

La satisfacción del cliente: Un caso de estudio

Labarca, Nelson*

Resumen

El presente artículo es el resultado de un estudio que tuvo como finalidad determinar el nivel de satisfacción de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales con respecto al servicio que presta la secretaria docente. La variable objeto de estudio fue el Nivel de Satisfacción. El tipo de investigación fue descriptivo, utilizándose como población a los bachilleres de la Facultad. Se seleccionó una muestra probabilística estratificada quedando conformada por trescientos veinte (320) bachilleres. El instrumento de recolección de datos fue un cuestionario estructurado. Los resultados muestran que la población de interés está insatisfecha con el servicio que presta la secretaría docente. Se recomienda a las autoridades de la facultad iniciar de inmediato un proceso de revisión de las actividades inherentes a la secretaría docente de cada escuela, a los fines de identificar los nudos críticos que éstas puedan presentar; asimismo establecer un programa de selección y adiestramiento del personal que garantice la prestación de un servicio acorde a las exigencias del estudiantado.

Palabras clave: Mercadeo de servicio, mercadeo en instituciones de educación superior, satisfacción del cliente, servicios estudiantiles.

Client Satisfaction: A Case Study

Abstracts

This article has the objective of determining satisfaction levels in students in the Economics and Social Sciences Faculty with respect to the services rendered by the office of the Academic Secretary. The variable studied was level of satisfaction. The research was descriptive, and the population was the student body of the Faculty. A stratified representative sample of 320 students was selected. The instrument employed was a structured survey questionnaire. The results demonstrate that the population under study was not satisfied with the services of the Academic Secretary. The recommendation to the authorities of the Faculty indicate the need for an immediate review of the activities ascribed to the Academic Secretary in each School for the purpose of

Recibido: 00-05-11 . Aceptado: 01-04-05

* Instituto de Investigaciones. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Universidad del Zulia. Maracaibo, Venezuela, Apartado Postal 526. Telf: + 5861596584-86. Fax: 5861596513.

identifying the critical bottlenecks that may exist. According to the study there should also be a program to select and train personnel which guarantees services in accordance with the needs of the student population.

Key words: Marketing of services, marketing in educational institutions, client satisfaction, student services.

Introducción

La satisfacción del cliente representa un punto central para las organizaciones. Más aún, cuando se trata de instituciones educativas, tales como las universidades nacionales, las cuales entre sus objetivos está el de prestarle a sus estudiantes un servicio educativo eficiente. Específicamente en este artículo se presentarán los resultados referentes al estudio del nivel de satisfacción de los estudiantes de la Facultad de Ciencias y Sociales de la Universidad del Zulia en relación al proceso de inscripción, modificación y constancia de estudio.

La razón principal para la realización de esta investigación, es abordar un tema que ha sido poco estudiado en los actuales momentos por las organizaciones de educación superior y en vista que las mismas están en la búsqueda constante de mejorar los procesos académicos-administrativos para lograr una mayor calidad académico-institucional.

1. Aspectos Metodológicos

La presente investigación es de tipo descriptiva, ya que su objetivo general se enfocó en determinar el nivel de satisfacción de los estudiantes de Pregrado de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad del Zulia con relación al proceso de inscripción, modificación y constancias de estudio.

El diseño de esta investigación es no experimental. Los datos se recolectaron de la realidad en su medio ambiente natural, los cuales no fueron ni elaborados ni procesados por otros investigadores, por lo tanto, constituyen datos primarios.

Por otra parte, la información secundaria se obtuvo de los listados proporcionados por el centro de computación de la Universidad del Zulia, contentivos de los nombres, apellidos y cédula de identidad de los estudiantes activos de las escuelas de Economía, Sociología y Administración y Contaduría de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, así como de fuentes bibliográficas y hemerográficas.

La población de esta investigación está constituida por cinco mil cincuenta (5050) estudiantes de pregrado, activos para el primer período académico de 1999, de ambos sexos, de las escuelas de Economía, Sociología, Administración y Contaduría Pública de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad del Zulia.

El tipo de muestreo es trietápico. En la primera etapa se utilizó la técnica de muestreo Aleatorio Estratificado de Neyman, el cual consiste en repartir la muestra, teniendo en cuenta no sólo el tamaño del estrato de la población, sino también la dispersión o grado de homogeneidad dentro de cada estrato, medido éste último por las desviaciones típicas de la variable de interés en cada estrato.

Así tenemos que para la escuela de Economía, la desviación típica se ubicó en 0.206736, para la escuela de Administración y Contaduría Pública se obtuvo 0.25 y por último, 0.109 para la escuela de Sociología.

Posteriormente se determinó la muestra para cada escuela. Así se tiene que para la escuela de Economía el tamaño de la muestra, fue de 88. Siendo, para la escuela de Administración y Contaduría Pública, el tamaño de la muestra 218. Y por último, en la escuela de Sociología, el tamaño de la muestra fue de 14 bachilleres.

La unidad de muestreo está constituida por los bachilleres de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales y estratificada por escuelas, es decir, las escuelas de Economía, Administración-Contaduría Pública y Sociología.

El procedimiento para la selección de la muestra aleatoria fue el siguiente:

Se construyeron los estratos en este caso por escuela (Economía, Administración-Contaduría Pública y Sociología) de acuerdo con la variable clave del estudio.

Luego se extrajo una muestra aleatoria simple de cada estrato por separado, donde la unidad de análisis y observación la constituyó el estudiante de pregrado de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad del Zulia, entendiéndose éste por aquel bachiller registrado como cursante de por lo menos una (1) asignatura correspondiente a los pensa de estudios de algunas de las escuelas que conforman la Facultad.

Es por ello, que en esta primera etapa se tomaron las listas de los profesores de cada escuela, proporcionadas por las respectivas secretarías docentes; la selección de los profesores se realizó a través del Muestreo Aleatorio Simple. Es importante destacar, que a través de la lista de los cursos de los profesores se pu-

dieron ubicar los estudiantes seleccionados en esta investigación.

En este orden de ideas, en esta primera etapa, el universo estuvo conformado por los profesores de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, siendo el error máximo admisible de 5%, con una confianza de 95%. Los estratos son: las escuelas que conforman la Facultad, siendo la variable clave los profesores a ser seleccionados.

En la segunda etapa del diseño se utilizó de nuevo el Método del Muestreo Aleatorio Simple, donde la unidad muestral estuvo constituida por los cursos de los profesores que fueron seleccionados en la primera etapa del diseño de la muestra.

Los pasos que se siguieron para extraer la muestra aleatoria simple en esta segunda etapa fueron los siguientes:

- a. Se tuvo un listado de todos los elementos que conformaron la población de interés (cursos).
- b. Se le asignó un número entero a cada uno de los cursos que conformaron el Marco Muestral.
- c. Luego se utilizó la tabla de Números Aleatorios, para buscar tantos números como señaló el tamaño de muestra elegida.
- d. Por último, luego de seleccionados los números aleatorios, se ubicó a los elementos de la población (cursos) a los cuales les corresponden dichos números en el Marco Muestral y se procedió a obtener de ellos la información requerida.

En la tercera y última etapa del diseño de la muestra, se utilizó de nuevo el Método de Muestreo Aleatorio Simple, donde la unidad muestral la constituyeron los estudiantes.

El procedimiento que se siguió para extraer la Muestra Aleatoria Simple en esta etapa fueron los siguientes:

- a. Se obtuvo una lista de los estudiantes de aquellos profesores que fueron seleccionados en la etapa anterior.
- b. Se le asignó un número entero a cada estudiante.
- c. Luego se utilizó la tabla de Números Aleatorios, para buscar tantos números como se planteó en el tamaño de la muestra elegida, y
- d. Por último, luego de seleccionados los números aleatorios, se ubicaron los elementos de la población (estudiantes) a los cuales le corresponden dichos números en el Marco Muestral y se procedió a obtener de ellos la información requerida.

Este diseño muestral garantizó la representatividad poblacional necesaria, para obtener datos objetivos y confiables que orienten un análisis rigurosamente científico de la data a recabar en la investigación de campo.

2. Discusión Teórica

La satisfacción del cliente constituye la variable central de la presente investigación, por tanto, a partir de ésta se desarrollan aspectos teóricos necesarios para fundamentar los resultados presentados.

En este sentido, Berry, Bennet y Brown (1989) plantean, que sólo el cliente puede decidir si un servicio cubre sus necesidades, puesto que percibe la calidad del mismo bajo sus propias condiciones. Es el cliente quien paga la tarifa o no la paga, por una serie de razones que atribuyen, por lo cual no hay debate o discusión.

Por su parte, Albrecht y Zemke (1992), refieren que la satisfacción del cliente con el servicio, es tanto realidad como percepción, y resulta de la química de lo que realmente tiene lugar en el encuentro del servicio, y cómo el

cliente percibe lo que ocurre, basándose en sus expectativas sobre él mismo. Por tanto, son los deseos de los clientes sobre éste, lo que da forma a sus percepciones de la satisfacción con una organización, en este caso aplicable a la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad del Zulia.

Lo anteriormente planteado, llama a la reflexión, en cuanto a que son los estudiantes quienes perciben lo que ocurre bajo sus expectativas y punto de análisis, y por ende, pueden afirmar si determinado servicio es bueno, regular o malo.

En este sentido, la Institución se ha orientado a mejorar la calidad de sus servicios, dado que las autoridades universitarias están conscientes de la importancia de cubrir las necesidades de los bachilleres, en la medida de lo posible. En ese orden de ideas, es necesario estudiar un aspecto clave, para la mejor comprensión y análisis del objeto de investigación como lo es, la percepción del bachiller respecto al servicio que recibe por parte de la Facultad.

a. Percepción del Cliente

Para Kotler y Armstrong (1996), la percepción significa el proceso mediante el cual las personas eligen, organizan e interpretan información para componer un panorama sensato del mundo.

Este proceso, es considerado por estos autores como uno de los factores psicológicos que influyen en el comportamiento de los clientes y desempeña un papel importante en el proceso de decisión de compra.

Es así, como entender las percepciones de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, puede ser algo definitivo para el éxito en cuanto a la prestación de los servicios estudiantiles. Como lo plantean

Albrecht y Zemke (1992), no basta con dar un buen servicio, el cliente debe darse cuenta de lo que está recibiendo.

Es por ello, que un mal servicio, da al Bachiller la sensación de pésimo servicio, lo que se traduce como percepción y la misma no sólo se basa en un único servicio, sino que tiene un sentido general para juzgar toda la organización, en este sentido Harrington (1997), afirma que las personas juzgan a la institución desde el punto de vista de la organización total, no sólo en base al servicio que proporcionan.

Es necesario, aparte de lo antes mencionado, analizar un aspecto teórico muy interesante como lo son las expectativas del cliente, que se abordarán a continuación.

b. Expectativas del Cliente

Las expectativas del cliente desempeñan un papel central para juzgar el servicio que presta una compañía. Los clientes evalúan la calidad del servicio comparando lo que ellos quieren o esperan con lo que les parece que reciben (Leonard y Parasuraman, 1993;75).

Estos autores, señalan que para ganarse una buena reputación por la calidad de sus servicios, las compañías tienen que funcionar uniformemente a niveles que los clientes consideren que satisfacen o superen sus expectativas.

En el caso de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, las autoridades pueden creer que están prestando un servicio muy bueno, pero si los estudiantes, no lo ven así, entonces se tiene un problema.

Del mismo modo, en la literatura sobre la materia se confirma ampliamente que la discrepancia entre las expectativas y las percepciones es la determinante primordial de la evaluación que hace el cliente de la calidad del

servicio. Sin embargo, la palabra expectativas como comparación estándar se usa comúnmente con dos sentidos: lo que los clientes creen que ocurrirá en un encuentro de servicio (predicciones) y lo que quieren que ocurra (deseos).

En ese mismo orden de ideas, es necesario atender a un aspecto teórico clave que está de fondo en los planteamientos desarrollados anteriormente como lo es la necesidad del cliente aunada a sus expectativas, que a continuación se abordarán.

c. Destrezas del Personal

Al respecto de las destrezas del personal, Albrecht y Zemke (1992), afirman que éstas son esenciales en la obtención de la satisfacción del cliente. Plantean los mismos autores, que un elemento importante del servicio involucrado con las destrezas del personal, es la fiabilidad, que implica la realización del servicio prometido con formalidad y exactitud, en efecto implica mantener la promesa de servicio.

Muchas de las organizaciones destacadas por un servicio excelente han creado su reputación basándose en la fiabilidad, como por ejemplo, Federal Express, McDonalds, entre otras. Los errores de servicio no sólo son caros de corregir en un sentido directo, sino que también resultan caros indirectamente, porque pueden tener un efecto negativo en la confianza del cliente en toda la organización.

Agrega Albrecht y Zemke (1992), que la obtención de la seguridad en el funcionamiento del servicio, requiere una selección cuidadosa del personal de contacto con el cliente y un continuo aprendizaje. Por ahora, es suficiente decir que la seguridad, es el resultado de poner a la persona adecuada en el ambiente adecuado.

Así mismo, Berry, Bennet y Brown (1989), sostienen que es razonable pensar que el servicio sólo puede ser tan bueno como el personal que lo proporciona. Por ello, son esenciales habilidades tales como la comunicación oral, pensamiento crítico, habilidad para trabajar en equipo, entre otras destrezas involucradas con la calidad del servicio. Explican los autores que un paso fundamental hacia la excelencia del servicio, es invertir en el desarrollo de habilidades y conocimientos del mismo, darle la preparación para servir y al hacer esto, alentar su deseo de servir.

En el caso de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, está surgiendo la preocupación de mejorar las destrezas del personal que tiene bajo su responsabilidad el prestar los servicios estudiantiles a través de programas de Adiestramiento, que redunden en una atención más eficiente para garantizar la calidad del servicio y con ello la satisfacción del estudiantado.

d. Atención en el Servicio

Con referencia a la atención en el Servicio, Berry, Bennet y Brown (1989), afirman que una forma de transmitir la impresión de servicio ajustado, es que parezca una operación de calidad. Esto significa prestar atención a los detalles sin importancia aparente, pero que unidos, impresionan al cliente, al cliente potencial y a los empleados.

Ello implica, según Albrecht y Zemke (1992), que se preste un servicio que involucre cortesía del personal, que infunde confianza en el cliente.

Explican los mismos autores, que la simple falta de cortesía es la característica más común de las historias de servicio escandalosas que están empezando a formar parte rápidamente de la cultura popular. Asegurar-

se de que la cortesía generalizada se expanda más, es un desafío. Otro es asumir la erudición de la cortesía. Así las exigencias de servicios estudiantiles cada día mejores, ha aumentado el desafío.

Afirman Albrecht y Zemke (1992) que otro elemento esencial en la atención al cliente es la empatía, que va más allá de la cortesía personal. Es un compromiso con el cliente, es el deseo de comprender las necesidades precisas del cliente y encontrar la respuesta más adecuada. La empatía es un servicio esmerado e individualizado, que debe satisfacer las necesidades de los clientes.

Los aspectos tratados anteriormente, llevan a resaltar la importancia del toque humano, que puede crear relaciones genuinas con el estudiante, cuando frente a algún problema técnico por ejemplo al momento de solicitar una constancia de estudio, el bachiller se acerca a la mesa de alguien, las expectativas son mayores, se espera que otro entienda cuál es el problema, que se interese sobre el tema y que muestre voluntad para resolverlo.

Agregan Albrecht y Zemke (1992) que la empatía va más allá de la "Regla Dorada" que la gente debería proporcionar la clase de servicio que ellos a su vez, desearían recibir, es un supuesto indiscutible en cualquier argumentación sobre lo que constituye el servicio de calidad. Un auténtico interés sobre los clientes, el esforzarse para atender sus necesidades y encontrar el modelo de satisfacerlas, constituye la dimensión de la empatía.

Los mismos autores afirman, que otro elemento en la atención del servicio, es la responsabilidad del mismo, lo cual es esencial para satisfacer las necesidades de los clientes. Esto implica la eficiencia y eficacia del servicio.

De igual manera, la responsabilidad es estar listo a servir, es el deseo de servir a los

clientes pronta y eficazmente. La Facultad de Ciencias Económicas y Sociales cuyos estudiantes en varias oportunidades se ven imposibilitados de realizar el proceso de Inscripción, como resultado de no poseer suficiente personal o no tener línea el sistema de computación, tiene pocas posibilidades de ser percibidas como responsable.

A tal fin, la responsabilidad implica el hacer patente al Bachiller, que sus problemas se aprecian y quieren. Como las dimensiones del funcionamiento del servicio, la responsabilidad está a veces en función de pequeñas cosas.

Sostiene Albrecht y Zemke (1992), que la adecuada atención al cliente se logra a través de la Gerencia de Servicio, que implica la capacidad de servir a los clientes efectiva y eficientemente, es un problema que toda organización debe afrontar. Explican que las organizaciones no pueden evadir este desafío. Fabricantes y proveedores tradicionales de servicios, organizaciones lucrativas y sin fines de lucro, empresas del sector privado y del sector público; todas tienen que iniciar la tarea de responder efectiva y eficientemente a los clientes y consumidores, que esperan calidad y servicio como parte de cualquier compra. Algunas organizaciones han tomado conciencia de esta necesidad y han respondido bien. Para otras, la necesidad de concentrarse en el cliente y preocuparse por el servicio, representa una tremenda sorpresa.

Finalmente, Kotler y Armstrong (1996), plantean al exponer que el cliente evalúa no sólo la calidad técnica, sino la calidad funcional del servicio, es decir, si el personal se mostró interesado y le inspiró confianza en el proceso de servicio. Por ello, las organizaciones no pueden suponer que el cliente queda satisfecho por un buen servicio, sino que de-

ben dirigir sus esfuerzos también hacia la atención prestada en el momento del servicio.

Como puede observarse, la satisfacción del estudiante se logra a través de diversos elementos vinculados a la atención en el servicio, por lo cual constituye un aspecto esencial que debe considerar la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, ya que su razón de ser lo constituye sus estudiantes.

3. Resultados del Estudio

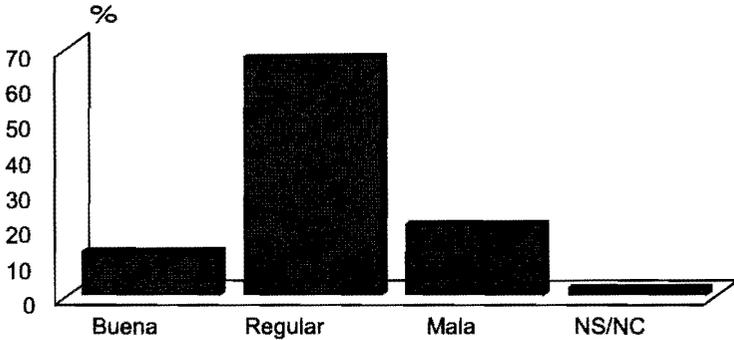
Para tratar el nivel de satisfacción de los estudiantes se consideró la opinión sobre el proceso de inscripción, modificación y constancias de estudios, por parte de los bachilleros encuestados, así como el trato y la atención recibida por parte del personal que labora en las secretarías docentes, igualmente el nivel de respuesta, el conocimiento del personal en sus funciones, nivel de responsabilidad en la prestación del servicio, entre otros aspectos.

En relación con el proceso de inscripción, modificación y emisión de constancias de estudio (Gráfico 1), se detectó que el 11.9%, es decir, treinta y ocho (38) estudiantes, tienen una buena opinión al respecto, mientras que doscientos catorce (214) bachilleros emitieron una opinión regular, que representa el 66.9% de las personas encuestadas, así como sesenta y tres (63) estudiantes tienen una mala opinión sobre este proceso, lo cual representa el 19.7% de la muestra.

Es de destacar que el 86.6% (66.9% + 19.7%) de los sujetos investigados emitieron una opinión desfavorable por este servicio, al considerar conjuntamente las alternativas de respuesta regular y mala.

En este aspecto se pretende hacer referencia a la teoría planteada por Albrecht y Bradford (1998), en donde señalan que en el

Gráfico 1
Distribución Porcentual de la Opinión sobre el Proceso de Inscripción,
Modificación y Emisión de Constancias de Estudio
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Maracaibo, 1999



Fuente: Elaboración Propia.

servicio existen los momentos de verdad, que estos autores en ese preciso instante cuando el cliente se pone en contacto con el negocio y, sobre la base de éste se forma una opinión acerca de la calidad del servicio.

En este orden de ideas, Albrech (1992:27), plantea la importancia que tienen los momentos de verdad en la consecución de un buen servicio, por parte de los clientes y esto determina en definitiva, la opinión positiva o negativa que pueda tener en un momento determinado.

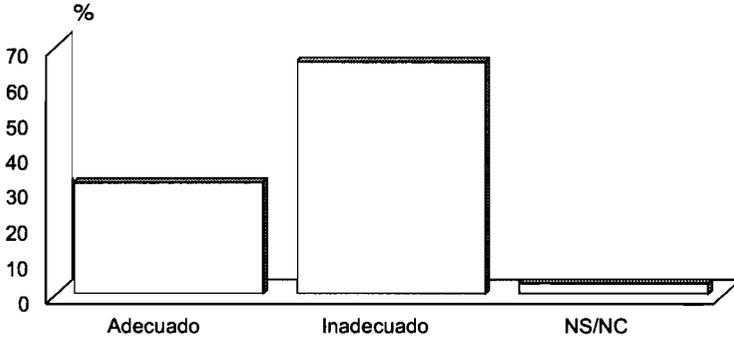
Respecto al trato recibido por el personal que labora en la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales al momento de la prestación del servicio de inscripción, modificación y emisión de constancia de estudio, los resultados obtenidos (Gráfico 2), reflejaron que un alto porcentaje de 65.6% de los encuestados, es decir, doscientos diez (210) sujetos, consideran el servicio inadecuado, mientras que el 31.3%, que representan cien (100) personas, expresaron que es adecuado.

Los resultados anteriormente expuestos nos permitieron expresar la posición asumida por Albrech (1992:27) sobre la importancia que tiene el trato que debe brindársele al cliente, considera que si el personal de servicio es apático, desagradable, hostil, los momentos de verdad quedan arruinados; si es amable, agradable, afable, cooperativo y recursivo para tomar a su cargo el problema del cliente, entonces sus momentos de verdad brillan y el bachiller tiende a generalizar esas experiencias para todo el servicio.

En el Gráfico 3, se hace referencia a cómo consideran los estudiantes el servicio de inscripción, modificación y emisión de constancia de estudio, el 65.6% de los encuestados, es decir, doscientos diez (210) personas, opinaron que era inadecuado, mientras que cien (100) bachilleres afirmaron que son adecuados, es decir, el 31.3% de los estudiantes encuestados.

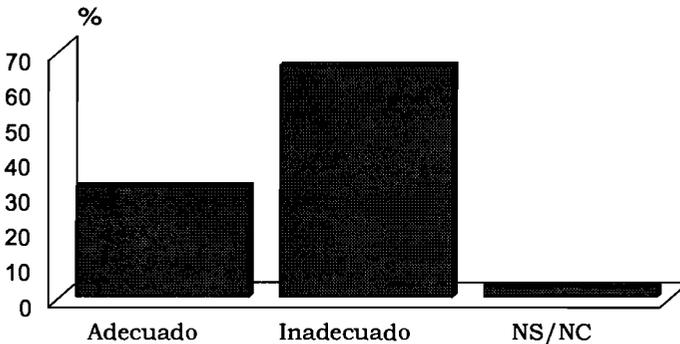
Con referencia al Gráfico 4, que se concretó en considerar el nivel de colaboración

Gráfico 2
Distribución Porcentual de la opinión sobre el trato recibido por el personal que labora en el Proceso de Inscripción, Modificación y Emisión de Constancias de Estudio. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales Maracaibo, 1999



Fuente: Elaboración Propia.

Gráfico 3
Distribución porcentual del Análisis sobre el Proceso de Inscripción, Modificación y Emisión de Constancias de Estudio Facultad de Ciencias Económicas y Sociales Maracaibo, 1999

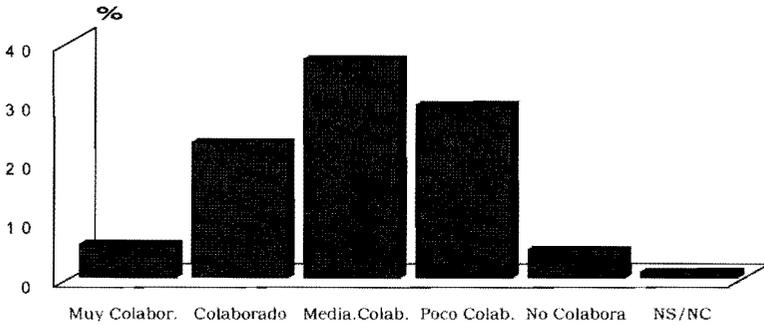


Fuente: Elaboración Propia.

del personal que tiene a su cargo el proceso de inscripción, modificación y emisión de constancia de estudio, los sujetos investigados en una proporción del 5.6%, es decir, dieciocho (18) encuestados respondieron que el perso-

nal era muy colaborador, mientras setenta y tres (73) personas, es decir, el 22.8% respondieron la alternativa colaborador, mientras el mayor porcentaje 36.9% equivalente a un número de ciento dieciocho (118) personas se in-

Gráfico 4
Distribución porcentual del Nivel de Colaboración del personal que labora en el
Servicio de Inscripción, Modificación y Emisión de Constancias de Estudio
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Maracaibo, 1999



Fuente: Elaboración Propia.

clinaron por la opción medianamente colaborador; contestando noventa y tres (93) estudiantes que representan el 29.1% poco colaborador y por último, quince (15) personas que equivalen al 4.7% respondieron que no colaboraba el personal.

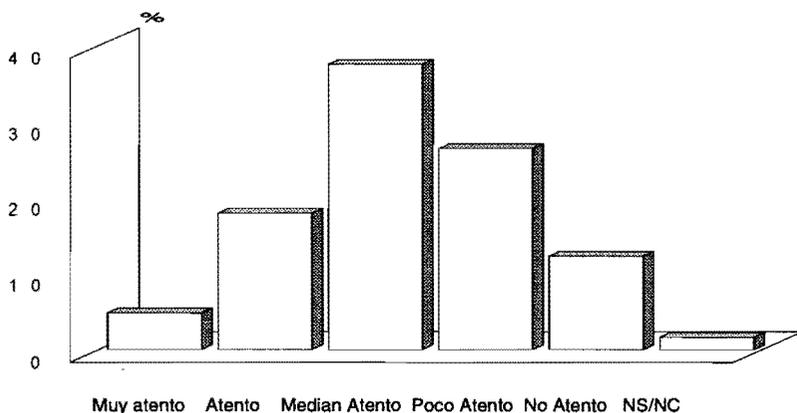
En lo pertinente a este punto, se plantea la importancia del personal que tiene a su cargo el desempeño de las labores asignadas esté dispuesta a colaborar con el cliente, como lo señala Albreth y Zemke (1992), ya que el mismo al estar consciente de sus actividades en sus puestos de trabajo, pueden cumplir eficientemente con uno de los principales objetivos que debe poseer una organización, como lo es brindar el mayor beneficio en términos de servicio prestado a sus clientes.

En lo concerniente al trato recibido por el personal el procedimiento estadístico aplicado arrojó como resultado (Gráfico 5), que el personal que labora en el proceso de Inscripción, Modificación y Emisión de Constancia

de estudio, es medianamente atento, ya que su porcentaje fue el más alto, considerado en el 37.5%, en segundo término, es poco atento con una proporción del 26.3%, luego se observa la alternativa referente a atento, con un indicador del 17.8%, seguidamente se destaca no es atento, que obtuvo una cifra del 12.2% y posteriormente se encuentra el aspecto muy atento con 4.7% y finalmente, no sabe/no contesta se ubica en 1.6%.

Ahora bien, tomando en cuenta los resultados arrojados por el procesamiento de la información, se observa que el personal de las Secretarías Docentes de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales no prestan la debida atención a los usuarios de este Servicio, aspecto éste que es clave si nos referimos específicamente a las ideas de Kotler y Armstron (1996), ya que es considerado como uno de los factores psicológicos que influyen en el comportamiento de los clientes (estudiantes) y desempeña un papel importante en la percepción de los mismos.

Gráfico 5
Distribución porcentual de la Atención por parte del personal que labora en el
Proceso de Inscripción, Modificación y Emisión de Constancias de Estudio
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Maracaibo, 1999



Fuente: Elaboración Propia.

Siguiendo en el análisis e interpretación de los resultados, se detectó (Gráfico 6), que una gran cantidad de los encuestados están insatisfechos con el nivel de respuesta que recibe del personal que tiene a su cargo el proceso de inscripción, modificación y emisión de constancias de estudio, dado que la selección de doscientos doce (212) estudiantes que equivalen a 66.3%, así lo demostró con su respuesta, mientras que ochenta y siete (87) de ellos (27.2%) manifestaron estar satisfechos.

El nivel de respuesta que puede ser o no proporcionada en el momento al estudiante juega un papel muy importante en aras de satisfacer esas expectativas que los bachilleres puedan tener.

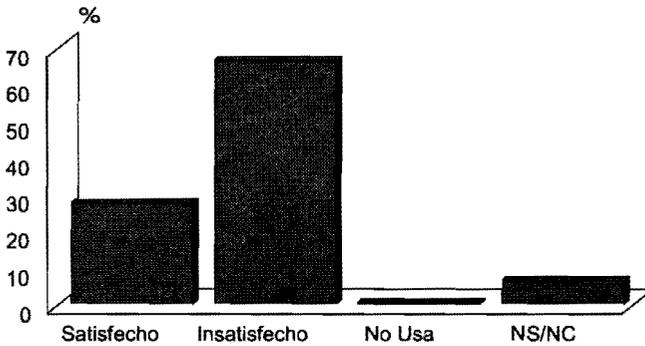
Pues bien, los resultados obtenidos demuestran la vigencia de algunos autores manejados; dos de ellos Berry y Parasuraman

(1993:75), señalan que para ganarse una buena reputación por la calidad de servicio, el grado de respuesta que tenga la organización respecto a las necesidades de sus clientes, es fundamental para satisfacer y superar las expectativas de los usuarios.

En concordancia con lo tratado, Albrecht y Zemke (1992:78), comparten esa opinión declarando que las necesidades del cliente, tienen una inquietante forma de no permanecer satisfechas por mucho tiempo y que la organización debe dar respuesta acorde a las exigencias del entorno.

Como se observa, estos autores cobran vigencia a través de los resultados obtenidos en los procedimientos estadísticos correspondientes, debido que, tal cual, ellos conciben el nivel de respuesta, la organización (Facultad de Ciencias Económicas y Sociales) debe es-

Gráfico 6
Distribución porcentual del Nivel de Respuesta del personal que labora en el Proceso de Inscripción, Modificación y Emisión de Constancias de Estudio
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Maracaibo, 1999



Fuente: Elaboración Propia.

tar atenta a los requerimientos y exigencias del entorno para poder brindar a los usuarios (estudiantes) un servicio de calidad.

Continuando con el análisis e interpretación de los resultados, se determinó (Gráfico 7), que el 49.7% de los estudiantes encuestados, opinaron que el personal que labora en el proceso de inscripción.

Modificación y Emisión de constancia de estudio, tiene un nivel medio de conocimientos e información al momento de desarrollar sus actividades, así como el 28.4% lo considera bajo y el 19.1% alto.

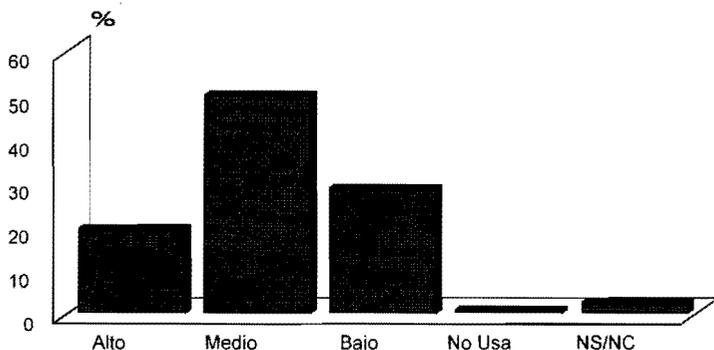
Por consiguiente, de lo anterior se deduce que el conocimiento e información del personal que labora en las Secretarías Docentes de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad del Zulia es bastante bajo, si se consideran las alternativas medio y bajo, las cuales representan un 78.1% (49.7% + 28.4%) de las personas encuestadas.

Ante este panorama, es importante demostrar que el nivel de conocimiento e información proporcionada por el personal que labora en la Secretaría Docente, es clave para satisfacer las necesidades y exigencias de los estudiantes y de esta manera prestar un buen servicio. Situación ésta que no ocurre tomando como evidencia los resultados de la investigación.

A tal efecto, Berry, Bennet y Brown (1989), señalan que la información proporcionada al cliente es esencial para satisfacer al mismo, el término "información" lo explican como un conjunto de datos que pretende comunicar algo. Desde el punto de vista de los servicios lo definen como las características particulares de éstos, las cuales deben ser entendidas por quien lo presta y comunicadas al cliente que lo compra, para su efectiva utilización y provecho.

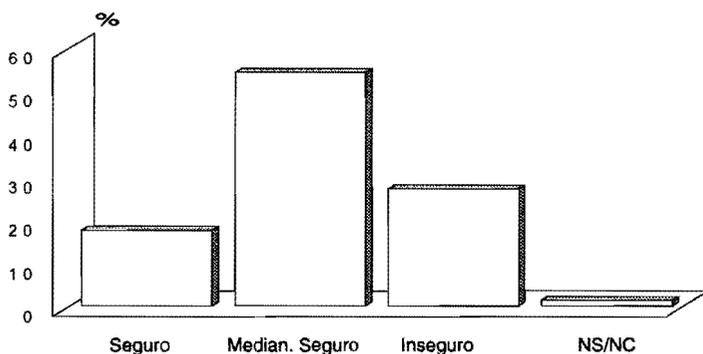
En esta misma vertiente, (Gráfico 8), se pretende determinar el nivel de seguridad del personal que labora en el proceso de inscripción, modificación y emisión de constancia de

Gráfico 7
Distribución porcentual del Conocimiento e Información del personal que labora en el Proceso de Inscripción, Modificación y Emisión de Constancias de Estudio Facultad de Ciencias Económicas y Sociales Maracaibo, 1999



Fuente: Elaboración Propia.

Gráfico 8
Distribución porcentual del Nivel de Seguridad del personal que labora en el Proceso de Inscripción, Modificación y Emisión de Constancias de Estudio al momento de proporcionarle información. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales Maracaibo, 1999



Fuente: Elaboración Propia.

estudio al momento de proporcionarle información a los usuarios. Así pues, tomando en cuenta los datos aportados por el proceso estadístico, se detectó que un gran porcentaje de

los sujetos encuestados, en el orden del 54.1% consideró medianamente segura la información; en segundo término, afirmaron que es insegura la información proporcionada en un

27.2%, el siguiente aspecto concerniente a la alternativa seguro, se ubicó en 17.5%.

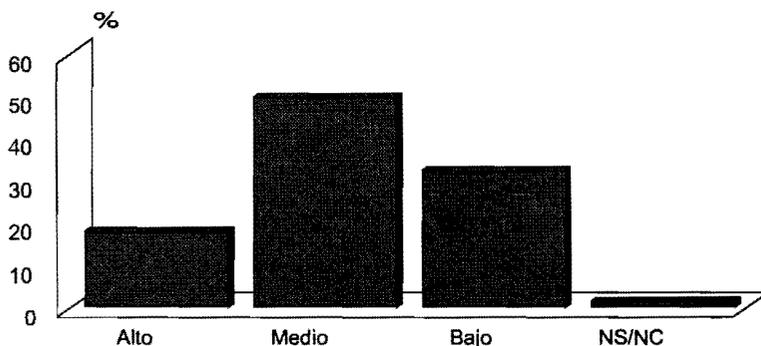
Como aspecto consecuencial de lo explicado, se corrobora la importancia que tiene para el estudiante la información que se les proporciona sea segura y confiable sobre las inquietudes o interrogantes que pueda tener el usuario en un momento determinado.

De allí que, se demuestre la opinión que al respecto realizó Gil y otros (1993) al considerar entre las prioridades fundamentales en la prestación del servicio, el manejo de la información, lo cual implica el conocimiento del mismo, es decir, el conocimiento de las expectativas del cliente, de las funciones del trabajo, su alcance, dimensiones y prioridad, conocimiento de procedimiento y políticas del proceso de inscripción, modificación y emisión de constancias de estudio, sus bases lógicas y cómo eliminar las que no las tienen y que frustran innecesariamente a los estudiantes y al conocimiento real de los servicios.

Respecto a la responsabilidad que muestra el personal de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales y tiene a su cargo el proceso de inscripción, modificación y emisión de constancia de estudio en su trabajo, los resultados obtenidos (Gráfico 9), reflejaron que un alto porcentaje, 49.4% de los encuestados afirmaron que el grado de responsabilidad les produce un nivel de satisfacción medio, mientras un 31.9% expresaron tener un bajo nivel de satisfacción respecto al grado de responsabilidad, por otra parte, la alternativa alto nivel de responsabilidad se ubicó en 17.5% del total de los encuestados.

Todo lo anterior conduce a afirmar que el nivel de percepción que tienen los estudiantes sobre el grado de responsabilidad del personal que labora en las secretarías docentes de la Facultad es muy bajo, al considerar conjuntamente las alternativas de respuesta medio y bajo, las cuales se ubican en 81.3% (49.4% + 31.9%), cifras por demás elocuentes y signifi-

Gráfico 9
Distribución porcentual del Nivel de Responsabilidad del personal que labora en el Proceso de Inscripción, Modificación y Emisión de Constancias de Estudio Facultad de Ciencias Económicas y Sociales Maracaibo, 1999



Fuente: Elaboración Propia.

cativas que demuestran un bajo nivel de responsabilidad por parte de las personas que tienen a su cargo prestar este servicio.

En este mismo orden de ideas, Berry, Bennet y Brown (1989), sostienen la importancia de contar con un personal responsable e identificado con las tareas asignadas, ya que de esta forma se contribuirá a satisfacer las demandas de los usuarios del servicio. Esto plantea la necesidad de establecer los correctivos necesarios para evitar que siga agudizándose esta situación desfavorable para la institución.

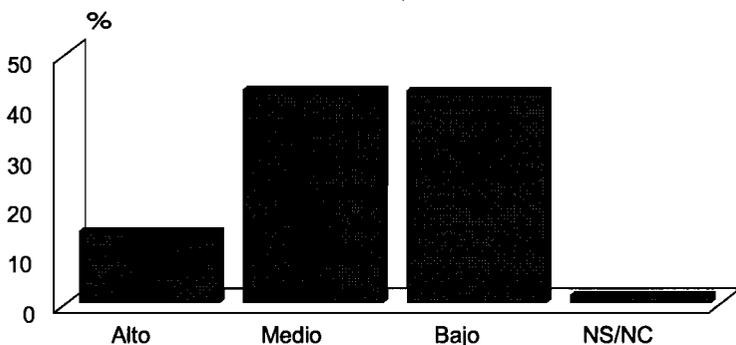
En cuanto a la cortesía y/o amabilidad del personal de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, que tiene a su cargo el proceso de inscripción, modificación y emisión de constancias de estudio, los resultados obtenidos en el Gráfico 10, evidencian que un porcentaje del 42.5% de los encuestados, afirmaron tener un nivel medio de satisfacción respecto a la cortesía y/o amabilidad que demuestra el personal, mientras que el 42.2%

expresaron tener un nivel de satisfacción bajo y en menor proporción 14.1% manifestaron tener un alto nivel de satisfacción con respecto al aspecto considerado.

De acuerdo con estos resultados, se puede afirmar que el personal de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales que tiene bajo su responsabilidad prestar el servicio de inscripción, modificación y emisión de constancia de estudio, no es lo suficientemente cortés y amable con los bachilleres ya que al considerar las alternativas de respuesta medio y bajo, de manera conjunta nos brinda una proporción de 84.7% (42.5% + 42.2%), valor por demás alarmante y que debe de llamar poderosamente la atención de las autoridades de la Facultad, para la aplicación de correctivos inmediatos a esta grave situación.

En lo pertinente a este punto, se confirma la necesidad de que el personal que tenga a su cargo prestar determinado servicio, lo realice cortés y amablemente. Es así como Albrecht y Zemke (1992) señalan que la simple

Gráfico 10
Distribución porcentual del Nivel de Cortesía y/o Amabilidad del personal que labora en el Proceso de Inscripción, Modificación y Emisión de Constancias de Estudio Facultad de Ciencias Económicas y Sociales Maracaibo, 1999



Fuente: Elaboración Propia.

falta de cortesía es la característica más común de las historias de servicio escandalosas que están empezando a formar parte rápidamente de la cultura popular. Asegurarse de que la cortesía generalizada se expande más, es un desafío que deben asumir las autoridades de la Facultad, ya que mejorar los servicios estudiantiles es un reto.

En el Gráfico 11, donde se observan los resultados correspondientes a determinar si se ha entendido o correspondido con exactitud a la solución de algún problema que se le haya presentado a los bachilleres por parte del personal que labora en el servicio de inscripción, modificación y emisión de constancia de estudio, los resultados reflejaron que un 35.3% respondieron que fueron medianamente entendidas sus inquietudes, mientras que un 23.4% consideró que no fueron entendidos sus planteamientos, asimismo, el 20.9% de los encuestados afirmaron que nunca habían tenido problema y un 17.5% expresaron que los

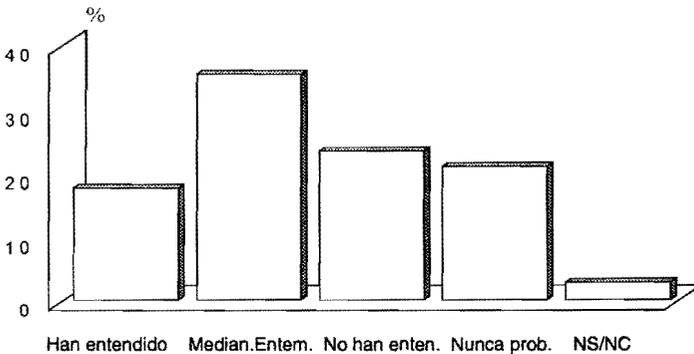
entendieron a la hora de plantear alguna inquietud.

De lo anterior se puede afirmar que un porcentaje elevado de 58.7% (35.3% + 23.4%) de estudiantes encuestados afirmaron que le habían medianamente entendido o sencillamente no le habían entendido sus problemas o inquietudes en un momento determinado.

En lo concerniente (Gráfico 12), a evaluar el desempeño del personal que labora en el proceso de inscripción, modificación y emisión de constancia de estudio, en cuanto al desarrollo de sus actividades un elevado porcentaje de 68.1% bachilleres, opinaron que el personal es deficiente y un 27.5% consideró eficiente el servicio.

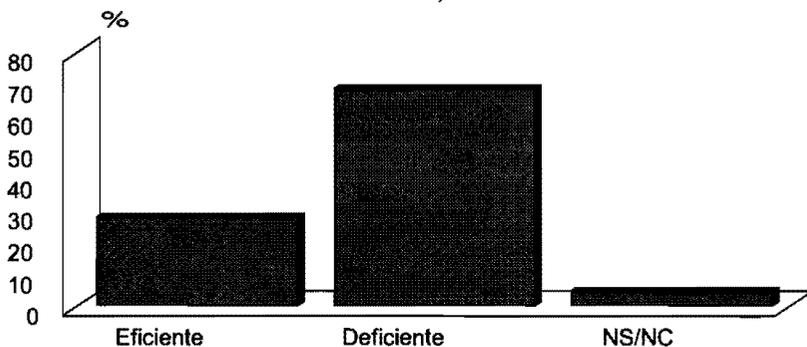
Lo anterior muestra que el desarrollo de las actividades por parte del personal que labora en las Secretarías Docentes de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, no están cumpliendo con las tareas y objetivos en

Gráfico 11
Distribución porcentual del Nivel de Entendimiento por parte del personal que labora en el Proceso de Inscripción, Modificación y Emisión de Constancias de Estudio ante algún problema del estudiantado Facultad de Ciencias Económicas y Sociales Maracaibo, 1999



Fuente: Elaboración Propia.

Gráfico 12
Distribución porcentual del Nivel de Eficiencia del personal que labora en el Proceso de Inscripción, Modificación y Emisión de Constancias de Estudio en el desarrollo de sus actividades. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales Maracaibo, 1999



Fuente: Elaboración Propia.

razón de prestar un servicio eficiente a la comunidad estudiantil de esta Facultad.

Tal cual se planteó anteriormente, es importante el desempeño que tenga el personal destinado a prestar el servicio, esto se comprobó a través de los planteamientos de Berry, Bennet y Brown (1989), ellos sostienen que es razonable pensar que el servicio sólo puede ser tan bueno como el personal que lo proporciona. Por ello, son esenciales habilidades para trabajar en equipo, entre otras destrezas involucradas con la calidad del servicio. Explican los autores que un paso fundamental hacia la eficiencia del servicio, es invertir en el desarrollo de habilidades y conocimientos del mismo, darle la preparación para servir y al hacer esto, alentar su deseo de servir.

En definitiva, todo lo anteriormente expuesto, demuestra que los estudiantes de pregrado de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales se encuentran insatisfechos con el proceso de inscripción, modificación y emisión de constancia de estudio de esta Fa-

cultad, dado entre otros aspectos a que los sujetos investigados emitieron una opinión regular por este servicio en un 66.9% de la muestra estudiada (Gráfico 1), en ese mismo orden de ideas, el 65.6% de los encuestados afirmaron que el servicio es inadecuado (Gráfico 3), así mismo, el personal de las secretarías docentes de las escuelas que conforman la Facultad no prestan la debida atención a los estudiantes, ubicándose en términos porcentuales en 63.8% de la muestra, como se observa en el Gráfico 5, al considerar las alternativas medianamente atento (37.5%) y poco atento (26.3%).

4. Conclusiones

Se demostró que los estudiantes de pregrado de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad del Zulia se encuentran insatisfechos con el proceso de inscripción, modificación de inscripción y emisión de constancia de estudio de esta Facultad.

Se recomienda a las autoridades de la misma iniciar de inmediato un proceso de auditoría a las actividades inherentes a las secretarías docentes de cada escuela, asimismo establecer un programa de selección y adiestramiento del personal, tomar en cuenta las opiniones y sugerencia del estudiantado, todo ello a los fines de garantizar la prestación de un servicio que satisfaga las exigencias de la comunidad estudiantil.

Bibliografía citada

- Albrecht, Karl. (1992) **La revolución del servicio**. Fondo Editorial Legis. Segunda Edición, Bogotá, 236 pp.
- Albrecht, Karl y Bradford, L. (1998). **La Excelencia en el servicio**. Editores LTDA. Primera Edición. 237 pp.
- Albrecht, Karl y Zemke, Ron. (1992). **Gerencia del Servicio**. Fondo Editorial Legis. Séptima reimpresión, Bogotá. 202 pp.
- Berry, Leonard y Parasuraman, A. (1993). **Marketing en las Empresas de Servicio**. Editorial Norma. Primera Edición. Bogotá. 271 pp.
- Berry, Leonard; Bennet, David y Brown, Carter. (1989). **Calidad del Servicio**. Ediciones Díaz de Santos, Madrid. 204 pp.
- Harrington H., James (1997). **Administración total del mejoramiento continuo**. Editorial McGraw Hill. Primera Edición. 265 pp.
- Kotler, Philip y Armstrong, Gary. (1996). **Mercadotecnia**. Editorial Prentice Hall. Sexta Edición. México. 826 pp.