pregunta 10	Nada satisfecho	Poco satisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho
¿Qué tan satisfecho estas con la infraestructura (aulas, laboratorios, talleres, auditorios, deportiva, etc.) con la que cuenta el plantel?	0	0	27	27

¿Qué tan satisfecho estas con la infraestructura (aulas, laboratorios, talleres, auditorios, deportiva, etc.) con la que cuenta el plantel?

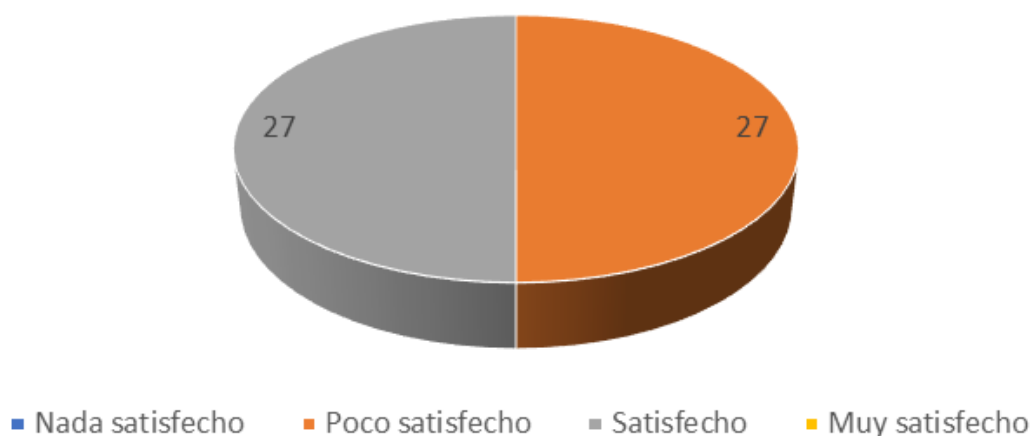


Nota: En esta décima pregunta se abarca el apartado de infraestructura en el cual podemos observar un empate entre los que están satisfechos y poco satisfechos con un 50% cada uno, esto habla bien de la institución ya que brinda instalaciones de calidad.

Figura 13. Vinculación del plantel con el entorno.

Pregunta 11	Nada satisfecho	Poco satisfecho	Satisfecho	Muy satisfecho
¿Qué tan satisfecho estás con la vinculación del plantel con su entorno (¿instituciones de educación superior, investigación, sector productivo y comunidad?)	0	27	27	0

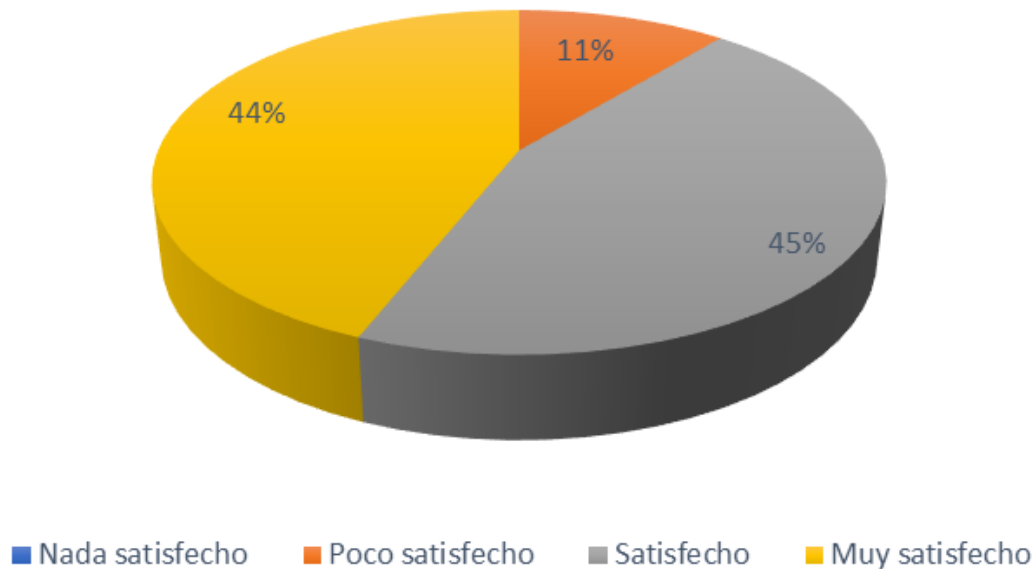
¿Qué tan satisfecho estás con la vinculación del plantel con su entorno (¿instituciones de educación superior, investigación, sector productivo y comunidad?)



