

Enl@ce: Revista Venezolana de Información de,
Tecnología y Conocimiento
ISSN: 1690-7515
Depósito legal pp 200402ZU1624
Año 11: No. 2, Mayo-Agosto 2014, pp. 75-89

Cómo citar el artículo (Normas APA):
Fernández, J., Clemenza, C. y Araujo, R. (2014).
Satisfacción de los usuarios y tecnologías de información y comunicación en la Educación universitaria a Distancia. *Enl@ce Revista venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 11 (2), 75-89

Satisfacción de los usuarios y tecnologías de información y comunicación en la Educación universitaria a Distancia

*Juanita Fernández*¹
*Caterina Clemenza*²
*Rubén Araujo*³

Resumen

En respuesta de la importancia que se le otorga a la Educación a Distancia como modalidad dentro del Sistema de Educación universitaria, se desarrolla la presente investigación, donde se considera desde una visión integral la opinión de los usuarios de esta modalidad educativa. Para tal efecto, se analiza la satisfacción de los usuarios de la Educación a Distancia, específicamente en la Universidad Nacional Abierta (UNA), Universidad del Zulia (LUZ), y Universidad Cecilio Acosta (UNICA). En este sentido, se fundamenta en una investigación descriptiva con diseño transeccional, no experimental y de campo. La población estuvo conformada por los usuarios del programa de Educación a Distancia de las tres Universidades mencionadas. Se realizó un muestreo no probabilístico incidental, obteniéndose una muestra total de 270 usuarios que para el momento de la investigación se encontraban activos en el programa. Los resultados demuestran una opinión favorable de los usuarios de la Educación a Distancia, ubicándose en un estándar medio. Se recomienda realizar esfuerzos para potenciar las fortalezas de esta modalidad educativa y minimizar las debilidades presentadas de acuerdo a la opinión de los entrevistados.

Palabras clave: Educación a distancia, satisfacción del usuario, calidad de servicio,

Recibido: 14/04/14 Devuelto para revisión: 18/06/14 Aceptado: 1/07/14.

Licenciada en Comunicación Social. Magister en Gerencia de Empresas. División de Estudios para Graduados de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad del Zulia. Correo electrónico: juanitafernandez777@hotmail.com.

Doctora en Ciencias Gerenciales, Postdoctora en Ciencias de la Educación Superior. Profesora Titular. Instituto de Investigaciones de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad del Zulia (FCES-LUZ) Acreditada al Programa de Estimulo a la Investigación e Innovación (PEII-ONCTI) Correo electrónico: caterinaclemenza@yahoo.es

Doctor en Ciencias Gerenciales. Profesor Asociado. Jefe del Departamento de Ciencias Humanas. Núcleo Costa Oriental del Lago Universidad del Zulia. Acreditado al Programa de Estimulo a la Investigación e Innovación (PEII-ONCTI) Correo electrónico: raraujove@yahoo.es

Satisfaction of the Users and Information and Communication Technologies in Distance Education University

Abstract

In response to the importance given to the Distance Education as a modality within the system of university education, develops the present investigation, where it is considered from a holistic view the opinions of users of this method of education. For this purpose, we analyze the satisfaction of users of distance education, specifically in the National Open University (UNA), University of Zulia (LUZ), and University Cecilio Acosta (UNICA). In this sense, is based on a descriptive research design with transactional and non-experimental field. In this sense, is based on a descriptive research design with transactional and non-experimental field. The population consisted of users of the Distance Education program of the three universities mentioned. There was an incidental non-probability sampling, resulting in a total sample of 270 users at the time of the investigation were active in the program. The results show a favorable opinion of the users of Distance Education, reaching in a standard environment. It is recommended to make efforts to enhance the strengths of this educational modality and minimize the weaknesses presented according to the opinion of the respondents.

Key Word: Distance Education, User satisfaction, Quality of service.

Introducción

En la actualidad vivimos en un mundo actualizado, donde la información y la formación se le otorga una importancia preponderante en el campo laboral, es por ello que el trabajador debe actualizarse y perfeccionarse permanentemente, para enfrentar nuevos desafíos, necesidades y requerimientos productivos. Este proceso debe prever que la persona en formación no tenga que abandonar ni descuidar su puesto de trabajo, exigiendo así un modelo de educación a distancia de calidad, soportadas mediante las tecnologías de información y comunicación.

