

**Satisfacción con los servicios académicos de apoyo de los estudiantes a distancia versus los estudiantes presenciales: Un análisis comparativo**

Torres, Marcos <sup>1, a</sup>

<sup>1</sup> Inter American University of Puerto Rico, Ponce Campus, <sup>a</sup> mtorres@ponce.inter.edu

**Resumen**

Este artículo describe los hallazgos de una investigación institucional que compara la satisfacción estudiantil con los servicios de apoyo académico de estudiantes presenciales (en inglés “face-to-face” o por las siglas F2F) con estudiantes a distancia (en inglés “online” o por las siglas OL) del Recinto de Ponce de la Universidad Interamericana de Puerto Rico (UIPR-Ponce). Particularmente, se comparó el por ciento de satisfacción de los estudiantes con las siguientes categorías de servicios de apoyo académico: Registraduría, Asistencia Económica, Recaudaciones, el Centro de Acceso a la Información (de ahora en adelante la citaremos por las siglas CAI) y los Centros Cibernéticos. Los participantes de ambos grupos eran estudiantes matriculados totalmente en línea o totalmente de forma presencial, no contiene estudiantes que durante el semestre de primavera de 2012 tuvieran cursos por ambas modalidades.

En general, los servicios de apoyo académico que brinda la UIPR-Ponce a los estudiantes presenciales y a distancia son de igual calidad. Particularmente, el CAI y la oficina de Recaudaciones obtuvieron niveles que sobrepasan el 80% de satisfacción, tanto por los estudiantes en línea como por los estudiantes presenciales. Los estudiantes presenciales tienen una mayor satisfacción con la oficina de Registraduría y el Centro de Estudios Cibernéticos que

los estudiantes OL. Por último, estudiantes OL reflejan una mejor satisfacción con la oficina de Asistencia Económica del recinto que los estudiantes presenciales.

### **Identificadores**

“satisfacción de estudiantes a distancia”, “servicios académicos de apoyo“, “online program satisfaction”

### **Introducción**

El Recinto de Ponce de la Universidad Interamericana de Puerto Rico (UIPR-Ponce) se destaca por su desarrollo, tanto en el área de tecnología como en la oferta de cursos y programas completamente a distancia. De hecho, esta unidad ofrece cursos a distancia desde el 1995 y programas completos a nivel subgraduados desde el 2002. Para el otoño de 2012, el recinto tenía una matrícula de 5,497 matriculados en ese semestre, de los que 2,617 tomaron al menos un curso en línea. Esto equivale al 46% de toda la matrícula sub-graduada del Recinto de Ponce para ese semestre. Por otra parte, de la matrícula total del recinto, al menos 1 de cada 4 (26%) estaban matriculados totalmente a distancia (véase Figura 1).

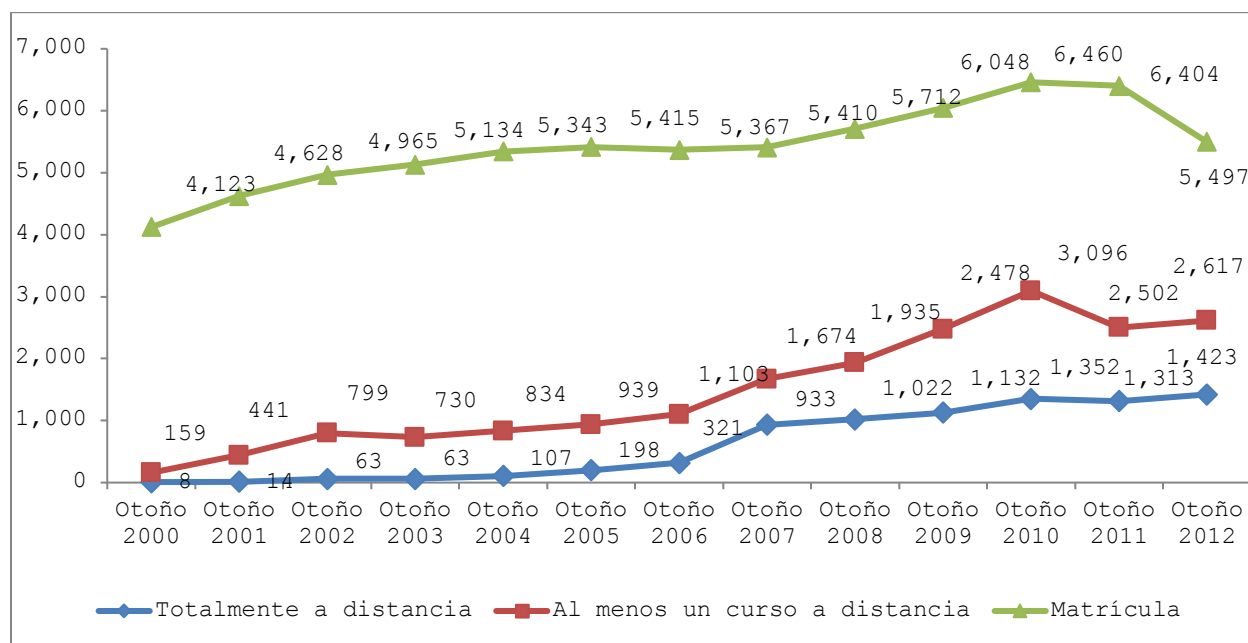


Figura 1: *Matrícula a distancia, combinada y total del Recinto de Ponce del 2000 al 2012*

Fuente: Decanato de Estudios @ Distancia, Informes SWDISTP, SWDRMAT al 7 de septiembre de 2012

Las estadísticas presentadas anteriormente contemplan una porción significativa de estudiantes completamente OL que residen fuera del país. Por ejemplo, datos del otoño de 2009 destacan que de los 1,022 estudiantes matriculados totalmente a distancia en ese término, 526 (51%) residían fuera de Puerto Rico (Universidad Interamericana de Puerto Rico, 2010).