Nota: En esta última pregunta. De igual forma se observa un empate entre poco satisfecho y satisfecho con 50% cada uno, ya que no se cuenta con un vínculo directo con otra institución, pero ofrece la oportunidad de culminar los estudios con carrera técnica.

Figura 14. Calificación en general del Servicio Brindado por el CBTis 29.

Promedio de satisfacción al cliente



Nota: Se muestra la calificación en general obtenida después de contabilizar las encuestas de satisfacción al cliente, existen muchas áreas de oportunidad y mejora que conforme al desarrollo de cada pregunta se puede descifrar de qué manera trabajar en estos rubros que se abarcaron y lograr una excelente calidad en el servicio de esta institución.

Capítulo V

Conclusiones

5.1 Conclusiones

En este trabajo de investigación se evaluó la calidad en el servicio en el Centro de Bachillerato Tecnológico Industrial y de Servicios número 29 por medio de una encuesta de satisfacción realizada a 9 alumnos egresados por especialidad, dando un total de 54 alumnos como muestra total, tomando en cuenta desde las áreas administrativas hasta la infraestructura del plantel, cuyos resultados nos muestran que el área de oportunidad de mejora se encuentra en el área administrativa, ya que los alumnos se sienten poco satisfechos con los servicios administrativos que brinda la institución mientras que el área más fuerte es la infraestructura.

Evaluación de objetivos.

Por otro lado, cabe resaltar que los objetivos de la presente investigación fueron cumplidos satisfactoriamente con forme a lo siguiente:

En el objetivo general el cual dicta al pie de la letra:

“Medir el grado de satisfacción de la formación obtenida por los egresados del CBTis 29 en la modalidad de bachillerato tecnológico, para que a partir de este conocimiento podamos desarrollar propuestas de mejora.”

Tomando en cuenta la calificación en general podemos decir que el objetivo general se cumplió en su totalidad.

En cuanto a los objetivos específicos:

- “Investigar de manera documental las formas de medición de satisfacción al cliente al brindar un servicio”.

Este objetivo se cumplió en un 100% ya que no podíamos comenzar con el proyecto si no teníamos la parte teórica que considero es una parte fundamental para conocer el tema más a fondo.

- “Delimitar la técnica o instrumento a utilizar para la medición de la satisfacción de los egresados del CBTis. 29”

De acuerdo al planteamiento del problema fue que se comenzó a investigar las diferentes técnicas que se tenían para poder delimitar cual era la correcta, este objetivo de igual forma se cumple en un 100% ya que de no ser la técnica correcta no hubiese sido posible el avance del proyecto.

- “Diseñar el instrumento de medición y validarla con las autoridades correspondientes al plantel.”

Este objetivo se cumple en un 100% ya que no podíamos dar luz verde a la implementación de la herramienta si no estaba validada por las autoridades correspondientes ya que necesitábamos datos de interés escolar de los egresados.

- “Captura del instrumento de medición en plataforma electrónica para difusión entre los egresados.”

Este objetivo se cumple de igual forma en un 100% ya que necesitábamos hacer llegar el cuestionario de manera digital mediante Google Forms pues físicamente sería una logística mayor y restaría tiempo.

- “Identificar a los alumnos egresados a partir del año 2018 al 2021 a los cuales se les aplicará el instrumento de medición.”

Este objetivo se cumplió en un 80% ya que algunos egresados hacen caso omiso al llenado completo de los formularios de “seguimiento de egresados” y esto complico un poco el recaudar la toma de muestra.

- “Solicitar a los egresados el llenado y participación en el instrumento de medición.”

Este objetivo se cumple al 100% ya que mediante el correo institucional y números telefónicos proporcionados se les solicito a los egresados el llenado del formulario.

- Análisis y tabulación de la información obtenida mediante el instrumento de medición de los alumnos egresados.

Este objetivo se cumple en un 100% ya que debemos presentar datos reales y transparentes mediante la obtención de resultados estadísticos a través del formulario, además del diseño de tablas y graficas en las que se desglosa la información para una mejor interpretación.

- Presentar resultados.

Este objetivo se cumple en un 100% pues se presentaron los resultados obtenidos al director de la institución y departamento de vinculación.

- “Desarrollar propuestas de mejora del servicio.”

Este objetivo se cumplió en un 90% ya que algunas propuestas de mejora mencionadas requerían apoyo externo de la institución por parte del municipio, lo cual puede dificultar su implementación sin embargo la mayoría pueden ser implementadas.