La educación es la clave en la formación de los recursos humanos y en el desarrollo de las regiones, pero requiere considerar ciertas correlaciones en

lo relativo a las nuevas realidades socioculturales locales y globales, si se buscan impactos en la población realmente positivos. Es en este escenario donde la educación a distancia adquiere relevancia y se constituye en una nueva modalidad del proceso educativo.

Según García, L (2002), en la educación a distancia han de utilizarse los medios impresos y tecnológicos como puente de unión en el espacio y en el tiempo, entre profesor y alumno cuando estos no mantienen una relación cara a cara. En definitiva, se trata de una educación mediada y esa mediación se ha venido realizando con una secuencia ajustada a la evolución de los medios.

En este sentido, existe preocupación por encontrar estrategias adecuadas para afianzar la pertinencia

de la educación a distancia, y que se conciba de forma accesible, de calidad e igualdad para toda la población, si se considera que el aprendizaje abierto a distancia, es cada vez más, una de las mejores alternativas para determinados sectores de la sociedad.

Los estudios tradicionales limitan al usuario con respecto a el tiempo y espacio, en virtud de que se exige el requisito presencial y en horarios académicos determinados por la universidad, a diferencia de la modalidad a distancia que ofrece una educación no presencial, pero que de igual forma exige y cumple con una formación integral donde el otorgamiento de la la titulación posee el mismo valor que los acreditados en los estudios convencional.

Cabe destacar, que en la actualidad la educación a distancia es considerada como oportunidad formativa de calidad, que se respalda mediante el diseño de ofertas alternativas que maximizan las posibilidades del entorno y promuevan la incorporación de recursos eficientes para actualizar su operación y promover el proceso formativo de quienes recurren a esta modalidad educativa, demandada por la diversidad de los estratos de la sociedad.

La educación a distancia en Venezuela, deben responder a los requerimientos actuales de la sociedad del conocimiento, y sustentarse en los avances científicos, tecnológicos y comunicacionales. Su desarrollo ha de favorecer la inclusión en el sistema de educación, además, debe garantizar su calidad en términos de su eficacia, eficiencia y pertinencia. Así lo establece el Pro-

yecto Nacional de Educación Superior a Distancia, en su Artículo. 55, capítulo VI.

De manera que la investigación, pretende desde el punto de vista teórico, crear la inquietud por profundizar en los enfoques teóricos que exponen la calidad de servicio como un elemento diferenciador dentro del marketing de servicios educativos. De esta manera, se profundiza y amplía la perspectiva de análisis que se tiene sobre la variable a estudiar, a fin de complementar el conocimiento inicial que se tiene sobre la calidad de servicio.

Los resultados obtenidos en esta investigación, permiten que las autoridades de las distintas universidades, conozcan cuál ha sido el desempeño en el servicio que ofrecen a los usuarios, tomar en cuenta los resultados negativos, y puedan aplicar las prevenciones necesarias en las normas y/o enfoques existentes con relación a la calidad de servicio, y así satisfacer a sus usuarios (estudiantes) y crear una buena imagen de la institución.

Asimismo, permite apoyar en materia de investigación educativa, a través de la generación de conocimientos, la difusión de los avances y el intercambio de experiencias a las universidad e instituciones de educación que ofrecen los estudios a distancia y cuya prioridad sea mejorar la calidad en el servicio que ofrecen.

Estos argumentos conducen a realizar el presente artículo, con el objeto de analizar la satisfacción de los usuarios de la Educación a Distancia, específicamente en la Universidad Nacional Abierta (UNA), Universidad del Zulia (LUZ), y Universidad Cecilio Acosta (UNICA). Para abordar la investigación se plantearon las siguientes interrogantes: ¿Cuál es

el perfil de los usuarios de la modalidad de Educación a Distancia en la Universidad del Zulia?. ¿Cuáles son los motivos que impulsan a los usuarios en la selección de la modalidad de Educación a Distancia? ¿Qué expectativa y percepción tienen los usuarios con respecto a los componentes de la calidad del servicio ofrecido por la modalidad de Educación a Distancia en la Universidad del Zulia?

Consideraciones metodológicas

La investigación fue de tipo descriptiva. De acuerdo a Hernández, y col. (2010), los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno sometido a análisis. Miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar.