Este crecimiento en la matrícula de estudiantes a distancia ha forzado a las Instituciones de Educación Superior (las que de ahora en adelante citaremos con las siglas IES) a ofrecer nuevos programas curriculares, así como nuevos arreglos administrativos (Meléndez, Castro, Sánchez y Ventaggiato, 2007) para atender a esta creciente población de estudiantes. En el caso de la UIPR-Ponce, los arreglos administrativos incluyeron la creación en 1998 del Decanato Asociado de Estudios a Distancia. También, llevó a que años más tarde se ampliaran los servicios en línea de áreas académicas de apoyo como lo son el Centro de Acceso a la

Información (CAI) y las oficinas de Registraduría, Asistencia Económica, Recaudaciones, oficinas relacionadas a la Gerencia de Matrícula del recinto. Además, en el 2001 se abrió el primer Centro de Estudios Cibernéticos en el centro comercial Plaza del Caribe en Ponce.

Por otra parte, tenemos que las agencias acreditadoras y de licenciamiento como la “Middle States Commission on Higher Education (MSCHE)” y el Consejo de Educación de Puerto Rico (CEPR), requieren evidenciar que los estudiantes a distancia reciban servicios de apoyo académico y administrativo comparables a los que reciben los estudiantes presenciales (MSCHE, 2011). Esto requiere que las instituciones que ofrecen programas a distancia produzcan información confiable que establezca que los servicios académicos de apoyo a los estudiantes a distancia sean de igual calidad que los servicios a los presenciales.

En la UIPR-Ponce los servicios que se ofrecen a los estudiantes presenciales se evalúan generalmente una vez al año. En un año se administra un instrumento desarrollado en el Recinto y en el año siguiente, se administra un instrumento diseñado y administrado para el sistema de la Universidad Interamericana. Sin embargo, previo al 2012 no se habían realizado estudios o investigaciones que auscultaran su satisfacción con los servicios que poco a poco han sido adaptados para atender a esta población universitaria, especialmente para aquellos que residen fuera de Puerto Rico. Para atender esta situación, el investigador construyó un cuestionario para evaluar la satisfacción en cinco áreas de apoyo académico de los estudiantes en línea del recinto. El instrumento desarrollado utiliza la misma escala tipo Likert y varias premisas del cuestionario institucional adaptadas al contexto en línea. Este diseño le permitió al investigador el comparar los hallazgos con los del cuestionario administrado a los estudiantes presenciales.

### **Marco conceptual**

Para el desarrollo del cuestionario se utilizó como marco conceptual el Modelo General de Satisfacción y Lealtad en línea propuesto por Rogers, Negash y Suk (2005). Este modelo establece que la relación entre la percepción sobre la calidad, influye en la satisfacción en línea, lo que a su vez incide en la lealtad de los estudiantes hacia el programa en línea. La Figura 2 muestra la secuencia temporal del modelo donde la percepción de la calidad de los servicios antecede e influencia la satisfacción de los participantes, la que a su vez, incide en la lealtad de los estudiantes con el programa y con la institución.

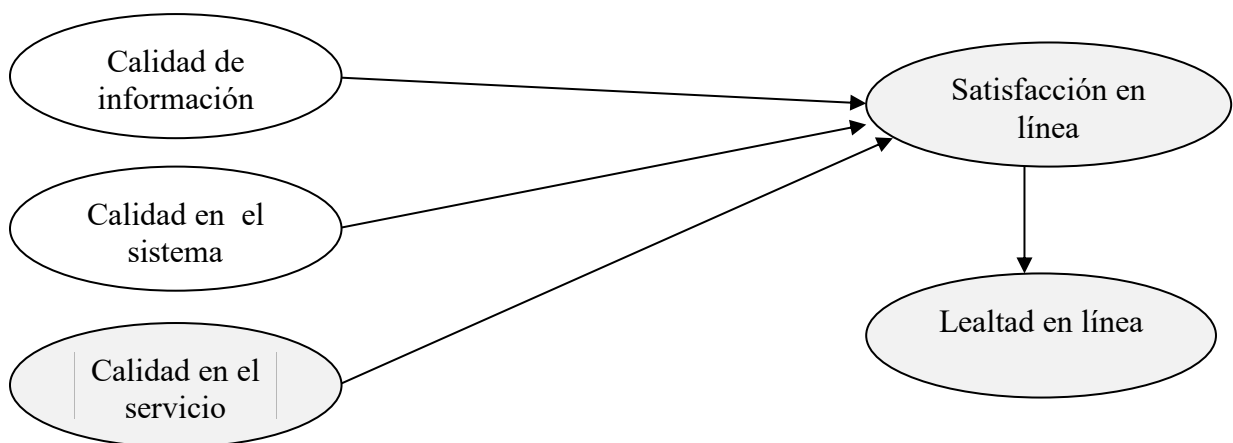


Figura 2: *Modelo General de Satisfacción y Lealtad en línea*

Fuente: Rogers, Negash y Suk (2005).

Según este modelo, la satisfacción general y la lealtad en línea considera tres “construct” relacionados con la calidad: calidad de información, calidad en el sistema y calidad en el servicio. Para diseñar el cuestionario, solo se utilizó el “construct” de percepción sobre la

calidad en el servicio, ya que los otros dos están íntimamente relacionados con el “hosting” de la plataforma educativa que se utiliza para los cursos en línea.

### **Pregunta de investigación**

La siguiente pregunta dirigió la recolección y análisis de los datos recopilados para esta investigación: ¿Cómo compara la satisfacción con los servicios de apoyo académicos de Registraduría, Asistencia Económica, Recaudaciones, Centro de Acceso a la Información y los Centros Cibernéticos de los estudiantes totalmente a distancia y los estudiantes presenciales?

