



Universidad Autónoma de Querétaro
Facultad de Contaduría y Administración
Maestría en Administración

EL DESARROLLO DE COMPETENCIAS Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE CASO UTEQ
CARRERA DESARROLLO DE NEGOCIOS

TESIS

Que como parte de los requisitos para obtener el grado de

Maestro en Administración

Presenta:

Patricia Ducoing Rodríguez

Dirigido por:

Alejandra Elizabeth Urbiola Solís

SINODALES

Dra. Alejandra Elizabeth Urbiola Solís
Presidente


Dr. Fernando Barragán Naranjo
Secretario

M. en A. Jorge Toriello Gutiérrez
Vocal


Dra. Clara Escamilla Santana
Suplente


Dra. Mónica Muñoz Cornejo
Suplente

M. en I. Héctor Fernando Valencia Pérez
Director de la Facultad de Contaduría
y Administración

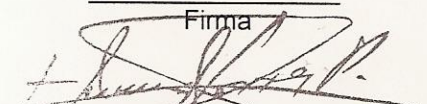

Firma


Firma


Firma


Firma

RUBRÍCA.


Firma

Dr. Irineo Torres Pacheco
Director de Investigación y
Posgrado

Centro Universitario
Querétaro, Qro.
Mayo 2012
México

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo identificar el nivel de satisfacción de los alumnos de la Universidad Tecnológica de Querétaro de la división Desarrollo de Negocios la carrera Técnico Superior Universitario área Mercadotecnia en cuanto al nuevo sistema educativo basado en competencias que fue implementado recientemente, si ha tenido buena o mala aceptación, si ven que realmente funciona y les ayudará a desempeñarse en el ámbito laboral. El motivo para realizar esta investigación es debido a que todas las universidades entraron al Sistema de Desarrollo de Competencias, por lo que es importante también que los alumnos expresen si realmente están satisfechos con este sistema, ya que ellos finalmente son los receptores de dicho proceso y que son la segunda generación con este modelo educativo. La investigación fue de tipo documental y de campo, es un estudio de tipo descriptivo, causal y transversal, donde la población es finita de la generación 2009 – 2011. Este trabajo concluye que solo el 8% está muy satisfecho y otro 40% de los estudiantes están apáticos, lo cual constituye un indicador de que existe un área de oportunidad para fortalecer el proceso de enseñanza aprendizaje e ir reduciendo los rumores y comentarios pueden afectar la imagen de la Institución.

(Palabras clave: Satisfacción del cliente, Desarrollo de Competencias, área de oportunidad)

SUMMARY

The objective of this work is to identify the level of satisfaction of students at the Universidad Tecnológica de Querétaro (technological University of Querétaro), in the Business Development Division of the major in Advanced University Technician, Marketing Area, regarding the new educational system based on competencies that was recently implemented: whether there has been good or poor acceptance and whether they believe it really works and will help them do well in the work environment. The motive behind this research is that all universities entered the Development of Competencies System; for this reason it is important that students express whether they are truly satisfied with this system, since in the end they are the recipients of this process and are the second group involved in this educational model. Research was of the documental and field type. It is a descriptive, causal and transversal type study with a finite population from the 2009-2011 class. This work concludes that only 8% are very satisfied, while 40% of the students are apathetic. This is an indicator that there is an area of opportunity for strengthening the teaching-learning process and for reducing the rumors and comments that can affect the image of the Institution.

(Key words: Client satisfaction, competencies, area of opportunity)

DEDICATORIAS

A mi amado padre que en paz descansa

A mi madre por su amor y ejemplo.

A mis amados hijos por el sacrificio compartido.

A mis hermanas y hermanos que nos queremos mucho.

A mis grandes amigas que siempre me apoyan, las quiero mucho. Romelia, Alejandra, Angélica y Arcelia.

A mis demás amigas que siempre me dan muestras de su afecto, gracias.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a la Universidad Autónoma de Querétaro,
a todos mis Maestros por su dedicación
y apoyo para lograr el cumplimiento de esta meta.

ÍNDICE

	Página
Resumen	i
Summary	ii
Dedicatorias	iii
Agradecimientos	iv
Índice	v
Índice de figuras	viii
Índice de tablas	x
1.INTRODUCCIÓN	1
1.1.Justificación	4
1.2.Planteamiento del problema	4
1.3.Hipótesis	5
2. ACERCAMIENTO TEÓRICO METODOLÓGICO	6
2.1. Concepto de Mercadotecnia	6
2.2.Mercadotecnia de servicios	7
2.3.Concepto de servicio	7
2.4. Características de los servicios	8
2.5. Satisfacción del cliente	10
2.5.1. Concepto de satisfacción del cliente	10
2.5.2. Percepción del cliente	11
2.5.3. La satisfacción y la calidad en el servicio	11

3. DESARROLLO DE COMPETENCIAS	15
3.1. Hacia una definición de Competencias	15
3.2. Origen de las competencias para el sector educativo	16
3.3. Concepto de competencia	19
3.4. Tipología de Competencias	21
3.5. Las Competencias en México	24
4. SISTEMATIZACIÓN DEL ESTUDIO	28
4.1 Metodología de la investigación	28
4.2. Estudio de Caso: Universidad Tecnológica de Querétaro	30
4.2.1 Antecedentes	30
4.2.2. Misión	31
4.2.3. Visión	32
4.2.4. Objetivos Estratégicos	32
4.2.5. Atributos del Modelo Educativo	32
4.2.6. Ejes Académicos	34
4.2.7. Política de Calidad	35
4.2.8. Opciones educativas	36
4.3. Análisis de la Carrera: Desarrollo de Negocios área de MKT	38
4.3.1. Plan de Estudios	38
4.3.2. Competencias Específicas que debe adquirir el estudiante	39
4.3.3. Escenarios de Actuación	39
4.3.4. Ocupaciones profesionales	40
4.4. El rol del Docente de la UTEQ basado en competencias	42

5. RESULTADOS	52
5.1. Análisis de Datos	52
5.1.1. Sección I Datos Generales	52
5.1.2. Sección II Desempeño Docente	56
5.1.3. Sección III Satisfacción del Alumno - Contenido	58
CONCLUSIONES	72
REFERENCIAS	74
APÉNDICE	76

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura		Página
1	Factores de calidad y satisfacción en el servicio	12
2	Características de las Competencias	20
3	Logotipo de la UTEQ	29
4	Instalaciones de la UTEQ	30
5	Modelo de Gestión de Calidad de la UTEQ	35
6	Campus de la UTEQ	36
7	Figura de Género	51
8	Figura de Edad	52
9	Figura de lo Familiar	53
10	Figura Tienen hijos	53
11	Figura Cuatrimestre que cursan	54
12	Figura Entrega de programa	55
13	Figura Objetivos y Discusión	56
14	Figura de Parámetros	57
15	Figura Explicación clara	58
16	Figura Cumplimiento	59
17	Figura de Material didáctico	60
18	Figura Duración del curso	61
19	Figura Evaluaciones Basadas en Desarrollo de C.	62
20	Figura Consolidar Conocimiento	63

21	Figura Aterrizar Conceptos	64
22	Figura Diseñar Estrategias	65
23	Figura Audiovisual	66
24	Figura de Actividades	67
25	Figura de Instalaciones	68
26	Figura Equipo en Clase	69
27	Figura Equipo de Computo	70

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla		Página
1	Definición de Competencia	18
2	Clasificación de las competencias educativas	23
3	Resumen de características de la competencia profesional	26
4	Carreras de Técnico Superior Universitario	35
4	Plan de estudios carrera. Desarrollo de Negocios	37
5	Competencias del Docente	41

1. INTRODUCCIÓN

La globalización es un proceso que ha repercutido en diferentes áreas del conocimiento humano y que no tiene que ver solamente con elementos de tipo económico y político, sino que involucra también aspectos socioculturales que han ido modificando poco a poco diferentes procesos entre los que se encuentran el de la educación.

El proceso de enseñanza-aprendizaje que involucra al proceso de educación, se enfrenta a un entorno globalizado del conocimiento, en donde los alumnos que egresan de algún nivel educativo deben contar con las habilidades y el conocimiento que les permitan desenvolverse en un mundo complejo de manera eficiente y eficaz.

El reto actual para cualquier catedrático va más allá del simple hecho de “transmitir la información”, la modernidad ha obligado al docente contemporáneo a actuar con “calidad” en su proceso de enseñanza-aprendizaje, de ahí que los profesores de vanguardia deban tener muy claro que la actividad docente es una de las más importantes para el desarrollo de un país.

Trasladando el término de calidad manejado en la industria al área docente, es posible determinar que la calidad en el proceso de enseñanza-aprendizaje significa simplemente: “hacer lo que se debe hacer”, para obtener resultados óptimos en el proceso de producción. En el caso de la educación se está hablando de la formación de grupos sociales para la transformación del entorno no sólo en los aspectos económicos sino también en los sociales y culturales. A los objetivos de combate a la pobreza y reducción de las diferencias sociales, se agregan los de poder ofrecer dentro del aula los elementos que permitan a los alumnos el desarrollar competencias para ser competitivos.

“Hacer lo que se debe hacer” resulta ser una frase muy sencilla de escribir pero muy compleja de realizar, ya que se involucran un sinnúmero de

factores controlables y no controlables por el mismo docente, de ahí que un profesor bajo el concepto de calidad deba sistematizar los procesos de enseñanza-aprendizaje acordes con los requerimientos tanto de los propios alumnos, la institución, como del entorno (industria y comunidad), para así generar un ambiente propicio para que el alumno asimile y aplique la información. Ante lo cual un docente que aplica el control de calidad en su proceso enseñanza-aprendizaje es aquel que desarrolla, diseña y crea sesiones de clases acordes con los requerimientos del entorno, optimizando así los recursos con los que cuenta, generando así satisfacción en el alumno ya que éste es el cliente del servicio ofrecido.

De ahí que la gran necesidad de saber también si el alumnado está recibiendo lo que se le ofrece de inicio en la institución o escuela de su elección, es decir, si finalmente está satisfecho con los resultados de sus estudios y además si le han servido en la toma de decisiones para adaptarse ante un mundo en constante evolución, es decir, que esté completamente satisfecho con lo ofrecido en su vida académica.

El saber si el cliente en este caso los alumnos, están satisfechos o no lo están es parte del proceso de calidad, no es una tarea fácil para ninguna universidad. Saber y comprender cuales son las áreas de oportunidad, y así encontrar ventajas competitivas que agregan valor al servicio.

Un cliente satisfecho trae consigo ventajas para cualquier empresa o negocio ya que lo perciben como una empresa donde el servicio es bueno y el producto es de calidad. En el caso de la educación, la relación empresa-cliente es sin duda alguna muy similar a la que se puede encontrar con cualquier producto, de manera que el volver a comprar o recontractar el servicio debe ser el objetivo a lograr por parte de las universidades. Sin embargo, hay que aclarar que dada la estructura del sistema de educación en nuestro país y la demanda del sector productivo, la educación en sí misma deja de tener un aspecto de formación general del estudiante para adquirir un aspecto paramétrico de desarrollo en competencias orientado a lograr ventajas competitivas.

La presente investigación se realiza para saber ¿si el alumnado está satisfecho con el nuevo modelo de estudio basado en competencias en la UTEQ? Para lo cual se llevó a cabo una investigación cuantitativa y descriptiva por medio de una encuesta al total de alumnos que integran la carrera que la cursan en este cuatrimestre septiembre – diciembre del 2011

El estudio contiene tres capítulos donde el primero explica que es la mercadotecnia, mercadotecnia de servicios de la calidad en el servicio y principalmente la satisfacción del cliente, conceptos generales y a grandes rasgos sus principales características e importancia de cada uno.

En el capítulo dos se explica la definición, importancia y tipos de competencias hasta llegar a las competencias en la educación y todo lo que la integra así como el origen de las competencias en México.

Y el caso de estudio en el capítulo tres la Universidad Tecnológica de Querétaro su misión, visión, valores, objetivo, las competencias que ofrece con que van a salir sus egresados de la carrera de Técnico Superior Universitario en Mercadotecnia de la División de Desarrollo de Negocios Donde se toma en específico los cuatrimestres tercero y cuarto que cursan actualmente ya que prácticamente son los pioneros del nuevo modelo educativo y se pretende saber que tan satisfechos están al respecto como clientes que son del servicio ofrecido.

Por último las conclusiones en donde lo que se puede apreciar que solo están satisfechos casi la mitad de ellos, y se nota apatía en la otra mitad lo que quiere decir, que hay un área de oportunidad que hay que abordar de inmediato para que para que el nivel de satisfacción se eleve a través de una capacitación a todos los docentes del área para que transmitan de forma oportuna y adecuada el nuevo modelo para que transmitan confianza al alumnado.

1.1. Justificación

Por más de 10 años, la división económico administrativa ha dado atención a mas de 180 alumnos promedio por cuatrimestre; siendo esta el área con la mayor matrícula en la UTEQ. Si partimos del hecho de que los alumnos son la base que sostiene el sistema educativo de la Universidad, es de vital importancia determinar el grado de satisfacción de los mismos ya que en los últimos dos años la matricula ha caído, repercutiendo así en la reducción de grupos e incremento de la deserción; por lo que las autoridades desean conocer si el nivel de satisfacción en el alumnado de la división área Mercadotecnia es determinante para su continuidad de estudios y sobre todo si el modelo educativo basado en competencias ha sido de impacto en su formación profesional.

El alumnado es la principal publicidad de una universidad (tanto en escuelas públicas como escuelas privadas), ya que de boca en boca los jóvenes se transmiten opiniones, además de los medios electrónicos en red como el Twitter y el Facebook, donde no necesariamente se verifica que la información sea real, pero que si es tomada en cuenta para la toma de decisiones al seleccionar una institución educativa de nivel superior ya que muestra la percepción sobre el servicio y la relación industria, entorno social y Universidad.

La satisfacción de los alumnos en la UTEQ inmersos en el proceso educativo basado en el desarrollo de competencias y la forma en que los profesores transmitan el conocimiento para desarrollar dichas competencias es esencial para lograr la lealtad y retención de alumnos en sus estudios así como la recomendación que éstos hagan de la Universidad, sin dejar atrás el cumplimiento de la Institución con sus fines ante la sociedad.

1.2. Planteamiento del problema

La Universidad Tecnológica de Querétaro fue fundada en septiembre de 1994. Su nacimiento vino a satisfacer la demanda en la región tanto por la industria

(fundamentalmente el sector secundario) como por los grupos de ingreso C100 y C101 en la ciudad de Querétaro. Esta universidad es parte del sistema de universidades tecnológicas que existen en el país desde el año 1994 cuyo objetivo principal es cubrir las necesidades de la población y del sector productivo para de esa manera fortalecer la estructura productiva del país. La Universidad Tecnológica de Querétaro con base a sus lineamientos y academias le resulta de gran valía el conocer la opinión al respecto de su principal cliente, los alumnos ya que ellos son la principal fuente de recomendación ante todos los públicos tanto internos como externos de la Universidad del servicio que están recibiendo con el nuevo modelo y su percepción al respecto ya que últimamente hay quejas y descontento que se ha hecho notar de su parte ante la Dirección de su carrera, esto ha repercutido sobre todo en esta generación que recibe el cambio donde la molestia es notoria en sus actitudes y en su expresar al hablar de sus clases con quien sea, es por ello que hay que preguntarse:

¿Si los alumnos de la carrera de TSU en Mercadotecnia están satisfechos con el nuevo modelo educativo basado en el desarrollo de competencias?

