

Universidad Nacional
Facultad de Ciencias Sociales
Escuela de Secretariado Profesional
Licenciatura en Administración de Oficinas

**LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE PROMOVIDA POR LOS
FUNCIONARIOS DEL DEPARTAMENTO DE BIENESTAR ESTUDIANTIL DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL, SEGÚN LA PERCEPCIÓN DEL GRUPO
ESTUDIANTIL DE PRIMER INGRESO, USUARIO DE ESTE SERVICIO, DE LA
ESCUELA DE SECRETARIADO PROFESIONAL, PERÍODO 2018**

Trabajo Final de Graduación para optar por el grado de Licenciatura
en Administración de Oficinas

Estudiante

Wendoly Dayanna Arroyo Carvajal

Febrero, 2021

Campus Omar Dengo, Heredia

Hoja de Aprobación

Tesis presentada el 25 de febrero del 2021, como requisito para optar por el grado de Licenciatura en Administración de Oficinas de la Escuela de Secretariado Profesional de la Universidad Nacional. El trabajo presentado se da por aprobado por los miembros del Tribunal Examinador.

Miembros del Tribunal Examinador



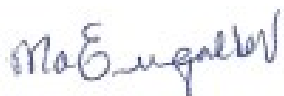
Dra. Isabel Araya Muñoz
Directora

Escuela de Secretariado Profesional, UNA



M.Ed. Carlos Ulate González
Director de Tesis

Escuela de Secretariado Profesional, UNA



M.Ed. María Eugenia Ugalde Villalobos
Lectora y Filóloga

Escuela de Secretariado Profesional, UNA



Lic. Nidia Rodríguez Garro
Lectora

Departamento de Bienestar Estudiantil



Bach. Wendoly Dayanna Arroyo Carvajal
Postulante

Dedicatoria

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional porque sin él jamás lo habría logrado. Cuando en los peores momentos sentía que no lo iba a lograr, me daba las fuerzas para seguir adelante pese a cualquier dificultad.

A mis padres por la confianza y la oportunidad que me brindaron para formarme académicamente, porque siempre fue su prioridad que yo pudiera culminar mi grado académico y que en muchas ocasiones significó sacrificios para ellos, para que yo pudiera alcanzar este logro.

A todas aquellas personas que directa o indirectamente contribuyeron en el aprendizaje y formación que han hecho que este trabajo se realice.

Wendoly Dayanna Arroyo Carvajal

Agradecimientos

A Dios, por darme las fuerzas y paciencia necesaria en los momentos más difíciles, por darme salud y permitirme cumplir mis sueños.

Un agradecimiento especial a mi profesor tutor y docente de la Escuela de Secretariado Profesional don Carlos Ulate González por toda su colaboración, dedicación y asesoramiento en el presente proyecto, además de su excelente calidad humana que siempre me apoyó psicológicamente dándome palabras de positivismo, creyó en mi capacidad y sacrificó su tiempo para siempre poderme atender con mucha paciencia, respeto y profesionalismo.

A la exdirectora de la Escuela de Secretariado, doña Margarita Vargas Calvo a quien siempre admiré mucho por su impecable labor como directora, su vocación en enseñar con mucha paciencia todo el conocimiento adquirido, el haberme recibido siempre con una sonrisa y palabras de motivación. Su apoyo ha sido un pilar fundamental en la realización de dicha investigación.

A doña Nidia Rodríguez Garro, trabajadora social del Departamento de Bienestar Estudiantil, quien sacó de su valioso tiempo para recibirme siempre de la mejor manera, una persona con una calidad humana excelente a quien aprecio mucho y admiro su noble corazón, siempre sensible ante las situaciones particulares que pasamos los estudiantes durante nuestro proceso universitario y siempre velando por el beneficio del estudiante. Asumió también la tarea de ser lectora de mi tesis.

A la profesora María Eugenia Ugalde Villalobos, quien muy amablemente asumió la tarea de ser lectora y filóloga de mi trabajo de investigación.

A la profesora doña Angélica Fontana del Proyecto “UNA EDUCACIÓN DE CALIDAD”, por haberme apoyado y no haberme dejado sola durante este proceso, en especial muy agradecida con las asistentes que me fueron asignadas para poder guiarme

de la mejor manera en la culminación de la tesis, porque la UNA les brindó todas las herramientas para que adquirieran el conocimiento con el cual hoy cuentan y tener el don y vocación de poder aportar tanto al estudiantado que requiere de un poco más de apoyo.

A mis padres que creyeron en que sí lo lograría y han velado por mí de una u otra manera durante todo este proceso.

A los profesores(as) de la Escuela de Secretariado Profesional de la Universidad Nacional que siempre me apoyaron y dieron palabras positivas de motivación para que siguiera adelante y por su comprensión y profesionalismo impartido.

A todas las personas que contribuyeron para lograr la culminación de mi carrera y su apoyo en el desarrollo de la presente investigación, además a quienes me brindaron su amistad y estuvieron a mi lado cuando más lo necesitaba. Les debo el agradecimiento a tantas personas que no terminaría de mencionar acá. Gracias a todos (as). Estoy orgullosa de haber sido estudiante de tan prestigiosa Universidad. ¡Gracias UNA por haberme dado tanto, porque a través del paso de estos años estoy logrando concretar una parte muy importante de mi vida, jamás terminaría de agradecerles por todo!

Wendoly Dayanna Arroyo Carvajal

Contenido

Hoja de Aprobación.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimientos	iv
Contenido.....	vi
Lista de Tablas	vii
Lista de Figuras.....	viii
Resumen.....	ix
Introducción	x
CAPÍTULO I	15
1. Marco Introdutorio.....	19
1.1 Planteamiento del Problema	19
1.2 Justificación	20
1.3 Antecedentes	23
1.4 Objetivos	28
Objetivo General	28
Objetivos Específicos.....	28
CAPÍTULO II	29
2. Marco teórico contextual.....	31
2.1 Universidad Nacional	31
2.2 Departamento de Bienestar Estudiantil.....	32
2.3 Marco teórico conceptual	33
2.4 Marco teórico referencial	35
CAPÍTULO III	46
3. Marco Metodológico.....	48
3.1 Paradigma de Investigación	48
3.2 Enfoque de investigación del proyecto.....	49
3.3 Alcance y tipo de investigación del proyecto.....	50
3.4 Procedimientos	50
3.5 Sujeto y fuentes de investigación	52

3.6 Descripción y validación de instrumentos	53
3.7 Categorías de análisis:.....	58
CAPÍTULO IV	61
4. Análisis de los datos obtenidos	62
CAPITULO V	109
5. Conclusiones y Recomendaciones	110
5.1 Conclusiones	110
5.2 Recomendaciones	114
6. Bibliografía	117
7. Anexos.....	122
Anexo 1.	122
Anexo 2.	129
Anexo 3.	133
Observación No Participante.....	133

Lista de Tablas

Tabla 1	58
Tabla 2	65
Tabla 3	78
Tabla 4	82
Tabla 5	105

Lista de Figuras

Figura 1	64
Figura 2	67
Figura 3	69
Figura 4	70
Figura 5	71
Figura 6	71
Figura 7	72
Figura 8	73
Figura 9	74
Figura 10	75
Figura 11	76
Figura 12	77
Figura 13	84
Figura 14	85
Figura 15	85
Figura 16	88
Figura 17	89
Figura 18	89
Figura 19	99

Resumen

Esta investigación consiste en un estudio de la percepción que tiene un grupo de 86 estudiantes de primer ingreso de la Universidad Nacional, de las carreras de Administración de Oficinas y de Educación Comercial, de la calidad de servicio al cliente que se promueve en el Departamento de Bienestar Estudiantil de dicha Universidad. El problema investigado permitió conocer los factores que influyen en la calidad del servicio al cliente, desde la perspectiva de este grupo de estudiantes, a quienes se les aplicó un cuestionario mixto estructurado, el cual generó datos que se complementaron con la información que se recogió mediante una entrevista semiestructurada aplicada a 16 funcionarios del Departamento y una observación no participante de la investigadora. Los instrumentos fueron diseñados para indagar acerca de tres aspectos relacionados con la calidad del servicio al cliente que son: la importancia del servicio al cliente, los alcances y limitaciones, y los retos que enfrenta el Departamento, según cada grupo de sujetos indagados. La investigación permitió comprobar que el concepto de calidad de servicio al cliente del Departamento de Bienestar Estudiantil de la Universidad Nacional goza de un elevado nivel de importancia para los usuarios de nuevo ingreso de la Escuela de Secretariado Profesional. También se determinó que los factores de calidad del servicio al cliente que se consideran importantes por parte de los usuarios se centran en el proceso de atención y en la necesidad de permanente capacitación de los funcionarios, y que las características más deseadas son: la confiabilidad, la comunicación con mensajes de fácil interpretación y un servicio ágil. También, los usuarios tienen una percepción positiva de los alcances del servicio al cliente que se da en el Departamento, y en cuanto a las limitaciones, la mayor de ellas tiene que ver con el reducido tiempo de atención con que cuentan los funcionarios para atenderlos, y por último, los retos tienen que ver con mayor capacitación del personal, implementar el uso de mejor equipo tecnológico y cubrir los puestos solo con personal experimentado.

Introducción

El usuario de un servicio no solo busca que este sea de calidad, sino que la asistencia brindada sea eficaz y facilitada en el menor tiempo posible. También requiere de un buen trato, el cual incluye importantes factores de servicio al cliente tales como un tono de voz apropiado y que se le hable con amabilidad. De allí que, en la mayoría de las ocasiones, la percepción que tenga el usuario de un servicio influye significativamente, porque el resultado puede ser un usuario satisfecho, y en caso contrario, un usuario disconforme con la atención recibida.

Cuando un funcionario brinda el servicio con esmero y dedicación, genera un ambiente agradable que propicia la confianza para que el usuario se sienta satisfecho y pueda evacuar a cabalidad sus dudas. Por el contrario, el usuario para quien la atención no es adecuada puede quedarse con muchas preguntas sin contestar, y verse en la necesidad de volver a hacer la fila para ser atendido por otro funcionario que sí tenga la capacidad, habilidad o vocación de servicio al cliente.

La dinámica de servicio al cliente que se da todos los días en un departamento como Bienestar Estudiantil de la UNA es muy importante para el beneficio del usuario, muchos (as) estudiantes se acercan durante todo el día en diferentes momentos con el fin de hacer consultas de trámites realizados previamente por medio del sistema. Estos trámites incluyen ayudas económicas especiales, becas, inconformidades de asignación de su beca, consultas de asignación de beca según la zona, categorías y postulaciones, entre otros servicios a solicitar.

El servicio brindado puede ser divulgativo, de manera que la información se propague a través de medios electrónicos (página Web de Bienestar Estudiantil), o por medio de carteles con información que se difunden por los mismos estudiantes. Sin embargo, la información siempre va a ser de carácter preventivo e informativo, el cual es un aspecto muy importante, pues gracias a esa información, al estudiante se le facilita conocimiento acerca de la posibilidad de obtener la beca económica que brinda el Estado. Por esta razón, el grupo

estudiantil valora este gran aporte y se acerca al Departamento de Bienestar Estudiantil donde los(as) funcionarios(as) son los que deben velar por brindar el mejor servicio posible y prevenir que los estudiantes se queden sin su beca por desconocimiento de la información. Esto explica el interés que tiene el usuario en preguntar, lo cual es tan importante como el servicio recibido.

Los estudios que surgen alrededor del tema son muchos y datan de hace unas décadas, tal como Karl Albrecht, en su libro *Servicio al Cliente Interno*, donde expresa lo siguiente: “todo mundo tiene un cliente, el servicio de calidad comienza dentro de la organización” (Albrecht, 1992, p. 13).

De igual manera, unos años después, Martin (1994) en su libro *Calidad en el Servicio al Cliente* hace énfasis en aspectos como las razones por las cuales es tan importante tener éxito en las relaciones con el cliente. Expresa también cuán importante es la actitud positiva en el servicio al cliente en aspectos como la imagen y el lenguaje corporal que trasmite al cliente, la manera como se deben recibir las quejas y las necesidades básicas de los clientes. Entre estas se destaca “la necesidad de ser comprendido, la necesidad de ser bien recibido, la necesidad de sentirse importante y la necesidad de comodidad” (p.37).

Además, este autor expresa que “las diferencias entre el éxito y el fracaso en la prestación de servicios es cuestión de sensibilidad, sinceridad, actitud y técnicas para las relaciones humanas, todo lo cual se puede aprender” (Martin, 1994, p. 3).

Se considera de mucha importancia la frase anterior, porque se coincide con el autor en el sentido de que son cuestiones que se pueden aprender. Se trata de aspectos específicos en los cuales no todo mundo es fuerte, y que con esfuerzo y dedicación se pueden desarrollar para alcanzar nuevas destrezas.

Algunos años después, ya en la década del 2000, se realizaron algunos estudios en torno al tema del servicio al cliente, que siguen teniendo gran trascendencia. Es así como Horovitz (2000) ofrece una estrategia sistemática y actualizada, basada en estudios realizados

en empresas, para la mejora del servicio al cliente. A lo largo de sus siete capítulos proporciona las claves para competir a partir de la diferenciación en la atención al cliente y también la necesidad de crear una cultura de servicio, de manera que pueda aumentar la satisfacción de los clientes. Esto es lo que recomienda “[n]o se duerma en los laureles. La competencia avanza. Las necesidades de los clientes cambian. Debe reevaluar regularmente su proposición de valor para añadir, suprimir y cambiar sus dimensiones”. (p. 51).

La cita anterior proviene de un entorno de ventas en un mercado competitivo. Sin embargo, el principio subyacente puede aplicarse en el entorno del servicio al cliente brindado en una universidad pública. Es entendible que las universidades públicas no compiten entre sí, pero no significa que deba descuidarse dicha área. Es de gran valor para los usuarios, ya que al percibir un servicio de calidad y uno de calidad deficiente se siente mucho la diferencia y así van a surgir rumores negativos de dicho departamento y tampoco nadie quisiera que se hable mal de un servicio brindado. Aunque no se venda nada, uno no debe dormirse en los laureles como lo menciona Horovitz (2000) en la anterior cita.

Con información más reciente se hace mención de lo citado por Ortiz, Pedro Pablo García y Gil (2007) en su libro *Técnicas de Servicio y Atención al Cliente*. “Una agradable acogida al cliente es fundamental para el correcto desarrollo del servicio. Se debe saludar con cordialidad. Un agradable “buenos días” o “buenas noches” predispone positivamente al cliente” (p. 208).

De lo anterior cabe mencionar que, desde tiempos muy remotos hasta la actualidad, las normas de cortesía nunca han pasado de moda y el principio básico para que se dé un servicio de calidad inicia desde la cordialidad con que se recibe al cliente. Lo anterior crea un concepto en el usuario, al cual si no se le atiende con modales de cortesía va a estar indispuerto, mientras que si se recibe con una agradable sonrisa de bienvenida y un sutil saludo se genera un ambiente agradable de respeto entre el funcionario que ofrece el servicio y quien lo recibe. En ello radica la importancia que tiene el pre-servicio, el servicio y el post-servicio, ya que todo va relacionado.

Las anteriores referencias reflejan que el interés de ahondar en el tema comenzó desde muchos años atrás y ha tenido gran relevancia hasta la actualidad y así se puede ver en las citas más recientes que se mencionarán más adelante. Además, se le ha abordado desde diferentes perspectivas de análisis y puntos de vista. En este trabajo, se pretende, en especial, destacar las referencias bibliográficas de autores del 2010 a la fecha, y también abarcar autores nacionales, internacionales, tesis, revistas y artículos. En algunos de ellos, se profundizará en el apartado 1.4.

En aspectos generales cabe mencionar que, en México, Jobber y Lancaster (2012) en su libro “Administración de Ventas” hacen mención a la calidad del servicio al cliente. También los autores Lara y Mas (2012) en su libro se preguntan ¿Por qué unas tiendas venden y otras no? el cual fue publicado en Barcelona – Madrid. Ellos hacen énfasis en los aspectos que influyen a la hora de ofrecer servicio al cliente además de las etapas fundamentales que se deben seguir para brindar un servicio de calidad.

En el libro “Gestión Comercial de la PYME”, publicado en Colombia por Asca (2010), se menciona acerca de la importancia de conocer a los clientes para ofrecer lo que ameritan sus expectativas y así lograr con ello la fidelidad del cliente para con esa empresa u organización.

En Costa Rica, se han realizado varios estudios sobre la calidad del servicio al cliente. Estos incluyen los estudios elaborados en la Universidad Nacional por Arce, Mora y Sánchez (2013) quienes definieron factores que determinan la calidad del servicio al cliente en la Sucursal de la Compañía Nacional de Fuerza y Luz de Desamparados. También Valerio y Víquez (2016) elaboraron su tesis acerca de los factores organizacionales que influyen en el desempeño de los colaboradores del área del servicio al cliente en el Banco Nacional de San Pedro.

Otro estudio es el de Sánchez, Acosta, Álvarez y Baldí (2015), en el cual se indaga acerca de la incidencia en la prestación del servicio a los usuarios del Departamento de Registro de la Universidad Nacional.

En el artículo titulado “La habilidad de entender al cliente”, el cual fue publicado por Maurenza (2013), se pretende hacer saber al lector acerca de las condiciones y capacidades de trato con el cliente.

En la revista digital de Tendencias Gerenciales Chierotti (2014), publica acerca de cómo satisfacer al cliente y la importancia que se le debe dar a las estrategias de educación al cliente, siempre con el fin de procurar tenerlo contento o satisfecho.

Con respecto a los temas de estudio que no han sido abordados, esta investigación pretende que sea un componente innovador porque se considera que la perspectiva del usuario le da mayor relevancia al tema de la calidad del servicio al cliente una vez analizada toda la información que arrojen dichos resultados.

CAPÍTULO I

1. Marco Introdutorio

1.1 Planteamiento del Problema

El problema por investigar, gira en torno a la percepción de la calidad de servicio al cliente, que tiene el estudiante de nuevo ingreso de la Escuela de Secretariado Profesional en el período 2018. Para ello, es necesario estudiar los elementos de calidad del servicio al cliente que promueven los(as) funcionarios(as) del Departamento de Bienestar Estudiantil, con el fin de conocer los factores que influyen en el trato a la persona estudiante que recibe el servicio y, de este modo, determinar el impacto que tiene en la población estudiantil de nuevo ingreso de la Escuela de Secretariado Profesional.

Se trata de un problema que nace de la necesidad de conocer los factores que influyen en la calidad del servicio al cliente desde la perspectiva de los estudiantes o usuarios del Departamento de Bienestar Estudiantil de la Universidad Nacional, y este es un conocimiento que tiene gran relevancia como insumo para arrojar luz sobre la dinámica de la interacción funcionario-usuario, pues permite identificar aspectos de esa interacción que se podrían estar omitiendo, y cuyo abordaje posibilitaría una mejora en el servicio que se brinda a una población estudiantil que es vulnerable socio-económicamente, y podría incluso influir en un uso más eficaz de los recursos que la Universidad utiliza para incentivar el desarrollo académico y profesional de esa población, por medio de becas y ayudas estudiantiles.

El problema surge porque es exactamente en la dinámica de la interacción funcionario-usuario que se toman decisiones críticas de las cuales depende que se haga un uso eficiente mediante el aprovechamiento de los recursos para favorecer a estudiantes que verdaderamente los necesitan. El Departamento de Bienestar Estudiantil es una instancia a la cual se acercan todos los estudiantes que buscan información acerca de los servicios que son de interés de ellos y ellas, y se espera que allí se apliquen más sustantivamente los principios básicos de humanismo y solidaridad que tanto distinguen a la Universidad Nacional.

Las características del problema a indagar se relacionan con la importancia del servicio al cliente que se brinda en una universidad estatal. También se relacionan con los alcances y limitaciones del servicio al cliente que promueven los funcionarios(as) del Departamento en estudio según la experiencia del usuario estudiantil. Por último, se procura determinar los retos que enfrenta el Departamento en estudio para brindar un servicio al cliente de calidad, los cuales constituyen puntos específicos de donde parte el tema de investigación.

La población por estudiar la constituye el usuario del departamento de Bienestar Estudiantil de primer ingreso de la Escuela de Secretariado Profesional del periodo 2018. Se trata de una población con un perfil de bajos recursos, como la de todos los años, que opta por estudiar en la Universidad Nacional. En vista de que es una población con características de vulnerabilidad socioeconómica, debería ser de sumo interés para la Institución conocer la percepción y las expectativas que ellos y ellas tienen del servicio al cliente que está presente en todas las instituciones, empresas u organizaciones tanto privadas o públicas. En vista de que la calidad del servicio es el tema de mayor relevancia en el servicio al cliente, esta investigación se enfocará en la perspectiva del usuario y, con ello, analizar los resultados que arrojen los instrumentos del estudio.

Habiendo considerado el anterior planteamiento, la pregunta que se desea responder con esta investigación es la siguiente: ¿Cuál es la percepción de calidad de servicio al cliente que tiene el estudiante de nuevo ingreso de la Escuela de Secretariado Profesional, período 2018, que promueven los funcionarios (as) del Departamento de Bienestar Estudiantil de la Universidad Nacional?

1.2 Justificación

Este proyecto se vincula directamente con una de las líneas de investigación de la carrera de Administración de Oficinas ofertada por la Escuela de Secretariado Profesional, la cual es la comunicación en los procesos de la oficina, dentro de la cual se sitúa el tema del

servicio al cliente. La vinculación es aún más directa porque esta Escuela forma profesionales que se desempeñan en dicho tema. Una de las razones fundamentales por las que se considera dicha vinculación es porque con esta investigación se desea profundizar en el conocimiento del “objeto” y el “sujeto” protagonistas de la interacción entre funcionarios y estudiantes, lo cual se logrará mediante la interpretación que se den a los hechos, a la misma vez, se describen los procesos para llegar a los hallazgos. Se trabajará desde el enfoque cualitativo porque se buscan respuestas a una pregunta, a la vez, que se reúnen las pruebas y se generan los resultados haciendo referencia a datos no generalizados o grupos meta.

El estudio se divide en tres fases de trabajo de campo:

- En un inicio se pretende determinar la importancia del servicio al cliente a partir de la interpretación cualitativa de los hallazgos encontrados en el contexto de estudio (Departamento de Bienestar Estudiantil). La descripción que se hará de la información recabada permitirá comprender las realidades que conforman el escenario de investigación.
- Como segundo paso, se busca identificar los alcances y limitaciones del servicio al cliente promovido en el Departamento de Bienestar Estudiantil. La interpretación y descripción de los datos recabados servirá de insumo para abordar el problema de estudio.
- Por último, el trabajo se centrará en describir los retos que enfrenta el Departamento en estudio para brindar un servicio al cliente de calidad.

El interés que se tiene por esta opción metodológica responde a la necesidad de “Analizar la calidad del servicio al cliente que promueven los(as) funcionarios(as) del Departamento de Bienestar Estudiantil de la Universidad Nacional según la percepción del grupo estudiantil de primer ingreso de la Escuela de Secretariado Profesional, 2018”. El enfoque cualitativo es el que mejor aborda el fenómeno a estudiar.

Para la postulante y la sociedad costarricense es de suma importancia conocer acerca de la dinámica que se da entre los funcionarios del Departamento de Bienestar Estudiantil de la Universidad Nacional y los estudiantes usuarios del servicio. Este conocimiento permite descubrir posibles interacciones defectuosas, entender las causas de estas y proponer soluciones. Se espera que estas soluciones contribuyan a la creación de un ambiente agradable, en el cual se brinde un servicio con esmero y dedicación. Este sería un ambiente en el cual se propicia la confianza para que el usuario pueda evacuar a cabalidad sus dudas.

Para la Escuela de Secretariado Profesional, resulta de gran interés brindar aportes originales, derivados de trabajos de investigación como los que se espera generar con esta investigación. Además, en la formación de los profesionales que estudia en la Escuela se aspira al desarrollo de competencias en la gestión para las cuales se debe abordar ampliamente todo lo que contempla el tema del servicio al usuario. La calidad del servicio al cliente es un tema desarrollado como parte de la formación de la carrera de Administración de Oficinas. Esta área se enfoca en los procesos que se originan de la interacción de las personas en la consecución de ciertas metas, por lo que el servicio al cliente desempeña un papel fundamental en la labor de las funciones secretariales.

La importancia que conlleva esta investigación para la Universidad Nacional reside en el hecho de que esta es motor de progreso para ayudar a que el país esté mejor en diversos aspectos, entre los cuales destaca el cumplimiento satisfactorio de la misión de ella que incluye la promoción de sectores menos favorecidos, una meta que implica la interacción entre funcionarios y usuarios de un servicio público. Como resultado de esta investigación, se espera producir un aporte de conocimiento que aumente la satisfacción de la comunidad estudiantil.

En cuanto al Departamento de Bienestar Estudiantil, se considera que para este será de gran importancia la temática a desarrollar, debido a que se analizará el tema de la calidad del servicio al cliente lo cual contribuye a una mejora de su entorno.

La relevancia de los resultados que se esperan obtener de este trabajo radica en que se ampliarán los recursos de información y se enriquecerá el contenido existente en el tema de servicio al cliente, del cual depende la estabilidad y la razón de ser de toda empresa o institución en aspectos verdaderamente significativos para muchas gestiones que se manejan en el día a día, aspectos que son determinantes para la institución, los colaboradores y los usuarios, máxime si se toma en cuenta que se trata de conocimiento generado desde una perspectiva estudiantil y que trae actores y situaciones diferentes según las particularidades que han surgido.