### **Definiciones y variables**

En el diseño de este cuestionario se utilizaron las siguientes definiciones conceptuales y operacionales:

1. **Estudiante a distancia** – estudiante con matrícula totalmente en línea (Online-OL) en uno de los programas a distancia del Recinto de Ponce de la Universidad Interamericana de Puerto Rico. Se presume que estos estudiantes realizan todas sus gestiones administrativas en línea.
2. **Estudiante presencial** – estudiante con matrícula presencial (también conocido como cara a cara, “face-to-face” o F2F, es el que regularmente asiste la sala de clases. No obstante, es posible que algunos de ellos tome uno o varios cursos de su programa por la modalidad a distancia. Se presume que estos estudiantes realizan todas sus gestiones administrativas de forma presencial.
3. **Calidad en el servicio** – Según Rogers, Negash y Suk (2005), la dimensión de calidad de servicio contempla aspectos palpables relacionados con la confiabilidad, conformidad, seguridad y empatía de parte del usuario terminal (end-user). Estos señalan que estudios previos relacionados con la calidad en el servicio están fuertemente relacionados a la

satisfacción en línea. En el modelo propuesto, este concepto es un antecedente de la satisfacción en línea. Operacionalmente se define como la percepción de calidad que tiene los estudiantes sobre los servicios de las oficinas de Registraduría, Asistencia económica, Recaudaciones, el Centro de Acceso a la Información y los Centros Cibernéticos, medido por una escala Likert.

4. **Satisfacción en línea** - se define como la reacción emocional a una experiencia de servicio en línea (Rogers, Negash y Suk, 2005). El modelo sugiere que varias percepciones relacionadas con las dimensiones de calidad influyen la satisfacción en línea. Operacionalmente se define como define como las percepciones del estudiante sobre su rol como estudiante y su satisfacción con los servicios, los cursos y programa a distancia que está tomando medido por una escala Likert.
5. **Servicios académicos de apoyo** - se refiere a todos aquellos servicios de apoyo universitario que la universidad brinda a los estudiantes, sean presenciales o a distancia. Para este estudio se consideraron los servicios que se brindan por cinco áreas u oficinas administrativas. Se brindó atención particular a las áreas de Registraduría, Asistencia Económica, Recaudaciones, así como los servicios de apoyo del Centro de Acceso a la Información (CAI) y los Centros de Estudios Cibernéticos. En estos centros los estudiantes a distancia y presenciales pueden tomar exámenes custodiados, así como realizar otras tareas académicas o administrativas.
6. **EvaluationKIT** – plataforma basada en la web diseñada para ofrecer la evaluación de cursos, así como de otro tipo de cuestionarios. La plataforma está integrada con la plataforma educativa institucional para los cursos a distancia y permite que los estudiantes completen los instrumentos totalmente en línea. El Recinto de Ponce de la Universidad Interamericana de

Puerto Rico utiliza esta plataforma para administrar la evaluación de los cursos presenciales y de los cursos en línea, así como de otros estudios institucionales.

### **Breve revisión de literatura**

Un dicho de la investigación de mercados postula que los clientes que están satisfechos, regresan nuevamente y compran más, le cuentan a otras personas sobre sus experiencias y hasta están dispuestos a pagar un poco más caro para hacer negocios con un proveedor en el que confían (Hague y Hague, s.f.). Indudablemente, el que los clientes regresen es una tarea de mucha importancia, especialmente en época de estrechez económica. Esto es particularmente cierto para las universidades privadas, cuyo presupuesto depende fundamentalmente de la retención de sus estudiantes.

Según Laboy (2010), las universidades tienen características similares a las de un negocio de servicios, razón por la que necesitan desarrollar servicios superiores que les permitan construir sobre estos una ventaja competitiva. Esto sólo puede ser alcanzado si creamos una experiencia única que diferencie los servicios de apoyo de la institución de los de la competencia. Para alcanzar esta ventaja competitiva, las universidades deben considerar a sus estudiantes como clientes a los que deben poder satisfacer. A continuación se describen dos modelos teóricos que se utilizan en la literatura para comparar la calidad del servicio a los clientes y dos estudios en los que se compiló información de la satisfacción de los estudiantes con los servicios académicos de apoyo universitario.

### **Modelos para evaluar el servicio al cliente**



Según Laboy (2010), uno de los modelos más utilizados en la industria de servicios es el SERVQUAL, el cual fue desarrollado en 1985 por Zeithaml, Parasuraman y Berry con el propósito de medir y comparar la percepción de los clientes con la calidad de los servicios en el ambiente de los negocios. Para esto se utilizan 22 reactivos relacionados con la calidad del servicio, los que se distribuyen en cinco dimensiones (confianza, rapidez, confiabilidad, empatía y grado de sensibilidad). Luego se realiza un análisis de brechas o “gap analysis” entre la expectativa y la percepción de los clientes con un servicio en particular. El SERVQUAL se ha utilizado en la industria de servicios y en el contexto universitario, pero su administración puede resultar tediosa ya que requiere administrar los 22 reactivos a cada servicio a ser evaluado.

### ¿Qué debe medirse?

Hague y Hague (s.f.) señalan que la investigación sobre la satisfacción de los clientes debe incluir aquellos asuntos que evidencian cómo la empresa está ejecutando y cómo la misma puede ser mejorada. Esta comprensión se obtiene incluyendo preguntas como:

- “En general, ¿cuán satisfecho está con el producto XYZ?”
- ¿Cuán probable es que compre productos de ABC?
- ¿Cuán probable es que recomiende JKL a un amigo o colega?

Asimismo, destaca que la recolección de información debe incluir atributos y aspectos relacionados con el producto, el proceso de entrega, los servicios que brinda, la empresa y los precios. La Tabla 1 incluye la escala de interpretación sugerida para analizar los hallazgos.

Tabla 1: *Puntaje promedio e interpretación*

Puntaje	Interpretación
---------	----------------

---

Sobre 0.80	Líder del mercado, excelente proveedor
Entre 0.70 y menos de 0.80	Adecuado pero requiere atención
Menores de 0.70	Área de preocupación, la empresa puede perder mercado

---

La figura 3 abunda sobre el nivel de satisfacción y el grado de lealtad del cliente para con la empresa. De la misma se desprende que si una empresa obtiene puntajes menores de 40% de satisfacción, caen en la zona de abandono/deserción. Por otra parte, si alcanza puntajes de satisfacción por encima del 80%, se considera un líder del mercado, lo que la ubica en la zona de lealtad. A mayor sea el puntaje de satisfacción, mayor es la lealtad del cliente para con la empresa.

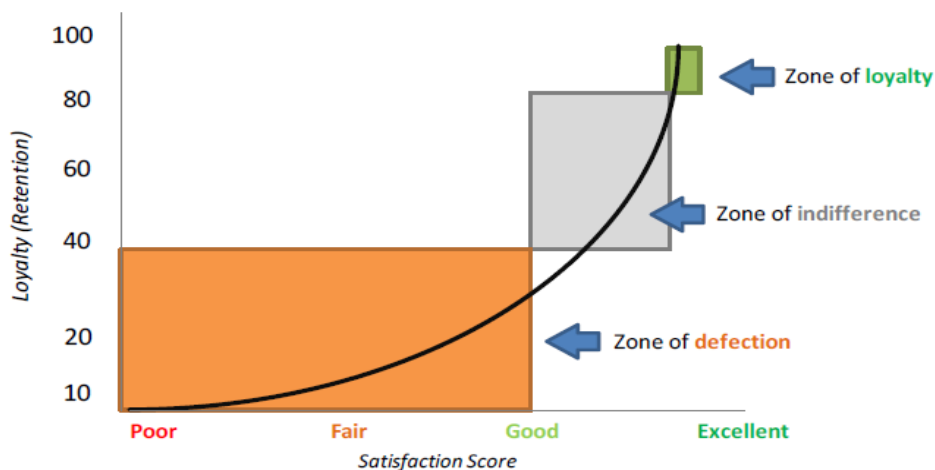


Figura 3: Nivel de satisfacción y su efecto en la lealtad de los clientes

Fuente: JL Heskett, The Service Profit Chain; The Free Press; New York 1997 según citado en Hague y Hague (s.f.)

### **Investigaciones a nivel universitario**

A nivel universitario, Schlough y Dittmann (s.f.) realizaron un estudio para evaluar los factores no académicos que influencia la satisfacción de los estudiantes a distancia de “University of Wisconsin-Stout”. Los investigadores utilizaron una versión modificada del “ACT Student Opinion Survey” que utiliza una escala Likert de 5 puntos (muy satisfecho-muy insatisfecho) para evaluar la satisfacción de los estudiantes a distancia con varios factores no académicos. Entre estos, evaluaron los servicios de las oficinas de Admisiones y Registraduría, así como la programación de la oferta, la disponibilidad de cursos, entre otros. Los estudiantes fueron invitados a participar por medio del correo electrónico y completaron el cuestionario en la plataforma de Blackboard. En el artículo no se indicó el número de estudiantes que completaron el cuestionario. Sin embargo, reportaron que más del 90% de los estudiantes en línea entienden que la institución cumplió con sus necesidades (“met need”) y estaban satisfechos o muy satisfechos ( $Met = S+MS/5$ ) con los servicios no académicos que ofrece la institución.

Laboy (2010), por su parte administró una versión modificada del SERVQUAL a una muestra por disponibilidad de 380 estudiantes de una universidad privada del sur de Puerto Rico. Esta investigación doctoral determinó la brecha entre las expectativas y la percepción de los estudiantes presenciales con relación a los servicios de las oficinas de Admisiones, Registraduría, Asistencia Económica, Consejería Profesional, la Librería y los Asuntos Estudiantiles. En general, se encontró que existe una brecha significativa entre las expectativas y percepciones de los estudiantes para estos servicios. También, se encontró diferencia estadística por género y por edad, especialmente del grupo de estudiantes que tenían 45 años o más.

### **Metodología**

Esta investigación utilizó un diseño cuantitativo no experimental-comparativo. Según McMillan y Schumacher (2007) la intención de los estudios comparativos es averiguar la relación de una variable con otra. A continuación se describen los participantes, los instrumentos que se utilizaron, los procedimientos y el análisis estadístico utilizado para esta investigación.

### **Los participantes**

Los estudiantes son estudiantes presenciales y a distancia que estaban matriculados en la UIPR-Ponce en un programa universitario de nivel subgraduado durante el semestre de primavera de 2012. En general, los estudiantes a distancia son del género femenino, 7 de cada 10 tienen menos de 25 años, la gran mayoría estudia a tiempo completo y la mitad residen fuera de Puerto Rico. Por otra parte, los estudiantes presenciales también son del género femenino, pero son un poco más jóvenes que los estudiantes a distancia, en su mayoría estudian a tiempo completo, la mitad ha tomado al menos un curso a distancia y al momento del estudio, estaban tomando cursos presenciales en el recinto. En el estudio no se incluyeron estudiantes con programas combinados.

Tabla 2: *Perfil de los participantes*

Característica	Estudiantes a distancia	Estudiantes presenciales
----------------	-------------------------	--------------------------

	N=270	N=465
Género Femenino	72%	61%
Menos de 25 años	70%	82%
Estudia a tiempo completo	93%	95%
Departamento de Empresas	34%	26%
Ha tomado cursos en línea	100%	51%
Residente en Puerto Rico	48%	100%

### Descripción de los instrumentos

Para este análisis se utilizaron datos existentes recopilados por medio de dos cuestionarios institucionales. Específicamente, el investigador seleccionó aquellos servicios de apoyo académico para los que ambos instrumentos utilizan reactivos similares con una misma escala Likert. Las oficinas de Registraduría, Asistencia Económica y Recaudaciones adscritas a la Gerencia de Matrícula del recinto, cumplen con este criterio. También, se incluyeron los servicios que brindan el CAI y los Centros de Estudios Cibernéticos. Ambos instrumentos se administraron a dos muestras de estudiantes presenciales y a distancia durante el semestre de primavera de 2012.

El primer instrumento fue el **Cuestionario de satisfacción con los servicios e instalaciones**, el cual se administra cada dos años a una muestra de secciones de estudiantes presenciales del recinto. Este cuestionario tiene 100 ítems y evalúa todos los servicios e instalaciones del recinto usando una escala Likert de 4 puntos: Excelente, Bueno, Regular y Pobre. La satisfacción se calcula sumando las alternativas excelente + bueno entre el número de reactivos ( $\text{Satisfacción} = \frac{(E+B)}{4}$ ). Además, se incluyó la alternativa de No aplica/no usa el

servicio. Para este estudio se seleccionaron los 25 reactivos asociados con las 5 áreas de apoyo académico antes mencionadas, así como algunas variables demográficas comparables. Los 25 reactivos seleccionados obtuvieron un Alfa de Crombach = 0.91. El instrumento se administró de forma presencial usando una hoja de lector óptico durante el semestre de primavera de 2012.

El segundo, es el **Cuestionario sobre la calidad, satisfacción y lealtad con los servicios del Programa de Estudios a Distancia**. Este instrumento contiene 50 reactivos de los que también se seleccionaron los 25 que comparables con las cinco áreas antes mencionadas. Los 25 reactivos de estas cinco áreas obtuvieron un Alfa de Crombach = 0.95. El mismo se administró en línea durante el semestre de primavera de 2012 usando la plataforma en línea de EvaluationKIT.

En resumen, para este trabajo **se utilizaron 25 reactivos de dos instrumentos que acopian la misma información y utilizan la misma escala para las oficinas de Registraduría, Asistencia Económica, Recaudaciones, CAI y los Centros Cibernéticos**. Ambos instrumentos recogen percepción de los estudiantes sobre la rapidez, disponibilidad, atención, orientación y horario de las oficinas antes mencionadas.

### **Procedimientos**

La información para realizar este análisis se obtuvo de archivos de datos institucionales existentes en el recinto. Los dos cuestionarios antes mencionados se administraron durante el segundo semestre del año académico 2012-13. Para poder publicar los hallazgos, se solicitó autorización a la Junta para la Revisión Institucional (JRI) de la Universidad Interamericana. . Una vez se recibió la autorización para publicar los hallazgos (JRI # 12-13-062), el investigador

construyó un archivo en SPSS en el que se combinaron las respuestas de los estudiantes a cada una de las 25 premisas, incluyendo algunos datos demográficos comparables.

### **Análisis estadístico**

Para este estudio se realizaron varias estadísticas descriptivas y de diferencia de promedios. Ambos instrumentos utilizan una escala Likert con las alternativas Excelente, Bueno, Regular, Pobre y No aplica. Para determinar el nivel de satisfacción se combinó el por ciento de las premisas Excelente + Bueno (E+B). Las respuestas a la alternativa No aplica/no uso el servicio no fueron incluidas en el análisis. Luego se realizó un análisis de estadística descriptiva que incluyó el cómputo de asimetría (skewness) y curtosis con lo que se identificó que todos los reactivos cumplían con los supuestos de normalidad. Finalmente, para identificar si existía diferencia estadística significativa entre los reactivos de ambos grupos, se realizó una prueba U de Mann-Whitney U para muestras independientes. Esta prueba es la versión no paramétrica de la prueba *t* de Student.

### **Hallazgos generales**

En las próximas secciones, el análisis se desglosa por las siguientes áreas o servicios administrativos: Registraduría, Asistencia Económica, Recaudaciones, Centro de Acceso a la Información y los Centros Cibernéticos. La pregunta general de investigación planteaba lo siguiente: *¿Cómo compara la satisfacción con los servicios de apoyo académicos de Registraduría, Asistencia Económica, Recaudaciones, Centro de Acceso a la Información y los Centros Cibernéticos de los estudiantes a distancia y los estudiantes presenciales?*

Para este análisis, se compararon los resultados en cinco áreas para las que habían reactivos comunes o similares. Las primeras tres oficinas corresponden a los servicios a distancia que brinda la Gerencia de Matrícula del Recinto. Como se mencionó en la sección de

metodología, cada una de las premisas de estas categorías utiliza una escala Likert de cuatro alternativas u opciones: Excelente, Bueno, Regular y Pobre. El por ciento de satisfacción se calcula combinando los porcentajes de las alternativas Excelente y Bueno (E+B).

La oficina de Registraduría fue la primera para la que se compararon los datos de ambos cuestionarios. En promedio, se encontró que los estudiantes presenciales tienen una mejor satisfacción que los estudiantes a distancia con los servicios que brinda esta oficina. Los estudiantes a distancia reflejan un menor grado de satisfacción con las premisas de disponibilidad, rapidez y orientación que reciben del personal de esta oficina. Asimismo, se encontró diferencia estadística significativa ( $p < 0.05$ ) en los reactivos de Atención del personal, Disponibilidad y Rapidez con la que el personal de estas oficinas atiende a los estudiantes (véase Figura 4).

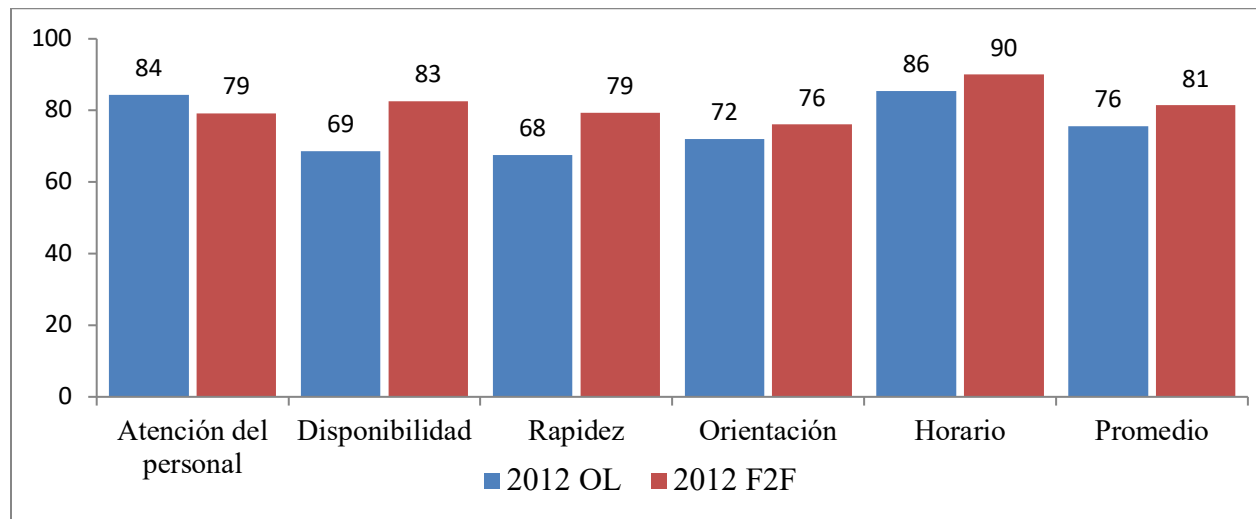


Figura 4: *Satisfacción con la oficina de Registraduría*

Por su parte, la oficina de Asistencia Económica refleja una historia diferente entre los estudiantes presenciales y los estudiantes a distancia (véase Figura 5). De hecho, se encontró que los estudiantes presenciales tuvieron un puntaje menor de 70%, criterio mínimo de calidad



establecido institucionalmente para los estudios de satisfacción. También, se encontró que había diferencia estadística significativa entre los reactivos relacionados con la disponibilidad, la rapidez y la orientación que reciben por parte del personal de esa oficina.

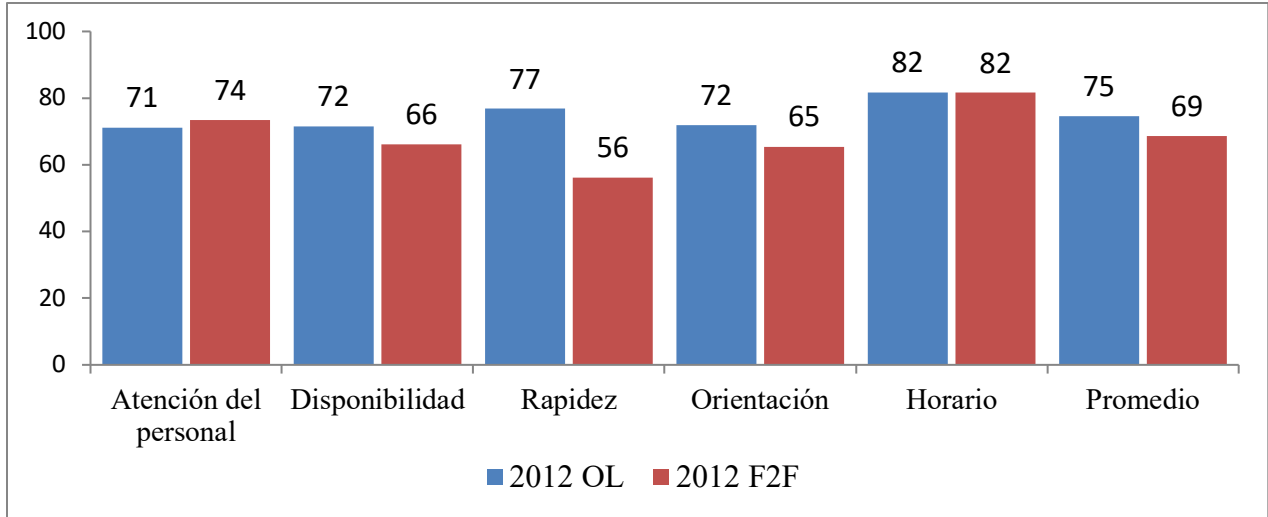


Figura 5: *Satisfacción con la oficina de Asistencia Económica*

Por otra parte, la oficina de Recaudaciones refleja niveles casi idénticos para los estudiantes presenciales como para los estudiantes a distancia. En promedio, obtuvieron sobre 80% de satisfacción general (véase Figura 6). No se encontró diferencia estadística significativa entre los reactivos de esta categoría para ambos grupos de estudiantes.

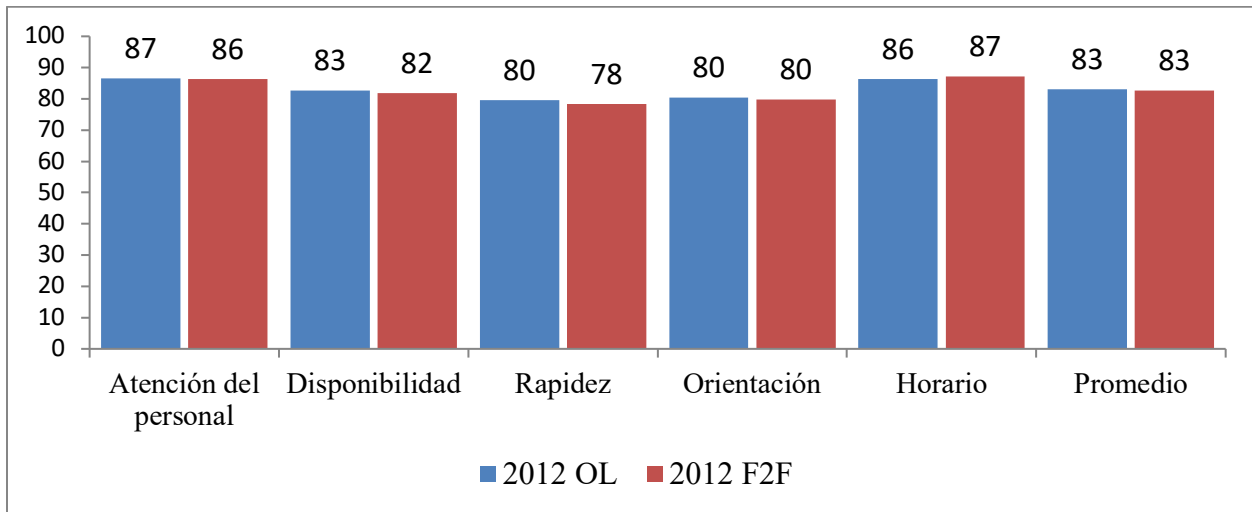


Figura 6: *Satisfacción con la oficina de Recaudaciones*

La Figura 7 presenta los datos del Centro de Acceso a la Información. Estos revelaron niveles de satisfacción muy similares entre los estudiantes presenciales y a distancia. Tampoco se encontró diferencia estadística significativa entre los reactivos de esta categoría.

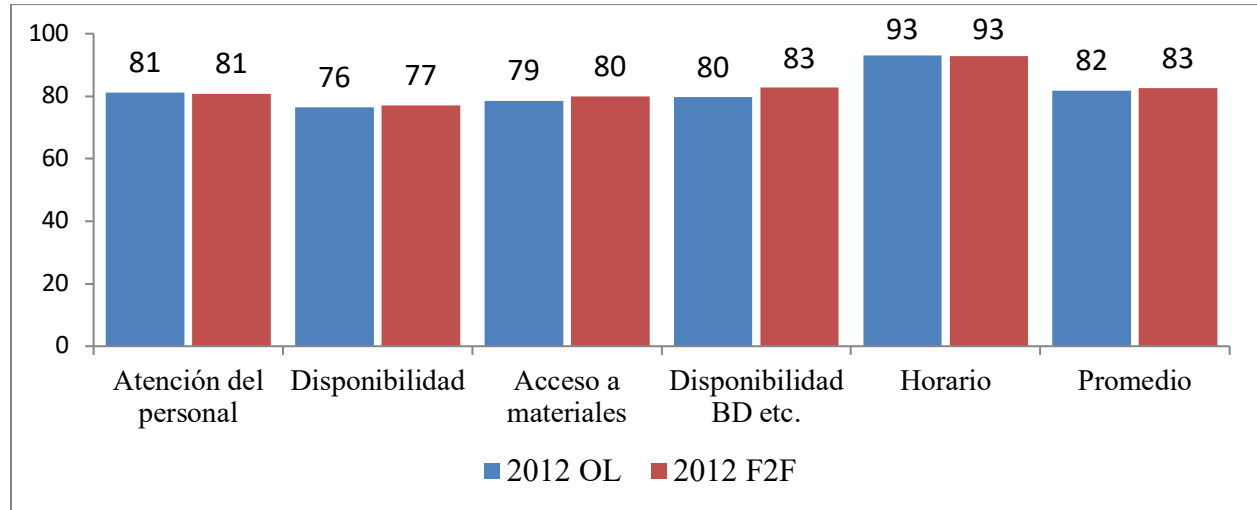


Figura 7: *Satisfacción con el Centro de Acceso a la Información*

Los Centros Cibernéticos obtuvieron un nivel de satisfacción levemente superior de los estudiantes presenciales que de los estudiantes en línea (véase Figura 8). Consistentemente, la diferencia entre todas las premisas fluctuó entre los 3 a 4 puntos porcentuales. Tampoco se encontró diferencia estadística significativa ( $p < 0.05$ ) entre los cinco reactivos de esta categoría.

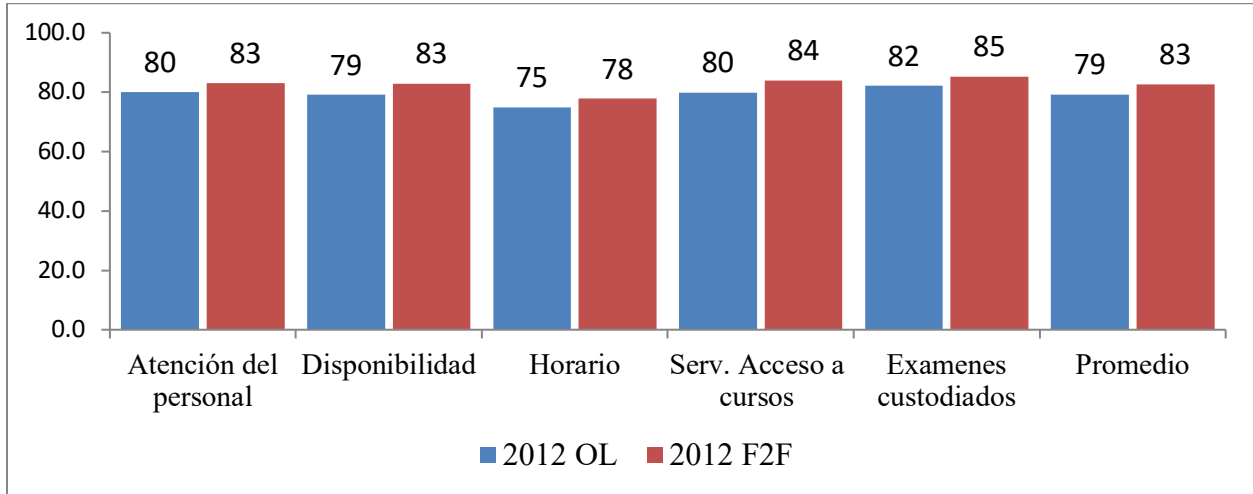


Figura 8: *Satisfacción con los Centros Cibernéticos*

Por último, el promedio ponderado para cada una de las áreas y oficinas analizadas en este estudio (véase Figura 9). En general, el nivel de satisfacción para ambos grupos es casi bastante similar.

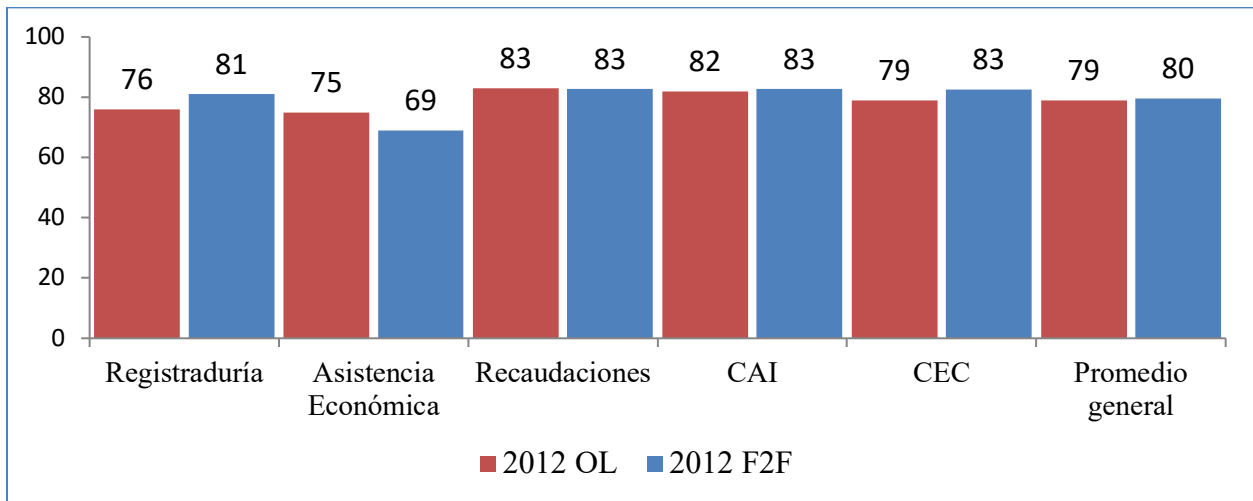


Figura 9: *Resumen general de los servicios académicos de apoyo*

### Discusión, análisis y conclusiones

En general, con la excepción de la oficina de Asistencia Económica, las otras cuatro oficinas y servicios participantes del estudio, sobrepasaron el parámetro institucional mínimo de

70%. Entre estas, se destacan la oficina de Recaudaciones y el CAI, que alcanzaron puntajes superiores al 80% de satisfacción tanto por los estudiantes presenciales como por los estudiantes a distancia. Esencialmente, el nivel de satisfacción para ambas oficinas alcanzó el nivel mínimo de lealtad establecido por Hague y Hague (s.f.). En cuanto a las oficinas de Registraduría y los Centros de Estudios Cibernéticos, la satisfacción en cada reactivo varía de 3-5 puntos porcentuales a favor de los estudiantes presenciales. Esto coloca el puntaje de satisfacción de los estudiantes a distancia con estas dos oficinas en el nivel de indiferencia. Hague y Hague (s.f) interpretan estos resultados como adecuados, pero señalan que todavía requieren de cierto grado de atención o monitoreo.

Por otra parte, los hallazgos para la oficina de Asistencia Económica son mixtos. Se observa un nivel de satisfacción moderado de los estudiantes a distancia. Sin embargo, los estudiantes presenciales otorgaron un puntaje menor de 70% a los servicios de esta oficina. La disponibilidad, la rapidez y la orientación del personal para con los estudiantes presenciales son los aspectos con un menor índice de satisfacción (véase Figura 5), lo que coincide con los estudios de Laboy (2010) y Schlough y Dittmann (s.f.). Debe investigarse si los cambios ocurridos en el 2011 en la reglamentación federal de Título IV inciden sobre la percepción de los estudiantes presenciales con esta oficina. Finalmente, para este trabajo se presentan las siguientes conclusiones:

- **Existen niveles de satisfacción comparables y cercanos al nivel de lealtad entre los estudiantes a distancia y los estudiantes presenciales.** Esto se confirma para cuatro de las cinco áreas que fueron evaluadas en este estudio.

- **La oficina de Recaudaciones y el CAI son las áreas el mayor grado de satisfacción para ambos grupos.** Ambas áreas u oficinas alcanzaron más de 80%, puntaje mínimo para calificarse al nivel de lealtad (Hague y Hague (s.f.)). Por otra parte, los hallazgos para los Centros Cibernéticos y la oficina de Registraduría son mixtos. Los estudiantes presenciales tienen una mejor satisfacción con este servicio que los estudiantes a distancia, lo que las coloca en zona de indiferencia.
- **La oficina de Asistencia Económica obtuvo la menor satisfacción en ambos grupos.** Los estudiantes a distancia niveles moderados de satisfacción con los procesos de esta oficina. Por el contrario, la satisfacción de los estudiantes presenciales con la disponibilidad, la rapidez y la orientación del personal de esta oficina es el más bajo de las cinco áreas u oficinas. Esta es un área susceptible de mejorar en la que la gerencia del recinto puede tomar acciones correctivas.

A tenor con estas conclusiones se establecen las siguientes recomendaciones:

- Revisar ambos instrumentos (OL & F2F) para incluir áreas y reactivos comparables de otras áreas y servicios del recinto.
- Replicar este estudio en otros años de manera que pueda levantarse una base de información longitudinal que permita establecer, que en un continuo, los estudiantes presenciales y a distancia reciben servicios de apoyo académico de igual calidad.

## Referencias

- Hague, P. & Hague, N (s.f.). Customer Satisfaction Surveys: A white paper. *B2B International*. Recuperado de <http://www.b2binternational.com/library/whitepapers/whitepapers02.php>
- Laboy Vélez, L. (2010). *Applying SERVQUAL to evaluate support services in an academic setting in a private university of Puerto Rico*. Unpublished Doctoral Dissertation. Argosy University/Sarasota. College of Business.

Torres, Marcos  
Satisfacción con los servicios académicos de apoyo de los estudiantes  
a distancia versus los estudiantes presenciales: Un análisis comparativo

McMillan, J.H. y Schumacher, S.(2007). *Investigación educativa*. 5ta ed. Madrid, España:  
Pearson Educación.

Meléndez, J., Castro, A., Sánchez, J., y Ventaggiato, A. (2007). Las nuevas modalidades de estudio y la innovación educativa en Puerto Rico. *Consejo de Educación Superior de Puerto Rico*. Disponible en: <http://www.gobierno.pr/NR/rdonlyres/8E75E45B-BF53-48AC-8A2B-DA97574294C0/0/EstudioNuevasModalidadesdeEstudiosJuanMelendezAlicea.pdf>

Middle States Commission on Higher Education (2011). *Distance Education Programs: Interregional Guidelines for the Evaluation of Distance Education (Online Learning)*. Philadelphia: Author.

Rodgers, W., Negash, S. & Suk, K. (2005). The moderating effect of on-line experience on the antecedents and consequences of on-line satisfaction. *Psychology & Marketing*. 22(4), 313–331.

Schlough, S. & Dittmann, W. (s.f.) *Factors influencing Distance Education students satisfaction other than curriculum quality*. Recuperado de:  
[http://www3.uwstout.edu/faculty/schloughs/upload/factors\\_influencing\\_distance\\_education\\_students.pdf](http://www3.uwstout.edu/faculty/schloughs/upload/factors_influencing_distance_education_students.pdf)

Universidad Interamericana de Puerto Rico (2010). *Informe Anual 2009-10 del Recinto de Ponce*. Autor.