1.3. Hipótesis

H₁ :El uso de herramientas pedagógicas por parte del docente propicia un aprendizaje significativo en desarrollo de competencias en el estudiante que da como resultado la satisfacción del mismo.

- Variable independiente: uso de herramientas pedagógicas por parte del profesor
- Variable dependiente: aprendizaje significativo basado en desarrollo de competencias
- Variable dependiente: satisfacción del cliente

2. ACERCAMIENTO TEÓRICO METODOLÓGICO

En el presente capítulo se define el concepto de mercadotecnia por varios expertos ya que es necesario establecer la mercadotecnia de servicios ya que se relaciona con el tema principal de la tesis.

2.1. Concepto de Mercadotecnia

- Para la American Marketing Association (A.M.A.): "La mercadotecnia es una función de la organización y un conjunto de procesos para crear, comunicar y entregar valor a los clientes, y para manejar las relaciones con estos últimos, de manera que beneficien a toda la organización..." (MarketingPower.com).
- Para Kotler (2006: p.6), autor del libro "Dirección de Mercadotecnia". "La mercadotecnia es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes".
- Para Jerome McCarthy, Premio Trailblazer de la American Marketing Association: "La mercadotecnia es la realización de aquellas actividades que tienen por objeto cumplir las metas de una organización, al anticiparse a los requerimientos del consumidor o cliente y al encauzar un flujo de mercancías aptas a las necesidades y los servicios que el productor presta al consumidor o cliente".
- Para Stanton, Etzel y Walker, autores del libro "Fundamentos del Marketing": "La mercadotecnia es un sistema total de actividades de negocios ideado para planear productos satisfactorios de necesidades, asignarles precios, promover y distribuirlos a los mercados meta, a fin de lograr los objetivos de la organización" (Stanton, Etzel y Walker, 2000, p.6).
- Para John A. Howard, de la Universidad de Columbia: La mercadotecnia es el proceso de:

1. Identificar las necesidades del consumidor.

2. Conceptualizar tales necesidades en función de la capacidad de la empresa para producir.
3. Comunicar dicha conceptualización a quienes tienen la capacidad de toma de decisiones en la empresa.
4. Conceptualizar la producción obtenida en función de las necesidades previamente identificadas del consumidor.
5. Comunicar dicha conceptualización al consumidor.

Para los consultores Al Ries y Jack Trout, autores del libro *La Guerra de la Mercadotecnia*: El término mercadotecnia significa guerra. Ambos consultores, consideran que una empresa debe orientarse al competidor; es decir, *“dedicar mucho más tiempo al análisis de cada participante en el mercado, exponiendo una lista de debilidades y fuerzas competitivas, así como un plan de acción para explotarlas y defenderse de ellas”*. (Al Ries y Jack Trout c. en (Lamb Charles, Hair Joseph y McDaniel Carl, 2002, p.6).

2.2. Mercadotecnia de servicios

El estudio de los servicios es de vital importancia como actividad medular de las empresas del sector terciario de la economía. Ya que de esta forma se puede plantear cualquier empresa su demanda, oferta y control de calidad.

Se establece por la intensificación de la relación entre empresa-consumidor que además de necesitar productos para satisfacer sus necesidades y deseos también necesita de servicios para facilitar su modo de vida. Y de esta necesidad nace lo que llamamos mercadotecnia de servicios.

2.3. Concepto de servicio

Para comprender el concepto es necesario establecer la diferencia entre producto y servicio, donde al producto se le identifica como un bien tangible, palpable y visible.

Y el servicio: es cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra que es esencialmente intangible y que no da como resultado la propiedad de algo (Kotler Philip, Armstrong, Gary 1998).

Los servicios son actividades identificables e intangibles que constituyen el objeto principal de una transacción cuyo fin es satisfacer las necesidades o deseos del cliente.

2.4. Características de los Servicios

Las características fundamentales que diferencian a los servicios de los bienes son cuatro: 1) Intangibilidad, 2) inseparabilidad, 3) heterogeneidad y 4) carácter perecedero según Stanton, Etzel y Walker, 2000, p 570 – 572).

- a) Intangibilidad: Esta característica se refiere a que los servicios no se pueden ver, degustar, tocar, escuchar u oler antes de comprarse, por tanto, tampoco pueden ser almacenados, ni colocados en el escaparate de una tienda para ser adquiridos y llevados por el comprador (como sucede con los bienes o productos físicos). Por ello, esta característica de los servicios es la que genera mayor incertidumbre en los compradores porque no pueden determinar con anticipación y exactitud el grado de satisfacción que tendrán luego de rentar o adquirir un determinado servicio. Por ese motivo, según Philip Kotler, a fin de reducir su incertidumbre, los compradores buscan incidir en la calidad del servicio. Hacen inferencias acerca de la calidad, con base en el lugar, el personal, el equipo, el material de comunicación, los símbolos y el servicio que ven. Por tanto, la tarea del proveedor de servicios es "administrar los indicios", "hacer tangible lo intangible". (Kotler Philip, 2002). Para vender un servicio las empresas pueden emplear cuatro estrategias promocionales que servirán para convencer al consumidor:
- Visualización.- Es la técnica para presentar el servicio en sitios donde puede ser aplicado. Por ejemplo las escuelas presentan las instalaciones físicamente en folletos, revistas o por televisión.

- Asociación.- Se conecta el servicio con un bien, persona o lugar tangible.
 - Representación física.- Utilizar colores o símbolos para representar algún servicio de la compañía.
 - Documentación.- La representación de hechos e informes para darle confiabilidad al servicio.
- b) Inseparabilidad: Los bienes se producen, se venden y luego se consumen. En cambio, los servicios con frecuencia se producen, venden y consumen al mismo tiempo, en otras palabras, su producción y consumo son actividades inseparables (Lamb Charles, Hair Joseph y McDaniel Carl, 2002). Por ejemplo, si una estudiante es una persona necesita o quiere aprender, debe estar ante un profesor o maestro para que le enseñe. Por tanto, la interacción proveedor-cliente es una característica especial de la mercadotecnia de servicios: Tanto el proveedor como el cliente afectan el resultado (Kotler Philip, 2002).
- c) Heterogeneidad: O variabilidad, significa que los servicios tienden a estar menos estandarizados o uniformados que los bienes. (Lamb Charles, Hair Joseph y McDaniel Carl, 2002). Es decir, que cada servicio depende de quién los presta, cuando y donde, debido al factor humano; el cual, participa en la producción y entrega. Por ejemplo, cada servicio que presta un profesor puede variar incluso en un mismo día porque su desempeño depende de ciertos factores, como su salud física, estado de ánimo, el grado de simpatía que tenga hacia el cliente o el grado de cansancio que sienta a determinadas horas del día, el número de clases que imparta el mismo día.

Por estos motivos, para el comprador, ésta condición significa que es difícil pronosticar la calidad antes del consumo (Stanton W., Etzel M. y Walker B., 2004). Para superar esta situación, los proveedores de servicios pueden estandarizar los procesos de sus servicios y

capacitarse o capacitar continuamente a su personal en todo aquello que les permita producir servicios estandarizados de tal manera, que puedan brindar mayor uniformidad, y en consecuencia, generar mayor confiabilidad.

- d) **Carácter Perecedero: O imperdurabilidad.** Se refiere a que los servicios no se pueden conservar, almacenar o guardar en inventario (Lamb Ch., Hair J. y McDaniel C., 2002). Por ejemplo, los minutos u horas en las que un profesor no tiene alumnos, no se pueden almacenar para emplearlos en otro momento, sencillamente se pierden para siempre. Por tanto, la imperdurabilidad no es un problema cuando la demanda de un servicio es constante, pero si la demanda es fluctuante puede causar problemas (Kotler P., 2002). Por ese motivo, el carácter perecedero de los servicios y la dificultad resultante de equilibrar la oferta con la fluctuante demanda plantea retos de promoción, planeación de productos, programación y asignación de precios a los ejecutivos de servicios (Stanton W., Etzel M. y Walker B., 2004).

2.5 Satisfacción del cliente

Para toda empresa lo más importante es el consumidor o cliente, ya que los productos se han llegado a igualar en eficiencia y calidad y con las opciones que existen en el mercado es fácil que en cualquier momento el cliente decida que prefiere otra cosa o a la competencia, es por ello que la plena satisfacción es de vital relevancia para permanecer en el mercado y esto se aplica para cualquier tipo de organización.

2.5.1. Concepto de satisfacción del cliente

Es la evaluación del cliente respecto de si el servicio responde a sus expectativas. Es la respuesta de siedad del cliente. Es un juicio acerca de que un rasgo del servicio en sí mismo proporciona un nivel placentero de recompensa. (De Andrés Ferrando, 2008).

Factores que influyen en la satisfacción del cliente:

- Características del servicio.- Es la evaluación del mismo
- Situación emocional de los clientes.- Relacionada al estado de ánimo, positivo o negativo.
- Equidad.- El cliente se pregunta si el trato recibido está relacionado adecuadamente con el precio pagado por el servicio.

2.5.2. Percepción del cliente

Para hacer el estudio de la satisfacción del cliente es imprescindible conocer cómo es que el cliente percibe el servicio que se ofrece, es decir, lo que valoran es la calidad y su grado de satisfacción recibidos. Toda percepción está relacionada con las expectativas del servicio que tiene el cliente

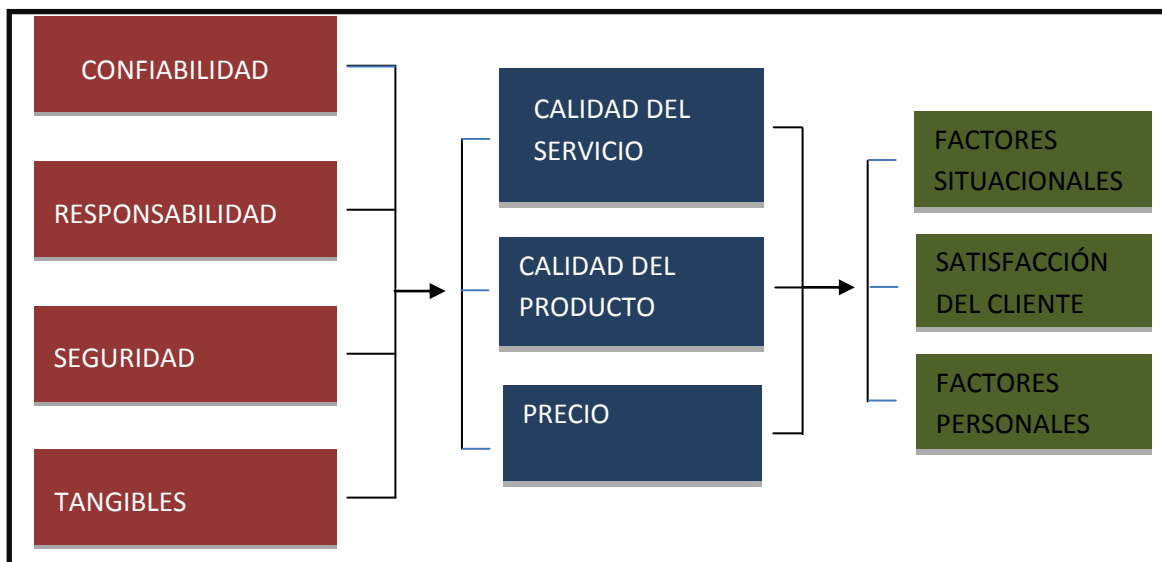
2.5.3. La satisfacción y la calidad en el servicio

Cuando se habla de la satisfacción del cliente es inevitable hablar de la calidad ya que es un componente inherente a lo que el cliente lo relaciona de inmediato con la satisfacción en el más amplio sentido porque la valora desde el trato personal; además de que influye qué es lo que esperan como resultado del servicio, que en la mayoría de los casos son subjetivos.

Otros factores de calidad que influyen en la satisfacción son:

- Confianza.- Capacidad para el desempeño del servicio.
- Responsabilidad.- Disponibilidad de ayuda para realizar el servicio de forma rápida.
- Seguridad.- Conocimiento y cortesía de los empleados.
- Empatía.- Atención personalizada.
- Tangibles.- Apariencia de las instalaciones.

Figura 1. Factores de calidad y satisfacción en el servicio



Fuente: Gerson D.(2008 p. 42)

Otro aspecto de calidad que son llevadas a cabo por algunas empresas son las certificaciones de calidad como el ISO 9001:2000 tienen ciertos requisitos de la norma que demandan la satisfacción del cliente que se muestran a continuación:

En donde se muestran los requisitos de ISO, es responsabilidad de la Dirección tomar ciertas acciones:

- Que la Dirección proporcione la evidencia de su compromiso con el desarrollo e implementación del Sistema de Gestión de la Calidad, así como con la Mejora Continua en su eficacia.
- Comunicando a la Organización la importancia de satisfacer tanto los requisitos del cliente como los legales y reglamentarios.

Enfoque al cliente:

- La Dirección debe asegurarse que los requisitos del cliente se determinan y se cumplen con el propósito de aumentar la satisfacción del cliente.

Para la revisión por la Dirección uno de los elementos de entrada contempla la satisfacción del cliente:

a) Retroalimentación del cliente.

b) La mejora del producto en relación a los requisitos del cliente

En la Gestión de los recursos también se hace referencia a aumentar la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de sus requisitos.

Proveer educación superior de alta calidad ha sido el énfasis de todos los niveles de educación a través de Norte América, Europa, Latinoamérica, Australia, Nueva Zelanda y Asia. Una de las formas en que las instituciones de educación superior pueden alcanzar esta meta es mediante la recolección continua de datos sobre el grado de satisfacción de sus estudiantes. Colegios y universidades alrededor del mundo han utilizado información sobre satisfacción estudiantil para entender, mejorar y cambiar los ambientes de los recintos académicos, para crear ambientes que sean más propicios para el desarrollo del estudiante (Belyukova& Fox, 2002). Los datos de las encuestas sirven a la administración universitaria como guías para tomar decisiones que sirvan en los

procesos de acreditación de programas por las agencias pertinentes (Upcraft & Schuh, 1996). Las organizaciones deben realizar un esfuerzo especial para gestionar los servicios, considerar las interacciones humanas como un instrumento esencial de la calidad de servicio, desarrollar las competencias y aptitudes del personal y motivarlos a mejorar la calidad y alcanzar las expectativas del estudiantado, sin olvidar la importancia de la percepción de este, de la imagen de la cultura y de las prestaciones de la organización de servicios (Cuatrecasas, 1999).

Los estudios de satisfacción del cliente son muy importantes al llevar a cabo cambios organizacionales y ajustes pertinentes. Peter Drucker, en su libro *Las nuevas realidades* (1999), nos señala:

“Que los principales cambios se presentan ante la escuela y la educación, es cierto; es cierto la sociedad del conocimiento los exigirá y las nuevas teorías y tecnologías del aprendizaje los pondrán en marcha. Con que rapidez sucederán, naturalmente, no lo sabemos. Pero podemos predecir con alta seguridad donde ocurrirán en primer lugar y con mayor empuje: en los Estados Unidos. En parte porque los Estados Unidos tienen el sistema educativo más abierto, el más flexible y el menos centralizado y reglamentado. En parte, sin embargo, también porque son los que están menos satisfechos con lo que hoy tienen y tienen buenas razones para ello”. (Peter Drucker, 1999 p.126).

3. DESARROLLO DE COMPETENCIAS

3.1. Hacia una definición de las competencias

El cambio se percibe como parte de la vida, en ocasiones éste no se propicia o induce sino que ocurre en forma natural y paulatina, como el crecer y el morir. La adaptación es la respuesta normal aunque puede presentarse también una resistencia. En cualquier caso, el resultado implica un aprendizaje cotidiano.