Se utilizó un diseño no experimental, el cual consiste en observar el objeto de estudio y la situación existente directamente en su contexto para luego proceder a analizarlo; transeccional descriptivo, ya que se obtuvo los datos en un solo momento y en un tiempo único a fin de describir la variable de estudio en un momento dado y obtener una visión general de la situación de la variable y de los sujetos de estudio y diseño de campo, debido a que los datos se obtuvieron directamente de la realidad. El valor del diseño de campo radica en que permite evidenciar las verdaderas condiciones en que se han obtenido los datos, lo cual facilita su revisión o modificación en caso de surgir dudas.

En cuanto a la población, está representada por los estudiantes de Educación a Distancia de la Universidad Nacional Abierta (UNA), Universidad del

Zulia (LUZ), y Universidad Cecilio Acosta (UNICA).. Mientras que la muestra estuvo representada por 270 usuarios de esta modalidad educativa, que se encontraban activos en la segunda cohorte de las universidades indicadas en el año 2013.

Para Parra (2006), la muestra se define como una parte (sub-conjunto) de la población, obtenida con el propósito de investigar propiedades que posee la población. Es decir, se pretende que esta represente a la población de la cual se extrajo. Esta investigación se desarrolló con base a un muestreo no probabilístico incidental, el cual se trata de seleccionar de manera intencionada los individuos de la población. De acuerdo a Parra (2006), este procedimiento se emplea para obtener a los individuos de forma más fácil.

Para la recolección de información primaria, se diseñó un instrumento para los usuarios con la finalidad de abordar los objetivos de la investigación. Este instrumento, es un cuestionario que consta de 2 partes. La primera referida a caracterizar el perfil de los usuarios e identificar los motivos para seleccionar la educación a distancia como alternativa educativa, conformado por 7 preguntas. La segunda parte presenta un cuestionario, el cual consta de 22 ítems con cinco (5) alternativas de respuesta. El diseño del instrumento, permitió medir las cinco (5) dimensiones de calidad del servicio: elementos tangibles, confiabilidad, responsabilidad, seguridad y empatía.

Con relación de la confiabilidad, se utilizó el método denominado Coeficiente Alfa de Cronbach, el cual se aplica a cuestionarios de varias alternativas y exige una sola aplicación del instrumento de

recolección de datos (Blanco, 2000; Hernández, y col (2010). La aplicación de esta prueba arrojó un coeficiente de 0,92 significando una alta confiabilidad.

Enfoques teóricos

Satisfacción del cliente

Zeithaml y Bitner, (2002), indican que la satisfacción del cliente, es un juicio relacionado con un rasgo del producto o servicio, en términos de si ese producto o servicio respondió a sus necesidades y expectativas. Argumentan que la satisfacción es una evaluación que realiza el cliente respecto del servicio, en término de si el servicio responde a sus necesidades y expectativas. Se presume que al fracasar los cumplimientos de las necesidades y las expectativas, el resultado que se obtiene es la insatisfacción con tal servicio.

Según Zeithaml y Bitner (2002) la satisfacción del cliente es influenciada por las características propias del producto o servicio y las percepciones de la calidad. Así como también, actúan las respuestas emocionales de los clientes, las atribuciones y sus percepciones de equidad.

Para Hoffman y Bateson (2008), la satisfacción de cliente proporciona una serie de beneficios para el proveedor del producto o servicio porque permite crear lealtad del cliente hacia la empresa, donde el consumidor estaría dispuesto a pagar más y a permanecer con la empresa, siempre y cuando esta satisface sus necesidades. Mientras que una insatisfacción del cliente, este puede a través de la llamada comunicación de boca en boca multi-

plicar por diez la mala publicidad que recibirá la empresa sin que esta pueda contrarrestarlo en un corto plazo, lo que lleva a pérdida de clientes y a tener mala imagen para con los actuales y futuros clientes de la misma.

Educación a distancia.

Desde la época de los 90 hasta la actualidad, determinada universidades nacionales y privadas, así como algunos institutos y colegios universitarios, han venido desarrollando experiencias relacionadas con los estudios a distancia, basadas en el uso de las tecnologías de la información y comunicación. Estas Instituciones de educación, ofrecen distintos programas de pregrado, postgrado y educación continua, en diferentes áreas del conocimiento, con modalidades semipresencial y a distancia con apoyo de las TIC's.

