



Calidad de servicio en educación superior a distancia: Propuesta de los modelos DIHESQ y SIBDHE

Distance higher education service quality: Proposal of the DIHESQ and SIBDHE models

ARAYA-CASTILLO, Luis A. [1](#) y BERNARDO, Mercè [2](#)

Recibido: 19/09/2019 • Aprobado: 09/12/2019 • Publicado 28/12/19

Contenido

- [1. Introducción](#)
- [2. Metodología](#)
- [3. Resultados](#)
- [4. Conclusiones](#)

[Referencias bibliográficas](#)

RESUMEN:

La calidad de servicio se ha estudiado ampliamente en el sector de educación superior, pero no así en la educación no tradicional. Dado esto, el objetivo de este estudio es proponer el modelo "Distance Higher Education Service Quality (DIHESQ)", que está compuesto por las dimensiones: profesores y enseñanza, material de estudio y plan curricular, evaluación y feedback, administración y organización, plataforma funcional, plataforma emocional, apoyo institución, y social y laboral. Asimismo, se propone el modelo "Satisfaction and Intention of Behavior in Distance Higher Education (SIBDHE)", el cual está compuesto por los constructos satisfacción, retención, lealtad y disposición a pagar. El constructo DIHESQ se relaciona positivamente con la SATISF (satisfacción), y ésta última impacta de manera positiva en la intención de comportamiento de los estudiantes, a saber: retención, lealtad y disposición a pagar.

Palabras clave: Calidad de e-servicio, educación superior, universidades, Chile

ABSTRACT:

The service quality has been studied extensively in the higher education sector, but not in non-traditional education. Given this, the objective of this study is to propose the model "Distance Higher Education Service Quality (DIHESQ)", which is composed of the dimensions: teachers and teaching, study material and curriculum plan, evaluation and feedback, administration and organization, functional platform, emotional platform, institutional social and labor support. Likewise, the model "Satisfaction and Intention of Behavior in Distance Higher Education (SIBDHE)" is proposed, which is composed of constructs of satisfaction, retention, loyalty and willingness to pay. The construct DIHESQ positively relates to the SATISF (satisfaction) and the latter has a positive impact on the students' intention to behavior, namely: retention, loyalty and willingness to pay.

Keywords: E-service quality, higher education, universities, Chile

1. Introducción

Las universidades operan en un entorno competitivo (Araya-Castillo et al., 2018), que se caracteriza por un rápido crecimiento de las instituciones participantes (Jain et al., 2013) y en la dificultad que tienen para mantener sus ventajas competitivas (Cubillo-Pinilla et al., 2009). Para las universidades los estudiantes son los principales clientes de los servicios ofrecidos (Correia y Miranda, 2012), y la calidad de servicio se ha convertido en un factor condicionante de la decisión sobre la institución en la que desean estudiar (Bayraktaroglu y Atrek, 2010).

Ello ha llevado a algunas universidades a diferenciarse a través de la oferta de programas de estudios en modalidad no tradicional (distancia, semipresencial y *e-learning*). Esto permite que grupos diferentes de estudiantes puedan acceder al sistema de educación superior (Delgado-Almonte et al., 2010), al mismo tiempo que mejoran su posición competitiva en el mercado (Gómez-Escalonilla et al., 2011).

Sin embargo, la educación a distancia ha recibido críticas: menor grado de calidad académica, el aprendizaje recae en la responsabilidad de los estudiantes, y existen problemas de interacción (Salmerón-Pérez et al., 2010; Buil et al., 2012); presenta altos niveles de deserción estudiantil, limitaciones técnicas en los programas, alto costo de los materiales y las plataformas son usadas únicamente como salas de reprografía (Gutiérrez-Martín et al., 2010).

Algunas mejoras propuestas para solucionarlo han sido el uso de estrategias pedagógicas transformativas o la incorporación de foros de discusión (Buil et al., 2012). Pero no se han enfocado en analizar la percepción que estos estudiantes tienen sobre la calidad de servicio ofrecida (Martínez-Argüelles et al., 2010; Martínez-Argüelles et al., 2013).

Dado esto, el objetivo de esta investigación es proponer una escala de medida de los e-servicios de educación superior. Esta investigación se centra en la propuesta, desarrollo y validación de una escala de medida en educación superior a distancia, dividida en dos subescalas diferentes: "Calidad de Servicio en Educación Superior a Distancia" (DIHESQ) y "Satisfacción e Intención de Comportamiento en Educación Superior a Distancia" (SIBDHE).

Los resultados obtenidos no son de interés sólo para Chile, por cuanto la educación superior presenta dinámicas similares entre los diferentes países, tal vez con la excepción de aquellos de menores ingresos (Larraín y Zurita, 2008). Esto es relevante ya que el sector de educación superior se relaciona en forma directa con el crecimiento de una sociedad y su desarrollo socioeconómico (Senthilkumar y Arulraj, 2011). La riqueza o la pobreza de los países depende en gran medida de la calidad de la educación superior (Hota y Sarangi, 2019), ya que la misma es reconocida como un elemento clave para la prosperidad económica (Vnoučková et al., 2019), es vital para el progreso social (Batool et al., 2018), es el eslabón central en el desarrollo del talento y la cultura (Chen y Fan, 2018), y es fundamental para el desarrollo sostenible y mejora en el bienestar de las personas (Choudhary y Paharia, 2018).