Una vez evaluados los objetivos y ponderados en cuanto a su % de cumplimiento podemos decir que es indispensable que exista un plan/estrategia de implementación de calidad en el servicio, pues consideramos que estas áreas de oportunidad son de gran importancia porque son un punto a considerar en la oferta educativa que muestra la institución.

5.1.2 Recomendaciones.

Se puede sugerir que hay un abundante campo todavía por explorarse en lo que se refiere a calidad en el servicio, algunas recomendaciones que sugerimos son, mejorar la capacitación del personal, definir por medio de un análisis y descripción de puestos las actividades de cada trabajador para que sean más eficientes en sus puestos, que los docentes estén en constante capacitación y actualización en cuanto al manejo de herramientas digitales para poder maximizar el uso de las mismas e interactuar con las siguientes generaciones de una manera en la que el aprendizaje sea más dinámico, crear una biblioteca digital con bibliografías de interés escolar y común para que los estudiantes puedan ampliar su conocimiento. y realizar evaluaciones por periodos para saber si ha mejorado la calidad en el servicio.

La mejora continua en estos aspectos mencionados puede favorecer ampliamente a la institución en cuanto a su oferta educativa y atracción como casa de estudios para futuras generaciones.

6. Competencias desarrolladas

Al realizar este proyecto pude desarrollar las siguientes competencias.

Desarrollo de habilidades de comunicación y asertividad para poder coordinar las actividades encomendadas por parte del departamento de dirección y de vinculación.

También se desarrollaron valores como, responsabilidad, respeto, empatía, compromiso y profesionalismo.

Dirigir a la institución hacia la consecución de sus objetivos, a través de la coordinación de esfuerzos y el desarrollo creativo, en esta competencia se fortaleció ya que se mejoraron las habilidades de liderazgo y capacidad de toma de decisiones.

Las competencias anteriormente mencionadas se relacionan con los atributos de egreso del licenciado en Administración mismas que se desglosan para su mejor comprensión conforme a lo desarrollado en la residencia profesional en la siguiente tabla:

Asignatura	Competencia de la asignatura	Actividad desarrollada	Perfil de egreso
Comportamiento organizacional	Habilidades de comunicación	Se mantuvo el contacto directo con el departamento de dirección general y vinculación, además del contacto con los egresados.	AE7. Utiliza las tecnologías de la información y comunicación en el diseño de estrategias que optimicen el trabajo y desarrollo de las organizaciones
Taller de ética			AE2. Desarrolla habilidades directivas

	Desarrollo de valores	Se desarrollaron valores que aportan a mi crecimiento personal y profesional.	basadas en la ética y la responsabilidad social, que le permitan integrar y coordinar equipos interdisciplinarios para el crecimiento de la organización.
Función administrativa I y II	Habilidades Directivas	Dirigir la organización y la implementación de la propuesta de mejora.	AE2. Desarrolla habilidades directivas basadas en la ética y la responsabilidad social, que le permitan integrar y coordinar equipos interdisciplinarios para el crecimiento de la organización.
Comportamiento organizacional	Toma de decisiones.	Se generaron ideas que se convirtieron en propuestas para mejorar la organización del proyecto.	AE7. Utiliza las tecnologías de la información y comunicación en el diseño de

			estrategias que optimicen el trabajo y desarrollo de las organizaciones
Desarrollo organizacional	Diseño organizacional	Se trabajó en el diseño organizacional del Centro de Bachillerato Tecnológico Industrial y de Servicios No. 29 para la mejora continua	AE1. Integra los procesos gerenciales, de administración, de innovación y las estrategias para alcanzar la productividad y la competitividad.