Los estudios a distancias, en la actualidad contribuyen a superar limitaciones de ingreso de bachilleres a la educación superior, derivadas de condiciones de los propios estudiantes tales como la necesidades educativas especiales, distancias de las sedes educativas, carga laboral, entre otros aspectos, ofreciéndoles alternativas educativas sustentadas en tecnologías que les permita recibir una educación cónsona con sus requerimientos. Así como también, surgen exigencias basadas en garantizar su calidad en términos de su eficacia, eficiencia y pertinencia.

En el caso venezolano, el Consejo Nacional de Universidades, definen los Estudios Universitarios a Distancia (EuaD), como una modalidad educativa sustentada en ambientes de aprendizajes que

trascienden espacio y tiempo, el cual se soportan mediante las tecnologías de la información y de la comunicación (en lo sucesivo TIC). Modalidad educativa que responde a una política nacional e institucional, con la finalidad de promover el uso de diferentes recursos y tecnologías (digitales, audiovisuales e impresas), con fines instruccionales, se considera una concepción amplia de las TIC, la cual incluye cualquier herramienta o servicio tecnológico actual o futuro, que facilite las mediaciones didácticas interactivas, la entrega o distribución de los recursos y del desarrollo de las actividades de enseñanza, así como de aprendizaje a distancia. (Capítulo I, Artículo 2).

De igual manera León, Bermúdez y Tremols (2002:19), opinan que la modalidad educativa a distancia está dada por la separación física entre alumnos y profesores en las diferentes fases del proceso enseñanza-aprendizaje, se utilizan medios de instrucción no directa, en forma de material impreso, mecánico y/o electrónico. (Ejemplo: computador, teleclase, etc.)

La educación a distancia en Venezuela, debe responder ante los requerimientos actuales de la sociedad del conocimiento, y sustentarse en los avances científicos, tecnológicos y comunicacionales. Su desarrollo, ha de favorecer la inclusión en el sistema educativo, además, debe garantizar su calidad en términos de su eficacia, eficiencia y pertinencia. Así lo establece el Proyecto Nacional de Educación Superior a Distancia, en su Artículo 55, capítulo VI.

Asimismo, establece que esta debe asegurar la prestación de servicios que satisfagan las necesi-

dades de los estudiantes, docentes y empleados, así como de los demás miembros de la comunidad, (Artículo 73).

Esta modalidad de estudio se desarrolla de las actividades de aprendizaje “fuera del recinto institucional” o aula de clase, sin que se produzca la comunicación directa y permanente entre el estudiante y el docente, es lo característico de la educación a distancia. Por esta razón, se apoya en recursos de instrucción que sustituyen la presencia del profesor y cuyo contenido o materia de aprendizaje es tratado como una organización particular que lo hace susceptible de ser “aprendido a distancia”.

De esta manera, la Educación a Distancia la constituye un enfoque que se caracteriza por ofrecer oportunidad para acceder a la educación con el menor número de restricciones. En tal sentido, toma en consideración las necesidades de los estudiantes, adecuando sus métodos de enseñanza a las condiciones de edad, ocupación y experiencia previa de su población estudiantil. No impone horarios rígidos, ni lugares fijos de estudio, sino que ofrece libertad en cuanto a tiempos y lugares para cumplir con las actividades de aprendizaje.

Características de la educación a distancia.

Para León, Bermúdez y Tremols (2002). En la educación a distancia se plantean varias características como:

- separación física entre el estudiante y el profesor. Las actividades que se generan el aprendizaje se producen sin que exista comunicación directa

entre el estudiante y el profesor. El estudiante a distancia, no requiere separarse de su medio geográfico, social, laboral o familiar. En la educación a distancia, el espacio y el tiempo cotidiano reemplazan el espacio y el tiempo en el aula.

- uso de diferentes medios auto instructivos. Los contenidos de aprendizaje de cada curso o materia se estructuran en materiales de instrucción impresos y audiovisuales diseñados de manera tal que faciliten el estudio individual, es decir, sin la ayuda directa del profesor. Los contenidos son producidos de manera homogénea y con criterios de alta calidad académica por unos profesionales interdisciplinarios de docentes especializados, que utilizan una determinada tecnología para el diseño de materiales de estudios propios de un sistema educativo a distancia. En la educación a distancia, se puede aprender si hay comunicación efectiva, independientemente del medio de enseñanza utilizado.

