



*Asesorías y Tutorías para la Investigación Científica en la Educación Puig-Salabarría S.C.
José María Pino Suárez 400-2 esq a Lerdo de Tejada, Toluca, Estado de México. 7223898475*

RFC: ATI120618V12

Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores.

<http://www.dilemascontemporaneoseduccionpoliticayvalores.com/>

Año: XI

Número: Edición Especial.

Artículo no.:12

Período: Diciembre, 2023

TÍTULO: El Sistema de Gestión de la Calidad en las Instituciones de Educación Superior. Estudio de caso.

AUTORES:

1. Dra. Rosa del Carmen Sánchez Trinidad.
2. Dra. María Carolina Leue Luna.
3. Dr. Levit Emmanuel De los Santos Colorado.
4. Dra. Adriana del Carmen Sánchez Trinidad.

RESUMEN: La institución está certificada en la norma internacional ISO 9001:2008. el Sistema de Gestión de Calidad se encuentra integrado por 48 procedimientos, y para esta investigación, solo abarcara tres procedimientos en el área de servicios escolares, que es donde los clientes tienen más participación, y donde también se observa largas filas. El área de estudio de esta investigación analizará los conceptos relacionados con la calidad que presta servicios escolares, los instrumentos, estrategias, factores y herramientas que permitan determinar la calidad en el servicio; con el fin de proporcionar ideas fundamentadas que avalen el objetivo, donde se determinará la percepción que tienen los clientes de la Universidad Popular de la Chontalpa.

PALABRAS CLAVES: competitividad, calidad, productividad.

TITLE: The Quality Management System in Higher Education Institutions.

AUTHORS:

1. Dra. Rosa del Carmen Sánchez Trinidad.
2. Dra. María Carolina Leue Luna.
3. Dr. Levit Emmanuel De los Santos Colorado.

4. Dra. Adriana del Carmen Sánchez Trinidad.

ABSTRACT: The institution is certified in the international standard ISO 9001:2008. The Quality Management System is made up of 48 procedures, and for this research, it will only cover three procedures in the area of school services, which is where clients have the most participation, and where long lines are also observed. The study area of this research will analyze the concepts related to the quality of school services, the instruments, strategies, factors and tools that allow determining the quality of the service; in order to provide well-founded ideas that support the objective, where the perception that clients have of the Universidad Popular de la Chontalpa will be determined.

KEY WORDS: competitiveness, quality, productivity.

INTRODUCCIÓN.

El presente trabajo tiene como objetivo ofrecer recomendaciones a una organización educativa denominada Universidad Popular de la Chontalpa (UPCH) para mejorar su sistema de gestión de calidad en funcionamiento desde el año 2004 y certificado el año 2005.

El negocio catalogado de esta organización es la gestión del conocimiento, y los sistemas de gestión de calidad basados en la familia de Normas ISO 9000 ayudan a las organizaciones a aumentar la satisfacción del cliente, analizando sus requisitos, definiendo los procesos que contribuyen al logro de productos o servicios aceptables, y a mantener estos procesos bajo control.

El sistema de gestión de calidad de la organización está basado en su política de calidad, la cual, junto a los objetivos de calidad, proporcionan un punto de referencia para su administración. Las declaraciones contenidas en la política y los objetivos de la implementación del sistema se transforman en la base del análisis para determinar las brechas. Para materializar un plan de mejora, el trabajo se desarrolla en tres etapas: diagnóstico de la situación actual, análisis de brechas, y elaboración de una propuesta de mejoramiento. El análisis identifica las brechas a partir de la información obtenida, y las clasifica con incoherencias, carencias y mejoras del sistema.

DESARROLLO.

Las organizaciones en la actualidad requieren prepararse para enfrentar retos de competitividad y productividad, para estar a la vanguardia en la satisfacción de los clientes; eso es lo que se ha buscado desde que se implementó el sistema de gestión de la calidad en la Universidad Popular de la Chontalpa (UPCH).

Al analizar el sistema de gestión de la calidad, en el área de servicios escolares, se refiere a la forma de cómo se realiza la gestión empresarial en la organización. Es verificar si los documentos, los procesos y los recursos empleados para alcanzar los objetivos de calidad y satisfacción del cliente son los adecuados de una manera eficaz y eficiente.

Cuando se analiza el sistema de gestión de la calidad, se hace referencia a cómo se hacen las cosas, por qué se hacen, verificando las evidencias para demostrar lo que se está realizando.

El sistema de gestión de la calidad en las organizaciones educativas se implementa para:

- Organizar los procesos en la organización.
- Incrementar la gestión del conocimiento institucional.
- Coadyuvar en las acreditaciones institucionales y acreditación de programas educativos.
- Permitir el cumplimiento de los procesos a través del control de las actividades.
- Lograr la interacción de procesos.
- Empezar una cultura de mejora continua.
- Verificar el seguimiento a los tiempos de respuestas y trámites.
- Formar recursos humanos en temas relacionados al SGC.

Se realiza esta investigación con la finalidad de abrir la brecha que lleve a la UPCH, a tener cimentado el SGC, para poder facilitar sus actividades de la organización.

Para esta investigación, se analizará el área de Servicios Escolares, por ser una donde nuestro cliente interno tiene más contacto, iniciando desde el proceso de admisión, control y seguimiento hasta la titulación.

Sustentos de estudios realizados.

En la Universidad Popular de la Chontalpa, que es donde se realiza la investigación, hasta el momento no se cuenta con antecedentes de estudios realizados, ya que el Sistema de Gestión de Calidad se implementó en el año 2004, logrando la certificación en el 2005, pero aún no hay una cultura de calidad, y la coordinación es vista por el equipo de trabajo como una pérdida de tiempo, más que como una herramienta que ayude a fortalecer la organización; en este ámbito competitivo, en lo que respecta a otros estudios para saber la satisfacción del cliente, se encontraron hallazgos pero en el sector turístico, en empresas, pero no en el ámbito de las IES, mucho menos siendo del sector público o descentralizado, tal es el caso de la Universidad.

Al interior de la Universidad, no se han realizado este tipo de investigación, porque luego los encargados de procedimientos consideran que se les cuestiona su trabajo, cuando la idea es poder aportar estrategias que ayuden a la organización a mantenerse de acuerdo a las exigencias sociales y educativas de acuerdo al contexto de la región.

Material y métodos.

La cuantificación sistemática de la calidad que el cliente percibe de un servicio no es tarea fácil. Se requiere de herramientas que ayuden a las empresas a comprender mejor el significado de valor para el cliente, así como el grado en que sus esfuerzos están cumpliendo con las necesidades y expectativas de los mismos.

El constante cambio en el comportamiento de mercados y los consumidores obliga a las empresas a tener información actualizada de la cual dependerá su toma de decisiones; esta información es recopilada e interpretada en forma coherente, permitiendo identificar y definir la problemática y habilidades que tiene una empresa; las organizaciones identifican esta función como investigación de mercado.

Para el desarrollo de este trabajo de investigación; primeramente, se realizó una exhaustiva revisión literaria referente a temas como calidad, servicios, mercadotecnia de servicios, y calidad de servicios,

consultándose principales fuentes primarias como son libros, revistas especializadas, y artículos de investigación; el instrumento que se utilizó para la recolección y organización de la información fue mediante el uso de fichas bibliográficas. Este instrumento sirvió para ordenar y clasificar la información recolectada; todo esto con la finalidad de obtener datos que avalen y fundamenten las teorías científicas aplicadas a este proyecto de investigación.

Posteriormente, se realizó un análisis de la situación actual del municipio de H. Cárdenas, Tabasco, para tener un diagnóstico fundamentado, mediante la consulta de portales de información oficial como el INEGI, el plan institucional; el instrumento a implementar será la recolección y organización de catálogos, bases de datos, buscadores y web en internet. Conocer e indagar el universo de estudio permite tener un panorama más amplio de las necesidades o ventajas que se pueden obtener en el desempeño de un servicio.

Los servicios poseen características especiales, los cuales son tomadas en consideración por los clientes para formarse un juicio respecto a la calidad del mismo, y es por esto, que seguidamente, se realizó una investigación precisa de la zona de estudio, mediante una entrevista con el Coordinador de Calidad Mtro. José Elías Sánchez Olán. El instrumento utilizado fue un cuestionario semi-estructurado y fichas de recolección de datos para conocer las condiciones con la que cuenta la empresa.

Para la identificación de las instalaciones, se realizó una visita personal y mediante la observación se logró identificar las condiciones de su infraestructura. Por medio de la visita, se obtuvieron datos generales de las instalaciones, personal y el servicio que ofrece la Universidad Popular de la Chontalpa.

Se aplicó el instrumento de medición SERVQUAL a los usuarios finales del servicio. Esta investigación de campo fue de corte cuantitativa y los resultados finales serán expresados de forma completamente numéricos mediante gráficas de dispersión; por otra parte, acorde con la perspectiva de la investigación, esta es completamente descriptiva, ya que se pretende conocer qué tan satisfechos

están los clientes con el servicio que brinda la Universidad Popular de la Chontalpa en la ciudad de Cárdenas, Tabasco, en lo que respecta al diseño del estudio; este es de corte no experimental transaccional, porque se recolectarán datos en un solo momento del tiempo.

Para lograr los objetivos planteados, se realizó una investigación de campo, donde el instrumento de medición será las encuestas previamente diseñadas y estructuradas por la metodología Servqual propuesta por los autores Zeithman, Bitner y Gremler (2009). Este instrumento propuesto por los antes mencionados, consta de 22 reactivos agrupados en cinco dimensiones que son, 1. Aspectos tangibles, 2. Confiabilidad, 3. Seguridad, 4. Empatía, y por último, 5. Sensibilidad. Las respuestas están diseñadas en escala Likert, permitiendo comprender un conjunto de proposiciones positivas o negativas, en donde cada proposición tiene siete categorías de respuesta que varía del uno al siete, donde uno es pésimo y siete es excelente. Los datos recabados están encaminados a conocer que tan satisfechos están los clientes con el servicio, así como su percepción referente al servicio ofrecido por el proveedor, que para este caso, es el ofrecido por la Universidad Popular de la Chontalpa de la ciudad de Cárdenas, Tabasco. La población sujeta de estudio fueron los usuarios de este servicio, la selección de la muestra fue no probabilística.

Para el cálculo de la validez del instrumento de medición, se realizó una prueba piloto el día Martes 28 de Abril del 2022, a las 10 horas, con la colaboración de algunos ciudadanos de la colonia Clientes, que solicitaron servicios en el área de servicios escolares, lo que permitió identificar hallazgos de redacción y comprensión de las afirmaciones que se utilizaron en cada dimensión; tales es el caso en la afirmación número cuatro de la primera dimensión, la cual su redacción no facilitaba la comprensión del usuario; por otra parte, el formato fue modificado y corregido.

La segunda prueba piloto se realizó el día 04 de mayo del 2022, y esta fue realizada a personas al azar que circulaban en la Universidad, para corroborar si la comprensión de las afirmaciones era notable, esta fue positivamente captada por dichas personas; sin embargo, el formato fue modificado debido

a que este ocupaba demasiadas impresiones, lo que provocaría que el encuestador tuviera dificultades a la hora de aplicar el instrumento, forzando a reducir el formato a dos hojas impresa.

Una vez realizado los cambios correspondientes, el día 08 de mayo se le presentó el instrumento de medición al equipo de encuestadores que apoyo a la investigación; sin embargo, analizando y explicando cual sería la forma de aplicar dicho instrumento, los mismos encuestadores hicieron saber que existían incongruencia en las afirmaciones; por lo tanto, se puede decir, que esta se convirtió en la prueba piloto número tres en la cual se modificaron las afirmaciones, y se anexaron tres preguntas abiertas, la primera es ¿Qué servicio solicitó recientemente?, la segunda pregunta ¿Qué fue lo que no le gustó del servicio?;¿Qué sugiere para brindar un mejor servicio a los clientes?, todo esto con la finalidad de lograr que el mercado meta comprenda cada afirmación, logrando así la validez del instrumento de investigación, quedando el instrumento final de la siguiente manera. Las dimensiones de confiabilidad, sensibilidad y seguridad cuentan con tres afirmaciones cada una, la dimensión de empatía tiene cinco afirmaciones y la última dimensión de tangibles cuenta con cuatro afirmaciones, dando un total de 22 afirmaciones más tres preguntas abiertas arrojando un total de 25 reactivos para su análisis correspondiente.

Una vez estructurado el instrumento de medición, se determinó el tamaño muestral que sería estudiado; para ello, se utilizó la fórmula de cálculo de muestra que se utiliza en la población infinita, este nos da un valor total de 390. El instrumento de recolección de datos, donde se tomará al azar alumnos de nuevo ingreso del semestre 2022.A, los alumnos que cursan alguna carrera aún y egresados en proceso de titulación.

La aplicación del instrumento en campo se realizó de manera personal el día 11 de Mayo del 2022 y se requirió con la participación de encuestadores previamente capacitados y entrenados para la aplicación del instrumento; las personas a las se recurrió para realizar el trabajo de campo fueron los alumnos de la Universidad Popular de la Chontalpa de la Licenciatura en Mercadotecnia de la modalidad semi-escolarizado del cuarto semestre, los cuales brindaron su apoyo debido a la

motivación previa de participar en una investigación de campo; la recolección de datos se desarrolló en la Universidad Popular de la Chontalpa, área de servicios escolares.

La interpretación de resultados se originó mediante la elaboración de gráficas de dispersión, permitiendo analizar las brechas que surgen entre las dimensiones que nuestro sistema de medición presenta para su análisis; las brechas en este trabajo de investigación permiten conocer si existe una ineficiencia en el servicio; las dos brechas permiten crear estrategias y tomar decisiones claves de mercadotecnia de servicio; la brecha de cliente determina diferenciar que existe entre las expectativas y la percepción de un cliente con respecto al servicio, y este solo tiene dos opciones que determinan su satisfacción, los cuales son el servicio esperado y el servicio percibido.

La brecha del proveedor presenta un panorama más amplio enfocado en cómo lograr la satisfacción del cliente; está enfocado a un análisis interno como empresa, que permite conocer el estado actual del servicio ofrecido, analizar sus estrategias de trabajo y reestructúralas si es necesario; mediante la evaluación de las brechas que sugiere el modelo antes mencionado, se puede tener un panorama amplio para determinar la calidad del servicio, que están brindándole a los clientes.

La primera brecha es difícil de determinar debido a que las percepciones son evaluadas en el instante y están sujetas a los diversos estados de ánimo que un ser humano experimente en el momento; por ello, se determina que el mejor sistema de medición para su evaluación es el SERVQUAL.

El modelo SERVQUAL puede ser usado para medir la calidad del servicio en una amplia variedad de empresas; este permite la flexibilidad suficiente para adaptarse a cada caso en particular. La clave de esto está en ajustar el cuestionario a las características específicas de cada servicio en cuestión; de modo, que los resultados puedan identificarse directamente con la realidad de la empresa. La tabulación de resultados será mediante gráficas de dispersión, pues con estas será más fácil su interpretación.

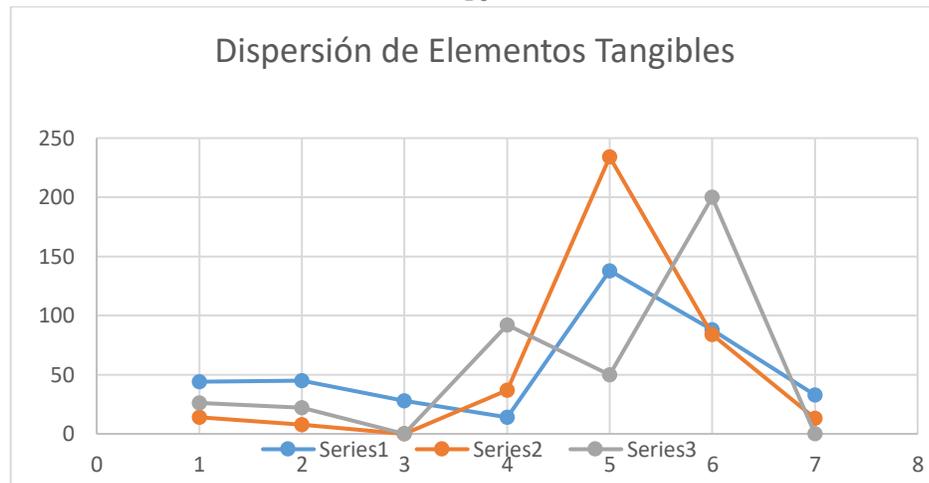
Resultados.

De acuerdo con el instrumento de recolección de datos, se divide en cinco rubros, donde se hace referencia a los elementos tangibles: la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad y la empatía; estos cinco indicadores son de acuerdo al modelo, lo que nos define si el cliente está recibiendo un servicio de calidad, debido a que la Universidad Popular de la Chontalpa es un organismo certificado en la ISO 9001:2008. Los resultados obtenidos son específicamente del área de Servicios Escolares, que es donde se observa siempre más afluencia de clientes.

Se evaluó el procedimiento de Nuevo Ingreso, alumnos en procesos, y egresados; los tres con características totalmente diferentes, pero que sin duda alguna contribuye a que esta organización siga ofertando el servicio de educación.

En cuanto a los elementos tangibles, se utilizaron tres variables como lo es la apariencia moderna de los equipos (1), la visualización de la infraestructura de la Universidad (2), y la apariencia de los empleados (3), de la cual, se obtuvieron las siguientes frecuencias.

	1	2	3	F/a
1. Fuertemente en Desacuerdo	44	14	26	84
2. Fuertemente en Desacuerdo	45	8	22	75
3. Fuertemente en Desacuerdo	28	0	0	28
4. Fuertemente en Desacuerdo	14	37	92	143
5. Fuertemente de Acuerdo	138	234	50	422
6. Fuertemente de Acuerdo	88	84	200	372
7 Fuertemente de Acuerdo	33	13	0	46
TOTAL.	390	390	390	

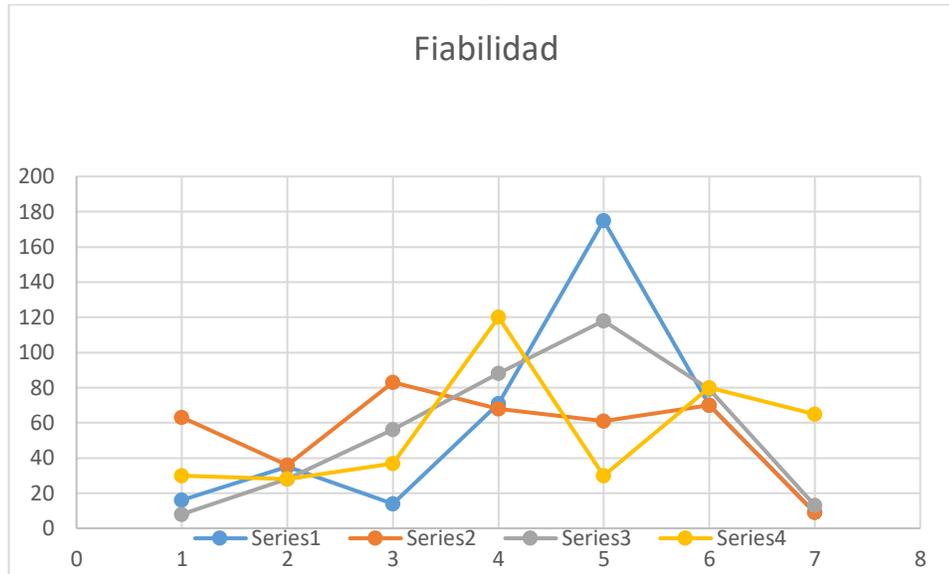


Como resultado de los elementos tangibles, se observa que al cliente sí le satisface lo que observa de la Universidad Popular de la Chontalpa, aunque es preciso hacer mención, que la mayoría de la población calificó con el indicador mínimo de satisfacción que es el n. 5, el cual es totalmente de acuerdo.

En cuanto al rubro de Fiabilidad, que es la habilidad para ejecutar el servicio prometido en forma fiable y cuidadosa, tales como la eficacia y la eficiencia, se tomaron en cuenta cuatro variables, la cuales son la publicidad (1), el cumplimiento de hacer algo en cierto tiempo (2), el interés por contribuir con el cliente para la solución de su problema (3), y la realización del servicio a la primera vez que es solicitado (4).

Completándose el segundo rubro, para el cual los datos obtenidos son los siguientes;

	1	2	3	4	F/a
1. Fuertemente en Desacuerdo	16	63	8	30	117
2. Fuertemente en Desacuerdo	35	36	28	28	127
3. Fuertemente en Desacuerdo	14	83	56	37	190
4. Fuertemente en Desacuerdo	71	68	88	120	347
5. Fuertemente de Acuerdo	175	61	118	30	384
6. Fuertemente de Acuerdo	70	70	79	80	299
7. Fuertemente de Acuerdo	9	9	13	65	96
	390	390	390	390	

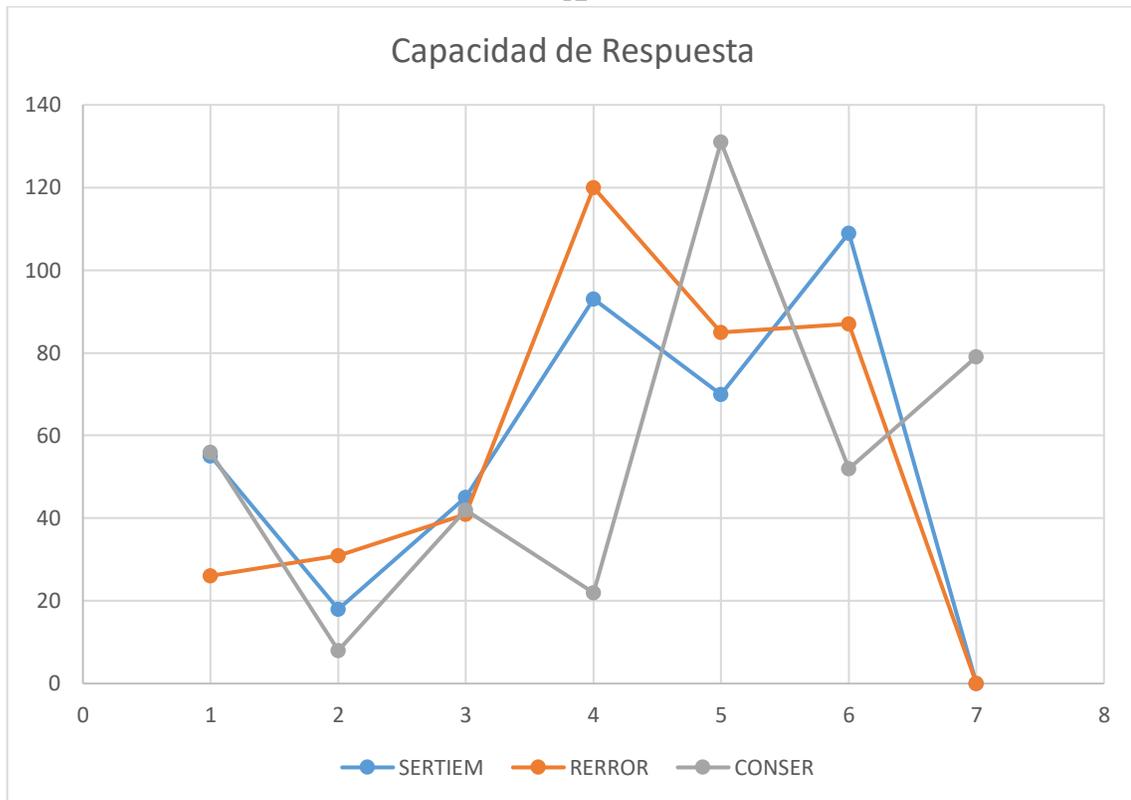


El cliente considera, que el servicio es fiable, porque así lo reflejan los datos, más es preciso mencionar, que de acuerdo a la gráfica, la mayoría de clientes encuestados están por debajo de la media, así que es preciso atender el rubro de fiabilidad para buscar estrategias que contribuyan a que el cliente este satisfecho.

En el rubro de capacidad de respuesta, lo conforman tres variables, las cuales tienen que ver con que si la Universidad concluye el servicio en el tiempo prometido (1), si se manejan registros exentos de errores (2), y si hay una buena comunicación para que el cliente este enterado de cuando finaliza su servicio (3).

De acuerdo a la recolección de datos se obtuvieron los siguientes:

	1	2	3	F/a
1. Fuertemente en Desacuerdo	55	26	56	137
2. Fuertemente en Desacuerdo	18	31	8	57
3. Fuertemente en Desacuerdo	45	41	42	128
4. Fuertemente en Desacuerdo	93	120	22	235
5. Fuertemente de Acuerdo	70	85	131	286
6. Fuertemente de Acuerdo	109	87	52	248
7. Fuertemente de Acuerdo	0	0	79	79
	390	390	390	

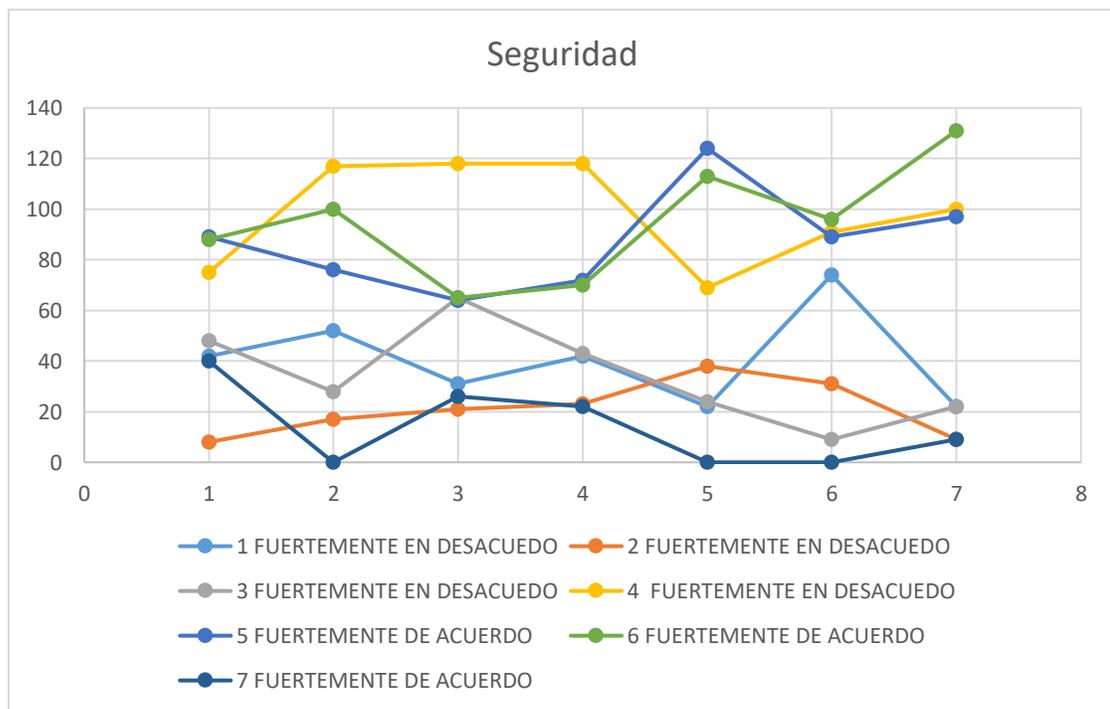


En la capacidad de respuesta, se vuelve a observar que sí hay una población satisfecha, pero igual es necesario buscar estrategias, para atender la población insatisfecha, ya que los sujetos de investigación manifestaron detalles para el proceso de admisión debido al sistema; los alumnos en proceso manifestaron que sí se les cumple pero de manera tardía; en cuanto a los egresados, manifestaron que los cambios administrativos afectaban su titulación, por lo que la Universidad debería acercarse más a sus clientes.

En el rubro de Seguridad, es el conocimiento y disposición mostrados por los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza, que está integrado por siete variables, las cuales hace referencia a si el servicio es rápido, disponibilidad de colaboración, responden pregunta de los clientes, el comportamiento proyecta confianza, los clientes sienten seguridad con la organización, la

amabilidad siempre esta hacia los clientes, el personal posee conocimiento para responder las dudas de los clientes, y los datos obtenidos son los siguientes.

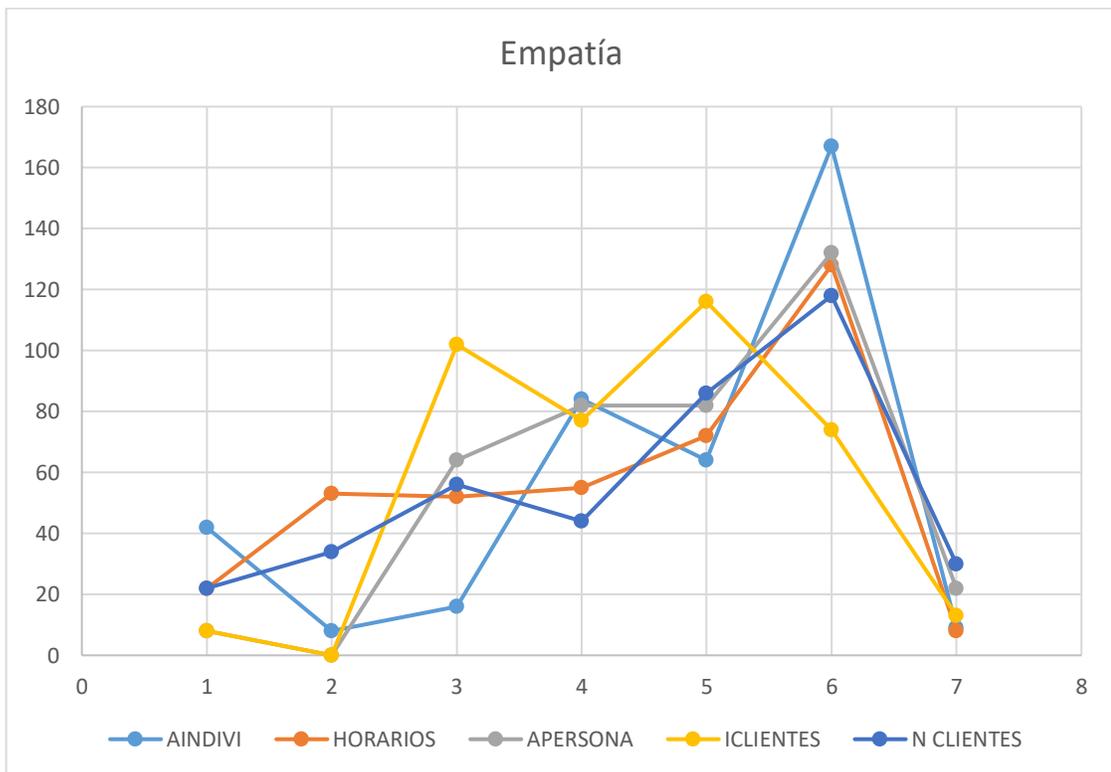
	SERRAPIDO	DISCLIENT	RESCLIENT	CONCLIENTE	SEGURIDAD	AMABILIDAD	CONOCIMIENTO	F/a
1 FUERTEMENTE EN DESACUERDO	42	52	31	42	22	74	22	285
2 FUERTEMENTE EN DESACUERDO	8	17	21	23	38	31	9	147
3 FUERTEMENTE EN DESACUERDO	48	28	65	43	24	9	22	239
4 FUERTEMENTE EN DESACUERDO	75	117	118	118	69	91	100	688
5 FUERTEMENTE DE ACUERDO	89	76	64	72	124	89	97	611
6 FUERTEMENTE DE ACUERDO	88	100	65	70	113	96	131	663
7 FUERTEMENTE DE ACUERDO	40	0	26	22	0	0	9	97
	390	390	390	390	390	390	390	



En cuanto a la gráfica, podemos observar, que no hay un criterio que marque la pauta, ya que la mayoría está debajo de la media; la Universidad Popular de la Chontalpa no está brindando la seguridad como el cliente quiere, así que sin duda alguna, hay una oportunidad de mejorar y crecer.

En el último rubro, se maneja la empatía; es la atención individualizada que ofrecen los empleados al los clientes. Está integrada por cinco variables, como lo es la atención individualizada (1), el horario conveniente (2), la atención personalizada (3), el interés por el cliente (4) y la comprensión de necesidades específicas de los clientes (5). Es aquí, donde el cliente evalúa de acuerdo a cómo es su percepción del trato, y los datos obtenidos fueron los siguientes:

	1	2	3	4	5	F/a
1. Fuertemente en Desacuerdo	42	22	8	8	22	102
2. Fuertemente en Desacuerdo	8	53	0	0	34	95
3. Fuertemente en Desacuerdo	16	52	64	102	56	290
4. Fuertemente en Desacuerdo	84	55	82	77	44	342
5. Fuertemente de Acuerdo	64	72	82	116	86	420
6. Fuertemente de Acuerdo	167	128	132	74	118	619
.	9	8	22	13	30	82
	390	390	390	390	390	



La empatía vuelve a reflejar que la Universidad Popular de la Chontalpa tiene aceptación por el cliente a como se refleja en el rubro uno, más en este rubro se observan clientes insatisfechos, por lo que es necesario tomar en cuenta los datos y ofertar un servicio de calidad.

CONCLUSIONES.

Es momento de verificar las posibles respuestas a las preguntas de la investigación.

1.- ¿Es funcional el sistema de gestión de calidad de la UPCH en el área de servicios escolares?

En base al instrumento de recolección de datos aplicados, es necesario referirse a que es funcional parcialmente, debido a que se tienen procedimientos definidos, personal responsable de éstos, pero aun así no se está aplicando como se desea para dar un mejor resultado a los clientes.

2.- ¿Es eficaz el sistema de gestión de calidad de la UPCH en el área de servicios escolares?

La eficacia es un concepto fundamental en los sistemas de gestión. Las organizaciones implantan sistemas de gestión, entre otros motivos, para garantizar que sus actividades se desarrollen de manera eficaz y poder demostrarlo. La definición dada es genérica, en cuanto a que no especifica qué tipos de resultados consiguen las organizaciones, puesto que el concepto de eficacia es de aplicación a cualquier disposición que se planifica: los procesos que realiza la organización, los productos que cumplen los requisitos del cliente, y el cumplimiento de la legislación; por lo que estos parámetros los cumple en un porcentaje significativo, ya que lo único que no se está monitoreando es la satisfacción del cliente.

3.- ¿Es eficiente el sistema de gestión de calidad de la UPCH en el área de servicios escolares?

Es necesario mencionar, que la eficiencia es la relación entre el resultado alcanzado y los recursos utilizados. El sistema de gestión de la calidad establece objetivos y será eficaz en la medida en que cumpla con dichos objetivos, pero el cumplimiento de los objetivos no debe olvidar el aprovechamiento eficiente de los recursos.

Analizar el Sistema de Gestión de Calidad en las organizaciones, en el Caso Universidad Popular de la Chontalpa, ha sido un reto como investigadores, debido a que existe mucho celo profesional institucional, convirtiéndolo en un ambiente hostil, pensándose que se investiga para desacreditar, señalar y remarcar los errores, más no se ve como posibles mejoras, para mejorar el servicio que se oferta. Es aquí, donde se le explica al Coordinador de calidad y personal adscrito a servicios escolares el objetivo de la recolección de datos, para que contribuyan y dejen a los usuarios fluir su percepción del servicio, sin direccionarlo a favor de nadie.

El enfoque al cliente en la Universidad Popular de la Chontalpa, se ha identificado en función del alumno por medio de su proceso de Admisión, donde se aseguran los requisitos necesarios para el servicio, para cumplir satisfactoriamente los requisitos plasmados y así aumentar la satisfacción del alumno.

El liderazgo utilizado para la consecución de los objetivos de la Universidad Popular de la Chontalpa estuvo de acuerdo a la observación en la auditoría 01-2021, donde se observa que existe un liderazgo participativo, ya que en la auditoría sí se logra atrapar la atención de todos los involucrados, incluyendo la alta gerencia, cumpliéndose así el procedimiento en el área de Servicios Escolares; sí existe el conocimiento de los procedimientos por el personal que labora en estos, más sin embargo, es solo para cumplir la norma.

La participación o involucramiento del personal de Universidad Popular de la Chontalpa se observa más cuando hay auditoría, pero no así en la tarea continua; aunque es necesario mencionar, que hay áreas muy comprometidas con la Universidad, más que con el sistema de gestión de calidad; es por ello, que en la Coordinación de calidad existe la matriz de responsabilidades la cual se determina de la siguiente forma:

Matriz de responsabilidades.

Código	Nombre del Procedimiento	Responsable
P-RE-01	Procedimiento para la Revisión de la Rectoría	Rector
P-CCA-01	Procedimiento para el Ambiente de Trabajo	Coordinador del SGC
P-CCA-02	Procedimiento para el Control de Documentos	Coordinador del SGC
P-CCA-03	Procedimiento para el Control de Registros	Coordinador del SGC
P-CCA-04	Procedimiento para Auditorías Internas	Coordinador del SGC
P-CCA-05	Procedimiento para Auditorías de Servicio	Coordinador del SGC
P-CCA-06	Procedimiento para la Atención de Quejas Sugerencias	Coordinador del SGC
P-CCA-07	Procedimiento para Acciones Correctivas y Preventivas	Coordinador del SGC
P-AG-01	Procedimiento para Contratos y Convenios	Abogado General
P-AG-02	Procedimiento para la Legislación Universitaria	Abogado General
P-SA-01	Procedimiento para la Convocatoria	Secretaría Académica
P-SA-02	Procedimiento para la Pre-inscripción	Secretaría Académica
P-SA-03	Procedimiento para la Aplicación de Examen	Secretaría Académica
P-SA-04	Procedimiento para la Inscripción	Secretaría Académica
P-SA-05	Procedimiento para la Reinscripción	Secretaría Académica
P-SA-06	Procedimiento para la Credencialización	Secretaría Académica
P-SA-07	Procedimiento para la Expedición de Constancias	Secretaría Académica
P-SA-08	Procedimiento para la Lista de Asistencia	Secretaría Académica
P-SA-09	Procedimiento para la Carga Académica	Secretaría Académica
P-SA-10	Procedimiento para la Actas de Calificaciones	Secretaría Académica
P-SA-11	Procedimiento para la Solicitud de Examen Extraordinario	Secretaría Académica
P-SA-12	Procedimiento para el Trámite de Egreso y Titulación	Secretaría Académica
P-SA-13	Procedimiento para el Examen Profesional	Secretaría Académica
P-SA-14	Procedimiento para el Trámite de Título Profesional	Secretaría Académica
P-SA-15	Procedimiento para la Selección de Profesor de Carrera de Tiempo Completo.	Secretaría Académica
P-SA-16	Procedimiento para la Adquisición de Acervo de Biblioteca	Secretaría Académica
P-SA-17	Procedimiento para la Tutoría	Secretaría Académica
P-SA-18	Procedimiento para la Selección de Profesor de Asignatura	Secretaría Académica
P-SA-19	Procedimiento para el Control del Servicio No Conforme	Secretaría Académica

Código	Nombre del Procedimiento	Responsable
P-RF-01	Procedimiento para El Programa Operativo Anual	Secretario de Administración y Finanzas
P-RF-03	Procedimiento para la Obtención de Financiamientos	Secretario de Administración y Finanzas
P-RF-04	Procedimiento para el Pago a Proveedores y Prestadores de Servicios	Secretario de Administración y Finanzas
P-RF-05	Procedimiento para la Obtención de Estados Financieros	Secretario de Administración y Finanzas
P-RF-06	Procedimiento para el Cobro de Servicios	Secretario de Administración y Finanzas
P-RF-07	Procedimiento para el Control Interno Sobre el Ingreso	Secretario de Administración y Finanzas
P-RH-01	Procedimiento para la Selección y Contratación de Personal	Secretario de Administración y Finanzas
P-RH-02	Procedimiento para la Nómina	Secretario de Administración y Finanzas
P-RH-03	Procedimiento para la Capacitación	Secretario de Administración y Finanzas
P-DA-01	Procedimiento para las Adquisiciones Menores	Secretario de Administración y Finanzas
P-DA-02	Procedimiento para las Adquisiciones por Licitación Simplificada	Secretario de Administración y Finanzas
P-DA-03	Procedimiento para Adquisiciones por Licitación Pública	Secretario de Administración y Finanzas
P-DA-04	Procedimiento para el Control Entrada de Almacén	Secretario de Administración y Finanzas
P-DA-05	Procedimiento para el Control de Salidas de almacén	Secretario de Administración y Finanzas
P-DA-06	Procedimiento para el Servicio de Transporte	Secretario de Administración y Finanzas
P-DA-07	Procedimiento para el Inventario	Secretario de Administración y Finanzas

Código	Nombre del Procedimiento	Responsable
P-DM-01	Procedimiento para el Mantenimiento Preventivo	Secretario de Administración y Finanzas
P-DM-02	Procedimiento para el Mantenimiento Correctivo	Secretario de Administración y Finanzas
P-EX-01	Procedimiento para la Cédula de Registro	Secretario de Extensión Universitaria y Servicio Social
P-EX-02	Procedimiento para el Cuestionario Institucional	Secretario de Extensión Universitaria y Servicio Social
P-EX-03	Procedimiento para la Bolsa de Trabajo	Secretario de Extensión Universitaria y Servicio Social
P-EX-04	Procedimiento para la Solicitud de Beca PRONABES	Secretario de Extensión Universitaria y Servicio Social
P-EX-05	Procedimiento para la Renovación de Beca PRONABES	Secretario de Extensión Universitaria y Servicio Social
P-EX-06	Procedimiento para Solicitud de Servicio Social	Secretario de Extensión Universitaria y Servicio Social
P-EX-07	Procedimiento para Emitir Constancia de Servicio Social	Secretario de Extensión Universitaria y Servicio Social

Al describir la gestión de los recursos y actividades utilizados en la Universidad Popular de la Chontalpa, el Secretario de Administración y Finanzas de la Universidad proporciona los recursos necesarios para el desarrollo de las actividades del Sistema de Gestión de Calidad y para las

actividades que afectan la calidad en la realización del servicio mediante el mejoramiento continuo de su eficacia, cumpliendo los requisitos de los alumnos, comunicándole al Rector los resultados.

En la planificación de la realización del servicio, La Universidad Popular de la Chontalpa determina los objetivos de calidad, la necesidad de aplicar los procedimientos documentados, y se proporcionan los recursos necesarios para cumplir los requisitos del alumno.

El compromiso de la alta dirección en la Universidad Popular de la Chontalpa es el de comunicar a toda la organización la importancia de satisfacer los requisitos de los alumnos, así como los legales y reglamentarios, estableciéndose atender con rigor la medición de la satisfacción de cliente; esta a través de quejas, auditorías internas y de servicios que se realizan, las evaluaciones de desempeño, y las encuestas instituciones y a padres de familia.

Finalmente, hay que destacar, que el Sistema de Gestión de la Calidad permite a las Instituciones de Educación Superior transitar a estadios superiores en los servicios que oferta.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

1. Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2009). *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm* (5th ed.). Singapore: McGraw-Hill and Irwin.

DATOS DE LAS AUTORAS.

1. **Rosa del Carmen Sánchez Trinidad.** Doctora en Administración, Profesora Investigador en la Universidad Popular de la Chontalpa (UPCH), Cárdenas, Tabasco, México <https://orcid.org/0000-0002-6614-0685>. Correo electrónico: rosa.sanchez@upch.mx
2. **María Carolina Leue Luna.** Doctora en Administración, Profesora Investigador en la Universidad Popular de la Chontalpa (UPCH), Cárdenas, Tabasco, México. <https://orcid.org/0000-0002-6906-4972>. Correo electrónico: maria.leue@upch.mx
3. **Levit Emmanuel De Los Santos Colorado.** Doctor en Estudios Económico Administrativos, Profesor Universidad Popular de la Chontalpa (UPCH), Cárdenas, Tabasco, México.

<https://orcid.org/0000-0003-0772-8750> Correo electrónico: levit.delossantos@upch.mx

4. **Adriana del Carmen Sánchez Trinidad.** Doctora en Psicología, Profesor Universidad Popular de la Chontalpa (UPCH, Cárdenas, Tabasco, México. <https://orcid.org/0000-0003-0547-7783>
Autor de correspondencia, correo electrónico: adriana.sanchez@upch.mx

RECIBIDO: 10 de septiembre del 2023.

APROBADO: 20 de octubre del 2023.