7. Fuentes de información

- Andreassen, T. W. y Lanseng, E. (1997): “The Principal’s and Agent’s Contribution to Customer Loyalty within an Integrated Service Distribution”, *European Journal of Marketing*, vol. 31, nº 7, pág. 487-503.
- B. Castro, C., Martín Armario, E. y Martín Ruiz, D. (2007): “The influence of market heterogeneity on the relationship between a destination’s image and tourists’ future behavior”, *Tourism Management*, vol. 28, pág. 175-187.
- Beckett, A, Hewer, P. Howcroft, B. (2000): “An Exposition of Consumer Behaviour in The Financial Services Industry”, *International Journal of Bank Marketing*, vol. 18, nº 1, pág. 15-26.
- Bernal, C. (2010). Metodología de la Investigación. Administración, economía, humanidades y Ciencias Sociales. Colombia: Perason.
- Cardozo, L. (2022, 6 diciembre). Calidad del servicio: qué es, su importancia y los 5 pilares fundamentales. Zenvia. Recuperado el 20 de Marzo 2023 de: <https://www.zenvia.com/es/blog/calidad-del-servicio/>
- Control total de la calidad / V. Feigenbaum: M. Ascención G. Pérez 3a ed. México: Editorial CECSA, c1994 Título original: Total quality control, 3 ed., c1991.
- De Wulf, K., Oderkeken-Schroder, G. y Lacobucci, D. (2001): “Investments in consumer relationships: a cross-country and cross-industry exploration”, *Journal of Marketing*, Vol. 65, octubre, 2001, pág. 33-50.
- Dick, A. y Basu, K. (1994): “Customer Loyalty: Toward an Integrated Conceptual Framework”, *Journal of the Academy of Marketing Science*, nº 22, pág. 99-113.
- Doney, P. M. and Cannon, J. P. (1997): “An examination of the nature of trust in buyerseller relationships”. *Journal of Marketing*, nº 61, pág. 35-51.
- Qualtrics. Encuesta de satisfacción del cliente: qué es y cómo se hace . (2022, 10 mayo). Qualtrics. Recuperado el 20 de Marzo 2023 de: <https://www.qualtrics.com/es/gestion-de-la-experiencia/cliente/encuesta-de-satisfaccion-del-cliente/>

- Ishikawa, K. (1986). ¿Qué es el control de calidad? La modalidad japonesa (2a ed.). Colombia: Norma. P.13.
- Juran, J. M. y Gryna, F. M. (1998). Análisis y planeación de la calidad (3era ed). México: McGraw Hill. p.5.
- Kotler, P. (Julio 2006). El marketing según Kotler: como crear, ganar y dominar mercados. Barcelona:Paidós Ibérica, S.A.
- Laguna, M. y Rodríguez, J. (Mayo 2003). Aportaciones de las tecnologías de la información a la innovación y mejora de la calidad de los productos. Revista Tribuna de debate. Recuperado el 15 de Marzo 2023, de: <http://www.madrimasd.org/revista/revista12/tribuna/tribunas2.asp>
- Mendoza, J.A. (Agosto 2007). Medición de la calidad de servicio. Recuperado el 15 de marzo del 2023, de <http://www.monografias.com/trabajos12/calser/calser.html>
- Norma ISO 9000 (2000). Curso de Calidad ISO 9000. Recuperado el 13 de Marzo del 2023, de: <http://www.adrformacion.com/cursos/calidad/leccion1/tutorial2.html>
- Palafox, G. (2007). Calidad en el servicio. Recuperado el 20 de Marzo del 2023: <http://secretosenred.com/articles/4482/1/CALIDAD-EN-EL-SERVICIO/Paacutegina1.html>
- Peiró, J.M., Martínez-Tur, V, Ramos, J. (1999). El triángulo de la calidad de servicio: Una aproximación psicosocial. Recuperado el 10 de Marzo del 2023, de: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=890905>
- QuestionPro. (s. f.). Encuesta de satisfacción. Recuperado el 20 de Marzo del 2023 de: <https://www.questionpro.com/es/encuesta-de-satisfaccion.html>
- Rodríguez, E. M. C. (2022, 16 Octubre). Calidad en la atención al cliente. Andalucía Lab. Recuperado el 20 de Marzo del 2023 de: <https://www.andalucialab.org/blog/calidad-en-la-atencion-al-cliente/>
- Saénz, M. (s. f.). ¿Qué es la calidad del servicio y como se puede medir? Medallia. Recuperado 21 de Marzo de 2023, de <https://www.medallia.com/es/blog/que-es-la-calidad-del-servicio-y-como-se-puede-medir/>
- Servicio al cliente / Jacques Horovitz; prólogo de Gilbert Trigano; rev. téc. José Santos Arrebola.-- Santafé de Bogotá, Colombia: Editorial McGraw-Hill, c1994.

- Servicios de calidad al cliente: la cortesía en el trabajo / William B. Martin; tr. Ivonne Triepillo; rev. téc. Federico Garciadealba Cantú.-- México: Editorial Trillas, c1991.
- Villaroel M (2016) Calidad en la educación superior: un análisis reflexivo sobre la gestión de sus procesos en los centros educativos de América. REICE. Rev. Electr. Iberoamer. Calid. Efic. Camb. Educ. 8(5): 111-118.
- Zeithaml, V., Berry, L. y Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. Journal of Marketing, 60, 31-46.