- producción y distribución masiva de los materiales de instrucción. Los materiales de instrucción son reproducidos en grandes cantidades, atendiendo al volumen estimado de la matrícula estudiantil, que permitan su oportuna recepción, por parte de la población estudiantil. Esto permite al estudiante mantener el nivel de calidad de su proceso de autodesarrollo y actualización, independientemente de su situación particular o ubicación geográfica. En la modalidad a distancia, todo estudiante debe disponer del material de instrucción requerido, igualitaria y

oportunamente.

- dialogo entre el material de instrucción y el estudiante. La relación del estudiante a distancia con los materiales de instrucción es dinámica, el diseño de instrucción que se emplea establece: diálogos, foros, chat, ensayos y observaciones entre el estudiante y el autor de cada material. Mediante esta interacción se realiza los procesos de aprendizaje, evaluación y realimentación permanente. En este proceso educativo, el estudiante puede reflexionar en silencio, de forma individualizada, al tratar de lograr un aprendizaje, por cuanto los materiales están diseñados para facilitar este logro. Esta modalidad, es más congruente con el modo de ser del adulto, por cuanto este prefiere interactuar directamente con el saber, más que recibir una clase magistral.

- estudio independiente, el estudiante a distancia debe dirigir su proceso de aprendizaje: es decir, selecciona el lugar, tiempo, estilo y ritmo más adecuado para aprender, de acuerdo con sus condiciones particulares y con las exigencias institucionales. En este sentido, la educación a distancia es también abierta, dado que se le ofrece la oportunidad de programar y organizar su situación de estudio, para cumplir con las actividades de aprendizaje previstas. El estudiante a distancia, asume el control directo de su situación de aprendizaje.

- interacción entre el estudiante y la institución mediante centros de apoyo. En la educación a distancia se requiere que el estudiante establezca una comunicación periódica con la Instituc

ión, con el fin de que se realice un intercambio recíproco de información relacionada con diversos procesos, tanto académicos como administrativos. Esta interacción se produce, generalmente, por intermedio de centros de apoyo, cuya función principal es la de ofrecer al estudiante los servicios que se requieren para su proceso de aprendizaje y para su vinculación formal con la institución.

Resultados del Estudio

En esta sección se presentan las evidencias empíricas obtenidas a través de la aplicación del instrumento de recolección de datos diseñado para

tal fin. En este sentido, se organizó la presentación considerando los objetivos específicos, las dimensiones y los indicadores originados de las variables de estudio. Se empleó la estadística descriptiva, presentándose la información en tablas de doble entrada (frecuencias y porcentajes).

Se definen 5 alternativas de selección a partir de valores mínimos (1) y máximos (5) de la escala presentada. Para establecer la escala de evaluación de los resultados, se procedió al cálculo del baremo para conocer el nivel de percepción de la muestra seleccionada; para lo cual se aplicó la siguiente fórmula:

$$A = \frac{M - m}{n}$$

Donde: A: Rango empleado en casa intervalo
 LM: Escala mayor
 Lm: Escala menor
 n: número de escala de respuesta

$$A = 0,80$$

$$A = \frac{5 - 1}{5} \longrightarrow A = 0,80$$

Las categorías de respuestas y el baremo se detallan en el cuadro 1.

Cuadro 1
Categorías de respuestas

Puntaje	Alternativas	Rango	Percepción de la calidad de servicio	Nivel de satisfacción del usuario
1	Muy malo	1,00-1,80	Baja	Insatisfecho
2	Malo	1,81-2,60		

Fuente: elaboración propia, (2014).

Las categorías de respuestas y el baremo se detallan en el cuadro 1.

Cont... Categorías de respuestas

Puntaje	Alternativas	Rango	Percepción de la calidad de servicio	Nivel de satisfacción del usuario
3	Ni Malo, Ni Bueno	2,61-3,40	Media	Poco satisfecho
4	Bueno	3,41-4,20		
5	Muy Bueno	4,21-5,00	Alta	Satisfecho

Fuente: elaboración propia, (2014).