El objeto de estudio de esta investigación lo constituye la calidad del servicio al cliente. El sujeto es el usuario estudiantil de primer ingreso de la Escuela de Secretariado Profesional. El contexto o campo de estudio es el departamento de Bienestar Estudiantil de la Universidad Nacional. El tiempo en que se llevará a cabo el estudio será el que comprende desde la elaboración actual, en el 2017, hasta acabar con la defensa de la tesis, que se estima pueda ser en el año 2021.

1.3 Antecedentes

La mayoría de los autores especializados en el tema del servicio al cliente coinciden que en cualquier ámbito o rama de las organizaciones es de suma importancia mantener la lealtad de los clientes o usuarios. Para ello, el funcionario a cargo del servicio debe aplicar toda una estrategia para conseguir dicho propósito. Por lo menos esto es lo que se afirma en la siguiente cita:

Las empresas deben buscar la diferenciación, innovación y ofrecer incentivos que conduzcan a la fidelización. Las principales preocupaciones empresariales ya no se encaminan tanto hacia la captación de nuevos clientes, sino que la preocupación se centra en mantener a los que ya tienen.

(Asca, 2010, pp. 131 - 133)

En la afirmación anterior, se destaca como aspecto relevante la importancia de la fidelidad, la cual es clave para competir en el mercado. Algunas empresas ya no buscan exclusivamente sus beneficios económicos, sino conocer a sus clientes en profundidad y mantenerlos en el tiempo, es decir, fidelizarlos.

El ambiente en el cual se sitúa este estudio no es un entorno competitivo como el que aborda Asca. Sin embargo, la idea de fidelizar clientes en un ambiente de servicio público no debería ser extraña a los funcionarios del departamento de Bienestar Estudiantil, quienes deben preocuparse por el propósito de mantener al usuario estudiante satisfecho. Para lograr la satisfacción del estudiante usuario, los funcionarios necesitan poner en práctica las mismas estrategias que procuran fidelidad en ambientes competitivos, ya que la fidelidad es resultado de la satisfacción.

Otro antecedente lo constituye lo expresado por Jobber y Lancaster (2012, p. 230) quienes sostienen que “[l]os clientes no deben ser prejuizados”. Estos autores agregan que la misma calidad de servicio debe proporcionarse a “clientes desaliñados, elegantes, vistosos, pomposos, agresivos o aburridos”.

También sostienen que “[t]oda la operación de ventas debe ser transparente” y que no debe haber presión ni debe intentarse disfrazar un producto malo ni de acorralarse al cliente. Otra recomendación de estos autores es que “[e]l personal de ventas debe ser honesto y si no tiene la información correcta deben responder “lo siento, no lo sé pero voy a preguntar” (Jobber y Lancaster, 2012, p. 230).

Las anteriores consideraciones, del ámbito de las ventas, aplican muy similarmente al servicio brindado por el Departamento de Bienestar Estudiantil de la UNA, pues nuestros funcionarios no deberían prejuizar a los estudiantes por su apariencia física. Del mismo modo, que no se debe presionar ni acorralar a un comprador en el ámbito comercial, tampoco un funcionario debe apurar al usuario estudiantil porque ello genera un ambiente tenso y acorrala a este. Independientemente de lo que se ofrezca, sea producto o servicio, la atención debe ser lo más transparente posible, ya que cuando no se da la atención esperada por el

usuario, generalmente, la persona insatisfecha del servicio ofrecido se lo hará saber a los demás y, con ello, la gente puede llegar a crearse un mal concepto de dicho lugar, que en nuestro estudio es el Departamento de Bienestar Estudiantil.

Otro antecedente se menciona en el libro *¿Por qué unas tiendas venden y otras no?* es el siguiente, de Lara y Mas, que dice “muéstrate siempre con respeto, sea simpático o antipático. Olvida los prejuicios, ofrécele tu mejor servicio y compártelo con él” (Lara y Mas, 2012, p. 185). Como hallazgo fundamental de esta cita se considera, sin duda alguna, que la persona que brinda un servicio debe ofrecer lo mejor y para ello debe comprometerse con la labor realizada, por tanto, debe estar a la altura de las circunstancias y del tipo de cliente que atienda.

Además, cabe mencionar que según (Lara y Mas, 2012, pp. 185-188) el proceso de atención al cliente conlleva tres etapas, las cuales son fundamentales en todo servicio de calidad. Ellas son las siguientes:

- Escuchar y preguntar.
- Analizar la información del cliente.
- Atender necesidades.

En Costa Rica, se han realizado estudios sobre la calidad del servicio al cliente. Entre ellos se encuentra la tesis de Licenciatura en Administración (Arce, Mora y Sánchez, 2013, p. 17), la cual se titula “Factores que determinan la calidad del servicio al cliente que brinda la Compañía Nacional de Fuerza y Luz S.A específicamente por los trabajadores técnicos de cuadrillas de la Sección Averías como los de la Sucursal Desamparados”, en la cual se destaca como aspecto más relevante que con la apertura del mercado costarricense, y para una empresa de servicios como lo es la CNFL, resulta primordial asegurar que el servicio que se brinda se ajuste a los estándares de excelencia que a lo largo de su historia han caracterizado a dicha empresa.

Por tanto, a las autoras del anterior estudio les pareció de gran importancia investigar lo que pensaba el cliente de la compañía acerca de dicho servicio. Para desarrollar la

investigación, realizaron entrevistas a los encargados de Recursos Humanos de la CNFL, además a los jefes de los trabajadores en estudio. Finalmente, las autoras de esta tesis descubrieron como aspecto general que la percepción que tiene el cliente del servicio en términos generales es buena; sin embargo, el trato con el cliente necesita mejorar para alcanzar un nivel de excelencia. Otro aspecto que descubrieron es que el éxito de una empresa depende, ahora más que nunca, de la calidad del servicio o producto que brinda.

Según el artículo digital titulado “La habilidad de entender al cliente” se resume y considera dentro de lo más importante lo siguiente: “Las capacidades de trato con el cliente deben ser potenciadas y cultivadas mediante la formación adecuada. En cualquier caso, han de considerarse ciertas condiciones necesarias para el trato con los clientes” (Maurenza, 2013, par. 3). El cliente de hoy da por hecho que al adquirir el producto adquiere el derecho a una buena atención. Sin embargo, con la aplicación del concepto de calidad de servicio escalamos un peldaño más alto en el trato con el cliente.

Una información de interés acerca del servicio al cliente, de la cual se destacan sus aspectos más relevantes, se cita a continuación:

“Todos los dueños de negocios se apoyan en los clientes contentos. La mayoría de nosotros pasamos mucho tiempo tratando de averiguar cómo podemos mejorar la satisfacción del cliente y retenerlo.

Hay que crear una estrategia de educación al cliente que funcione. Una vez que tenga esta información puede empezar a desarrollar la estrategia de educación de su cliente”. (Chierotti, 2014, par. 5.).

Por lo anterior, es tan importante proyectar una buena actitud ante el cliente porque propicia su satisfacción.

En la tesis de Licenciatura de Sánchez, Acosta, Álvarez y Baldí (2015), titulada “Estudio sobre la satisfacción laboral de las y los funcionarios del Departamento de Registro de la Universidad Nacional y su incidencia en la prestación del servicio a los usuarios del

campus Omar Dengo”, se destaca como aspecto relevante que el servicio es un impulso aplicado al desarrollo de actividades estructuradas y planeadas. Este puede ser entregado de una manera excelente, regular o pésima. Además, se acompaña directamente de una serie de factores que van a determinar el grado o nivel de servicio que se brinda a los clientes en general. También, se determina el grado de aplicación que puede medirse desde una perspectiva que puede ser tangible o intangible, desde luego, representa la perspectiva de los valores, objetivo, visión y misión de una organización.

En la tesis de licenciatura de Valerio y Víquez (2016), titulada “Factores organizacionales que influyen en el desempeño laboral de los colaboradores del Área de Servicio al Cliente Sucursal San Pedro, Banco Nacional de Costa Rica durante 2015”, se menciona que dicho estudio permite realizar un diagnóstico, el cual les dará la oportunidad de ver cómo está el desempeño laboral en el Área de Servicio al Cliente en la Sucursal San Pedro del Banco Nacional de Costa Rica. Dicho estudio se realizó con la finalidad de establecer un juicio donde se logren evidenciar los factores influyentes en las variables de investigación como cargas de trabajo, motivación, liderazgo y comunicación.

Otro aspecto relevante que destaca el anterior estudio es “la adquisición de destrezas y competencias, así como la capacitación que se les pueda brindar, serán fundamentales para poder fortalecer las características que se consideran importantes para el desempeño dentro del puesto de trabajo del Área de Servicio al Cliente” (Valerio y Víquez, 2016, p.74).

Al tema del servicio al cliente se le ha dado un abordaje tanto positivo como negativo. Se consideran factores que repercuten en las funciones y objetivos de la institución. Por lo tanto, en el abordaje debe darse énfasis tanto en los pros como en los contras de lo que genera una acción o procedimiento.

En cuanto a vacíos de conocimientos existentes, se considera que no se han abordado mucho las percepciones de los usuarios. Por lo tanto, en el estudio se pretende que aplicando instrumentos de investigación se encuentren nuevos hallazgos en cuanto al tema, los cuales se espera que puedan ser innovadores y aportar nuevo conocimiento.

1.4 Objetivos

Objetivo General

Analizar la calidad del servicio al cliente, promovida por los (as) funcionarios (as) del Departamento de Bienestar Estudiantil de la Universidad Nacional, según la percepción del grupo estudiantil de primer ingreso de la Escuela de Secretariado Profesional, 2018, para generar conocimiento sobre la dinámica de la interacción funcionario-usuario.

Objetivos Específicos

1. Determinar la importancia del servicio al cliente brindado en una universidad estatal con el fin de identificar aspectos de mejora.
2. Identificar los alcances y limitaciones del servicio al cliente promovido en el Departamento de Bienestar Estudiantil según la experiencia del usuario estudiantil para hacer recomendaciones específicas.
3. Determinar los retos que enfrenta el Departamento en estudio para brindar un servicio al cliente de calidad con el fin de propiciar su solución.

CAPÍTULO II

2. Marco teórico contextual

2.1 Universidad Nacional

La Universidad Nacional es una institución muy relevante dentro del país ya que desde su creación ha sido un “proyecto educativo, científico, cultural y social integral, inclusivo y sobre todo al servicio de la sociedad costarricense” (UNA, 2019, parr.1)

Asimismo, cabe mencionar que dicha labor se lleva a cabo por medio de la formación de profesionales altamente capacitados y el intercambio de conocimientos y saberes con la sociedad mediante actividades de carácter investigativo y de extensión social, donde el estudiante desarrolla tanto destrezas como habilidades y aprendizajes que enriquecen sus conocimientos técnicos, preparándolos de una mejor manera para ejercer las diferentes carreras que se ofrecen en esta institución.

Dicha institución es precedida por la Escuela Normal de Costa Rica así como por la Escuela Normal Superior, quienes se encargaban de formar profesores y maestros en educación media. (Universidad Nacional, 2019, par. 2).

Posteriormente, “obtuvo carácter de Universidad Nacional de Costa Rica en 1973 gracias al esfuerzo de un grupo importante de ciudadanos encabezado por Benjamín Núñez, primer rector de esta casa de estudios.” (UNA, 2019, parr.3).

Desde entonces, según datos del sitio web oficial de la Universidad Nacional (2019), esta institución se ha preocupado por brindar una educación de alta calidad y de brindar grandes oportunidades a los diversos sectores de la población, por medio de diversos medios

y acciones que hasta hoy se siguen implementando, junto con otra serie de medidas que han surgido con el tiempo, para continuar consolidando y reafirmando sus objetivos iniciales.

Es así, como poco a poco, esta institución ha obtenido gran relevancia y prestigio dentro y fuera del país, al formar profesionales de calidad por medio de una educación pública que garantiza grandes oportunidades, además, brinda por medio de instancias y departamentos, los medios y herramientas para el acceso a la educación, lo cual representa uno de sus fines iniciales.

2.2 Departamento de Bienestar Estudiantil

Según el sitio web oficial del Departamento de Bienestar Estudiantil, este desarrolla procesos y estrategias de formación, promoción y acompañamiento de los estudiantes de la Universidad Nacional, para poder satisfacer sus necesidades y contribuir con el desarrollo integral.

Entre los beneficios que ofrece el departamento para la población estudiantil, el que más sobresale es el beneficio de las becas, ya que colabora en los procesos socioeducativos de la población. Asimismo, las acciones están orientadas especialmente a la atención de estudiantes con limitaciones socioeconómicas, alto rendimiento académico, destacados en ámbitos de interés institucional, liderazgo estudiantil y participación en movilidad estudiantil académica.

Por su parte, el Departamento de Bienestar Estudiantil está enfocado en los siguientes ejes:

- Gestión de becas.
- Aporte y seguimiento socioeconómico.
- Residencias y hospedaje estudiantil.
- Movilidad estudiantil académica.

- Promoción social.

El Departamento de Bienestar Estudiantil “es la instancia responsable de administrar el sistema de becas de los estudiantes de la Universidad Nacional” (UNA, 2017, párr. 1.)

Según el sitio web de la página oficial de Bienestar Estudiantil, su propósito es contribuir de manera sustantiva, en el proceso de formación integral del estudiante y a su permanencia en la institución, mediante apoyo de acciones socioeconómicas que permitan el desarrollo de sus potencialidades personales, para enfrentar las situaciones propias de su condición de estudiante universitario.

La ejecución de los programas la realiza un equipo profesional interdisciplinario, en apego a las Políticas Institucionales, Normativa del Sistema de Becas y lineamientos emanados de la Vicerrectoría de Vida Estudiantil. Como unidad paracadémica tiene la responsabilidad de diagnosticar, planear, ejecutar, controlar y evaluar servicios y acciones de apoyo con base en las necesidades de los estudiantes. (UNA, 2017, párr. 2.).

El colectivo de los sujetos de la investigación está constituido por dos poblaciones. La primera población la conforman 16 funcionarios(as) del Departamento de Bienestar Estudiantil y la segunda la componen usuarios(as) de este departamento que son estudiantes de primer ingreso de la Escuela de Secretariado Profesional del año 2018.

2.3 Marco teórico conceptual

Para la realización del tema de investigación, se hizo una revisión bibliográfica con el fin de desarrollar conceptos relevantes del objeto de estudio referente al servicio al cliente, donde se plantean varios aspectos importantes en torno al problema a investigar.

Según la Real Academia Española, un cliente es definido como “una persona que utiliza con asiduidad los servicios de un profesional o empresa” (RAE, 2014).

El cliente también puede ser visto como usuario de un servicio, entendiendo servicio como lo que recibimos cotidianamente en los diferentes ámbitos de nuestra vida y así lo define Galán: “Un servicio en el ámbito económico es la acción de satisfacer determinada necesidad de los clientes por parte de una empresa a través del desarrollo de una actividad económica” (Galán, 2019, párr. 1).

En este caso en particular, la investigadora parte de diferentes hipótesis en torno al servicio al cliente. Al ser usuaria del servicio brindado por el departamento de Bienestar Estudiantil de la Universidad Nacional, surge el interés de indagar acerca del tema en dicho lugar, pero desde la percepción del usuario estudiantil de nuevo ingreso de la Escuela de Secretariado Profesional.

Por lo anterior, la percepción se define como el proceso que sigue el individuo para seleccionar, organizar e interpretar la información que recibe de su mundo exterior. La percepción se realiza a través del estímulo de los sentidos. Por ejemplo, ante una muestra de perfume se estimula el olfato, la vista y el tacto; mientras que ante un anuncio de radio solo se estimula el oído. Pero, de toda la información que la empresa emite para el cliente potencial este percibe e interpreta los estímulos de imagen, marca y posicionamiento del producto (Serrano, 2011, p. 46).

Se entiende entonces, que la percepción se realiza a través del estímulo de los sentidos y que varía de un usuario a otro, porque todos percibimos de diferentes maneras los tratos, ademanes, gestos, palabras, expresiones corporales, tono de la voz y consideraciones específicas de un caso en concreto. Por esta razón, lo que una persona puede considerar tosco, a otra puede parecerle ideal para atención del usuario.

La calidad percibida del servicio es el resultado de un proceso de evaluación, en el cual los clientes comparan sus percepciones de la prestación del servicio recibido con lo que

ellos esperaban de este. Una vez hecho, surgen varios sentimientos encontrados tales como satisfacción, conformidad o en algunas ocasiones disconformidad, enojo o disgusto al no ser lo que se esperaba en relación con las expectativas. Seguidamente, se define el concepto de percepción:

“La percepción es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con un producto o servicio determinado, que sólo permanece hasta el punto de necesitar nuevas especificaciones. Es como interpreta el cliente la recepción del servicio en función de sus necesidades” (Requena y Serrano, 2007, pp. 19,59)

Debido a que los sujetos de la presente investigación incluyen los funcionarios(as) del Departamento de Bienestar Estudiantil, se define el concepto para funcionario según el diccionario de la Real Academia Española como “persona que desempeña profesionalmente un empleo público” (RAE, 2014).

Cabe mencionar que los funcionarios son protagonistas muy importantes para el desarrollo de esta investigación, porque desde el Departamento brindan el servicio para el usuario de primer ingreso. Se debe prestar especial atención en el servicio que ellos brindan, el cual debe ser lo mejor posible considerando que los más beneficiados son los estudiantes ya mencionados, quienes son de bajos recursos y constituyen la población más vulnerable al desconocer por completo el reglamento y manera de trabajar del departamento. El usuario de primer ingreso debe conocer muy bien todo lo estipulado por el departamento para poder ser beneficiario y además mantener su beca exitosamente.

2.4 Marco teórico referencial

De acuerdo con información, desde el 2009 hasta lo más reciente encontrado en las diferentes fuentes bibliográficas, se obtiene información detallada en este apartado. En el servicio que se brinda a un cliente o usuario hay diferentes variedades en cuanto a gustos, preferencias y opiniones. Por ello, hay quienes están satisfechos con poca información, pero

también hay usuarios que requieren de más explicación para procesar la información o comprender de mejor manera. Por otra parte, hay quienes prefieren ser atendidos por teléfono porque por alguna razón particular no pueden apersonarse al Departamento. Por esta razón, se debe velar porque el servicio al usuario sea brindado de la mejor manera posible, independientemente del medio que se utilice, de ahí la importancia de conocer esas diferentes perspectivas.

Debido a que las percepciones de los usuarios son tan variadas, se espera tener varias versiones de la problemática en estudio relacionadas con la calidad del servicio al cliente en el departamento de Bienestar Estudiantil. Cabe mencionar que todo el estudio a desarrollarse se elaborará bajo principios de ética profesional y confidencialidad.

A partir del tema de investigación, que es el servicio al cliente, se procede a indagar acerca de este objeto de estudio, según ha sido abordado por diferentes autores de los cuales se hará mención.

Entre los autores consultados, Godoy (2011) señala tres aspectos esenciales para que las organizaciones alcancen un alto nivel de competitividad. El primero de ellos es “el análisis del sistema de atención al cliente y su importancia en el logro de los objetivos propios y colectivos de las empresas”. El segundo aspecto consiste en ubicar “la mirada a la calidad del servicio al cliente y su relación con una adecuada captación y capacitación del capital humano”. El tercero y último aspecto tiene que ver con “un análisis sobre el talento humano como factor clave para atraer y retener individuos altamente motivados, preparados académicamente y con experiencia en el mercado para lograr una excelente calidad en el servicio” (Godoy, 2011, p. 23).

En relación con lo publicado en el artículo anterior, es de total importancia dar valor a la parte del talento humano porque la inversión en tiempo y dinero para capacitar al personal que brinda el servicio al cliente es ganancia para la institución. Esta ganancia consiste en conocimientos, destrezas y habilidades que se manifestarán en el momento que se brinda el servicio.

Seguidamente Godoy (2011) hace énfasis en la importancia de satisfacer al cliente en el siguiente enunciado:

La atención al cliente es una actividad desarrollada por las organizaciones con orientación a satisfacer las necesidades de sus clientes, logrando así incrementar su productividad y ser competitiva. El cliente es el protagonista principal y el factor más importante en el juego de los negocios (Godoy, 2011, p. 25).

Por lo anterior, se deduce que toda institución debe tener en cuenta los aspectos importantes que tienen que ver con la calidad del servicio al cliente, la cual está relacionada con elementos tales como liderazgo, eficiencia en las operaciones, capital humano y cultura organizacional. Es de suma importancia tener la capacidad de reconocer cuáles son las fallas existentes en la atención del servicio al cliente. Una vez que estas sean identificadas, es más fácil corregir el error de manera que se puedan mejorar los procesos y controlar su ejecución de la mejor manera posible.

Según el artículo de revista digital publicado por Lanus (2012), es fundamental hacer lo posible para mantener al cliente en la organización y lo expresa de la siguiente manera en dicho texto.

El servicio constituye la experiencia fundamental en la que tiene lugar el contacto entre la organización y el cliente. De la forma adecuada como se efectúe esta relación, depende la conservación o pérdida de un cliente. Es imperativo por tanto que las organizaciones visualicen el servicio como el elemento esencial en el que radica el sentido mismo de su existencia y pertinencia. El servicio en la organización busca esencialmente satisfacer aquellas necesidades que presenta el cliente. Por esta razón, se puede afirmar entonces que la ausencia de demanda de servicios no les permite a las organizaciones desarrollar proyectos que giren en torno a la prestación de servicios. (Lanus, 2012, parr. 1).

Por lo tanto, es importante que las organizaciones e instituciones se enfoquen en el mejoramiento continuo de la calidad del servicio al cliente para que haya satisfacción por el servicio brindado ya que todo cliente desea ser escuchado, servido y cuidado en cada uno de los aspectos que requiera para el abordaje de su situación particular.

Nuevamente, Lanus (2012) destaca lo siguiente: “La mejor manera de satisfacer un cliente es darle mucho más de lo que espera; todo cliente siente satisfacción al recibir mucho más de lo que necesita y ello se logra gracias al conocimiento que se tenga de sus necesidades y deseos” (p. 14).

De lo anterior se desprende, la importancia de designar el servicio al cliente al personal capacitado de desarrollar dichas funciones. Este es el personal de contacto directo con los clientes y, por lo tanto, tienen mayor responsabilidad en hacer llegar información muy importante a los usuarios que se acercan a consultar datos o ayuda en cualquier diligencia que requiera. De la persona que brinda el servicio depende que el usuario regrese o, de lo contrario, no vuelva jamás o evite acercarse a solicitar alguna gestión, pudiendo con ello darse la pérdida de un cliente.

Siempre sobre el tema de la calidad, Pérez (2014) expresa lo siguiente:

Si en las organizaciones, todos estuvieran conscientes que la calidad es un progreso que de alguna manera asegura la permanencia en el mercado e incrementa las utilidades, puede lograrse que todos conviertan a esta en un estilo de vida, que conlleva en familiarizarse y conocer a los clientes en sus gustos, comodidades, preferencias y lo más importante poder obtener una opinión de ellos para lograr mejoras continuas en la empresa (p. 5).

Lo anterior indica la relevancia que tiene que los colaboradores tomen su puesto como un estilo de vida que generará ganancias si se interesan en conocer a los clientes en sus gustos, comodidades, preferencias y lo más importante poder obtener una opinión de ellos para lograr mejoras continuas en la organización. Esta situación conduce a que el servicio al cliente sea

evaluado de manera continua desde un ámbito interno y externo para poder trabajar en las deficiencias que existan en la organización o institución.

Cuando una institución no se interesa por conocer a detalle el porqué de lo que se obtiene, se puede determinar como una compañía mediocre que posiblemente nunca sobresalga de ninguna manera en el mercado competitivo. Lo anterior se debe a que, al descuidarse muchos aspectos, la organización se viene abajo y con ello la deficiencia en muchos detalles, en especial, la calidad del servicio al cliente.

En cuanto a la categoría de análisis de los alcances y limitaciones del servicio al cliente en el estudio de tesis titulado “Plan de mejoramiento de servicio al cliente” los autores (Duran, García y Gutiérrez, 2013, pp. 98 - 99) consideran limitantes el hecho de que no existan políticas específicas de atención, también que los trabajadores estén sobrecargados de trabajos, ya que ello desmejora la calidad de atención al cliente, no brindar una atención personalizada, no generar estrategias con los clientes y que no exista una programación de cambios y mejoras de la atención al cliente.

Además, los autores de dicha investigación consideran alcances del servicio al cliente cuando la empresa posee ideal posicionamiento ya que es más factible aprovechar esa ventaja comparativa a como de lugar mediante estrategias sólidas.

Consideran también que es conveniente que se posea una adecuada cobertura geográfica porque de ello depende el precio que se pueda manejar en los productos. Además, dentro de los alcances del servicio al cliente según el texto anterior, se puede considerar que el personal profesional debe capacitarse en el área de desempeño de servicio al cliente y que el mejoramiento de las instalaciones genera atracción de nuevos clientes.

Como categoría de análisis considerando los retos que enfrenta el Departamento para brindar un servicio al cliente de calidad, mencionan establecer procesos y herramientas administrativas que sean adaptables a todas las necesidades de los clientes y la capacidad de adaptación a las necesidades del cliente, junto a la disponibilidad a tiempo completo de

personal. También, se considera un reto actuar en forma rápida y estratégica para captar los diferentes tipos de clientes, además de que la competencia aumenta y ello genera dispersión de los clientes, en consecuencia, no se logra una mejora en el servicio.

Si durante cualquier proceso de atención al cliente existe gran demora en la resolución de los casos, lo ideal es que se trabaje sobre ello distribuyendo funciones de manera que las personas que tengan habilidad en un área en específico puedan desempeñarse en esa área. De este modo, se rotará el personal para explotar todas sus fortalezas en beneficio del usuario que recibe el servicio considerándose un alcance cuando se logre mejorar la deficiencia que surgió durante el proceso.

