



“Calidad en el servicio como herramienta para medir la satisfacción en los públicos estratégicos de una organización educativa”

Verónica Selene Sánchez Aguilera

mceveronica.sanchez@gmail.com

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

Resumen

Se realizó una investigación de corte cuantitativo, utilizando una escala Likert, para identificar el grado de satisfacción que tienen los diversos públicos de una organización educativa, con relación a la información que reciben de la misma y con ello determinar la calidad en el servicio educativo. En análisis de la información se realizó utilizando la Teoría de la Comunicación Productiva de Abraham Nonsik (2013), con respecto a los resultados se encontró que: a través de la calidad en el servicio se puede medir el nivel de satisfacción enfocándose a la acción y gestión comunicativa en y de la organización.

Palabras clave. *Calidad, servicio, organización educativa, comunicación productiva.*

Abstract

This quantitative research was developed using a Likert scale to identify satisfaction with the strategic public of an educative organization with regard to information they receive from it and thereby determine the quality of the education service. In data analysis was performed using the Theory of Productive Communication from Abraham Nonsnik (2013), with respect to the results found that: through service quality can be measured satisfaction level focusing action and communicative management in this organization.

Key words. *Quality, service, educative organization, productive communication.*





“Calidad en el servicio como herramienta para medir la satisfacción en los públicos estratégicos de una organización educativa”

Verónica Selene Sánchez Aguilera

mceveronica.sanchez@gmail.com

Introducción

La finalidad de este estudio fue identificar el grado de satisfacción que manifestaban los integrantes de la comunidad educativa, con relación a la cantidad de información que recibían referente a la propia organización educativa; lo anterior se realizó mediante la medición de calidad en el servicio, a través de la metodología ServQual.

Para dicha medición se utilizó una escala Likert con cinco posibilidades de respuesta.

Dicha investigación se realizó en una organización educativa conformada por cuatro directivos, 5 en personal administrativo, 13 docentes y una matrícula de 161 estudiantes. Por lo que la aplicación del instrumento de estudio se llevo a cabo con una muestra de 40 estudiantes y 15 de la parte administrativa, para un total de 55 encuestas aplicadas.

El sustento teórico de la investigación fue la Teoría de la Comunicación Productiva de Abraham Nonsnik (2013).

Dentro de los resultados más importantes destacaron: la definición que hicieron los miembros de la comunidad educativa cuando se les pidió que señalarán los cinco elementos más importantes, desde su percepción, para que el servicio educativo se considerará de calidad; el siguiente hallazgo fue el uso de redes sociales como principal medio de comunicación, que aún cuando no se formaliza, pareciera es la fuente oficial de la información. No obstante se contraponen el hecho de que por encima de la media manifestaron que corroboran la información que reciben, no confían en su totalidad la información recibida por dicho medio.





De ahí que los niveles de satisfacción si bien se ubicaron en el rubro de “casi siempre” es una posición endeble para la calidad en el servicio porque ante la mínima variación podría descender y empezar a generar insatisfacción.

Aproximación teórica

La finalidad de este estudio es proponer el uso de la comunicación productiva en una organización educativa como medio para establecer un sistema de gestión de la calidad en el servicio educativo acorde a las expectativas de los públicos de interés de la institución, que le orienten al cumplimiento de su función social que le permita incrementar, en el mediano plazo, el reconocimiento y, en consecuencia, a largo plazo fortalecer su reputación como actor dentro de la realidad social en la que se encuentra inmersa.

Como resultado de la evolución social, el ser humano se ha organizado de distintas formas; hoy se puede definir como organización todas “aquellas entidades que se integran” con personas, las cuales se organizan “y estructuran para el logro de una o más metas y cuyos miembros desarrollan vínculos recíprocos a partir de las tareas que desempeñan” (Livacic, 2009, pag.177); más allá de considerar si dicha agrupación responde a metas u objetivos ambiciosos, si se prevé una constitución y estructura formalizada o si es una amplia red de personas con intereses divergentes que se reúnen por mera conveniencia o circunstancias, hoy las organizaciones son sistemas dinámicos y complejos que constituyen y dan forma a la sociedad.

Entender a las organizaciones, su planeación y estructura es relativamente fácil desde la óptica de la administración o la economía tradicional; sin embargo, entenderlas bajo la dimensión del capital humano y los procesos comunicativos intrínsecos de las personas representa un singular reto.





Pues implica analizarlas desde un entramado de diversas y complejas relaciones que, a nivel macro como organizaciones, requiere considerar el ámbito interno y externo de la propia organización; en tanto que, a nivel micro, demanda observar y atender las interacciones propias del ser humano desde lo inter e intrapersonal hasta lo grupal y colectivo.

Bajo este panorama, es necesario identificar el impacto que la gestión de: la información, la comunicación, sus procesos y las acciones y/o actos comunicativ@s tienen en las personas internas y/o externas a la organización, que a su vez conforman los públicos de interés de éstas entidades. La efectividad y eficiencia en dicha gestión podría condicionar o inducir –de manera consciente o inconsciente- el comportamiento de las personas que conforman dichos públicos en, para y hacia la organización, influyendo en el desarrollo y productividad, tanto de la organización como de la propia persona.

Cualquier organización funciona como un sistema, es decir, que todos sus elementos están interrelacionados y por tanto son interdependientes, siendo la comunicación el elemento que permite, genera, regula y articula dichos vínculos.

Toda interacción humana implica un intercambio de información y -en conjunto- son la base de la acción o acto comunicativo; que a su vez representa el inicio de la organización entre las personas y en muchas de las ocasiones marca el comienzo u origen de una nueva organización, primero como acción y posteriormente como un sujeto social.

Por ello, es preciso comprender la importancia y trascendencia de la gestión de la información y la comunicación en la organización, como base de la interacción interpersonal y ésta a su vez como el principio que articula para dar paso a la organización; pero además considerar a la comunicación como un elemento estratégico, pues es a través de una gestión eficiente y eficaz de la comunicación que se puede implementar, permear y dar continuidad a la estrategia de la organización.



“Las organizaciones son representaciones del momento histórico y de la cultura en la que se originan y están inmersas” (Livacic, 2009, pag.177). Las organizaciones pueden ser clasificadas de diversas maneras en atención a una serie de características o elementos¹; como: por el sector en el que realizan su actividad, por el número de trabajadores y rango de ventas anuales, dando como resultado una clasificación en cuanto a tamaño, denominándolas: micro, pequeña o mediana empresa.

Dentro de la diversidad de organizaciones, tanto públicas, como privadas y sociales, la organización educativa representa uno de los entornos más complejos; debido a que es un organización formada por personas y dirigida a las personas tanto en lo individual como en lo colectivo y social; las organizaciones educativas son base fundamental en la construcción de las sociedades; ya que al igual que otras organizaciones, justifican su origen y fin último en lo social, por lo que definirán su misión y visión acorde a la tarea social que asuman (Gairín, 1999).

“Los colegios y los institutos son organizaciones con vocación humanista que trabajan con personas, entre personas y para personas, de modo que sólo un modelo orientado hacia las personas podría ser asumido por esta modalidad de organizaciones” (Senlle y Gutiérrez, 2005, p. 9-10).

¹ Una de las primeras formas de entender a las organizaciones es bajo la perspectiva del poder, donde se establece el tipo de organización a partir de la administración y origen de los recursos financieros, por tanto pueden ser organizaciones: públicas, privadas y en recientes años lo que se identifica como organizaciones de la sociedad civil (OSC) o tercer sector (OTS).

En México, las organizaciones también se clasifican de acuerdo a la actividad económica que realizan, agrupándose en los que se llama sectores productivos (INEGI, 2014):

Sector primario: incluye todas las actividades en las que se obtienen los recursos naturales tal cual están en la naturaleza, principalmente para alimento o generar materias primas. Por ejemplo: agricultura, explotación forestal, ganadería, minería y pesca.

Sector secundario: Se utilizan proceso y maquinaria, cada vez más automatizados, para transformar lo obtenido en el sector primario. Este sector se subdivide en: construcción, industria manufacturera y electricidad, gas y agua.

Sector terciario: como tal no se producen bienes materiales, este sector recibe los productos elaborados en el sector secundario para venderlos. También puede haber un recurso sin que haya una transmisión de propiedad entre los participantes. **En éste sector se encuentran los servicios**, el comercio y los transportes.





Bajo esta premisa, se puede apuntar que la organización educativa es una organización que fundamentalmente oferta un servicio: la formación del individuo, no solo en el ámbito de conocimiento sino también -y más importante- como sujeto próximo a integrarse y conformar a la sociedad.

Metodología

El diseño de esta investigación fue no experimental, transversal y de tipo exploratorio-descriptivo, ya que su objetivo fue examinar un fenómeno en un determinado periodo de tiempo (Hernández, Fernández y Baptista, 2006), la indagación se centró en identificar y explicar la relación que existe entre la gestión de la comunicación dentro de la organización educativa y la calidad en el servicio que perciben los públicos estratégicos (docentes, directivos, alumnos), dicha vinculación se midió a través del grado de satisfacción en dichos públicos.

Es no experimental, ya que no hubo manipulación sobre las variables, es decir, éste estudio se limitó a explorar y describir el contexto en la organización educativa en cuanto la calidad en el servicio y la gestión de la comunicación a través de una medición de la satisfacción que tenían los públicos estratégicos sobre dichos elementos. De tal manera que se observó una situación ya existente y bajo sus propias condiciones para posteriormente analizarlo (Hernández, Fernández y Baptista, 2006).

Se situó como una indagación transversal o seccional (Hernández, Fernández y Baptista, 2006; Vilches, Del Río, Simelio, Soler y Velázquez, 2011) ya que solo se midió “en un momento único [...] para describir las variables de interés y analizar la incidencia e interrelación” (Hernández, Fernández y Baptista, 2006, p. 208) para proponer un primer sistema de gestión de calidad basado en comunicación productiva. Dicha investigación se realizó durante el mes de junio de 2014.





Por la profundidad es una investigación exploratoria-descriptiva (Vilches, Del Río, Simelio, Soler y Velázquez, 2011); exploratoria debido a que uno de sus objetivos fue ahondar sobre las características de la organización educativa en lo referente a la gestión comunicativa y cómo esto se relaciona con el grado de satisfacción de los diversos públicos en cuanto al servicio que brinda la institución.

“Califica como una investigación práctica y/o aplicada ya que propone aplicar el conocimiento y dónde de la solución depende el beneficio de individuos o comunidades” (Garza, 2006, p. 6), debido a el objetivo final de ésta propuesta, más allá de las conclusiones a las que se llegaron, se buscó una mejora en el sistema de tal manera que de ser un sistema mecanicista, evolucione pasando por los diversos niveles de sistemas hasta llegar a la cúspide –sistema ecológico- en dónde la intención es organizar la energía con el máximo de productividad y el mínimo de violencia, pues lo importante es la efectividad del sistema (organización).

De acuerdo con Vilches, Del Río, Simelio, Soler y Velázquez, (2011, p. 86) por su finalidad se le considera como una investigación básica ya que “...su finalidad es el mejor conocimiento y comprensión de los fenómenos sociales”, es decir, para el caso comprender mejor como el nivel de satisfacción en cuanto a la calidad en el servicio puede proporcionar información para detectar áreas de oportunidad y así generar una propuesta de un sistema de gestión de calidad en el servicio educativo basado en comunicación productiva.

En cuanto al enfoque ésta es una investigación cuantitativa, debido a que “se centra en los aspectos objetivos y susceptibles de cuantificación” (Vilches, Del Río, Simelio, Soler y Velázquez, 2011, p. 86), la herramienta de obtención de datos será a través de la herramienta denominada ServQual.

En 1985 Zeithaml, Parasuraman y Berry proponen un método de medición de la calidad del servicio al comparar las expectativas y las percepciones de los clientes (Garzón, 2011). Para 1988, los autores lo denominan modelo ServQual “cuyo propósito



es mejorar la calidad de servicio ofrecida por una organización” (Aiteco Consultores, s.f.), para realizar la medición utiliza un cuestionario tipo que evalúa la calidad de servicio a través de cinco dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles.

En específico lo que considera en éstas dimensiones son:

1. **Fiabilidad:** La habilidad que tiene la organización para realizar el servicio, que sea cuidadoso y fiable.
2. **Capacidad de respuesta:** Disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proveer una servicio en tiempo.
3. **Seguridad:** Conocimientos y atención mostrados por los empleados y su habilidad para generar credibilidad y confianza.
4. **Empatía:** Atención personalizada, trato humano.
5. **Elementos tangibles:** Apariencia de las instalaciones físicas, .equipamiento, capital humano y materiales de comunicación.

El cuestionario consta de 3 secciones, los ítems de la primera sección se enfocan en recabar información sobre las expectativas que tienen los clientes en cuanto al servicio que brinda la organización, de tal manera que también es un “instrumento de mejora y de comparación con otras organizaciones” (Aiteco Consultores, s.f.).

En la segunda parte se recoge información acerca de la percepción que tuvo el cliente en cuanto al servicio que recibió.

Y en la última sección de alguna manera es una etapa intermedia entre las secciones anteriormente señaladas y que tiene como objetivo cuantificar la evaluación de los clientes respecto a la importancia relativa a las cinco dimensiones señaladas, lo que permite ponderar las puntuaciones que se obtendrán.

Por tanto los objetivos que guiaron esta pesquisa fueron:



General:

Establecer la relación entre la gestión de la comunicación y la satisfacción de los públicos estratégicos de la organización educativa en cuanto a la calidad en el servicio.
Caso Bachillerato 5 de Mayo de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

Particulares:

- a. Medir el grado de satisfacción de los públicos estratégicos –docentes-directivos-estudiantes-padres de familia- de la institución educativa en cuanto a la calidad en el servicio.
- b. Determinar los vínculos entre satisfacción-calidad y las acciones comunicativas.
- c. Describir la relación entre la acción simbólica y la acción factual con el propósito de fomentar una cultura de calidad.
- d. Identificar las áreas -espacios- de oportunidad en las cuales se puede intervenir con acciones o gestiones de comunicación productiva para aplicar un sistema de calidad en el servicio.

Resultados

El análisis de los resultados se estructuró con base en la organización de las variables que se trabajaron en ésta indagación:

- ⊙ Servicio
- ⊙ Calidad
- ⊙ Satisfacción
- ⊙ Comunicación productiva

Por lo tanto el primer apartado se enfoca a la variable de servicio, donde adicionalmente, se explica su relación con la calidad, tópico que se analiza en segundo término y que es parte fundamental en el grado de satisfacción de los públicos estratégicos, punto medular para éste trabajo.

Posteriormente se examinan los datos obtenidos con los ítems dirigidos a identificar y evaluar el grado de satisfacción en los públicos estratégicos de la organización educativo sujeto de esta indagación.

Por último se revisa la información recabada con las preguntas orientadas a identificar la cantidad de información, así como la dirección en los flujos de comunicación que se tienen en la organización educativa; adicionalmente se inspeccionan los datos referentes a los indicadores de tiempo, medios existentes y condiciones de confiabilidad, correspondientes a las dimensiones de oportunidad, canales y diálogo; que en conjunto permitirán señalar las áreas en las cuales se puede intervenir con comunicación productiva.

A continuación se presenta un concentrado de los resultados obtenidos:

Variable	Dimensión	Indicador	Promedio general del indicador	Categoría
Servicio	Actuación	Capacidad de respuesta	4.31	Casi siempre
		Seguridad	4.17	Casi siempre
		Empatía	4.32	Casi siempre
		Elementos tangibles	4.61	Totalmente de acuerdo
	Satisfacción	Expectativa / percepción	2.46	Igual a
Calidad	Expectativa	Lo que se espera	4.37	Algo de acuerdo
	Percepción	Lo que se recibe		
Satisfacción	Expectativa	Lo que se espera	2.46	Igual a

	Percepción	Lo que se recibe		
Comunicación Productiva	Flujos	Cantidad de información	4.04	Algo de acuerdo
		Dirección	4.40	Algo de acuerdo
	Oportunidad	Tiempo	3.68	Algo de acuerdo

Para La segunda dimensión para medir la calidad y consciente de que ésta es determinada por los clientes, en este caso usuarios o integrantes de la organización educativa, se planteó un enunciado solicitando marcarán los cinco elementos que consideraran determinantes para que una organización educativa provea calidad en su servicio.

Los cinco elementos considerados por la comunidad educativa como determinantes para la calidad en el servicio educativo fueron:

Docentes preparados, programas asignaturas actualizados, biblioteca con acervo y recursos, recursos didácticos y uso de TIC's, estos últimos con la misma frecuencia.

En cuanto al uso de medios utilizados por directivos y docentes para comunicarse con los estudiantes (comunicación descendente), se señalaron como los más utilizados: red social (Facebook), verbalmente y reuniones, con 48, 44 y 20 menciones.

En cuanto a los medios que utilizan los estudiantes para dialogar con directivos y docentes, los tres medios más utilizados fueron: red social (Facebook), circular, oficio o memorándum, y verbalmente, con 45, 31 y 28 menciones, respectivamente.

Conclusiones

En lo referente a la percepción que tuvieron los miembros de la organización educativa sobre el servicio, se identificó que la institución cuenta con los elementos tangibles – infraestructura y edificación- adecuada para que los involucrados en ella provean y reciban la actuación de quienes producen y brindan el servicio.



El indicador de elementos tangibles fue el único que recibió una respuesta contundente y tendiente al totalmente de acuerdo, esto quiere decir que en cuanto a las instalaciones (para el caso el producto tangible que sirve como medio o vehículo para proveer el servicio) los usuarios –docentes, administrativos, directivos y estudiantes- están satisfechos con ellas, pues les parecieron adecuadas, equipadas y con las características necesarias para que la prestación del servicio se produzca y se ejecute.

En cuanto a la capacidad de respuesta, seguridad y empatía se identificó que, por lo general las personas que desempeñan cargos administrativos, docentes y directivos tienen la disposición y actitud necesaria para prestar el servicio, es decir, los perciben como capaces de atender los requerimientos dentro de parámetros de tiempo coherentes de respuesta a las solicitudes hechas y/o recibidas.

A la par de este indicador unos ítems dejaron ver que el clima organizacional es de interés mutuo, lo cual tiene que ver con la disposición, actitud y empatía que prevalece en la comunidad de la institución. Lo cual puntualiza que existe confianza y la interacción, en ese momento, era estrecha al ser todavía un grupo reducido en donde los miembros de la organización experimentaban identificación entre ellos.

Uno de los ítems que resaltó en este punto es el que verificaba el trato entre las personas de la institución, obteniendo un promedio de respuesta de 4.58 lo que ubica en la escala de medición en: siempre-totalmente de acuerdo; lo cual indica que el comportamiento de los sujetos es cortés y amable, característica básica para la construcción del servicio y que genere una percepción positiva de éste. Esto también se relaciona con la empatía que fue otro de los indicadores que se exploraron.

En el indicador de empatía y, retomando, esa percepción de interés mutuo, se confirmó que en general los sujetos lograron entender-comprender las necesidades de sus compañer@s y por tanto éstos se sintieron escuchad@s.



Para la dimensión de satisfacción, en la variable servicio, al preguntar sobre las instalaciones –de forma individual- se volvió a constató que existía satisfacción en cuanto a los elementos tangibles.

En los rubros de la actuación de las personas y el ambiente –clima organizacional- que perciben, los resultados se ubicaron en la media de la escala están satisfechos, pero ante la mínima variación esto puede tender a la insatisfacción, pues lo que recibieron fue igual a lo que esperaban; se cubrieron las expectativas pero no se superaron.

Con respecto a la variable calidad, lo primero que debe enfatizarse es que la calidad está determinada por el cliente-consumidor-usuario-público, pues la calidad está estrechamente vinculada a la satisfacción; que es la expectativa que se tiene sobre algo y que al recibirlo, se compara y entonces se decide si se está o no satisfecho.

Nuevamente se encontró la tendencia de que el promedio de respuesta se ubicó en la escala en algo de acuerdo, es decir, se cumple en la mayoría de las veces, pero no en la totalidad de ellas.

Por tanto, se infirió que el grado de satisfacción era endeble ya que apenas se cubrió con las expectativas, pero no se logró superarlas para obtener un totalmente de acuerdo contundente. De tal manera que un leve cambio en las condiciones podría hacer que la satisfacción se traslade a la insatisfacción y en consecuencia se perciba que no hay calidad.

Uno de los datos destacados, que arrojó el instrumento de investigación, específicamente para la organización sujeto de la presente investigación pero que podría ser igual de relevante para la institución en su conjunto es que al preguntar sobre cuáles son los factores que consideran determinantes para que el centro educativo provea un servicio de calidad, el primer factor son los docentes preparados.

De ahí que como señalan autores como, Costa (2004), Brown (2006), McCann (2007), Walker (1991), etc... lo más importante en la prestación del servicio son las personas, por tanto no debería de sorprender que en un sector como el educativo –aún con los





avances tecnológicos, las nuevas metodologías educativas, así como los modelos, la propagación de tendencias de gestión como el autoestudio donde cada vez se propugna más porque ésta figura y su función se coloque en un plano secundario- siga apareciendo en un primer término.

En complemento los otros cuatro factores que consideran determinantes son: los programas de asignatura actualizados, biblioteca con acervo y recursos, recursos didácticos y el uso de TIC's, lo cual denota que la respuesta que demanda el entorno actual si bien es el uso de la tecnología y su adopción para nuevas prácticas esto no quiere decir que se deba de relegar la función del docente, principalmente en una modalidad escolarizada y de nivel medio superior.

Lo que dejó esta investigación es la puerta abierta para incursionar en otros niveles educativos para al menos tener una idea real de lo que los usuarios, y en sí la sociedad, conceptualiza como una educación de calidad y si ésta es coherente con la verdadera función de un centro educativo de cualquier tipo de financiamiento: público, privado, autónomo, por cooperación, etc...

Por tanto gran parte de la calidad de la educación, concibiéndola de manera general, radica aún en el desempeño y actuación de los docentes.

En lo relativo a la variable de satisfacción, se reiteró que se cubrió la expectativa pero no se les superó, por lo que estaban en una posición intermedia donde la balanza podía tender a cualquiera de los lados, pero en la mayoría de las veces suele favorecer un lado negativo, es decir, irse hacia la insatisfacción.

Solo la parte de los elementos tangibles continuó siendo el único indicador en donde el grado de satisfacción era alto.

Por último, en lo que se refirió a la variable de comunicación productiva, se investigaron las dimensiones de flujos de comunicación, la oportunidad de la comunicación, los canales o soportes existentes en la organización y el diálogo.



Un concepto básico dentro del área de la comunicación es el de público, concebido como un conjunto de personas que se reúnen motivados por un interés latente hacia una organización, esto no quiere decir que solo se refiera a individuos externos a la institución, por el contrario abarca a grupos internos, externos y especiales o mixtos.

Con dicho antecedente para esta investigación se decidió enfocarse a los públicos internos: directivos, administrativos, docentes y estudiantes, éstos últimos se considera el público de mayor trascendencia debido a que son en sí los receptores del servicio pero los actores principales en la producción del mismo.

En este escenario y en lo concerniente a la comunicación productiva –con base en las dimensiones señaladas previamente- se constató que en cuanto a la cantidad de información que circula en la organización, los integrantes señalaron que era suficiente, pues estaban algo de acuerdo en que estaban informados, pero no se identificaba una decisión contundente en la que se reflejara que tenían la información necesaria.

Por otro lado al comparar éstos datos con los obtenidos en las condiciones de confiabilidad puntualizaban que estaban algo de acuerdo en que la información difundida por la institución era veraz, lo cual quiere decir que no están seguros y con frecuencia la tenían que corroborar.

En lo relativo a las direcciones de los flujos se encontró que existía comunicación ascendente y descendente, que en la mayoría de las ocasiones ante un requerimiento se daba una respuesta, lo que indicaba que existían los flujos y las direcciones para propiciar la acción comunicativa.

Sin embargo, se debe poner atención a que no solo sea en la mayoría de las ocasiones cuando se dé respuesta sino en todas, para garantizar que todos los integrantes se sientan escuchados y valorados.