1.1. Calidad de Servicio en Educación Superior a Distancia

El servicio prestado en un entorno virtual de aprendizaje presenta dos características particulares (Martínez-Argüelles et al., 2013): (1) es un servicio puro, que no se materializa en transacciones puntuales, sino en una interacción prolongada en el tiempo, y, (2) complejo, al incluir la docencia y otros servicios complementarios. Además, la mediación tecnológica cobra importancia (Bersin, 2004) y el actor principal es el alumnado y no el profesor (Grow, 1991).

Existen diversos modelos para medir la calidad de servicio en contextos virtuales (Martínez-Argüelles et al., 2010; Martínez-Argüelles et al., 2013), pero la mayoría de las escalas se limitan a un servicio universitario específico como la biblioteca (O'Neill et al., 2003), y a la calidad del aprendizaje virtual de un curso de grado en línea (Udo et al., 2011). Otros estudios que se han desarrollado son de naturaleza exploratoria (Ehlers, 2004; Greasley et al., 2004), algunos utilizan escalas propias, analizan la satisfacción con servicios específicos concretos y/o no permiten identificar cuáles son las dimensiones del constructo (Martínez-Argüelles et al., 2013).

1.2. Calidad de Servicio, Satisfacción e Intención de Comportamiento

Los constructos "calidad de servicio" y "satisfacción" están altamente correlacionados (e.g., Cronin y Taylor, 1992; Spreng y MacKoy, 1996; Cronin et al., 2000). La satisfacción se refiere al resultado de transacciones individuales y al servicio global, mientras que la calidad de servicio es una actitud general frente al servicio (Bitner, 1990).

La literatura sugiere que la calidad del servicio es un antecedente directo de la satisfacción de los usuarios (McDougall y Levesque, 2000), también en el sector de educación superior (Torres y Araya-Castillo, 2010). Las universidades deben tener una orientación al mercado y con esto revitalizar las estrategias de marketing (Robinson y Celuch, 2016) y construir fuertes relaciones con los estudiantes (Durvasula et al., 2011). Por ello, compiten agresivamente con estrategias enfocadas a satisfacer las necesidades del alumnado (Yeo y Li, 2014), por cuanto el grado de

satisfacción de los estudiantes impacta positivamente en su comportamiento (e.g., Gruber et al., 2010; Temtime y Mmerekí, 2011; Lai et al., 2015).

1.3. Modelos Propuestos

Para la propuesta de los modelos DIHESQ y SIBDHE se ha realizado una exhaustiva revisión de la literatura. Son de tipo reflexivo y de segundo orden, pero se diferencian en la naturaleza de dimensionalidad: el modelo DIHESQ es multidimensional (Martínez-Argüelles et al., 2010; Martínez-Argüelles et al., 2013), y el SIBDHE unidimensional. Las dimensiones del modelo DIHESQ se definen y justifican en la Tabla 1.

En la literatura se estudia también la satisfacción de los estudiantes de educación superior (e.g., Bollinger y Wasilik, 2009; Torres y Araya-Castillo, 2010; Lazibat et al., 2014), y el impacto que ésta puede tener en sus intenciones de comportamiento (Gruber et al., 2010; Temtime y Mmerekí, 2011; Lai et al., 2015). Algunos investigadores han conceptualizado y medido la satisfacción de estos estudiantes (Bollinger y Martindale, 2004; Greasley et al., 2004; Bollinger y Wasilik, 2009). Sin embargo, no se han propuesto modelos para evaluar el impacto que la satisfacción puede tener sobre la intención de comportamiento de los estudiantes. Por ello se propone el modelo SIBDHE que postula que la satisfacción del alumnado influencia en forma positiva su intención de comportamiento de retención, lealtad y disposición a pagar. Los constructos del modelo SIBDHE se definen y justifican en la Tabla 2.

2. Metodología

2.1 Diseño de la investigación

En la presente investigación se utiliza el término educación a distancia para referirse a la educación superior en formato no tradicional, muy utilizado en Latinoamérica, y especialmente en Chile donde se analiza este fenómeno (e.g., CALED, 2011; Santander et al., 2011; Araya-Castillo, 2015).

Para detectar las dimensiones que influyen la percepción de la calidad de servicio en un contexto de educación superior a distancia, se aplicaron cuestionarios semiestructurados, entrevistas y *focus groups* a estudiantes.

Por su parte, en las mismas entrevistas y *focus groups* se preguntó a los alumnos acerca de la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción, y sobre el impacto que esta última podría tener en sus intenciones de comportamiento. Estos resultados se validaron también a través de la opinión de expertos (nacionales y extranjeros).

Tabla 1
Validación de contenido de las dimensiones
propuestas en el modelo DIHESQ

Dimensiones	Aspectos Considerados	Escalas previas en educación superior
Profesores y enseñanza	Actitud, competencias, disposición y cercanía de los profesores.	Capellares y Veciana (2001, 2004); Tan y Kek (2004); Marzo-Navarro et al. (2005); Martínez-Argüelles et al. (2010); Torres y Araya-Castillo (2010); Martínez-Argüelles et al. (2013); Icli y Anil (2014).
Material de Estudio	Calidad, redacción, pertinencia, y actualización de documentos de lectura.	Martínez-Argüelles et al. (2010); Martínez-Argüelles et al. (2013).
Plan Curricular	Plan de estudios, asignaturas, programas de estudio, campo laboral y duración.	Capelleras y Veciana (2001, 2004); Torres y Araya-Castillo (2010); Jain et al. (2013); Icli y Anil (2014).
Evaluación y Feedback	Formato preguntas, dificultad, tiempo respuesta, retroalimentación, e instrumento de evaluación.	Tan y Kek (2004); Douglas et al. (2008); Martínez-Argüelles et al. (2010); Martínez-Argüelles et al. (2013).

Administración y Organización	Planificación actividades, comunicación, resolución problemas, actitud y competencias personal administrativo, y cumplimientos plazos académicos y administrativos.	Capelleras y Veciana (2001, 2004); Tan y Kek (2004); Gruber et al. (2010); Martínez-Argüelles et al. (2010); Torres y Araya-Castillo (2010); Sultan y Wong (2011); Martínez-Argüelles et al. (2013); Icli y Anil (2014).
Plataforma Virtual	Funcionalidad y facilidad de uso de la página web.	Martínez-Argüelles et al. (2010); Martínez-Argüelles et al. (2013).
Apoyo Institución	Asesoramiento, facilidades de pago y académicas, actividades de socialización, y contacto con el mercado laboral.	Tan y Kek (2004); Gruber et al. (2010); Martínez-Argüelles et al. (2010); Sumaedi et al. (2011); Jain et al. (2013); Icli y Anil (2014).

Fuente: Elaboración propia

Una vez aplicado este procedimiento, se desarrollaron las escalas DIHESQ y SIBDHE. Éstas se componen del conjunto de atributos que los estudiantes consideran relevantes para medir la calidad de servicio en educación superior no tradicional (DIHESQ); y de la percepción de los estudiantes sobre el impacto que la satisfacción tiene en sus intenciones de comportamiento (SIBDHE).

El trabajo de campo se realizó entre los meses de julio del año 2013 y febrero del año 2014. La presente investigación es de tipo exploratoria y de corte trasversal o seccional (Malhotra, 2004). El muestreo utilizado fue teórico (muestra no probabilista por conveniencia) (Denzin y Lincoln, 2000). En la Tabla 3 se aprecia la composición de la muestra.

Además, se contó con la participación de 8 expertos en educación superior a distancia, de los cuales 5 son nacionales y 3 extranjeros (España, México y Ecuador). De estos expertos, 6 son hombres, la edad promedio es de 51.6 años (siendo los mínimos y máximos de 45 y 58 años, respectivamente), y 4 ocupan cargos directivos en instituciones de educación superior.

Tabla 2
Validación de contenido de los constructos propuestos en el modelo SIBDHE

Dimensiones	Aspectos Considerados	Escalas previas en educación superior
Satisfacción	Percepción general sobre el servicio recibido.	Bollinger y Martindale (2004); Greasley et al. (2004); Tan y Kek (2004); Marzo-Navarro et al. (2005); Bollinger y Wasilik (2009); Torres y Araya-Castillo (2010); Correia y Miranda (2012); Lazibat et al. (2014).
Intención de Comportamiento (retención, lealtad, disposición a pagar)	Intención de los estudiantes de permanecer en la institución, de recomendar la institución con otras personas, y de pagar un mayor arancel (precio) por el servicio recibido.	Marzo-Navarro et al. (2005); Voss et al. (2007); Bayraktaroglu y Atrek (2010); Gruber et al. (2010); Sumaedi et al. (2011); Sultan y Wong (2014); Lai et al. (2015).

Fuente: Elaboración propia

2.2. Herramientas Metodológicas

Las escalas DIHESQ y SIBDHE, propuestas en base a la revisión de la literatura, se depuraron a través de un análisis exhaustivo (De Wulf y Odekerken-Schroder, 2003). Con este objetivo, se aplicó un cuestionario semiestructurado a 80 estudiantes (y ex estudiantes) en la modalidad a distancia de diferentes universidades, tipos y áreas de estudio. En dicho cuestionario, se solicitó a los encuestados que escribieran los 20 factores que consideraban más relevantes para evaluar la calidad de servicio en la educación a distancia.

La escala DIHESQ se compone de 50 indicadores, y la escala SIBDHE de 17. Los constructos bajo estudio se miden considerando sólo la percepción del consumidor y no las expectativas, a través de una escala Likert de 1 (totalmente en desacuerdo) a 5 (totalmente de acuerdo).

Al mismo tiempo, se hizo uso de herramientas cualitativas, ya que permiten analizar los fenómenos con un mayor grado de profundidad de lo que es posible con las herramientas cuantitativas (Denzin y Lincoln, 2000). Esto es importante para los fines de la investigación, por cuanto los instrumentos de evaluación de la calidad de servicio en educación superior se deben desarrollar considerando las variables que sus grupos de interés consideran esenciales (Oldfield y Baron, 2000).

Se desarrollaron 22 entrevistas en profundidad y 4 *focus groups* (conformados por 5 integrantes). El número de entrevistas y *focus groups* se fundamentó en la saturación de la categoría (Denzin y Lincoln, 2000). Emplear *focus groups* permitió estudiar y analizar al alumnado universitario en formato no tradicional en un proceso de interacción. Por otra parte, el *focus group* permitió poner el acento en el grupo de estudio, dado que los propios participantes fueron construyendo la dinámica de la reunión, y de esta forma se minimizó el sesgo probable de influenciar las respuestas (Fernández Quesada y De la Fuente García, 2005).

Tabla 3
Descripción de la muestra en la investigación exploratoria (cualitativa)

Actividad	Muestra	Género	Tipo de Estudio	Área de Estudio
Cuestionarios semiestructurados	80	Hombres: 57.5% Mujeres: 42.5%	Magíster: 28.8%; Carreras de pregrado: 17.5%; Licenciatura: 15%; Diplomado: 11.3%	Economía y Negocios: 30%; Educación: 22.5%; Ciencias Sociales: 18.8%; Salud: 12.5%
Entrevistas en profundidad	22	Hombres: 54.5% Mujeres: 45.5%	Magíster: 22.7%; Carreras de pregrado: 18.2%; Licenciatura: 18.2%	Economía y Negocios: 31.8%; Educación: 18.2%; Ciencias Sociales: 18.2%; Salud: 13.6%; Gestión Pública: 13.6%
Focus groups	20	Hombres: 55% Mujeres: 45%	Magíster: 25%; Carreras de pregrado: 20%; Licenciatura: 15%	Economía y Negocios: 30%; Educación: 25%; Ciencias Sociales: 20%
Total Muestra	122	Hombres: 56.6% Mujeres: 43.4%	Magíster: 27%; Carreras de pregrado: 18%; Licenciatura: 15.6%; Diplomado: 10.7%	Economía y Negocios: 30.3%; Educación: 22.1%; Ciencias Sociales: 18.9%; Salud: 12.3%

Nota: Se presentan los valores superiores al 10%.
Fuente: Elaboración propia.

La entrevista en profundidad se basa en el seguimiento de un guion de entrevista, en el cual se plasman todos los temas que se desean abordar a lo largo de los encuentros. Las entrevistas individuales (del tipo semiestructuradas) permitieron acceder a información que no es posible con los *focus groups*, ya sea por el corto tiempo que tuvo cada persona para expresar sus ideas y/o porque podría haber existido una presión social que condujera a acuerdos sociales en las respuestas.

También se contó con la participación de 8 expertos en educación superior a distancia. Se solicitó a estos expertos que respondieran un cuestionario semiestructurado indicando los aspectos que en su opinión los estudiantes consideran relevantes en el momento de evaluar la calidad de servicio. Esta información se usó para validar los resultados obtenidos del cuestionario semiestructurado aplicado al alumnado. Asimismo, con 4 de estos expertos (2 de los cuales tienen cargos directivos en instituciones de educación superior) se realizaron entrevistas en profundidad con el objetivo de conocer con un mayor nivel de detalle la perspectiva de las universidades.

Todo lo anterior responde a los pasos que se siguen en la propuesta de modelos teóricos, debido a que en la etapa de elaboración de un instrumento de medición es relevante la validez de

contenido, la cual se refiere al grado en que la medida recoge el dominio del concepto estudiado (Deng y Dart, 1994). Por lo tanto, la validez de contenido es una señal de que los indicadores incluidos en la encuesta (escala) son una muestra representativa del conjunto que podrían haber sido utilizados (Nunnally, 1978).

3. Resultados

Las respuestas recogidas de los cuestionarios semiestructurados se resumen en la Tabla 4 (aquellas con más de un 10% de respuesta). Las distintas respuestas se agruparon por similitud en distintos ítems, y estos ítems a su vez se agruparon en factores. Se complementó el análisis con las entrevistas en profundidad, *focus groups*, opinión de expertos y el benchmarking realizado con encuestas de satisfacción internas.

El modelo DIHESQ que se propone es del tipo reflexivo, por cuanto la variable latente (constructo calidad de servicio en educación superior a distancia) causa las variables observadas (dimensiones de calidad de servicio) (ver Figura 1).

Tabla 4
Indicadores de calidad de servicio en
la educación superior a distancia

Factores	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa por Factor (%)
Profesores y Enseñanza	332	20.75
Tiempo de respuesta a preguntas individuales	74	22.29
Nivel de comunicación sobre temas relacionados con el curso	62	18.68
Claridad en la respuesta a preguntas individuales	59	17.77
Actitud respetuosa hacia los alumnos	58	17.47
Conocimientos contenidos del curso	40	12.05
Motivación a realizar preguntas a individuales	35	10.54
Administración y Organización	295	18.44
Planificación de las actividades	73	24.75
Rapidez de respuesta a situaciones particulares	61	20.68
Actitud con la que se responden a situaciones particulares	52	17.63
Comunicación de temas relacionados con los cursos	44	14.92
Calidad (eficiencia) de respuesta a situaciones particulares	32	10.85
Cumplimiento de fechas establecidas en el programa	31	10.51
Apoyo Institución	278	17.38

Arancel del programa de estudios	58	20.86
Opciones de pago	54	19.42
Reconocimiento a nivel nacional	40	14.39
Reconocimiento en el área de estudio	37	13.31
Programa de inducción	35	12.60
Fechas alternativas de evaluaciones	34	12.23
Evaluación y Retroalimentación	254	15.88
Tiempo de corrección de evaluaciones	67	26.38
Feedback de las evaluaciones	59	23.23
Relación contenidos-material de estudio	41	16.14
Carga de trabajo	29	11.42
Dificultad de las evaluaciones	28	11.02
Formato de preguntas en las evaluaciones	26	10.24
Material de Estudio y Plan Curricular	235	14.69
Material de estudio con conocimientos actualizados	66	28.09
Contenidos del material de estudio relacionados con la práctica o desempeño profesional	58	24.68
Plan de estudios (malla curricular)	37	15.75
Material de estudio escrito con claridad	27	11.49
Plataforma Funcional	135	8.44
Operatividad de la plataforma virtual (calidad de la conexión)	54	40.00
Información sobre trabajos y evaluaciones	32	23.70
Facilidad de uso de la página web	24	17.78
Diseño de la plataforma virtual	15	11.11
Facilidad para descargar el material de estudio	10	7.41
Social y Laboral	49	3.06
Realización de actividades con otros integrantes del curso	24	48.98
Oficina de empleo e inserción laboral	17	34.69

Control de egresados	6	12.25
Plataforma Emocional	22	1.38
Sentimiento de tranquilidad con el uso (bajo nivel de estrés)	8	36.36
Plataforma virtual entretenida (entretención en el uso)	7	31.82
Seguridad sobre manejo de la información personal	4	18.18

Fuente: Elaboración propia

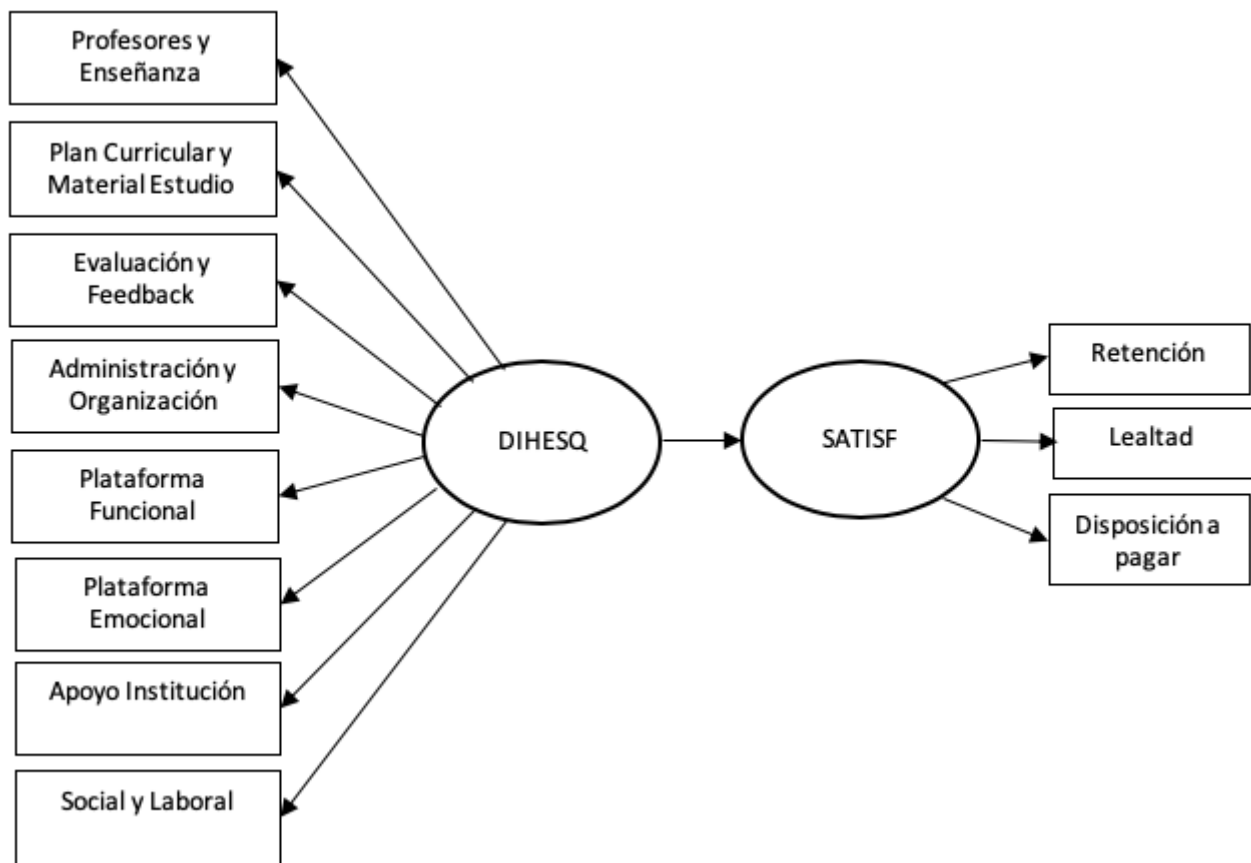
Respecto al modelo SIBDHE, en las entrevistas y *focus groups* realizadas al alumnado se encontró que los estudiantes de educación superior a distancia no sólo evalúan la calidad del servicio recibido, sino que también la satisfacción que sienten hacia la institución de educación superior. Los estudiantes sostienen que el constructo "satisfacción" hace referencia a la evaluación global que realizan de la experiencia que tienen con la universidad y el programa de estudio.

Es así como los estudiantes señalan que el nivel de satisfacción que experimentan tiene impacto positivo en sus intenciones de comportamiento, y que la intención de comportamiento se mide en la retención, lealtad, y disposición a pagar. El constructo "retención" hace referencia a la intención de los estudiantes de no dejar los estudios ni la universidad. El constructo "lealtad" hace referencia a la intención de los estudiantes de recomendar la institución (o programa de estudio) con otras personas, y cursar en ésta otros estudios en el futuro. El constructo "disposición a pagar" hace referencia a la intención de los estudiantes de pagar un mayor arancel por el programa de estudio, o de no ver afectado su nivel de satisfacción con la institución en caso de que se incremente el arancel.

Teniendo presente lo anterior se elaboraron ítems para los constructos satisfacción, retención, lealtad, y disposición a pagar. Estos ítems se construyeron en base a una exhaustiva revisión de la literatura de educación superior, y a los estudios que se han desarrollado en el sector de educación superior a distancia. Junto con esto, los constructos que se construyeron, y la relación entre éstos, se sometieron a la revisión y opinión de los 8 expertos en educación superior a distancia. Con esto se llegó al modelo SIBDHE, el cual también es de tipo reflexivo, pero de naturaleza unidimensional (ver Figura 1). En este caso, el modelo propuesto a nivel teórico no se modificó.

Además, como resultado de las entrevistas y *focus groups* se espera que la relación causal sea de signo positivo, tal y como se indica en la literatura existente de calidad de servicio en educación superior tradicional (ver Figura 1).

Figura 1
Relación de modelos DIHESQ y SIBDHE



Fuente: Elaboración propia.

4. Conclusiones

En la presente investigación se busca contribuir a la literatura con la propuesta de modelos de calidad de servicio (DIHESQ) y satisfacción e intención de comportamiento (SIBDHE) en la educación superior a distancia. Las universidades en educación a distancia necesitan adoptar una estrategia de marketing orientada al cliente (y a las relaciones) y evaluar si los estudiantes satisfacen sus expectativas de servicio.

Esto se debe a la carencia de escalas que midan la calidad de servicio en la educación superior a distancia, aunque existen algunas propuestas como las de Martínez-Argüelles et al. (2010) y Martínez-Argüelles et al. (2013).

En la presente investigación se propone el modelo DIHESQ, que se basa en una exhaustiva revisión de la literatura, y de la aplicación de cuestionarios semiestructurados y el desarrollo de entrevistas en profundidad y *focus groups* a estudiantes, y de la opinión de coordinadores y expertos en el área. Como resultado, el constructo DIHESQ es multidimensional, y está compuesto por ocho dimensiones relacionadas con el profesorado, aspectos administrativos, la plataforma, los materiales y la evaluación.

También se concluye que el modelo SIBDHE es de naturaleza unidimensional, y está compuesto por la satisfacción, retención, lealtad y disposición a pagar. El modelo SIBDHE propone que la satisfacción del alumnado influye positivamente su intención de comportamiento de retención, lealtad y disposición a pagar. Además, se propone una relación positiva entre DIHESQ y la satisfacción de los estudiantes.

El estudio realizado presenta ciertas limitaciones, como el hecho de que las universidades presentan diferencias en los modelos de gestión y enseñanza, y los elementos considerados como relevantes por los estudiantes están relacionados con el nivel de madurez del mercado de educación superior en que participan. La futura investigación se centra en la validación psicométrica de las escalas DIHESQ y SIBDHE.

Referencias bibliográficas

Araya-Castillo, L. (2015). Dinámica competitiva en las universidades en Chile y la necesidad de potenciar el mercado de la educación a distancia. *Aposta: Revista de Ciencias Sociales*, 64, 7-30.

- Araya-Castillo, L., Yáñez-Jara, V., Rivera-Flores, Y., & Barrientos, N. (2018). Grupos estratégicos en educación superior: mercado universitario de Chile. *Entramado*, 14(2), 74-94.
- Batool, S., Nadeem, A., & Asif, M. (2018). Managing Higher Education Quality Enhancement in Pakistan through Communication Skill to achieve International Opportunities. *Journal of Managerial Sciences*, 12(1), 37-48.
- Bayraktaroglu, G., & Atrek, B. (2010). Testing the Superiority and Dimensionality of SERVQUAL vs. SERVPERF in Higher Education. *The Quality Management Journal*, 17(1), 47-59.
- Bersin, J. (2004). *The blended learning book: Best practices, proven methodologies and lessons learned*. Estados Unidos: Wiley & Sons.
- Bitner, M. (1990). Evaluating service encounters: The effects of physical surroundings and employee responses. *The Journal of Marketing*, 69-82.
- Bollinger, D.U., & Martindale, T. (2004). Key factors for determining student satisfaction in online courses. *International Journal on E-Learning*, 3(1), 61-67.
- Bollinger, D.U., & Wasilik, O. (2009). Factors influencing faculty satisfaction with online teaching and learning in higher education. *Distance Education*, 30(1), 103-111.
- Buil, I., Hernández, B., Sese, F., & Urquizu, P. (2012). Los foros de discusión y sus beneficios en la docencia virtual: recomendaciones para un uso eficiente. *Innovar*, 22(43), 131-143.
- CALED (2011). *Leyes, Normas y Reglamentos que regulan la Educación Superior a Distancia y en Línea en América Latina y el Caribe*. Ecuador, Editorial de la Universidad Técnica Particular de Loja.
- Capelleras, J.L., & Veciana, J.M. (2001). Calidad de Servicio en la Enseñanza Universitaria: Desarrollo y Validación de una Escala de Medida. *Documentos de Trabajo Universidad Autónoma de Barcelona*, 4.
- Capelleras, J.L., & Veciana, J.M. (2004). Calidad de servicio en la enseñanza universitaria: desarrollo y validación de una escala de medida. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 13, 55-72.
- Chen, Q., & Fan, Y. (2018). Research on the Impact of Internet Development on the Quality of China's Higher Education. *Educational Sciences: Theory & Practice*, 18(5), 1531-1539.
- Choudhary, M., & Paharia, P. (2018). Role of leadership in quality education in public and private higher education institutions: a comparative study. *Gyanodaya*, 11(1), 17-24.
- Correia, S., & Miranda, F. (2012). DUAQUAL: calidad percibida por docentes y alumnos en la gestión universitaria. *Cuadernos de Gestión*, 12(1), 107-122.
- Cronin, J., Brady, M., & Hult, G. (2000). Assessing the effect of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioral intentions in service environments. *Journal of Retailing*, 76(2), 193-218.
- Cronin, J., & Taylor, S. (1992). Measuring service quality: a reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 55-68.
- Cubillo-Pinilla, J., Zúñiga, J., Losantos, I., & Sánchez, J. (2009). Factors influencing international students' evaluations of higher education programs. *The Journal of American Academy of Business*, 15(1), 270-278.
- De Wulf, K., & Odekerken-Schrode, G. (2003). Assessing the Impact of a Retailer's Relationship Efforts on Consumer Attitudes and Behavior. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 10, 95-108.
- Delgado-Almonte, M., Bustos, A., & Pedraja-Rejas, L. (2010). Information Technologies in Higher Education: Lessons Learned in Industrial Engineering. *Educational Technology & Society*, 13(4), 140-154.
- Deng, S., & Dart, J. (1994). Measuring Market Orientation: A Multi-Factor, Multi-Item Approach. *Journal of Marketing Management*, 10(8), 725-742.
- Denzin, N.K., & Lincoln, Y.S. (2000). *The Discipline and Practice of Qualitative Research*. Handbook of Qualitative Research. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Douglas, J., McClelland, R., & Davies, J. (2008). The development of a conceptual model of student satisfaction with their experience in higher education. *Journal of Quality Assurance in Education*, 16(1), 19-35.

- Durvasula, S., Lysonski, S., & Madhavi, A.D. (2011). Beyond service attributes: do personal values matter? *Journal of Services Marketing*, 25(1), 33-46.
- Ehlers, U. (2004). Quality in e-learning from a learner's perspective. *European Journal of Open and Distance Learning*, 1, 73-90.
- Gómez-Escalonilla, G., Santin, M., & Mathieu, G. (2011). La educación universitaria online en el Periodismo desde la visión del estudiante. *Comunicar*, 19(37), 73-80.
- Greasley, A., & Bennett, D.J. (2004). A virtual learning environment for operations management: Assessing the student's perspective. *International Journal of Operations and Production Management*, 24(10), 974-993.
- Grow, G. (1991). Teaching Learners to Be Self Direct. *Adult Education Quarterly*, 41(3), 125-149.
- Gruber, T., Fub, S., Voss, R., & Glaser-Zikuda, M. (2010). Examining student satisfaction with higher education services: Using a new measurement tool. *International Journal of Public Sector Management*, 23(2), 105-123.
- Gutiérrez-Martín, A., Palacios-Picos, A., & Torrego-Egido, L. (2010). Tribus digitales en las aulas universitarias. *Comunicar*, 34, 173-181.
- Hota, P., & Sarangi, P. (2019). Quality Revolution of Higher Education: A Study in India. *Srusti Management Review*, XII(I), 49-56.
- Icli, G.E., & Anil, N.K. (2014). The HEDQUAL scale: A new measurement scale of service quality for MBA programs in higher education. *South African Journal of Business Management*, 45(3), 31-43.
- Jain, R., Sahney, S., & Sinha, G. (2013). Developing a Scale to Measure Students Perception of Service Quality in the Indian Context. *The TQM Journal*, 25(3), 276-294.
- Lai, F., Zhang, L., Qu, Q., Hu, X., Shi, Y., Boswell, M., & Rozelle, S. (2015). Teaching the Language of Wider Communication, Minority Students, and Overall Educational Performance: Evidence from a Randomized Experiment in Qinghai Province, China. *Economic Development and Cultural Change*, 63(4), 753-776.
- Larraín, C., & Zurita, S. (2008). The new student loan system in Chile's higher education. *Higher Education*, 55(6), 683-702.
- Lazibat, T., Baković, T., & Dužević, I. (2014). How perceived service quality influences students' satisfaction? Teachers' and students' perspectives. *Total Quality Management & Business Excellence*, 25(7-8), 923-934.
- Malhotra, N. (2004). *Investigación de Mercados* (4ª Edición). México: Pearson Educación.
- Martínez-Argüelles, M.J., Blanco, M., & Castán, J.M. (2013). Las dimensiones de la calidad del servicio percibida en entornos virtuales de formación superior. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC)*, 10(1), 89-106.
- Martínez-Argüelles, M.J., Castán, J., & Juan, A. (2010). How do Students Measure Service Quality in e-Learning? A Case Study Regarding an Internet-Based University. *Electronic Journal of e-Learning*, 8(2), 151-160.
- Marzo-Navarro, M., Pedraja-Iglesias, M., & Rivera, P. (2005). A new management element for universities: satisfaction with the offered courses. *International Journal of Educational Management*, 19(6), 505-526.
- McDougall, G.H., & Levesque, T. (2000). Customer satisfaction with services: putting perceived value into the equation. *Journal of services marketing*, 14(5), 392-410.
- Nunnally, J. (1978). *Psychometric* (2nd Edition). New York, USA: McGraw-Hill.
- O'Neill, M., & Palmer, A. (2003). An exploratory study of the effects of experience on consumer perceptions of the service quality construct. *Managing Service Quality*, 13(3), 187-196.
- Oldfield, B., & Baron, S. (2000). Student Perceptions of Service Quality in a UK University Business and Management Faculty. *Quality Assurance in Education*, 8(2), 85-95.
- Fernández Quesada, I., & De la Fuente García, D. (2005). Aplicación de la técnica del focus group en la detección de áreas de investigación dentro del nuevo campo de la logística inversa. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 11(3), 115-127.
- Robinson, N., & Celuch, K. (2016). Strategic and Bonding Effects of Enhancing the Student Feedback Process. *Journal of Marketing for Higher Education*, 26, 20-40.