En la recepción que se brinda servicio al usuario se debe velar porque el personal conozca muy bien acerca de todos los procesos, lo cual genera que haya mejora en la publicidad de dicho lugar. En este caso, el reto sería darse a conocer por aspectos beneficiosos y de interés para la población. La calidad se caracteriza por un alto nivel de efectividad y eficiencia.

Según Stockmann, (2009):

“el cliente representa la llave del éxito de cualquier empresa. Todos los procesos e instancias en la empresa se orientan, de tal forma, hacia el cumplimiento de las necesidades del cliente. Para poder lograrlo, se deben registrar en forma sistemática conocimientos exactos acerca de las exigencias, las expectativas y la satisfacción del cliente y utilizarlos en la empresa. La meta es crear una relación comercial a largo plazo con el cliente” (p, 28).

En ello, radica la importancia del servicio al cliente, la cual es una categoría de análisis de uno de los objetivos de la investigadora en donde se pretende diagnosticar la importancia del servicio al cliente brindado en la Universidad Nacional. Para lo anterior, es de suma importancia dar el cuidado necesario que este servicio merece porque muchos aspectos dependen de esa situación. La atención debe ser la óptima tanto para el cliente interno como para el cliente externo.

Con respecto a cliente interno, Carreón (2014, parr. 4) expresa lo siguiente:

El cliente interno es el elemento dentro de una empresa, que toma el resultado o producto de un proceso como recurso para realizar su propio proceso. Después, entregará su resultado a otro trabajador de la empresa para continuar con el proceso hasta acabarlo y ponerlo a venta, y lo adquiera el cliente externo. Por lo que, cada trabajador es cliente y a su vez proveedor dentro de la empresa.

Según este autor, en una empresa o institución la manera de tratar a los trabajadores se refleja en el trato que estos les den a los clientes externos.

El cliente externo es la persona que no pertenece a la empresa y solicita satisfacer una necesidad (bien o servicio). Según Moreno, el cliente externo “es todo consumidor o empresa con potencial para comprar o contratar productos y servicios, constituye no solo la fuente de ingresos y, por tanto, la estabilidad económica, sino el eje mismo de trabajo, desarrollo y avance de la organización y todos sus empleados” (Moreno, 2017, p. 3).

En toda organización se le debe dar la misma importancia a los dos tipos de cliente, externos e internos, ya que con ello se pretende llegar a la calidad total. De nuevo, según Moreno, “sin el cliente externo no habría empresa, puesto que no habría beneficio con el que mantenerla; sin el cliente interno, no habría producto ni servicio, por lo que no existiría el cliente externo ni tampoco la empresa” (Moreno, 2017, p. 3).

Existen organizaciones en donde solo se preocupan por los clientes externos, olvidando que también se deben preocupar por sus clientes internos, sobre cómo se sienten, cómo perciben su relación laboral, entre otros aspectos.

Además, cabe mencionar que el cliente externo solo se acerca a consultar o ser atendido por un servicio o atención en el que usualmente no se tarde mucho tiempo. En cambio, el cliente interno lleva un total de horas al día (mínimo 8 horas), por lo tanto, el cliente interno debe esperar más tiempo para satisfacer su necesidad.

De acuerdo con Stockmann (2009, p.30),

Los clientes son considerados como los que finalmente toman las decisiones acerca de la calidad de los productos y servicios. Las organizaciones excelentes conocen a sus clientes y los entienden muy bien. Se adaptan a sus necesidades y expectativas con el fin de lograr una utilidad permanente para el cliente. Ellos saben, que una clara orientación hacia las necesidades y expectativas de los clientes actuales y potenciales maximiza su lealtad y compromiso, así como su participación en el mercado.

Debido a lo anterior, es necesario obtener altos niveles de satisfacción. De este modo, se evitan conflictos y se mejora el trabajo. También, si se detecta un problema a tiempo será más fácil de solucionar. Es importante que los clientes internos mantengan buenos vínculos sociales de comunicación y cooperación para lograr juntos el objetivo. De este modo, se mantendrá siempre un clima organizacional agradable, de manera que los clientes externos puedan percibirlo.

Para el estudio de tesis titulado “Influencia entre el nivel de satisfacción laboral y el nivel de satisfacción del cliente externo en las pollerías del distrito de la victoria en la ciudad de Chiclayo” se destaca lo siguiente “cada vez que un trabajador se encuentra satisfecho se encuentra en mejores condiciones de prestar un servicio de calidad” (Rodríguez, Martín, Pintado, y Indira, 2014, p. 12).

Debido a lo anterior, los jefes de oficina o departamento deben optar por capacitar e invertir en el personal que muestre interés en querer aprender. Cuando la aptitud se encuentra dispuesta a generar conocimiento y beneficios, entonces la energía se convierte positiva y atrae todo lo bueno contribuyendo a estar más anuentes a obtener conocimientos que serán puestos en práctica en la atención del usuario, lo cual, a la vez genera bienestar en el usuario del servicio contribuyendo así a la mejora de las condiciones que se ofrecen.

En los departamentos en donde el servicio prioritario es el que se brinda en atención al usuario, se considera que el departamento puede enfrentar varios retos en torno al servicio brindado porque entran en juego varios aspectos que se deben abordar para no excluir a

ningún sector de la población. Además, pueden existir ciertas limitantes si no se dispone del equipo y atención adecuados para atender cualquier situación que amerite una atención especial o diferenciada, como lo es en el caso de la atención al usuario para personas discapacitadas, entre otras situaciones especiales.

Se pueden considerar además entre otras limitaciones que puede enfrentar el departamento en relación con su servicio al usuario aspectos que no favorezcan para que dicho proceso se pueda ejecutar de la mejor manera. Una de estas situaciones es que el trato del jefe con sus subordinados no sea el más adecuado y eso crea un ambiente de tensión laboral que impide ejercer correctamente en el puesto a cargo.

Además, hay aspectos como la adaptabilidad al puesto, la reubicación y factores desde el equipo necesario o implementos que puedan llevar a cabo todas las funciones a desempeñar, hasta la iluminación y ventilación, los cuales juegan un papel importante en la oficina. En ello repercute un mal o un buen servicio al usuario ya que tales factores pueden constituir un vínculo o un obstáculo para el buen desempeño de la organización. Por tanto, nunca se debe descuidar el recurso humano de la empresa o institución para seguir teniendo rentabilidad y prosperidad en el funcionamiento del negocio u institución.

La siguiente cita reafirma la teoría expuesta anteriormente: “Ofrecer servicios de calidad supone una de las estrategias más buscadas en la actualidad por las organizaciones como fórmula para conseguir la satisfacción de los usuarios” (Sánchez y Gálvez, 2011, p. 148).

Actualmente, en muchas instituciones se imparten capacitaciones para lograr cada vez mejores alcances en esta especialidad con el fin de reducir las limitaciones existentes y enfrentar los retos que existan de la mejor manera.

Según Nudel (2011):

Un buen servicio al cliente es aquel que se basa en la empatía con él, ¿y qué significa esto? "ponerse en los zapatos del cliente". A nadie le gusta que le hablen de mala

manera, le entreguen productos o servicios mal hechos, en un empaque o en unas instalaciones en mal estado, o que el empleado tenga mal aspecto o no conozca la información necesaria para dar la confianza que el cliente necesita. El servicio al cliente es parte de la mercadotecnia intangible, su objetivo es el manejo de la satisfacción a través de producir percepciones positivas del servicio, logrando así, un valor percibido hacia nuestra marca. Por lo que el manejo de este tipo de mercadotecnia requiere de esfuerzos diferentes a la mercadotecnia de un producto que es tangible y que el posible cliente sólo con ver su empaque, consistencia o color puede tomar una decisión de compra. (parr. 1)

En la anterior cita de la autora Nudel (2011), se evidencia una vez más como está siempre presente la categoría de análisis que hace referencia a la importancia del servicio al cliente. En este caso, se considera el aspecto físico como elemento fundamental para llevar a cabo dicha función del servicio al usuario porque desde la infraestructura y mantenimiento de las instalaciones, el usuario se hace una percepción de la empresa o institución. De igual manera, el funcionario a cargo de la atención debe cuidar aspectos varios como lo son su apariencia física, porque la imagen habla mucho de una persona con una primera impresión. Para el caso de la oficina, la imagen del funcionario habla por toda la institución, por tanto, se debe estar acorde con lo que se quiera lograr teniendo siempre un balance entre lo que se ofrece y lo que se desea obtener.

Según Pizzo (2012): “Si las empresas quieren mantener su competitividad deberán dar un salto de calidad en sus servicios. La calidad se ha transformado en sinónimo de normas que deben ser implementadas sólo por expertos” (p. 37).

Es importante trabajar en cada uno de los retos que enfrente el departamento en cuestiones relacionadas con el servicio al cliente y nunca dar por ignoradas las señales que puedan hacer ver que alguna situación no marcha de la mejor manera. Estas limitaciones pueden ser detectadas a tiempo y se pueden resolver en una mesa de diálogo en conjunto con todo el equipo de trabajo. Las empresas siempre deben invertir en conocer cuáles son las necesidades de sus clientes y tratar de satisfacerlas, y mientras las conoce y cuenta con el

presupuesto adecuado para lograrlo, es importante consentir a los clientes mediante detalles que pueden hacer la diferencia entre un servicio y otro. De este modo, muestra la calidad con la que cuentan y consigue la ventaja competitiva que todas las empresas necesitan para lograr acaparar el mercado y salir a flote con todos sus proyectos trabajando siempre para alcanzarlo.

Además, se debe tener bien identificados a los líderes de las organizaciones que estén siempre al pendiente de renovar e implementar estrategias para que siempre se puedan cumplir los objetivos de la organización.

CAPÍTULO III

3. Marco Metodológico

3.1 Paradigma de Investigación

En lo que se refiere al estudio de esta investigación, se utiliza los paradigmas naturalista e interpretativo, dentro del enfoque cualitativo, ya que es el que mejor describe la temática desarrollada en cuanto al abordaje del tema del servicio al cliente brindado en el Departamento de Bienestar Estudiantil. La importancia de este paradigma radica en el hecho de que la investigación interpretativa es resultado del pensar subjetivo en el momento de interpretar la información que proveen, no solo los sujetos, sino también la investigadora, cada uno (a) desde su perspectiva. Según Sampieri (2014), este tipo de investigación es el que mejor se adapta a la realidad social investigada y describe la escuela interpretativa de la siguiente manera:

La investigación cualitativa se fundamenta en una perspectiva interpretativa centrada en el entendimiento del significado de las acciones de seres vivos, sobre todo de los humanos, y sus instituciones (busca interpretar lo que va captando activamente). Postula que la “realidad” se define a través de las interpretaciones de los participantes en la investigación respecto de sus propias realidades. De este modo, convergen varias “realidades”, por lo menos la de los participantes, la del investigador y la que se produce en la interacción de todos los actores. Además, son realidades que van modificándose conforme transcurre el estudio y son las fuentes de datos. (Sampieri, Collado y Lucio, 2014, p. 9).

Debido a lo descrito anteriormente, se puede deducir que al tratarse de un paradigma naturalista e interpretativo, el investigador se introduce en las experiencias de los participantes, influyendo en ellas, no solamente por medio de los instrumentos que aplica, sino también al interpretar lo que narra dicho participante y con ello construye nuevo

conocimiento a partir de lo acontecido durante la interacción con los sujetos del tema de estudio. El conocimiento que se espera generar con esta investigación consiste en las percepciones que tienen los participantes de la calidad del servicio a los usuarios que se verifica dentro de un departamento de bienestar estudiantil de una universidad pública.

3.2 Enfoque de investigación del proyecto

Para sustentar el enfoque de investigación escogido, que fue el cualitativo, Sampieri (2014) señala: “El enfoque cualitativo puede concebirse como un conjunto de prácticas interpretativas que hacen al mundo “visible”, lo transforman y convierten en una serie de representaciones en forma de observaciones, anotaciones, grabaciones y documentos. Es naturalista (porque estudia los fenómenos y seres vivos en sus contextos o ambientes naturales y en su cotidianidad) e interpretativo (pues intenta encontrar sentido a los fenómenos de los significados que las personas les otorguen)” (Sampieri, 2014, p. 9).

Después de tomar en cuenta la anterior concepción del enfoque cualitativo, se llega a la conclusión de que es el que mejor se ajusta al estudio realizado porque este estudio se centra en un fenómeno social conocido como servicio al cliente. Además, se lleva a cabo dentro de un ambiente natural que lo constituye la interacción cotidiana de funcionarios-usuarios de dicho fenómeno, ambiente en el cual se incluye la persona investigadora.

Además el para qué de la escogencia es porque con ella se pretende lograr la comprensión de las inquietudes surgidas a lo largo del estudio de la investigación, se comprende también actitudes, valores, comportamientos, motivaciones, estilos de vida y deficiencias en aspectos detallados a indagar, en otras palabras, como dice Sampieri (2014), para encontrarle el sentido que los sujetos le otorgan a la calidad, más específicamente, la percepción que tienen de dicha calidad, en sus tres aspectos específicos: (1) la importancia del servicio al cliente para los sujetos, (2) alcances y limitaciones que influyen en la calidad

el servicio al cliente en el Departamento y (3) retos que enfrenta el Departamento para brindar un servicio de calidad.

3.3 Alcance y tipo de investigación del proyecto

El tipo de investigación que se siguió para este trabajo fue descriptiva, porque tiene entre sus objetivos la descripción de un fenómeno social que se observa en el Departamento de Bienestar Estudiantil que tiene que ver con la manera como se atiende al usuario de dicho departamento. También se describen las características del problema en cuestión, por medio de un análisis que permite obtener datos cualitativos e información que arroja luz sobre el fenómeno. Lo anterior coincide con el propósito que según Sampieri (2014) tiene la investigación descriptiva.

Sampieri narra que con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretende medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas (Sampieri, 2014. p. 92).

Por esta razón, la investigación consiste en un análisis de un hecho, por medio de la descripción de los diferentes aspectos que la constituyen, para que los resultados finales generen un conocimiento que resulte de utilidad para los sujetos investigados y también para los tomadores de decisiones de la institución en que se da la situación.

3.4 Procedimientos

Para cumplir con los objetivos de la investigación, se realizaron una serie de procedimientos que serán descritos a continuación.

En vista de que como objetivo general se pretende analizar la importancia de la calidad del servicio al usuario dentro de un departamento de una universidad pública, el primer paso consistió en hacer búsqueda de la literatura que fundamenta el tema de la calidad del servicio al cliente. Esto se hizo con el fin de desarrollar un marco teórico sustentado en los aportes que han hecho diferentes autores nacionales e internacionales de tesis, libros, artículos, revistas, sitios web, entre otros, al estado de la cuestión.

La anterior búsqueda permitió determinar los componentes de calidad del servicio al cliente que sería más relevante para la Universidad, para la investigadora, para la población estudiantil y para la Escuela de Secretariado Profesional. También se procuró que los componentes fueran abordables desde la perspectiva de una investigación de enfoque cualitativo, de paradigma interpretativo y de tipo descriptivo.

Los componentes de calidad que se determinaron son los siguientes: a) la importancia del servicio al usuario, b) los alcances de este servicio y c) las limitaciones y retos del servicio, los cuales una vez determinados se tomaron como categorías de análisis de la investigación.

Las anteriores categorías de análisis permitieron el diseño de instrumentos tales como la entrevista a los funcionarios, la encuesta a los usuarios y la observación no participante, los cuales se validaron y se aplicaron.

Una vez recogidos los datos que arrojaron los instrumentos, fue posible tabular la información para convertirla en gráficos y tablas interpretativas para un posterior análisis de resultados.

3.5 Sujeto y fuentes de investigación

Los sujetos de esta investigación están constituidos primordialmente por la población estudiantil de nuevo ingreso del año 2018 de la Escuela de Secretariado Profesional. Esta población fue de un total de 86, de los cuales, 59 son de la carrera de Administración de Oficinas y 27 son de la carrera de Educación Comercial. En vista de que se está tomando como fuente de datos la totalidad de esta población, no fue necesario hacer un muestreo probabilístico.

Es importante recalcar que el grupo de participantes se caracterizó por ser una población de jóvenes menores de 25 años en su mayoría, de género femenino y además en su mayoría son estudiantes de bajos recursos que cuentan con beca económica para poder seguir adelante con su carrera, de modo que facilitó conocer más acerca de la perspectiva que tienen acerca de la calidad del servicio recibido en el departamento porque ellos son usuarios, entonces eso les genera interés de estar al pendiente de todos los requisitos para poder gozar de los beneficios que ofrece el Estado para una universidad pública o solamente poder hacer otras gestiones o consultas con lo cual pudieran tener percepción del calificar servicio brindado en el Departamento.

A estos 86 usuarios se les envió un cuestionario en línea de los cuales respondieron 44 estudiantes. Por lo tanto, el cuestionario se aplicó nuevamente y se solicitó colaboración a los estudiantes y se logró subir el total de encuestados a 49, entre los cuales, 15 son de Educación Comercial (31%) y 34 son de Administración de Oficinas (69%).

Otra fuente de datos la constituyen los funcionarios que prestan servicio al usuario en el Departamento de Bienestar Estudiantil de la Universidad Nacional. En el momento de la toma de los datos la totalidad de funcionarios (as) era de 16 personas. Es importante recalcar que 8 funcionarios son de la profesión de Trabajo Social, 4 son de formación secretarial y 4 son de otras formaciones. La experiencia oscila entre los 2 y 5 años.

Por último, cabe mencionar que como fuente de investigación también se contó con el fenómeno en sí del servicio al usuario que se da dentro del Departamento de Bienestar Estudiantil. Los datos que se obtendrían de este fenómeno se lograron recabar por medio de la observación no participante.

3.6 Descripción y validación de instrumentos

Los instrumentos constituyen un medio para acercarse al conocimiento y a las fuentes de información, que en el caso de esta investigación incluyen a las personas que participan en el fenómeno de atención al usuario del Departamento de Bienestar Estudiantil de una universidad pública. Dadas las características de la situación, se eligen herramientas congruentes con ella.

Según Rojas (2013), las herramientas son las técnicas para la recolección de datos, que en este caso, al tratarse de una investigación diagnóstica, deben tener en cuenta que ellas permitan: “escuchar, dialogar, reflexionar, captar las subjetividades y potencializar a las personas” (pp. 126 - 127).

Además, según Sampieri (2014) los instrumentos constituyen “el recurso que utiliza el investigador para registrar información o datos sobre las variables que tiene en mente”. Otra afirmación de Sampieri es que, “un instrumento de medición adecuado es aquel que registra datos observables que representan verdaderamente los conceptos o las variables que el investigador tiene en mente” (p. 199). Por lo tanto, se necesitan aplicar instrumentos que permitan comprender más profundamente la percepción de los sujetos y la naturaleza de la situación a estudiar.

Con base en las anteriores afirmaciones, se definieron como instrumentos para realizar esta investigación los siguientes:

- El cuestionario mixto estructurado (en el que se utilizan preguntas abiertas y cerradas) usando la escala de Likert, preguntas de selección múltiple y de respuesta breve.
- La entrevista de tipo semiestructurada.
- La observación no participante.

A continuación, la definición de cada uno de los instrumentos y la explicación de cómo será utilizada la aplicación del instrumento.

En cuanto al cuestionario en general, Córdoba (2004) lo define como:

... un sistema de preguntas racionales, ordenadas en forma coherente, tanto desde el punto de vista lógico como psicológico, expresadas en un lenguaje sencillo y comprensible, que generalmente responde por escrito la persona interrogada, sin que sea necesaria la intervención de un encuestador. El cuestionario permite la recolección de datos provenientes de fuentes primarias, es decir, de personas que poseen la información que resulta de interés. (p. 29).

Se escogió el cuestionario de tipo estructurado, para el cual Córdoba (2004) indica las siguientes características:

Las preguntas de los cuestionarios estructurados son iguales y se aplican de manera uniforme a todos los sujetos. Sus respuestas están prediseñadas o son de opción limitada, con lo que se asegura que todos den su respuesta a las mismas preguntas usando las mismas categorías. (p. 36).

En el caso de esta investigación, el cuestionario fue de utilidad esencial para tratar de conocer la percepción que tienen los usuarios de la calidad del servicio al cliente que se les da en el Departamento de Bienestar Estudiantil. Por lo tanto, para diseñarlo, se elaboraron diferentes tipos de preguntas a saber: preguntas abiertas y cerradas, preguntas con respuestas a clasificar en la escala de Likert, y preguntas de selección múltiple y de respuesta breve. Lo

anterior se hizo con el fin de que al encuestado estudiantil se le facilitara responder y de esta manera, hacer más interactiva su participación.

Se elaboraron 21 ítems, de los cuales, los primeros cuatro procuran identificar al usuario estudiante en cuanto a sexo, rango de edad, carrera escogida y tipo de colegio de procedencia (si público o privado). Las siguientes tres preguntas buscan conocer el vínculo del estudiante con el departamento de Bienestar Estudiantil en cuanto a utilización de sus servicios y tipo de beca recibida. Con las seis preguntas siguientes se procura conocer la percepción que tiene el usuario de diferentes aspectos de calidad del servicio recibido. Las siete preguntas siguientes proveen al encuestado la oportunidad de hacer las recomendaciones que considere necesarias para mejorar el servicio. Una última pregunta de respuesta abierta se incluyó con el fin de que el encuestado pudiera hacer un comentario final.

El instrumento cuestionario se considera válido porque en su diseño se procuró que tuviera preguntas puntuales acerca de aspectos de calidad que fueran congruentes con las variables a determinar. Por ejemplo, para conocer cuán importante es la calidad del servicio al cliente, que es una de las variables, se hicieron preguntas a los usuarios que tenían que ver, primero con su vínculo con el departamento, y luego preguntas sobre diferentes aspectos de calidad según la percepción. Para determinar la variable “alcances y limitaciones”, se hicieron preguntas puntuales sobre estos temas. Por último, en cuanto a la variable “retos”, a los usuarios se les hicieron preguntas específicas sobre el tema de los retos. Por lo tanto, el instrumento cuestionario se considera válido porque en efecto mide lo que se desea medir.

También, la confiabilidad es una característica que debe cumplir el instrumento cuestionario, por eso se logró determinar que sí es confiable porque al aplicarlo de forma repetida, las respuestas obtenidas fueron prácticamente las mismas.

En cuanto a la entrevista, se tiene la definición de Rojas (2013) tal como sigue:

La entrevista es un tipo de encuesta o interrogatorio sobre algún asunto. Es considerada también como una técnica para la obtención de la información

que consiste en una comunicación directa de la persona que realiza la investigación diagnóstica con la persona o personas entrevistadas quienes responden a preguntas previamente elaboradas (cuestionario) en función de los objetivos de la investigación diagnóstica. También se denominan entrevista estructurada y no estructurada. (p.1 27).

Para la técnica de la entrevista, se escogió la de tipo semiestructurada, ya que le permite a la investigadora leerle las preguntas al funcionario(a) y anotar las respuestas que obtiene y así se puede optar por agregar en el guion solo lo que considera relevante. Ello debido a que la investigadora tendrá una serie de preguntas abiertas, las cuales hará al funcionario administrativo del Departamento de Bienestar Estudiantil con el fin de poder ir anotando las respuestas dadas.

En cuanto a la composición de la entrevista, se tiene un total de 15 ítems, de los cuales los dos primeros procuran identificar al funcionario en cuanto a años laborados y formación académica. Luego se incluyen cuatro ítems de preguntas abiertas que buscan conocer la percepción del funcionario en cuanto a la calidad del servicio que ellos mismos brindan. Las tres preguntas que siguen se centran en la percepción que ellos tienen de la satisfacción del usuario. Luego se incluyeron tres preguntas más acerca de las mejoras que se pudieran hacer con el fin de aumentar esa satisfacción. Con la última pregunta, se tuvo la intención de que el funcionario diera su opinión acerca de la disyuntiva que se les plantea porque por un lado está el lema humanístico y, por otro, la normativa.

El tipo de preguntas abiertas permitió conocer la diversidad de opiniones que tienen los funcionarios de su propio quehacer, pero constituyó un reto para la investigadora porque después fue necesario encauzar la información obtenida mediante la elaboración de códigos para el posterior análisis y discusión de resultados.

Para que el instrumento entrevista pudiera considerarse válido, se procuró también hacer lo mismo que se hizo con el instrumento “cuestionario”. Con las primeras preguntas de la entrevista, se procuró conocer el vínculo del funcionario con el departamento. Luego

se formularon preguntas específicas acerca de la percepción que tiene el funcionario, de la importancia de la calidad. Las preguntas posteriores fueron luego dirigidas a conocer la percepción que tienen los funcionarios de los alcances y limitaciones, así como de los retos, que son las otras dos variables de calidad que se pretenden medir.

También, en cuanto a la confiabilidad del instrumento “entrevista”, se pudo determinar que esta es alta, debido a que al aplicarla de forma repetida a un mismo funcionario, las respuestas fueron prácticamente las mismas.

En cuanto a la definición de observación, se tiene el concepto brindado por Barrantes (2014):

La observación es un proceso por el que un especialista recoge, por sí mismo, información relacionada con ciertos problemas. La observación es el producto de la percepción del observador; en ella, incluye las metas, los prejuicios, el marco de referencia, las aptitudes, además de algún instrumento o aparato utilizado para efectuar y registrar la observación. (p. 285)

Para la técnica de la observación no participante, el instrumento que se utilizará será una guía de observación. De esta manera, se pretende que la investigadora tenga más control de la situación que percibe, porque así no olvidará los detalles de total relevancia y podrá tener anotado en dicha guía cada uno de los aspectos que luego serán sometidos a análisis para poder codificar la información. Es importante recordar que la participación de la investigadora se limitará a la observación de dicho proceso, por lo tanto, no interviene en el procedimiento, sino que solo se limita a observar diferentes aspectos que estarán anotados a su alcance, para recordar los detalles en los que se debe hacer énfasis durante dicha observación.