De acuerdo a los datos obtenidos se determinó que existía una mayor motivación para promover un flujo de comunicación ascendente que descendente, lo que



denotaba que los estudiantes son muy proactivos, lo cual es coherente al perfil del alumno en la institución sujeto del estudio.

En lo concerniente a la comunicación descendente se encontró que los medios más usados son: la red social (Facebook), comunicación verbal y las reuniones, seguido de los oficios, circulares o memorándums; en los tres primeros casos se podría señalar que son comunicación tendiente a ser informal al no tener una constancia o registro de lo dicho, si bien en la red social queda escrito y puede ser consultado, los periodos en los que permanece son cortos y rastrearlo con posteridad puede ser complicado.

En dirección ascendente los canales más usados son: red social (Facebook) en primer lugar, seguido de oficios, circulares o memorándums y comunicación verbal.

Los medios que señalaron que tienen al alcance para comunicar sus necesidades, inquietudes y sugerencias o inconformidades, nuevamente, aparece la comunicación verbal en primer lugar, la red social (Facebook) y las reuniones; seguidos con una diferencia de más de diez puntos la circular, oficio o memorándum.

En cuanto a los medios más empleados desde el nivel más alto de la organización se señala que es la comunicación verbal, la red social y la pregunta directa.

Con lo que se concluye que los medios o soportes predominantes para obtener, recibir o enviar información dentro de la organización educativa son: la comunicación verbal, la red social (Facebook), las reuniones y los oficios, circulares o memorándums.

En resumen, a través de medir la calidad en el servicio –con un instrumento como el ServQual- se pueden constatar los niveles de satisfacción de los públicos de una organización educativa con base en la Teoría de la Comunicación Productiva lo que puede apoyar o auxiliar a este tipo de organizaciones en la búsqueda la mejora continua a través de implementar comunicación productiva.



Bibliografía

- Aiteco Consultores. (s.f.). *www.aiteco.com*. Recuperado el 30 de mayo de 2014, de El Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio: <http://www.aiteco.com/modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/>
- Brown, J. e. (2006). *World Café. El nuevo paradigma de comunicación organizacional y social*. México: Continental.
- Costa, J. (2004). *DirCom On line*. Bolivia: Design.
- Gairín, J. (1999). *La organización escolar: contexto y texto de actuación* (2a ed.). Madrid, España: La Muralla.
- Garza Mercado, A. (2006). *Manual de Técnicas de Investigación para Estudiantes de Ciencias Sociales* (6a. ed.). México, México: El Colegio de México.
- Garzón, H. A. (Noviembre de 2011). Evaluación del servicio al cliente en una institución educativa basado en el modelo Servqual. (U. I. Santander, Ed.) *Gerencia Tecnológica Informática*, 10(28), 23-34. Recuperado el 20 de junio de 2014, de:
<http://132.248.9.34/hevila/Gerenciatecnologicainformatica/2011/vol10/no28/2.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2005). *Fundamentos de Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (s.f.). *Economía de México*. Recuperado el 20 de febrero de 2014, de:
<http://cuentame.inegi.org.mx/economia/default.aspx?tema=E>
<http://cuentame.inegi.org.mx/economia/default.aspx?tema=E>
- Livacic, R. C. (2009). Evolución de las Organizaciones: Un mundo en cambio. *Polytechnical Studies Review*, VII(12), 177-191. Recuperado el 28 de enero de 2014, de <http://www.scielo.oces.mctes.pt/pdf/tek/n12/n12a10>
- McCann, R. (2007). *El Placer de Servir con Calidad*. México: Pax.
- Nosnik, A. (2013). *Teoría de la Comunicación Productiva: exploraciones más allá de la retroalimentación*. (1ª ed.). Rosario:Homo Sapiens Ediciones.



Senlle, A. y. (2005). *Calidad en los servicios educativos*. Madrid, España: Díaz de Santos.

Recuperado el 13 de Marzo de 2011, de:

<http://www.diazdesantos.es/wwwdat/pdf/SPo410003785.pdf>

Vilches, L. C. (2011). *La investigación en comunicación*. Barcelona: Gedisa.

Walker, D. (1991). *El cliente es lo primero*. Madrid: Díaz de Santos, S. A. .