Cuando se habla de propiciar el cambio, de volverlo una acción con intención o hacer que el cambio ocurra en forma controlada, se habla de un proceso en el que se requiere de voluntad, de esfuerzo y de dinero, de poder de convencimiento cuando se quiere o debe de involucrar a otras personas y de ser capaz de desarrollar un binomio liderazgo-seguidor (es) efectivo cuando el cambio es realizado por otra persona que tenga un nivel superior jerárquicamente.

El desarrollo de competencias es un tema actual, no solamente porque es la respuesta para lograr mayores estándares de eficiencia, sino también porque implica un proceso de adaptación y cambio en el mundo de la educación. Ahí, es de gran importancia ya que en las universidades se ha implementado este modelo porque ha funcionado, probando que en el proceso se requiere de gran participación de los involucrados en el proceso (profesores, alumnos, padres de familia, autoridades escolares, stakeholders); es por ello que el definir qué se entiende por “competencias” es muy importante ya que el

enfoque que cada organización puede dar al desarrollo de un proceso en particular puede variar.

3.2. Origen de las competencias para el sector educativo

En los años 70's se reconoció la necesidad de hablar sobre una formación basada en competencias. Donde ya no se visualizaba una formación masiva, sino más bien individualizada, orientada a metas con un proceso orientado a conocimientos específicos y en donde el alumno sepa con claridad lo que se espera de él.

El indicador que las empresas poseían en la década del 70, para seleccionar su personal eran los test de inteligencia y exámenes de conocimiento. Este supuesto se basaba en la premisa de que las personas con mayor coeficiente intelectual y con mejores notas tenían mayores probabilidades de tener éxito laboral.

Sin embargo, investigaciones realizadas en Harvard han demostrado que la correlación entre el coeficiente intelectual y el éxito no era tal, sino que existían otros factores que los asociaban, como atributos personales, aptitudes y motivaciones (Mc Clelland 1996).

No se registra posteriormente ningún otro avance o aporte importante hasta que en 1993 la UNESCO plasma en su informe mundial sobre la educación la siguiente afirmación: "Quizás ahora más que nunca comenzaba diciendo la educación es centro de la atención mundial y objeto de consideración crítica. Las filosofías de los valores educativos se hallan en tela

de juicio, la eficacia de los sistemas educativos se pone frecuentemente en entredicho... La educación se enfrenta a la vez con una crisis de fe y con una avalancha de esperanzas y aspiraciones a las que responder en un mundo que busca solución a tantos complejos problemas”.

A partir de entonces se realizó un largo proceso realizado por la UNESCO que comenzó con la realización de Conferencias Regionales sobre Políticas y Estrategias para la Transformación de la Educación superior en América Latina, África, Asia, Europa y los países Árabes, y que culminó en la conferencia Mundial La Educación Superior en el Siglo XXI. Visión y Acción que tuvo lugar en París durante octubre de 1998, misma que tiene un gran valor emblemático, expresado en su precepto: *“Educación para todos a lo largo de toda la vida”*.

Quizá la expresión más acertada que marcó definitivamente las bases de una educación basada en competencias fue y es encontrada en el informe de la UNESCO “La Educación Encierra un Tesoro” (1996), escrita por Jaques Delors.

La educación debe facilitar a todos, lo antes posible el pasaporte que le permitirá comprenderse a sí mismo, entender a los demás y participar así en la obra colectiva y la vida de la sociedad

La educación a lo largo de la vida se basa en cuatro pilares: Aprender a conocer, aprender hacer, aprender a vivir juntos, aprender ser.

Aprender a conocer, combinando una cultura general suficientemente amplia con la posibilidad de profundizar los conocimientos en un pequeño número de materias.

Aprender a hacer, a fin de adquirir no solo una calificación profesional, sino más generalmente, una competencia que capacite al individuo para hacer frente a un gran número de situaciones y a trabajar en equipo.

Aprender a vivir juntos aprovechando la comprensión del otro y percepción de las formas de interdependencia respetando los valores del pluralismo, en condiciones de obrar con creciente capacidad de autonomía, de juicio y de responsabilidad personal.

Mientras los sistemas educativos formales propenden a dar prioridad a la adquisición de conocimientos, en detrimento de otras formas de aprendizaje, importa concebir la educación como un todo.

Con esta concepción se deben buscar nuevas formas educativas, tanto en la elaboración de los programas como en la definición de las nuevas políticas pedagógicas.

A partir de ese momento se buscaron una serie de acciones que atendieran las brechas que existían en el sentido de que las instituciones de educación superior deben de reforzar su cooperación con el mundo de trabajo y el análisis y la previsión de las necesidades de la sociedad.

Por lo tanto, los proyectos educativos o de formación han de centrarse en la elaboración de ambientes pedagógicos y didácticos que favorezcan experiencias de aprendizaje, de manera que los futuros profesionistas adquieran competencias que les permitan integrarse con éxito en el mercado laboral.

3.3. Concepto de competencia

Primero que nada hay que definir de forma clara y precisa el término de competencia hasta situarla en el contexto de la educación. A continuación se exponen algunas de las definiciones de competencia según diferentes autores:

Tabla 1

Definiciones de Competencia.

Autor	Definición
Según la Real Academia de la Lengua Española:	<ul style="list-style-type: none"> • Disputa o Rivalidad, contienda entre dos o más personas sobre algo, oposición o rivalidad entre dos o más que aspiran a obtener la misma cosa. • Competición deportiva • Sentido de pertenencia o incumbencia • Aptitud, pericia idoneidad para hacer algo o intervenir en un asunto determinado.
Según Spencer y Spencer (1993): Según Rodríguez y Feliú (1996):	<ul style="list-style-type: none"> • Es una característica subyacente de un individuo que está casualmente relacionada con un rendimiento efectivo o superior en una situación o trabajo, definido en términos de un criterio. • Conjuntos de conocimientos, habilidades, disposiciones y conductas que posee una persona, que le permiten la realización exitosa de una actividad

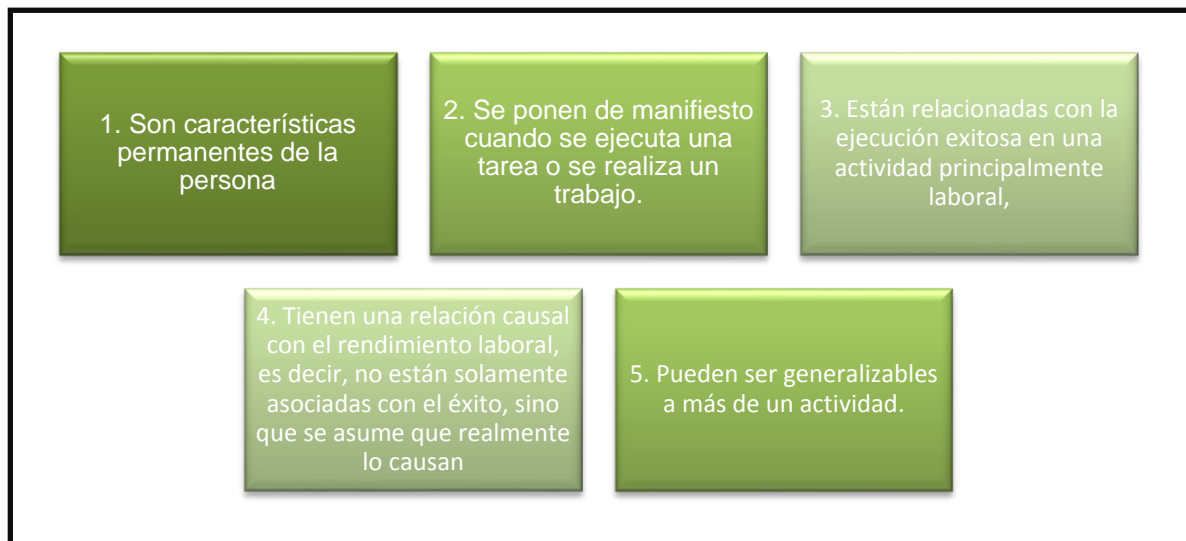
Continuación Tabla 1

Según Ansorena Cao (1996):	<ul style="list-style-type: none"> • Una habilidad o atributo personal de la conducta de un sujeto, que puede definirse como característica de su comportamiento, y, bajo la cual, el comportamiento orientado a la tarea puede clasificarse de forma lógica y fiable.
Según Boyatzis y Woodruffe (1993):	<ul style="list-style-type: none"> • Conjuntos de patrones de conducta que la persona debe llevar a un cargo para rendir eficientemente en sus tareas y funciones.
Según Bazdresch (1998):	<ul style="list-style-type: none"> • La competencia busca adquirir una capacidad, la cual se opone a la calificación cuando está solo orientada a la pericia material, al saber hacer. La competencia combina esa pericia con el comportamiento social. Las competencias no solo se aprenden en la escuela; resultan también del empeño y desempeño del trabajador que por sus cualidades innatas o adquiridas.

Fuente: *Elaboración propia*

Al realizar el análisis de estas definiciones se determina que las competencias tienen las siguientes características:

Figura 2. Características de las competencias.



Fuente: *Elaboración propia.*

3.4. Tipología de Competencias

El número de Competencias "existentes" puede muy amplio. Levy-Leboyer (1996) presenta seis diferentes listas. Ansorena Cao (1996) incluye 50 Competencias conductuales. Woodruffe (1993) plantea nueve competencias genéricas, lo que significa que hay muchas otras específicas. El Diccionario de Competencias de Hay McBer (Spencer y Spencer, 1993) incluye 20 Competencias en su lista básica, ordenadas por conglomerados (Anexo I), y nueve adicionales denominadas Competencias Únicas. Barnhart (1996) incluye 37 competencias básicas en siete categorías.

Existen como diversos tipos de competencias pero para este estudio solo se tomaran las siguientes:

A) Competencias Laborales.- Aparecen primeramente relacionadas con los procesos productivos en las empresas, particularmente en el campo tecnológico, en donde el desarrollo del conocimiento ha sido muy acelerado y se puede definir como la capacidad efectiva para llevar a cabo exitosamente

una actividad laboral plenamente identificada (IBERFOP-OEI en Huerta, Pérez y Castellanos, 2000).

Es la construcción social de aprendizajes significativos y útiles para el desempeño productivo de una situación real de trabajo que se obtiene no solo a través de la instrucción, sino también – y en gran medida – mediante el aprendizaje por experiencia en situaciones concretas de trabajo. (POLFORM / OIT 2000).

Capacidad productiva de un individuo que se define y se mide en términos de desempeño en un determinado contexto laboral donde refleja los conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes necesarias para la realización de un trabajo efectivo y de calidad.

Entonces, puede concluirse que la Competencia Laboral es que a las personas se les debe reconocer que pueden desempeñarse productivamente en una situación de trabajo, y que no sólo dependen de las situaciones de aprendizaje escolar formal, sino también del aprendizaje derivado de la experiencia en situaciones concretas de trabajo.

El modelo de competencia laboral corresponde en esencia a un nuevo paradigma de calificación basado en una forma diferente de organización del trabajo y de gestión de la producción. Su génesis está asociada a la crisis de la noción tradicional de puestos de trabajo y a un cierto modelo de clasificación y relaciones profesionales (SEP, STPS y CONOCER, 1996) efectivo y de calidad.

Por lo mismo, la propuesta se concreta en el establecimiento de las normas de competencia, las cuales se refieren al criterio utilizado para comprobar la preparación de un individuo para un trabajo específico. Las normas de competencia se conciben como una expectativa de desempeño en el lugar de trabajo, referente con el cual es posible comparar un comportamiento

esperado. De este modo, la norma constituye un patrón que permite establecer si un trabajador es competente o no, independientemente de la forma en que la competencia haya sido adquirida.

B) Competencia Profesional.- Normalmente se asocia para la obtención el Título universitario o de posgrado; también se describe como la posesión de habilidades, conocimientos o actitudes para realizar una tarea o desempeñar un papel forma adecuada para lograr un resultado deseado (American College of Occupational and Environmental Medicine, 1998).

Repertorios de comportamientos que algunas personas dominan mejor que otras, lo que las hace eficaces en una situación determinada (Ramírez Paso, 2006).

Idoneidad para realizar una tarea o desempeñar un puesto de trabajo eficazmente, con las requeridas certificaciones para ello (Organización Internacional del Trabajo OIT).

C) Competencia Educativa.- Para fines didácticos se entiende como el conjunto de habilidades y destrezas que remiten en el desarrollo cognitivo de una persona, al despliegue de su inteligencia tanto racional como emocional y que son atributos de las instituciones de educación de cualquier nivel. Existen tres niveles de competencias educativas: las básicas, las específicas y las transversales.

Las competencias básicas son las que se precisan para acceder al mundo de la vida: procesamiento de información, resolución de problemas y redacción y comprensión de textos.

Las competencias específicas son las que se remiten a campos determinados del conocimiento y que por consecuencia están relacionados a la

lógica de dichos campos por ejemplo: Un ingeniero requiere de ciencias exactas, ciencias naturales, ciencias sociales, entre otras. Estas competencias requieren de un alto grado de especialización y son las que les dan las características de cada programa de estudios ya que son propias del perfil requerido en su futura área laboral o campo de trabajo.

Las competencias transversales o genéricas tienen que ver con el modelo de ser de la persona en su relación con los otros y que son las que permiten adaptarse con mayor facilidad a los continuos cambios del mercado laboral y profesional.

Tabla 2

Clasificación de las competencias educativas.

BÁSICAS	GENÉRICAS	ESPECÍFICAS
Esenciales para vivir en sociedad	Comunes a varias profesiones	Propias de una determinada profesión
<ul style="list-style-type: none"> • Interpretativa • Argumentativa • Propositiva 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión de recursos • Trabajo en equipo • Gestión de información • Comprensión sistemática • Resolución de problemas • Planificación del trabajo 	<ul style="list-style-type: none"> • Poseen un alto grado de especificación • Pueden ser obligatorias, optativas y adicionales

Fuente: *Manual para la difusión del Modelo de Educación basado en Competencias. (sept. 2008, p.15).*

Algunas de estas competencias son: Gestión de recursos, trabajo en equipo, Gestión de información, Planificación del trabajo entre otras.

3.5. Las Competencias en México

En México el tema de competencias es reciente. En otras latitudes, el término tiene antecedentes de varias décadas principalmente en países como Estados Unidos, Inglaterra, Alemania y Australia. Las competencias aparecen

primeramente relacionadas a los procesos productivos en las empresas, particularmente en el campo tecnológico, en donde el desarrollo del conocimiento ha sido muy acelerado, por lo mismo se presentó la necesidad de capacitar de manera continua al personal, independientemente del título, diploma o experiencia laboral previos (Huerta, Pérez y Castellanos 2000).

Se ha ido implantando en nuestro país diversas políticas gubernamentales tendientes a impulsar la Educación basada en normas de competencias; este modelo de Educación surgió a partir de un acuerdo combinado entre la Secretaría de Educación Pública (SEP) y la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STYPS) con las consultas a organismos empresariales, sindicales y civiles, aunque siguiendo las directrices técnicas y financieras del Banco Mundial. La política oficial se concreta en 1993 en un proyecto de Educación, Tecnología y Modernización de la capacitación definido por la SEP y la STYPS (1993) con la colaboración de corporaciones de trabajadores y empresarios, se crea el Sistema Normalizado por Competencias Laborales y el Sistema de Certificación Laboral, sistemas derivados del proyecto general de Educación Tecnológica y Modernización de la Capacitación.

A dicho proyecto siguió el establecimiento del Sistema Normalizado de Competencias Laborales (SNCL) en 1995, dos de cuyos enlaces son del Sistema de Certificación de Competencia Laboral (SCCL) y el Sistema Nacional de Capacitación para el trabajo (SNCT).

Ernesto Zedillo, entonces Secretario de Educación Pública y como parte de la Reforma Integral de la Educación establecía que con la reforma del sistema de formación y capacitación se pretende que el país cuente con recursos humanos calificados que demanda la transformación productiva, la innovación tecnológica y la competencia en los mercados globales. En el trayecto se consultaron a los sectores productivos, se elaboraron diagnósticos sobre la situación de la educación tecnológica y la capacitación y se analizaron experiencias

internacionales de sistemas similares; se trataba de una propuesta del Sistema de Educación Tecnológica, la cual es implementada en el CONALEP y en el Instituto Politécnico Nacional (IPN) (Huerta, Pérez y Castellanos, 2000).

A través del Consejo de Normalización y Certificación de Competencia Laboral, (CONOCER) y la Secretaría del Trabajo como instancias coordinadoras, el gobierno federal impulsa el Proyecto de la Modernización de la Educación Técnica y la Capacitación (PMET y C). El PMET y C forman parte de la propuesta que proporciona la SEP a las exigencias de la integración económica global; tomando en cuenta primordialmente la creación de valor, la adquisición y conservación de ventajas competitivas, y el talento humano; se trata de reformar y modernizar los sistemas de capacitación y formación encaminado a crear un Sistema Normalizado y de Certificación de Competencia Laboral.

El modelo de competencia laboral corresponde en esencia a un nuevo paradigma de calificación basado en una forma diferente de organización del trabajo y de gestión de la producción. Su génesis está asociada a la crisis de la noción tradicional de puestos de trabajo y a un cierto modelo de clasificación y relaciones profesionales (SEP, STPS y CONOCER, 1996).

Por lo mismo, la propuesta se concreta en el establecimiento de las normas de competencia, estas son el referente y el criterio para comprobar la preparación de un individuo para un trabajo específico. Las normas de competencia se conciben como una expectativa de desempeño en el lugar de trabajo, referente con el cual es posible comparar un comportamiento esperado. De este modo, la norma constituye un patrón que permite establecer si un trabajador es competente o no, independientemente de la forma en que la competencia haya sido adquirida.

Por lo tanto, la siguiente tabla, se muestran de manera integrada las características del concepto de competencia profesional.

Tabla 3

Resumen de características de la competencia profesional.

Simultaneidad	Interacción simultánea de todos los rasgos enunciados
Acción	Saber actuar en la práctica, no solo en teoría
Contexto	Saber acomodarse al entorno modificando el modo de actuar conforme a las circunstancias
Problemas	Considerar diversas estrategias posibles, imprevistos e incertidumbres
Idoneidad	Existencia de criterios previos claros para evaluar cuándo se es competente y cuándo no

Fuente: *Manual para la difusión del Modelo de Educación basado en Competencias. (sept. 2008, p. 14).*

4. Sistematización del estudio

4.1. Metodología de la investigación

Para la realización de este estudio de investigación se estableció la siguiente metodología e instrumentos de análisis.

Para cuestiones didácticas y de calidad en procesos educativos es necesario captar las exigencias de los alumnos en cuanto a si están recibiendo y desarrollando las competencias que se ofertaron por parte de la UTEQ, por otra parte la de los profesores. si están utilizando las técnicas adecuadas de enseñanza para desarrollar dichas competencias y así poder tener un punto de partida para generar posibles soluciones a estas necesidades.

Por ello, es la importancia de este estudio para identificar las necesidades y expectativas de los alumnos usuarios de la Institución para alcanzar su satisfacción.

A) Para este análisis se requiere lo siguiente:

1. Información primaria

- Observación
- Encuestas

2. Información secundaria

- Documentación sobre las herramientas educativas
- Internet

B) Población a estudiar:

Estudiantes de la división Desarrollo de Negocios de la Universidad Tecnológica de Querétaro que actualmente están en el aula (generación 2009-2011):

- Encuesta para alumnos

C) Diseño de instrumentos de análisis

En cuanto al contraste de opinión tanto de los alumnos que están inmersos en el proceso de enseñanza –aprendizaje, se diseña el siguiente instrumento de análisis, la encuesta (ver anexo). El cual permitirá conocer la opinión de los alumnos y así poder determinar la efectividad del uso de las herramientas educativas que el docente implemento durante el ciclo escolar. Y el nivel de satisfacción de las clases impartidas y además conocer si el alumnado está satisfecho con el servicio recibido con el nuevo modelo educativo.

La encuesta está dividida en secciones, donde la primera es para obtener datos de la población estudiantil, la segunda es para el desempeño docente y la tercera para la satisfacción del alumnado.

Por lo que esta investigación es de tipo concluyente, descriptiva y transversal simple.

4.2. Estudio de caso: Universidad Tecnológica de Querétaro (UTEQ):

Figura 3. Escudo de la UTEQ.



Fuente: Universidad Tecnológica de Querétaro página web (2012).

4.2.1. Antecedentes

La historia de la Universidad Tecnológica de Querétaro (UTEQ) es breve pero enriquecedora, ya que a lo largo de 17 años de trayectoria en nuestra entidad, ésta se ha consolidado como una Institución Educativa de calidad que ofrece una formación profesional, cuyo distintivo es la estrecha relación con el sector productivo. La UTEQ -tras una serie de estudios de factibilidad- comienza sus labores docentes en septiembre de 1994, iniciando la formación de 146 alumnos en las áreas de Administración, Comercialización, Mantenimiento Industrial y Procesos de Producción. Trabajando en aulas prestadas por diversas instituciones de educación superior del estado. El 4 de septiembre de 1994 se inició la construcción de sus propias instalaciones en una extensión de 25 hectáreas ubicadas en la Colonia San Pedrito Peñuelas.

Figura 4. Instalaciones de la UTEQ.



Fuente: Universidad Tecnológica de Querétaro página web (2012).

Actualmente se imparten ocho carreras -a las cuatro primeras se sumaron las de Electrónica y Automatización, Telemática -actualmente Tecnologías de la Información y Comunicación-, Tecnología Ambiental y más recientemente Servicio Posventa: Área Automotriz, todas avaladas por la preparación profesional y curricular del cuerpo docente, en su mayoría con estudios de maestría y doctorado en áreas afines a las materias que imparten y en los atributos del modelo educativo, mismo que incluye actividades culturales y deportivas para la formación integral del estudiantado.

4.2.2. Misión

Ofrecer programas de educación superior, pertinentes y de calidad, en los niveles de Técnico Superior Universitario y Licenciaturas afines, vinculados con el sector productivo y social, para promover la competitividad de los egresados y el desarrollo regional y nacional.

4.2.3. Visión

Ser líder, por la pertinencia y la calidad de los programas educativos que se ofrecen y por el reconocimiento nacional e internacional de nuestra comunidad académica.

4.2.4. Objetivos Estratégicos

1. Impartir programas de educación superior, pertinentes y de calidad, en los niveles de Técnico Superior Universitario y Licenciaturas afines, que cumplan con los atributos del modelo educativo y los ejes académicos establecidos en la planeación estratégica institucional.
2. Vincular al personal académico, alumnos y a la comunidad universitaria, con el entorno económico, público y social, buscando que la tarea educativa, los

servicios y actividades de vinculación, incidan en la pertinencia y en una formación de calidad de nuestros egresados.

3. Gestionar los recursos necesarios para la operación institucional, asegurando la optimización de los mismos y con ello, desempeñar las funciones académicas, de vinculación y de administración de la universidad.

4.2.5. Atributos del Modelo Educativo

Calidad. La calidad en la UTEQ está basada en el macroproceso educativo, en la función de vinculación y en aquellas actividades de soporte necesarias. La calidad entendida como un proceso de evaluación permanente y de mejora continua; de acuerdo a lo establecido en el Sistema de Gestión de la Calidad, en las evaluaciones externas a través de los Comités Interinstitucionales de Evaluación de la Educación Superior (CIEES) y los organismos acreditadores reconocidos por el Consejo para la Acreditación de la Educación Superior (COPAES).

Pertinencia. El perfil del egresado corresponde a las necesidades planteadas por el sector productivo y social, a través de la realización de estudios de factibilidad, Análisis Situacional de Trabajo (AST) y el desarrollo de planes y programas de estudios basados en competencias profesionales. Asimismo, los planes y programas de estudio se actualizan de manera periódica, de acuerdo con las necesidades del entorno y los avances económico, social, ambiental y tecnológico.

Intensidad. Los planes y programas de estudio se imparten en periodos cuatrimestrales, con el propósito de reducir la duración de las carreras y permitir a los jóvenes integrarse en corto plazo al mercado laboral.

Continuidad. El esquema curricular ofrece al estudiante optar por dos salidas profesionales, en seis cuatrimestres obtener el título de Técnico Superior Universitario y en cinco cuatrimestres adicionales, obtener el título de

Ingeniería. En suma, en tres años ocho meses se obtienen dos títulos universitarios.

Polivalencia. La formación que recibe el alumno, le proporciona las competencias profesionales, en seis cuatrimestres obtener el título de Técnico Superior Universitario y en cinco cuatrimestres adicionales, obtener el título de Ingeniería. En suma, en tres años ocho meses se obtienen dos títulos universitarios.. La formación que recibe el alumno, le proporciona las competencias profesionales relacionadas a su área, para trabajar en organizaciones industriales, de servicios, públicas o privadas, así como generar su propia empresa.

Flexibilidad. Se ofrecen opciones que faciliten el acceso a la educación y su continuidad, así como el tránsito de alumnos entre programas educativos e instituciones. Lo anterior sujeto al reconocimiento oficial de los estudios realizados y en apego a la normatividad correspondiente.

Función de vinculación. Realizar la interacción y el intercambio del personal académico, de los alumnos y de la comunidad universitaria con el entorno económico, público y social, a nivel nacional e internacional. Esta función constituye la plataforma desde la cual se busca que la tarea educativa, los servicios y las actividades de vinculación incidan en la pertinencia y en una formación de calidad de nuestros alumnos, en un marco de evaluación, de retroalimentación y de mejora continua.

4.2.6. Ejes Académicos

Planes y programas de estudio por competencias profesionales. Los planes y programas de estudio de cada programa educativo, se diseñan a partir de la realización de un Análisis Situacional de Trabajo (AST). Los conocimientos, habilidades, capacidades, competencias, actitudes y desempeño profesional de los egresados, se diseñan y desarrollan de acuerdo a una metodología propia del subsistema de Universidades Tecnológicas.

Estadías de alumnos en el sector productivo. Los alumnos realizan dos estadías, una en el sexto cuatrimestre de TSU, y la otra en el último cuatrimestre de la Ingeniería, las cuales tienen como propósito desarrollar proyectos de aplicación en el sector productivo, para la obtención del título correspondiente.

Personal académico. Profesores de tiempo completo con grados de maestría y doctorado, experiencia laboral y docente, capacitados en el enfoque de competencias profesionales, para el desarrollo de las funciones de docencia, tutoría, aplicación pertinente del conocimiento y gestión académica; así como profesores de asignatura con experiencia laboral en el sector productivo.

Innovación y desarrollo tecnológico. Fortalecimiento de cuerpos académicos y de las funciones de profesores y alumnos, a partir de proyectos de investigación aplicada, innovación y desarrollo tecnológico que contribuyan a la mejora del sector social y productivo.

Programa integral de tutorías y servicios estudiantiles. Acompañamiento a los alumnos durante su proceso educativo, por un profesor de tiempo completo que realiza la función de tutoría; a partir de la cual se canaliza a los alumnos a diversos servicios estudiantiles tales como: becas, servicio médico, apoyo psicopedagógico, biblioteca, desarrollo humano, entre otros, para coadyuvar al éxito académico de los jóvenes.

Formación integral. Fortalecimiento de la formación integral a través del desarrollo de competencias transversales, relacionadas con formación sociocultural, habilidades directivas, formación en un segundo idioma, así como la realización de actividades culturales y deportivas.

Infraestructura educativa. Laboratorios con equipamiento para la realización de actividades prácticas de acuerdo a los programas educativos que se ofrecen, aulas para la atención de grupos reducidos de 25 a 30 alumnos,

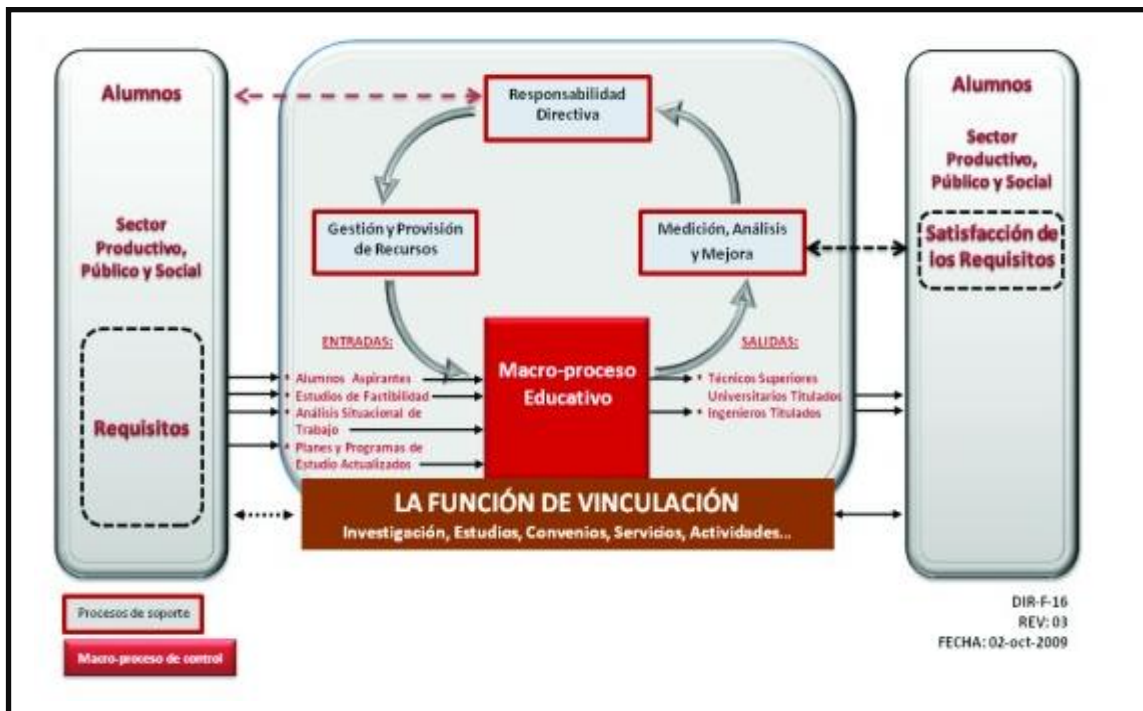
salas audiovisuales, biblioteca, áreas culturales, deportivas y de servicios, así como áreas verdes.

4.2.7. Política de Calidad

En la UTEQ el compromiso de formar profesionistas competitivos mediante el cumplimiento de programas de educación superior, pertinentes y de calidad, en los niveles de Técnico Superior Universitario y Licenciaturas afines, vinculados con el sector productivo y social, mediante el Sistema de Gestión de la Calidad y su mejora continua.

La siguiente figura muestra el proceso de calidad de la Universidad donde el círculo está conformado por: el Macro – Proceso Educativo, Gestión y Provisión de Recursos, la Responsabilidad de los Directivos y finalmente la Medición, Análisis y Mejora.

Figura 5. Modelo de gestión de calidad UTEQ



. Fuente: Universidad Tecnológica de Querétaro página web (2012).

4.2.8. Opciones educativas de la UTEQ

La UTEQ ofrece las carreras de: Técnico Superior Universitario (TSU) e Ingenierías, teniendo las siguientes divisiones:

La división Económico Administrativa, la división industrial, la división ambiental y por último, La división de Automatización e Información. Ofreciendo las siguientes áreas terminales:

Tabla 4

Carreras de Técnico Superior Universitario de la UTEQ

<p>División Económico Administrativa:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Administración área Recursos Humanos -Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia-Desarrollo de Negocios área Posventa Automotriz 	<p>División Industrial:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Mantenimiento área industrial - Procesos industriales área plásticos - Procesos industriales área manufactura
<p>División Ambiental:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Química área Tecnología Ambiental -Energías Renovables Área Energía Solar - Energías Renovables Área Calidad y 	<p>División Tecnologías de Automatización e Información</p> <ul style="list-style-type: none"> -Mecatrónica área Automatización -Tecnologías de la Información área

Ahorro de Energía	Redes y Telecomunicaciones -Tecnologías de la información área Sistemas Informáticos.
-------------------	---

Figura: 6 Campus de la UTEQ



Fuente: Universidad Tecnológica de Querétaro página web (2012).

4.3. Análisis de la carrera Desarrollo de Negocios área Mercadotecnia

Que para fines de este estudio se analiza únicamente la carrera de desarrollo de negocios, área mercadotecnia en competencias profesionales, ya que es una de las dos carreras donde hay más alumnos y por ende es una muestra representativa de la Universidad.

4.3.1. Plan de estudios

A continuación se presenta el plan de asignaturas asignadas a cada cuatrimestre para TSU (Técnico Superior Universitario) de la carrera de Desarrollo de Negocios.

Tabla 5

Plan de estudios. Desarrollo de negocios

1° Cuatrimestre Matemáticas Entorno de la Empresa Administración Informática para Negocios I Fundamentos de Mercadotecnia Formación Sociocultural I Expresión oral y escrita I Inglés I Calidad	2° Cuatrimestre Estadística para Negocios Informática para Negocios II Estudio del Consumidor Compras Presupuestos Gestión de Ventas Inglés II Formación Sociocultural II
3° Cuatrimestre Finanzas Estrategias de Venta Administración de Almacén Integradora I Investigación de Mercados Mercadotecnia Estratégica Comunicación Integral de Mercadotecnia Inglés III	4° Cuatrimestre Plan de Negocios Investigación de Mercados II Mezcla de Mercadotecnia Producción Publicitaria I Comercio Internacional Inglés IV Formación Sociocultural IV

Continuación tabla 5

5° Cuatrimestre Planeación Estratégica de MKT Plan de Exportación Comercio Electrónico Producción Publicitaria II Relaciones Humanas Integradora II Inglés V Expresión oral y escrita II	6° Cuatrimestre Estadía (525 horas)
---	---

Fuente: *Elaboración propia***4.3.2. Competencias Específicas que debe adquirir el estudiante**

1. Administrar el proceso de ventas mediante estrategias, técnicas y herramientas adecuadas, para contribuir al desarrollo de la organización.

2. Administrar el proceso de compras y control de suministros a través de las políticas y procedimientos de la organización y técnicas de control de inventarios y almacenamiento para asegurar su disponibilidad.
3. Diseñar estrategias de mercado identificando oportunidades de negocio, para el fortalecimiento nacional e internacional de las organizaciones.

4.3.3. Escenarios de Actuación

- Empresas públicas y privadas del sector industrial, comercial y de servicio.
- Instituciones y organismos públicos
- Organizaciones no gubernamentales
- Su propia empresa

4.3.4. Ocupaciones profesionales

- Asesor independiente para PyMES.
- Empresario.
- Jefe de departamento, supervisor, coordinador, jefe de oficina o asistente en las áreas de Ventas y Servicio, Mercadotecnia, Promoción y Publicidad, Relaciones Públicas, Administración, Servicio a Clientes, Comercio Internacional, Distribución e Investigación de Mercados.

Las Universidades Tecnológicas se caracterizan por un modelo educativo innovador, dinámico y con un enfoque de atender de manera efectiva y real las demandas de los diversos sectores productivos y de la sociedad en su conjunto.

Por ello, su orientación siempre ha sido el de contar con programas académicos pertinentes y con un alto grado de calidad en su implementación, en el proceso de formación y en el impacto de sus egresados hacia la sociedad.

Donde el desarrollo económico y social del país demanda realizar transformaciones de fondo que atiendan los requerimientos que la actual sociedad del conocimiento requiere. Lo anterior es con base en los intensos

cambios que ahora afronta el sector productivo ya que día con día la velocidad con que se crea el conocimiento es impresionante, por lo que los nuevos egresados deben de estar bien preparados para aplicar los avances tecnológicos de manera eficaz e innovadora.

Tomando en cuenta estas condiciones, en Subsistema de Universidades Tecnológicas (SUT) a través de la Coordinación General de Universidades Tecnológicas (CGUT), desde el año de 2004 visualizó la necesidad de trabajar con un enfoque visionario para incorporar la metodología del desarrollo de los planes de estudios con base en competencias profesionales.

Para ello, se iniciaron diversos trabajos que se pueden resumir de la siguiente manera:

- En el año 2005 se inician los trabajos para desarrollar la metodología de diseño de competencias de la CGUT.
- Para el año 2006 se inicia el diseño de programas educativos por competencias, se identifican las competencias genéricas del SUT y se incluye el Programa de Tutorías.
- En el 2007, se cuenta con un modelo educativo de las UUTT para trabajar con un enfoque de “Familias de Carreras”, se integra dentro de los programas lo que se conoce como “Programa Emprendedor” y se logra la integración de 11 Familias de Carreras y 6 Programas independientes para el SUT.
- En estos momentos se trabaja en el proceso de implantación en las UUTT, y a la par, se trabaja en el desarrollo de un proceso de valuación y en la capacitación docente, para posteriormente general, los Manuales de Trabajo, la adecuación de los procesos de Enseñanza – Aprendizaje – Evaluación, seguimiento a la implementación y la gestión de las familias de carreras a través de Cuerpos Académicos.

Para efectos de este trabajo es necesario comprender de dónde proviene la necesidad de satisfacer al cliente, para ello es necesario conocer un poco de la mercadotecnia ya que es donde se analiza el comportamiento del consumidor

para saber qué es lo que lo motiva a comprar y repetir la compra hasta llegar a ser un cliente leal en su mayoría de los casos de organizaciones que venden productos, o que en su defecto recomiende el servicio que ofrecen las diferentes empresas y lo vuelva a utilizar.

4.4. El rol del docente de la UTEQ basado en competencias

El rol del docente de la UTEQ basado en competencias y el impacto en el alumno

Los docentes son los que tratan directamente con los alumnos, están en la línea de fuego y son los encargados de gestionar el proceso educativo con calidad y provocar el desarrollo de las competencias; por tal motivo deben de innovar los programas, capacitarse constantemente, asegurar los recursos necesarios así como el talento humano requerido, por lo anterior deben poseer las siguientes competencias:

- Facilitar y estimular la construcción del conocimiento
- Planificar
- Estructurar contenidos
- Materiales y tiempo
- Dirigir
- Asesorar
- Animar, y
- Evaluar el trabajo de sus estudiantes.

Claro que esto es lo idóneo, según los estudiosos y si no las posee habrá que trabajar en ello para que las adquiera, y también se pueden comprender mejor con la siguiente tabla donde se detallan estas competencias:

Tabla 6

Competencias del docente.

Competencia	Atributos
1. Organiza su formación continua a lo largo de su trayectoria profesional	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reflexiona e investiga sobre sus propios procesos de construcción del conocimiento. ▪ Incorpora nuevos conocimientos y experiencias al acervo con el que cuenta y los traduce en estrategias de enseñanza y de aprendizaje. ▪ Se evalúa para mejorar su proceso de construcción del conocimiento y adquisición de competencias, y cuenta con una disposición favorable para la evaluación docente. ▪ Se mantiene actualizado en el uso de la tecnología de información y de la comunicación. ▪ Se actualiza en el uso de un segundo idioma.
2. Domina y Estructura los saberes para facilitar experiencias de aprendizaje significativo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Argumenta la naturaleza, los métodos y la consistencia lógica de los saberes que imparte. ▪ Explica la relación de distintos saberes disciplinares con su práctica docente y los procesos de aprendizaje ▪ Valora y explica los vínculos entre conocimientos previamente adquiridos por los estudiantes, los que se desarrollan en su curso y aquellos otros que conforman un plan de estudios.
3. Planifica los procesos de enseñanza y de aprendizaje atendiendo al enfoque por competencias, y los ubica en contextos disciplinares, curriculares y sociales amplios.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identifica los conocimientos previos y necesidades de formación de los estudiantes, y desarrolla estrategias para avanzar a partir de ellas. ▪ Diseña planes de trabajo basados en proyectos e investigaciones disciplinares e interdisciplinarios orientados al desarrollo de competencias. ▪ Diseña y utiliza en el salón de clases materiales apropiados para el desarrollo de competencias. ▪ Contextualiza los contenidos de un plan de estudios en la vida cotidiana de los estudiantes y la realidad social de la comunidad a la que pertenecen.
4. Lleva a la práctica procesos de enseñanza y de aprendizaje atendiendo al enfoque de competencias, de manera efectiva, creativa e innovadora a su contexto institucional.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Comunica ideas y conceptos con claridad en los diferentes ambientes de aprendizaje y ofrece ejemplos pertinentes a la vida de los estudiantes. ▪ Aplica estrategias de aprendizaje y soluciones creativas ante contingencias, teniendo en cuenta las características de su contexto institucional, y utilizando los recursos y materiales disponibles de manera adecuada. ▪ Promueve el desarrollo de los estudiantes mediante el aprendizaje, en el marco de sus aspiraciones, necesidades y posibilidades como individuos y en relación a sus circunstancias socioculturales. ▪ Provee de bibliografía relevante y orienta a los estudiantes en la consulta de fuentes para la investigación. <p>Utiliza la tecnología de la información y la comunicación con una aplicación didáctica y estratégica en distintos ambientes de aprendizaje.</p>

<p>5. Evalúa los procesos de enseñanza y de aprendizaje con un enfoque formativo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Establece criterios y métodos de evaluación del aprendizaje con base en el enfoque de competencias, y los comunica de manera clara a los estudiantes. ▪ Da seguimiento al proceso de aprendizaje y al desarrollo académico de los estudiantes. ▪ Comunica sus observaciones a los estudiantes de manera constructiva y consiente, y sugiere alternativas para su superación. ▪ Fomenta la autoevaluación y la coevaluación entre pares académicos y entre estudiantes para afianzar los procesos de enseñanza y de aprendizaje.
<p>6. Construye ambientes para el aprendizaje autónomo y colaborativo</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fomenta entre los estudiantes la valoración y autoconocimiento de sí mismo. ▪ Promueve el pensamiento crítico, reflexivo y creativo, a partir de los contenidos educativos establecidos, situaciones de actualidad e inquietudes de los estudiantes. ▪ Motiva a los estudiantes y produce expectativas de superación y desarrollo. ▪ Fomenta el gusto por la lectura y por la expresión oral, escrita o artística. ▪ Propicia la utilización de la tecnología de la información y la comunicación por parte de los estudiantes para obtener, procesar e interpretar información, así como para expresar ideas.
<p>7. Contribuye a la generación de un ambiente que facilite el desarrollo sano e integral de los estudiantes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Practica y promueve el respeto a la diversidad de creencias, valores, ideas y prácticas sociales entre sus colegas y entre los estudiantes. ▪ Favorece el dialogo como mecanismo de resolución de conflictos, y en su caso, los canaliza para que reciban atención adecuada. ▪ Estimula la participación d estudiantes en la definición de normas de trabajo y convivencia y las hace cumplir. ▪ Promueve el interés y la participación de los estudiantes con una conciencia cívica, ética y ecológica de la vida. ▪ Alienta a los estudiantes a expresar sus opiniones personales, en un marco de respeto, y las toma en cuenta. ▪ Fomenta actividades complementarias como el deporte, el arte y otras actividades entre los estudiantes. ▪ Facilita la integración armónica de los estudiantes al entorno escolar y favorece el desarrollo de un sentido de pertenencia.
<p>8. Participa en los proyectos de mejora continua de su escuela y apoya la gestión institucional.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Colabora en la construcción de un proyecto de formación integral dirigido a los estudiantes en forma colegiada con otros docentes y directivos de la escuela, así como con el personal de apoyo técnico pedagógico. ▪ Detecta y contribuye a la solución de los problemas de la escuela mediante el esfuerzo común con otros docentes, directivos y miembros de la comunidad. ▪ Promueve y colabora con su comunidad educativa en proyectos de participación social. ▪ Crea y participa en comunidades de aprendizaje para mejorar su práctica educativa.

. Fuente: *Philippe Perrenoud. Diez nuevas Competencias para enseñar. Barcelona: Graó, Biblioteca de aula No. 196,2004.*

Los profesores requieren estar en constante capacitación para mantenerse actualizado y sobre todo poder transmitir correctamente los conocimientos a través de diferentes herramientas y técnicas de aprendizaje que se muestran a continuación:

a) Herramientas didácticas

La razón por la cual se eligieron las herramientas educativas, fue por la sencilla razón que son técnicas de enseñanza-aprendizaje vanguardistas que van de acuerdo a la filosofía y objetivos que establece la Universidad Tecnológica de Querétaro.

b) Programación neurolingüística

John Grinder y Richard Bandler son considerados los padres de la programación neurolingüística (PNL), la cual fue desarrollada a principios de los años 70. Estos dos personajes unieron sus esfuerzos y lograron estandarizar los patrones más comunes de conducta en los seres humanos, proporcionando así una tecnología sistemática sobre cómo lograr la excelencia humana en un periodo breve y conservar este nuevo estado como algo permanente.

Después de innumerables investigaciones Grinder y Bandler denominaron a esta nueva técnica como lo que conocemos hoy en día: "Programación Neurolingüística"; en donde programación se refiere a la manera en como organizamos nuestras ideas y acciones y neurolingüística está orientada a la manera en cómo nos comunicamos con los demás.

Partiendo del hecho que los humanos a lo largo de nuestras vidas estamos expuestos a infinidad de estímulos (visuales, auditivos o sensoriales), los cuales van dando forma a esas percepciones sobre el mundo interior y exterior que nos rodea; construyendo así nuestros propios paradigmas, la PNL

apoya al docente primero a conocerse a si mismo y después a sus alumnos, permitiendo una interacción más amigable y efectiva.

Datos científicos avalan que las reacciones del ser humano están regidas entre un 95% y 99% por el cerebro inconsciente y del 5% al 1% por el cerebro consciente; lo cual quiere decir que la gran mayoría de nuestras respuestas están regidas por nuestro inconsciente. Y esto lo podemos comprobar cuando reaccionamos de la misma manera en situaciones muy parecidas, la explicación lógica es que nuestro cerebro aprende a reaccionar antes ciertas situaciones y este aprendizaje es almacenado en nuestro cerebro inconsciente, el cual se activa nuevamente cuando se presenta una situación igual o similar.

El cerebro humano es una masa que ejercitamos día a día, cada experiencia integra nuestro aprendizaje. La PNL no solo brinda una oportunidad de cambio permanente, sino que también ayuda y enseña a las personas a descubrir la maravilla de seres humanos que son, desean ser y serán.

Los filtros básicos que marca la PNL son los siguientes:

1. Orientación hacia objetos más que hacia problemas: es el descubrir lo que deseamos ser u obtener y trabajar sobre este punto, dejando a un lado los miedos y prejuicios del yo no puedo.
2. Preguntarse ¿Cómo? Y ¿Por qué?: es una manera de reflexionar y convencernos de que eso es lo que deseamos.
3. Interacción frente al fracaso: nosotros mismos frenamos nuestros planes, el fracaso no existe solo existen los resultados.
4. Posibilidades más que necesidades: es el establecimiento de panoramas de acción. Pero siempre como alternativas positivas para el cumplimiento de nuestros planes.

Por otro lado la PNL toma en cuenta que la comunicación humana es compleja dando como resultado que en algunas ocasiones escuchemos las siguientes frases: “yo pensé que tú querías...; o tu dijiste que él dijo y nos dijimos...”; parece trabalenguas pero así es como nos comunicamos los seres

humanos, damos por hecho que la otra persona recibe el mensaje tal como deseamos que lo reciba, pero lo que sucede es que existen otros factores que pueden modificar esa recepción.

c) Habilidades de pensamiento crítico y analítico.

Ariel Félix Campirán, autor del libro, “Habilidades del pensamiento” da a conocer en este capítulo los presupuestos teóricos que sirven de marco conceptual a las habilidades del pensamiento (hp), se enfoca a una propuesta metodológica llamada comprensión ordenada del lenguaje (COL), que sirve para desarrollar hp, las subdivide en tres submodelos:

1. Los niveles de comprensión los subdivide en tres y corresponden a un conjunto de habilidades del pensamiento:
 - Básico (HBP)
 - Analítico (HAP)
 - Crítico (HCP)

Sus criterios son:

- Epistémico, plausibilidad.
 - Lógicos, coherencia y precisión.
 - Científicos. Economía, explicatividad y predictibilidad.
 - Técnicos, eficacia, operatividad y utilidad.
 - Didáctica, orden, claridad y unidad.
2. La estimulación plurisensorial de la inteligencia; se refiere al uso de las diferentes inteligencias que están asociadas con los sentidos directamente y a los sistemas complejos.
 - Inteligencia operante, virtual, etc.
 - Inteligencia propioceptiva.
 - Inteligencia emocional.

3. El orden del pensamiento; ejercicios los cuales permiten al alumno ordenar sus ideas.
- d) La teoría que fundamento al modelo COL se basa en supuestos epistémicos, lógicos y ético-psicológicos.
 1. Presupuestos lógicos son las formas de inferencia del pensamiento, niveles de lenguaje y al concepto de racionalidad, este ultimo ligado a los tres niveles de comprensión; básica, analítica y critica.
 2. Presupuestos ético-psicológicos; dan cuenta de la intencionalidad de los valores y el desarrollo actitudinal (teoría de las competencias).
 3. Presupuestos epistemológicos son los conocimientos en base a la realidad y su relación con el conocimiento adquirido.

Para poder adquirir estas habilidades se deben poseer las siguientes características:

- Planeación del programa
- La justificación
- La evaluación del mismo
- Capacitación del personal académico
- La infraestructura
- El concepto de espacio educativo

e) Los componentes de los programas

Las habilidades de pensamiento pretenden desarrollar y propiciar en el alumno la transformación de sus procesos mentales de aprendizaje y conductuales. Por lo que la comprensión ordenada del lenguaje establece que individuo se involucra en un proceso de generación e integración de habilidades en su vida diaria, las cuales van desde las básicas (observación, descripción. Comparación, relación. Clasificación) hasta llegar a un nivel de concreción dada por el pensamiento analítico y crítico (auto-observación, juicios, inferencias, análisis.

5. RESULTADOS

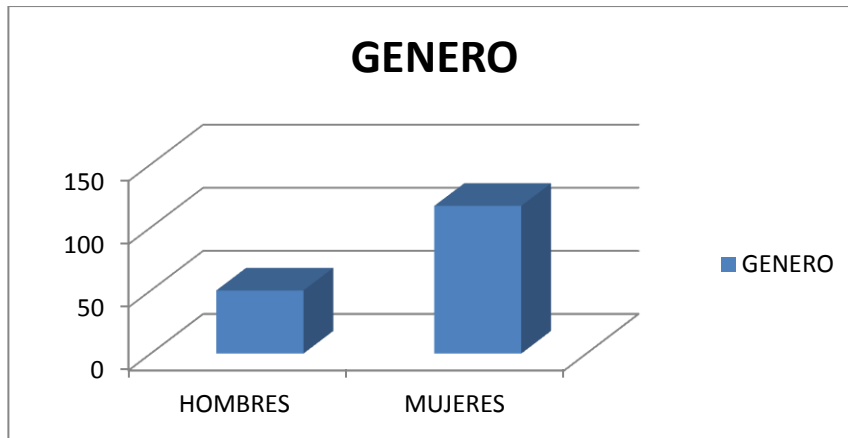
5.1. Análisis de datos

La investigación realizada en la Universidad tecnológica de Querétaro aplicada a finales del cuatrimestre mayo – agosto 2011 mediante el instrumento de encuesta (anexo) a 167 alumnos que esta dividida en secciones donde la I es de datos generales, II de desempeño docente III Satisfacción del alumno de la carrera de Desarrollo de Negocios donde arrojó los siguientes resultados:

5.1.1. Sección de datos generales

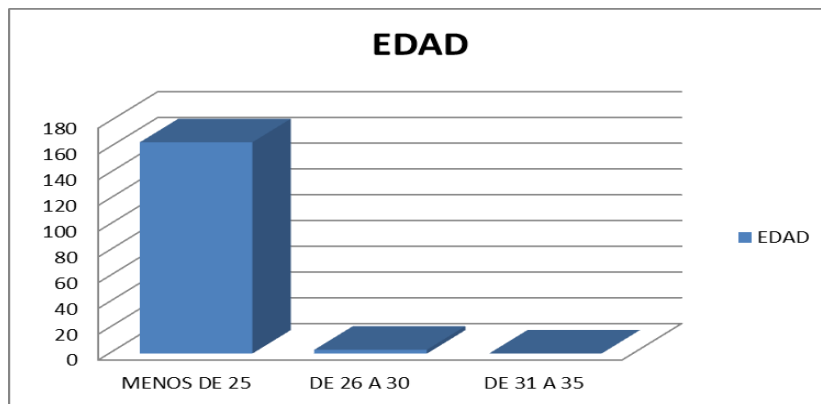
A continuación se presentan los resultados de la primera sección de la encuesta.

Figura 7. Resultados de género.



Fuente: Elaboración propia

Figura 8. Resultados de edad.

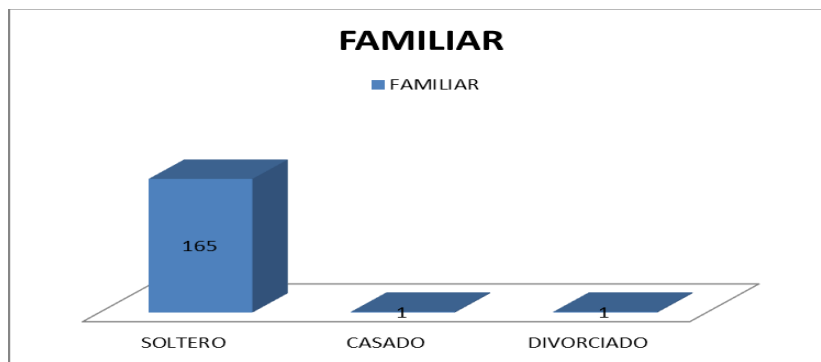


Fuente: Elaboración propia

De los 167 encuestados en la Universidad Tecnológica de Querétaro del área de desarrollo de negocios, la población se distribuye de la siguiente manera: en

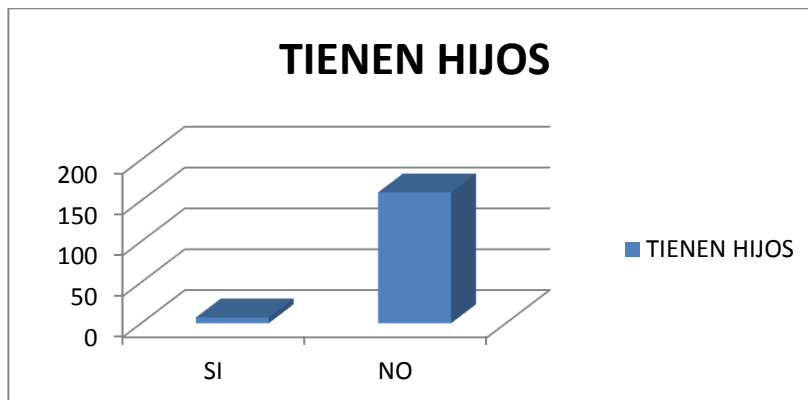
la figura 7 muestra que 50 son hombres y 117 mujeres. Lo cual pone de manifiesto el incremento en la participación de las mujeres en áreas educativas y productivas de la región. Y la figura 8 nos muestra la edad de los participantes oscila entre los 18 y los 25 años de edad en su mayoría y tan sólo tres personas se encuentran en el rango de edad de los 26 a 30 años, siendo ésta una población joven que continúa sus estudios universitarios una vez que concluye el bachillerato

Figura 9. Familiar.



Fuente: Elaboración propia

Figura 10. Tienen hijos.

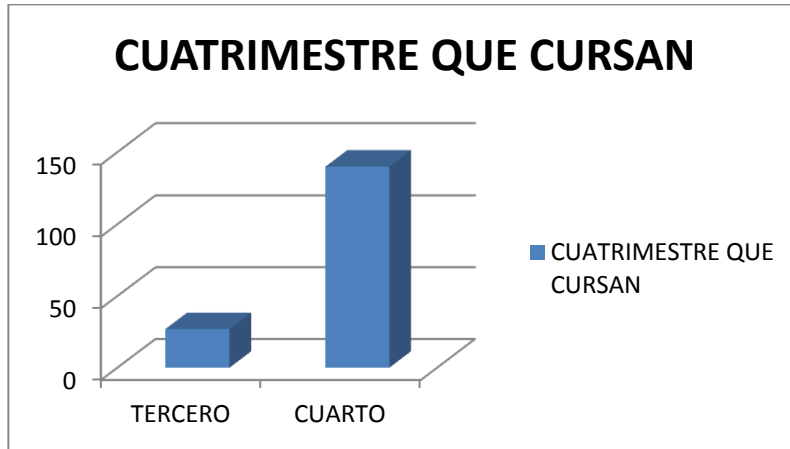


Fuente: Elaboración propia

En la población de estudio (167 encuestados) presentan un estado civil en su mayoría solteros, como se ve en la figura 9 siendo 165, uno manifiesta ser

casado y uno divorciado. Corroborando que de acuerdo a la edad que tienen los alumnos que estudian la carrera de Técnico Superior Universitarios son jóvenes solteros sin hijos y tan solo siete alumnos comentan que tienen hijos como nos muestra el gráfico de la figura 10.

.Figura 11. Cuatrimestre que cursan



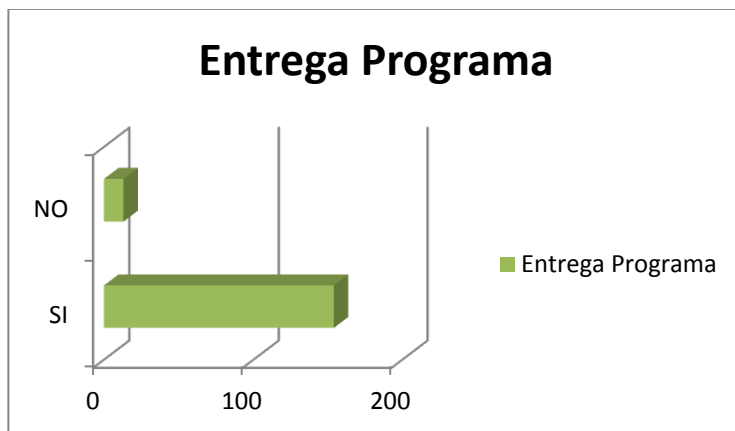
Fuente: Elaboración propia

En la Figura 11 muestra que la mayoría se encuentran cursando el cuarto cuatrimestre y 20 son de tercero.

5.1.2. Sección Desempeño Docente

Resultados de la segunda sección de la encuesta.

Figura 12. Entrega de programa.



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a la pregunta sobre desempeño docente los 167 alumnos encuestados, Según la gráfica 12 de resultados que se muestra en la figura 11 154 comentan que los docentes sí entregan el programa de la materia al inicio del cuatrimestre y 13 dicen que no reciben el programa. Lo cual es un indicador favorable ya que 91% de la población de estudio acepta que sí cuenta con la información sobre la materia al inicio de la misma, traducido en confiabilidad sobre la impartición de la asignatura.

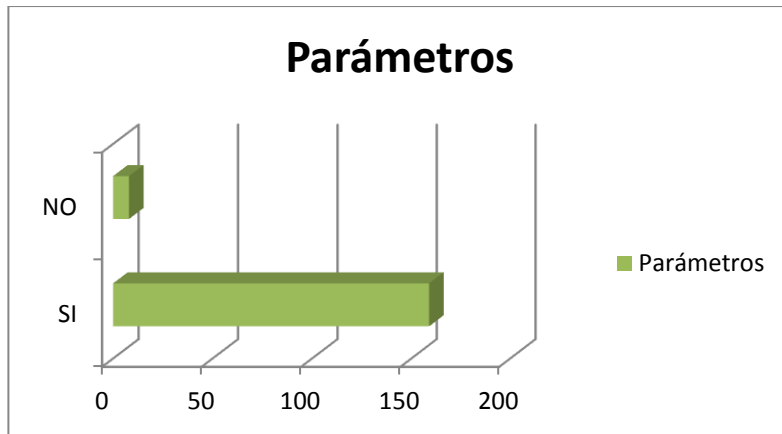
Figura 13. Objetivos y discusión.



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la explicación de los objetivos en la figura 13 muestra que, del curso 153 alumnos de los ciento sesenta y siete, comentan que si fue clara la explicación de los objetivos y solo 14 perciben que no. La explicación de los objetivos se da al inicio del cuatrimestre, por lo tanto en este período normalmente hay alumnos que se incorporan de manera tardía.

Figura 14. Parámetros.

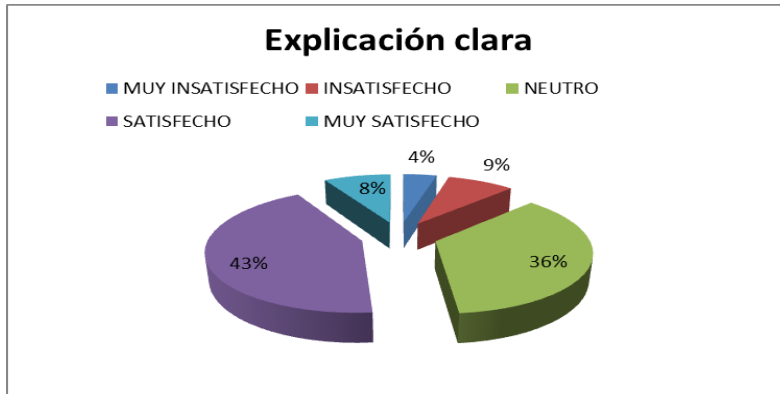


Fuente: Elaboración propia

Esta figura 14 Nos dice sobre la explicación de los parámetros de evaluación basado en competencias 159 comentan que fueron entregados y 8 mencionan que no. Al igual que la pregunta anterior, estos lineamientos son descritos al inicio del cuatrimestre por lo que algunos alumnos llegan de manera tardía y perciben que no fueron explicados con claridad.

5.1.3. Sección III: Satisfacción del alumno – Contenido

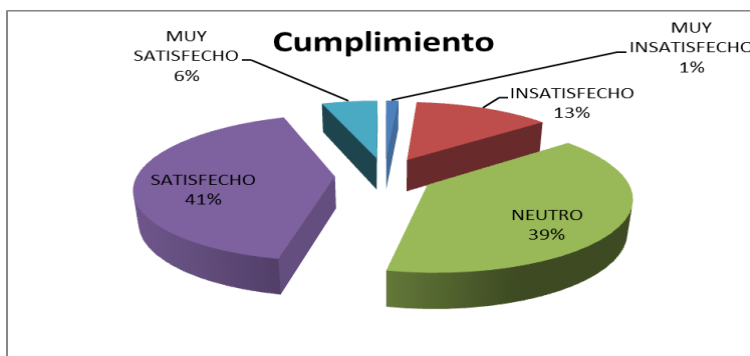
Figura 15 Explicación clara..



Fuente: Elaboración propia

Sobre la explicación clara de los objetivos del curso de los 167 encuestados como se muestra en la figura 15, el 8% manifiesta esta muy satisfecho, el 43% está satisfecho, el 36% es neutro, el 9% insatisfecho y el 4% muy insatisfecho; por lo tanto el 51% de la población su respuesta es favorable VS el 13% que manifiesta estar insatisfecho. Este parámetro es un buen indicador ya que la mitad de la población percibe positivamente la explicación clara de los objetivos del curso.

Figura 16. Cumplimiento.

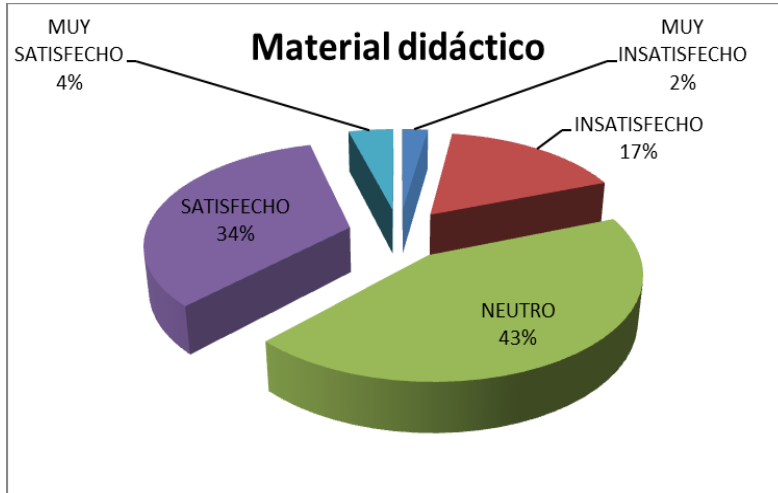


Fuente: Elaboración propia

De los 167 encuestados, el 6% expresa estar muy satisfecho con el cumplimiento de los objetivos establecidos, el 41% está satisfecho, 39% es neutro, el 13% insatisfecho y el 1% muy insatisfecho; por lo tanto el 47% de la población expresa estar positivamente satisfecho con el cumplimiento de los

mismos, el 14% no está satisfecho y se observa un área de oportunidad del 39% que está indeciso mostrado en la figura 16.

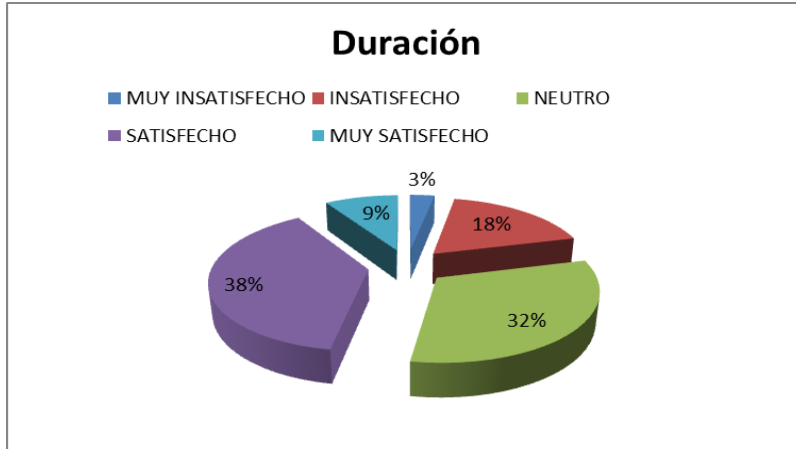
Figura 17. Material didáctico



Fuente: Elaboración propia

La población encuestada expresa según la figura 17, que el 4% que está muy satisfecho, el 34% satisfecho, el 43% neutro, el 17% insatisfecho y el 2% muy insatisfecho. Con estos resultados el 38% de la población manifiesta una respuesta positiva, con un 43% de la población como área de oportunidad y un bajo porcentaje que es el 19% tiene una respuesta negativa.

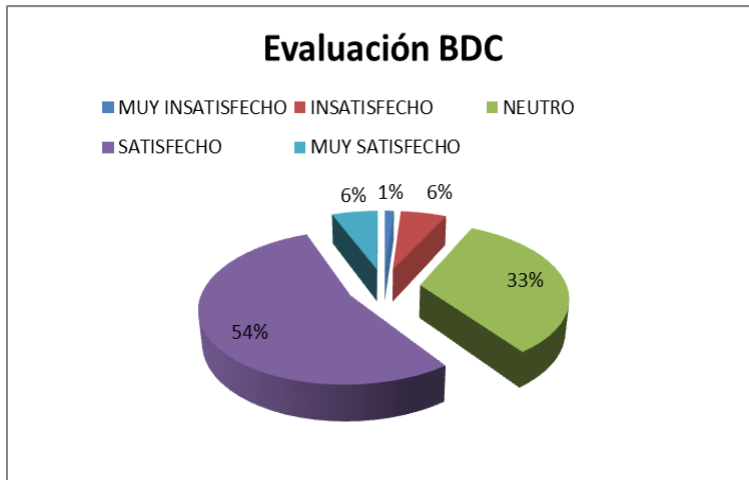
Figura 18. Duración del curso



Fuente: Elaboración propia

En la figura 18 se aprecia que de los 167 encuestados, el 9% están muy satisfechos, el 38% está satisfecho, el 32% es neutro, el 18% está insatisfecho y el 3% está muy insatisfecho. Estos porcentajes indican que 47% de la población expresa una respuesta positiva y un 32% es neutro, siendo este un porcentaje relativamente alto ya que está indeciso.

Figura 19. Evaluaciones basadas en el desarrollo de competencias.

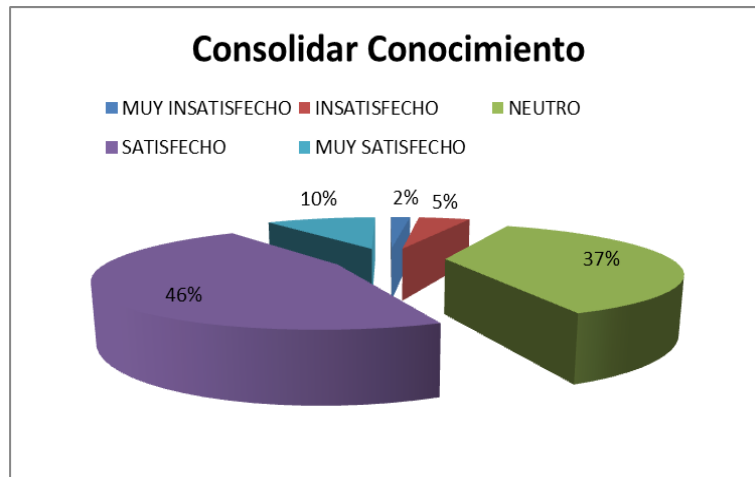


Fuente: Elaboración propia

Aquí la figura 19 muestra que el 6% de los 176 encuestados está muy satisfecho, el 54% está satisfecho, el 33% es neutro, el 6% está insatisfecho y el 1% está muy insatisfecho. Con respecto a las evaluaciones basadas en el

desarrollo de competencias la población en su mayoría siendo esta un 60% expresa una respuesta positiva y un 33% nuevamente se observa una población gris.

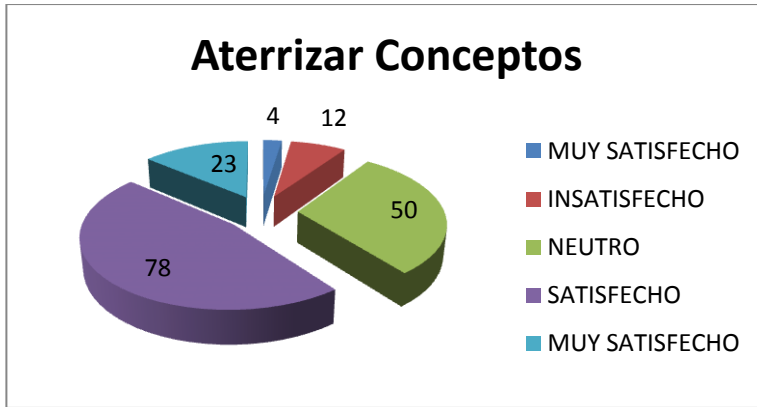
Figura 20. Consolidar conocimiento.



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a los trabajos, investigaciones, tareas que le permiten conformar y consolidar el conocimiento basado en el desarrollo de competencias, así como el diseño de estrategias, es percibida por parte de la población como muestra la figura 20, en un 10% muy satisfecho, 46% satisfecho, 37% neutro, 5% insatisfecho y 2% muy insatisfecho. Basado en el modelo de competencias de la universidad en el que existe una tendencia mayor a la práctica, encontramos que el 56% de la población está satisfecha y un bajo porcentaje siendo este el 7% expresa que está insatisfecho.

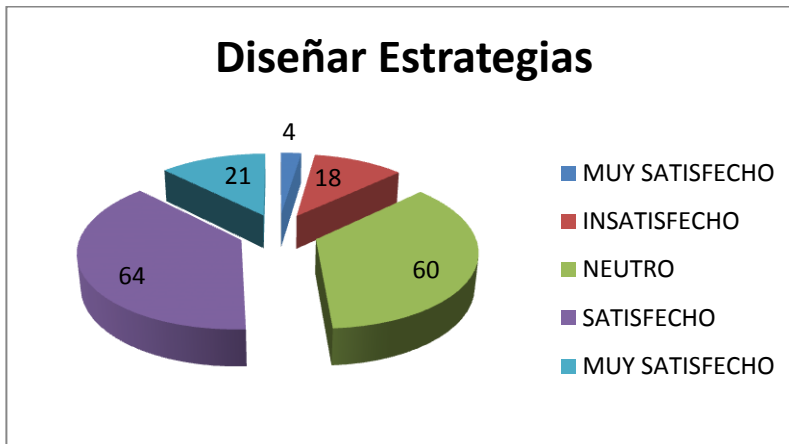
Figura 21. Aterrizar Conceptos.



Fuente: Elaboración propia

En cuanto al rubro de metodología, los ejercicios y prácticas que le permitieron aterrizar los conceptos mercadológicos en la figura 21, el 14% expresa que está muy satisfecho, el 47% está satisfecho, el 30% es neutro, el 7% insatisfecho y el 2% muy insatisfecho. Con esta respuesta es posible observar que el 61% de la población manifiesta una respuesta positiva y solo el 9% insatisfecho.

Figura 22. Diseñar Estrategias.

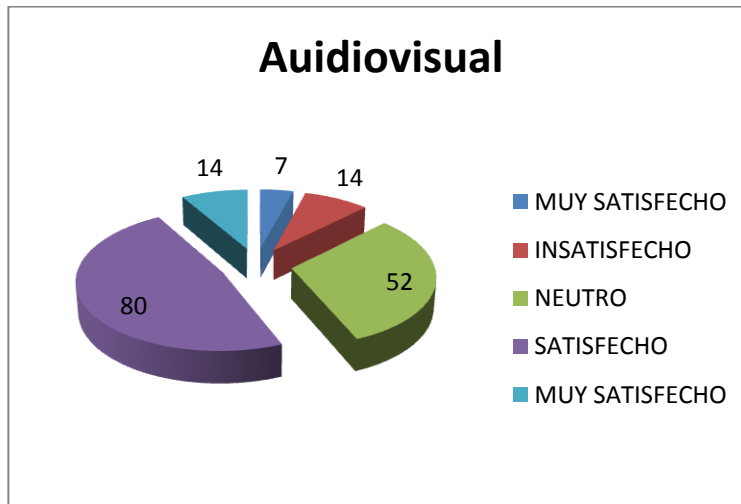


Fuente: Elaboración propia

De los 167 encuestados, en la figura 22 el 13% expresa estar muy satisfecho con respecto a la utilización del método del caso, el cual le permitió diagnosticar la situación empresarial y diseñar una estrategia de mercado a nivel nacional e internacional, el 38% es satisfecho, el 36% es neutro, el 11% está insatisfecho y

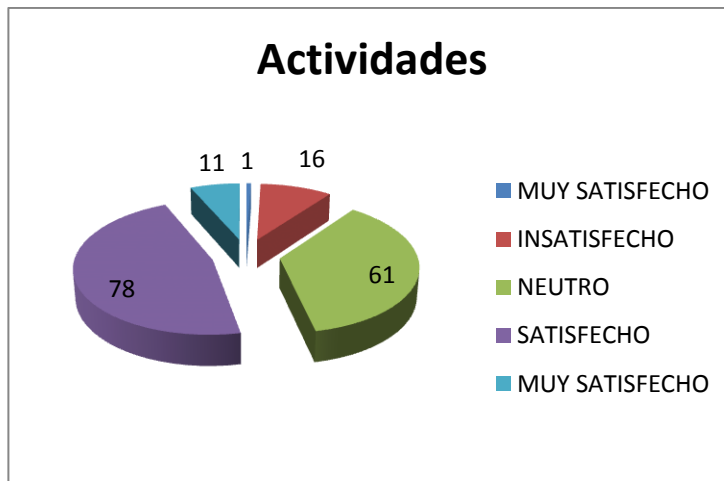
el 2% muy insatisfecho. Esta respuesta nos indica que los docentes dentro de plan de cátedra no utilizan con frecuencia en método del caso como herramienta de enseñanza. Se recomienda capacitación al docente para el uso y aplicación adecuada del método del caso y así contribuir al modelo de desarrollo de competencias.

Figura 23. Audiovisual.



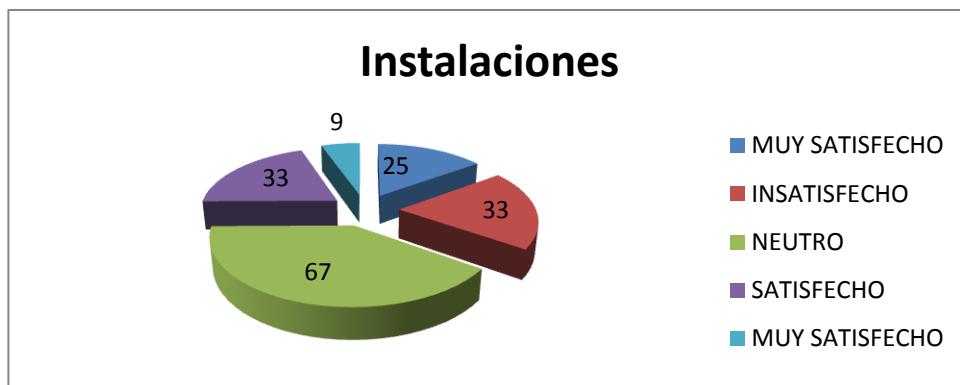
Fuente: Elaboración propia

Según la figura 23, el material audiovisual (videos, presentaciones, películas) utilizado en las clases que fortalece el aprendizaje significativo en los alumnos es percibido entre los 167 encuestados expresan que el 8% está muy satisfecho, el 48% está satisfecho, el 31% neutro, el 9% insatisfecho y el 4% muy insatisfecho. Esto indica que más de la mitad de la población expresa una respuesta positiva.

Figura 24. Actividades.

Fuente: Elaboración propia

De las actividades que se realizan en clase, la figura 24 muestra que el 11% está muy satisfecho, el 78% satisfecho, el 61% neutro, e l 16% insatisfecho y solo 1% muy insatisfecho. Lo que muestra que el 89% de los alumnos están satisfechos con las actividades que realizan. Lo que sigue siendo evidente es que una parte de los alumnos son indiferentes a cualquier cosa y no les interesa participar.

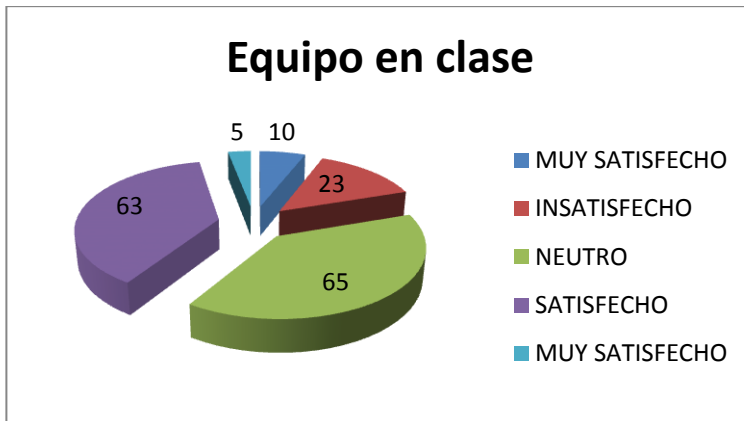
Figura 25. Instalaciones.

Fuente: Elaboración propia

De los 167 alumnos encuestados en la figura 25, el 5% expresa estar muy satisfecho con las instalaciones (aulas, sillas, mesas, iluminación, baños), el

20% está satisfecho, el 40% es neutro, el 20% insatisfecho y el 15% está muy insatisfecho. Con esta respuesta la recomendación es que se oriente un porcentaje del presupuesto para mejoras de las instalaciones.

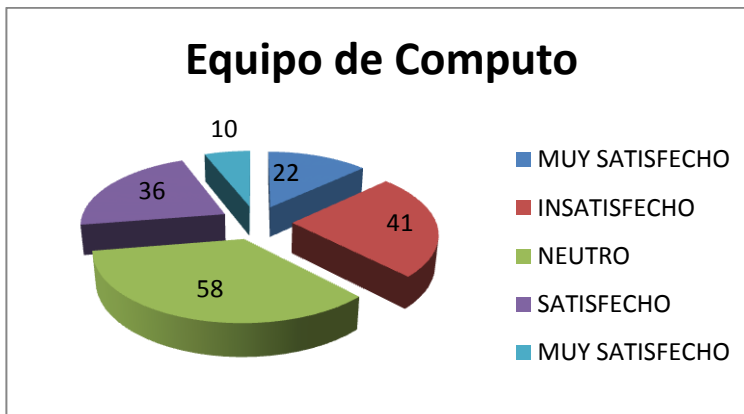
Figura 26. Equipo en clase.



Fuente: Elaboración propia

La figura 26 muestra que el equipo utilizado en las clases cumplió su función correctamente, de los 167 encuestados el 3% quedó muy satisfecho, el 38% está satisfecho, el 39% es neutro, el 14% insatisfecho, el 6% insatisfecho. Siendo esta una respuesta que indica que el 41% tiene una respuesta positiva ante el equipo utilizado en las clases, se hace la recomendación que en el caso anterior.

Figura 27. Equipo de Computo.



Fuente: Elaboración propia

El equipo de cómputo funciona correctamente (laboratorios), esto es percibido según la figura 27 como sigue, por el 6% de la población está muy satisfecho, el 22% está satisfecho, el 35% es neutro, el 24% insatisfecho, el 13% muy insatisfecho. Esta respuesta al igual que la anterior se recomienda mejorar las instalaciones para el mejor desempeño y aprovechamiento de la academia.

Las preguntas abiertas:

6. ¿Crees que lo que has aprendido en tu carrera universitaria, te brinda las bases para desempeñarte eficientemente en el mercado laboral?

En esta pregunta abierta, los alumnos en general perciben que sí se les ha brindado las bases para desarrollarse eficiente y eficazmente en el mercado laboral.

7. ¿Qué mejoras propones para el plan de estudios?

De las respuestas con mayor número de menciones:

1. CATEDRA:

- a. Mayor dinamismo por parte de los docentes
- b. Cumplimiento de horario y tiempo
- c. Mayor exigencia por parte de los docentes
- d. Mayor practica
- e. Asistencia de los docentes
- f. Que el docente se ponga de acuerdo
- g. Capacitar al docente

2. INSTALACIONES

- a. Mejorar instalaciones (laboratorios, salas, areas verdes, internet inalámbrico, baños...)

CONCLUSIONES

El tema de competencias en México ha tomado mucha fuerza sobre todo en los programas que se han implementado en el desarrollo de alumnos, en las reformas integrales de educación tanto en los niveles de primaria, secundaria, media superior y superior.

En México, el enfoque de competencias inició en 1993 al crearse el sistema normalizado de competencias laborales y el sistema de certificación laboral, sistemas derivados del Proyecto de Modernización de la Educación Técnica y la Capacitación (PMETyC). Dicho proyecto fue realizado conjuntamente por la Secretaría de Educación Pública y la secretaria del Trabajo y Previsión Social.

En general la educación superior en el país y en particular, la de UTEQ se basa en normas de competencia que orientan la educación técnica y capacitación de los educandos a través de la combinación del aprendizaje y el trabajo; por lo que educar basado en competencias, no es la posición de determinados conocimientos, sino el uso que se haga de ellos.

La UTEQ promueve un significado de unidad para que los elementos del conocimiento mantengan un sentido en función del conjunto, por lo que la formación del educando implica el dominio de la totalidad de elementos y no sólo de algunas partes, logrando con ello, el avance progresivo a diferentes niveles de desempeño al tiempo que se integran en un contexto social, al utilizar sus conocimientos, habilidades, actitudes y valores adquiridos en su trayectoria como estudiante.

El dilema del nivel de concreción en el que se han formulado la competencias en la UTEQ pone de manifiesto que los programas de estudio y la formación didáctica de los docentes permiten la impartición de una educación basada en competencias como expresión pedagógica del aprendizaje colaborativo basado en problemas, elaboración de proyectos y basado en casos que estimulen en los alumnos las inteligencias múltiples, la hemisfericidad

cerebral, el sistema representacional cuadrante cerebral (PNL). Sin embargo, la alta proporción de alumnos que manifiestan no satisfacción con el modelo, permite concluir que es necesario hacer una revisión tanto de las prácticas docentes, como de los sistemas formales de comunicación y de evaluación.

De igual forma, el porcentaje de no satisfacción de los alumnos nos lleva a deducir que las competencias transversales no han permeado del todo, la formación integral de los alumnos, no obstante que éstas deberían ser el pilar de dicha formación.

En cuanto a los alumnos que sí manifiestan satisfacción con su formación, con este estudio no se puede inferir que se deba a la formación misma, pudiera deberse a características y motivaciones individuales muy particulares, sin embargo, el 8% que manifestó tal satisfacción puede constituir el punto de partida para la mejora en la implantación de los programas de asignatura.

Respecto al porcentaje de alumnos totalmente insatisfechos, como en el caso anterior, esto puede deberse a una multiplicidad de factores, tales como desorientación vocacional, frustración personal por causas distintas a la formación propiamente dicha, etc., pero también puede constituir el detonador de nuevos estudios que expliquen las relaciones significativas entre estos y otros factores y el nivel de insatisfacción manifestado.

SUGERENCIAS

El estudio presentado, si bien no permite hacer generalizaciones, en cuanto a la satisfacción de los alumnos con su formación, sí permite el planteamiento de algunas sugerencias para nuevos estudios y para la mejora de las prácticas docentes, que incrementen la satisfacción del estudiante, tales como:

- Es necesario trabajar, mediante formas de aprendizaje, capacitación y sensibilización hacia nuevos un procesos de enseñanza- aprendizaje; dado que el enfoque de competencias requiere de autonomía, disciplina, organización del trabajo, investigación, búsqueda constante de información, actualización permanente y motivación para regular los procesos internos que dirijan al alumno a una metacognición que le permita insertarse exitosamente en la compleja sociedad del conocimiento.
- Se requiere revisar y mejorar los procedimientos de planeación y evaluación de las asignaturas, para que la implantación de los programas responda a las expectativas de los estudiantes y con ello se incremente la satisfacción de los mismos con su formación.
- Se sugiere realizar estudios comparativos entre, al menos tres universidades tecnológicas, con la finalidad de tener parámetros de comparación que permitan hacer inferencias más objetivas.
- Como se dijo en las conclusiones, investigaciones que establezcan relaciones entre variables asociadas con el nivel de satisfacción, pueden realizarse a partir de los datos aquí presentados.
- Se recomienda considerar otros factores como la estructura física y el equipamiento para hacer nuevos estudios.
- El involucramiento de docentes, administrativos y personal directivo, es fundamental para que la universidad cumpla con su misión, por lo que se sugiere considerar a estos actores en futuras investigaciones.

REFERENCIAS:

- Allen, D. *La evolución del aprendizaje de los estudiantes*, México: Paidós.
- Campirán A. y Cruz G. (2000). *Habilidades de pensamiento*, Universidad Veracruzana.
- Gimeno, S. y Pérez, A. (2008). *Comprender y Transformar la enseñanza*, (12° ed). España: Morata.
- Goleman, D. Cherniss, C. (2009). *La inteligencia emocional*". (1ª ed). España: Zeta.
- Fisher, L. (1993). *Mercadotecnia*. (2° ed). México: Mc Graw Hill.
- Gerson, R. (1994). *Cómo medir la satisfacción del Cliente. Mantenga la Lealtad para siempre*. México: Grupo Editorial Iberoamérica S.A. de C.V.
- Hayes B. (2000). *Cómo medir la satisfacción del Cliente. Desarrollo y utilización de cuestionarios*. (2° ed). México: Gestión.
- Kotler, P.y Armstrong, G. (2002). *Fundamentos de Mercadotecnia*. México: Prentice HH. 2002.
- Lamb; Hair y McDaniel, (2002). *Marketing*. (6° ed). México: Thomson
- O'Connor J. y Seymour J. (2006). *PNL para formadores*, (2° ed). México: Urano.
- Marilyn Vos Savan (2002), *Gimnasia Cerebral en acción*. (7° ed). España Edaf y Albatros
- McClelland, D. (1989). *Estudio de la Motivación Humana*. (1° ed). España Narcea, .
- Payne, Adrian, *La Esencia de la Mercadotecnia de Servicios*, Prentice

Hall, 1ª.edición, 1996.

Perrenoud, P. (2004). *Diez nuevas Competencias para enseñar*. Barcelona:

Graó, Biblioteca de aula No. 196.

Stanton, W. J., Etzel, M. J., Walker, B. J. (2000). *Fundamentos de Marketing*,

McGraw Hill.México, 11ª.Edición, 2000.

Universidad Tecnológica de Querétaro (2008).Manual para la Difusión del modelo de Educación basada en Competencias del Subsistema de Universidades Tecnológicas. Septiembre 2008.

FUENTES ELECTRÓNICAS

Características de las Universidades Tecnológicas. Fuente:

[http://: www.cgut.sep.edu.mx](http://www.cgut.sep.edu.mx).2004

Universidad Tecnológica de Querétaro. Fuente:

[http://:www.uteq.edu.mx](http://www.uteq.edu.mx).2012

APÉNDICE

**CUESTIONARIO SOBRE LA SATISFACCIÓN DEL ALUMNO DE LA UTEQ DE LA DIVISIÓN DE
DESARROLLO DE NEGOCIOS CARRERA DE MERCADOTECNIA**

Mi nombre es Patricia Ducoing Rodríguez, soy docente de TSU en la UTEQ; agradezco tu apoyo al contestar esta encuesta, la información que me proporcionas es estrictamente confidencial y para fines académicos ya que ésta forma parte de mi tesis de Maestría que estoy realizando en la Universidad Autónoma de Querétaro. Lee cuidadosamente y anota tu respuesta.

SECCIÓN I DATOS GENERALES:

Género:	() Hombre () Mujer
Edad:	() 17 A 20 () 21 a 24 () más de 24
Situación familiar actual:	() Soltero () Casado () Divorciado Otro:
¿Tienes hijos? () Si () No	Si tu respuesta fue afirmativa, ¿Cuántos hijos tienes?
Actualmente trabajas:	() Si () No
Cuatrimestre que cursa:	() 3er. () 4°.

SECCIÓN II DESEMPEÑO DOCENTE:

La mayoría de los profesores cumplen con:

	SI	NO
La entrega del programa del curso en la primer semana del curso		
Los objetivos y discusión del programa del curso		
El establecimiento de parámetros de evaluación en base al desarrollo de competencias.		

SECCIÓN III SATISFACCIÓN DEL ALUMNO

El propósito es determinar que tan satisfecho o insatisfecho estas de las clases impartidas que recibes en la UTEQ. Elija la mejor opción de acuerdo a tu percepción, del cuatrimestre que acabas de cursar.

Escala (1) Muy Insatisfecho (2) Insatisfecho (3) Neutro (4) Satisfecho (5) Muy Satisfecho

Contenido y grado de cumplimiento del curso

	1	2	3	4	5
1 ¿Te explicaron claramente los objetivos del curso?					
2 ¿Se cumplieron los objetivos establecidos?					
3. ¿Se utilizó material didáctico adecuado?					
4. La duración del curso es adecuada carga horaria por materia.					
5. Evaluaciones basadas en el desarrollo de competencias					

Metodología: las actividades y materiales didácticos ayudaron a lograr los objetivos del curso.

	1	2	3	4	5
1 Los trabajos, investigaciones, tareas te permitieron conformar y consolidar el conocimiento para administrar procesos de venta así como el diseño de estrategias.					
2 Los ejercicios y prácticas te permitieron aterrizar los conceptos mercadológicos.					
3. La utilización del método del caso te permitió diagnosticar la situación empresarial y diseñar una estrategia de mercado a nivel nacional e					

internacional.					
4. El material audiovisual (videos, presentaciones, películas) utilizado en las clases fortaleció tu aprendizaje significativo.					
5. Las actividades individuales y de equipo te brindaron los diferentes métodos para la administración del proceso de compras y control de suministros de acuerdo al tipo de organización.					

Infraestructura disponible

	1	2	3	4	5
1 Las instalaciones (aulas, sillas, mesas iluminación, baños) son adecuadas?					
2 El equipo utilizado en las clases cumplió su función correctamente					
3. El equipo de computo funciona correctamente (laboratorios)					

A continuación contesta brevemente las siguientes preguntas:

¿Crees que lo que has aprendido en tu carrera universitaria te brinda las bases para desempeñarte eficientemente en el mercado laboral?

¿Qué mejoras propones para el plan de estudios?

GRACIAS