Característica de la muestra

Los resultados presentados en la tabla 1, indican que el 65,18%, son del sexo femenino y 34,82% masculinos. La mayoría se ubica entre 18 y 25 años de edad. Puede evidenciarse, que se determina un predominio del sexo femenino, lo cual no coincide

con los señalamientos de Gorrochotegui y otros (2006), donde determinan un crecimiento constante en la matrícula del sexo masculino y un estancamiento en la matrícula femenina. Se observa también, que más de la mitad de la muestra manifestó tener un estatus de soltera.

Tabla 1
Género, edad y estado civil

Género (%)		Edad (%)				Estado Civil (%)		
F	M	18 a 25 años	26 a 35 años	36 a 45 años	Mayor a 46 años	Soltero (a)	Casado (a)	Otro
65,18	34,82	35,92	30,37	20,74	12,97	68,81	29,71	1,48

Fuente: elaboración propia, (2014).

Al observar el nivel académico, se tiene que un 38,9% de los usuarios son licenciados, el resto se distribuyen entre bachilleres, usuarios con maestría culminada y técnicos superiores universitarios.

En cuanto a la situación laboral, el 61,1% indicó ser empleado, el 19,3% desempleado y el 17,8% ser trabajador independiente. Solo el 1,8% manifestó ser empresario. (ver tabla 2)

Tabla 2
Nivel académico y situación laboral

Nivel Académico	Fr	%		Situación Laboral	Fr	%
Bachiller	92	34,1		Empleado (a)	165	61,1
TSU	43	15,9		Desempleado (a)	52	19,3
Licenciatura	105	38,9		Trabajador Independiente	48	17,8
Maestría	23	10		Empresario	5	1,8
Doctorado	3	1,1		Total	270	100
Total	270	100				

Fuente: elaboración propia, (2014).

Por otra parte, el nivel de ingreso, manifestado por la muestra, se ubicó en su mayoría entre 2.700 y 3.700 bolívares fuertes, mientras que el 20%

declaró percibir entre 3.800 y 4.700; solo el 10,7% señaló estar por encima de los 6.800 bolívares fuertes.

Tabla 3
Nivel de ingreso

Ingreso	Fr	%
Entre 2.700 – 3.700 Bsf	142	52,6
Entre 3.800 – 4.700 Bsf	54	20
Entre 4.800 – 6.700 Bsf.	45	16,6
Más de 6.800 Bsf.	29	10,7
Total	270	100

Fuente: elaboración propia, (2014).

Motivos para seleccionar la educación a distancia

En la tabla 4, se observan los resultados de las razones para la selección de la institución para cursar estudios a distancia. Se observa que el 35,56% de los encuestados cursan estudios por la flexibilidad en el horario; el

13,33% debido al prestigio de la Institución dentro del sector universitario; el 17,78%, señaló ser su propia decisión; el 11,84% opina que es motivado por el fácil acceso. El resto manifestó que la decisión fue tomada debido exigencias laborales (10,37%), ascenso en el trabajo (5,93%) y costo de la inversión (5,19%).

Tabla 4
Motivos que influyen para seleccionar de la modalidad de educación a distancia

Aseveraciones	Fr	%
Prestigio de la institución	36	13,33
Flexibilidad de horario	96	35,56
Decisión propia	48	17,78
Costo de inversión	14	5,19
Exigencias laborales	28	10,37
Ascenso en el trabajo	16	5,93
Fácil acceso	32	11,84

Fuente: elaboración propia, (2014).

Percepción de los usuarios con respecto al servicio ofrecido

Según Zeithaml y Bitner (2002) la calidad en el servicio es una evaluación dirigida que refleja las percepciones del cliente sobre ciertas dimensiones específicas del servicio: confiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía y tangibles.

Basados en este argumento, se detallan en el cuadro 1, presentado anteriormente, tres categorías: alta, media y baja, para la percepción, mientras que para los niveles de satisfacción del servicio ofrecido se observan las escalas: satisfecho, poco satisfecho e insatisfecho.

En la tabla 5, se visualiza en detalle la percepción de los usuarios, correspondiente a cada indicador evaluado, lo cual conlleva a precisar la calidad de servicio ofrecida por las instituciones abordadas que disponen del servicio de Educación a Distancia.