- Robles, B. (2011). La entrevista en profundidad: una técnica útil dentro del campo antropológico. *Cuicuilco*, 18(52), 39-49.
- Salmerón-Pérez, H., Rodríguez-Fernández, S., & Gutiérrez-Braojos, C. (2010). Metodologías que optimizan la comunicación en entornos de aprendizaje virtual. *Comunicar*, 34, 163-171.
- Santander, W., Schalk, A., Zavando, S., & Durán, J. (2011). *Leyes, Normas y Reglamentos que regulan la educación superior a distancia y en línea en Chile*. En *Leyes, Normas y Reglamentos que regulan la Educación Superior a Distancia y en Línea en América Latina y el Caribe*, CALED, Ecuador, Universidad Técnica Particular de Loja.
- Senthilkumar, N., & Arulraj, A. (2011). SQM-HEI-determination of service quality measurement of higher education in India. *Journal of Modelling in Management*, 6(1), 60-78.
- Spreng, R.A., & Mackoy, R.D. (1996). An Empirical Examination of a model of perceived service Quality and Satisfaction. *Journal of Retailing*, 72(2), 201-214.
- Sultan, P., & Wong, H.Y. (2011). Service Quality in a Higher Education Context: Antecedents and Dimension. *International Review of Business Research Papers*, 7(2), 11-20.
- Sultan, P., & Wong, H.Y. (2014). An integrated-process model of service quality, institutional brand and behavioural intentions: The case of a University. *Managing Service Quality*, 24(5), 487-521.
- Sumaedi, S., Bakti, I.G.M.Y., & Metasari, N. (2011). The effect of students' perceived service quality and perceived price on student satisfaction. *Management Science and Engineering*, 5(1), 88-97.
- Tan, K., & Kek, S. (2004). Service Quality in Higher Education Using an Enhanced SERVQUAL Approach. *Quality in Higher Education*, 10(1), 17-24.
- Temtime, Z.T., & Mmereki, R.N. (2011). Challenges faced by graduate business education in Southern Africa: Perceptions of MBA participants. *Quality Assurance in Education*, 19(2), 110-129.
- Torres, E., & Araya-Castillo, L. (2010). Construcción de una escala para medir la calidad del servicio de las universidades: Una Aplicación al Contexto Chileno. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, 16(1), 54-67.
- Udo, G.J., Bagchi, K.K., & Kirs, P.J. (2011). Using SERVQUAL to assess the quality of elearning experience. *Computers in Human Behavior*, 27(3), 1272-1283.
- Vnoučková, L., Urbanová, H., & Smolová, H. (2019). Business and Management Higher Education Quality: A Case Study of a Czech Private University. *Periodica Polytechnica Social and Management Sciences*, 27(1), 87-97.
- Voss, R., Gruber, T., & Szmigin, I. (2007). Service quality in higher education: The role of student expectations. *Journal of Business Research*, 60(9), 949-959.
- Yeo, L., & Li, B. (2014). School-based counselling in Singapore. *Journal of Asian Pacific Counselling*, 4(2), 69-79.

1. PhD in Management Sciences, ESADE Business School; Doctor en Ciencias de la Gestión, Universidad Ramon Llull; y Doctor en Empresa, Universidad de Barcelona. Académico, Facultad de Economía y Negocios, Universidad Andrés Bello, Chile. E-mail: luis.araya@unab.cl

2. Doctora en Innovación Empresarial, R+D y Evaluación de la Tecnología, Universidad de Girona. Profesora Agregada, Facultad de Economía y Empresa, Universidad de Barcelona, España. Email: merce.bernardo@ub.edu

Revista ESPACIOS. ISSN 0798 1015
Vol. 40 (Nº 44) Año 2019

[Índice]

[En caso de encontrar algún error en este website favor enviar email a webmaster]

©2019 revistaESPACIOS.com • Derechos Reservados



Esta obra está bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)