Entre los aspectos observados se incluyen los siguientes: (1) bienvenida, (2) determinación de las necesidades del usuario, (3) respuesta a las inquietudes del usuario, (4) resolución y cierre y (5) otras observaciones. Cada uno de estos aspectos se desglosa en

componentes específicos y se ordenan en una tabla de modo que se pueda anotar si el componente se dio o no, así como cualquier nota adicional.

La investigadora llevó este instrumento consigo a un total de cinco visitas al departamento de Bienestar Estudiantil. En cada una de las visitas se llenó un instrumento de observación tal como el que se presenta en el Anexo 3.

La validez del instrumento observación se considera adecuada porque los aspectos a observar recogen información que en efecto sirve para medir cada una de las tres variables de calidad que son la importancia, los alcances y limitaciones y los retos.

Además, el nivel confiabilidad de la observación no participante es el adecuado, porque la aplicación repetida dio resultados parecidos.

Los instrumentos fueron diseñados por la autora de la presente investigación y se encuentran adjuntos al final del documento.

3.7 Categorías de análisis:

El tipo de análisis al que se someterá la información es determinante para elegir la unidad de análisis. Por ello, se presenta a continuación las categorías de análisis que sugieren cada uno de los objetivos planteados seguidas de su definición conceptual, operacional e instrumental

Tabla 1

Categorías de análisis de la investigación

Título: La calidad del servicio al cliente promovida por los funcionarios del departamento de Bienestar Estudiantil de la Universidad Nacional, según la percepción del grupo estudiantil de primer ingreso, usuario de este servicio, de la Escuela de Secretariado Profesional, período 2018.

Problema: Se desarrolla el problema de investigación partiendo de la siguiente pregunta: ¿Cuál es la percepción del estudiante de nuevo ingreso de la Escuela de Secretariado Profesional sobre la calidad de servicio al cliente, período 2018?

Objetivos	Categorías de análisis	Definición conceptual	Definición operacional	Definición instrumental
General:				
Analizar la calidad del servicio al cliente promovida por los (as) funcionarios (as) del Departamento de Bienestar Estudiantil de la Universidad Nacional, según la percepción del grupo estudiantil de primer ingreso de la Escuela de Secretariado Profesional, 2018.	Calidad de servicio al cliente.	Grado con que se cumplen los requisitos necesarios para lograr la satisfacción de los(as) usuarios(as) antes, durante y después de la interacción con funcionarios(as) de una institución.	Aplicación de los 3 instrumentos mencionados en este cuadro.	Conjunto de instrumentos para conocer diferentes aspectos de calidad (ver instrumentos específicos abajo).
Específicos:				
1. Determinar la importancia del servicio al cliente brindado en una universidad estatal.	Importancia del servicio al cliente en una Universidad Estatal.	Cualidad que caracteriza el trato brindado en una Universidad Estatal a los usuarios de los servicios de ella y que al tomarse en cuenta hace que dicho trato o servicio se mejore y así	Aplicación de instrumento vía correo electrónico a los estudiantes de primer ingreso a las carreras de Ad. de Of y de Edc Comercial de la Esc de Secretariado	Cuestionario mixto estructurado (en el que se utilizan preguntas abiertas y cerradas) que abarca escala de Likert, selección múltiple y respuesta breve.

			obtener la excelencia.	Profesional, período 2018.	
2.	Identificar los alcances y limitaciones del servicio al cliente promovido en el Departamento en estudio según la experiencia del usuario estudiantil.	Alcances y limitaciones del servicio al cliente.	El conjunto de características del servicio al cliente que inciden positiva o negativamente en el objetivo final que es la satisfacción del receptor de tal servicio.	Se aplica entrevista a funcionarios del departamento de Bienestar Estudiantil.	Entrevista semiestructurada.
3.	Determinar los retos que enfrenta el Departamento en estudio para brindar un servicio al cliente de calidad.	Retos para brindar un servicio al cliente de calidad.	Obstáculos o dificultades que enfrenta el Departamento para brindar el servicio de calidad y que es ideal superar.	Visitas a diferentes horas en la recepción del Departamento de Bienestar Estudiantil con el fin de observar directamente los obstáculos y dificultades que puede estar enfrentando el departamento.	Guía de observación no participante.

Nota: Elaboración propia

CAPÍTULO IV

4. Análisis de los datos obtenidos

Como ya se explicó anteriormente, los instrumentos que se aplicaron fueron tres: a) la entrevista hecha a los funcionarios (as) del Departamento de Bienestar Estudiantil de la Universidad Nacional, b) los cuestionarios en línea aplicados a los estudiantes de nuevo ingreso de la Escuela de Secretariado Profesional en el periodo 2018 y c) el análisis de la información obtenida durante la observación no participante.

En vista de que cada uno de los instrumentos anteriores, incluyeron ítems que cubren los tres aspectos de calidad, es necesario buscar en los resultados de cada uno, la información que ellos proveen en conjunto sobre cada una de las categorías de análisis correspondiente. Esta información en conjunto es lo que permite sacar conclusiones con base en la percepción de por lo menos, tres diferentes grupos de sujetos, que es una forma de analizar resultados conocida como triangulación.

Dicha información se describe e ilustra en las siguientes páginas con el fin de establecer relaciones entre los resultados que arrojaron los diferentes instrumentos para así dar respuesta al problema de investigación planteado en el trabajo.

A continuación, se presentan las respuestas relacionadas con la importancia del servicio al cliente según las entrevistas realizadas.

1. Importancia del servicio al cliente según la percepción de los funcionarios del Departamento de Bienestar Estudiantil participantes en el estudio.

Para recabar la información se aplicó la entrevista a funcionarios del departamento con el propósito de obtener datos sobre la propia perspectiva de las labores desempeñadas y así poder contrastarlas con las opiniones de los estudiantes.

Para ello, se preguntó a los (as) funcionarios (as) la cantidad de años laborados y estos indicaron que el 13% tenía de 1 a 5 años de laborar en el departamento, el 31% de 6 a 10, el 31% de 11 a 15 y el 25% de 15 a 20 años o más. Esta información refleja que la mayoría de los trabajadores poseen gran experiencia en la atención al cliente y en temas relacionados con las funciones propias de Bienestar Estudiantil. Lo que representa un punto a favor de la instancia ya que los usuarios consideran que un factor importante para brindar un buen servicio es la experiencia que se tenga en funciones atinentes al cargo desempeñado.

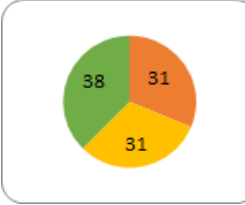
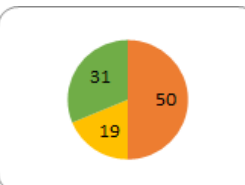
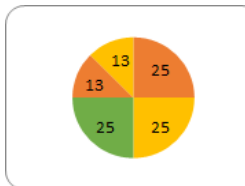
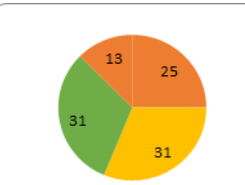
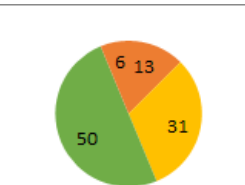
Asimismo, se les consultó sobre la formación profesional alcanzada, lo cual permitió concluir que el 25% posee estudios o formación secretarial, el 50% son egresados de la carrera de Trabajo Social y 25% posee otros estudios. Cabe indicar que como dato relevante se identificó que la mitad son profesionales en el área de Trabajo Social, por ello se considera que están en capacidad de manejar trabajo bajo presión y actividades relacionadas con la atención al cliente, puesto que al analizar el perfil profesional de la carrera (según el Programa de estudios de la carrera impartida por la Universidad de Costa Rica (s.f.), se determinó que esta les brinda los conocimientos necesarios para enfrentar casos relacionados con personas ya que llevan cursos de Psicología y Sociología, además de dinámicas grupales, donde se les instruye para el manejo de la interacción con las personas (usuario).

Del mismo modo, se procedió a identificar los factores relacionados con las profesiones de las (os) funcionarios (as) del Departamento de Bienestar Estudiantil, lo cual es importante para poder determinar la construcción sobre el concepto de trabajo social, tal como se visualizan, trabaja mucho en aspectos de humanismo para poder comprender, tolerar y apoyar a personas en situaciones diversas y de vulnerabilidad social, así como brindar un mejor servicio.

A continuación, se presenta la percepción de los funcionarios del Departamento de Bienestar Estudiantil sobre la importancia del servicio al cliente.

Figura 1

Importancia del servicio al cliente según la percepción de los funcionarios del Departamento de Bienestar Estudiantil participantes en el estudio en el año 2018

<p>a) Manera de estar al tanto de la satisfacción del usuario</p>		<p>38 %: Sí existe 31 %: No sabe 31 %: No existe</p>
<p>b) Aspectos a evaluar en candidatos a puestos de servicio al usuario</p>		<p>50 %: Habilidades blandas 31 %: Habilidades mixtas 19 %: Habilidades técnicas</p>
<p>c) Sugerencias para mejorar percepción del servicio brindado</p>		<p>25 %: Mayor divulgación 25 %: Nada que mejorar 25 %: Mejora continua 13 %: Buzón sugerencias 13 %: No hay sugerencias</p>
<p>d) Estrategias para que la atención recibida sea la mejor</p>		<p>31% Mejoras tecnológicas y documentales 31 %: No hay limitaciones 25 %: Contratar personal 13 %: Espacios adecuados</p>
<p>e) Apego al lema humanístico o a la normativa de la Universidad Nacional</p>		<p>50 %: Apego a ambos 31 %: Apego al lema 13 %: Apego a la normativa 6 %: No contestó</p>

Nota. Elaboración propia

Como se aprecia en la Figura 1, de acuerdo con las entrevistas hechas a estos funcionarios, con el fin de averiguar cuán importante es el servicio al cliente para ellos se les hicieron preguntas tales como: a) la manera de estar al tanto de la satisfacción del usuario, b) los aspectos a evaluar en candidatos a puestos de servicio al usuario, c) las sugerencias para mejorar percepción del servicio brindado, d) las estrategias para que la atención recibida sea la mejor y e) el apego al lema humanístico de la Universidad Nacional. También se agregó una pregunta abierta con el fin de obtener información adicional que arroje luz sobre la importancia del servicio al cliente para los funcionarios.

Se desprende por las respuestas dadas a la pregunta sobre la manera de estar al tanto de la satisfacción del usuario que solo un tercio de ellos (38 %) respondió que sí conoce que existen tales maneras. Sin embargo, fueron más de cuatro quintos (81 %) de los funcionarios los que respondieron que las habilidades blandas son necesarias como aspecto a evaluar en la contratación de futuros funcionarios y solo un quinto opinó que basta con las habilidades técnicas. También casi dos tercios (63 %) respondieron positivamente sobre la necesidad de mejorar la percepción, y más de dos tercios (69 %) sugirieron estrategias para mejorar la atención, y cuatro quintos (81 %) consideraron que es importante el apego al lema humanístico de la UNA. Sin embargo, en cuanto a las estrategias para mejorar la percepción es importante señalar que los dos tercios que las consideraron necesarias solo incluyeron aspectos relacionados con el espacio, las mejoras tecnológicas y la contratación de más personal, y no incluyeron aspectos relacionados con la atención en sí misma.

Por último, llama la atención que en las respuestas a la pregunta abierta que pide información adicional a los funcionarios, el 56% estimó que no había nada que agregar, un 38% expresó una opinión positiva y solo un 6% objetó esta investigación.

Tabla 2

Importancia de las habilidades blandas en la calidad del servicio al cliente del Departamento de Bienestar Estudiantil según la percepción de los funcionarios participantes en el estudio en el año 2018.

Porcentaje	Opinión de los funcionarios de DBE
-------------------	---

81%	Considera que las habilidades blandas son necesarias
81%	Es importante el apego al lema humanístico de la UNA
63%	Es necesario mejorar la percepción del usuario
69%	Sugiere estrategias para mejorar la atención
68%	No aporta ninguna información
38%	Conoce que existen maneras de estar al tanto de la satisfacción del usuario
38%	Da información adicional positivo

Nota. Elaboración propia

En la Tabla 2, se aprecia un porcentaje alto (81%) refiere que son importantes las habilidades blandas en cuanto a que las actitudes de amabilidad, cordialidad, empatía y respeto siempre generan buena reacción en los usuarios de un servicio. Esto significa que para una gran mayoría sí es importante lo que favorezca la calidad del servicio al cliente. El otro porcentaje alto (81%) señala la importancia del lema humanístico ya que, si bien, la universidad se rige por una normativa y reglamentación, no deben dejarse de lado las decisiones que conciernen a los asuntos individuales de cada estudiante en su condición de sujeto humano con derecho a un trato justo. Este porcentaje alto en relación con este aspecto también va ligado a la importancia que tiene el servicio al cliente para el funcionario.

Los dos porcentajes medios (69%) y (63%) se relacionan con la opinión de los funcionarios para quienes importa mejorar la atención al usuario y sugieren estrategias para lograrlo respectivamente, constituyen indicación de que, para una gran mayoría de ellos, el servicio al cliente es importante. En cuanto al porcentaje bajo (38%) presenta información adicional positiva con la investigación.

Es importante aclarar que lo que sucede con el otro porcentaje 68% restante, es que no aportaron ninguna informacional adicional, posiblemente, porque no le dan importancia

a la calidad del servicio al cliente. Mientras que, los altos porcentajes de funcionarios que respondieron dándole importancia a aspectos críticos relacionados con servicio al cliente permiten concluir, para este grupo de sujetos investigados, que el servicio al cliente es muy importante.

A continuación, se presenta las respuestas relacionadas con la importancia del servicio al cliente según la encuesta aplicada a los usuarios.

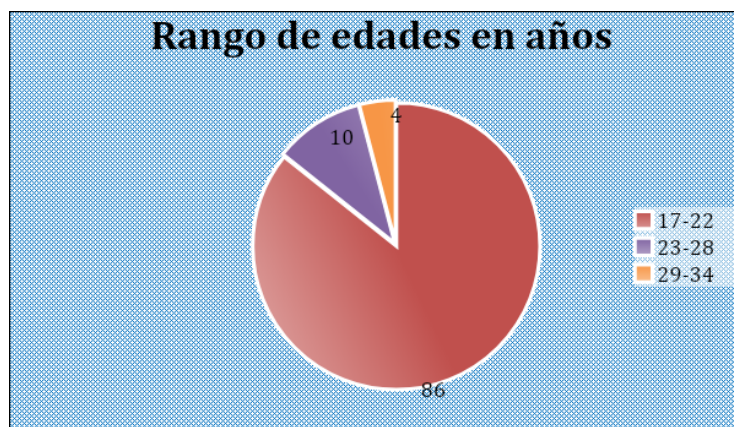
2. Importancia del servicio al cliente según percepción de los usuarios de nuevo ingreso de la Escuela de Secretariado Profesional en el año 2018

Para recabar la información, se aplicó un segundo instrumento, un cuestionario dirigido a estudiantes de primer ingreso, con el propósito de obtener datos sobre la percepción que ellos tienen de la importancia del servicio al cliente, en la atención que se les brinda en el Departamento de Bienestar Estudiantil.

De los 49 usuarios encuestados, el 69% cursan la carrera de Administración de Oficinas y el 31% la de Educación Comercial. Dichos estudiantes eran 16% hombres y 84% mujeres con rango de edad entre los 17 y 34 años, tal como se evidencia en la Figura 2.

Figura 2

Rango de edades de los usuarios de nuevo ingreso de la Escuela de Secretariado Profesional en el año 2018.



Nota. Elaboración propia

Como se muestra en la Figura 2, el mayor porcentaje corresponde a estudiantes con edades entre 17 y 22 años, mientras que las edades mayores de 23 años corresponden a la minoría.

Esto puede ser un aspecto que influye en la percepción que se pueda tener sobre la importancia del servicio al cliente porque se encuentran en una etapa joven adulta con estructuras mentales de crecimiento. Otro aspecto que puede influir es la institución de procedencia, ya que el 86% proviene de instituciones públicas y el 14% de instituciones privadas. Como ya se explicó, estas características de la población pueden tener gran influencia sobre la percepción ya que de ellas dependen la experiencia de vida de cada uno para determinar la importancia de un tema como es el del servicio al cliente.

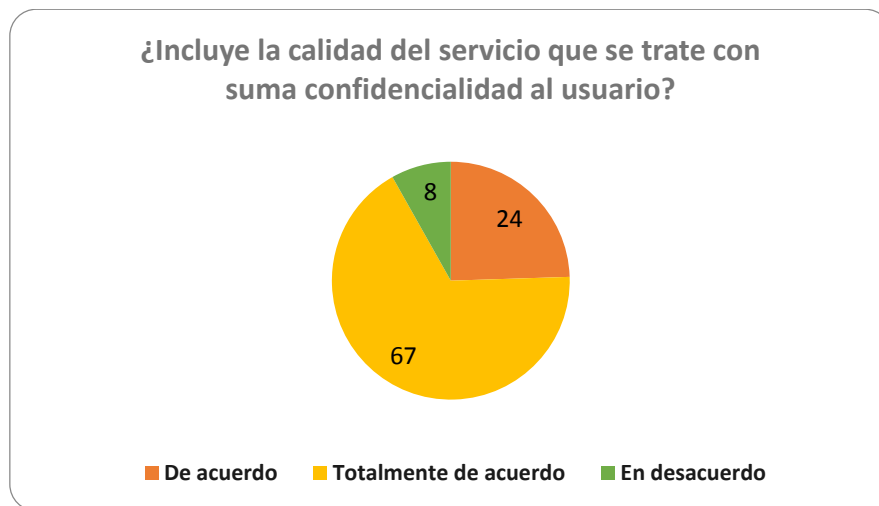
Como puede observarse en los cuestionarios aplicados a los usuarios, con el fin de averiguar cuán importante es el servicio al cliente para ellos, se encuentran las siguientes preguntas: a) la confidencialidad en el trato recibido, b) necesidad de que los mensajes sean de fácil interpretación, c) relación entre atención y cantidad de visitas, d) relación entre servicio y evitar frustración del usuario, e) relación entre servicio ágil y nivel de demanda estudiantil, f) relación entre calidad del servicio y experiencia del usuario, g) deber del Departamento de capacitar al funcionario en temas de servicio al usuario, h) deber del Departamento de implementar los servicios con más equipo tecnológico, i) deber del Departamento de contratar más personal de atención, j) deber del Departamento de cubrir puestos de solo con personal con experiencia en el área de servicio al usuario. Cada una de las anteriores preguntas tiene que ver con una característica de lo que constituye buen servicio al cliente.

En respuesta a la pregunta acerca de si es importante la confidencialidad en el servicio recibido, un 67% de los participantes está totalmente de acuerdo, un 24% están de acuerdo y solo un 8% están en desacuerdo. En vista de que esta es una característica del buen servicio,

se puede inferir que para un alto porcentaje, esto es, un 91% de los usuarios, el servicio al cliente es importante, tal como se aprecia en la Figura 3.

Figura 3

Criterio de confiabilidad en el servicio al cliente del Departamento de Bienestar Estudiantil según la percepción de los usuarios de nuevo ingreso de la Escuela de Secretariado Profesional en el año 2018.

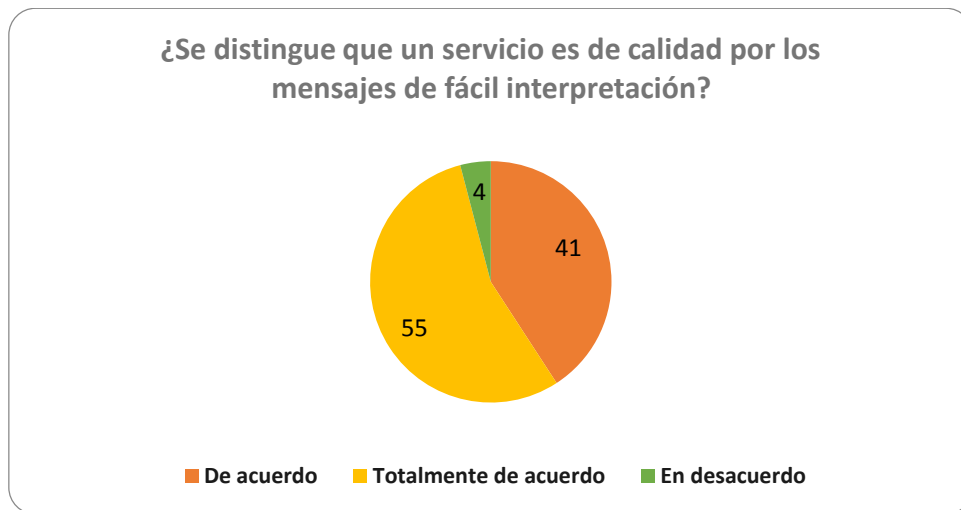


Nota. Elaboración propia

En respuesta a la pregunta acerca de si un servicio es de calidad, se distingue la comunicación con mensajes de fácil interpretación, un 55% de los encuestados están totalmente de acuerdo, un 41% están de acuerdo y solo un 4% están en desacuerdo. En vista de que esta es una característica del buen servicio, se puede observar para un altísimo porcentaje, es decir, un 96% de los usuarios, que el servicio al cliente es importante, tal como se visualiza en la Figura 4.

Figura 4

Criterio de comunicación con mensajes de fácil interpretación en el servicio al cliente del Departamento de Bienestar Estudiantil según la percepción de los usuarios de nuevo ingreso de la Escuela de Secretariado Profesional en el año 2018.

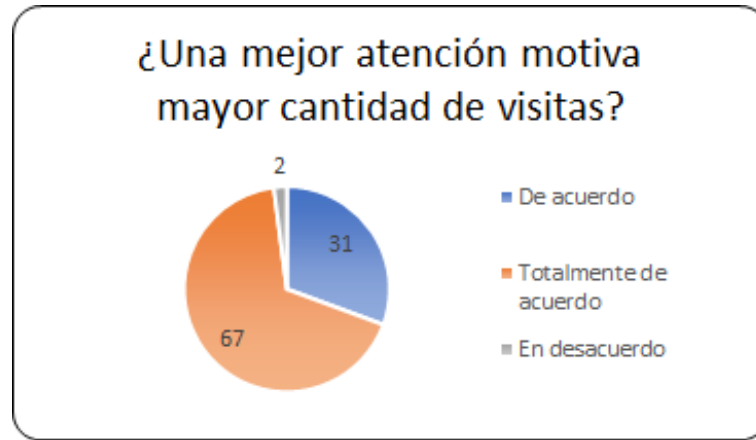


Nota. Elaboración propia

En respuesta a la pregunta acerca de si una mejor atención motiva una mayor cantidad de visitas, un 67% de los encuestados opinan que están totalmente de acuerdo, un 31% están de acuerdo y solo un 2% opinan que están en desacuerdo. En vista de que esta es una característica de un buen servicio según un alto porcentaje, esto es, un 98%, se puede afirmar que es importante en el servicio al cliente, como se aprecia en la Figura 5.

Figura 5

Criterio de mejor atención en el servicio al cliente del Departamento de Bienestar Estudiantil según la percepción de los usuarios de nuevo ingreso de la Escuela de Secretariado Profesional en el año 2018.

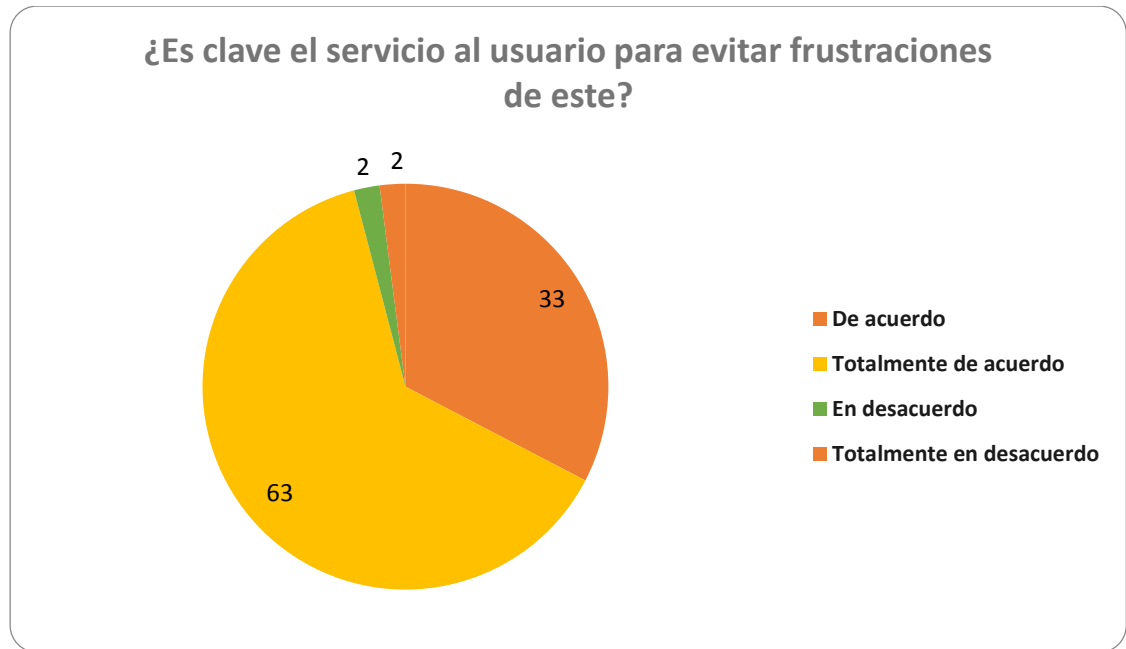


Nota. Elaboración propia

En respuesta a la pregunta acerca de si el servicio dirigido al usuario es clave para evitar frustraciones, un 63% están totalmente de acuerdo, un 33% están de acuerdo y solo un 4% opinan que están en desacuerdo. En vista de que esta es una característica de un buen servicio, se puede afirmar, que para un 96% de los usuarios, es un aspecto significativo para el servicio al cliente tal como se observa en la Figura 6.