De tal manera, las categorías con niveles de percepción alta corresponde a cierto atributo relacionado con los aspectos tangibles como lo es: horario de atención establecido para los usuarios

que realizan estudios a distancia, plataforma tecnológica óptima para brindar el servicio de estudios a distancia. Mientras que el resto de los atributos tangibles se corresponden a la categoría establecida como percepción media. Dando como resultado, que las evidencias físicas (elementos tangibles) fueron ponderadas con una opinión media por parte de los participantes en la modalidad de educación a distancia.

En este sentido, la evidencia física desempeña un papel muy importante en el proceso de relación entre los empleados y los clientes, porque a través de este proceso de socialización se proyecta una imagen positiva y congruente entre lo que el cliente espera y percibe y lo que la organización ofrece (Hoffman y Bateson, 2002).

En cuanto a los atributos intangibles del servicio, estos fueron evaluados en su gran mayoría, con una ponderación alta. En detalle se observan las categorías: fiabilidad (4,24), seguridad (4,37). y empatía (4,28). Obsérvese como la capacidad de respuesta (4,08) fue ponderada con un nivel medio.

Tabla 5
Brecha entre las expectativas y la percepción

Subdimensiones e Indicadores	Percepción
Elementos Tangibles	4,14
(a) Apariencia de las instalaciones	
La Universidad cuenta con adecuada infraestructura para la realización de los Estudios a Distancia.	4,14
La Universidad dispone de salones acordes para la implementación de clases semi-presenciales	4,20
(b) Horario de Atención	
Existe un horario de atención establecido para los usuarios que realizan Estudios a Distancia	4,14
El horario de atención establecido por la Universidad, satisface las necesidades de los usuarios de Estudios a Distancia.	4,23
(c) Recursos tecnológicos y materiales	
La Universidad, cuenta con una plataforma tecnológica óptima para brindar el servicio de Estudios a Distancia.	4,24
La Universidad posee y suministra el material de apoyo requerido por los usuarios de los Estudios a Distancia (guías, libros).	3,96
(d) Apariencia del Personal	
El personal cuenta con la identificación que indique sus datos y cargo al cual desempeña	4,04
El personal posee un uniforme alusivo a la institución al cual pertenece	4,18
Elementos intangibles	4,25
Fiabilidad	4,24
Son facilitados completamente el contenido programático de las cátedras ofrecidas por la Universidad a los usuarios de los Estudios a Distancia.	4,29
Los facilitadores se encuentran capacitados profesionalmente para brindar el servicio educativo (Licenciados, Magister, Doctores).	4,34
Al momento de dictar las cátedras los facilitadores cuentan con un contenido bibliográfico actualizado.	4,13
Capacidad de respuesta	4,08
Los empleados y facilitadores, informan de manera oportuna a los usuarios todo lo concerniente a cuando se ejecutaran los servicios.	4,04
Los empleados y facilitadores procesan oportunamente las solicitudes de los usuarios.	4,13
Existen entre los departamentos de la Universidad, excelente comunicación para solventar con rapidez las solicitudes demandadas por los usuarios	4,06
Seguridad	4,37
El personal de la Universidad, infunde confianza en la prestación de servicio requerido por los usuarios.	4,31
Los facilitadores al dictar su cátedra tienen el conocimiento para responder las interrogantes de los usuarios.	4,42
Usted se siente seguro con la información obtenida por el personal de la Universidad a través de los diferentes sistemas de modalidad de Estudios a Distancia (Semi-presencial y On-Line).	4,39
Empatía	4,28
Existe disposición de los facilitadores para ofrecer atención individualizada a los usuarios.	4,25

Fuente: elaboración propia, (2014).

Cont... Tabla 5

El personal de la Universidad, maneja de manera objetiva los requerimientos y necesidades de los usuarios.	4,23
El personal de la Universidad, se muestra en todo momento amable y cortés	4,30
Existe una clara comunicación entre los empleados de la universidad y los usuarios	4,32
MEDIA	4,20

Fuente: elaboración propia, (2014).

Como consideración final, observando la tabla 6, se puede señalar que los participantes de esta modalidad académica universitaria manifestaron poseer opiniones medias, con tendencia hacia la alta, basadas en un conjunto de atributos de la calidad del servicio.

Si con base de esta consideración, se le agrega

que mientras más alta o baja sea la calidad percibida; el cliente se sentirá satisfecho o insatisfecho (Berry, 2004, Hoffman y Bateson (2002); de manera tal que se puede señalar, de acuerdo a los resultados obtenidos, que el servicio percibido satisface a los usuarios de la educación a distancia de las Universidades objeto de estudio.

