ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA

Revista Tecnológica ESPOL, Vol. xx, N. xx, pp-pp, (Mes, 200x)

Identificación de las Necesidades del Servicio de Nivelación Académica de los Estudiantes de Nivel Básico, Bachillerato y Primeros Años de Universidad, del Sector Norte de Quito

U.Jaramillo[1], B. Villacís[2]
Instituto de Ciencias Matemáticas
Escuela Politécnica del Litoral
Campus Gustavo Galindo, Km. 30.5 vía Perimetral, Guayaquil, Ecuador
julbia@hotmail.com[1], byronvillacis@gmail.com[2]

Resumen

La creciente competencia entre centros de nivelación académica determinó la necesidad del presente estudio a objeto de optimizar la calidad del servicio y atención al cliente, con el fin de que el Centro Equinoccio, ubicado al norte de Quito, sea competitivo en el mercado de servicios educativos. Los ámbitos de investigación son: a) Identificar necesidades y expectativas sobre nivelación académica de los estudiantes del sector norte de Quito; b) Conocer el índice de satisfacción del cliente, desde el modelo de Fishbein; y, c) La Lealtad del cliente del centro en estudio, sobre la propuesta de Roger. J. Best. Se identificaron dos tipos de necesidades: asignaturas que requieren nivelación académica y servicios adicionales que ofrecer. Las expectativas dan cuenta, entre otras cosas, de una nueva dinámica social en la relación educando-educador-ambiente. Los conocimientos del profesor, la paciencia y el trato amigable son los atributos de mayor importancia para la satisfacción de los educandos. Estos hallazgos permiten comparar al Centro Equinoccio frente a la competencia y al mercado, a pesar de que el índice de satisfacción de sus clientes es superior a los de la competencia; en cuanto a los servicios adicionales, cumple con dos, de los 18 identificados en el mercado.

Palabras Claves: *Nivelación Académica, Necesidades y expectativas, Índice de Satisfacción, Lealtad, Modelo de Fishbein*

Abstract

The increasing competition between centers of academic leveling determined the necessity from the present study to object to optimize the quality of the service and attention to the client, in order that the Center Equinox, located to the north of Quito, is competitive in the market of educative services. The scopes of investigation are: a) To identify necessities and expectations on academic leveling of the students of the North sector of Quito; b) To know the index satisfaction of the client, from the model of Fishbein; and, c) the Loyalty of the client of the center in study, on the proposal of Roger. J. Best. Two types of necessities were identified: additional subjets that require academic leveling and services that to offer. The expectations give account, among other things, of the new social dynamics in the relation educate-educator-atmosphere. The knowledge of the professor, the patience and the friendly treatment are the attributes of greater importance for the satisfaction of the educandos. These findings allow as opposed to compare to the Center Equinox the competition and to the market, to weighing of which the index of satisfaction of its clients is superior to those of the competition; as far as the additional services, it fulfills two, of the 18 identified in the market.

Key words : *Academic leveling, Necessities and expectations, Index of Satisfaction, Loyalty*

1. Introducción

Los Centros de Nivelación Académica, son pequeñas empresas familiares dedicadas a la educación alternativa a estudiantes y profesionales que demandan una nivelación o refuerzo académico, a fin de cumplir con sus obligaciones educativas y/o profesionales.

Este es el caso del "Centro Equinoccio", ubicado en el sector norte de la ciudad de Quito, que por 15 años viene ofreciendo sus servicios, no enfocado en el cliente, sino, en lo que el propietario cree que son las necesidades de los clientes/educandos que asisten a su "centro".

La importancia de este proyecto, está en que se inserta en la problemática de los estudiantes del sector norte de Quito, involucra a "centros" de la competencia, concentrándose finalmente en el estudio del Centro Equinoccio, siendo éste último el motivador y origen de esta investigación.

En *primer lugar*, parte del conocimiento de cuáles son las necesidades y expectativas que sobre nivelación académica tienen los estudiantes de nivel básico, bachillerato y primeros años de universidad, del sector norte de Quito. E*n segundo término*, presenta el Índice de satisfacción del cliente, incluyendo tanto el grado de satisfacción del cliente del Centro Equinoccio como de la competencia; así como los atributos que los estudiantes consideran importantes y su valoración. *Por último*, se plantea conocer cuál es el grado de lealtad de los educandos/clientes para el Centro Equinoccio.

Con la provisión de éstos conocimientos, el decidor del "Centro Equinoccio", podrá: planificar, diversificar los servicios, mejorar la calidad del servicio y la satisfacción del cliente, logrando así fortalecer las relaciones, conservar e incrementar el grado de lealtad y captar clientes potenciales, buscando la diferenciación frente a la competencia.

La segunda importancia es ser el primer estudio de la empresa y se convierte en el punto de partida para que emprenda en periódicas investigaciones, con el fin de medir el nivel de satisfacción y grado de lealtad de los usuarios, frente a las acciones tomadas; y, estar siempre en sintonía con las necesidades del educando/cliente; garantizar su competitividad y sostenibilidad en el tiempo.

2. Identificación de necesidades del servicio de nivelación académica

Se identificaron dos tipos de necesidades: a) las asignaturas en que los estudiantes demandan ser nivelados; y, b) las relacionadas a los servicios adicionales que se generan.

2.1. Necesidades sobre asignaturas que demandan nivelación académica

Cuadro 1. Asignaturas a ser niveladas

Asignaturas	Nivel de Educación		
	Escuela	Colegio	Universidad
Matemáticas	X	X	X
Ingles	X	X	X
Lenguaje y comunicación	X	X	
Computación	X	X	
Física		X	X
Química		X	X
Contabilidad		X	X
Biología		X	
Ciencias naturales		X	
Cívica		X	
Estudios sociales		X	
Expresión oral y escrita		X	
Economía		X	
Educación ambiental		X	
Electricidad y mecánica		X	
Mantenimiento de computadoras		X	
Algebra		X	
Trigonometría		X	
Geometría Plana		X	
Geometría Analítica		X	
Dibujo técnico			X
Matemáticas Financieras			X
Cálculo			X
Estadística			X
Historia, comunicación, literatura, otros idiomas			X
Análisis Matemático			X
Expresión gráfica			X
Técnicas de dibujo a mano alzada			X
Gastronomía			X

Sobre las asignaturas (cuadro 1), se identifican en conjunto 28, en las que los jóvenes estudiantes requieren nivelación. Matemáticas e Ingles son materias que se demandan en todos los niveles educativos, desde luego, su complejidad depende de cada grupo objetivo. Existen otras asignaturas como Lenguaje y Comunicación y, Computación que son necesidades de los estudiantes tanto de primaria (1º a 7º año de Básica) y secundaria (8º año de Básica a 3º de Bachillerato). Entre los estudiantes de secundaria y universidad (1º a 3º año) se evidencian tres materias comunes: Física, Química y Contabilidad; el resto de materias corresponden a requerimientos específicos en cada unos de estos dos niveles.

Otro aspecto importante de anotar, es que el nivel primario, como es de esperarse, es el que presenta menos necesidades en cuanto al número de asignaturas que son 4; el nivel universitario, por otro lado, precisa reforzar su aprendizaje en 14 materias; más son los estudiantes secundarios donde se identifica el mayor requerimiento en nivelación académica, en cuanto a la cantidad de materias a ser reforzadas, que son en un número de 20.

2.2. Necesidades de servicios adicionales

En referencia a los Servicios Adicionales se agrupan por su peso en la demanda social:

a) Tomando en cuenta la mayor demanda y que une a todos los grupos investigados, los siguientes son sus requerimientos en servicios adicionales:

a.1. Un Tutor confidente a quien contar sus problemas y sea guía en sus soluciones;

a.2. Test Psicopedagógicos (razonamiento numérico, verbal, espacial y abstracto).

El tutor confidente trata de la necesidad del educando de encontrar en su profesor de nivelación, al amigo y confidente a quien contarle sus problemas al mismo tiempo que busca consejo y guía para resolver sus inquietudes y conflictos.

Los test psicopedagógicos son necesarios para obtener una valoración de su grado cognitivo, de expresión oral y de su comprensión sobre lo espacial y abstracto; esto incluye su preparación en forma académica en la resolución de los test que toman algunas instituciones educativas privadas para aprobar un ingreso.

b) La segunda mayor demanda, que agrupa los intereses de secundarios y universitarios, denota un nivel de necesidad relacionado con su edad y con sus aspiraciones de obtener éxito tanto en su vida estudiantil como en sus relaciones sociales.

b.1 Expresión oral, escrita, corporal y protocolo.

b.2 Estrategias para organizar mejor su tiempo en el cumplimiento de sus tareas.

b.3 Servicio Internet

En esta temática lo concluyente es que el servicio de internet tiene además otra connotación que apunta al aprovechamiento del tiempo dentro del centro de nivelación para cumplir con sus tareas, es una opción operativa táctica.

c) La tercera demanda corresponde a los estudiantes de primaria y secundaria, es una necesidad netamente operativa que requiere de: "Orientación de un guía para desarrollar sus tareas estudiantiles".

d) Las necesidades que ocupan el cuarto lugar, son requerimientos pertenecientes exclusivamente a un solo grupo, que unas veces son los escolares, y en otras los secundarios; sin embargo, aún cuando pertenezcan a un grupo, son expectativas de otros grupos.

3. Expectativas sobre el servicio de nivelación académica

Esta parte del estudio se organizó a partir de dos ámbitos: a) Lo que desean del profesor de nivelación académica; y, b) Lo que esperan del Centro de Nivelación.

3.1. Lo que desean del profesor de nivelación académica

Cuadro 2. Lo que desean del profesor

Expectativas	Nivel de educación		
	Escuela	Colegio	Universidad
Excelentes conocimientos	X	X	X
Busque métodos adecuados para el aprendizaje	X	X	X
Sea Paciente	X	X	X
Sea el amigo en quien confiar	X	X	X
Jovial y buen carácter	X	X	X
Genere confianza para poder preguntar	X	X	X
Facilidad de palabra, buena vocalización y voz	X		X
Atienda a los niños, los escuche	X		
Trate a todos los alumnos por igual	X		
Use lenguaje adecuado a la edad, que se le pueda entender	X		
Los evalúe para ver el nivel de aprendizaje		X	
Esté en sintonía con los alumnos y sepa cómo tratarlos		X	
Tome muy en cuenta y con seriedad las opiniones de los estudiantes		X	
Piense en los sentimientos de los estudiantes y sienta sus necesidades		X	
Vocación para enseñar			X
Enseñe trucos para aprender			X
Especialista en la materia que va a enseñar			X
Título reconocido			X
Cuide su imagen personal, no fume			X

Las respuestas del primer ámbito (cuadro 2) tienen una característica universal que se concentra en el nivel cognoscitivo del profesor y, por otro lado en sus cualidades gregarias, principalmente la paciencia, la amistad, la jovialidad y la apertura humana. Siendo esto lo que desean todos los grupos, el profesor ideal queda fijado en esa dimensión. Si se quiere precisar más, el cuadro 2, es muy elocuente.

3.2. Lo que esperan del Centro de Nivelación Académica

El segundo ámbito se desarrolla en lo tangible del servicio, con un expreso deseo de que lo relacionado a instalaciones físicas y estructura social sea totalmente diferente a sus unidades educativas; y, entre los deseos más sentidos a nivel de los tres grupos de estudio es la disponibilidad de un bar, la atención amigable por parte de los empleados, la presencia de las TIC en el centro y, todas las áreas diseñadas de tal manera que brinden un ambiente para socializar. De las entrevistas y trabajo con grupos focales, con los estudiantes, queda expresa una demanda social de que estos centros deben ser totalmente diferentes a la estructura social de los colegios, pues aquí esperan no solo relajarse y aprender sino encontrar respuestas a la diversidad de crisis que se les presenta en su vida generacional y de género, tratan al centro como si fuera su casa y otros compensan la falta de estructura familiar y de hogar en el centro. En lo tangible, los estudiantes han transitado por los centros comerciales y de diversión y desean que un servicio de similar naturaleza este en el centro, esto concuerda con el tránsito del pensamiento social y del desarrollo humano que va del homo sapiens a homo ludens, *quieren aprehender jugando*, no desean para nada caras serias. Esta son las nuevas dinámicas en la era del conocimiento.

4. Índice de Satisfacción de los educandos

Para cumplir con este objetivo, el estudio se respalda en el Modelo de actitudes de Fishbein. Se relaciona con el nivel de satisfacción en cuanto a que la satisfacción es una actitud; es útil en el sentido de que no sólo que permite conocer un índice de satisfacción que sería simplemente un número con la única utilidad de compararlo con los resultados de la competencia y con el desempeño del centro en cuanto a futuras mediciones, sino que además, brinda la oportunidad de obtener importante información acerca de cuáles son los atributos del servicio que los educandos/clientes consideran importantes al momento de acceder a la nivelación académica, cómo valoran esos atributos y cómo evalúan al Centro Equinoccio y a la competencia en cada uno de ellos.

Para el efecto Fishbein diseñó la siguiente fórmula:

$$Ao = \sum b_i e_i \text{ (Suma desde i =1 hasta i=n)}$$

Donde:

Ao = Actitud hacia el objeto

b_i = Creencia i sobre el objeto (Importancia del atributo)

e_i = Es la evaluación de la característica involucrada en la creencia i (Desempeño).

n = Número de creencias importantes

La identificación de los atributos del servicio de nivelación, se determinó mediante la realización de dos grupos focales a jóvenes estudiantes que tienen experiencia sobre servicios de nivelación académica; posteriormente, para la calificación de la importancia de éstos y el desempeño de los centros de nivelación académica se utilizaron escalas de Likert.

Cuadro 2. Lo que desean del profesor

Atributos	Importancia
Método de enseñanza	4,2
Conocimientos académicos del profesor	4,6
Clases teórico - prácticas	4,0
Confianza para preguntar al profesor	4,3
Paciencia del profesor para enseñar	4,4
Sintonía con los alumnos	4,1
Libros actualizados	4,1
Flexibilidad en los horarios	4,1
Atención al alumno	4,3
Trato amigable	4,4
Ambiente para concentración en el aprendizaje	4,2
Ventilación de aulas	3,9
Iluminación de aulas	4,1
Amplitud de aulas	3,9
Materiales de enseñanza	4,1
Pupitres	3,8

Se establecieron 16 atributos que los educandos observan al momento de acceder a un servicio de nivelación. Los tres de mayor importancia son los relacionados al profesor y tienen que ver con sus conocimientos académicos y de vocación: La prioridad de conocimientos es la número 1, el trato amigable y la paciencia mantienen la segunda calificación; ocupan el último rango de importancia la infraestructura física y, esto no significa que no tenga relevancia, sino que por el contrario están dentro de los requerimientos vitales para los jóvenes.

Frente a estos resultados, la calificación de desempeño del Centro Equinoccio es superior al grado de importancia en cada uno de los atributos demostrados, con excepción de la “amplitud de aulas” y el "ambiente para la concentración en el aprendizaje"; por el contrario, la competencia observa un comportamiento muy por debajo del Centro Equinoccio, esto en cada atributo. Respecto al Índice Global de Satisfacción, el centro en estudio, presenta un índice superior a la competencia.

5. Índice de Lealtad de los educandos

El Índice de Lealtad del Cliente se lo construye a partir de la propuesta de Roger J. Best, quién considera que para su determinación se debe tomar en cuenta tres componentes: La satisfacción del cliente; La repetición de compra; y, el Nivel de recomendación, con los cuales aplica la siguiente fórmula:

ILC = (Índice de Satisfacción) x (Índice de Repetición) x (Índice de Recomendación)

Donde:

El Índice de Repetición es igual al número de repeticiones, es decir la cantidad de veces que un cliente regresa al mismo sitio a consumir el servicio.

El Índice de Recomendación, está relacionado con el grado en que el educando/cliente está dispuesto a recomendar al centro a amigos y familiares.

El estudio ha establecido un índice de lealtad, el primero para el Centro Equinoccio, mismo que se constituye en la base para comparaciones sobre futuras mediciones realizadas para evaluar los impactos ocasionados por las estrategias y acciones de marketing que se generen a fin de mejorar el servicio y la relación con los clientes.

6. CONCLUSIONES

Se identifica tres grupos de educandos clientes en el centro de nivelación académica Equinoccio, de los cuales el grupo correspondiente a estudiantes del nivel secundario, es el predominante con el 90% de clientes en este segmento.

Desde el punto de vista de las necesidades de nivelación académica de los estudiantes del sector norte de Quito, los educandos del nivel secundario son los que presentan una mayor demanda en cuanto a asignaturas y servicios adicionales. Los requerimientos sobre asignaturas presentadas por este grupo, en un número de cuatro, son también compartidos por el nivel primario y, en un número de cinco por el nivel universitario; al tratar los servicios adicionales, nos encontramos con un panorama igual, en la que los estudiantes del nivel secundario son los que demandan mayor número de servicio. Una de las necesidades más relevantes, y que aparece en todos los segmentos de educandos es la de encontrar en su profesor de nivelación a un amigo a quien poder confiarle sus problemas e inquietudes y de quien recibir consejos para mejorar sus relaciones personales.

La cobertura de servicios que ofrece el centro de Nivelación Académica Equinoccio, no cumple o cumple en parte con la satisfacción de las necesidades identificadas en el estudio, tanto en lo relacionado a asignaturas como a servicios adicionales. Siendo en este último ámbito donde la satisfacción de necesidades es más lejana, púes sólo satisface dos de las 18 identificadas en el estudio.

Las expectativas que sobre el servicio de nivelación académica tienen los estudiantes del sector norte de Quito, dan cuenta de la presencia de nuevas dinámicas sociales en la relación educando-educador a una consecuencia de mayor cercanía con la experiencia profesional y humana del educador; esto significa un cambio drástico en las metodologías de enseñanza y contacto personal. En relación a lo que esperan de un centro de nivelación académica, se manifiestan en la búsqueda de un ambiente que se diferencie al de su unidad educativa, en lo físico y en lo social; en un sentido de mayor relajamiento y confraternidad. Una atención relegada en el centro Equinoccio y de gran expectativa en los tres grupos investigados es la demanda de un Bar.

Respecto a la satisfacción del cliente, el centro Equinoccio, presenta una ventaja competitiva frente a la competencia, con un índice de satisfacción global superior en 10.3%. Sin embargo, con un indicador de 87.1% no llega al porcentaje requerido para que el centro sea considerado en la categoría de las mejores empresas cuyo porcentaje corresponde a valores superiores o iguales al 90%, la brecha para llegar a esta excelencia no es distante y es totalmente positiva, tomando en cuenta que el centro Equinoccio se ha manejado empíricamente sin contar con un plan estratégico.

En su relación con el cliente, se mantiene la ventaja competitiva, pues los resultados de la investigación presentan a un 87% de usuarios que definitivamente regresarían al centro y que están totalmente dispuestos a recomendarlo a sus amigos y familiares.

7. BIBLIOGRAFÍA

- *ANTON-Atitanio, Santos* Rosas y CALVA-Gonzáles, *Juan* José. **Identificación** de las **necesidades** de información del usuario: un **...** Formato de archivo: PDF/Adobe Acrobat. Vista.*revistas.ucm.es/inf/02104210/articulos/DCIN9797110207A.PDF*-Similares de A Santos Rosas - 1997. Madrid.

- BEST, Roger J. Marketing Estratégico. Cuarta Edición. PEARSON Educación, S.A., Madrid, 2007.
- HILL, Nigel. BRIERLEY, John. Y MACDOUGAL, Rob. COMO MEDIR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE. Panorama Editorial, S.A. de C.V. México, DF. Primera Edición al español 2002.
- HOROVITZ, Jacques. Los Secretos del Servicio al Cliente. Movimientos de la dirección para obtener resultados con los clientes. Segunda Edición. FT Prentice Hall. Madrid, España. 2006.
- MALHOTRA, Naresh K. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. Quinta Edición. PEARSON EDUCACIÓN. México. 2.008.
- MARTINEZ, Ciro. ESTADISTICA Y MUESTREO. ECOE Editorial, 2002. Bogotá.
- OROZCO J, Arturo. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. Editorial Norma S.A. Bogotá – Colombia. 1.999.
- RIVERA CAMINO, Jaime. ARELLANO CUEVA, Rolando. MOLERO AYALA, Víctor M.. CONDUCTA DEL CONSUMIDOR. Estrategias y tácticas aplicadas al MKT. ESIC Editora, 2000. España. Consulta web 23 de septiembre 2009.
- TEORÍA DE LA ACCIÓN RAZONADA. El modelo de Ajzen y Fishbein. Consulta Web, Octubre 25 2009. http://es.wikipedia.org/wiki/teoríadelaacciónrazonada.
- VLADILO, Daslav. Análisis de la Lealtad del Cliente. Doc. PDF. Consulta Web, octubre 25 2009.
- ZEITHAML, Valarie A. BITNER; Mary Jo. Marketing de Servicios. Un enfoque de integración del cliente a la empresa. 2da Edición. Mc Graw Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V. México DF. 2002.
- VELANDIA-Salazar, Freddy. ARDÓN-Centeno, Nelson. JARA-Navarro, María Inés. Análisis De Satisfacción Vs calidad: análisis de la equivalencia o no de los términos. Documento PDF. Departamento Administrativo Nacional de Estadística-DANE. Bogotá - Colombia. Revista Gerencia. Política y Salud. Bogotá (Colombia), 6 (13): 139-168, julio-diciembre de 2007. Consulta web, 23 de septiembre de 2009.