Figura 6

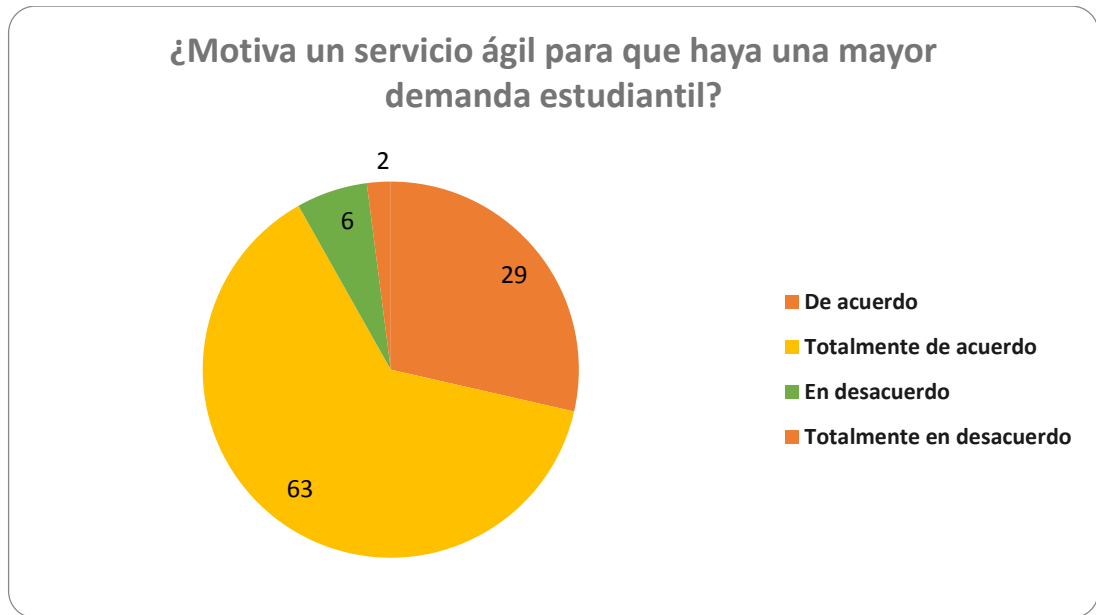
Criterio de servicio dirigido al usuario en el servicio al cliente del Departamento de Bienestar Estudiantil según la percepción de los usuarios de nuevo ingreso de la Escuela de Secretariado Profesional en el año 2018.



En respuesta a la pregunta acerca de si un servicio ágil en la atención al usuario motiva una mayor demanda estudiantil, un 63% de los participantes están totalmente de acuerdo, un 29% están de acuerdo y solo un 6% están en desacuerdo y un 2% totalmente en desacuerdo. En vista de que esta es una característica de un buen servicio para un alto porcentaje, es decir, un 92% de los usuarios, se puede afirmar que es importante el servicio al cliente, tal como se observa en la Figura 7.

Figura 7

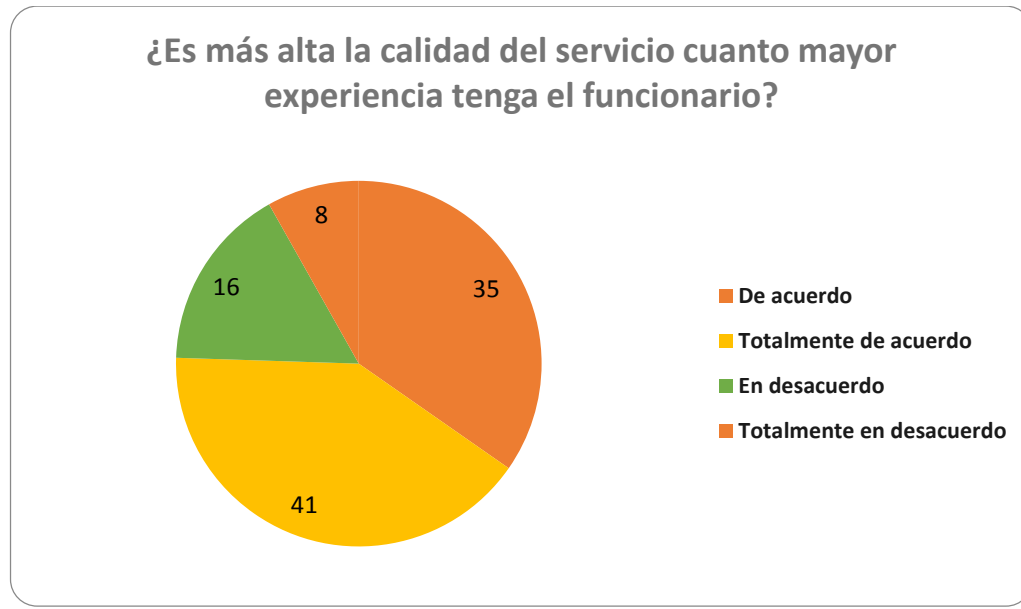
Criterio de agilidad en la atención del usuario en el servicio al cliente del Departamento de Bienestar Estudiantil según la percepción de los usuarios de nuevo ingreso de la Escuela de Secretariado Profesional en el año 2018.



En respuesta a la pregunta acerca de si la calidad del servicio es más alta cuando mayor experiencia tenga el funcionario, un 41% están totalmente de acuerdo, un 35% están de acuerdo, un 16% opinan que están en desacuerdo y un 8% totalmente en desacuerdo. En vista de que esta es una característica de un buen servicio para un alto porcentaje, esto es, un 76% de los usuarios, se puede afirmar que es importante para el servicio al cliente, tal como se aprecia en la Figura 8.

Figura 8

Criterio de calidad en el servicio al cliente del Departamento de Bienestar Estudiantil según la percepción de los usuarios de nuevo ingreso de la Escuela de Secretariado Profesional en el año 2018.

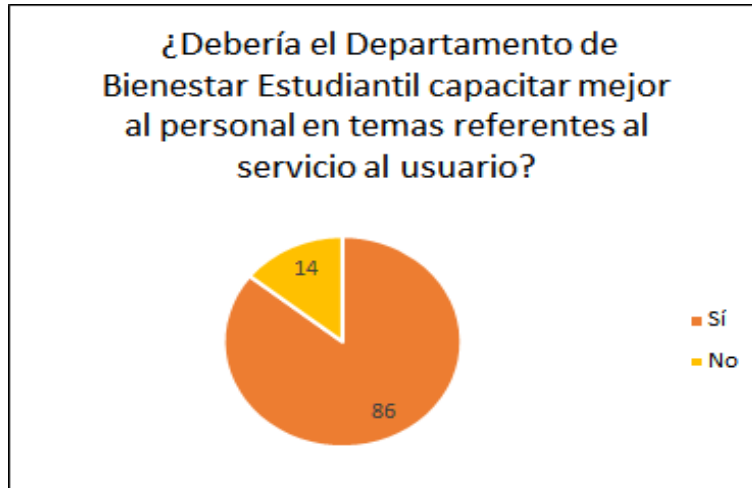


Nota. Elaboración propia

En respuesta a la pregunta acerca de si se debería capacitar mejor al personal en temas referentes al servicio al usuario, un 86% opinan que están totalmente de acuerdo y un 14% no está de acuerdo. En vista de que capacitar mejor al personal en temas referentes al servicio al usuario es una característica de un buen servicio, para un alto porcentaje, esto es, un 86% de los usuarios, se puede afirmar que importante para el servicio al cliente, tal como se observa en la Figura 9.

Figura 9

Criterio de capacitación a los funcionarios del Departamento de Bienestar Estudiantil según la percepción de los usuarios de nuevo ingreso de la Escuela de Secretariado Profesional en el año 2018.

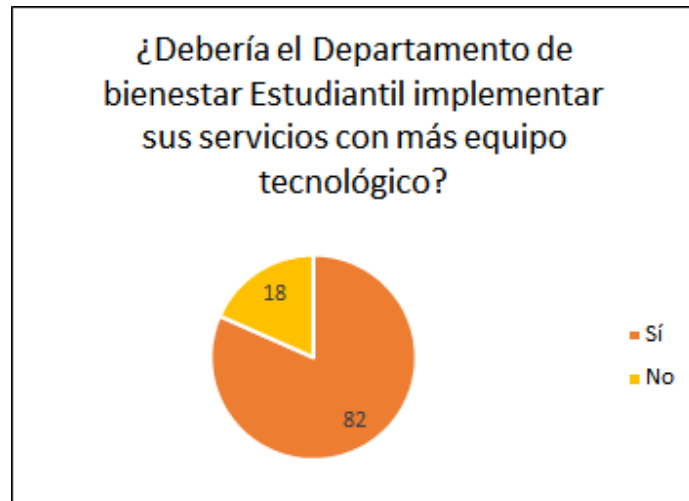


Nota. Elaboración propia

En respuesta a la pregunta acerca de si se deberían implementar los servicios con mayor equipo tecnológico, un (82%) opinan que sí y un 18% opinan que no. En vista de que de que la implementación de servicios con más equipo tecnológico es una característica de un buen servicio para un alto porcentaje, esto es, un 82% de los usuarios, se puede afirmar que es importante para el servicio al cliente, como se observa en la Figura 10.

Figura 10

Criterio de implementación de mayor recurso tecnológico en el servicio al cliente en el Departamento de Bienestar Estudiantil según la percepción de los usuarios de nuevo ingreso de la Escuela de Secretariado Profesional en el año 2018.

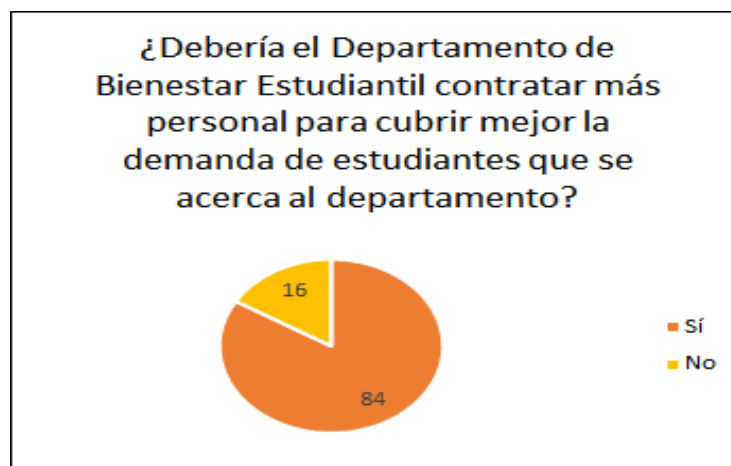


Nota. Elaboración propia

En respuesta a la pregunta acerca de si se debería contratar más personal para cubrir mejor la demanda de estudiantes, un (84%) opinan que sí, y un 16% que no. En vista de que esta es una característica de un buen servicio para un alto porcentaje, esto es, un 84% de los usuarios, se puede afirmar que es importante para el servicio al cliente, como se observa en la Figura 11.

Figura 11

Criterio de contratación de mayor personal en el Departamento de Bienestar Estudiantil según la percepción de los usuarios de nuevo ingreso de la Escuela de Secretariado Profesional en el año 2018.

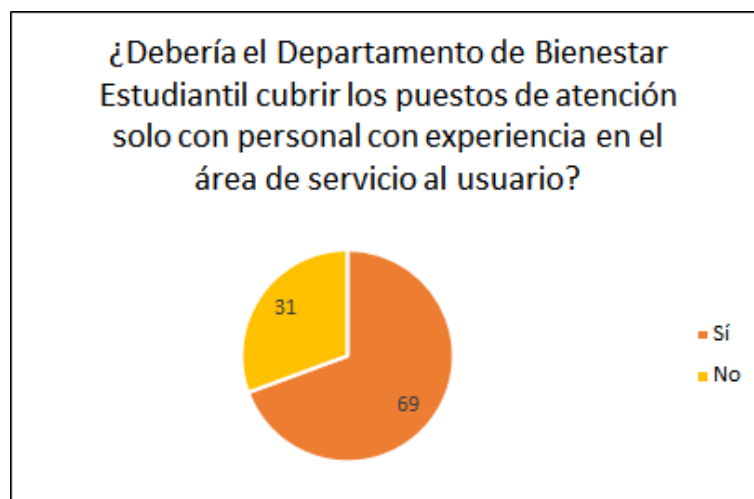


Nota. Elaboración propia

En respuesta a la pregunta acerca de si se deberían cubrir los puestos de atención solo con personal con experiencia en el área de servicio al usuario, un 69% opinan que sí y un 31% opinan que no. En vista de que esta es una característica de un buen servicio y dado que es un alto porcentaje, esto es, un 69%, el que está a favor, se puede afirmar que es importante para una gran parte de los usuarios del servicio al cliente, de acuerdo con la Figura 12.

Figura 12

Criterio personal de mayor experiencia en el servicio al cliente en el Departamento de Bienestar Estudiantil según la percepción de los usuarios de nuevo ingreso de la Escuela de Secretariado Profesional en el año 2018.



Nota. Elaboración propia

A manera de resumen, de las anteriores 10 características de lo que constituye buen servicio al cliente, las siguientes cinco fueron calificadas como muy necesarias por más de un 90% de los usuarios: a) la confidencialidad en el trato recibido, b) la comunicación con mensajes de fácil interpretación, c) la relación entre atención y cantidad de visitas, d) la relación entre servicio y evitar frustración del usuario, e) la relación entre servicio ágil y nivel de demanda estudiantil. Se puede afirmar, entonces, que estas cinco características

deben ser una prioridad en el servicio que ofrece el personal de Bienestar Estudiantil de la UNA.

Las otras cinco características fueron calificadas como necesarias por un porcentaje entre 69% y 86% de los usuarios: f) relación entre calidad del servicio y experiencia del usuario, g) deber del Departamento de capacitar al funcionario en temas de servicio al usuario, h) deber del Departamento de implementar los servicios con más equipo tecnológico, i) deber del Departamento de contratar más personal de atención, j) deber del Departamento de cubrir puestos solo con personal con experiencia en el área de servicio al usuario. Por ello, el personal del Departamento de Bienestar Estudiantil debe preocuparse por mejorar las condiciones en que se ofrece el servicio a los usuarios.

Tabla 3

Resumen de las características de mayor importancia para los usuarios de nuevo ingreso de la Escuela de Secretariado Profesional acerca del Departamento de Bienestar Estudiantil de la UNA en el año 2018.

Característica de servicio al cliente	Porcentaje
a) Necesidad de confidencialidad en el trato recibido	91%
b) Necesidad de que los mensajes sean de fácil interpretación	96%
c) Relación entre atención y cantidad de visitas (mejor atención-mayor cantidad de visitas)	98%
d) Relación entre servicio y evitar frustración del usuario (mejor servicio- menor frustración)	96%
e) Relación entre servicio ágil y nivel de demanda estudiantil (mayor agilidad -mayor demanda)	92%
f) Relación entre calidad del servicio y experiencia del usuario (mayor experiencia- mayor calidad)	76%
g) Deber del DBE de capacitar al funcionario en temas de servicio al usuario	86%
h) Deber del DBE implementar los servicios con más equipo tecnológico	82%

i) Deber del DEB de contratar más personal de atención	84%
j) Deber del DBE de cubrir puestos de solo con personal con experiencia en el área de servicio al usuario.	69%

Nota. Elaboración propia

Como bien se puede observar en la Tabla 3, de las anteriores características del servicio al usuario, las más importantes para la población de estudiantes (del 91% al 98%) están relacionadas con factores propios del servicio al cliente en general.

De los aspectos de servicio al usuario en el siguiente nivel de importancia para esta población (69% al 86%) están relacionados con factores propios del Departamento de Bienestar Estudiantil y se describen como deberes de este. Una inferencia previa que se puede afirmar es que, para los usuarios encuestados, el servicio al cliente es muy importante.

A continuación, se presentan las respuestas relacionadas con la importancia del servicio al cliente según la observación no participante realizada por la investigadora.

3. Importancia del servicio al cliente del Departamento de Bienestar Estudiantil según la percepción de la observadora

Un tercer instrumento que se utilizó fue una observación no participante en el Departamento de Bienestar Estudiantil con el propósito de obtener datos sobre la importancia del servicio al cliente según la percepción de la investigadora.

Este instrumento se aplicó en 6 visitas distintas durante la atención que se le dio a un usuario en cada una de ellas. Como ya se explicó en el marco metodológico, en este instrumento se contemplan 5 aspectos generales que son: (1) bienvenida, (2) determinación de las necesidades del usuario, (3) respuesta a las inquietudes del usuario, (4) resolución y cierre y (5) otras observaciones. A continuación, se presentan los resultados obtenidos en cada una de estos aspectos generales.

En cuanto a la bienvenida, los aspectos específicos de saludar, identificarse y crear un ambiente de cordialidad, se les calificó con un “sí cumplen”, es decir, los funcionarios en efecto se preocupan por hacer sentir bienvenido a cada uno de los usuarios.

Referente a la determinación de las necesidades del usuario, los aspectos específicos de hacer preguntas para captar las motivaciones y necesidades del usuario, escuchar activamente al usuario, sin interrumpirlo, sin distraerse y prestando atención, tomando apuntes, comprobar si entendió la inquietud del usuario, saber interpretar el lenguaje no verbal del usuario, hacer preguntas con el fin de obtener y confirmar información y entender las dudas del usuario poniéndose en su lugar, se les calificó con un “sí cumplen”, es decir, los funcionarios en efecto se disponen por hacer sentir que las necesidades del usuario sean, en la medida de lo posible, satisfechas.

En cuanto a la respuesta a las inquietudes del usuario, los aspectos específicos de responder de forma cortés al usuario, usar lenguaje comprensivo para el usuario, utilizar eficazmente el lenguaje no verbal, identificar la condición del estudiante, manifestar expresiones de agrado y confianza, a todos estos aspectos se les calificó con un “sí cumplen”. Es decir, los funcionarios en efecto se esfuerzan por responder de manera correcta a las inquietudes de cada uno.

En relación con la resolución y cierre, los aspectos específicos de conducir al usuario a un cierre satisfactorio, utilizar expresiones correctas para indicar la aproximación del cierre, confirmar si quedó satisfecho y despedirse cortésmente, a todos estos aspectos se les calificó con un “sí cumplen”. Por eso, se puede afirmar, que en efecto asumen la responsabilidad por dar una resolución y cierre de la mejor manera a cada uno de los usuarios.

En cuanto al aspecto de observaciones generales se presentan las siguientes notas que se consideran importantes para esta investigadora, ya que tienen que ver con la importancia del servicio al cliente.

En la observación número 1 se tomó la siguiente nota relacionada con la importancia del servicio al cliente: *“Se evacuan todas las dudas necesarias de los estudiantes y se actualiza la pizarra informativa con los datos necesarios para poder evacuar todas las dudas de los estudiantes y que no dejen pasar fechas importantes”* (Anotación tomada el 6/08/2018).

En la observación número 3, se tomó la siguiente nota relacionada con la importancia del servicio al cliente: *“En especial se atendieron dudas relacionadas con la solicitud de ayuda especial ya que había inconformidades de parte de los estudiantes porque si la factura proforma supera el monto que se les aprobaba entonces no se las recibían la solicitud y debía hacer otra proforma con un monto más bajo según la directriz del Departamento de Bienestar Estudiantil”*. (Anotación tomada el 13/08/2018).

En la observación número 4, se tomó la siguiente nota relacionada con la importancia del servicio al cliente: *“El funcionario manifiesta que no da información por teléfono para resguardar la confidencialidad y que solo personalmente”*. (Anotación tomada el 2/08/2018).

En la observación número 5 se tomaron notas relacionadas con la importancia del servicio al cliente como las siguientes: *“El usuario consulta acerca de la categoría de la beca y renovación de esta y se le dio respuesta adecuada”*, *“se cuida el tono de voz y se brinda buen manejo de la información”*. (Anotación tomada el 28/08/2018).

A manera de resumen, resalta que en la totalidad de los aspectos relacionados con la importancia del servicio al cliente en la observación no participante se les calificó con un “sí cumplen”, y debido a que en cinco de las seis observaciones se consignan notas positivas en referencia a aspectos generales, se puede afirmar que a criterio de esta investigadora el servicio al cliente que se brinda en el Departamento de Bienestar Estudiantil es muy importante.

Seguidamente, se presenta la integración de la información obtenida con los tres instrumentos en relación con la importancia del servicio al cliente.

4. Integración de la información recabada en la investigación con los instrumentos aplicados

En relación con la pregunta de investigación acerca de la percepción que se tiene de la importancia del servicio al cliente en el Departamento de Bienestar Estudiantil, es propicio en este momento del análisis integrar las respuestas dadas mediante la técnica de la triangulación. Esto se realiza contrastando las respuestas aportadas en los tres instrumentos del estudio (entrevista a funcionarios, encuesta a los usuarios y la observación participante) según las categorías del estudio.

Como ya se analizó, un alto porcentaje de los funcionarios (del 63% al 81%) respondieron dándole importancia a aspectos críticos relacionados con servicio al cliente, asimismo para otro porcentajes de usuarios (del 91% al 98%) también es muy importante el servicio al cliente que ofrece el Departamento de Bienestar Estudiantil.

A los anteriores resultados se añade la percepción de esta investigadora mediante la observación no participante, en la cual se pudo constar en el 100 % de las visitas que el servicio al cliente es de importancia para los usuarios.

Para poder analizar los factores relevantes de servicio al cliente para cada grupo de actores, para buscar similitudes y diferencias, se ofrece la siguiente tabla:

Tabla 4

Percepción general de los participantes en el estudio sobre la importancia del servicio al cliente del Departamento de Bienestar Estudiantil en el año 2018.

Funcionarios	Usuarios	Observadora
<ul style="list-style-type: none"> • Conoce que existen maneras de estar al tanto de la satisfacción del usuario • Considera que las habilidades blandas son necesarias 	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de confidencialidad en el trato recibido • Necesidad de que los mensajes sean de fácil interpretación • Relación entre atención y cantidad de visitas (entre mejor atención, mayor cantidad de visitas) 	<ul style="list-style-type: none"> • Hacen sentir bienvenido a cada uno de los usuarios. • Las necesidades del usuario se satisfacen de forma adecuada para cada uno de los usuarios.

-
- | | | |
|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Es necesario mejorar la percepción del usuario • Sugiere estrategias para mejorar la atención • Es importante el apego al lema humanístico de la UNA • Da información adicional positiva. | <ul style="list-style-type: none"> • Relación entre servicio y evitar frustración del usuario (cuanto mejor servicio, menor frustración) • Relación entre servicio ágil y nivel de demanda estudiantil (cuanto mayor agilidad, mayor demanda) • Relación entre calidad del servicio y experiencia del usuario (cuanto mayor experiencia, mayor calidad) • Deber del Departamento de capacitar al funcionario en temas de servicio al usuario • Deber del Departamento de implementar los servicios con más equipo tecnológico • Deber del Departamento de contratar más personal de atención • Deber del Departamento de cubrir puestos de solo con personal con experiencia en el área de servicio al usuario. | <ul style="list-style-type: none"> • Responden correctamente a las inquietudes a cada uno de los usuarios. • Dan una resolución y cierre de la mejor manera a cada uno de los usuarios. |
|--|--|---|
-

Nota. Elaboración propia

Como se aprecia en la Tabla 4, los factores de servicio al cliente que se consideran importantes por parte de los funcionarios del Departamento de Bienestar Estudiantil participantes en el estudio se centran en la satisfacción de las necesidades del usuario. Por otro lado, los factores de importancia de servicio al cliente por parte de los usuarios se enfocan en el proceso de atención y en la necesidad permanente capacitación de los funcionarios. Por último, de acuerdo con la observación no participante, los factores relevantes se relacionan con la interacción funcionario -usuario.

También en la Tabla 4, se puede observar que no se encuentran similitudes manifiestas entre los factores expresados por cada uno de los participantes en el estudio. No obstante, sí existen principios del servicio al cliente que son comunes a los tres grupos, pues en las tres

listas de factores puede observarse que el trato afable y la satisfacción del usuario son importantes.

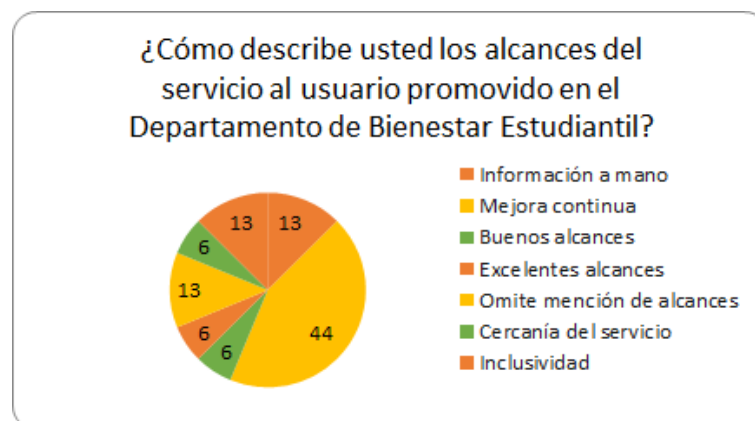
Por lo tanto, se puede afirmar que mediante la técnica de triangulación de los datos obtenidos a partir de los instrumentos aplicados a tres grupos de actores sobre la importancia que tiene el concepto de servicio al cliente en el Departamento de Bienestar Estudiantil es muy alta.