Tabla 6

Nivel de satisfacción

Sub - Dimensiones	Percepción	Calidad de Servicio	Nivel de satisfacción
Elementos Tangibles	4,14	Media	Un poco satisfecho
Elementos Intangibles	4,25	Alta	Satisfecho
Promedio	4,20	Media (con tendencia hacia la alta)	Satisfecho

Fuente: elaboración propia, (2014).

Consideraciones finales

Por lo general, el servicio que recibe el cliente es el resultado de una cadena de servicios interrelacionados, donde no sólo las evidencias físicas del mismo son evaluadas por los usuarios, sino que además contemplan el carácter intangible de estos.

En tal sentido, los planteamientos expresados anteriormente, permiten concluir que los participantes de la Educación a Distancia de las Universidades estudiadas, perciben que el servicio que reciben cubre medianamente (con tendencia hacia la alta) sus necesidades en cuanto a los cinco componentes analizados, (tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía).

Esto hace suponer que las instituciones ofrecen un servicio aceptable; pero que los participantes esperan un mejor desempeño, logrando así ajustarse a sus altas exigencias.

Se recomienda fortalecer los elementos físicos y el ambiente intangible de la organización, debido a que una percepción positiva de ellos puede tener un efecto sobre la imagen que los participantes se hagan del servicio. En este sentido, estos elementos pueden ser vistos como una forma de comunicación no verbal que confiere significado a la calidad percibida.

Referencias bibliográfica

- Albrecht, K. y Zenke, R. (1998). Gerencia de Servicio. Séptima Edición. Bogota-Colombia: Editorial Legis
- Berry, L. (2004). Un buen servicio ya no basta. Ediciones Deusto. España.
- Consejo Nacional de Universidades, Oficina de Planificación del sector Universitario (OPSU), (2009). Proyecto Nacional de Educación Superior a Distancia.
- García, A. (2002). La Educación a Distancia. De la Teoría a la Práctica. Ariel.Barcelona.
- Gorrochotegui, A., Mariño, E. y Tenias, V. (2006). Educación Superior Privada en Venezuela. IESAL/UNESCO. Caracas. Venezuela. Recuperado de <http://www.unesco.org.ve>
- Hernández, S. R., Fernández, C. C. y Baptista, P.(2010). Metodología de la Investigación. Quinta Edición. México. Editorial McGraw-Hill.
- Hoffman, K. y Bateson, J., (2002). Fundamentos de Marketing de Servicios. Conceptos, estrategias y casos. Segunda Edición. Editorial Thomson. México
- León, B. S., Bermúdez, M. y Tuques, de Tremols (2002). El Estudiante y la Universidad Nacional Abierta (UNA). Curso Introductorio. Edición Universidad Nacional Abierta. Caracas. Venezuela
- Morles, V., Medina, E. y Álvarez, N. (2003). La Educación Superior en Venezuela. IESAL/UNESCO. Caracas. Venezuela. Recuperado de <http://www.unesco.org.ve>
- Parra, J. (2006). Guía de muestreo. LUZ-FACES, 3ra. Edición.
- Sistema de Educación a Distancia (SEDLUZ). Recuperado de <http://www.sed.luz.edu.ve/> Recuperado el 20/10/2013
- Universidad Católica "Cecilio Acosta" (UNICA). Recuperado de <http://www.unica.edu.ve/>. Recuperado el 20/10/2013
- Universidad del Zulia. Recuperado de <http://www.luz.edu.ve/> Recuperado el 20/10/2013
- Universidad Dr. Rafael Belloso Chacin (URBE). Recuperado de <https://www.urbe.edu/index.jsp>. Recuperado el 20/10/2013
- Universidad Nacional Abierta (UNA). Recuperado de <http://www.una.edu.ve/> Recuperado el 20/10/2013
- Zeithaml, V. y Bitner, M. J. (2002). Marketing de

Servicios. Segunda Edición. México. Editorial McGraw-Hill Interamericana.

Marketing de Servicios. Quinta Edición. México. Editorial McGraw-Hill Interamericana.

Zeithaml, V., Bitner, M. J. y Gremler, D. (2009).

