

La satisfacción de los estudiantes de LUZ en relación a los servicios en las aulas de clase

Nelson José Labarca Ferrer, Modesto Graterol Rivas y Zulay Díaz

*Instituto de Investigaciones. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales.
La Universidad del Zulia. Maracaibo, Venezuela, Apartado Postal 526.
Tlf.: +58 261 596584-86 Fax: 58 261 596513*

Resumen

El propósito del presente artículo es determinar el nivel de satisfacción de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales en relación a los servicios en las aulas de clase. El tipo de investigación fue de carácter descriptivo utilizándose como población a los bachilleres de la facultad. Se seleccionó una muestra probabilística estratificada quedando conformada por trescientos veinte (320) individuos. El instrumento de recolección de datos fue un cuestionario estructurado. Los resultados señalan que los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, se encuentran satisfechos con el servicio que presta el personal obrero en los salones de clase.

Palabras clave: Mercadeo de Servicio, Mercadeo en Instituciones de Educación Superior, satisfacción del cliente, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, servicios estudiantes.

Student Satisfaction in the University of Zulia in Relation to Basic Services in Class Rooms

Abstract

The purpose of this article is to determine the level of student satisfaction in relation to classroom services in the Faculty of Economic and Social Sciences. The research was descriptive in nature and the population studied was the total student population of the Faculty. A stratified probabilistic sample was selected of a total of 320 individuals. The recollection of data was realized with a structured questionnaire. The results indicate that

students in the Faculty of Economic and Social Sciences are satisfied with the services supplied by the worker personnel assigned to classrooms.

Key words: Service market, higher education markets, client satisfaction, Faculty of Economic and social Sciences, student services.

1. Introducción

El proceso dinámico y complejo que actualmente se desarrolla en los mercados tanto a nivel mundial como nacional ha traído consigo que las organizaciones propicien esfuerzo para satisfacer a sus clientes, quienes constituyen un punto central para las mismas. Más aún, cuando se trata de instituciones educativas, tales como las universidades nacionales, dado que su razón de ser está enmarcada en prestarle a sus estudiantes un servicio educativo eficiente. Específicamente en este artículo se presentarán los resultados referentes al nivel de satisfacción de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad del Zulia en relación a los servicios en las aulas de clase.

2. Aspectos metodológicos

2.1. Tipo de investigación

La presente investigación fue de tipo descriptiva, ya que su objetivo general se enfocó en determinar el nivel de satisfacción de los estudiantes de Pregrado de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad del Zulia en relación a los servicios en las aulas de clase.

Según (Hernández, Fernández y Baptista, 1994:60) los estudios descriptivos son aquellos dirigidos a caracterizar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades, sometidos a análisis. Estos evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar, tal como se realizó en este estudio con la variable nivel de satisfacción.

2.2. Diseño de la investigación

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

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

2.2.1. Población

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

2.2.2. Diseño de la muestra

Para el diseño de la muestra se consideró la población definida en la sección anterior tal como puede observarse en la Tabla I.

Asimismo, el tipo de muestreo fue trietápico, ya que comprendió tres (3) etapas. En la primera etapa se utilizó la técnica de muestreo Aleatorio Estratificado de Neyman, el cual consiste en repartir la muestra, teniendo en cuenta no sólo el tamaño del estrato de la población, sino también la dispersión o grado de homogeneidad dentro de cada estrato, medido éste último por las desviaciones típicas de la variable de interés en cada estrato. Así:

Donde:

$$n = \frac{(\sum Ni \sqrt{Pi \cdot Qi})^2}{N^2 \cdot \frac{e^2}{Z^2} + \sum Ni \cdot Pi \cdot Qi}$$

Ni = Tamaño del estrato i

N = Población

n = Tamaño de la muestra.

Pi, Qi = Desviación típica del estrato

e = Error máximo admisible

Z = Valor de la tabla normal para una confianza dada

Pi x Qi, fueron calculados tomando en cuenta los resultados obtenidos de la prueba piloto al considerar las variables claves del estudio. Así tenemos que para la escuela de Economía, la desviación típica se ubicó en 0.206736, para la escuela de Administración y Contaduría Pública se obtuvo 0.25 y por último, 0.109 para la escuela de Sociología.

Al sustituir los valores correspondientes en la fórmula anterior, tenemos:

$$n = \frac{(2380.591626)^2}{(5050)^2 \cdot \frac{(0.05)^2}{(1.96)^2} + 1134.154}$$

$$n = \frac{5667216,49}{17730,41593} = 319.63 \approx 320$$

$$n = 320$$

Posteriormente se determinó la muestra para cada escuela y para ello se utilizó la siguiente fórmula:

$$ni = \frac{n \cdot Wi \cdot Si}{\sum Wi \cdot Si}$$

donde: Wi = peso relativo del estrato i

$$\text{con } Wi = \frac{Ni}{N}$$

Así tenemos que para la escuela de Economía previamente se deter-

minó el peso relativo respecto a la muestra total.

Donde:
$$W1 = \frac{N1}{N} = \frac{1500}{5050} = 0.297$$

(Los valores N1 y N, se encuentran en la Tabla 1).

Luego se determinó el tamaño de la muestra para el estrato 1 (Escuela de Economía).

$$n1 = \frac{320(0.297)(0.206736)}{0.224351592} = \frac{19.64818944}{0.224351592} = 88$$

Utilizando el procedimiento anterior, para la escuela de Administración y Contaduría Pública, se determinó en primer término el peso relativo del estrato, así.

$$W2 = \frac{N2}{N} = \frac{3100}{5050} = 0.613$$

(Los valores N1 y N, se encuentran en la Tabla 1).

Luego se procedió a determinar el tamaño de la muestra para el estrato 2.

$$n2 = \frac{320(0.613)(0.25)}{0.224351592} = \frac{49.04}{0.224351592} = 218$$

Y por último, el peso relativo y el tamaño del estrato 3, Escuela de Sociología.

$$W3 = \frac{N3}{N} = \frac{450}{5050} = 0.089$$

Sustituyendo, tenemos:

$$n3 = \frac{320(0.089)(0.109)}{0.224351592} = \frac{3.10432}{0.224351592} = 14$$

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

Según Parra, Javier (1987:36), una muestra aleatoria estratificada es aquella muestra probabilística que se obtiene dividiendo a la población de interés en grupos mutuamente excluyentes y colectivamente exhaustiva, llamados estratos y seleccionando una muestra aleatoria simple dentro de cada estrato por separado.

Como se desprende de la definición anterior, el Muestreo Aleatorio Estratificado, requiere previamente la separación o división de la población en grupos de individuos con comportamientos similares. Es importante que dichos grupos o estratos se definan de tal modo, que cada individuo o elemento de la población entre en uno y solo uno de ellos.

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

Se construyeron los estratos en este caso por escuela (Economía, Administración-Contaduría Pública y Sociología) de acuerdo con la variable clave del estudio, es decir, el nivel de satisfacción de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas

Tabla 1
Distribución de los estudiantes activos de pregrado de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales por Escuela

Escuelas (i)	Población en estudiantes (N1)	Distribución porcentual de la población
Economía	1500	29.70
Administración/Contaduría	3100	61.39
Sociología	450	8.91
Total (N)	5050	100.00

Fuente: Listados de alumnos activos de la F.C.E.y S. 1^{er} período de 1999. Centro de Computación de la Universidad del Zulia.

y Sociales en relación a los servicios en las aulas de clase.

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

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

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

que conforman la Facultad, siendo la variable clave los profesores a ser seleccionados.

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

El Muestreo Aleatorio Simple, se define así: "Si un tamaño de la muestra n es seleccionado de una población de tamaño N de tal manera que cada muestra posible, de tamaño n tiene la misma probabilidad de ser seleccionada, el procedimiento de muestreo se denomina Muestreo Aleatorio Simple. A la muestra así obtenida se le llama muestra aleatoria simple" (Parra Javier, 1987:19).

Según este método, se le asignan probabilidades iguales a todos y cada uno de los elementos de la población y se procede, luego, con arreglo a dichas probabilidades, a extraer los elementos que integrarán la muestra, sólo que el método de selección deberá basarse exclusivamente, en el azar.

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

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

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

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

- a) Se obtuvo una lista de los estudiantes de aquellos profesores que fueron seleccionados en la etapa anterior.
- b) Se le asignó un número entero a cada estudiante.
- c) Luego se utilizó la tabla de Números Aleatorios, para buscar tantos números como se planteó en el tamaño de la muestra elegida, y

- d) Por último, luego de seleccionados los números aleatorios, se ubicaron los elementos de la población (estudiantes) a los cuales le corresponden dichos números en el Marco Muestral y se procedió a obtener de ellos la información requerida.

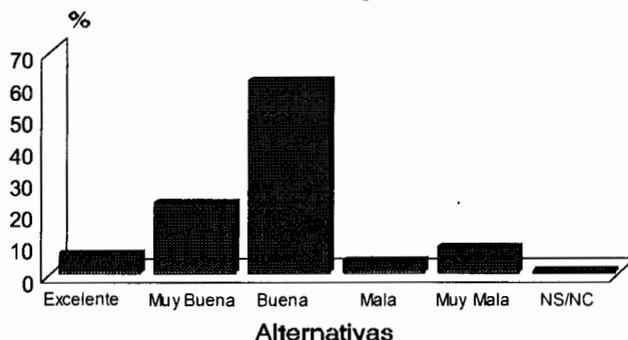
Este diseño muestral garantizó la representatividad poblacional necesaria, para obtener datos objetivos y confiables que orienten un análisis rigurosamente científico de la data a recabar en la investigación de campo.

3. Resultados

Para tratar este aspecto se consideró la opinión sobre el servicio en las aulas de clase, por parte del estudiantado entrevistado, así como el trato y la atención recibida por parte del personal que labora en los salones de clase, asimismo el nivel de respuesta, el conocimiento del personal en sus funciones, nivel de responsabilidad en la prestación del servicio, entre otros aspectos.

En relación a la opinión sobre los Salones de clase (Ver Figura 1), se determinó que el 5.9%, es decir, la cantidad de diecinueve (19) bachilleres se inclinaron por la alternativa excelente, así como setenta (70) estudiantes que representan el 21.9% respondieron tener una muy buena opinión, así mismo, ciento noventa y tres (193) sujetos investigados, que corresponden al 60.3% de la muestra, afirmaron tener una buena opinión por los salones de clase, mien-

Figura 1
Distribución Porcentual de la Opinión sobre los Salones de Clase
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Maracaibo, 1999



Fuente: Labarca, Nelson. 1999.

tras que el 3.8% que representan a doce (12) personas y el 7.8% que se corresponde con veinticinco (25) estudiantes, emitieron una mala y muy mala opinión, respectivamente.

De lo anterior, hay que resaltar que el 88.1% de los bachilleres encuestados emitieron una opinión favorable sobre el servicio prestado en los Salones de clase, al considerar las alternativas Buena, Muy buena y Excelente (60.3% + 21.9% + 5.9%).

En este aspecto, se hace referencia sobre la opinión favorable de los estudiantes por el servicio en los Salones de clase, otra situación depende de los momentos de verdad, tal cual lo señala Albrecht, Karl (1992:27), estos se consideran como un episodio, es decir, un caso específico a tiempo en el cual el cliente se pone en contacto con algún aspecto de la organización y obtiene una impresión de su servicio.

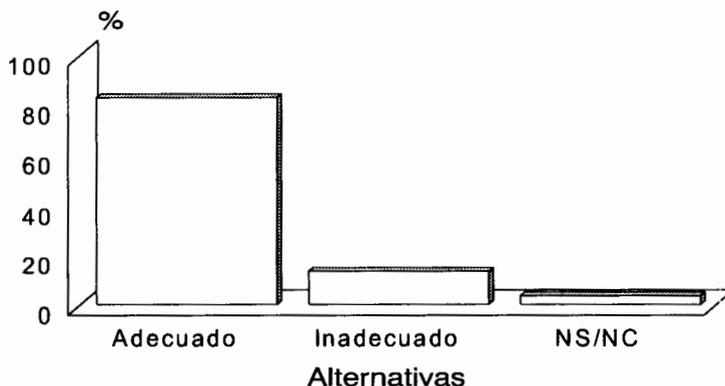
Por lo tanto, se comprueba que los bachilleres de la Facultad de Cien-

cias Económicas y Sociales presentan una opinión favorable sobre el servicio prestado en el área de los Salones de clase.

Respecto al trato recibido por el personal que labora en los Salones de clases de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales (Veáse Figura 2), los resultados plantearon que un altísimo porcentaje 83.1% de los estudiantes que se corresponden con doscientas setenta y dos (272) personas, lo consideran adecuado, por contraparte, el 13.4% de los bachilleres opinan que es inadecuado.

De allí se desprende que el trato que le brinda el personal obrero a los bachilleres en las aulas de clase es adecuado, elemento que se confirma por las ideas planteadas por Albrecht, Karl (1992:27), al señalar que en término de la organización el cliente debe recibir un excelente trato por parte del personal que presta determinado servicio, ya que constituye un

Figura 2
Distribución Frecuencial de la opinión sobre el trato recibido por el personal que labora en los Salones de Clase Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Maracaibo, 1999



Fuente: Labarca, Nelson. 2000.

momento clave para la satisfacción de las necesidades del cliente.

En relación a la Figura 3, donde se plantea determinar cómo los sujetos de la investigación consideran el servicio prestado en los Salones de clase de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, un elevado porcentaje 81.6% de los estudiantes señalaron que el servicio es adecuado, por el contrario, el 15% planteó que era inadecuado.

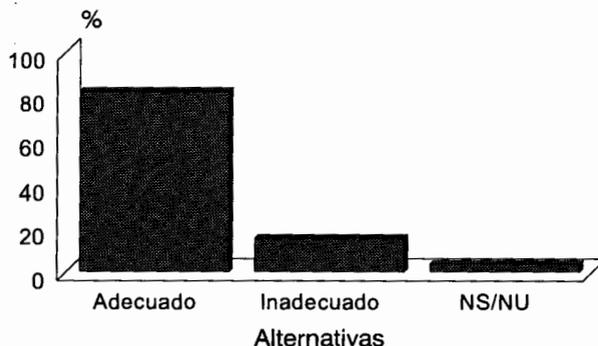
En lo relativo a la Figura 4, donde se determinó el nivel de colaboración del personal que tiene a su cargo los Salones de clase. A tal efecto, la muestra de interés manifestó en un porcentaje del 51.6% representado por ciento sesenta y cinco (165) bachilleres, que el personal es colaborador, seguidamente un 20.9%, es decir, sesenta y siete (67) estudiantes, afirmaron que el personal es medianamente colaborador, posterior-

mente un 18.1% que representa a cincuenta y ocho (58) sujetos de investigación, opinaron que el personal es muy colaborador, en este orden de ideas, veinte (20) bachilleres que se corresponde con un 6.3% de la muestra plantearon que el personal es poco colaborador y, por último, apenas 1.3% que equivale a cuatro (04) personas afirmaron que el personal no colabora.

De acuerdo con estos resultados, se corrobora los planteamientos emitidos por Albrecht y Zemke (1992), sobre la importancia que en una organización juega el contar con un personal altamente colaborador con los clientes, aspecto este clave para satisfacer las necesidades de los consumidores.

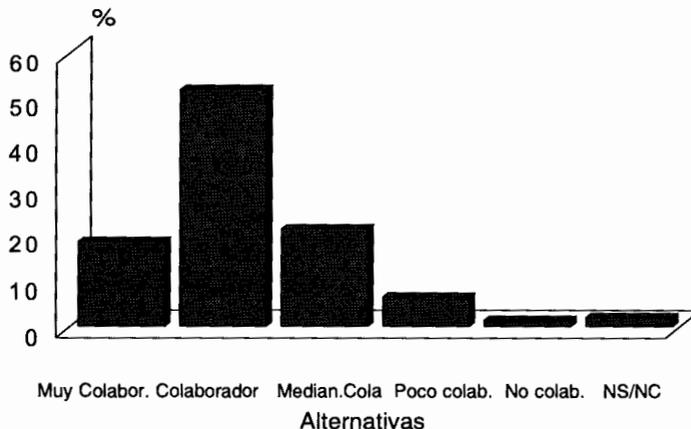
En referencia a la atención por parte del personal que labora en los salones de clase (Ver Figura 5), se observa que el personal es atento,

Figura 3
Distribución porcentual del Análisis sobre los Salones de Clase Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Maracaibo, 1999



Fuente: Labarca, Nelson. 1999.

Figura 4
Distribución porcentual del Nivel de Colaboración del personal que labora en los Salones de Clase Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Maracaibo, 1999



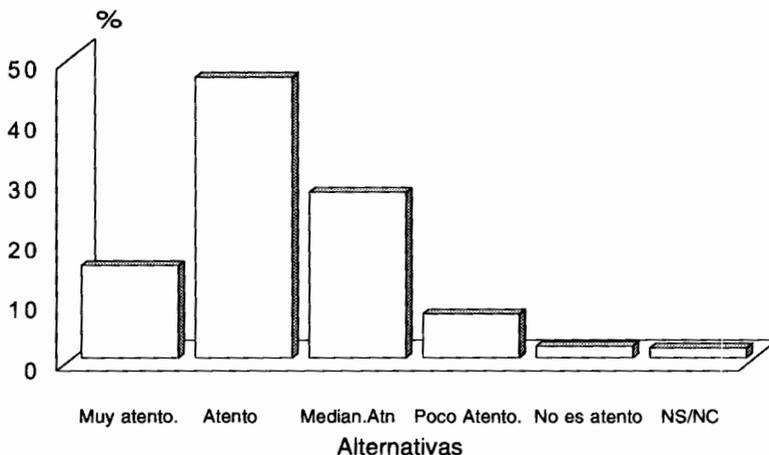
Fuente: Labarca, Nelson. 1999.

siendo su porcentaje el más elevado al ubicarse en 46.6%, en segundo término, la alternativa medianamente atento con una proporción de 27.5%, luego en tercer término, la opción muy atento con un 15.3%, seguidamente la alternativa poco atento con

7.2% y por último, un 1.9% opinó que el personal no es atento.

Los resultados analizados, muestran que el personal que tiene a su cargo los Salones de clase de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, prestan una muy buena aten-

Figura 5
Distribución porcentual de la Atención por parte del personal que labora en los Salones de Clase Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Maracaibo, 1999



Fuente: Labarca, Nelson. 2000.

ción a la comunidad estudiantil de esta Facultad.

De acuerdo a lo planteado anteriormente, se corrobora la necesidad que tienen las organizaciones de prestar la mejor atención posible a sus clientes (estudiantes), para lograr satisfacer las expectativas y necesidades del usuario al momento de efectuar la compra. Kotler y Armstrong (1996).

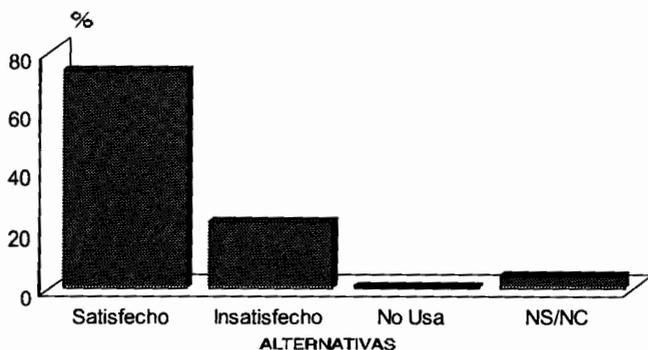
Siguiendo con el análisis e interpretación de los resultados, corresponde analizar la Figura 6, en el cual se evidenció, que un elevado porcentaje de los sujetos de investigación 73.1% se encuentran satisfechos con el nivel de respuesta proporcionada por el personal que tiene bajo su responsabilidad los Salones de clase, situación contraria a esta posición están el 21.9% de los bachilleres que afirmaron sentirse insatisfechos.

Estos resultados, confirman la necesidad de que la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, se preocupe por prestar la debida atención ante las necesidades que puedan presentar los estudiantes. A los fines de contribuir de forma determinante a brindar un excelente servicio a la comunidad universitaria, permitiendo cubrir de esta manera las expectativas de los usuarios.

Es por ello que Leonard y Parasuraman (1993:75), señalan que las expectativas del cliente desempeñan un papel fundamental para juzgar el servicio que presta una organización, dado que ellos evalúan la calidad del servicio comparando lo que quieren o esperan obtener con lo que les parece que reciben.

Así mismo, en la Figura 7, se observa que el 49.1% de los estudiantes encuestados, afirmaron que el

Figura 6
Distribución porcentual del Nivel de Respuesta del personal que labora en los Salones de Clase Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Maracaibo, 1999



Fuente: Labarca, Nelson. 1999.

personal que tiene a su cargo los Salones de clase tienen un nivel medio de conocimiento e información al momento de desarrollar sus actividades, así como el 39.7% lo considera alto y el 7.2% bajo.

Por consiguiente, se puede afirmar que el conocimiento e información del personal que tienen a su cargo las aulas de clase de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, es muy bueno al considerar las alternativas de respuesta medio y alto, las cuales representan un 88.8% (49.1% + 39.7%) de los estudiantes encuestados.

Derivado de lo anterior, se plantea la necesidad que tiene la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de mantener un personal capaz de brindar la mayor información posible a los bachilleres al momento de ellos requerir de la misma.

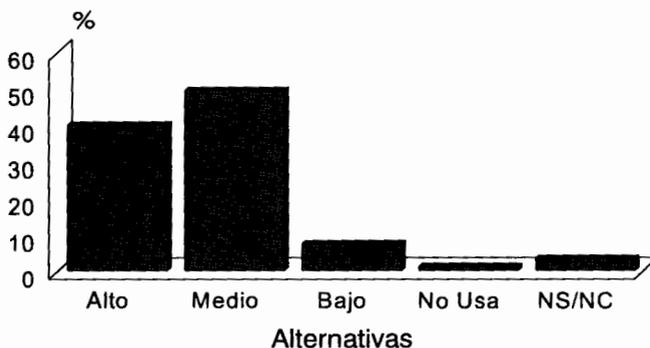
En esta misma dirección (Véase Figura 8), se pretendió determinar las condiciones físicas y ambientales de

los Salones de clase de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, los resultados arrojaron que el 49.7% de los sujetos investigados afirmaron que son medianamente adecuados, en segundo término, un 40.6% expresó que son adecuados y una mínima proporción de 9.4% los considera inadecuado.

De lo anterior se evidencia que las personas encuestadas en un elevado porcentaje de 90.3% (49.7% + 40.6%) afirmaron que son altamente favorables las condiciones físicas y ambientales de los Salones de clase de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, afirmación que se fundamenta al considerar las alternativas de respuesta medianamente adecuado y adecuado.

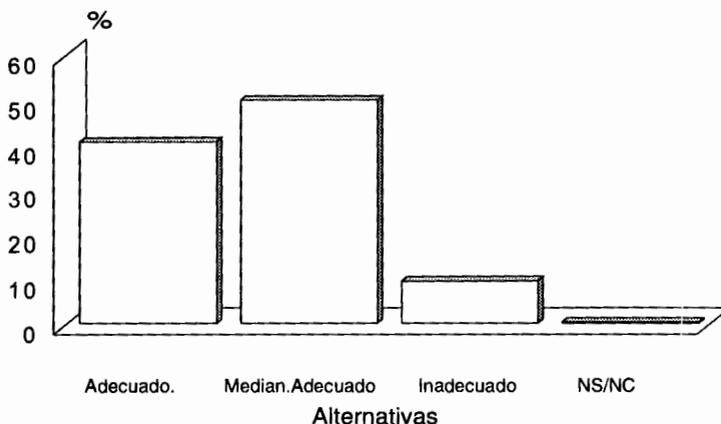
Respecto a la responsabilidad que muestra el personal que tiene a su cargo los Salones de clase de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, los resultados obtenidos (Veá-

Figura 7
Distribución porcentual del Conocimiento e Información del personal que labora en los Salones de Clase Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Maracaibo, 1999



Fuente: Labarca, Nelson. 2000.

Figura 8
Distribución porcentual del Nivel de Seguridad del personal que labora en los Salones de Clase al momento de proporcionarle información Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Maracaibo, 1999



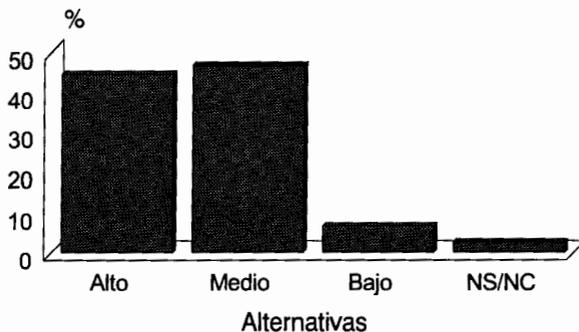
Fuente: Labarca, Nelson. 1999.

se Figura 9), mostraron que un alto porcentaje de 46.6% de los sujetos de la investigación, expresaron que el grado de responsabilidad les produce un nivel de satisfacción medio, mientras el 44.4% afirmó tener un alto nivel de satisfacción respecto al

grado de responsabilidad, en lo referente a la alternativa bajo nivel de satisfacción, ésta se ubicó en un 6.6% del total de los encuestados.

Los resultados señalan que el nivel de percepción que tienen los estudiantes sobre el nivel de responsa-

Figura 9
Distribución porcentual del Nivel de Responsabilidad del personal que labora en los Salones de Clase Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Maracaibo, 1999



Fuente: Labarca, Nelson. 1999.

bilidad del personal que tiene a su cargo los Salones de clase es alto, al considerar de forma conjunta las alternativas de respuesta medio y alto nivel de responsabilidad, las cuales se ubican en 91% (46.6% + 44.4%) cifra por demás representativa, que demuestra un alto nivel de responsabilidad por parte de este personal. Esto corrobora las afirmaciones de Berry, Bennet y Brown (1989), cuando señala que el nivel de responsabilidad del personal en las tareas asignadas contribuyen de manera contundente a satisfacer las necesidades del cliente.

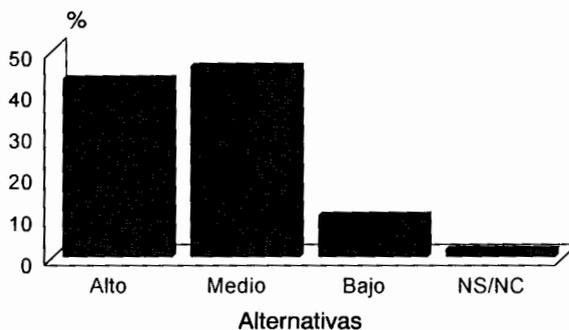
En cuanto a la cortesía y/o amabilidad del personal que tiene a su cargo los Salones de clase de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, los resultados obtenidos (Ver Figura 10), mostraron que un porcentaje del 45.9% de los bachilleres informaron tener un nivel medio de satisfacción respecto a la cortesía y/o amabi-

lidad que muestra el personal, mientras un 42.8% afirmaron tener un nivel alto de satisfacción y en menor proporción 9.7% plantearon tener un bajo nivel de satisfacción.

Los resultados anteriormente planteados, permiten afirmar que el personal que tiene a su cargo las aulas de clase, es cortés y amable con los bachilleres, ya que al considerar conjuntamente las alternativas de respuesta medio y alto nos brinda una proporción de 88.7% (45.9% + 42.8%) del total de encuestados.

Los resultados demuestran la importancia de la cortesía y amabilidad que deben tener los obreros que tienen contacto directo en los Salones de clase con los bachilleres en las actividades inherentes a su trabajo en la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Lo cual corrobora las ideas de Albrecht y Zemke (1992) al señalar que la cortesía es una característica que debe estar presente en todo

Figura 10
Distribución porcentual del Nivel de Cortesía y/o Amabilidad del personal que labora en los Salones de Clase Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Maracaibo, 1999



Fuente: Labarca, Nelson. 1999.

personal, ya que es fundamental para comprender las necesidades precisas del cliente y encontrar las respuestas adecuadas para sus inquietudes.

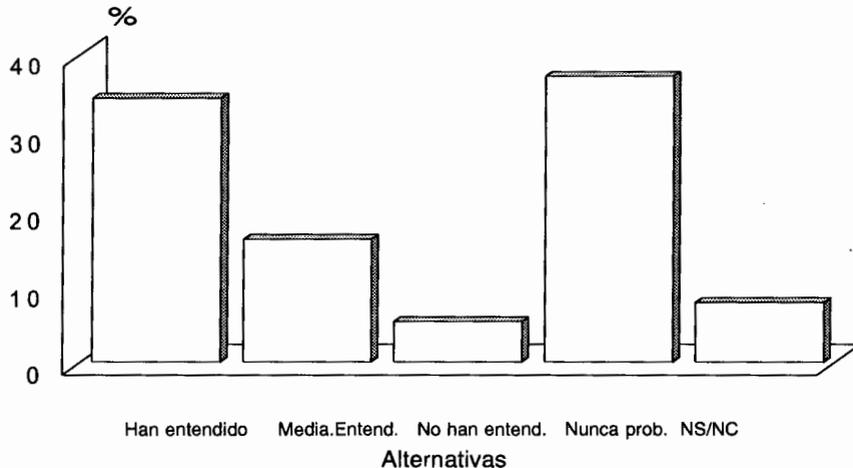
En la Figura 11, donde se observa los resultados correspondientes a determinar si han entendido o correspondido con exactitud a la solución de algún problema que se les haya presentado a los bachilleres por parte del personal que labora en las aulas de clase, evidenciándose que un 36.9% afirmó que nunca había tenido problema, seguidamente el 34.1% respondió que les habían entendido sus inquietudes, en tercer término, el 15.9% opinó que se les había entendido medianamente sus problemas y, por último, un 5.3% informó que no le entendieron sus planteamientos.

En lo concerniente (Ver Figura 12), que se refiere a evaluar la eficiencia o deficiencia del personal que

presta sus servicios en los Salones de clase de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, siendo un alto porcentaje de 71.6% de los bachilleres encuestados se inclinaron por la alternativa eficiente y en contrapartida el 22.5% señalaron que era deficiente.

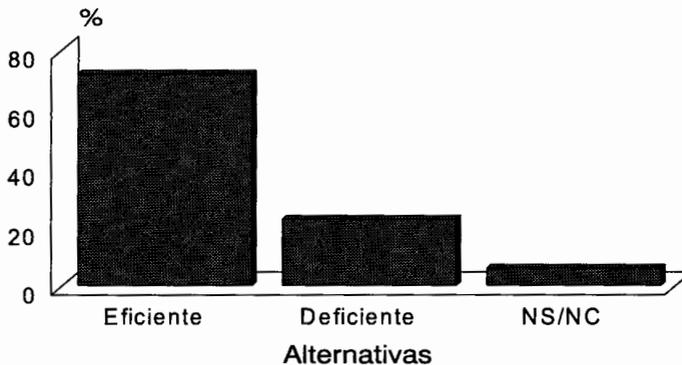
Es evidente que los estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales se encuentran satisfechos con el servicio que el personal obrero les ofrece en los salones de clase, dado que los bachilleres emitieron una buena opinión sobre el servicio (60.3%) como se observa en la Figura 1, en ese mismo orden de ideas, el 81.6% de la población de interés considera adecuada la labor del personal (Ver Figura 3) y, por último, los usuarios del servicio consideran al personal dentro de un 46.6% de la población de interés como se evidencia en la Figura 5.

Figura 11
Distribución porcentual del Nivel de Entendimiento por parte del personal que labora en los Salones de Clase ante algún problema del estudiantado Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Maracaibo, 1999



Fuente: Labarca, Nelson. 1999.

Figura 12
Distribución porcentual del Nivel de Eficiencia del personal que labora en los Salones de Clase en el desarrollo de sus actividades Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Maracaibo, 1999



Fuente: Labarca, Nelson. 1999.

4. Conclusiones

Se evidencia que los bachilleres de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, se encuentran satisfechos con el servicio que el personal obrero que tiene a su cargo los Salones de clase les ofrece, dado que los estudiantes emitieron una buena opinión sobre el servicio (60.3%) como se observa en la Figura 1. En ese mismo orden de ideas, el 81.6% de la población de interés considera adecuada la labor del personal (Ver Figura 3) y, por último, los usuarios del servicio consideran al personal atento en un 46.6% de la población de interés, como se evidencia en la Figura 5. Lo anterior tiene su razón de ser a través de las dimensiones manejadas en el marco teórico, como lo son los momentos de verdad, percepción y expectativas de los estudiantes, entre otros aspectos importantes para determinar el nivel de satisfacción de los estudiantes por este servicio.

5. Referencias bibliográficas

- ALBRECHT, Karl. 1992. **La revolución del servicio**. Fondo Editorial Legis. Segunda Edición, Bogotá, 236 pp.
- ALBRECHT, Karl y ZEMKE, Ron. 1992. **Gerencia del Servicio**. Fondo Editorial Legis. Séptima reimpresión, Bogotá. 202 pp.
- BERRY, Leonard y PARASURAMAN, A. 1993. **Marketing en las Empresas de Servicio**. Editorial Norma. Primera Edición. Bogotá. 271 pp.
- BERRY, Leonard; BENNET, David y BROWN, Carter. 1989. **Calidad del Servicio**. Ediciones Díaz de Santos, Madrid. 204 pp.
- HERNÁNDEZ, Roberto; FERNÁNDEZ, Carlos y BAPTISTA, Pilar. 1994. **Metodología de la Investigación**. Editorial McGraw Hill. Segunda Edición. Colombia. 505 pp.
- KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary. 1996. **Mercadotecnia**. Editorial Prentice Hall. Sexta Edición. México. 826 pp.
- PARRA, Javier. 1987. **Guía Introductoria al muestreo**. Trabajo de Ascenso para optar a la categoría de Profesor Agregado. Universidad del Zulia. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. 75 pp.