5. Alcances y limitaciones del servicio al cliente según la percepción de los funcionarios del Departamento de Bienestar Estudiantil

En respuesta a la pregunta sobre cómo describen los funcionarios los alcances del servicio al usuario promovido en el Departamento de Bienestar Estudiantil, para el 13% de ellos es la información a mano, para el 44% es la mejora continua, para el 6% es la cercanía del servicio, para el 6% los alcances son buenos, para el 6% los alcances son excelentes y para el 13% uno de los alcances es la inclusividad, y solo un 13% de ellos omite dar respuesta a esta pregunta. Lo anterior significa que para un 87% de los entrevistados hay alcances positivos en este servicio de acuerdo con la Figura 13.

Figura 13

Alcances del servicio al usuario promovido por el Departamento de Bienestar Estudiantil según los funcionarios participantes en el estudio en el año 2018.

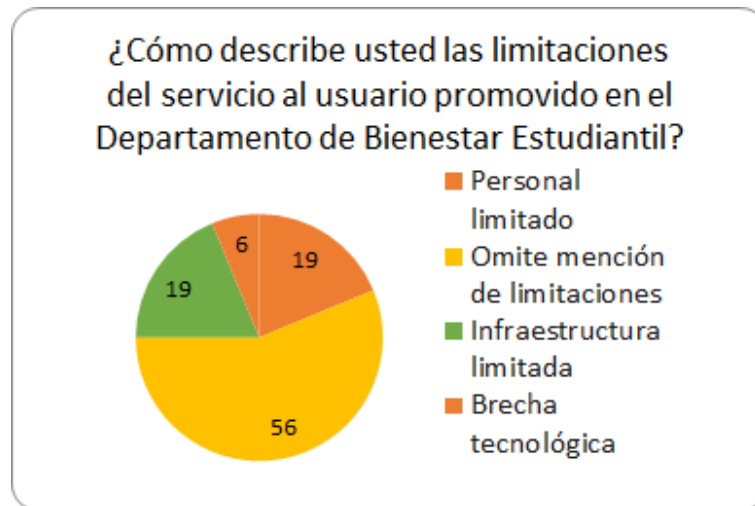


Nota. Elaboración propia

En respuesta a la pregunta sobre cómo describen los funcionarios las limitaciones evidenciadas en el Departamento de Bienestar Estudiantil, para el 19% la infraestructura es una limitante, para el 19% es el personal limitado una limitante, para el 6% la brecha tecnológica es una limitante y el restante 56% omite mención de limitaciones. Esto significa que para una mayoría de los entrevistados no existen limitaciones para dicho departamento, tal como se aprecia en la Figura 14.

Figura 14

Limitaciones del servicio del Departamento de Bienestar Estudiantil según la percepción de los usuarios de nuevo ingreso de la Escuela de Secretariado Profesional en el año 2018.

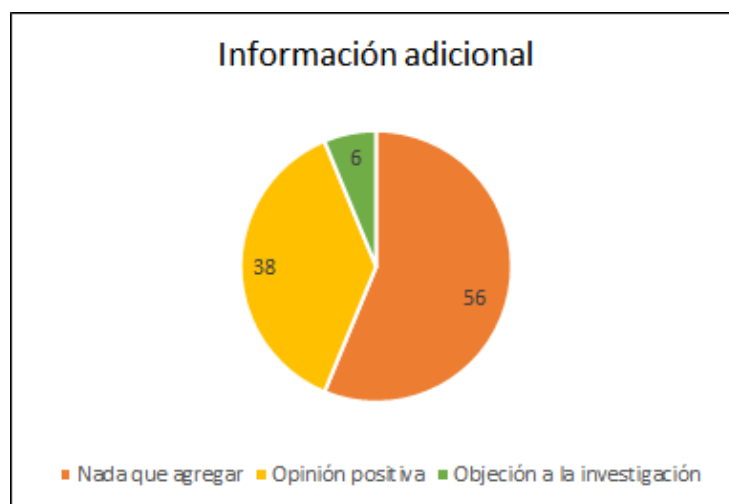


Nota. Elaboración propia

En las respuestas dadas a la pregunta sobre información adicional, se pueden encontrar más alcances, ya que un 38% de los funcionarios entrevistados da opiniones positivas tal como se aprecia en la Figura 15.

Figura 15

Información adicional brindada por funcionarios participantes en el estudio del Departamento de Bienestar Estudiantil en el año 2018.



Nota. Elaboración propia

Seguidamente se presenta, las opiniones aportadas de manera adicional por los participantes.

El funcionario en E/F/C/FS¹ opina lo siguiente: “Considero que Bienestar Estudiantil brinda gran apoyo a todos los estudiantes de primer ingreso y sigue apoyando hasta que estén graduados”. El funcionario E/F/B/FS² opina lo siguiente: “Como encargada de la recepción, me siento muy satisfecha del tipo de labor que realizó y al hacerlo pongo todo mi empeño por atender a cada estudiante lo mejor posible, con respeto y consideración brindándole una información ágil, fidedigna”. El funcionario E/F/C/TS³ opina lo siguiente: “Considero que la entrevista asume que la atención es deficiente sin embargo las evaluaciones en relación con la atención evidencian que la población estudiantil se encuentra satisfecha”. El funcionario E/F/D/TS⁴ opina lo siguiente: “La evolución continua de los procesos permite identificar fortalezas y posibilidades de mejora para las condiciones y áreas débiles. Los equipos humanos que trabajan en los procesos deben estar comprometidos con la mejora continua en la prestación del servicio”. El funcionario

¹ Funcionario de 10 a 15 años laborados con formación Secretarial

² Funcionario de 5 a 10 años laborados con formación Secretarial

³ Funcionario de 10 a 15 laborados con formación Trabajo Social

⁴ Funcionario de 15 o más años laborados con formación Trabajo Social

E/F/D/TS opina lo siguiente: “Recalco que siempre tenemos la oportunidad de mejorar y aprender a partir de lo que el usuario considere que no está bien”. El funcionario E/F/B/TS⁵ opina lo siguiente: “Muchas veces se parte de que el servicio al usuario fue malo porque se brindó una respuesta negativa. Por lo que es importante hacer diferencia entre el servicio brindado y la respuesta esperada ante una solicitud”.

Se resalta en la información adicional dada que de las 6 opiniones positivas, 4 fueron dadas por funcionarios con formación en Trabajo Social y 2 de las opiniones brindadas corresponden a funcionarios con formación Secretarial.

Por otra parte, si bien en la Figura 15, un 56% omitió dar información adicional, y solo un 6% objetó la investigación, es significativo el hecho de que un 38% brinde opiniones positivas; las cuales evidencian alcances que hablan muy bien de la calidad del servicio al cliente que se da en el Departamento de Bienestar Estudiantil de la Universidad Nacional.

En resumen, los alcances y limitaciones según los funcionarios, el 87% de ellos considera que los alcances son positivos, menos de la mitad de ellos ve limitaciones principalmente con la infraestructura y la necesidad de mayor cantidad de personal, y la mayoría de ellos omite mención de limitaciones y un 38% brindó opiniones positivas que evidencian alcances.

A continuación, se presenta los alcances y limitaciones del servicio al cliente del Departamento de Bienestar Estudiantil de acuerdo con la percepción de los usuarios.

6. Alcances y limitaciones del servicio al cliente según la percepción de los usuarios de nuevo ingreso del Departamento de Bienestar Estudiantil en el año 2018

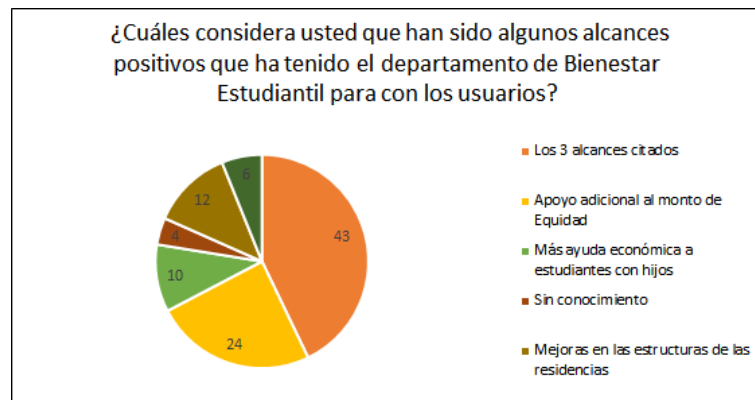
En respuesta a la pregunta sobre cómo describen los usuarios los alcances del servicio al cliente promovido en el Departamento de Bienestar Estudiantil, el 24% opina que un alcance es el apoyo económico adicional (plus de equidad) al monto de equidad, el 10% opina que un alcance es más ayuda económica a estudiantes con hijos, el 12% opina que un alcance

⁵ Funcionario de 5 a 10 años laborados con formación Trabajo Social

es las mejoras en las estructuras de las residencias. El 43% de los estudiantes consideraron que los 3 alcances anteriores eran relevantes, el 6% considera que no hay ningún alcance y el 4% se considera sin conocimiento del tema como se manifiesta en la figura 16.

Figura 16

Alcances del servicio al cliente del Departamento de Bienestar Estudiantil según la percepción de los usuarios de nuevo ingreso de la Escuela de Secretariado Profesional en el año 2018.



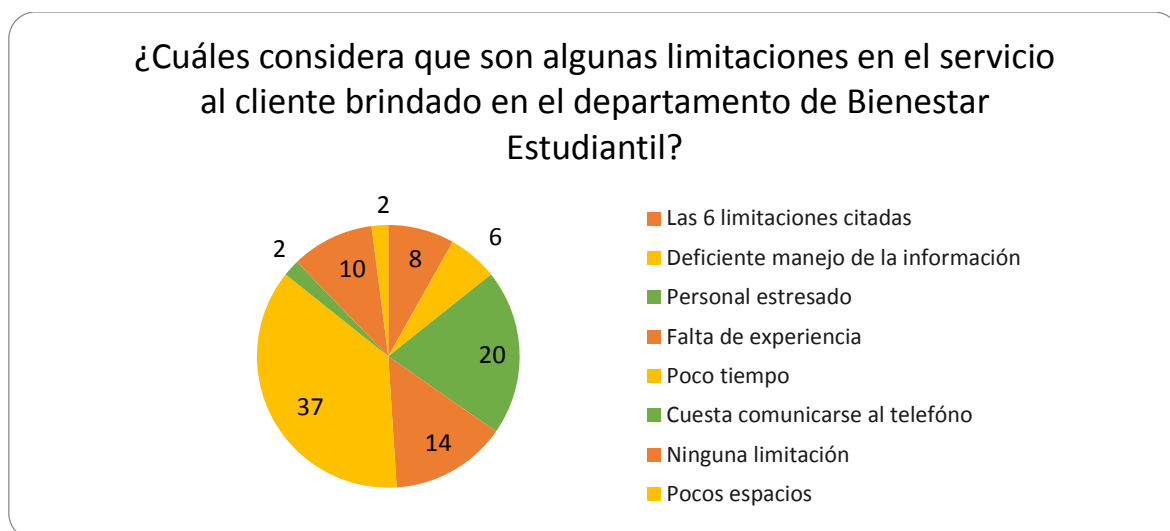
Nota. Elaboración propia

Al sumar los porcentajes de estudiantes que consideran que sí hay alcances positivos según la Figura 16, se obtiene que un 89% cae en esta categoría y solo un 11% considera que no hay alcances. Es importante mencionar que estos alcances tienen que ver con los beneficios que reciben los estudiantes de parte de la Universidad por medio de este departamento. Esto significa que al responder una pregunta sobre los alcances, la percepción de los estudiantes se orienta más a los beneficios que a la calidad en la atención al usuario.

Por otra parte, se les preguntó a los estudiantes sobre las limitaciones evidenciadas en el servicio al cliente ofrecido en el Departamento de Bienestar Estudiantil. Con respecto a lo anterior, el 37% considera que una limitación es el poco tiempo, el 20% considera que es el personal estresado, el 14% considera que es la falta de experiencia, el 2% considera que es la dificultad para contestar el teléfono, el 2% considera que es el poco espacio, el 8% considera que las 6 anteriores son limitaciones, y el 10% considera que no hay ninguna limitación, tal como se evidencia en la Figura 17.

Figura 17

Limitaciones del servicio al cliente del Departamento de Bienestar Estudiantil según la percepción de los usuarios de nuevo ingreso en el año 2018.

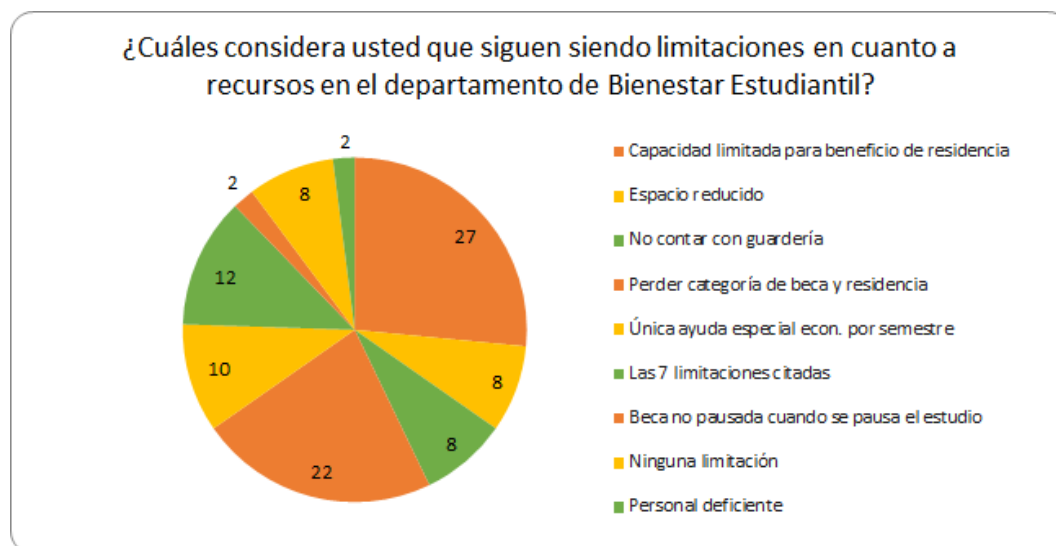


Nota. Elaboración propia

Al preguntar a los informantes sobre las limitaciones en cuanto a recursos que posee el Departamento de Bienestar Estudiantil actualmente. El 27% considera que es la capacidad limitada para beneficio de residencias, el 22% considera que es perder categoría de beca y residencia, el 10% considera que solo se da una única ayuda especial económica por semestre, el 8% considera que es el espacio reducido, el 8% considera que es no contar con guardería, el 2% considera que es beca no pausada cuando se pausa el estudio, y el 2% restante considera que es el personal deficiente, el 12% considera que son todas las 7 limitaciones citadas, tal como se muestra en la Figura 18.

Figura 18

Limitaciones en cuanto a los recursos en el Departamento de Bienestar Estudiantil según la percepción de los usuarios de nuevo ingreso de la Escuela de Secretariado Profesional en el año 2018.



Nota. Elaboración propia.

Según la Figura 18, el 100% de los usuarios señalan limitaciones en cuanto a los recursos del Departamento de Bienestar Estudiantil. En orden descendente, se menciona la capacidad limitada para el beneficio de las residencias estudiantiles, la pérdida de las categorías de la beca de exoneración de créditos, un espacio reducido en el departamento, única ayuda económica especial por semestre, el beneficio de la beca se pausa cuando se suspende el estudio y deficiencias en el personal docente en cuanto a su atención y formación. Se destaca que 8 estudiantes mencionan las siete limitaciones.

A manera de resumen, los alcances y limitaciones según los usuarios, el 89% de ellos considera que los alcances son positivos, y solo un 11% considera que no hay alcances. Sin embargo, es importante recordar que este dato no tiene que ver con la calidad de la atención al usuario, sino con los beneficios que obtiene los usuarios por parte de la Universidad Nacional.

En cuanto a las limitaciones en la atención, se tiene que 10% consideran que no hay ninguna y el restante 90% considera que sí hay limitaciones en la atención al usuario, pero se relacionan con los recursos disponibles por el Departamento de Bienestar Estudiantil para dar beneficios ya que el 100% considera que sí hay. Lo anterior evidencia que los usuarios distinguen de manera correcta la diferencia entre limitaciones relacionadas con la atención al

usuario en el servicio al cliente y limitaciones relacionadas con los recursos aprovechables del departamento.

A continuación, se presenta los alcances y las limitaciones del servicio al cliente según la información recabada en la observación no participante por parte de la investigadora.

7. Alcances y limitaciones del servicio del Departamento de Bienestar Estudiantil según la observación no participante en la investigadora.

De acuerdo con la observación no participante que hizo la investigadora en el Departamento de Bienestar Estudiantil con el propósito de obtener datos sobre los alcances y limitaciones del servicio al cliente, en las seis visitas que se hicieron para observar la atención que se brindaba a los usuarios en cada una de ellas, se notó la importancia que se le daba al servicio al cliente en cuanto a calidad de la atención. Sin embargo, las visitas también sirvieron para tomar notas relacionadas con los alcances.

A continuación, se presenta una lista de notas tomadas en diferentes visitas, que por sí solas evidencian alcances:

“Se dio atención personalizada con trabajo social” (Anotación tomada el 20/08/2018).

“En los momentos que no hay usuarios que necesitan atención, la funcionaria a cargo y los estudiantes asistentes, se encargan de realizar otras tareas propias del departamento” (Anotación tomada el 20/08/2018).

“Se evacuan varias dudas de los estudiantes acerca del proceso de renovación de la beca” (Anotación tomada el 20/08/2018).

“Se fue la luz por unos minutos y las puertas se abrieron automáticamente para que pudieran evacuar si fuera necesario” (Anotación tomada el 20/08/2018).

“Tienen la pantalla en la pared encendida en el horario de 8am a 5pm con información de fechas importantes y acerca de algunos programas que organizan desde el departamento” (Anotación tomada el 20/08/2018).

“Se actualiza la pizarra informativa que está pegada en la pared en donde quitan y ponen nueva información en especial fechas importantes de próximos eventos” (Anotación tomada el 20/08/2018).

“La funcionaria a cargo de los estudiantes asistentes evacua algunas dudas que surjan a ellos” (Anotación tomada el 27/08/2018).

“La funcionaria a cargo indica algunas funciones para los estudiantes asistentes, las cuales pueden realizar a cabalidad porque ya conocen las funciones del departamento debido al tiempo que llevan laborando en condición de estudiante asistente y por las indicaciones que se les fueron explicadas con anterioridad” (Anotación tomada el 27/08/2018).

“En especial los estudiantes de cuarto año de carrera se acercan al Departamento para preguntar del proceso de la renovación de la beca para los siguientes 2 años de Licenciatura, ya tienen una persona establecida adentro para evacuar dichas dudas, por lo tanto, se pasa al estudiante adentro” (Anotación tomada el 27/08/2018).

“Me percaté de que no se da información por teléfono ni por correo solo personal, pregunté a que se debía esto y se me indicó porque se maneja información de carácter confidencial y personal y que al no tener al estudiante en persona podría darse la usurpación de identidad y que inclusive para hacer retiro de alguna solicitud solo con carta de autorización y fotocopia de la cédula o que un juez lo autorice ya que se podría usar la información en perjuicio del beneficiario y por esa razón el departamento resguarda mucho la información”(Anotación tomada el 27/09/2018).

“El departamento está muy ordenado todo se encuentra a mano, hay buen manejo de la información” (Anotación tomada el 27/09/2018).

“Cuando los estudiantes piden atención con trabajo social les pasan con la trabajadora social a cargo de su respectiva carrera, la atención no tiene tiempo límite depende de lo que se aborda hay atenciones muy cortas y otros casos más complejos pueden durar horas en atención, faltando 15 minutos para las 5: p.m. no pasan a nadie más porque no les da tiempo para la atención ya que salen a las 5: p.m. y no se quedan atendiendo en tiempo adicional” (Nota tomada el 27/09/2018).

“La puerta principal tiene sensor de entrada y salida y la secundaria que es la que tiene la entrada para las demás funcionarias del departamento el sensor lo controlan desde la recepción para poder tener control del ingreso de los usuarios y para la salida si se abre con el acercamiento a la puerta” (Anotación tomada el 27/09/2018).

“Hay un rótulo con el horario de atención del departamento ya que según funcionaria un usuario se había quejado porque no había rótulo con el horario de atención y no había podido ser atendido, por esto, están anuentes a cambios para la mejora del servicio, manifestó que se pusieron los rótulos necesarios para finales del primer semestre del 2018 ya que debe llevar todo un proceso para su aprobación” (Anotación tomada el 02/10/2018).

Entre las anteriores notas, se evidencian alcances positivos relacionados con buen uso de la tecnología para optimizar el ambiente en que se provee atención al usuario, por ejemplo, las puertas automáticas y la pantalla informativa electrónica. Otros alcances positivos que evidencian las notas tienen que ver con el orden para el manejo y procesamiento de la documentación, el resguardo de la información confidencial y el mantenimiento de una fluida comunicación.

A continuación, se presentan dos notas que por sí solas no evidencian alcances. Por lo tanto, se presentan acompañadas de una breve explicación.

“Los estudiantes de ‘joven mejora tu estilo’ del programa ‘despéjate’ fueron atendidos con el personal a cargo” (Anotación tomada el 20/08/2018). Esta anotación evidencia un

alcance positivo porque indica que existen programas para poblaciones específicas. Este es un alcance positivo porque significa que el Departamento lleva a cabo proyectos para atraer la atención del usuario estudiantil.

“Algunos estudiantes se acercaron al departamento para solicitar información de la ayuda económica para conferencias internacionales y le entregaron un boletín con la información de lo que debía llevar para hacer la solicitud y los periodos de tiempo correspondientes para dicho trámite.” (Anotación tomada el 06/09/2018). Esta anotación evidencia un alcance positivo porque indica que existen trámites que los estudiantes pueden hacer para gestionar capacitaciones en el extranjero.

Para dar cuenta de las limitaciones que la observación no participante permitió percibir se presentan las siguientes notas con su respectiva explicación:

“Se atendieron dudas acerca de la solicitud de ayuda especial y se le indicó la correcta documentación que debía de llevar para poder solicitar el beneficio ya que se apegan al reglamento del departamento y trabajan según sus propias políticas y reglas, a una estudiante se le fue rechazada su solicitud por llevar una factura que superaba los 50 mil colones para la compra de lentes ya que según sus reglas no puede superar dicho monto y aunque la estudiante manifestó su inconformidad porque no encontró más baratos no se la aceptaron indicando que tenía que ser de un monto inferior para poder gestionar su solicitud” (Anotación tomada el 06/09/2018). La anterior nota evidencia una limitación que tiene que ver con los recursos de la Universidad lo cual puede ser frustrante para los usuarios más no tiene que ver con la calidad del servicio al usuario.

En resumen, la observación no participante permitió percibir una serie de alcances positivos que proyectan una imagen muy favorable de la calidad del servicio al usuario que se da en el Departamento de Bienestar Estudiantil.

A continuación, se presenta la integración de la información recabada por los tres instrumentos del estudio sobre los alcances y limitaciones del servicio al cliente.

8. Integración de la información recabada sobre los alcances y limitaciones del Departamento de Bienestar Estudiantil

En relación con la pregunta de investigación acerca de la percepción que se tiene de los alcances y limitaciones del servicio al cliente que se da en el Departamento de Bienestar Estudiantil, es propicio en ese momento del análisis integrar las respuestas mediante la técnica de triangulación. Esto se realiza contrastando las respuestas aportadas en los tres instrumentos del estudio (entrevista a funcionarios, encuesta a los usuarios y la observación participante) según las categorías del estudio.

Como ya se había analizado, en cuanto a los alcances y limitaciones según los funcionarios, el 87% de ellos considera que los alcances son positivos, menos de la mitad de ellos ve limitaciones y la mayoría de ellos omite mención de limitaciones, e incluso un 38% brindó opiniones positivas que evidencian alcances. Sin embargo, en cuanto a las limitaciones en la atención según los usuarios, se tiene que solo el 10% consideran que no hay ninguna limitación y el restante 90% considera que sí hay limitaciones en la atención al usuario.

La anterior disparidad entre un 90% de usuarios y menos de la mitad de los funcionarios viendo limitaciones en el servicio, se debe a que es más fácil determinar limitantes desde afuera que desde adentro donde el funcionario es quien brinda el servicio y difícilmente podrá calificarse negativamente. Sin embargo, si a las percepciones de los funcionarios y de los usuarios, se añaden las percepciones de la observación no participante una conclusión más objetiva sería más favorable a la opinión de los funcionarios. Esto es así porque la observación no participante permitió percibir una serie de alcances positivos y prácticamente ninguna limitación, proyectando una imagen muy favorable de la calidad del servicio al usuario que se da en el Departamento de Bienestar Estudiantil.

El hecho de que las limitaciones que perciben los estudiantes o usuarios no se percibieron mediante la observación, se explica de la siguiente manera: la observadora al encontrarse en un momento específico consideró que los funcionarios podrían pensar que su

trabajo estaba siendo evaluado, por tanto, se esforzaron más por tener un ambiente muy favorable, y fue de este modo que la investigadora no tuvo oportunidad de presenciar las limitaciones que percibieron los usuarios. En cuanto a la limitación de pocos espacios que notan los usuarios, para esta observadora, la diferencia se debe a que en los momentos de observación no se percibió que hubiera poco espacio para su atención.

