

REVISTA INNOVA ITFIP, 9 (1). 67-81. DIC. 2021

**CALIDAD EN EL SERVICIO A PARTIR DEL LIDERAZGO DOCENTE DESDE LA
PERSPECTIVA DE LOS ESTUDIANTES DE POSGRADO EN UNA IES**

**QUALITY IN THE SERVICE FROM THE TEACHING LEADERSHIP FROM THE
PERSPECTIVE OF THE POSTGRADUATE STUDENTS IN A HIGHER EDUCATION
INSTITUTION**

DOI: www.doi.org/10.54198/innova09.06

 *Victorina Castrejón Reyes*¹

 *Claudia Cintya Peña Estrada*²

 *Carlos Alberto Rode Villa*³

 *Elizabeth Palma Cardoso*⁴

Cómo citar este artículo: Castrejón Reyes, V. Peña Estrada, C. C. Rode Villa, C.A. & Palma Cardoso, E. (2021). Calidad en el servicio a partir del liderazgo docente desde la perspectiva de los estudiantes de posgrado en una IES, Revista Innova ITFIP, 9 (1), 67-81



Recibido: junio de 2021. **Aprobado:** noviembre de 2021

¹ Profesora-Investigadora de la Universidad Autónoma de Querétaro. Miembro del Cuerpo Académico: “Sociología de la Salud”. E-mail: vica_60@hotmail.com, Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-0122-2620>

² Profesora-Investigadora de la Universidad Autónoma de Querétaro. Miembro del Cuerpo Académico “Competitividad y Globalización”. E-mail: claudiacintya@hotmail.com, Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0378-0762>

³ Docente de la Universidad Autónoma de Querétaro. Miembro del Cuerpo Académico: “Sociología de la Salud”. E-mail: alberto.rode@uaq.mx, Orcid : <https://orcid.org/0000-0002-0217-8991>

⁴ Profesora-Investigadora del ITFIP, Institución de Educación Superior, doctorante en Administración Gerencial, Magíster en Educación, Especialista en Docencia Universitaria, Contador Público, investigador Senior en Minciencias. Director Grupo de Investigación SICOFAS. Orcid: 0000-0002-9650-8305 Email: epalma@itfip.du.co

Resumen

Medir la calidad de los servicios que se prestan en una empresa es una forma de mantener la competitividad en las organizaciones, es una forma también, de posicionarse en el mercado y nos permite observar el grado de satisfacción percibida por los clientes. La calidad es un atributo buscado por el consumidor, creando lealtad para el desarrollo de una relación a largo plazo. El objetivo de la presente investigación es evidenciar el liderazgo docente en relación con la percepción que tienen los doctorantes en 15 programas educativos de Universidad Autónoma de Querétaro con la finalidad de identificar las mejores prácticas. Es un estudio cuantitativo, transversal y se aplicó un instrumento a 118 estudiantes. El estudio se justifica a partir del supuesto de que medir la percepción de la calidad a partir del liderazgo docente como el último elemento de la cadena de servicio, permite obtener información del desempeño del programa y accede a diseñar estrategias de mejora en la calidad educativa que pueden servir como modelo para otras universidades.

Palabras clave: calidad en el servicio, percepción del cliente, liderazgo docente

Abstract

Measuring the quality of the services provided in a company is a way to maintain competitiveness in organizations, it is also a way to position ourselves in the market and allows us to observe the degree of satisfaction perceived by customers. Quality is an attribute sought by the consumer, creating loyalty for the development of a long-term relationship. The objective of this research is to demonstrate teaching leadership in relation to the perception of doctoral students in 15 educational programs of the Universidad Autónoma de Querétaro in order to identify the best practices. It is a quantitative, cross-sectional study and an instrument was applied to 118 students. The study is justified from the assumption that measuring the perception of quality from the teacher leadership as the last element in the service chain, allows obtaining information on the performance of the program and agrees to design strategies for improving educational quality that they can serve as a model for other universities.

Keywords:

Quality of Service, customer perception, teaching leadership

Introducción

La sociedad del conocimiento obliga a las Instituciones de Educación Superior (IES) a cambios de diferente orden, su participación en el desarrollo económico, político y social en los países es relevante para atender nuevas realidades y más complejas. Para ello, hay que revisar la gestión en toda organización, las interrelaciones que establece con la empleabilidad y el conocimiento científico, técnico y humano. Para lo cual, cada integrante de la organización debe conocer y estar formado en el conocimiento de estándares de calidad con la finalidad de lograr objetivos y metas, debe poseer estándares de calidad que contribuyan en la formación institucional de cada uno de los integrantes de la organización con la finalidad de lograr objetivos y metas dentro de la estructura, a finales de los noventa se insistía que la inclusión de la gestión de la calidad en la educación superior daría paso a los cambios necesarios al interior de las universidades en variables como dirección, liderazgo, desarrollo de procesos académicos y desempeño de equipos de trabajo lo que redundaría en mejora de la calidad.

En este mismo orden de ideas, Salas (2013) menciona que los sistemas de gestión de calidad se evaden dentro de la IES y sin embargo, serían una alternativa viable para sistematizar los métodos y procedimientos administrativos con el fin de fomentar una cultura de servicio, así como capacitar al personal en busca de la satisfacción del cliente/usuario (estudiante); para ello hay que medir la calidad del producto o servicio, en toda organización que proporciona servicios es importante medir la percepción del cliente/usuario para conocer la satisfacción de quien consume el servicio.

Existen varios estudios en otros países sobre datos obtenidos de encuestas nacionales estudiantiles que dan cuenta de algún grado de insatisfacción con el servicio recibido, además de informes de quejas y reclamos al respecto del servicio recibido en el nivel educativo superior en universidades públicas; sin embargo al hacer una búsqueda minuciosa en internet no encontramos datos actuales de México que arrojen el nivel de satisfacción del cliente/usuario en cuanto a servicios prestados en la administración universitaria pública.

Marco Teórico

La definición de calidad de servicio tiene que ver con que los usuarios de un servicio obtengan productos o servicios que satisfagan sus requerimientos y necesidades (Clemenza, Ferrer y Pelakais, 2005). Adoptar la teoría de la calidad total en el sistema de educación superior tiene que ver con el papel de los estudiantes, para satisfacer sus necesidades debemos identificarlos, para Williams y Brennan (2004), es relevante conocer sus características, experiencia y opiniones en pro de la retroalimentación que deben recibir las instituciones de los alumnos y por ello, es importante realizar como prioridad encuestas de opinión.

Como se sabe la satisfacción del cliente estaban dirigido a las organizaciones privadas, tal vez será que por ello en la búsqueda de medición de la calidad encontramos documentos como el de la Universidad del Valle de México que si aplica algunos instrumentos de medición para observar la percepción de sus alumnos y egresados, la evolución de los entornos obliga a transpolar esos conceptos a lo público con la finalidad de ver con otros ojos la opinión de quien recibe el servicio y obliga a las organizaciones a preocuparse en un enfoque relacional, otorgándole un peso importante a la opinión del cliente/usuario al momento de reorganizar las estrategias mercadológicas, las empresas que realizan servicios deberían pensar que lo importante es observar que calidad sea el papel principal de la prestación del servicio y, es también complicado dado que la oferta del servicio tiene que ver con estado psicológico ya sea positivo o negativo que lleva a la satisfacción o insatisfacción.

Para Zárraga-Cano y colaboradores (2018), la evaluación de un producto o servicio se encuentra influida de manera significativa por la satisfacción en el momento de recibir el servicio o producto, para el servicio que se presta en un ámbito educativo las tipologías más relevantes tienen que ver con las personas que atienden y su formación, los horarios e instalaciones, así como el mobiliario y los materiales disponibles para el acceso al aprendizaje.

Si utilizamos el término de Porter (1985) en el caso diríamos que la variable del liderazgo es un elemento de suma importancia en la “cadena de valor” en cuanto a las ventajas competitivas de las instituciones educativas ya que en las aulas se convence o no al consumidor del servicio. En la cadena de valor, se identifican dos actividades: 1) primarias, que se relacionan con la elaboración de cada producto o atención del servicio y el proceso de transferencia al comprador; que para la organización educativa implican las actividades sustantivas y tienen que ver con la logística interna institucional en la elaboración de planes y programas de estudio, operaciones administrativas y de capacitación, logística externa que se equipara con la vinculación para la movilidad y empleabilidad, el marketing de promoción y difusión de la institución educativa y el servicio inmediato otorgado por el líder docente, además de la post-venta que tiene que ver con el aprendizaje de los estudiantes para lograr el perfil de egreso, evaluación de la calidad educativa comprobada en el área laboral y la lealtad de los usuarios. Por otro lado 2) actividades de apoyo que tienen que ver con la infraestructura, la dirección de recursos humanos, tecnología, desarrollo y compras que para una institución educativa serían las adjetivas.

El liderazgo ha sido un tema controvertido, incluso la definición del constructo ha cambiado de acuerdo a diferentes corrientes teóricas y perspectivas de acuerdo a los contextos y momentos históricos determinados, sin embargo, tradicionalmente ha sido identificado como un elemento que juega un papel relevante en el desempeño eficaz en las organizaciones. Por ello las instituciones educativas cada vez emplean en mayor medida el término de liderazgo con la única finalidad de mejorar el desempeño administrativo y docente.

Por lo anterior, se supone que el liderazgo tiene que ver con el aseguramiento de las condiciones para proyectar, practicar y transformar los procesos, además de inspirar e influenciar a personas o grupos para la obtención de metas comunes (Álvarez, 2001). Además, se debe considerar que el liderazgo implica retos que debe resolver con soluciones novedosas e innovadoras y la preocupación debe enfocarse a que todo objetivo o meta empresarial tenga un significado para sus seguidores logrando un buen producto o servicio (Bernal, 2000). Sánchez, (2017), señala que los líderes buscan persuadir a los seguidores, para *inyectar* constantemente en el grupo presión por conseguir las metas planteadas, posibilitando esfuerzos hacia la consecución moral y ética.

Considerando entonces, las definiciones anteriores los autores de González y de Molina (2008), consideran que un líder docente debe tener cualidades en cuanto al conocimiento en todos sus niveles, ser un buen investigador, ser responsable, confiable, respetuoso con responsabilidad social.

Desde esa mirada y como aproximación empírica, se puede decir que se perciben tres tipos de liderazgo que se ejecutan en las instituciones u organizaciones educativas en el rol docente: , *laissez-faire*, el transaccional y el transformacional. El liderazgo transaccional, como una relación por motivación extrínseca a través de las calificaciones (Cardona y García-Lombardía, 2007). Implica según D' Alessio un cambio quid pro quo (en latín: una cosa por otra). Siendo este liderazgo totalmente conductual que se refuerza con un premio o castigo de acuerdo a los objetivos de calidad y tiempos establecidos. El liderazgo *laissez-faire*, el dirigente no toma las decisiones y los subordinados carecen de dirección (dejar pasar y dejar hacer con los estudiantes). En contraste el liderazgo transformacional o carismático es el que se desarrolla bajo la convicción de una preocupación por otros, son éticos por naturaleza y sus principios los guían a hacer lo correcto (docente ético-democrático) (D' Alessio, 2011).

Con fundamento en lo anterior, se supone que el liderazgo transformacional es directamente proporcional a la satisfacción de los estudiantes, ya que de acuerdo a la literatura se asocia de forma más cercana con los alumnos por lo que los estudiantes que perciban que el docente ejerce en mayor grado, este tipo de liderazgo mostrará más satisfacción que los que practiquen el transaccional.

En la literatura encontramos voces a favor de la práctica evaluativa para conocer la percepción del usuario y voces en contra, varias instituciones educativas han mencionado su discrepancia con los objetivos que se persiguen y su utilidad, sin embargo, hay también quien asegura que el impacto es positivo en el nivel de educación superior y de hecho como menciona Suárez, (2013).

Considerando entonces como las empresas u organizaciones buscan alcanzar la mejora de sus procesos hay evidencia de que se tienen estándares y guías para las buenas prácticas educativas, por ejemplo en Europa la aplicación de encuestas a estudiantes ha sido identificada como prioridad para la integración y operación del llamado proceso *de Bologna*, por su parte en Estados Unidos se emiten los criterios *Malcolm Baldrige National Quality* (MBNQA) para la excelencia basado en ISO 9001, mismo que otorga un premio al reconocimiento de la excelencia de prácticas organizacionales, evalúa siete criterios entre los que destaca enfoque al cliente y en él examina cómo la organización determina los requisitos y expectativas de los clientes y mercados, cómo construye relaciones con los clientes y cómo adquiere, satisface y retiene a sus clientes.

Desde esta óptica la intención principal es reclutar estudiantes con el fin de retenerlos a partir de posgrados, masters, seminarios que prolonguen la estancia de estudio en la universidad, creando vínculos de asociación con exalumnos para captar fondos. De esta manera los estudiantes se convierten en clientes (Suárez, 2013. P. 178).

Según la OCDE en México no existe una cultura sólida de aseguramiento de calidad es voluntario, es complejo y fragmentado, además de costoso, sin transparencia y coherencia. Los criterios de calidad de las instituciones no se aplican en los mecanismos de aseguramiento de calidad, de los programas.

Metodología

Enfoque cuantitativo correlacional. El estudio exploratorio está basado en investigación por encuesta como una forma de medir primero el tipo de liderazgo identificarlo y después ver la correlación que existe con la satisfacción del estudiante.

La población objeto de estudio estuvo conformada por los estudiantes de doctorado inscritos en los 15 programas de doctorado que se ofrecen en la IES durante el periodo comprendido de 2018-2 al 2019-1.

El instrumento de medición utilizado previo permiso de los autores para ser usado y modificado fue el “cuestionario multifactorial sobre liderazgo de los docentes en el aula de Villanueva, Trejo, Urrutia y Barrera (2016), compuesto de 38 ítems los cuales recogen la información personal de los docentes del curso precedente, tal y como es percibido por los estudiantes de esta muestra. A este instrumento se le agrega una pregunta abierta en la que se le cuestiona la estudiante de acuerdo al liderazgo evaluado su grado de satisfacción en una escala del 1 al 10.

La muestra estuvo conformada por 118 estudiantes voluntarios de las 14 facultades que ofrecen programas de doctorado en los diferentes horarios. La fiabilidad alcanzada del instrumento fue 0.879 medida con la prueba de *Alpha de Cronbach's*.

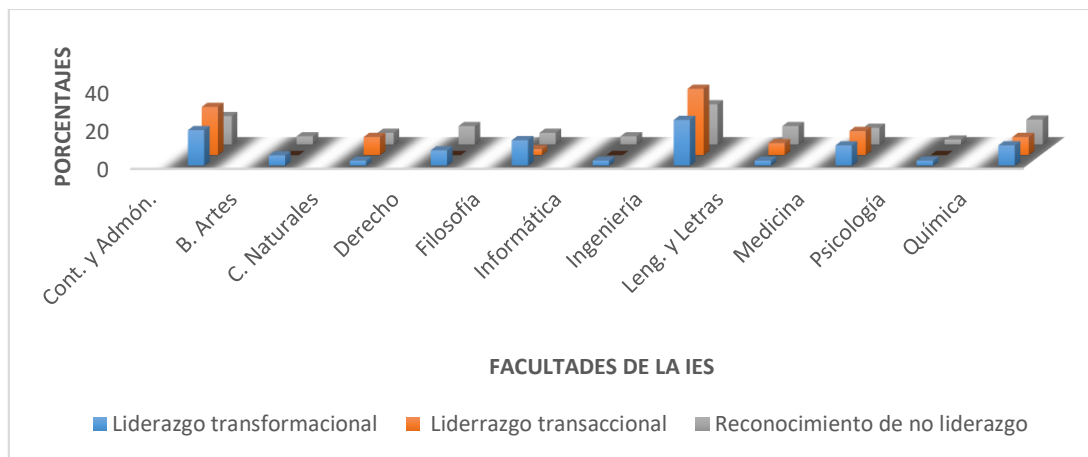
El instrumento adaptado y desarrollado sirvió de base para recolectar la información que fue procesada mediante el programa estadístico SPSS 22.0 para Windows y el Excel para gráficas.

El objetivo de la presente investigación, fue evidenciar la importancia del liderazgo docente en relación con la percepción de calidad que tienen los alumnos de doctorado en 15 programas educativos, con la finalidad de identificar las mejores prácticas que puedan servir de modelo para la misma u otras organizaciones.

Resultados

El total de la muestra fue de 118 estudiantes de los cuales el 60.2% correspondió al sexo femenino y el 39.8 al masculino, el promedio de edad de los voluntarios osciló entre 25 a 58 años siendo el rango de mayor prevalencia de 25 a 53 años con un 61.8%. Las facultades de mayor participación fueron Ingeniería, Contaduría y administración y Química.

Figura1. Porcentajes de liderazgo por tipo y facultad. Fuente: información recabada y sistematizada en SPSS 22.



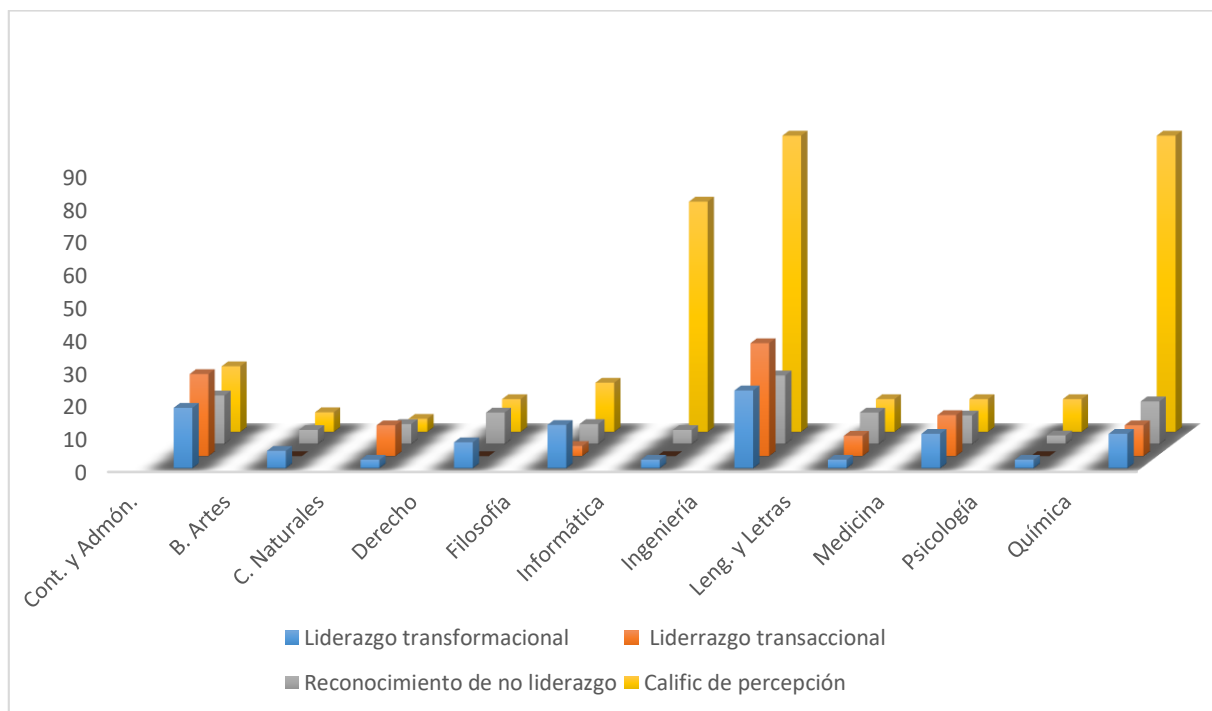
Fuente: Elaboración propia

Se considera relevante mencionar que, en todas las facultades los estudiantes identifican un porcentaje para la modalidad de no liderazgo, por ejemplo, en facultades como ingeniería tal identificación representa el 29.9% del total de encuestados, siendo el más alto, mientras que el porcentaje más bajo es de 2.6% obtenido por la facultad de psicología. En lo que respecta al liderazgo transformacional, la facultad con mayor porcentaje en este tipo de liderazgo es de 23.7%, seguido por la facultad de contaduría con el 18.4%, seguido de un 13.2% de filosofía y el porcentaje más bajo en este tipo de liderazgo es para las facultades de psicología, ciencias naturales, lenguas y letras e informática.

Se detecta en los resultados que existen facultades que identifican un tipo de liderazgo transformacional y la modalidad de no reconocimiento de liderazgo, pero no se observa por los estudiantes el liderazgo transaccional caso característico de las facultades de bellas artes, derecho, informática y psicología.

Por lo que respecta al liderazgo transaccional, encontramos que las facultades calificadas con mayor porcentaje son ingeniería con 34.4%, con un 25% contaduría y un 12.5% medicina. Asimismo, las facultades con un menor porcentaje en ese rubro son con 3.1% filosofía y con 6.2% lenguas y letras.

Figura 2. Porcentajes de liderazgos y percepción de calidad de acuerdo al más preponderante



Fuente: información recabada y sistematizada en SPSS 22.

La grafica describe que el liderazgo predominante por lo menos en 6 de las once facultades es el liderazgo transaccional, en lo que respecta al transformacional aparece en todas aún en un porcentaje incipiente. En la mayoría de las facultades se observa una relación directamente proporcional la percepción de calidad con el liderazgo transformacional, sin embargo, en las facultades de informática, ingeniería y Química son evaluadas por encima hasta 3 veces, aun cuando el porcentaje de liderazgo transformacional no excede del 50%, por lo que la percepción de calidad en estas facultades además del liderazgo tiene que ver con otras variables.

Discusión

En relación al estudio comparativo de Alvarado, et al., (2016) la percepción de calidad del servicio entre la Universidad Autónoma de Nuevo León y el Instituto Tecnológico de Estudios superiores de Monterrey, ofreció información relevante en relación a como los estudiantes construyen sus percepciones de calidad en la cual encontraron similitudes en las dos instituciones, sin embargo se reconoce que entre los factores que destaca esa valoración está la formación y el liderazgo que ejerce su planta docente, los autores consideran de gran importancia para la percepción del alumnado. La presente investigación también demuestra que a mayor liderazgo transformacional mejor puntaje evaluativo por parte de los estudiantes.

A diferencia del estudio de González y de Molina, (2008) con respecto a las percepciones de los estudiantes universitarios frente al liderazgo docente en donde los autores mencionan que la mayoría de sus docentes evaluados de las escuelas de arquitectura y diseño gráfico arrojaron

La grafica describe que el liderazgo predominante por lo menos en 6 de las once facultades es el liderazgo transaccional, en lo que respecta al transformacional aparece en todas aún en un porcentaje incipiente. En la mayoría de las facultades se observa una relación directamente proporcional la percepción de calidad con el liderazgo transformacional, sin embargo, en las facultades de informática, ingeniería y Química son evaluadas por encima hasta 3 veces, aun cuando el porcentaje de liderazgo transformacional no excede del 50%, por lo que la percepción de calidad en estas facultades además del liderazgo tiene que ver con otras variables.

Es importante como se señala en trabajos previos Reyes (2019), el desarrollo de las actividades docentes como la planificación, desarrollo y puesta en marcha de actividades adecuadas y sensibles con naturaleza ética en el aula deben desempeñarse por un docente comprometido, consiente de las mejores prácticas no sólo en el sentido económico, sino axiológico para un desempeño competente, por tal y ante un mundo de desafíos un liderazgo meramente instructivo (transaccional) ya no funciona ha quedado atrás ante un liderazgo transformador.

Conclusiones

Después del desarrollo de esta investigación, consideramos que los nuevos retos de los líderes tienen que ver con los cambios vertiginosos de la sociedad del conocimiento, frente al desarrollo incesante de las tecnologías y a las tareas cognitivas, la automatización e inteligencia artificial.

Según la encuesta de tendencias globales de capital humano el 86% de los participantes mencionan que deben de *reinventar* su capacidad de aprendizaje, el 84% de los participantes afirma que necesitan *re-imaginar* su experiencia laboral para mejorar la productividad y organizacional y el 80% cree que debe desarrollar líderes de manera diferente (Kaji et. al, 2019). Entonces, si las empresas denominadas hasta hoy privadas se piensan autodenominar empresa social para asumir responsabilidad de ser un “buen ciudadano” (ya sea interna o externamente), siendo un modelo a seguir para sus pares y promoviendo un alto grado de colaboración en todos, la connotación social que llevan desde que fueron creadas las instituciones públicas debería ser ejercida como tal.

Los resultados arrojan que el liderazgo no es el único factor para la satisfacción de los estudiantes, tampoco se prueba la hipótesis de que el liderazgo transformacional es directamente proporcional a la percepción de calidad del servicio, toda vez que la investigación arroja 2 facultades que no cumplen con el supuesto; sin embargo, esto nos permite reflexionar en el sentido de la buena práctica administrativa para evaluar debilidades y fortalezas en las instituciones, no obstante, afirmamos que en una cadena de valor la persona que otorga el servicio final y el de seguimiento, tiene un impacto importante en la percepción del cliente siempre encaminado a dos situaciones el aseguramiento económico y la devolución de un servicio ético, eficiente, equitativo y justo. En el caso de las instituciones educativas aún más importante, implica que el liderazgo en aula sea generador de las intenciones y decisiones para mejorar las sociedades.

Referencias Bibliográficas

Alvarado Lagunas, E., Morales Ramírez, D., & Aguayo Téllez, E. (2016). Percepción de la calidad educativa: caso aplicado a estudiantes de la Universidad Autónoma de Nuevo León y del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey. *Revista de la educación superior*, 45(180), 55-74.

Álvarez Fernández, M. (2001). *El liderazgo de los procesos de mejora*. Catón Mayo, I. La implantación de la calidad en los centros educativos: una perspectiva aplicada y reflexiva. Madrid: Editorial CCS.

REVISTA INNOVA ITFIP, 9 (1). 67-81. DIC. 2021

Araya-Castillo, L. (2013). ¿Qué hemos aprendido sobre la calidad de servicio en Educación Superior? *Revista Pilquen-Sección Ciencias Sociales*, 2(16), 1-12.

Bernal, J. (2000). Liderar el cambio: El liderazgo transformacional. *Anuario de pedagogía*, 2(197-230).

Cardona, P., & García-Lombardía, P. (2007). *Cómo desarrollar las competencias de liderazgo*. Eunsa.

Clemenza, C., Ferrer, J., & Pelekais, C. (2005). La calidad como elemento competitivo en las Universidades. *Revista de Artes y Humanidades UNICA*, 6(14), 55-83.

De González, D. M. F., & de Molina, D. S. (2008). La escuela como centro del quehacer comunitario. *Omnia*, 14(1), 47-71.

Duque Oliva, E. J., & Gómez, Y. D. (2014). Conceptual evolution of models for measuring perception of quality service: A perspective from higher education. *Suma de Negocios*, 5(12), 180-191.

Holdford, D., & Reinders, T. P. (2001). Development of an instrument to assess student perceptions of the quality of pharmaceutical education. *American Journal of Pharmaceutical Education*, 65(2), 125-131.

Kaji, J., Hurley, B., Gangopadhyay, N. Bhat, R. y Khan A. (2019) Deloitte Insights. Liderando la empresa social: reinención con un enfoque humano. *Tendencias globales del capital humano 2019*.

REVISTA INNOVA ITFIP, 9 (1), 67-81. DIC. 2021

Disponible en: www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/cl/Documents/human-capital/HC-Trends-2019_SPA.pdf

Lovelock, C. H., Vandermerwe, S., Lewis, B., & Fernie, S. (2004). *Services Marketing*. Edinburgh Business School

OECD. (2019). *Higher Education in Mexico. Labour Market Relevance and Outcomes*. Higher Education.

Oliva, E. J. D., & Gómez, Y. D. (2014). Evolución conceptual de los modelos de medición de la percepción de calidad del servicio: Una mirada desde la educación superior. *Suma de negocios*, 5(12), 180-191.

Pahang-Malaysia, M. S. C. (2011). Beyond SERVQUAL: A paradigm shift. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 5(7), 129-134.

Porter, M. E. (1985). Value chain. *The Value Chain and Competitive advantage: creating and sustaining superior performance*.

Reyes, V. C. (2019). Liderazgo docente y la gestión del conocimiento en los estilos de aprendizaje en estudiantes de posgrado en una IES. *Revista Relayn-Micro y Pequeñas empresas en Latinoamérica*, 132-145.

REVISTA INNOVA ITFIP, 9 (1). 67-81. DIC. 2021

Salas Durazo, I. A. (2013). La acreditación de la calidad educativa y la percepción de su impacto en la gestión académica: el caso de una institución del sector no universitario en México. *Calidad en la Educación*, (38), 305-333.

Sánchez Montalván, S. E. (2017). El liderazgo gerencial y su impacto en la motivación del personal de las cooperativas financieras del sector económico popular y solidario en la provincia de Pichincha.

Villanueva, A. G., Trejo J. C., Urrutia V.C.E., Sánchez B.J.M. (2016). Evaluación de la competencia de liderazgo docente en el aula. Disponible en: http://dcb.ingenieria.unam.mx/DCB/Eventos/Foro4/Memorias/Ponencia_07.pdf

Tigani, D. (2006). Excelencia en servicio. Recuperado de http://www.laqui.org/pdf/libros_coaching/Excelencia+en+Servicio.pdf.

Williams, R., & Brennan, J. (2004). Collecting and using student feedback Date: A guide to good practice.

Zárraga-Cano, L., Molina-Morejón, V., & Corona-Sandoval, E. (2018). La satisfacción del cliente basada en la calidad del servicio a través de la eficiencia del personal y eficiencia del servicio: un estudio empírico de la industria restaurantera. *RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática*, 7(18), 46-65.

Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1988). Communication and control processes in the delivery of service quality. *Journal of marketing*, 52(2), 35-48.

REVISTA INNOVA ITFIP, 9 (1). 67-81. DIC. 2021

Zozaya, M. H. S. (2013). Los estudiantes como consumidores Acercamiento a la mercantilización de la educación superior a través de las respuestas a la Encuesta Nacional de Alumnos de Educación Superior (ENAES). *Perfiles educativos*, 35(139), 171-187.