9. Retos que enfrenta el Departamento de Bienestar Estudiantil según la percepción de los funcionarios participantes en el estudio en el año 2018.

Uno de los retos que enfrenta el Departamento de Bienestar Estudiantil para brindar un servicio de calidad es la vulnerabilidad de los estudiantes de primer ingreso. El reto se da porque al estar expuestos ellos por primera vez a la dinámica que maneja el departamento, el personal debe tomar en cuenta aspectos a considerar en su atención. El 94% de los funcionarios consideraron que la vulnerabilidad si se toma en cuenta. Solamente un 6% dijo que la vulnerabilidad no se toma en cuenta. Entre las explicaciones que se dieron para justificar que sí se tomaba en cuenta la vulnerabilidad se tienen las siguientes:

“Siempre se le trata de dar toda la información completa para que tengan todas las herramientas necesarias”.

“Se les brinda todas las opciones para que puedan adaptarse, en sí es buena”.

“Considero que el servicio y actividades están bastante enfocadas en esta población, pero al igual que en la pregunta anterior creo que hay retos de mejora. Para ellos es muy importante escuchar la opinión de las personas estudiantes”.

“El grupo de profesionales que brinda apoyo y que más se relaciona con ellos es bastante bueno y entregado”.

“En cuanto a los estudiantes de primer ingreso el Departamento realiza grandes esfuerzos en su atención y seguimiento mediante talleres, material informativo, correo electrónico y redes sociales y se les brinda un trato personalizado desde el momento que acuden a los servicios que brinda el DBE”.

“Aquí en la recepción me parece muy buena. Aparte de que los programas mantienen una atención muy especial para esa población”.

“Se tiene presente el grado de vulnerabilidad y por ello se hacen diversas acciones para brindar o desarrollar acciones acordes a su condición”.

“La atención se especializa para atender sus particularidades”.

“Que hay una intención de abordarlas a través de diferentes formas para facilitar su proceso de adaptación a la UNA”.

“Existen acciones específicas dirigidas a esta población, considerando las condiciones propias de inclusión y adaptación a la experiencia universitaria. En este sentido, si se cuenta con estrategias de seguimiento dirigidas especialmente a este grupo”.

“Excelente atención, de hecho, es una población prioritaria con la que se trabaja en el Departamento”.

“A esta población se le da atención prioritaria, tanto desde el programa de vida saludable, residencia estudiantil, como desde la atracción que se hace por quienes damos el seguimiento individual, donde se apoya al estudiante personal y académicamente”.

“Se trata de brindar una buena atención tomando en cuenta los factores de vulnerabilidad”.

“Se realizan grandes esfuerzos para que la atención sea oportuna. Se brinda atención grupal por medio del programa vida saludable”.

La explicación que da el único funcionario (6%) para quien la vulnerabilidad no es tomada en cuenta es la siguiente:

“Se usa un lenguaje muy técnico y no se toma en cuenta la transición en la que se encuentran colegio - universidad”.

En resumen, las explicaciones que indican que sí se toma en cuenta la vulnerabilidad evidencian que este es un reto permanente, pero que se está resolviendo a medida que se va presentando. Y el único funcionario para quien la vulnerabilidad no se toma en cuenta da una explicación que evidencia su interés en que sí se toma en cuenta. Este análisis significa que

al aspecto de tomar en cuenta la vulnerabilidad no debería considerarse como un reto sino como un alcance y este aspecto contribuye a una mejor calidad del servicio brindado.

Otro reto que enfrenta el Departamento para dar un servicio de calidad es el que tiene que ver con las quejas, denuncias y disconformidades. Esto es un reto porque el departamento debe recibirlas con total disposición de mejorarlas y para ello se enfrenta a la necesidad de implementar estrategias de mejora. A la pregunta acerca de si conoce si existen quejas, denuncias y disconformidades el 69% expresó que sí conoce y el 31% que no conoce. Entre los funcionarios que sí conocen de quejas y disconformidades hubo cinco que dieron las siguientes explicaciones:

“Claro, siempre se hace todo para escucharlo y ver cómo ayudarlo”.

“Claro que sí y se han tratado de canalizar y mejorar o de brindarle al usuario mayor entendimiento de la normativa que debe cumplirse”.

“Claro que si y se ha tratado de canalizar y mejorar o de brindarle al usuario mayor entendimiento de la normativa que debe cumplirse”.

“Si ha habido disconformidades cuando no se le otorga el bien o servicio que esperan, a veces tiene que ver con la forma de atención de alguna compañera”.

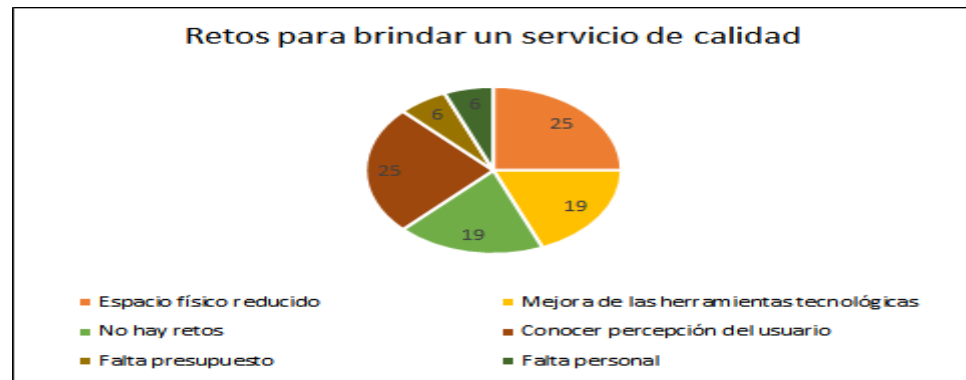
“Sí, en relación con claridad de las informaciones entregadas, diferencias de criterio en la aplicación de beneficios de beca y desacuerdo en el trato dado por la persona que atendió”.

De lo anterior cabe mencionar que sí es muy importante tomar en cuenta las quejas, denuncias y disconformidades como reto para mejorar el servicio al cliente, y el hecho de que una gran mayoría de funcionarios (69%) sí conoce de estas y casi la mitad de estos dio explicaciones proactivas constituye un indicio de que se trata de un reto para el cual se busca solución.

Se preguntó a los funcionarios, específicamente sobre los retos que enfrenta el Departamento de Bienestar Estudiantil para brindar un servicio de calidad, en la Figura 19 se ilustra las respuestas dadas

Figura 19

Retos para brindar un servicio de calidad en el Departamento de Bienestar Estudiantil según la percepción de los funcionarios participantes en el estudio en el año 2018.



Nota. Elaboración propia

Como se muestra en la Figura 19, los retos más significativos según los funcionarios se relacionan con el espacio físico reducido (25%), la necesidad de conocer la percepción del usuario (25%), la necesidad de mejorar las herramientas tecnológicas (19%). Otros retos menos significativos según los funcionarios se relacionan con la falta de personal (6%) y la falta de presupuesto (6%). Llama la atención que para un 19% de los funcionarios el Departamento no enfrenta ningún reto para brindar una mejor atención.

A manera de resumen, los retos que enfrenta el Departamento de Bienestar Estudiantil según los funcionarios participantes en el estudio son los siguientes: el primero de ellos es la vulnerabilidad del estudiante de primer ingreso. Sin embargo, se resuelve a medida que se presenta. El segundo reto tiene relación con las quejas, denuncias y disconformidades, por las cuales la mayoría de los funcionarios tiene conocimientos de estas situaciones; pero, solamente la mitad de los participantes ofrece sugerencias de posibles respuestas para implementar.

Por último, los retos más significativos no resueltos según los funcionarios tienen que ver con el espacio físico reducido, la necesidad de conocer la percepción del usuario y la necesidad de mejorar las herramientas tecnológicas.

10. Retos que enfrenta el Departamento de Bienestar Estudiantil según la percepción de los usuarios de nuevo ingreso de la escuela de Secretariado

En cuanto a los retos que enfrenta el Departamento de Bienestar Estudiantil para dar un servicio de calidad según los usuarios de nuevo ingreso en el año 2018, se encuentran los siguientes: recibir capacitación en temas referentes al servicio al usuario (86%), implementar sus servicios con más equipo tecnológico (82%), contratar más personal para cubrir mejor la demanda de estudiantes que se acerca al departamento (84%), contratar más personal masculino en la atención al usuario (69%), cubrir los puestos de atención solo con personal con experiencia en el área de servicio al usuario (69%), que sean los mismos estudiantes de la Universidad Nacional los que en las horas asistente cubran los puestos de servicio al usuario en el Departamento de Bienestar Estudiantil (96%).

En la pregunta abierta sobre agregar comentarios, uno de los usuarios hizo el siguiente aporte:

“Los estudiantes que hacen horas asistentes sí pueden cubrir los puestos de recepción siempre y cuando haya alguien de más experiencia en el espacio con ellos que los oriente en caso de corroborar alguna información”.

Este comentario evidencia un reto para el Departamento porque se percibe que es necesario que haya personal de mayor experiencia y capacidad orientando a los estudiantes asistentes para poder llevar el trabajo en conjunto.

En síntesis, según los usuarios participantes, el Departamento enfrenta retos relacionados con capacitar mejor al personal, implementar los servicios con más equipos tecnológicos, contratar más personal masculino, cubrir los puestos de atención solo con personal experimentado, y si se usan estudiantes asistentes, estos deben ser orientados por alguien de mayor experiencia.

11. Retos que enfrenta el Departamento de Bienestar Estudiantil según la información recabada en la observación participante.

Para dar cuenta de los retos que enfrenta el Departamento de Bienestar Estudiantil para brindar un servicio de calidad según la observación no participante realizada por la investigadora, se encuentran las siguientes:

“Se atendieron dudas acerca de la solicitud de ayuda especial y se le indicó la correcta documentación que debía llevar para poder solicitar el beneficio ya que se apegan al reglamento del departamento y trabajan según sus propias políticas y reglas, a una estudiante se le fue rechazada su solicitud por llevar una factura que superaba los 50 mil colones para la compra de lentes ya que según sus reglas no puede superar dicho monto y aunque la estudiante manifestó su inconformidad porque no encontró más baratos no se la aceptaron indicándole que tenía que ser de un monto inferior para poder gestionar su solicitud”

La anterior anotación pone en evidencia un reto que enfrenta el Departamento porque tiene que idear maneras de satisfacer la necesidad de una buena atención; aún cuando se tenga que negar lo solicitado por los usuarios, debido a la reglamentación que, a la vez, pone límites a los beneficios atendiendo a una realidad presupuestaria. Este es un reto que enfrenta toda organización porque los recursos siempre van a tener un límite. Algunas opiniones en este sentido:

“Le pregunté a la funcionaria porque no se les recibía la documentación y las trabajadoras sociales valoraban el caso para que pudieran aprobar una ayuda de lo que solicitaban según la factura proforma que llevaban y me indicó que ella solo seguía órdenes y que la señora Doña Ana Lucia le había indicado que si pasaba el monto máximo estipulado para cada solicitud que no debía recibir la documentación”

La anotación anterior evidencia un reto porque la funcionaria dio una explicación en el sentido de que simplemente se trata de seguir órdenes, cuando lo que correspondía era ser más creativa con su respuesta y buscar otras soluciones, no solo dar sustento racional a sus

acciones. Esto tiene que ver con las imitaciones del presupuesto, tal como se explicó en los comentarios hechos en la nota anterior.

“Me percaté de que no se da información por teléfono ni por correo solo personal, pregunté a que se debía esto y se me indicó porque se maneja información de carácter /confidencial y personal y que al no tener al estudiante en persona podría darse la usurpación de identidad y que inclusive para hacer retiro de alguna solicitud solo con carta de autorización y fotocopia de la cédula o que un juez lo autorice ya que se podría usar la información en perjuicio del beneficiario y por esa razón el departamento resguarda mucho la información”

La anotación anterior pone en evidencia un reto más para el Departamento, al igual que para toda la Universidad, ya que se debe brindar una buena atención por teléfono, aun cuando este medio tiene sus limitaciones comprensibles, tales como no poder constatar la identidad de la persona que está llamando. Esto es algo, que toda institución educativa debe resolver de una manera que no genere tantos conflictos.

“El departamento está muy ordenado todo se encuentra a mano, hay buen manejo de la información”

La anotación anterior pone en evidencia otro reto porque el orden y el buen manejo de la información generan satisfacción en el usuario para que no decaiga este aspecto, es necesario que la universidad mantenga una constancia en los factores que producen esa satisfacción.

“Se utiliza un abanico de pared, la funcionaria encargada de la recepción está muy conforme con el abanico porque considera que el aire acondicionado no ayuda a conservar el ambiente y que se pretende que la U pueda conservar el ambiente, considera que lo único que debería tener aire acondicionado es el archivo para que se conserve en buen estado, sin embargo, no tienen aire acondicionado en el archivo y no han tenido problema”

La anotación anterior evidencia un reto más porque el interés del Departamento por mantener un ambiente con temperatura agradable en el espacio interno puede entrar en conflicto con el interés por la conservación del ambiente. En otras palabras, por un lado, se desea crear un ambiente agradable para los usuarios, como el que provee el aire acondicionado. Por otro lado, lo anterior implica el empleo de recursos tales como el equipo y la energía que se necesitan para proveer esto, lo cual se logra a expensas del ambiente.

“Algunas de las consultas de los estudiantes es acerca de la categoría de su beca y del tiempo límite para renovar, también les indican que para cada año nuevo para hacer su matrícula deben ingresar inmediatamente al sistema SIBEUNA para renovar la beca de manera que puedan conservar la beca Omar Dengo”

La anotación anterior evidencia un reto porque la universidad es un ente que debe estipular fechas para las diferentes etapas del proceso, al cual necesariamente debe someterse el servicio que brinda. Este proceso es necesario debido al carácter cíclico de tal servicio. En otras palabras, el proceso se ve obligado a la observancia de fechas que pueden ser muy rígidas por necesidad.

“Hay un rotulo con el horario de atención del departamento ya que según funcionaria un usuario se había quejado porque no había rótulo con el horario de atención y no había podido ser atendido, por esta razón, están anuentes a cambios para la mejora del servicio, manifestó que se pusieron los rótulos necesarios para finales del primer semestre del 2018 ya que debe llevar todo un proceso para su aprobación”

La anotación anterior evidencia un reto porque se manifiesta como los funcionarios del Departamento de Bienestar Estudiantil deben satisfacer las necesidades de los usuarios para solucionar las inconformidades manifestadas, lo cual les obliga a la mejora continua.

“Los estudiantes asistentes también atienden con paciencia y tienen buen manejo de la información, no percibí ningún problema en mi presencia, pregunté si han tenido algún problema con los estudiantes usuarios del servicio y se me indicó que los estudiantes han sido educados y se portan bien que solo en una ocasión un usuario tal vez molesto de no haber obtenido una resolución o respuesta a su beneficio alzó la voz, pero la situación pudo ser controlada en el momento y no pasó a más”

La nota anterior evidencia un reto porque, como toda plataforma de servicios, la del Departamento no está exenta de potenciales expresiones de enojo por parte de algún usuario molesto. El reto consiste en poder manejar un ambiente tenso de molestias que necesariamente se generan en los usuarios por la limitación de recursos, sin que el funcionario se desespere o pierda la cortesía.

“Noté que en una hora cuando ya se acerca la hora de salida hay mucho interés por retirarse por lo que se brinda información más rápidamente con menos detalle mientras alistan las cosas para irse e indican al estudiante volver en otro momento”

La nota anterior evidencia un reto muy particular, ya que sería interesante comprobar si lo observado también sucede en una plataforma de servicios de una empresa privada. Por ejemplo, en los bancos, sean privados o públicos, tienen el horario establecido a vista del usuario. Sin embargo, los funcionarios no se retiran de sus puestos sino hasta terminar todas las consultas de los clientes que se encuentran dentro de la institución, lo cual puede obligarlos a quedarse más allá de la hora de salida. El reto para el Departamento consiste en equilibrar la necesidad del funcionario de retirarse a la hora de salida, como bien lo merece, con la necesidad que tienen los usuarios aún presentes de ser atendidos, aunque esté cerca la hora de salida.

En resumen, los retos que enfrenta el Departamento según la observación no participante son los siguientes:

- *Molestias que necesariamente se generan en los usuarios por la limitación de recursos para satisfacer todas las solicitudes de beneficios de los estudiantes.
- *Dificultad para verificar la identidad de los usuarios que desean ser atendidos por teléfono.
- *Peligro de que decaiga la satisfacción del usuario por no mantener constancia en el orden y el buen manejo de la información.
- * Conflicto entre el interés del Departamento por mantener un ambiente con temperatura agradable en el espacio interno con el interés por la conservación del ambiente.

*Rigidez de fechas para las diferentes etapas a las que se ve sometido el proceso de brindar los servicios que solicitan los usuarios.

*Obligación de mantener un proceso de mejora continua para evitar inconformidades.

*Equilibrio entre la necesidad del funcionario de no tener que permanecer más allá de la hora de salida y la necesidad del usuario aún presente de ser atendido.

12. Integración de la información recabada sobre los retos del Departamento de Bienestar Estudiantil obtenida en los tres instrumentos

En relación con la pregunta de investigación acerca de los retos que enfrenta el Departamento de Bienestar Estudiantil para brindar un servicio al cliente de calidad, es posible en este momento del análisis integrar las respuestas mediante la técnica de triangulación. Esto se realiza contrastando las respuestas aportadas en los tres instrumentos del estudio (entrevista a funcionarios, encuesta a los usuarios y la observación participante) según las categorías del estudio, tal como se aprecia en la Tabla 4.

Tabla 5

Retos generales en el servicio al cliente en el Departamento de Bienestar Estudiantil según los participantes en el estudio en el año 2018.

Retos según funcionarios	Retos según usuarios de nuevo ingreso	Retos según observación participante
*La necesidad de mejorar las herramientas tecnológicas.	*Implementar los servicios con más equipos tecnológicos. *Capacitar mejor al personal. *Contratar más personal masculino.	*Molestias que necesariamente se generan en los usuarios por la limitación de recursos para satisfacer todas las solicitudes de beneficios de los estudiantes.
*Quejas, denuncias y disconformidades, de los usuarios.	*Cubrir los puestos de atención solo con personal experimentado.	*Obligación de mantener un proceso de mejora continua para evitar inconformidades.
*La necesidad de conocer la percepción del usuario.	*Orientar estudiantes asistentes por parte de alguien de mayor experiencia.	*Dificultad para verificar la identidad de los usuarios que desean ser atendidos por teléfono.

<p>*Vulnerabilidad del estudiante de primer ingreso.</p> <p>*Espacio físico reducido.</p>	<p>*Obligación de mantener un proceso de mejora continua para evitar inconformidades</p> <p>*Peligro de que decaiga la satisfacción del usuario por no mantener constancia en el orden y el buen manejo de la información.</p> <p>* Conflicto entre el interés del Departamento por mantener un ambiente con temperatura agradable en el espacio interno con el interés por la conservación del ambiente.</p> <p>*Rigidez de fechas para las diferentes etapas a las que se ve sometido el proceso de brindar los servicios que solicitan los usuarios.</p> <p>*Equilibrio entre la necesidad del funcionario de no tener que permanecer más allá de la hora de salida y la necesidad del usuario aún presente de ser atendido.</p>
---	---

Nota. Elaboración propia

De acuerdo con la Tabla 5, el reto, según funcionarios, de “mejorar las herramientas tecnológicas”, coincide con el reto, según usuarios, de “implementar los servicios con más equipos tecnológicos”. No obstante, en la observación no participante no se encuentra algo que tengo relación.

El reto según funcionarios, sobre “quejas, denuncias y inconformidades, de los usuarios”, coincide con los retos, según la observación no participante, de “molestias que necesariamente se generan en los usuarios por la limitación de recursos para satisfacer todas las solicitudes de beneficios de los estudiantes” y de la “obligación de mantener un proceso de mejora continua para evitar inconformidades”. Sin embargo, no se encuentra un reto parecido a este según la percepción de los usuarios.

El reto según funcionarios, sobre “la necesidad de conocer la percepción del usuario”, coincide con el reto, según la observación no participante, de “dificultad para verificar la identidad de los usuarios que desean ser atendidos por teléfono”. Tampoco se encontró un reto que se relaciona según la percepción de los usuarios.

El reto según usuarios, sobre “capacitar mejor al personal”, coincide con el reto, según la observación no participante, de “obligación de mantener un proceso de mejora continua para evitar inconformidades”. Tampoco es un reto del cual den cuenta los funcionarios participantes.

En la Tabla 5, también se puede identificar los retos de los cuales dan cuenta los funcionarios, pero no así los usuarios ni la observación no participante son los siguientes: “vulnerabilidad del estudiante de primer ingreso” y “espacio físico reducido”.

En cuanto a los retos de los cuales dan cuenta los usuarios, pero no así los funcionarios, ni la observación no participante se tienen los siguientes: “contratar más personal masculino”, “ cubrir los puestos de atención con solo personal experimentado” y “orientar estudiantes asistentes por parte de alguien de mayor experiencia” .

Por último los retos de los cuales da cuenta la observadora, pero no así los funcionarios ni los usuarios, se tienen los siguientes: “peligro de que decaiga la satisfacción del usuario por no mantener constancia en el orden y el buen manejo de la información”, “conflicto entre el interés del Departamento por mantener un ambiente con temperatura agradable en el espacio interno con el interés por la conservación del ambiente”, “rigidez de fechas para las diferentes etapas a las que se ve sometido el proceso de brindar los servicios que solicitan los usuarios”, “equilibrio entre la necesidad del funcionario de no tener que permanecer más allá de la hora de salida y la necesidad del usuario aún presente de ser atendido”.

En resumen, es importante destacar que si bien, los participantes en la investigación no coinciden en todos los retos mencionados, ya que cuatro de estos son indicados en dos instrumentos y nueve en un solo instrumento. No obstante, estos deben ser considerados por

el Departamento de Bienestar Estudiantil porque cada uno es una arista de la realidad social compartida, experiencia susceptible de ser mejorada cada día.

CAPÍTULO V

5. Conclusiones y Recomendaciones

5.1 Conclusiones

Esta investigación permitió indagar acerca de la percepción que tiene el estudiante de nuevo ingreso de la Escuela de Secretariado Profesional, periodo 2018, sobre la calidad de servicio al cliente, promovida por los funcionarios(as) del Departamento de Bienestar Estudiantil de la Universidad Nacional. Para conocer esta percepción se aplicó un instrumento de encuesta a una mayoría de estos estudiantes, y para corroborarla se aplicó un instrumento de entrevista a los 16 funcionarios(as) que los atienden, y un instrumento de observación no participante. También, para conocer esta percepción, los instrumentos fueron diseñados para indagar acerca de 3 aspectos relacionados con calidad de servicio al cliente que son: la importancia del servicio al cliente, los alcances y limitaciones, y los retos que enfrenta el departamento, según cada grupo de sujetos indagados. El análisis de los resultados que se obtuvieron permite llegar a las siguientes conclusiones:

1. El concepto de servicio al cliente del Departamento de Bienestar Estudiantil de la Universidad Nacional goza de un elevado nivel de importancia tanto para los funcionarios participante en el estudio como los usuarios de nuevo ingreso de la Escuela de Secretariado Profesional y la observadora de la investigación. Lo anterior, debido a que constituye un medio fundamental para que todo el estudiantado en condición de vulnerabilidad económica pueda acceder a los beneficios de becas de exoneración de créditos, residencias y ayudas económicas que le permitirá continuar con sus estudios universitarios.
2. Los factores de servicio al cliente que se consideran importantes por parte de los funcionarios del Departamento de Bienestar estudiantil participante en este estudio, se centran en aspectos como la satisfacción del usuario, el proceso de atención y la interacción

funcionario -usuario, siendo estos elementos esenciales para mejorar la calidad del servicio que ofrece el departamento.

3. Los factores de servicio al cliente que se consideran importantes por parte de los usuarios se centran en el proceso de atención y en la necesidad de permanente capacitación de los funcionarios para dar respuesta a las necesidades de la población estudiantil que acude al Departamento de Bienestar Estudiantil, destacándose las siguientes características: la confiabilidad, comunicación con mensajes de fácil interpretación, un servicio ágil y de pocas visitas, la respuesta a sus necesidades económicas y sociales en la medida de lo posible según los recursos y condiciones con que cuenta el departamento.

4. Los factores de servicio al cliente que se consideran importantes según la observación no participante se centran en la interacción funcionario – usuario debido a la preocupación mostrada por los funcionarios participantes en el estudio para dar una bienvenida, captar las motivaciones y expectativas de los usuarios, el uso de lenguaje comprensivo en forma verbal y no verbal; asimismo una resolución y cierre de la mejor manera a sus necesidades económicas y sociales.

5. Los principios de servicio al cliente que comunes a los tres grupos de estudio se relacionan con la meta de brindar un trato afable y la satisfacción de las necesidades del usuario de nuevo ingreso de la escuela de Secretariado Profesional en el período 2018.

6. Los funcionarios participantes del estudio consideran que los alcances son positivos. No obstante, los usuarios de nuevo ingreso de la Escuela de Secretariado Profesional del año 2018 señalan limitaciones relacionadas con las condiciones de la infraestructura y la necesidad de mayor cantidad de personal en el departamento para ofrecer un servicio más ágil y de calidad.

7. La percepción que tienen los usuarios acerca de los alcances del servicio al cliente que promueve el Departamento de Bienestar Estudiantil es positiva ya que se orienta a los beneficios económicos y sociales obtenidos y no a la calidad de la atención ofrecida por el personal del departamento. Es por esto que, la gran mayoría señalan limitaciones en el acceso a los recursos disponibles (becas y ayudas económicas) y en las instalaciones del departamento.

8. El Departamento de Bienestar Estudiantil proyecta una imagen muy favorable de calidad de servicio al cliente, ya que resulta evidente en la observación no participante el buen trato y la cordialidad entre los actores. No obstante, se pudo constatar un reducido tiempo de los funcionarios para atender las necesidades de los usuarios generando una preocupación evidente al final de la jornada laboral.

9. Los retos más significativos según los funcionarios del Departamento de Bienestar Estudiantil tienen relación con el espacio físico reducido de las instalaciones, falta de información sobre la percepción del usuario y la necesidad de mejorar las herramientas tecnológicas. Lo que permite concluir los funcionarios de este departamento son conscientes de las condiciones de la infraestructura y de las limitaciones de los recursos económicos para enfrentar aquellos retos que obstaculizan el cumplimiento de labores que repercuten en la calidad del servicio que se ofrece al estudiantado.

10. Los usuarios de nuevo ingreso de la Escuela de Secretariado Profesional en el año 2018 puntualizan los siguientes retos para brindar un mejor servicio en el Departamento de Bienestar Estudiantil: capacitar mejor al personal, implementar el uso de mayor equipos tecnológico, contratar mayor cantidad de personal masculino, cubrir los puestos de atención solo con personal experimentado y si se requiere estudiantes asistentes, estos deben recibir apoyos y orientación por parte de persona de mayor experiencia.

11. Los retos más significativos develados en los tres instrumentos aplicados son los siguientes: mejorar las herramientas tecnológicas, atender las molestias de los usuarios generadas por la limitación de los recursos económicos para la asignación de becas y ayudas solicitadas, asumir con responsabilidad un proceso de mejora continua para responder a las necesidades presentadas vía telefónica sin perjudicar al estudiantado que proviene de zona lejana.

11. En conclusión, en relación con la pregunta de investigación, que es la siguiente: ¿Cuál es la percepción del estudiante de nuevo ingreso de la escuela de Secretariado Profesional, periodo 2018, sobre la calidad de servicio al cliente, promovida por los funcionarios (as) del Departamento de Bienestar Estudiantil de la Universidad Nacional?, después de haber aplicado los instrumentos (encuesta, entrevista y observación no participante) a una muestra representativa de esta población estudiantil. Se pudo concluir que la percepción que tiene el estudiante de nuevo ingreso es positiva, pero es una percepción que se orienta a los beneficios y no a la calidad en la atención al usuario, en la cual la gran mayoría de ellos ven limitaciones.

También, aunque los usuarios consideran que los beneficios son alcances positivos, a ellos les parece que hay serias limitaciones en cuanto a los recursos disponibles para conceder tales beneficios. La principal limitación en relación con la atención que perciben los usuarios tiene que ver con el reducido tiempo con que cuentan los funcionarios para atenderlos, lo cual está relacionado con otra limitación que ellos perciben, cual es el estrés resultante en el personal. Llama la atención que la anterior no es una limitación que hayan percibido los funcionarios, pero sí fue percibida por la observadora no participante según refiere en las dos notas que indican que cerca del final de la jornada se nota especial preocupación por no atender estudiantes al filo de la hora de cierre. Esta no es una limitación que evidencia menoscabo de la calidad de servicio al cliente.

5.2 Recomendaciones

1. En las entrevistas a los funcionarios se pudo recabar que la mayoría considera que no hay manera de poder conocer la percepción del estudiante en lo que respecta al tema de calidad, lo cual es un aspecto muy importante para identificar si las labores realizadas se desarrollan de buena o mala manera. Por lo tanto, considerando que existe un faltante de un aspecto tan relevante como este, se recomienda implementar algún mecanismo para saber de la percepción del usuario, tal como se ha utilizado en otros departamentos de la Universidad Nacional o en otras instancias ajenas, donde en la recepción (lugar donde llega primeramente el usuario) hay algún tipo de buzón de sugerencias, boletas, aplicación o mecanismo llamativo para evaluar la atención de los funcionarios, además que puedan dar sus comentarios si así lo desean. Cabe mencionar, que esto podría ser una buena alternativa para mejorar según las percepciones que se obtengan, ya que se posee un punto de partida sobre las limitaciones, retos o deficiencias evidenciados por terceros.
2. A pesar de la buena calidad del servicio al cliente, en la mayoría de las ocasiones, se les indica a los usuarios que los trámites, gestiones o verificación de información se evacúa solo personalmente con el fin de resguardar la información. En muchos casos, parece que entorpece la agilidad del trámite, por lo que los usuarios no siempre tienen la disponibilidad de horario y tiempo para esperar en la recepción una atención. Por lo tanto, se recomienda una manera de dar atención más oportuna y eficaz al estudiante la cual es por medio del teléfono y correo electrónico.
3. Para cerrar la brecha tecnológica que perciben unos pocos funcionarios, se recomienda usarla más, de modo que solicitudes como constancia de beca y citas con la trabajadora social se puedan manejar por medio del sistema de Bienestar Estudiantil. Asimismo, se considera que un mecanismo para sacar cita por el sistema representa una solución para no esperar tanto tiempo para ser atendido porque, en ocasiones, la espera puede ser de minutos como de hasta horas y en el peor de los casos, la persona puede quedarse

también sin ser atendida debido a la hora, lo cual entorpece muchos compromisos que se tengan durante el día y podría generar malestar del usuario. De igual manera, se ahorraría tiempo en ir para hacer una solicitud por escrito de una constancia de beca, por ejemplo, también es una manera efectiva de ahorrar papel y cuidar el medio ambiente sacando más provecho de las herramientas tecnológicas.

4. Para solventar la limitación del poco espacio, se recomienda el mecanismo de utilizar la atención con ficha, ya que es una manera más ordenada de atender al usuario pues, en ocasiones, según la observación de esta investigadora, algunos(as) desean irrespetar el orden de atención o simplemente al desconocer quien llegó primero, el usuario toma el espacio y le deben indicar que primero va tal persona o que sigue después de tal otra. Si se contara con una ficha de atención no habría que tener necesidad de pasar esto, puesto que la persona a cargo de la atención al usuario pondría en un aparato tecnológico el número de atención que tiene en el momento y así el usuario estaría al tanto de este, como se maneja actualmente en los bancos y es una manera más ordenada y profesional de atención.

5. El ámbito tecnológico es el reto mayor que se presenta, por eso se recomienda específicamente poner en práctica las herramientas ofimáticas desde los sitios web, de manera que se pueda hacer más uso de interacción con el usuario mediante correo electrónico y así facilitar más la evacuación de dudas y minimizar las visitas al departamento de manera que el servicio sea más proactivo y eficiente.

6. En cuanto al reto relacionado con capacitaciones, aunque se obtuvieron muy buenas perspectivas del servicio, según la atención recibida por el usuario, se debe mantener en constante mejora y para ello se requiere capacitar al personal en aspectos atinentes al servicio al cliente con calidad.

7. En cuanto al reto relacionado con el tiempo limitado que enfrenta el Departamento de Bienestar Estudiantil, se sabe que al haber gran cantidad de usuarios, los funcionarios deben adecuar el tiempo para poder atender todas las necesidades que afrontan los usuarios, sin embargo, se considera que mejorando en aspectos tecnológicos se ahorraría muchas de esas visitas presenciales, por lo que ese tiempo podría ser invertido más provechosamente en situaciones que requieran un apoyo más individualizado. Los usuarios podrían sacar cita por un sistema banner que no permita que varias personas saquen una cita a la misma vez y así se garantiza una atención segura y eficaz

6. Bibliografía

Albrecht, K. (1992). *Servicio al cliente interno*. Barcelona: Ediciones Paidós.

Arce, M., Mora, M. y Sánchez, N. (2013). *Factores que determinan la calidad del servicio al cliente que brinda la Compañía Nacional de Fuerza y Luz S.A específicamente por los trabajadores técnicos de cuadrillas de la Sección Averías como los de la Sucursal Desamparados*. (Tesis Licenciatura inédita). Universidad Nacional, Costa Rica.

Asca, F. G. (2010). *Gestión comercial de la pyme*. Colombia: Ediciones de la U.

Barrantes, R. (2014). *Un camino al conocimiento*. Costa Rica: EUNED.

Carreón, J. A. (2014). *Cliente interno y externo en una organización*. Gestipolis. Recuperado de <https://www.gestipolis.com/cliente-interno-y-externo-en-una-organizacion/>

Chierotti, L. (2014). Atención al cliente. *INC*. Recuperado de <http://www.derevistas.com/contenido/nota/11206/no-descuide-este-elemento-fundamental-del-servicio-al-cliente>

Córdoba, F. G. (2004,). *Recomendaciones metodológicas para el diseño de un cuestionario*. México: Limusa.

Durán, F., García, E. y Gutiérrez, M. P. (enero – junio, 2013). Plan de mejoramiento del servicio al cliente en el Country International Hotel. *Revista Dimensión Empresarial* 11(1), 92-102.

Galán, J. S. (2019). *Economipedia, Haciendo Fácil la Economía*. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/servicio.html>

Godoy, J. N. (julio - diciembre , 2011). *El capital humano en la atención al cliente*. Recuperado de

<http://www.redalyc.org/pdf/2190/219022148002.pdf>

Horovitz, J. (2000, p. 51). *Los secretos del servicio al cliente*. Madrid: Pearson Education.

Jobber, D. y Lancaster, G. (2012). *Administración de ventas*. México: McGraw-Hill

Lanus, M. (setiembre, 2012). *Herramientas para el servicio al cliente en la organización*.

Recuperado de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1668-87082013000100005

Lara, L. y Mas, J. (2012). *Por qué unas tiendas venden y otras no*. Barcelona: Libros de Cabecera

Martin, W. B. (1994). *Calidad en el servicio al cliente*. Cali: Iberoamérica.

Maurenza, J. A. (2013). *La habilidad de entender al cliente. Calidad del servicio en la actividad pericial*. Recuperado de

https://www.fundacionmapfre.org/documentacion/publico/es/catalogo_imagenes/grupo.cmd?path=1074361

Moreno, D. M. (2017). *Importancia del cliente interno y externo en las organizaciones*.

Recuperado de

<http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/6330/1/trabajo%20de%20grado%200101487.pdf>

Nudel, S. K. (2011). *La importancia del servicio al cliente. Revista digital Expansión en alianza*

http://expansion.mx/opinion/2009/07/15/la-importancia-del-servicio-al-cliente?internal_source=PLAYLIST

- Ortiz, F., García M., y Gil. M. (2007). *Técnicas de servicio y atención al cliente*. Madrid: Paraninfo.
- Pérez, C. K. (2014). *La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa Restaurante Campestre SAC, Chiclayo periodo enero a setiembre 2011 y 2012*. Recuperado de <http://tesis.usat.edu.pe/handle/usat/203>
- Pizzo, M. (6 de abril de 2012). *Como servir con excelencia*. (Mensaje en blog) Recuperado de <http://comoservirconexcelencia.com/blog/libro-como-servir-con-excelencia-un-sistema-al-alcance-de-su-equipo-de-trabajo>
- Real Academia Española (2014). Definición de cliente. Recuperado de <http://dle.rae.es/?w=diccionario>
- Requena, M. V. y Serrano, G. L. (2007). *La calidad del servicio desde la perspectiva de clientes*. Recuperado de <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAR1459.pdf>
- Rodríguez, A., Martín, E., Pintado, U. y Indira L. (2014). *Influencia entre el nivel de satisfacción laboral y el nivel de satisfacción del cliente externo en las pollerías del distrito de La Victoria en la ciudad de Chiclayo*. Perú: Repositorio de tesis USAT.
- Rojas, A. I. (2013). *Diagnóstico de situaciones y problemas locales*. EUNED.
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill Educación.
- Sampieri, R. H., Collado, C. F. y Lucio, P. B. (2014). *Metodología de la Investigación*. (6° ed.) México: Mc Graw Hill Educación.
- Sánchez, R., Acosta, J., Álvarez, X. y Baldí, B. (2015). *Estudio sobre la satisfacción laboral de las y los funcionarios del departamento de registro de la Universidad Nacional y su incidencia*

en la prestación del servicio a los usuarios del campus Omar Dengo. (Tesis para Licenciatura). Universidad Nacional.

Sánchez, V. M. y Gálvez, P. R. (2011). La percepción del usuario en la evaluación de la calidad de los servicios municipales deportivos. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 11(2), 147-154. Recuperado de <http://revistas.um.es/cpd/article/view/133941>

Serrano, J. E. (2011). *Administración y finanzas*. Madrid: Paraninfo S.A. Recuperado de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=EpsvChk941kC&oi=fnd&pg=PA1&dq=servicio+al+cliente&ots=6zYkwZjam6&sig=idniFdwouiB00VVtn9zEJfyHwKA#v=onepage&q=servicio%20al%20cliente&f=false>

Stockmann, R. (2009). *Evaluación y desarrollo de la calidad. Bases para una administración de la calidad orientada hacia impactos*. San José: Editorial Universidad de Costa Rica.

Universidad Nacional de Costa Rica- UNA. (25 de abril de 2017). *Acerca del departamento de Bienestar Estudiantil*. Recuperado desde Universidad Nacional. Recuperado de <http://www.vidaestudiantil.una.ac.cr/bienestar>

Universidad Nacional de Costa Rica -UNA (10 de noviembre de 2019). Sistema para la Internalización de la Educación Superior Centroamericana. Recuperado de <https://siesca.uned.ac.cr/una-universidad-nacional-de-costa-rica>

Universidad Nacional de Costa Rica-UNA, Reseña Histórica (10 de noviembre de 2019). Ámbito Institucional. Recuperado desde https://www.transparencia.una.ac.cr/index.php?option=com_content&view=article&id=297&Itemid=741

Valerio, Y. y Víquez, E. (2016). *Factores organizacionales que influyen en el desempeño laboral de los colaboradores del Área de Servicio al Cliente Sucursal San Pedro, Banco Nacional de Costa Rica durante 2015*. (Tesis para optar por el grado de Licenciatura). Universidad Nacional, Costa Rica.

Universidad de Costa Rica- UCR (s.f). *Ficha profesiográfica*. Sistema Editorial y de Difusión de la investigación de la UCR.

7. Anexos

Anexo 1.

Cuestionario aplicado a los estudiantes Escuela de Secretariado Profesional, período 2018 de la Universidad Nacional.

"La calidad del servicio al cliente promovida por los funcionarios del Departamento de Bienestar Estudiantil de la Universidad Nacional, según la percepción del grupo estudiantil de primer ingreso, usuario de este servicio, de la Escuela de Secretariado Profesional, período 2018"

Estimado(a)s estudiantes;

La estudiante Wendoly Arroyo Carvajal, carné 140016, se encuentra realizando su trabajo final de graduación para optar por el grado de Licenciatura en Administración de Oficina. Como parte de los requisitos está la realización del siguiente cuestionario, al cual usted ha sido invitado(a) a participar.

Los objetivos de este instrumento son dos. El primero es diagnosticar la importancia del servicio al cliente brindado en una universidad estatal, identificar los alcances y limitaciones del servicio al cliente promovido en el Departamento en estudio, según la experiencia del usuario estudiantil. El segundo objetivo es determinar los retos que enfrenta el departamento en estudio para brindar un servicio al cliente de calidad.

Agradezco su participación.

Instrucciones

El instrumento se divide en ítems a los cuales usted deberá responder marcando la opción que refleje su parecer.

En aquellos asuntos que requieran un desarrollo más amplio de su respuesta sírvase utilizar los espacios asignados para tal fin.

1. Sexo

- Mujer
- Hombre
- Otro

2. Rango de edad

- De 17 años a 22 años
- De 23 años a 28 años
- De 29 años a 34 años
- Mayor de 35 años

3. De qué carrera es:

- Administración de Oficinas
- Educación Comercial

4. Es usted egresado de:

- colegio publico
- colegio privado

5. Ha utilizado los servicios de Bienestar Estudiantil?

- Sí No

Si su respuesta es No, pase a la pregunta 7.

Si su respuesta es Sí, pase a la siguiente pregunta.

6. ¿De cuáles servicios del departamento de Bienestar Estudiantil se ha beneficiado? Mencione (dinero, residencia, tiquetes, atención personalizada, entre otros)

7. ¿Qué tipo de beca tiene usted actualmente?

- Ninguna
- exoneración de créditos.
- Luis Felipe cercana 1
- Luis Felipe cercana 2
- Luis Felipe cercana 3
- Luis Felipe cercana 4
- Luis Felipe Lejana
- Omar Dengo + Residencias

8. ¿Cuál es su percepción sobre la calidad del servicio al cliente brindado por Bienestar Estudiantil de la Universidad Nacional?

- Deficiente
- Buena
- Muy buena
- Excelente

9. ¿Cuáles considera que son algunas limitaciones en el servicio al cliente brindado en el departamento de Bienestar Estudiantil?

- Personal estresado
- Personal con poca experiencia en servicio al cliente
- Poco tiempo para atención al usuario
- Deficiente manejo de la información
- Todas la anteriores

Otros: _____

10. ¿Cuáles son algunas fortalezas con que cuenta el servicio al cliente brindado por el departamento de Bienestar Estudiantil?

- Publicar recordatorios importantes en la página
- Implementar puertas eléctricas para que las personas con discapacidad tengan más facilidad al ingresar al departamento
- Contratar más personal para que puedan agilizar los trámites de los usuarios estudiantiles
- Todas las anteriores
- Ninguna

Otros: _____

11. ¿Cuáles considera usted que han sido algunos alcances positivos que ha tenido el departamento de Bienestar Estudiantil para con los usuarios?

- Apoyo adicional a la beca Luis Felipe o a la Omar Dengo (plus de equidad)
- Implementación de más ayuda económica para los estudiantes con hijos
- Mejoras en las estructuras de las residencias y agrandamiento de las mismas
- Todas las anteriores
- Ninguna

Otros: _____

12. ¿Cuáles considera usted que siguen siendo limitaciones en el Departamento de Bienestar Estudiantil?

- No contar con un servicio de guardería para las madres o padres estudiantes
- Que se apruebe solo una ayuda especial económica por semestre
- Que pierda (categoría de beca y) beneficio en residencias por pérdida de cursos o por no contar con el promedio normado
- Capacidad limitada para el beneficio de Residencia Estudiantil
- Espacio físico deficiente o reducido en algunos procesos del Departamento
- Interrupción de la atención al estudiante por parte de los y las profesionales en algunos procesos
- Ninguna
- Todas las anteriores

13. ¿Cuáles de los siguientes beneficios que ofrece el Departamento de Bienestar Estudiantil considera usted que han sido de mayor provecho para su persona?

- Tiquetes de alimentación
- Ayudas económicas especiales
- Aumento de la beca y apoyo "equidad"
- Residencias
- Beca de exoneración de créditos
- Todas las anteriores
- Ninguna

Otros: _____

14. Marque en la escala según lo que considere. En esta marcan TOTALMENTE DE ACUERDO, DE ACUERDO, EN DESACUERDO Y TOTALMENTE EN DESACUERDO

- La calidad del servicio incluye que se trate con suma confidencialidad al usuario.

- Un servicio de calidad se distingue por mensajes de fácil interpretación.
- Una mejor atención motiva mayor cantidad de visitas.
- El servicio al usuario es clave para evitar frustraciones del usuario.
- Un servicio ágil en la atención al usuario motiva una mayor demanda estudiantil.
- La calidad del servicio es más alta cuando mayor experiencia tenga el funcionario.

15. ¿Debería el departamento de Bienestar Estudiantil capacitar mejor al personal en temas referentes al servicio al usuario?

Sí

No

Otros: _____

16. ¿Debería el departamento de Bienestar Estudiantil implementar sus servicios con más equipo tecnológico?

Sí

No

Otros: _____

17. ¿Debería el Departamento de Bienestar Estudiantil contratar más personal para cubrir mejor la demanda de estudiantes que se acerca al departamento?

Sí

No

Otros: _____

18. ¿Debería el Departamento de Bienestar Estudiantil cubrir los puestos de servicio al usuario solo con personal femenino?

() Sí

() No

Otros: _____

19. ¿Debería el Departamento de Bienestar Estudiantil contratar más personal masculino en la atención al usuario?

() Sí

() No

Otros: _____

20. ¿Debería el Departamento de Bienestar Estudiantil cubrir los puestos de atención solo con personal con experiencia en el área de servicio al usuario?

() Sí

() No

Otros: _____

21. ¿Está de acuerdo en que sean los mismos estudiantes de la Universidad Nacional los que en las horas asistente cubran los puestos de servicio al usuario en el Departamento de Bienestar Estudiantil?

() Sí

() No

Otros: _____

Anexo 2.

Entrevista aplicada a los funcionarios del Departamento de Bienestar Estudiantil de la Universidad Nacional.

Estimados funcionarios del Departamento de Bienestar Estudiantil

La estudiante Wendoly Arroyo Carvajal, carné 140016, se encuentra realizando su trabajo final de graduación para optar por el grado de Licenciatura en Administración de Oficina. Como parte de los requisitos está la realización de la siguiente entrevista a la cual usted ha sido invitado(a) a participar.

Los objetivos de este instrumento son tres. El primero es diagnosticar la importancia del servicio al cliente brindado en una universidad estatal. El segundo es identificar los alcances y limitaciones del servicio al cliente promovido en el Departamento en estudio según la experiencia del usuario estudiantil. El tercero es determinar los retos que enfrenta el departamento en estudio para brindar un servicio al cliente de calidad.

Agradezco su participación.

1. Sexo:

() F () M () Otro

2. ¿Cuánto tiempo hace que labora usted en el Departamento de Bienestar Estudiantil?

3. ¿Qué puesto ocupa usted en este departamento?

4. ¿Qué opina usted acerca de la calidad del servicio al usuario brindado por los funcionarios del departamento de Bienestar Estudiantil para con los estudiantes?

5. ¿Qué opinión le merece la atención que se le brinda específicamente a los estudiantes de primer ingreso, teniendo en cuenta que es la población más vulnerable por estar apenas adaptándose a los trámites que se gestionan en una universidad pública?

6. ¿Como describe usted los alcances y limitaciones del servicio al usuario promovido en el Departamento de Bienestar Estudiantil?

7. Durante su tiempo de laborar para dicho departamento, ¿ha conocido usted situaciones de quejas, denuncias o disconformidades manifestadas por la población estudiantil?

8. En caso de que su respuesta a la pregunta anterior haya sido afirmativa, favor describir el proceso que conlleva dicha gestión o si de lo contrario no se toma importancia a las disconformidades que surjan por parte de la población estudiantil.

9. ¿Existe alguna manera de que el personal del Departamento de Bienestar Estudiantil pueda estar al tanto de la satisfacción del usuario acerca del servicio brindado?

10. En cuanto a la contratación del personal para poder atender al usuario estudiantil en dicho departamento, ¿cuáles considera que deben ser los aspectos a evaluar para cubrir dicho puesto?

11. ¿Cuáles considera usted que pueden ser retos que enfrenta el departamento de Bienestar Estudiantil para brindar un servicio al usuario de calidad?

12. ¿Qué podría agregar como posible solución a incentivar que la percepción del servicio brindado siempre sea una experiencia amena para el usuario de primer ingreso de la escuela de Secretariado Profesional de la Universidad Nacional?

13. ¿Considera que en dicho departamento se deben contemplar individualmente las necesidades de los estudiantes apegándose al lema humanístico que rige la Universidad Nacional o cree que solo se debe actuar según las políticas institucionales, la normativa del sistema de becas y los lineamientos emanados de la vicerrectoría de vida estudiantil, sin excepción alguna?

14. En cuanto a las limitaciones mencionadas en la pregunta número 6, ¿cuáles considera usted que podrían ser las estrategias para luchar en beneficio del estudiante de nuevo ingreso para que la atención recibida sea la mejor?

15. Si gusta agregar algo más lo puede hacer manifestando su opinión en el siguiente espacio

¡Gracias por su colaboración y la atención brindada!

Anexo 3.

Observación No Participante



Instrumento: Observación no participante

Lugar: Departamento de Bienestar Estudiantil

Fecha: _____

Hora: _____

Nombre del observador: Wendoly Arroyo Carvajal

Hallazgos referentes al tema de tesis titulado "La calidad del servicio al cliente promovida por los funcionarios del Departamento de Bienestar Estudiantil de la Universidad Nacional, según la percepción del grupo estudiantil de primer ingreso, usuario de este servicio, de la Escuela de Secretariado Profesional, período 2018."

Bienvenida

	Sí	No	Notas
Saluda al usuario cordialmente			
Se identifica.			
Crea un ambiente de cordialidad			

Determinación de las necesidades del usuario

	Sí	No	Notas
Hace preguntar para captar las motivaciones y necesidades del usuario.			
Escucha activamente al usuario			
Sin interrumpirlo			
Sin distraerse y prestando atención			
Tomando apuntes			
Comprueba si entendió la inquietud del usuario			
Sabe interpretar el lenguaje no verbal del usuario			
Hace preguntas con el fin de obtener y confirmar información			
Entiende las dudas del usuario poniéndose en su lugar.			

Respuesta a las inquietudes del usuario:

	Sí	No	Notas

Responde de forma cortés al usuario			
Usa lenguaje comprensivo para el usuario			
Utiliza eficazmente el lenguaje no verbal			
Identifica la condición del estudiante.			
Manifiestas expresiones de agrado y confianza.			
Ofrece alternativas de solución a las necesidades del usuario estudiantil.			

Resolución y cierre

	Sí	No	Notas
Conduce al usuario a un cierre satisfactorio			
Utiliza expresiones correctas para indicar la aproximación del cierre.			
Confirma si el usuario quedó satisfecho			
Despide cortésmente al usuario			

Otras observaciones:
