

**UNIVERSIDAD CATÓLICA “SANTO TORIBIO DE  
MOGROVEJO”**



**PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE  
CATEGORIZACIÓN DE PENSIONES DE ENSEÑANZA EN  
LA UNIVERSIDAD CATÓLICA “SANTO TORIBIO DE  
MOGROVEJO” DE CHICLAYO**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE:  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Autor: JOSÉ CARLOS LARREA TELLO**

**Chiclayo, 09 de Diciembre del 2009**

## **Dedicatoria**

A mi querida esposa Victoria Castillo de Larrea, por su gran apoyo y paciencia, sacrificando los fines de semana durante los años de mis estudios profesionales. A mis queridos hijos: José Carlos, Victoria del Carmen, Diana Elvira y José Jesús Alonso, quienes me animaron en todo momento para cumplir con mi anhelo de ser un profesional.

A mis queridos padres y hermanos, por su apoyo moral, siguiendo paso a paso mis estudios, colaborando en todo lo que estuvo a su alcance para mi formación profesional.

## **Agradecimiento**

Al término de mi carrera profesional, quiero en primer lugar agradecer a Dios.

Un agradecimiento especial a mí asesor de tesis, Mgtr. Diógenes Díaz Ríos, quien en todo momento me orientó y motivó para poder realizar con éxito el presente estudio de investigación. Asimismo, a la Lic. Jéssica Oliva Gastulo, por su colaboración, asesorándome en el análisis de datos para la presentación del informe final de mi tesis; y a la Prof. Lucy Calero Nuñez por su valiosa ayuda en la revisión ortográfica y en la redacción de dicho informe.

De igual forma, agradezco a todos mis profesores, por brindarme los conocimientos y compartir sus experiencias, importantes para mi formación profesional; y a mis compañeros y amigos de estudios y de trabajo, que en todo momento me dieron aliento y estímulo para culminar mis estudios.

Agradecer de la misma manera a los directivos de la Universidad Católica “Santo Toribio de Mogrovejo”, por haberme brindado las facilidades necesarias para concretar mi anhelo de ser un profesional en Administración de Empresas.

## RESUMEN

La presente investigación, tuvo como objetivo general, medir la percepción de la calidad del servicio de las familias de la Universidad Católica “Santo Toribio de Mogrovejo” de Chiclayo, en cuanto a las escalas de pensiones asignadas a sus hijos por el área de Caja y Pensiones mediante el Proceso de Categorización, cuyo propósito es aliviar sus necesidades económicas básicas de educación.

En dicho estudio, se realizó una encuesta exploratoria a un determinado número de familias, de donde se obtuvo una serie de atributos considerados importantes, que sirvieron para diseñar un cuestionario con el modelo SERVQUAL. En este caso, por la naturaleza de la investigación se creyó conveniente considerar 32 ítems, producto de dicha encuesta, enmarcándolos y adecuándolos convenientemente en las cinco dimensiones establecidas por dicho instrumento.

Así, mediante un análisis de media se ha podido establecer cuáles son las características de un servicio de calidad; habiendo encontrado resultados que comparados con trabajos similares, nos demuestran que dentro del servicio del Sistema de Pensiones Escalonadas (Categorización), en la percepción por el servicio recibido, son de interés: los elementos tangibles, por las mejoras en las instalaciones de la Oficina y la valoración por apariencia del personal; así como también las habilidades profesionales, donde se encontró que aparte de percibir una buena disposición de servicio en la atención de parte de los empleados, los usuarios han valorado el buen trato que reciben.

Finalmente, la evaluación global de la percepción del servicio indicó una satisfacción media con relación al servicio brindado.

## ÍNDICE

<b>CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN</b>	<b>12</b>
1.1. Planteamiento del problema	13
1.2. Objetivo General	14
1.3. Objetivos Específicos	14
1.4. Justificación	14
1.5. Alcance	15
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO</b>	<b>16</b>
2.1. Antecedentes del Problema	16
2.2. Bases teórico – científicas	19
2.2.1. Satisfacción del cliente	20
2.2.2. Calidad	21
2.2.3. Servicios	23
2.2.4. Diferencia entre Servicios y Servicio al cliente	24
2.2.5. Naturaleza y características del servicio	25
2.2.5.1. Intangibilidad	25
2.2.5.2. Heterogeneidad	26
2.2.5.3. Producción y consumo simultáneos	27
2.2.5.4. Perecederos	28
2.2.6. El cliente y sus expectativas del servicio	28
2.2.7. Factores que influyen las expectativas del cliente en relación al servicio	29
2.2.8. Cómo superar las expectativas de servicio al cliente	30
2.2.9. El cliente y sus percepciones de servicio	31
2.2.10. Percepciones del cliente interno y del cliente externo	32
2.2.11. Calidad de Servicio	32
2.2.12. Satisfacción versus calidad en el servicio	33
2.2.13. Brechas sobre la calidad en el servicio	34

2.2.13.1. Modelo de las brechas según Zeithaml y Bitner.	35
2.2.14. Medida de la Calidad en el Servicio – Escala SERVQUAL	39
2.2.15. Dimensiones de la calidad en el servicio	41
2.2.16. Críticas a la Escala SERVQUAL	42
2.2.17. Encuentros de Servicio o momentos de la verdad	43
2.2.18. Tipos de Encuentros de Servicio	43
2.2.19. Fuentes de la Conformidad e inconformidad en los encuentros de Servicio	44
2.2.20. Enlace con el cliente: El Proceso de fidelización	45
2.2.21. Proceso de mejoramiento continuo	47
<b>CAPÍTULO III: OFICINA DE PENSIONES</b>	<b>48</b>
3.1. Personal	48
3.2. Servicios	48
3.3. Infraestructura y equipo	50
3.3.1. Instalaciones	50
3.3.2. Equipos	51
3.4. Categorización de Pensiones	51
3.4.1. Justificación	51
3.4.2. Proceso de Categorización	51
3.4.3. Escalas de Pensiones	52
3.4.4. Escalas de Pensiones – Modalidad Aulas Abiertas	54
<b>CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA</b>	<b>55</b>
4.1. Tipo de Investigación	55

4.2. Selección de Muestras	55
4.3. Métodos e instrumentos	56
4.4. Recolección de Datos	57
4.4.1. Encuesta Exploratoria	57
4.4.2. Encuesta Definitiva	62
4.5. Análisis de Validez y Confiabilidad del instrumento	63
4.5.1. Validez del instrumento	63
4.5.2. Fiabilidad del instrumento	64
<b>CAPÍTULO V: RESULTADOS</b>	<b>66</b>
5.1. Análisis de Datos por dimensiones	66
5.2. Análisis Global por dimensiones	91
5.3. Análisis Descriptivo	94
<b>CAPÍTULO VI: DISCUSIÓN DE RESULTADOS</b>	<b>106</b>
<b>CAPÍTULO VII: APORTES</b>	<b>113</b>
<b>CAPÍTULO VIII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	<b>119</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>123</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>126</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 2.1. Percepción de la calidad y satisfacción del cliente	23
Gráfico N° 2.2. Modelo de las brechas sobre calidad en el servicio	35
Gráfico N° 5.1: Elementos de Fiabilidad	69
Gráfico N° 5.2: Puntaje Promedio obtenido en la Dimensión de Fiabilidad	70
Gráfico N° 5.3: Elementos Tangibles	72
Gráfico N° 5.4: Puntaje Promedio obtenido en la Dimensión de Tangibles	74
Gráfico N° 5.5: Elementos de Seguridad	76
Gráfico N° 5.6: Puntaje Promedio obtenido en la Dimensión de Seguridad	79
Gráfico N° 5.7: Elementos de Empatía	81
Gráfico N° 5.8: Puntaje Promedio obtenido en la Dimensión de Empatía	84
Gráfico N° 5.9: Elementos de Responsabilidad	86
Gráfico N° 5.10: Puntaje Promedio obtenido en la Dimensión de Responsabilidad	89
Gráfico N° 5.11: Puntaje Promedio Obtenido por Dimensiones	91
Análisis de Datos – Encuesta Exploratoria:	
Gráfico N° 4.1. Respuesta a la pregunta N° 1	135
Gráfico N° 4.2. Respuesta a la pregunta N° 2	135
Gráfico N° 4.3. Respuesta a la pregunta N° 3	136
Gráfico N° 4.4. Respuesta a la pregunta N° 4	137
Gráfico N° 4.5. Respuesta a la pregunta N° 5	137
Gráfico N° 4.6. Respuesta a la pregunta N° 6	138
Gráfico N° 4.7. Respuesta a la pregunta N° 7	139
Gráfico N° 4.8. Respuesta a la pregunta N° 8	140
Gráfico N° 4.9. Respuesta a la pregunta N° 9	141
Gráfico N° 4.10. Respuesta a la pregunta N° 10	142

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 3.1. Escala de Pensiones 2008	53
Tabla 3.2. Facultades y Escuelas 2008	53
Tabla 4.1. Resultado del Test KMO y prueba de Bartlett	64
Tabla 4.2. Análisis de confiabilidad del instrumento SERVQUAL aplicado	65
Tabla 5.1. Promedio y desviación estándar de las puntuaciones de cada uno de los ítems de la encuesta de percepción	94
Tabla 5.2. Distribución de los 32 ítems estudiados respecto a las dimensiones y atributos del modelo de Zeithaml y Bitner (2002)	95
Tabla 6.1. Resumen de Resultados del Nivel de Satisfacción por Dimensiones	112
Tabla 4.3. Población de Estudiantes matriculados en el 2007-II	129
Tabla 5.3. Puntajes Promedios obtenidos en los ítems de evaluación de la Dimensión de Fiabilidad de la Oficina de Pensiones – Proceso de Categorización de Pensiones	130
Tabla 5.4. Puntajes Promedios obtenidos en los ítems de evaluación de la Dimensión de Tangibles de la Oficina de Pensiones – Proceso de Categorización de Pensiones	130
Tabla 5.5. Puntajes Promedios obtenidos en los ítems de evaluación de la Dimensión de Seguridad de la Oficina de Pensiones – Proceso de Categorización de Pensiones	130
Tabla 5.6. Puntajes Promedios obtenidos en los ítems de evaluación de la Dimensión de Empatía de la Oficina de Pensiones – Proceso de Categorización de Pensiones	131
Tabla 5.7. Puntajes Promedios obtenidos en los ítems de evaluación de la Dimensión de Responsabilidad de la Oficina de Pensiones – Proceso de Categorización de Pensiones	131
Tabla 5.8. Puntajes Promedios Globales obtenidos en la evaluación de las cinco Dimensiones de la Oficina de Pensiones – Proceso de Categorización de Pensiones	131
Tabla 5.9. Nivel de Satisfacción con el Servicio que brinda la Oficina de Pensiones – Dimensión de Fiabilidad	132
Tabla 5.10. Nivel de Satisfacción con el Servicio que brinda la Oficina de Pensiones – Dimensión de Elementos Tangibles	132

Tabla 5.11. Nivel de Satisfacción con el Servicio que brinda la Oficina de Pensiones – Dimensión de Seguridad 133

Tabla 5.12. Nivel de Satisfacción con el Servicio que brinda la Oficina de Pensiones – Dimensión de Empatía 133

Tabla 5.13. Nivel de Satisfacción con el Servicio que brinda la Oficina de Pensiones – Dimensión de Responsabilidad 134

## **ÍNDICE DE FIGURAS**

Figura 7.1. Proceso actual de Categorización de Pensiones	116
Figura 7.2. Rediseño del Proceso de Categorización de Pensiones	116

# CAPÍTULO I

## I.- INTRODUCCIÓN

Hoy en día, las empresas deben contar con una organización e infraestructura adecuadas para alcanzar con éxito su desarrollo, y ser competentes en el mercado. Esto exige mucha dedicación, preparación, capacitación y perseverancia; por lo que se debe determinar claramente los objetivos, las metas a alcanzar, y las estrategias que utilizarán para la consecución de lo planificado, trabajando con eficiencia y eficacia.

La Universidad Católica “Santo Toribio de Mogrovejo”, es una Institución Educativa que se dedica a la formación de profesionales, inculcando valores morales y fomentando la investigación y la proyección a la comunidad. Cuenta en su Organigrama estructural con diversas áreas funcionales, que en forma conjunta y coordinada, hacen que la Universidad cumpla con los objetivos trazados.

Una de ellas es el Área de Caja y Pensiones, que se dedica principalmente al Control General de Pagos por concepto de enseñanza, siendo parte de su trabajo el trato personal y directo con toda la comunidad universitaria y público en general, ofreciendo las condiciones necesarias a los usuarios para el cumplimiento de sus obligaciones para con la USAT, como: diferir fechas de pago de pensiones o establecer convenios; en especial para familias de bajos recursos económicos. Cabe mencionar en este punto la importancia que es la Categorización de pensiones, ya que esta obedece a una calificación socioeconómica que realiza la Oficina de Pensiones a todos los postulantes de las distintas modalidades de ingreso que ofrece la USAT, con el objetivo de establecerles una Escala de Pensión de enseñanza acorde a su realidad de vida.

Asimismo, desde hace varios años la competencia en el entorno nos viene demostrado que unas de las razones principales por las cuales muchas familias de la comunidad Lambayecana y de los departamentos de la zona nor oriental prefieren a la USAT, es por contar con un Sistema de Pensiones Escalonadas

que les permite en parte resolver sus problemas económicos. De esto nace la inquietud de realizar el presente estudio de investigación sobre la percepción de la calidad del servicio de las familias en lo referente a la categorización de pensiones.

Para ser competitivos, es conveniente que exista una conciencia de Cultura y disposición de servicio en los trabajadores, siendo esto, uno de los principales retos que las empresas educativas superiores deben lograr para el cumplimiento de sus objetivos. Es así que, el diseño de los procesos administrativos, los sistemas de información, el comportamiento, el trabajo en equipo, los ambientes para trabajo, la motivación, etc, son varios de los problemas que dichas instituciones de hoy afrontan para brindar un mejor servicio al usuario final o cliente, es decir, un servicio con calidad, que satisfaga sus expectativas; y de esta manera mantener su permanencia en los distintos mercados laborales.

Por lo tanto, es competencia de la Oficina de Pensiones de la USAT, afrontar este reto, con el fin de ofrecer a sus estudiantes pensiones escalonadas que estén al alcance de sus posibilidades económicas, y lograr de alguna manera satisfacer las necesidades socioeconómicas de las familias que confían en que la universidad dará la mejor educación superior a sus hijos, es decir una educación de calidad.

### **1.1. Planteamiento del problema**

¿Cuál es la percepción de la calidad del servicio de las familias de los estudiantes en cuanto a la escala de pensión de enseñanza asignada por el área de Caja y Pensiones de la USAT?

## **1.2. Objetivo General**

Medir la percepción de la calidad del servicio de las familias de la USAT, en cuanto al servicio de Categorización en el área de Caja y Pensiones.

## **1.3. Objetivos Específicos**

- Identificar y evaluar la percepción de los principales aspectos que intervienen en la categorización de pensiones de enseñanza.
- Determinar el nivel de percepción de la calidad del servicio de las familias por la escala de pensión de enseñanza asignada a sus hijos en el proceso de categorización.
- Determinar la calidad de servicio o satisfacción en la categorización de pensiones que ofrece la Oficina de Pensiones en la USAT.
- Proponer un sistema de mejoramiento y evaluación del servicio de categorización de pensiones para una mejora continua.

## **1.4. Justificación**

En los últimos años las estrategias que toman las organizaciones para el servicio al cliente con el fin de satisfacer sus necesidades primordiales, hacen que se diferencien unas de otras y por el cual obtienen ventajas competitivas.

En la Universidad Católica “Santo Toribio de Mogrovejo”, el trabajo en el Área de Caja y Pensiones radica en la atención diaria a toda la comunidad universitaria (estudiantes, padres de familia y trabajadores en general) y público en general, en cuanto a las pensiones de enseñanza. En este sentido, y con el firme propósito de mejorar para ofrecer una atención de calidad a sus usuarios, es que se ha determinado por medio de una atención

personalizada, amable y oportuna, dar soluciones rápidas y creativas con el fin de satisfacer sus necesidades económicas en lo que se refiere a las escalas de pensiones que se asignan a los estudiantes mediante el proceso de categorización, y de esta manera cumplir con eficiencia su función principal que es el Control General de Pagos de Pensiones por concepto de Enseñanza que ofrece la USAT.

### **1.5. Alcance**

El estudio comprende un análisis externo de la percepción de la calidad del servicio de las familias que han recibido una escala de pensiones de enseñanza para sus hijos en el proceso de categorización de pensiones que ofrece la USAT, el cual servirá para identificar y mejorar los aspectos más importantes que intervienen en dicho proceso, y de esta manera poder realizar una buena y eficiente evaluación socioeconómica de los expedientes presentados en los distintos procesos de admisión.

# CAPÍTULO II

## II.- MARCO TEÓRICO

### 2.1. Antecedentes del Problema

En la Universidad Católica “Santo Toribio de Mogrovejo” a nivel de tesis, se realizan estudios para medir la calidad de servicios que se ofrecen en sus distintas áreas funcionales, y también, en distintas empresas de la localidad; por tanto, investigar sobre el servicio de atención de calidad en el Área de Caja y Pensiones en cuanto al Proceso de Categorización de Pensiones, tema de la presente tesis, contribuirá al logro de uno de los principales objetivos trazados por dicha área.

Ante este panorama de investigación, se hace necesario revisar estudios anteriores que tengan relación con el tema mencionado. A continuación, algunos estudios realizados sobre calidad en el servicio de atención al cliente, que son afines al presente estudio.

**Díaz (2005);** Realizó una investigación sobre calidad de servicio: “Validación de una escala de medida para la determinación de la calidad de servicio en una Institución de Educación Superior”, en donde los clientes fueron los estudiantes; a diferencia del presente estudio que es sobre la percepción de la calidad del servicio de las familias de la USAT, en cuanto a la Categorización de Pensiones asignadas a sus hijos, está dirigida a los padres; pero por ser casi de las mismas características en cuanto a determinar la calidad en el servicio en dicho proceso, se ajusta al tipo de análisis a realizarse.

Los resultados obtenidos en dicha investigación, sugiere al elemento tangible como el factor principal que determina la calidad de servicio percibida por los estudiantes, mostrando la importancia que tienen para los consumidores, la apariencia de la infraestructura o instalaciones físicas y los equipos de una universidad. El segundo factor en importancia, aparece la empatía, de acuerdo a la correlación encontrada entre el factor y la puntuación

SERVQUAL ponderada y la intensidad de asociación de este factor, no difiere mucho de los elementos tangibles que ocupan el primer lugar.

Por lo tanto, se concluye que la Metodología SERVQUAL, puede ser usada en una institución de educación superior, con el fin de realizar la medición de la calidad de servicio.

**Vilchez (2006);** Elaboró un estudio utilizando precisamente la Metodología SERVQUAL, que es un instrumento de escala multidimensional que sirve para capturar las percepciones y las expectativas del cliente sobre la calidad del servicio y que tiene un alto nivel de fiabilidad y validez para las empresas en determinar si vienen dando un servicio de calidad. Dicho estudio fue aplicado a la Financiera Falabella de la ciudad de Chiclayo, con el fin de construir un cuestionario para medir la calidad de servicio. De igual manera, este tipo de medición para determinar la calidad en el servicio, se puede aplicar en los servicios que ofrece la Oficina de Pensiones de la USAT, en este caso para analizar el proceso de categorización de pensiones, materia de esta investigación, tomando en cuenta: los diseños de los procesos, sistemas de información, infraestructura adecuada y una atención personalizada de los empleados.

Producto de ese estudio realizado a dicha entidad financiera, se obtuvo como resultado, que el mejor instrumento para medir la calidad de servicio, fue la proporcionada por el análisis basados en las percepciones, en vista de que sus correlaciones fueron positivas, elevadas; de coeficientes adecuados y lo más importante fue la consistencia de sus resultados, ya que cada variable resultante se adecua mejor a cada factor analizado: Factor 1: Buena atención e información al cliente; Factor 2: Comodidad y facilidades de pago, y Factor 3: Beneficios globales percibidos; y todo esto, a pesar de presentar puntuaciones un tanto menores en comparación con el análisis basado en la diferencia de percepciones y expectativas.

**Hurtado (2006);** Estando a cargo de la Dirección de Información Estadística de la USAT, se elaboró un informe de investigación con título: "Nivel de Calidad del Proceso Matrícula del 2006-II de la Universidad Católica "Santo

Toribio de Mogrovejo” – Chiclayo 2006” a solicitud de la Comisión del Proceso de Matrícula del Semestre 2006-II de la USAT, con el fin de determinar el nivel de Calidad del proceso de matrícula desde el punto de vista de la percepción de los estudiantes que acudieron a realizar dicha matrícula.

El enfoque metodológico que se utilizó para medir la calidad fue con la escala SERVQUAL, relacionándolo con la matrícula por Internet, la oficina de Informes y Servicios complementarios, área de Caja y Pensiones, oficina de Evaluación y Registro y una valoración sobre la eficiencia de los procesos en cada una de las áreas.

Este estudio tiene relación con la presente investigación, ya que se trata de determinar el nivel de satisfacción de las familias de los estudiantes en el proceso de categorización de pensiones.

Precisamente en lo referente a la Oficina de Caja y Pensiones, el resultado de la evaluación global de la satisfacción, obtuvo una aceptación promedio de:  $3.53 \pm 0.769$ , la cual indicó una satisfacción media con el servicio brindado, reflejando un puntaje promedio esperado de:  $4.37 \pm 0.814$ , que no alcanza un nivel de calidad bueno, concluyendo este como deficiente. Cabe señalar que el puntaje de aceptación promedio (Percepciones) obtenido en el ítem 37: “Resultados de servicio de Categorización y Convenios, si se ajustan a sus necesidades”, fue de:  $3.28 \pm 1.157$ ; mientras que el puntaje promedio esperado (Expectativas), fue de:  $4.38 \pm 0.93$ ; y una brecha de:  $-1.09$ .

En cuanto al servicio de atención, el 75.8% de estudiantes, manifestaron que recibieron una atención eficiente en la Oficina de Caja y Pensiones, en vista de que el personal les inspira seguridad y confianza y existe una comunicación directa y fluida.

## **2.2. Bases teórico – científicas**

Actualmente, muchas organizaciones han detectado que para ser exitosas, dependen de cómo pueden lograr la satisfacción de sus clientes. A la vez, existen muchos programas de servicio al cliente que no funcionan como deben ser, algunos cumplen sus metas por cierto tiempo, pero al final no atienden totalmente con las nuevas demandas de los clientes (Wellington 1997, 5).

En todo tipo de empresas, incluyendo las de educación superior universitaria, el carácter de las personas y la cultura de la organización, son los principales pilares que sostienen una filosofía de valores y principios que agilizan la voluntad de los empleados y los hacen más productivos con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes: estudiantes, padres de familia, y público en general (Lescano 2003, 233).

Por eso, en las universidades, en las distintas áreas de atención a los clientes, en este caso, la Oficina de Pensiones de la USAT, los valores de trabajo en equipo, implican la necesidad de un cambio en la cultura de esta área funcional; esto hará que aumente la satisfacción tanto de los trabajadores, como la de los usuarios (James 1997,36).

Es así que la motivación de los empleados es importante, sobre todo cuando se les delega responsabilidad, ya que hace que la resolución de problemas de los clientes sea más rápida y confiable, dando como resultado una mejora en la calidad, logrando que la atención personal sea más fluida y atractiva (Horovitz 2000, 97).

Por tanto, los trabajadores de una institución de educación universitaria, deben sentir una satisfacción por su trabajo, la cual abarca un conjunto de sentimientos y emociones con que ellos desarrollan su labor y que va de la mano con sus actitudes personales; esto será importante para el servicio de atención que brindan principalmente a los estudiantes; por lo que la Oficina de Pensiones debe mostrar a su público que el trabajo que realizan, lo hacen pensando en satisfacer sus necesidades (Keith y Newstrom 2003,246).

### **2.2.1. Satisfacción del cliente**

Para definir un concepto de satisfacción, hay que ver que éste término proviene del latín *satis* (bastante) y *facere* (hacer). Por lo tanto, el concepto está relacionado con un sentimiento de “estar saciado”. La visión de la satisfacción está asociada a una “sensación de contento” donde asume que el producto o servicio posee un rendimiento continuo y satisfactorio (Martínez-Tur *et al.* 2001, 30).

Ante esta definición, Richard L. Oliver (citado por Zeithaml y Bitner 2002, 94-95), un experto investigador sobre satisfacción dice textualmente: “Todo el mundo sabe qué es la satisfacción, hasta que se le pide que la defina. Entonces parece que nadie sabe”. Para él, la satisfacción es la respuesta a los deseos de los clientes; es pues, un juicio o evaluación que hace el cliente referente a un producto o servicio en cuanto a que si este estuvo a la altura de sus necesidades y expectativas. Si no obtiene esto, el resultado se llama insatisfacción.

Por lo tanto, la satisfacción del cliente está influenciada por las características importantes y específicas del producto o servicio, las percepciones de la calidad, las respuestas emocionales de los clientes, así como sus atribuciones y percepciones de equidad. Esto último responde a las preguntas que muchos clientes se hacen: ¿me tratan igual en relación con el trato que le dan a otros clientes?, ¿pagué un precio justo por el servicio recibido?; entonces, esta parte referente a la justicia adquiere vital importancia en cuanto a las percepciones de la satisfacción de los clientes respecto a los productos y servicios.

Asimismo, para ayudar a dar otro concepto de satisfacción, Díaz y Miranda (2003, 18), la definen como:

"Un juicio post consumo de un producto o servicio que verifica el cumplimiento o alcance de unas metas o estándares basados en expectativas cambiantes según la etapa del proceso global de consumo y que dan como resultado una percepción psicológica de

agrado o desagrado de lo experimentado en todo el proceso, que va desde la etapa de selección hasta el final de la experiencia misma de uso o consumo del producto/servicio"

Es por eso que, las empresas de hoy, tienen como desafío desarrollar estrategias de supervivencia para mantenerse en los mercados tanto industriales como de servicios, buscando la satisfacción de sus clientes por medio de la calidad en la atención a sus necesidades (Abascal 2002,38).

Por lo tanto, el nivel de calidad que logran las organizaciones, dependen en gran parte, de la percepción que los clientes tengan de la satisfacción de sus necesidades y expectativas (Pérez-Fernández 1999, 44).

### **2.2.2. Calidad**

En la actualidad, no hay un único concepto de calidad. Según Reeves y Vendar, 1994 (citado por Martínez-Tur *et al.* 2001, 36-37) se distinguen cuatro formas de entender la calidad: (1) como "excelencia": las organizaciones deben obtener el mejor de los resultados; (2) como "valor": el mejor bien de consumo depende de la calidad misma y el precio; (3) como "ajuste a las especificaciones": se mide por el rendimiento organizacional; y (4) como "satisfacción de las expectativas de los usuarios o consumidores": mide el grado de atención o no atención a las expectativas que esperan los clientes.

Para Zeithaml y Bitner (2002,101), define la calidad como un componente principal de las percepciones del cliente. Por lo que, cuando se da un servicio puro, la calidad es el elemento que prácticamente define la evaluación de los clientes. En casos cuando se ofrece un servicio y un producto físico a la vez, la calidad en el servicio de igual manera puede ser básica para determinar la satisfacción del cliente. Para lograr esta evaluación, primero se analizan diferencias entre proceso y calidad técnica de los resultados, luego se estudian las

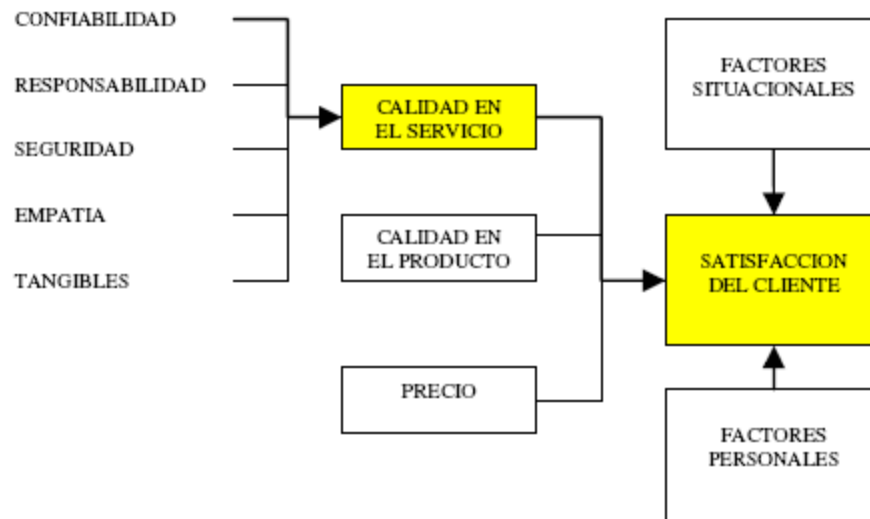
cinco dimensiones de la calidad en el servicio: Confiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía y tangibles.

La calidad, objetivamente, no existe. Es un concepto que encierra siempre algo subjetivo. Esta, como los criterios de belleza, varía mucho y depende de las personas. Se puede decir entonces, que Calidad es lo que el cliente espera recibir por lo que está dispuesto a pagar (Fernández 2003, 51-52).

De las muchas definiciones que existen sobre calidad, Díaz y Miranda (2003, 13), en un estudio realizado sobre los conceptos de calidad y satisfacción, nos dan una definición propia sobre calidad, que es: “La propiedad atribuible a un producto o servicio en términos valorativos subjetivos, que lo identifican como diferente (superior o inferior) de otros semejantes, en relación a ciertos estándares objetivos y subjetivos que son reflejo de las necesidades y expectativas de los consumidores y que se busca satisfacer con una oferta del producto o servicio a precios que deben ser coherentes con la valoración previa, hecha por el consumidor”.

Desde este punto de vista la percepción de la calidad de servicio es un componente de la satisfacción, nos dice Zeithaml y Bitner, 2002 (citado por Díaz y Miranda 2003, 15); ver gráfico N° 2.1.

## Gráfico N° 2.1. Percepción de la calidad y satisfacción del cliente



Tomado de "Marketing de Servicios", Zeithaml V. y Bitner M. 2002

### 2.2.3. Servicios

Los servicios son hechos y acciones que se llevan a cabo para los clientes. En estos se incluyen todas las actividades económicas, tanto las que se consumen al momento en que se produce determinado producto, como las que proporcionan valor agregado que añaden aspectos de conveniencia, entretenimiento, oportunidad, comodidad, etc., que son preocupaciones de carácter intangibles para quienes adquieren un producto o servicio por primera vez.

Hoy en día, buscar una definición de servicios, ha originado cierta confusión entre las personas cuando tratan de explicar un concepto de servicio y las industrias que corresponden a este sector en la economía (Zeithaml y Bitner 2002, 3).

En toda empresa, la orientación hacia el servicio comienza en tener claramente definido en el mercado donde se encuentra y del entorno donde se desempeñan, teniendo la certeza de lo que se ofrece, esté acompañado de una capacidad de compromiso y sacrificio tales, que

orienten todo el proceso del negocio hacia la satisfacción y vinculación de sus clientes internos y externos (Lescano 2003, 33).

Un servicio implica establecer su configuración y los estándares esperados para su función; teniendo en cuenta en realizar una profunda investigación de mercado para buscar un posicionamiento del servicio que ofrece una empresa y así poder distinguirlo del de la competencia.

Un servicio también implica determinar la manera de cómo hacer llegar dicho servicio al consumidor final, para que este tenga éxito; teniendo que estar siempre disponible para poder lograrlo. En resumen, un servicio sólo es viable, si el cliente puede conseguirlo sin ningún inconveniente (Cobra 2000, 151-152).

Tener presente, que la estrategia para un buen servicio, se comprueba a través de los ojos del cliente; por lo que las empresas deben darse cuenta que es lo que les interesa, que es lo que los dejará totalmente satisfechos (Horovitz 2000, 1).

#### **2.2.4. Diferencia entre Servicios y Servicio al cliente**

Para comenzar, los servicios abarcan una gran diversidad de industrias. Una gran cantidad de empresas son consideradas como compañías de servicios; pero todas, comercializan y prestan servicios a los clientes. Por tanto, el servicio al cliente, es aquel que se da en apoyo al desempeño de los productos básicos de las organizaciones. Dicho servicio se presenta en el mismo ambiente de la empresa, por ejemplo, cuando un trabajador de un supermercado ayuda a los clientes a ubicar determinado artículo o les responde algunas preguntas para orientarlos; o puede ser vía teléfono o por internet. Normalmente, el servicio al cliente es gratuito. Hay compañías que tienen empleados que atienden todo el día llamadas en servicio al cliente (Zeithaml y Bitner 2002, 4-5).

De ahí, que la clave del éxito en el servicio, están en las pequeñas iniciativas diarias, en cada contacto, en cada interacción con los usuarios, es decir, en el cuidado de los detalles y no en los grandes esfuerzos, convirtiéndose el trabajo en una pasión, originando que las actividades de las empresas funcionen de manera ágil y sincronizadas (Lescano 2003, 34).

En definitiva, el objetivo de cualquier servicio se orienta a mantener y aumentar la cantidad de clientes, logrando que estén satisfechos y se identifiquen con la organización con la empresa que les da el servicio, permitiéndoles de esta manera alcanzar los resultados económicos esperados (Lescano 2003,57).

## **2.2.5. Naturaleza y características del servicio**

### **2.2.5.1. Intangibilidad**

Es la diferencia que existe entre los productos y los servicios, ya que estos últimos se consideran acciones y no objetos; por tanto, no es posible verlos, sentirlos, tocarlos ni degustarlos como se hace con los productos o bienes tangibles. En el marketing, la intangibilidad plantea algunos desafíos, entre ellos: los servicios no se pueden inventariar, por lo que se hace difícil administrar la fluctuación o variación de la demanda.

De igual forma, los servicios no se pueden medir rápidamente si son efectivos y no es fácil conversar con los clientes sobre ellos, dando como resultado problemas a los consumidores cuando quieren evaluar su calidad. (Zeithaml y Bitner 2002, 15-16).

Ante esta afirmación, se sabe que los servicios son más intangibles que tangibles; pero hay dos formas de hacerlos

tangibles: la entrega y la configuración física del servicio. Por ejemplo: una tarjeta de débito de un banco, es una forma de configurar los servicios que ofrece un banco como: consulta de saldo, depósitos, retiros, chequeras, etc. (Cobra 2000, 153).

Para Lescano (2003, 96), lo intangible necesita de lo tangible, es decir, que los servicios necesitan de elementos palpables para que den cara al cliente para poder ser gestionados; por tanto, para tangibilizar el servicio, es de mucha importancia evaluar el tipo de servicio que se va dar. Hay organizaciones que aún no han aprendido convertir en tangibles sus servicios.

#### **2.2.5.2. Heterogeneidad**

La heterogeneidad es una característica del servicio, que se puede considerar como una debilidad, ya que no permite proporcionar un servicio homogéneo y uniforme, originado por el diseño de procesos, uso de tecnologías, los sistemas de organización, etc.; pero principalmente, ésta radica en el factor humano de las empresas, es decir, en las personas(Lescano 2003,102).

Esta se basa en que los clientes son distintos unos de otros; cada uno tiene sus gustos propios o experimentan un servicio de manera única. Se considera por consiguiente una interacción entre las personas, entre el empleado y el cliente o entre ellos mismos, y de todo lo que deseen producto de esa relación. En el marketing, la heterogeneidad de los servicios, es para las empresas o personas un reto dar un servicio de calidad sostenida.

La calidad depende entonces de: capacidad del cliente para expresar sus pedidos, la habilidad, la disposición del personal para satisfacer dichos pedidos, la presencia o ausencia de los

clientes, y el nivel de la demanda del servicio. (Zeithaml y Bitner 2002, 16).

Por eso, la heterogeneidad del servicio escapa a la gestión del marketing, ya que exige una disciplina especial que sólo los directivos de las organizaciones pueden transmitir por medio de estilos auténticos orientados al servicio, basados en tres elementos claves: incorporando empleados idóneos; dándoles una debida capacitación, entrenamiento y desarrollo; y estableciendo políticas con estilos de dirección coherentes. De esta forma, se gestionará convenientemente la heterogeneidad (Lescano 2003, 104).

#### **2.2.5.3. Producción y consumo simultáneos**

La mayoría de bienes primero se producen, luego se venden, y luego se consumen; en cambio, casi todos los servicios primero se venden, luego se producen, y se consumen en forma simultánea, por lo que resulta difícil que estos, se produzcan en masa.

En esta realidad, la calidad de servicio y la satisfacción del cliente dependen de lo que suceda en tiempo real, lo cual se incluyen las acciones del personal de las organizaciones y su interacción con los usuarios. De allí, que como resultado de la producción y el consumo simultáneos, el cliente se involucra y presencia el proceso de producción, pudiendo afectar el resultado de la transacción del servicio positivamente o negativamente. En este punto, hay que tener en cuenta a los “clientes difíciles”, ya que pueden influenciar en el resto de clientes, reduciendo el nivel de satisfacción por los servicios que reciben (Zeithaml y Bitner 2002, 16 -17).

#### **2.2.5.4. Perecederos**

Este término se refiere al hecho de que un servicio no puede preservarse, almacenarse, revenderse o regresarse. Con un bien o producto, sucede lo contrario, ya que puede inventariarse, revenderse o devolverse cuando el cliente no queda satisfecho. Es aquí donde los especialistas en marketing tienen problemas en relación con lo perecedero, ya que no puede ser almacenado, teniendo que desarrollar para los servicios en general, estrategias de recuperación para cuando las cosas no dan el resultado esperado (Zeithaml y Bitner 2002, 17 -18).

#### **2.2.6. El cliente y sus expectativas del servicio**

Se definen como creencias que tienen que ver directamente con la prestación del servicio que funcionan como puntos de referencia contra los cuales se juzga o se mide su desempeño.

Al respecto, los clientes son los que compararan sus percepciones con estos puntos de referencia al evaluar la calidad de servicio recibido; por lo que se hace necesario que los especialistas en marketing de servicios, conozcan de cerca las expectativas que tienen los consumidores acerca del servicio. Conocer las expectativas de los clientes es muy importante para llegar alcanzar un servicio de calidad. El propósito fundamental es comprender las expectativas, administrarlas y medirlas. (Zeithaml y Bitner 2002, 62-63).

Es por eso, que la investigación de las expectativas de los clientes, es el primer paso para poder establecer estándares de calidad para un servicio.

Según Bolton y Drew, 1991 (citado por Cobra 2000, 142-143), desarrollaron una metodología de comparación de la calidad basada en la relación entre el proceso de no confirmación, la expectativa y el

desempeño del servicio en consonancia con respecto a la expectativa real de la calidad de servicio. De esto se afirma que la satisfacción resultante del consumo de un servicio no es sólo un fenómeno del conocimiento, sino que implica la afectividad y los sentimientos del consumidor, quien se siente bien cuando está satisfecho; y mal cuando está insatisfecho.

### **2.2.7. Factores que influyen las expectativas del cliente en relación al servicio**

Constituyen muchas fuerzas que tiene influencia sobre las expectativas del cliente y que son incontrolables; estas son:

1. Las experiencias que el cliente vive con otras compañías.
2. El efecto de publicidad sobre el estado psicológico de los clientes en el momento que se produce la prestación del servicio. En otras palabras, lo que esperan los clientes es tan variado como su educación, sus valores, y sus experiencias vividas. (Zeithaml y Bitner 2002, 70).

Al respecto, Pérez (1994, 93), nos da una serie de factores que contribuyen a formar parte de las expectativas que los clientes tienen al solicitar un servicio:

1. Experiencias previas con el suministrador del servicio
2. Referencias de terceros (publicidad).
3. Imagen y reputación (precio).
4. Contactos previos.
5. Avances tecnológicos
6. Aspectos relacionados con el desempeño del personal:
  - Facilidad en el trato (amabilidad).
  - Saber escuchar al cliente (confiabilidad).
  - Capacidad de sintonizar las expectativas del cliente (empatía).
  - Buena comunicación con los clientes.

- Disponibilidad personal en el servicio.
- Capacidad técnica en el desempeño de sus trabajo, para que transmita confianza y seguridad al cliente (profesionalidad).
- Cumplir con las promesas.

#### **2.2.8. Cómo superar las expectativas de servicio al cliente**

Superar las expectativas del cliente, significa complacerlo en lo que se pide y además sorprendiéndole y dándole más de lo que espera; convirtiéndose prácticamente en una filosofía.

Entonces, una de las principales formas que permiten superar las expectativas del servicio, es la manera cómo se viene llevando la relación con el cliente (Zeithaml y Bitner 2002, 84-85).

Es también importante, la mejora de la calidad en el servicio; y para que se logre esto, es necesario las actuaciones tanto del personal, como el buen funcionamiento de los procesos y sistemas de la empresa, es decir, que la definición de los servicios deben estar bien adaptados a las necesidades y expectativas de los clientes; así se obtendría un valor agregado al servicio suministrado, consiguiendo adelantarse o sobrepasar las expectativas de sus usuarios, pudiendo alcanzar la excelencia y el liderazgo empresarial (Pérez 1994, 146-147).

De esta manera, es preciso mencionar que, el enfoque de servicio exige que las organizaciones de hoy, determinen con claridad quiénes y como son sus clientes, estableciendo los modos adecuados para brindarles sus servicios, inclusive, dándoles un servicio más allá de lo que ellos esperan (Lescano 2003, 35).

### **2.2.9. El cliente y sus percepciones de servicio**

Significa como el cliente valora el haber recibido un servicio de calidad o si está satisfecho. En este contexto, las percepciones se consideran siempre relacionadas con las expectativas, y estas pueden variar con el paso del tiempo, es decir, lo que hoy puede ser un servicio de calidad o las cosas quedan satisfechas a los clientes, mañana pueden ser diferentes.

Los clientes perciben los servicios en términos de su calidad y del grado en que se sientan satisfechos con sus experiencias en general. Las empresas en la actualidad saben que pueden ser más competitivas si sobresalen por la calidad del servicio que ofrecen y por el mejoramiento de la satisfacción de sus clientes (Zeithaml y Bitner 2002, 92-93).

Entonces es de vital importancia, la investigación de la percepción, donde se utiliza una combinación de información cualitativa y cuantitativa. En base a estos resultados de combinación, se pueden hacer buenas estrategias de marketing.

En el análisis cualitativo de la investigación se persigue identificar los atributos de calidad de servicio que más valora el consumidor. Una vez identificados dichos atributos que se puede hacer en una investigación piloto, se realiza una investigación cuantitativa tomando una muestra del universo de clientes del servicio de la empresa (Cobra 2000, 144).

### **2.2.10. Percepciones del cliente interno y del cliente externo**

Cuando se habla de las percepciones del cliente, se asume que las dimensiones del servicio y las formas en que el cliente califica el servicio son parecidas, independientemente si es un cliente interno o un cliente externo de la empresa.

El cliente externo, son las personas o empresas que compran bienes y servicios a una determinada organización; a estos se les denomina “clientes”.

El cliente interno, es el trabajador o empleado de una organización que dependen de otros empleados de la misma empresa para proveer internamente bienes y servicios (Zeithaml y Bitner 2002, 93).

### **2.2.11. Calidad de Servicio**

La calidad de un producto o un servicio es una definición que se crea en base a la experiencia de consumo personas, es decir, a las expectativas, necesidades y estándares que las personas tienen respecto a lo que van a consumir. El resultado es un juicio global o actitud relativa a la superioridad de un producto o un servicio frente a otro (Díaz y Miranda 2003, 13 – 14).

Hayes (1999, 2), hace referencia, que las compañías que poseen información exacta de las percepciones que sus clientes tienen acerca de la calidad de los servicios que ofrecen, tienen ventajas en la toma de decisiones para mejorar la atención a su clientela.

Ante este panorama, un factor importante son los procesos de control de la calidad de servicio, para los cuales se establecen estándares de servicio en función a los requerimientos del cliente (Christopher *et al.* 1994, 232-233).

Por tanto, es necesario establecer estándares de calidad, ya que estos dependen del correcto manejo de lo que en el servicio que es importante y de lo que no lo es en términos de calidad. Para esto se eligen los factores más importantes que determinan la calidad del servicio y que deben ser tomados en cuenta como parte de los criterios de trabajo y desempeño de los trabajadores de una empresa de servicios (Cobra, 146).

En la actualidad, muchos autores consideran que la calidad del servicio se divide en dos partes: una objetiva, bajo fundamentos de estándares externos que facilitan la ejecución de las tareas o recursos, y una subjetiva que da la posibilidad de comprender qué piensan los clientes sobre el servicio que recibieron (Reboloso *et al.* 2004, 358).

En esta fase de control de calidad se practican auditorías cada cierto tiempo, y lo realizan personas que no tienen responsabilidad en los resultados del plan de calidad aplicado. Ellas tienen autoridad para exigir información para que puedan hacer una evaluación eficaz de las actuaciones de calidad. El resultado de las auditorías estará sujeto a continuas mejoras (James 1997,81-82).

#### **2.2.12. Satisfacción versus calidad en el servicio**

Por consenso, se ha determinado que satisfacción y calidad son dos términos diferentes, pero que tienen ciertos aspectos comunes; es por esto que la satisfacción tiene un concepto más amplio, mientras que la calidad en el servicio se basa directamente en las dimensiones del servicio. Viéndolo de esta manera, la percepción de la calidad en el servicio es un componente de la satisfacción del cliente.

La calidad en el servicio, obedece a una evaluación que refleja las percepciones del cliente sobre dimensiones específicas del servicio como son: confiabilidad, responsabilidad, seguridad, empatía y tangibles. A diferencia de la satisfacción donde influyen sobre ella, percepciones de la calidad en el servicio, la calidad del producto y el

precio, así como factores situacionales y personales (Zeithaml y Bitner 2002, 93).

Entonces, hay una diferencia fundamental entre la prestación de un servicio y conseguir la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente, en vista de quien suministra el servicio establece las características de éste y de acuerdo a ellas actúa con el fin de conseguir clientes satisfechos. Por tanto, los objetivos operacionales deben dirigirse hacia la satisfacción antes que a la prestación, haciendo que la satisfacción sea de un nivel superior a la actuación o desempeño durante la prestación del servicio. Asimismo, se puede decir, que dar un servicio con garantía de bueno es relativamente fácil; lo difícil es garantizar que dicho servicio dará satisfacción al usuario independientemente de su calidad (Pérez 1994, 97).

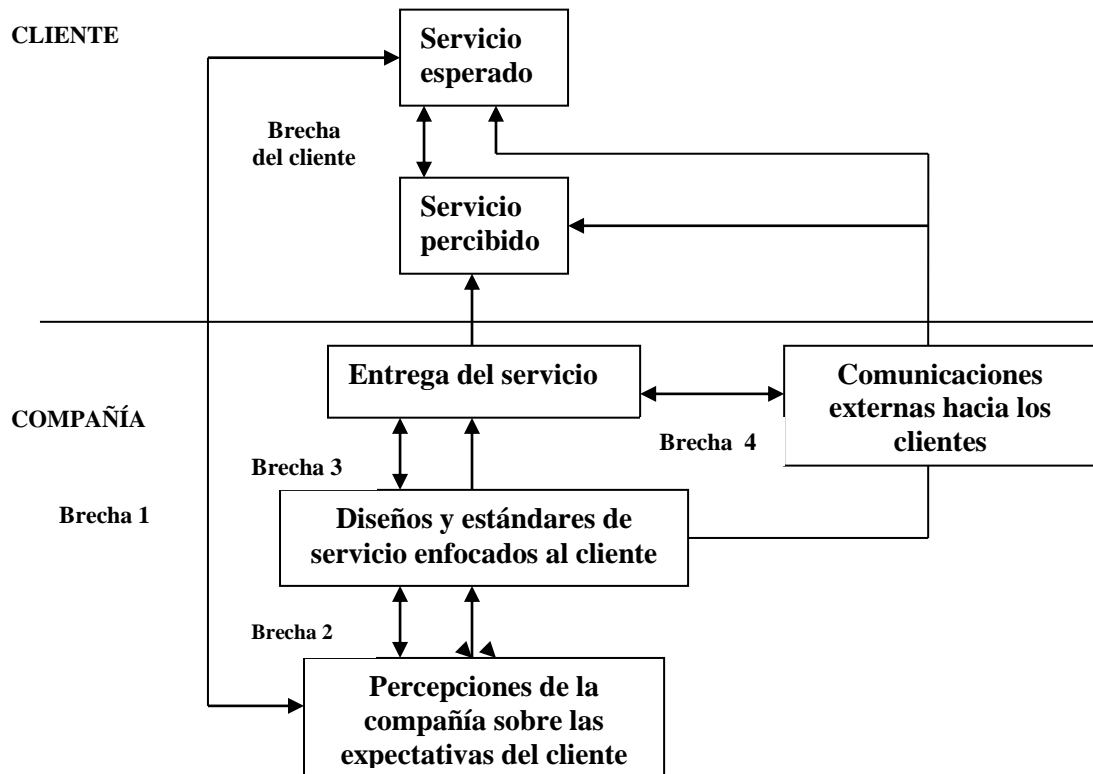
Al respecto, Salvador 2004b (citado por Reboloso *et al.* 2004, 358), nos dice que definitivamente entender que la calidad del servicio es un término independiente de la satisfacción, y esto implica suponer que los factores que intervienen en la calidad son distintos a los de la satisfacción. De este modo la calidad de servicio podría conceptualizarse como las percepciones sobre la experiencia con el mismo (Bolton y Drew, 1991; Cronin y Taylor. 1992; Gronroos, 1983), mientras que la satisfacción se basa en las expectativas las cuales se forman a partir de la experiencia o de la evaluación con el servicio (Bitner, 1990; Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1988).

### **2.2.13. Brechas sobre la calidad en el servicio**

Las brechas son las diferencias entre las expectativas del cliente y sus percepciones. Las organizaciones necesitan cerrar estas brechas a fin de satisfacer a sus clientes y de esta manera fidelizarlos.

**2.2.13.1. Modelo de las brechas según Zeithaml y Bitner (2002, 587).**

**Gráfico N° 2.2. Modelo de las brechas sobre calidad en el servicio**



**Fuente:** El Modelo Integral de las Brechas sobre Calidad en el Servicio- Cáp.18 – Marketing de Servicios -V. Zeithaml y M. Bitner (2002).

**Factores claves que generan las brechas del cliente:**

**Brecha 1:** No saber lo que el cliente espera

**Brecha 2:** No seleccionar los diseños y estándares de servicio correcto

**Brecha 3:** No entregar los estándares de servicio

**Brecha 4:** No igualar el desempeño con las promesas

#### **a) Brecha 1: No saber lo que el cliente espera**

- **Orientación inadecuada de la investigación de mercados:** investigación de mercados insuficiente; la investigación no está enfocada a la calidad en el servicio; y un uso inadecuado de la investigación de mercados.
- **Falta de comunicación ascendente:** Falta de interacción entre la administración y los clientes; poca comunicación entre los empleados de contacto y los administradores; y demasiados niveles entre el personal que atiende a los clientes y la administración superior.
- **Insuficiente enfoque en la relación:** No se realiza segmentación del mercado; se enfocan más las transacciones que las relaciones; y enfoque en los nuevos clientes en lugar de concentrarse en los que ya tienen una relación.
- **Recuperación inadecuada del servicio:** No se desarrollan estrategias adecuadas para enfrentar las fallas que se presenten en el servicio.

#### **Para minimizar la brecha 1:**

1. Saber entender a los clientes a través de variadas y efectivas estrategias de investigación.
2. Crear relaciones fuertes y entender las necesidades del cliente en el transcurso del tiempo.
3. Ejecutar efectivas estrategias de recuperación cuando las cosas no salen bien.

#### **b) Brecha 2: No seleccionar los diseños ni los estándares de servicio correctos**

- **Diseño deficiente del servicio:** Proceso no sistematizado para el desarrollo de nuevos servicios; diseños de servicio vagos e indefinidos; y no se establece un enlace entre el diseño del servicio y su posicionamiento.

- **Ausencia de estándares definidos en función del cliente:** No se definen estándares de servicio en función del cliente; la administración del proceso, no se enfoca de acuerdo a las necesidades del cliente; y no hay procesos formales donde se establezcan metas de calidad en el servicio.
- **Evidencia física y ambientes del servicio inapropiados:** El ambiente de servicio y el escenario físico donde se da éste, no es el apropiado.

**Para minimizar la brecha 2:**

1. Desarrollar estrategias efectivas para los servicios nuevos.
2. Desarrollar estándares de servicio enfocados al cliente.
3. Saber diseñar con eficiencia la evidencia física y los ambientes del servicio, de tal manera que igualen las expectativas del cliente.

**b) Brecha 3: No entregar el servicio de acuerdo con los estándares**

- **Deficiencias en las políticas de recursos humanos:** Ineficaz toma del personal; ambigüedad y conflictos en los papeles; los empleados cuentan con una tecnología deficiente; inapropiados sistemas de evaluación y compensación; y falta de empowerment (delegar poder y autoridad a los subordinados y de conferirles el sentimiento de que son dueños de su propio trabajo), control percibido y trabajo en equipo.
- **La oferta y la demanda no son iguales:** No se suavizan los picos y valles de la demanda, es decir, a menudo, las organizaciones de servicio se enfrentan a situaciones de demanda excesiva o insuficiente; capacidad inadecuada de las compañías para cubrir las necesidades del cliente (pierden ventas por la carencia de inventarios para manejar la demanda excesiva); y se depende mucho del precio para suavizar la demanda.
- **Los clientes no llevan a cabo sus papeles:** Desconocimiento de papeles y responsabilidades de parte de los clientes; y los clientes se afectan negativamente el uno al otro, ya que no proporcionan toda

la información necesaria al proveedor, poniendo en riesgo la calidad en el servicio.

**Para minimizar la brecha 3:**

1. Se requiere de buenas estrategias referente a los papeles de los empleados y clientes.
2. Asimismo, desarrollar estrategias operativas y efectivas referentes a los intermediarios y para sincronizar la demanda y la capacidad de servicio enfocados al cliente.

**b) Brecha 4: No igualar el desempeño con las promesas**

- **No hay comunicación integral en el marketing de servicios:** Existe una tendencia a ver todas las comunicaciones externas como independientes; no se incluye marketing interactivo en el plan de comunicaciones; y no hay un buen programa interno de marketing
- **Administración ineficiente de las expectativas del cliente:** No se administran las expectativas del cliente a través de todas las formas de comunicación; y no se le da al cliente una educación adecuada.
- **Promesas exageradas:** En la publicidad, en la venta personal y promesas exageradas con muestras de evidencia física (marketing interactivo).

**Para minimizar la brecha 4:**

1. Debe haber una buena comunicación integral en el marketing de servicios.
2. Fijar precios justos para los servicios.

En resumen, la calidad de un servicio, debe enfocarse en las necesidades de los clientes, tratando siempre de dar respuestas que satisfagan a dichas necesidades.

#### **2.2.14. Medida de la Calidad en el Servicio: Escala SERVQUAL**

Es de responsabilidad del director del área de atención y servicio al cliente, elaborar la metodología necesaria para medir la calidad de servicio de la forma más objetiva y precisa posible. Esta medición se puede concretar en dos tipos de procedimientos:

- Una medición cualitativa continua de la calidad de servicio por medio de la realimentación o feed-back.
- Una investigación cuantitativa periódica para medir formalmente y objetivamente hasta que punto, las características del servicio satisfacen los componentes o atributos de calidad de los clientes.

Esta medición se utilizará como el principal parámetro de gestión del servicio que se brinda y para proporcionar orientaciones claras con el fin de mejorarlo (Pérez 1994, 146).

Medir la calidad de servicio es un poco difícil de realizar, en vista de que se valora por cada persona que consume el servicio. En una entidad educativa, la calidad de servicio se percibe por medio de sus percepciones y expectativas; en este caso la calidad se determina por los estudiantes que reciben el servicio. Los resultados se analizan por promedios, ya que los calificativos que se obtienen son relativos y no permiten usar una escala absoluta (Díaz 2005, 72).

## **Escala SERVQUAL**

La escala SERVQUAL, es una escala multidimensional que sirve para capturar las percepciones y las expectativas del cliente sobre la calidad del servicio. Como se sabe, esta escala se publicó por primera vez en 1988; y en el transcurrir del tiempo ha sufrido muchas mejoras y revisiones. Dicha escala contiene también elementos sobre las expectativas del cliente (Zeithaml y Bitner 2002, 168).

Este instrumento de medición nos permite pues, establecer los parámetros para medir el cociente de satisfacción o insatisfacción como: el nivel de expectativa y percepción, aspectos tangibles del servicio, el desempeño del servicio, la responsabilidad en la atención, la competencia en la atención y la capacidad del funcionario para ponerse en el lugar del cliente y poder imaginar como se siente éste con la atención (Cobra 2000, 146).

Martínez-Tur *et al.* (2001, 39) acotan al respecto, que el cuestionario de calidad de servicio más utilizado, desarrollado por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988), al que ellos denominaron SERVQUAL (service quality), tenía dos escalas: una que medía expectativas y otra que medía percepciones, pudiendo así obtener las diferencias algebraicas: percepciones – expectativas.

Estas diferencias entre expectativas y percepciones, que determinan la calidad de servicio, se valoran a través de una encuesta de 22 ítems, divididos en cinco dimensiones, que comprenden elementos: tangibles, de fiabilidad, capacidad de respuesta, de seguridad y empatía (Díaz 2005, 72).

Otro enfoque referente a la medición de la calidad de servicio nos explica Elizabeth Anderson, 1998 (citada por De Salvador, 2003,77) en base al principio de la soberanía del consumidor que dice: “evaluamos los estados sociales por el grado en que satisfacen las preferencias de los consumidores, tal como son expresadas en sus elecciones de

mercado”; siendo ésta una premisa que sirve de base al instrumento SERVQUAL para evaluar la calidad de los servicios. La calidad de servicio se concibe en términos de satisfacción de necesidades de los clientes, consumidores o usuarios, y la necesidad como la discrepancia entre las expectativas expresadas por ellos y sus percepciones que expresan y valoran sobre el servicio recibido.

#### **2.2.15. Dimensiones de la calidad en el servicio**

- **Confiabilidad o confianza:** Capacidad en el desempeño del servicio (seguridad y precisión).
- **Responsabilidad:** Disponibilidad de ayuda al cliente, dando un servicio con rapidez.
- **Seguridad:** Se refiere al conocimiento y cortesía de parte de los empleados, inspirando buena fe y confianza.
- **Empatía:** Atención individual y cuidadosa a los clientes.
- **Tangibles:** Son las instalaciones físicas, el equipo, el personal y materiales escritos.

Estas dimensiones representan en la mente del cliente la idea que ellos tienen de la calidad del servicio (Zeithaml y Bitner 2002, 103).

Algunas de estas dimensiones están relacionadas directamente con las actuaciones personales de los empleados de las empresas y los contactos que establecen ellos con los clientes; a esto le competen la empatía y la seguridad. De igual manera la capacidad de respuesta (responsabilidad) y la fiabilidad (confiabilidad) tienen que ver con las actuaciones del personal sobre todo en los sectores de gran nivel de contacto con los usuarios; ya que ellos relacionan el resultado obtenido en la atención con las actuaciones que perciben en los empleados de las empresas. Respecto a esto, el personal de una empresa puede actuar con buen nivel de calidad, siempre que reciba el apoyo necesario de la organización (Christopher *et al.* 1994, 109 -110).

### **2.2.16. Críticas a la Escala SERVQUAL**

A pesar de que actualmente la escala SERVQUAL es la más utilizada para los estudios de calidad en las organizaciones, a la vez, esta ha recibido muchas críticas, entre ellas lo que dice Buttle, 1996 (citado por Martínez-Tur *et al.* 2001, 64), determinando lo siguiente:

- a) Hay mucho deseo de parte de los clientes por contestar con expectativas elevadas, por lo tanto, las percepciones aportan más.
- b) La diferencias de igual valor aritmético entre percepciones y expectativas tienen diferente significado (entre alta y baja calidad).
- c) Es probable que una discrepancia negativa que no satisface los deseos de los clientes, signifiquen más que una positiva a pesar de ser simétricas.
- d) La medida de la escala SERVQUAL en algunos casos produce ambigüedad en su interpretación.
- e) Los datos que se recogen en base a expectativas y percepciones, pueden provocar cansancio y confusión en los clientes.

En cuanto a las controversias del modelo SERVQUAL, respecto a la validez, conceptualización y operacionalización de la medición de la calidad de servicio y su relación con la satisfacción del consumidor, Morales y Calderón 1999 (citado por Díaz 2005, 72) dice que no son más que evidencias de que aun es necesario desarrollar mayor investigación sobre estos temas.

### **2.2.17. Encuentros de Servicio o momentos de la verdad**

Estos momentos suceden en la interacción de los clientes con la empresa de servicio, que incluyen todos los detalles que conforman dicho servicio. A la unión de estos detalles o momentos de la verdad se le puede considerar como si fuese una cascada de encuentros del servicio. En estos encuentros se recibe una forma de foto instantánea de la calidad del servicio que da la empresa, y cada uno de estos encuentros, contribuye a la satisfacción general del cliente y continúe con seguir negociando con la organización. Todo esto, constituye potencialmente el determinar la satisfacción y lealtad del cliente (Zeithaml y Bitner 2002, 107-109).

Es así que la lealtad del cliente nace cuando éste está satisfecho por los servicios brindados, y se convierte prácticamente en promotor de la organización, sin que reciba algún incentivo a cambio (Brown 2001, 57)

### **2.2.18. Tipos de Encuentros de Servicio**

1. **A distancia:** Los que ocurren sin que se establezca un contacto directo entre las personas. Ejemplo: cuando un cliente de un servicio maneja un cajero automático.
2. **Por teléfono:** En este tipo de encuentro se producen mayores variaciones en la interacción: tono de la voz, la información que el empleado tenga sobre determinado tema, son cosas importantes para emitir un juicio de la calidad en el servicio.
3. **Personales:** Cuando se produce una relación directa entre el cliente y el empleado. En este tipo de encuentros es más difícil determinar y entender los problemas relacionados con la calidad del servicio que en los otros tipos de encuentros; aquí los comportamientos verbales y no verbales son determinantes de la calidad (Zeithaml y Bitner 2002, 110-112).

### **2.2.19. Fuentes de la Conformidad e inconformidad en los encuentros de Servicio**

Sin duda, muchos investigadores han determinado la importancia que tienen los encuentros de servicio en las percepciones de los clientes acerca de la calidad, y de esto, definir las fuentes de las percepciones favorables y desfavorables de los clientes.

Para lograrlo, han empleado una técnica llamada técnica del incidente crítico; por medio de ella, se logra que los empleados y clientes relaten palabra por palabra las historias que hayan experimentado en cuanto a que los encuentros del servicio hayan sido satisfactorios o insatisfactorios.

Dicha técnica plantea a los clientes externos e internos las siguientes preguntas, diciéndoles que imaginen que hayan tenido una experiencia de interacción haya sido buena o mala:

- ¿Cuándo sucedió dicho incidente?
- ¿Qué circunstancias especiales fueron las que favorecieron esa situación?
- ¿Qué fue exactamente lo que dijo o hizo el empleado (o la empresa)?
- ¿Cuál fue el resultado que lo hizo sentir que esa interacción fuera satisfactoria (o insatisfactoria)?
- ¿Qué pudo o debió haberse hecho de una manera distinta?

Ante este contexto, por lo regular, se le pide a los empleados observen a su empresa a través de los ojos de sus clientes, o mejor dicho que: “pónganse en los zapatos de los clientes de su compañía” (Zeithaml y Bitner 2002, 112-113).

Cobra (2000, 157), nos dice al respecto que un vendedor de servicios debe ponerse siempre en el lugar del cliente, para poder ver a su compañía con los ojos de este, y de esta manera darse cuenta que es lo que falta y como desearía ser atendido; en resumen, para una mejor

atención al cliente, es necesario comprender o saber con seguridad que es lo que quiere o necesita.

#### **2.2.20. Enlace con el cliente: El Proceso de fidelización**

En las organizaciones, se dice que el cliente es su razón de ser, buscando siempre satisfacer sus necesidades cada vez mejor, de manera que consolide un enlace continuo de confianza.

De igual forma sucede en las entidades educativas universitarias, donde el estudiante constituye el centro de atención, al cual dirigen todo su esfuerzo en busca de generar satisfacción en los servicios que se le brinda; y como es lógico, esto se hace extensivo a su familia y a todo público que recibe un determinado servicio. Por tanto, la palabra fidelización se utiliza para indicar la relación continua de un cliente con una marca o una empresa; ante esto, se considera más apropiado usar el término “enlace”, de tal sentido, de que este concepto incluye unos vínculos como enlaces entre el usuario y quien da el servicio (Lescano 2003, 169-170).

Lescano (2003, 171-172) agrega, que en la nueva gestión del marketing, existen tres fuerzas internas que las empresas tienen que realizar para hacer posible un enlace sólido con sus clientes, y de esta manera poderlos fidelizar:

- Primera fuerza: Que la empresa se convenza que ha de ser leal a sus clientes, es decir, que la lealtad no se compra, sino se gana.
- Segunda fuerza: Que la empresa sea capaz de generar un valor cada vez superior al cliente; para lograrlo, se requiere de mucho dinamismo, innovación y originalidad en el servicio brindado, y se hace buscando una relación más cercana por medio de nuevas necesidades y de la solución de los problemas de sus clientes.

- Tercera fuerza: Lograr primero un enlace sólido con sus trabajadores; es decir, contando con personal satisfecho e identificado en cada equipo de trabajo de la organización.

En esta última fuerza, un equipo de trabajo, que ha logrado identificarse con su institución, es un grupo de empleados con el deseo de trabajar conjuntamente para satisfacer un mismo propósito. Se dice que en los equipos kaizen, uno más uno son tres (Wellington 1997, 30).

Por otro lado, Aguirre (2004, 33-34, 39), manifiesta que la fidelización de los clientes puede darse en los distintos tipos de mercados, ya sean de consumo, de organización, o como un mercado de productos o servicios. Define que la fidelidad del cliente es un comportamiento repetitivo de compra que tienen las personas o las organizaciones por productos o servicios en general de una empresa, o hacia un determinado producto o servicio en particular de la misma.

También afirma que este proceso es consecuencia de la globalización, la competencia y la saturación de los mercados.

Concluye diciendo, que un cliente fidelizado, es alguien que adquiere un comportamiento tácito de seguir fiel a la organización que le da un buen servicio, convirtiéndose en un vocero de ella ante terceros.

### **2.2.21. Proceso de mejoramiento continuo**

El concepto de mejora siempre ha existido en las organizaciones, ya que corresponde al deseo humano de superación. Hoy, el tipo de mejoras que la calidad total propone es continuo. Los proyectos de mejora surgen desde “abajo” afectando a los métodos de trabajo e inclusive a los procesos operativos; por lo que se reconoce el gran esfuerzo personal dedicado a la mejora continua (Pérez 1994, 162).

De esta manera, la gestión de la calidad es “Total”, porque se ocupa de todos los procesos operativos y de la forma en que puedan mejorarse, para satisfacer las necesidades de los clientes (Christopher *et al.* 1994, 115).

Es por eso, que obtener calidad mediante mejoras en las estrategias de atención, con tendencia de llegar a la calidad total, esta, exige cero defectos y se gestiona por procesos que requieren uniformidad y continuidad; ambos se consiguen si los sistemas de control son capaces de garantizarlos (Fernández 2003, 65).

Si hablamos de mejoramiento continuo, los principios del kaizen (filosofía japonesa que significa cambio bueno) abarca la colaboración de todos los empleados de la institución, que implica compromiso y cumplimiento de estrategias en el trabajo; esto eleva la calidad y genera clientes más satisfechos (Wellington 1997,14).

Se puede decir entonces que, el mejoramiento continuo es la clave para mantener satisfechos a los clientes. Este debe ser claro, coherente y sistemático para demostrar que el objetivo estratégico de la empresa es la satisfacción del cliente y no un simple programa a corto plazo; por lo que es necesario y preciso revisar periódicamente tanto los aspectos de rendimiento básicos como el desempeño de la organización, dado que la satisfacción del cliente es muy fácil de perderla (Dutka 1998, 247).

## **CAPÍTULO III**

### **III.- OFICINA DE PENSIONES**

La Oficina de Pensiones de la USAT ha sido creada como una unidad de servicios administrativos, y operativamente desarrolla su labor bajo la Dirección de Caja y Pensiones, quien depende estructuralmente de la Administración General. Su función principal es el seguimiento y control de las pensiones de enseñanza, y determinar la situación socio económica de los estudiantes a fin de proporcionarles pensiones que puedan cubrir con los servicios académicos que le brinda la institución.

Le compete también a ésta área dar las facilidades de pago de las pensiones de enseñanza a los padres de familia que no puedan efectuar sus pagos en las fechas establecidas por la Universidad.

#### **3.1. Personal:**

**Director de Caja y Pensiones:** Sra. Julia Danjanovich León

**Asistentes:** Sr. José Carlos Larrea Tello

Sr. Roy Antonio Sosa Sales

Sr. Pedro Alberto Vallejos Pasco

Sr. Miguel Ángel Vivanco Gonzáles

Srta. Lorena Karina Romero Salirrosas

#### **3.2. Servicios:**

- Atención a toda la comunidad universitaria y al público en general, brindando toda la información sobre los servicios que ofrece la oficina de pensiones.

- Proporcionar a los estudiantes la documentación sobre los servicios que ofrece la Oficina de Pensiones: entrega de Reglamento de Pensiones, Consideraciones para la Matrícula y Cronograma de Pensiones en cada semestre académico, y entrega del formulario de datos socioeconómicos para el Sistema de Pensiones Escalonadas para los postulantes en las distintas modalidades de admisión: Examen de admisión, Test DHAC, Ingreso directo, Escuela Preuniversitaria o Traslado externo.
- Servicio de Categorización y recategorización, por medio del Sistema de Pensiones escalonadas; proporcionando ayuda económica para subsidiar los gastos de la pensión de los estudiantes de acuerdo a situación socioeconómica.
- Asesoramiento en el llenado del formulario de datos socioeconómicos para el proceso de categorización de pensiones de enseñanza.
- Visitas a domicilio a familias de estudiantes por categorización y recategorización de pensiones, para efectos de su calificación socioeconómica, para asignarles o reasignarles una escala de pensión.
- Control y seguimiento de pago de pensiones de enseñanza (control en la entrada a la Universidad, llamadas telefónicas, y visitas a domicilio a familias de estudiantes).
- Facilidades de pagos a los estudiantes por los servicios académicos: Diferir fecha de pagos establecidos en cronograma, y convenios de pago de pensiones con los padres de familias, apoderados o estudiantes que autofinancian sus estudios.
- Atención sectorizada a estudiantes y padres de familias (por apellidos), para un mejor servicio de atención en los pagos por servicios de enseñanza.

### **3.3. Infraestructura y equipo:**

La Administración General, proporciona los medios necesarios para que el trabajo se ejecute correctamente: ambiente adecuado para atención al público (incluye mobiliario), seguridad, insumos logísticos, equipos de cómputo (con el software requerido), etc.

#### **3.3.1. Instalaciones:**

La Oficina de Pensiones está ubicada en el área de Caja y Pensiones, tiene un ambiente de regular tamaño, acondicionado para atender al público diariamente, y consta de:

- Una sala de espera para el público con 04 baterías de sillas modulares metálicas (de 5 asientos c/una); dos frente a la atención en pensiones y dos frente caja.
- Tres cubículos de madera y vidrio debidamente amoblados con dos sillas cada uno, un escritorio modular, un estante, y una silla giratoria para atención a los clientes.
- Dos escritorios debidamente equipados, ubicados cerca al ambiente de sala de espera para atención al público.
- Un letrero informativo (de madera y mica)
- Un mostrador para atención de caja, con dos ventanillas para la atención al usuario (madera y vidrio).
- Un estante para dispensador de agua (equipado).
- Seis cuadros decorativos.
- Basureros para los trabajadores y el público

### **3.3.2. Equipos:**

Con el fin de ofrecer un servicio de calidad a sus clientes, la Oficina de Pensiones, está dotada de tecnología de punta, contando con los siguientes equipos:

- 06 computadores personales Pentium D, con monitores LCD
- 01 impresora – fotocopiadora láser
- 01 impresora de inyección de tinta
- 01 equipo de aire acondicionado
- 01 televisor de 20” y un DVD en sala de espera - atención al público.

### **3.4. Categorización de Pensiones:**

#### **3.4.1. Justificación:**

La categorización de pensiones de enseñanza que se ofrece en la USAT, por medio del Sistema de Pensiones Escalonadas, permite a las familias asumir sin problemas sus pagos por pensiones de enseñanza según una escala asignada y puedan gozar de una buena educación superior integral que ofrece la Universidad.

#### **3.4.2. Proceso de Categorización:**

La Categorización de pensiones, obedece a una calificación socioeconómica que realiza la Oficina Pensiones a todos los postulantes de las distintas modalidades de ingreso que ofrece la USAT, con el objetivo de establecerles una Escala de Pensión de enseñanza más o menos acorde a su realidad de vida. Cabe señalar, que las escuelas de Medicina y Odontología no están incluidas en este proceso, porque los costos e inversiones que se necesitan para su desarrollo no pueden cubrirse con las pensiones normales.

Para llevar a cabo este proceso, a cada familia se le entrega gratuitamente un formulario socioeconómico al momento de inscribir a sus hijos como postulantes en cualquier modalidad de admisión a la universidad.

Dicho documento deberá ser llenado y devuelto a la Oficina de Pensiones máximo en 5 días útiles. Seguidamente, se procederá a efectuar una visita a domicilio (dependiendo del tiempo que se dispone) con el fin de confirmar la información proporcionada por las familias y poder adicionar más datos que se estimen necesarios para efectuar una buena evaluación y otorgarles en lo posible una justa y adecuada escala de pensión.

#### **3.4.3. Escalas de Pensiones:**

El Sistema de Pensiones de Enseñanza Escalonadas, es un servicio mediante el cual se fija la pensión que el estudiante aportará durante sus estudios universitarios, adecuándose de la mejor forma posible, a la situación económica familiar del estudiante.

**Tabla 3.1. Escala de Pensiones 2008**

ESCALAS 2008		
Escuelas	Costo	Categorización
MEDICINA		1200
ODONTOLOGÍA		600
OTRAS ESCUELAS	25	500
	22.5	450
	20	400
	17.5	350
	15	300
	12.5	250
	*10	200
EDUCACIÓN	10	200
	9	180
	7.5	150
	6	120
	*5	100

\* Modalidad Aulas Abiertas

**Tabla 3.2. Facultades y Escuelas 2008**

FACULTADES Y ESCUELAS 2008	
Facultad	Escuela
<b>Humanidades</b>	Educación
	Comunicación
<b>Medicina</b>	Medicina
	Enfermería
	Psicología
	Odontología
<b>Derecho</b>	Derecho
<b>Ingeniería</b>	Ingeniería de Sistemas y Computación
	Ingeniería Industrial
	Ingeniería Naval
	Ingeniería Civil y Ambiental
	Ingeniería Energética
	Arquitectura
	Ingeniería Mecánica Eléctrica
<b>Ciencias Empresariales</b>	Administración de Empresas
	Contabilidad
	Economía

#### **3.4.4. Escalas de Pensiones – Modalidad Aulas Abiertas:**

El Sistema de Escalas de Pensiones para Aulas Abiertas, es un programa dirigido a gente de bajos recursos económicos.

Por tal razón, la Universidad Católica “Santo Toribio de Mogrovejo”, dando cumplimiento a uno de sus principales lineamientos de su misión que es contribuir al desarrollo y progreso de la sociedad, mediante la investigación aplicada, la formación integral de la juventud, así como la proyección y extensión universitarias, dentro del respeto a la libertad de las conciencias y a los principios de la Iglesia Católica, ha creído necesario implementar dicho sistema, para dar oportunidad principalmente a los habitantes que viven en pueblos jóvenes y asentamientos humanos colindantes al ámbito del campus de la universidad, en miras a que se conviertan a futuro en buenas personas y profesionales en servicio de sus familias, de su comunidad, y de su país.

Haciendo un poco de historia, desde el 2003 la Escuela de Educación de la USAT viene desarrollando el PROGRAMA AULAS ABIERTAS que busca contribuir en la mejora del nivel educativo de los escolares residentes en los pueblos jóvenes aledaños a nuestra institución, habiendo a la fecha ofrecido permanente atención a los niños y niñas de educación Primaria en programas ininterrumpidos desde el 2004, donde se beneficiaron unos 500 niños de primaria, 80 jóvenes de secundaria y un centenar de jóvenes pre universitarios; y a la vez , generar un campo de acción para la práctica pre-profesional y la investigación educativa de estudiantes y profesores de la Escuela Profesional de Educación.

# CAPÍTULO IV

## IV.- METODOLOGIA

### 4.1. Tipo de Investigación

El proyecto de investigación, está referido de acuerdo a la recolección de la información, a una investigación de tipo descriptiva, determinando claramente quién es nuestro cliente, y qué servicio se le desea ofrecer o mejorar.

### 4.2. Selección de Muestras

El estudio se realizará a las familias de una población de 2,416 estudiantes de la USAT (Anexo 03), del 1º al 5º ciclo matriculados en el semestre 2007-II (excepto los estudiantes de Medicina que no son categorizados, según reglamento de pensiones); para la cual se obtendrá una muestra para proporciones con un nivel de confianza de 95% y un margen de error permitido de 0.07; con una probabilidad de éxito (p) de 0.36 y probabilidad de fracaso (q) de 0.64; siendo el tamaño de muestra (n) de 168 familias, que es la cantidad de encuestas a aplicarse.

La fórmula utilizada para tamaño de muestra es para una población (N) conocida:

$$n = \frac{Z^2_{1-\alpha/2} \cdot p \cdot q \cdot N}{Z^2_{1-\alpha/2} \cdot p \cdot q + e^2(N-1)}$$

Donde:

n = muestra

$Z_{1-\alpha/2} = 1.96$  (nivel de confianza de 95%)

p = 0.36 (probabilidad de éxito: Probabilidad de las familias que estén de acuerdo o satisfechas con su pensión categorizada)

q = 0.64 (probabilidad de fracaso: Probabilidad de las familias que no estén de acuerdo o insatisfechas con su pensión categorizada)

N = 2,416 (población)

e = 0.07 (margen de error)

n = 168 estudiantes

#### 4.3. Métodos e instrumentos

Para obtener la información requerida para el trabajo de investigación se utilizará la Encuesta como método, una de tipo exploratoria (Anexo 01) para identificar las variables importantes y otra encuesta (definitiva) para un estudio descriptivo que permitirá hallar las características del servicio ideal y medir la percepción de las personas respecto al servicio (Anexo 02).

Como instrumento, un cuestionario de preguntas con el modelo SERVQUAL, por el cual se desarrollará las características específicas del servicio como son:

- **Elementos tangibles:** para medir aspectos físicos: infraestructura y equipos.
- **Fiabilidad:** mide la capacidad del área de Caja y Pensiones para cumplir con precisión los servicios que ofrece.
- **Capacidad de respuesta (Responsabilidad):** disposición de servicio a los usuarios, y cumplimiento con los plazos ofrecidos.
- **Seguridad:** conocimiento, creatividad y habilidad de parte del personal del área para dar confianza a los clientes.
- **Empatía:** Relación que se establece entre personal con los usuarios, con muestras de amabilidad, cortesía, respeto, y disposición de servicio.

Los cuestionarios son formularios impresos, que sirven para sistematizar y reorganizar los datos que se obtienen cuando se utilizan algunas formas de selección y muestreo al realizar entrevistas o encuestas (Alvitres. 2000, 101).

La información que se recogerá de las encuestas servirá para procesarla, analizarla y obtener resultados, que nos servirán para evaluar por medio

de la percepción de la calidad del servicio, la satisfacción de las familias por la escala de pensión asignada a sus hijos en el proceso de categorización de pensiones que ofrece la Oficina de Pensiones de la USAT.

#### **4.4. Recolección de Datos**

##### **4.4.1. Encuesta Exploratoria**

En cuanto a la encuesta exploratoria (Anexo 01), ésta, se ha efectuado a 64 familias de la USAT, entre el 22.04.08 y el 21.05.08.

En dichas encuestas, se ha podido identificar algunos atributos que deben ser importantes para determinar como los usuarios vienen percibiendo el servicio de Categorización de Pensiones, en miras de poder analizar si las escalas de pensiones establecidas por la Universidad tienen buen nivel de aceptación y percepción por las familias y estudiantes; y de esta manera hacer los ajustes necesarios para mejorar dicho servicio, con el fin de dar un servicio de calidad al cliente logrando satisfacer sus necesidades económicas en contraprestación a la educación superior universitaria que vienen recibiendo.

Algunos de los atributos que se han podido detectar en la encuesta exploratoria (Anexo 06) sobre el servicio que brinda el Sistema de Pensiones Escalonadas, mediante el Proceso de Categorización, y que servirán como criterio para elaborar el cuestionario para la encuesta definitiva de percepción del servicio, son:

**En gráfico N° 4.3., pregunta n° 3, ¿qué le parece el formulario que llenó para la categorización?; en la opción “puede mejorarse”:**

- Debe haber un modelo de formulario debidamente llenado.
- No es muy entendible, debe ser más simple.

- Puede obviarse algunas preguntas, más sencillo y específico
- Revisar el rubro de gastos
- Faltan otros aspectos que deben considerarse

Estas declaraciones corresponden al atributo: **reestructuración de formulario.**

- Considerar condiciones de trabajo de madre separada
- Considerar a estudiantes que vienen de otros lugares

Estas apreciaciones corresponden al atributo: **Fuentes de ingreso y capacidad de pago**

**En gráfico N° 4.7., pregunta n° 7, ¿qué les parece las escalas?; en la opción “otros”:**

- Las escalas deben ser más cómodas
- Escalas no están al alcance de la economía
- Escalas elevadas

Estas declaraciones corresponden al atributo: **precio.**

- Gastos extras por ser estudiantes de otros lugares (alquiler casa, movilidad, pensión alimenticia)

Esta declaración corresponde al atributo: **capacidad de pago.**

**En gráfico N° 4.8., pregunta n° 8, ¿está de acuerdo con la escala que le dieron?; respecto a la respuesta “NO” por:**

- Tener trabajo eventual
- Padres con remuneración de jubilación
- Madre con pensión de viudez (único sustento)
- Tener que cubrir otros gastos:, separatas, copias de libros, Internet, cursos complementarios, etc.
- Falta de recursos para afrontar gastos

- Madres solteras que asumen gastos de pensión
- Situación económica (realidad económ. no permite pagar bien)

Todas estas declaraciones se pueden resumir en el atributo: **fuentes de ingresos.**

- Bajar más la pensión
- No me categorizaron
- Categorización no estuvo de acuerdo a mi realidad
- Se dejaron llevar por las apariencias (valor inmuebles)
- Escala un poco excesiva (escalas más específicas)
- Escala muy alta
- Situación familiar

Estas afirmaciones corresponden al atributo: **evaluación más justa**

- No se tomó en cuenta a familia de otros lugares de procedencia
- Tener gastos de alquiler vivienda, y pensión de alimentación

Estas respuestas indican un atributo de: **gastos extraordinarios de educación.**

- Considerar número de hijos en USAT

Corresponde al atributo: **Carga familiar**

**En gráfico N° 4.9., pregunta n° 9, ¿tiene algún tipo de problema para afrontar su pensión asignada?:**

**Respecto a la respuesta “De trabajo” por:**

- Tener trabajo independiente
- Demora en el pago de remuneración

Estas afirmaciones, corresponden a los atributos: **Tipo de trabajador** (Independiente y dependiente), **Tiempo y capacidad de pago.**

**Respecto a la respuesta “Económico” por:**

- Ajustado por situación económica actual

Esta afirmación, corresponde al atributo: **Ingresos económicos**

**Respecto a la respuesta “Ninguno” por:**

- Hace esfuerzo por cumplir con pago de pensión.

Corresponde al atributo: **Trabajos extras**

**Y por último, en gráfico N° 4.10., pregunta n° 10, sugerencias o ¿como debe ser el proceso de categorización?:**

- Reducir el tamaño del formulario de categorización
- Formulario debe ser mas sencillo, fácil de llenar

Aquí los atributos implican: **Comodidad, reestructuración de formulario.**

- La categorización debe ser menos rígida
- Debe haber más categorías o escalas de pensiones
- Que se adecue a las posibilidades económicas de la familia
- Categorización debe ser automática (rendimiento estudiante y situación familiar).
- Que se categorice según la escuela profesional.

En estas declaraciones el atributo es: **Flexibilidad en el Sistema de escala de pensiones.**

- Se debe analizar más la situación familiar (a fondo).
- Se debe otorgar a quien más lo necesita
- Tener en cuenta la situación económica de los padres y apoderados (cuando éstos asumen pensión).
- Se haga una evaluación justa (que se categorice bien)
- Visitar y verificar situación familiar para categorizar bien
- No tomar en cuenta todos los ingresos familiares para categorizar.
- Se debe tomar en cuenta situación legal de padres (casados, viudos, solteros).

Estas declaraciones corresponden al atributo: **Condición Socioeconómica.**

- Tener en cuenta número de hijos en la USAT (de 2 a más).

En esta respuesta, el atributo es: **Carga familiar**

- Resultado de categorización sea más rápido.
- Estudio socioeconómico debe realizarlo un Asistente Social
- Más verificación de la información presentada

El atributo en estas declaraciones es: **Responsabilidad**

- Más oportunidad a que bajen la escala de pensión (es decir, más opción a recategorización).
- Buena evaluación en la recategorización.
- Recategorización de acuerdo al tiempo de estudiante en la USAT
- Opción a recategorizarse por variación de situación económica

Los atributos en estas declaraciones son: **servicio, atención y Calidad.**

- No recargar a la pensión el porcentaje por cursos desaprobados.
- Que la categorización se de en función de las remuneraciones y capacidad de liquidez del padre de familia (falta de recursos).
- Verificación de situación económica actual (del tutor o apoderado).

Los atributos corresponden a: **Ingresos económicos y Capacidad de pago.**

- Debe haber más información del proceso de categorización.
- Debe explicarse más el proceso de categorización (entendible).
- Debe estandarizarse el proceso de categorización, accediendo a la información por la Web de la USAT

Los atributos corresponden a: **Comunicación.**

- Más asesoría en el llenado del formulario socioeconómico  
Los atributos son: **Seguridad y Confianza.**

#### **4.4.2. Encuesta Definitiva**

Referente a la encuesta definitiva o de percepción por el servicio recibido (Anexo: 02), ésta, se efectuó a 168 familias de la USAT, entre el 19.06.08 y el 22.08.08, muestra que fue seleccionada mediante un muestreo aleatorio simple, obteniendo un listado con los nombres de los estudiantes a quienes se les entregó el cuestionario para que sea llenado por los padres o apoderados; teniendo el debido cuidado de no aceptar devolver dicho cuestionario con alguna pregunta sin responder.

Al respecto, se hicieron llamadas telefónicas y visitas a domicilio para confirmar la recepción y llenado de las encuestas. Ante esto, Oliver, 1989; Cronin y Taylor, 1992 (citado por Díaz 2005, 73-74) manifiestan que la educación es un servicio de consumo continuo y depende únicamente de la actuación del proveedor, por ello se optó por reducir la población (2,416 estudiantes) para obtener la muestra, seleccionando a los estudiantes de los 05 últimos ciclos tomando como referencia los matriculados en el semestre 2007-II (total: 4,481), es decir, aquellos que han recibido el servicio de categorización en los últimos 03 años para tener una información lo más actualizada y real posibles.

Para dicha encuesta, se elaboró un cuestionario tipo Likert, con una escala numérica del 1 al 5 (sólo para percepciones), para que los encuestados expresen el grado de Acuerdo y Desacuerdo a las afirmaciones presentadas en dicho documento, respondiendo a 32 preguntas distribuidas en las 05 dimensiones del modelo SERVQUAL, del cual se sabe que contempla 22 ítems (Díaz 2005, 72); en este caso por la naturaleza de la investigación se creyó conveniente considerar 32 ítems, producto de la encuesta exploratoria realizada a 64 familias. Ante esto, Hayes (2002, 77-79) nos dice que el formato de respuesta más indicado

es el escalado método Likert, ya que sus escalas nos proporcionan mayores coeficientes de fiabilidad con menos artículos, permitiendo a los clientes dar respuestas en gradaciones variables a cada artículo de satisfacción, siendo estos artículos aseverativos, los cuales reflejan aspectos buenos o malos del servicio brindado; por lo tanto, la escala de respuesta refleja si el artículo de satisfacción describe el servicio que recibieron, pudiendo determinar de esta manera la calidad del servicio por el grado en que dichos artículos describen el servicio recibido.

Cabe señalar, que en la presente investigación, dicho instrumento (cuestionario) fue elaborado en base a los atributos identificados en la encuesta exploratoria y que fueron considerados importantes por los usuarios y por los cuales se determinará la percepción por el servicio recibido que tienen sobre el Proceso de Categorización de Pensiones, así como la de otros servicios que se vienen dando en la Oficina de Pensiones; esto, con el fin de poder establecer la percepción de la calidad del servicio por parte de las familias referente al Sistema de Pensiones Escalonadas que ofrece la USAT, y de alguna manera satisfacer en gran parte, las necesidades económicas de las familias que decidieron la mejor opción de educación superior universitaria para sus hijos.

#### **4.5. Análisis de validez y fiabilidad del instrumento**

Para poder realizar una evaluación del proceso de categorización de pensiones, es importante e imprescindible hallar en primer lugar, la validez y la confiabilidad del instrumento usado para medir el grado o nivel de calidad del servicio recibido por las familias de los estudiantes a quienes se les encuestó. Para esto se tomó como base los resultados que se obtuvieron en las encuestas a la población determinada (168 familias).

##### **4.5.1. Validez del instrumento**

Esta se refiere a la exactitud con que el instrumento mide lo que se propone medir; en este caso, la validez del instrumento utilizado para

medir la calidad de servicio del proceso de categorización de pensiones, según la escala de pensión asignada a él o los estudiantes de cada familia encuestada. Hayes (2002, 66), dice al respecto, que la validez es el grado en que la evidencia respalda las deducciones obtenidas de las puntuaciones, producto de la medición realizada. En la presente investigación, esta medida se aprecia a continuación:

**Tabla 4.1. Resultado del Test KMO y prueba de Bartlett**

<b>KMO y prueba de Bartlett</b>		
<b>Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.</b>		0.913
<b>Prueba de esfericidad de Bartlett</b>	<b>Chi-cuadrado aproximado</b>	2787.671
	<b>gl.</b>	496
	<b>Sig.</b>	0.000

El Coeficiente KMO y prueba de Bartlett, contrasta si las correlaciones parciales entre las variables son pequeñas, y toma valores entre 0 y 1, indicando que el análisis factorial es tanto más adecuado cuanto mayor sea su valor. En la Tabla 4.1, el Test KMO y prueba de Bartlett, da como resultado una correlación de 0.913, valor muy cercano a la unidad que es lo ideal para este tipo de análisis, lo que nos indica una perfecta adecuación de datos a un modelo de análisis factorial; por consiguiente, estadísticamente se comprueba que el instrumento para medir la calidad de servicio del proceso de categorización de pensiones, es válido por ser el KMO mayor a 0,50.

#### **4.5.2. Fiabilidad del instrumento**

Hayes (2002, 49-50), expresa que cuando se elabora un cuestionario para evaluar la percepción del cliente sobre la calidad de un servicio o producto, es conveniente tener la seguridad de que las mediciones queden libres de cualquier error casual, es decir, tener la seguridad que el verdadero nivel

de percepción de la calidad o satisfacción, se refleje en el resultado de dicho cuestionario.

Por tanto, en el presente estudio, con el objeto de establecer, si lo que la encuesta efectuada a las familias pretende determinar, está siendo medido por medio de dicha encuesta, es importante saber si los puntos de nuestro cuestionario están interrelacionados.

Para esto, se efectuó un análisis de fiabilidad del instrumento utilizado, tomando como parámetro el coeficiente Alfa de Cronbach, con el cual podremos comprobar si existe una interrelación de los puntos definidos en dicho cuestionario (Hayes 2002, 59).

Al respecto, se encontró el siguiente resultado:

**Tabla 4.2. Análisis de confiabilidad del instrumento SERVQUAL aplicado**

<b>SERVQUAL</b>	<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>Nº de elementos</b>
<b>Percepciones</b>	0.938	32

En la Tabla 4.2., observamos que el valor obtenido por el coeficiente de confiabilidad a través de la estimación Alfa de Cronbach para toda la escala SERVQUAL usada para las percepciones, es de 0.938, el cual nos indica que la escala tiene unos índices de consistencia interna satisfactorios, por lo tanto se puede considerar que el instrumento aplicado es confiable para determinar la calidad de servicio en el proceso de categorización de pensiones en la USAT.

## CAPÍTULO V

### V.- RESULTADOS

En el Anexo 06, encontramos el resultado del análisis realizado en la encuesta exploratoria hecha a 64 familias de la USAT, de acuerdo a los objetivos planteados en el presente estudio de investigación, en cuanto a identificar y evaluar los principales aspectos que intervienen en el proceso de categorización de pensiones de enseñanza y en determinar la percepción de la calidad del servicio de las familias por la escala de pensión asignada a sus hijos en dicho proceso.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos de la información recogida en la encuesta definitiva realizada a 168 familias de la USAT, para el presente estudio de investigación sobre la percepción de la calidad del servicio en cuanto al Proceso de Categorización de Pensiones en la USAT, referente a la escala de pensión asignada a sus hijos en dicho proceso, y el nivel de satisfacción encontrado.

#### 5.1. Análisis de Datos por dimensiones:

##### **Dimensión 1: FIABILIDAD**

En el gráfico N° 5.1, se muestra que un 32.7 % de familias encuestadas, se sienten satisfechas y están de acuerdo con el proceso de categorización de pensiones, ya que les ayuda a cubrir sus necesidades económicas en la educación de sus hijos; el 10.7 % está totalmente de acuerdo; sólo el 9.5% expresa su total desacuerdo, lo que se demuestra que hay un 43 % de aceptación con el servicio que ofrece la Oficina de Pensiones.

Un 12.5 %, manifiesta su total desacuerdo y el 27.3 % está en desacuerdo con que si la escala recibida en la categorización se adecua a su realidad socioeconómica; mientras que un 26.7 % está de acuerdo, y el

13% está en total acuerdo, encontrando una aceptación dividida del 40% en el nivel de acuerdo y desacuerdo en las escalas de pensiones asignadas.

Asimismo, se observa que un 78% (en acuerdo y total acuerdo) de familias encuestadas creen que la situación legal de los padres de los estudiantes, es importante en el proceso de categorización, ya que afecta directamente en la condición socioeconómica de las familias.

Se puede ver también que el 44% de las familias está de acuerdo que la visita a domicilio por la categorización de pensiones de sus hijos debe efectuarla un Asistente Social. En cuanto a las visitas hechas por el personal de pensiones para dicho proceso; el 32%, mostró su total desacuerdo y en desacuerdo; se estima porque no fueron visitados por diversos factores: zona de ubicación, atención al público, tiempo por procesos de admisión muy seguidos, evaluación de expedientes de familias visitadas, etc.

Un 42% afirma estar de acuerdo con que la escala de pensión, debe ser asignada según los ingresos y liquidez económica de la familia; sólo el 6.5% muestra su total desacuerdo, y para el 24 % aparentemente no considera dichos factores como determinantes.

Referente a que si el Sistema de Pensiones Escalonadas que presenta la USAT se adecúa a las posibilidades económicas de las familias, el 31% de éstas, afirma su desacuerdo, mientras el 32% está de acuerdo con el Sistema ofrecido por la universidad.

En cuanto a que si en la categorización de pensiones es importante el número de hijos que la familia tenga en la USAT, el 42% muestra su total de acuerdo y el 30 % su acuerdo; obteniendo así que las tres cuartas partes de las familias encuestadas creen que este factor también es determinante para definir una escala de pensión, la cual corresponde al atributo carga familiar, que se definió en la encuesta exploratoria.

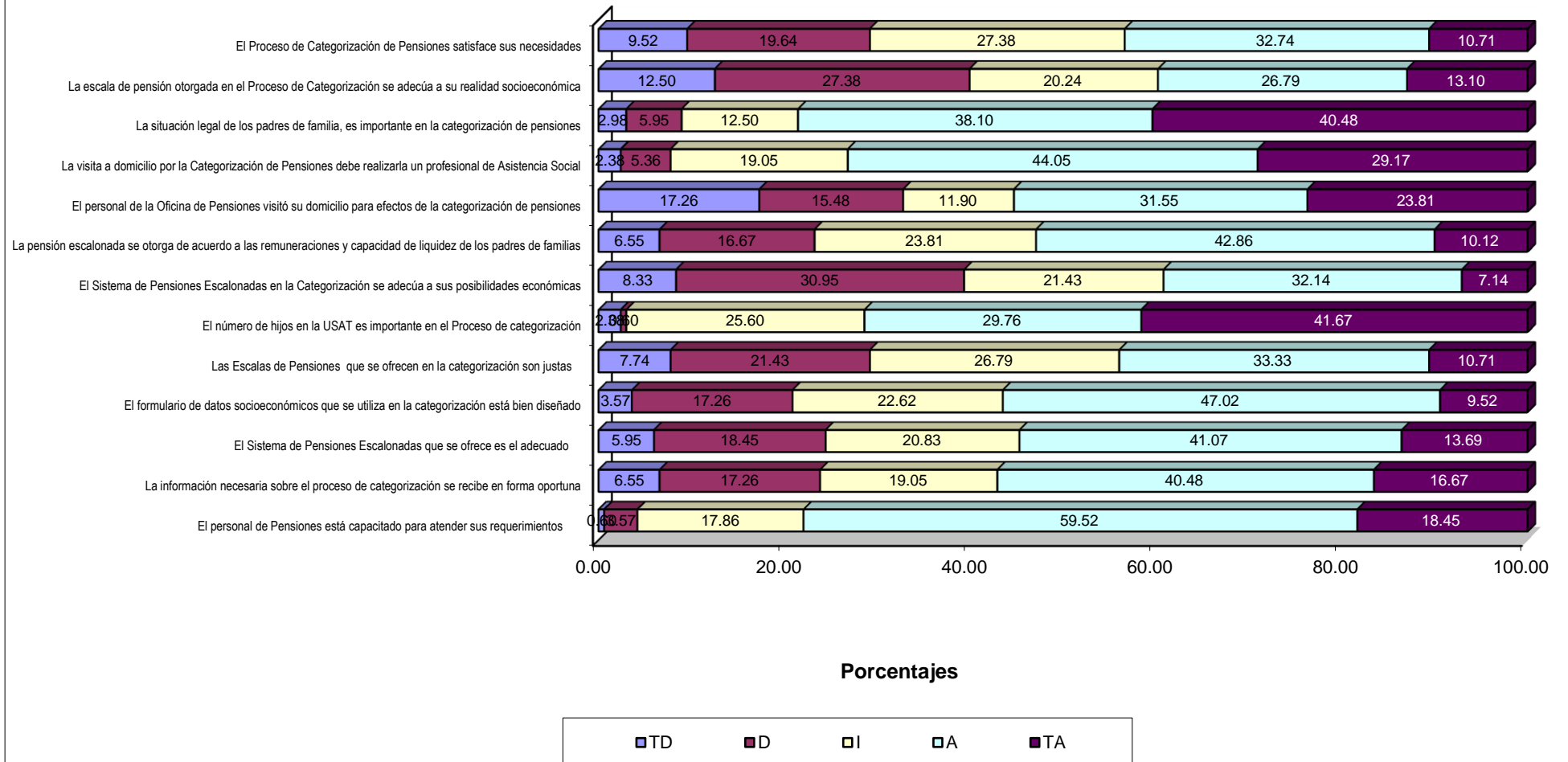
De igual forma, el 44% de los encuestados, afirmaron estar en acuerdo y total de acuerdo con que las pensiones escalonadas que ofrece la USAT son justas; un 21% muestra su desacuerdo y sólo el 7.7 % su total desacuerdo; en este último grupo se estima estén las familias que no presentaron el expediente socioeconómico por diversos factores, y otros porque a pesar de haber presentado su expediente, tienen capacidad económica suficiente para afrontar la pensión asignada.

El gráfico también muestra que más del 50%, está de acuerdo con el diseño del formulario de la categorización; en similar porcentaje muestra su acuerdo que el Sistema de Pensiones Escalonadas que ofrece la USAT es el adecuado; el 24% no está de acuerdo.

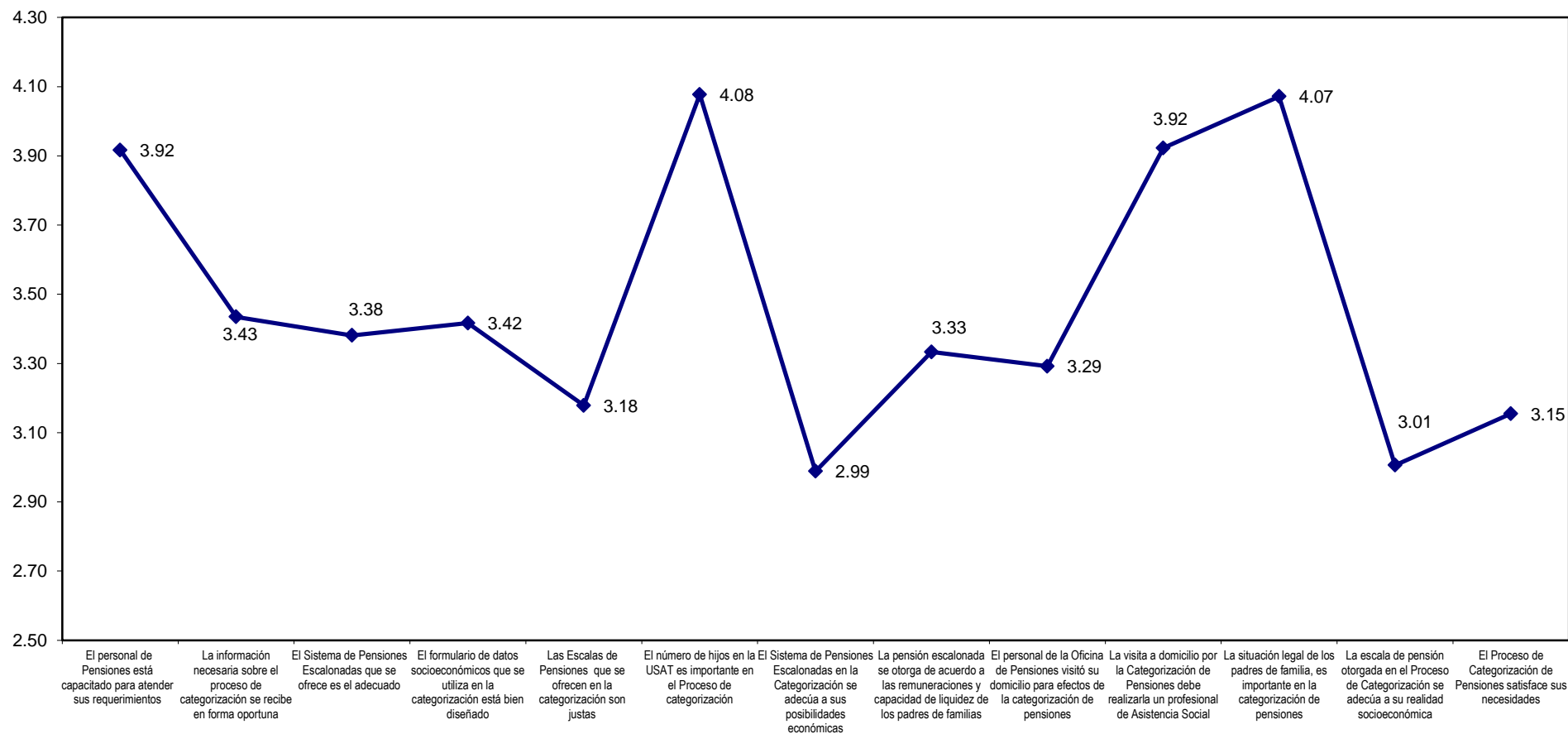
El 57% de familias opinó que para el Proceso de Categorización de Pensiones, recibieron oportunamente la información necesaria para aspirar a este beneficio que ofrece la USAT; y casi el 24% manifiestan su desacuerdo, estimándose que por diversas razones no se informaron a tiempo sobre dicho proceso o no pusieron el debido interés en informarse acercándose a la Oficina de Pensiones para recibir una asesoría al respecto; y otro grupo tal vez porque no se les dio la debida información al momento de inscribirse en los distintos procesos de admisión que ofrece la universidad.

Por último, el 78% estuvo de acuerdo con que el personal de pensiones está capacitado para atender a sus distintos requerimientos, entendiéndose que esto incluye el Proceso de Categorización de Pensiones, materia del presente estudio de investigación; sólo el 3.5% muestra su desacuerdo, y el 0.6% su total desacuerdo.

**Gráfico N° 5.1: ELEMENTOS DE FIABILIDAD**



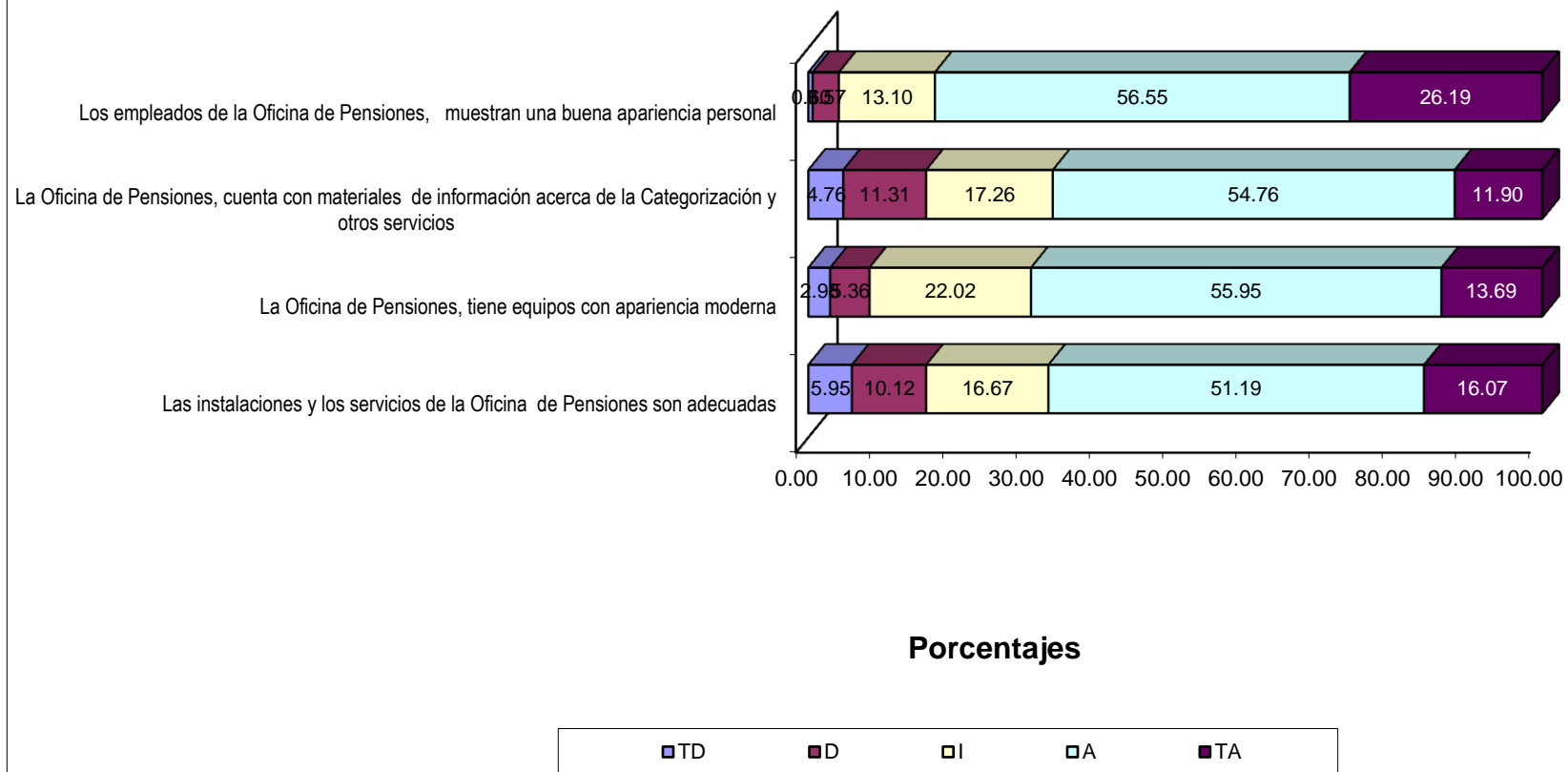
**Gráfico N° 5.2: PUNTAJE PROMEDIO OBTENIDO EN LA DIMENSIÓN DE ELEMENTOS DE FIABILIDAD**



El gráfico N° 5.2, nos muestra que el mayor puntaje promedio obtenido en los elementos de fiabilidad, corresponde a que el número de hijos que tengan cada familia en la USAT, es importante para el Proceso de Categorización de pensiones; en casi similar puntaje es la situación legal de los padres debe considerarse importante en dicho proceso; esta realidad se refleja en la asesoría y visitas a las familias de estudiantes, donde se estima que un 40% de las familias que postulan al Sistema de Pensiones Escalonadas son matrimonios disueltos, madres o padres solteros, padres en proceso de separación, estudiantes bajo tutela de apoderados, etc.

El menor puntaje corresponde a que si el Sistema de Pensiones que se ofrece en la Categorización se adecúa a las posibilidades económicas de las familias; al respecto, se estima que esto se debe a que la Universidad abierta a toda la comunidad, recibe estudiantes de toda condición socioeconómica, produciéndose en cierta forma dificultad al realizar una evaluación de los expedientes y así poder dar una escala de pensión más o menos acorde a las posibilidades económicas de cada familia postulante.

**Gráfico N° 5.3: ELEMENTOS TANGIBLES**



## **Dimensión 2: ELEMENTOS TANGIBLES**

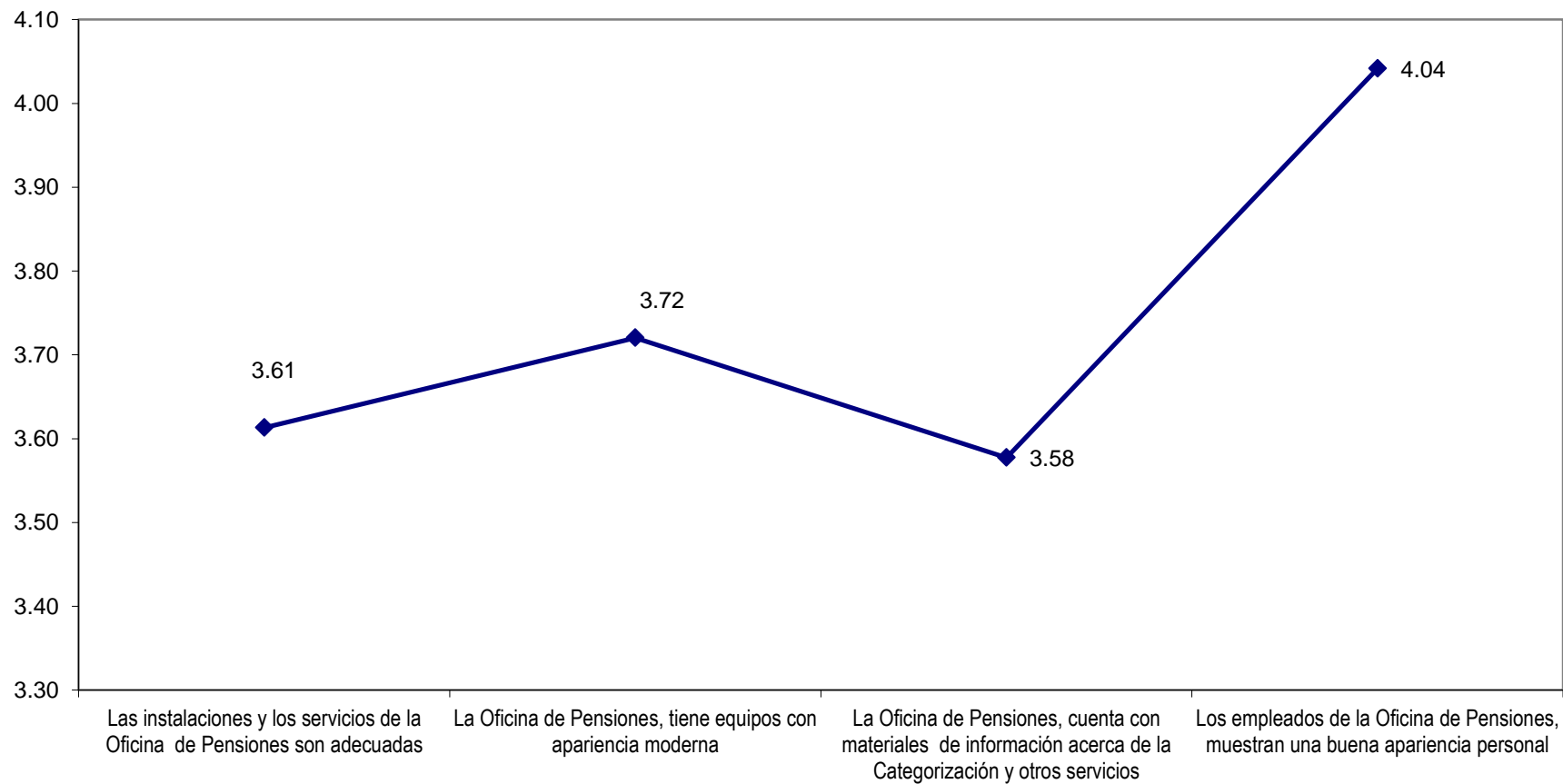
El gráfico N° 5.3, nos muestra que el 56.5% de familias encuestadas, están de acuerdo con que los trabajadores que atienden en la Oficina de Pensiones, tienen una buena apariencia personal, el 26% da su total acuerdo; sólo el 0.6% está en total desacuerdo y el 3.57% dice no estar de acuerdo. El 13% se muestra imparcial a este elemento tangible.

De igual forma, más del 50% está de acuerdo que la oficina de pensiones cuenta con material con información acerca del Proceso de Categorización y otros servicios, gracias a una esmerada coordinación de la Oficina de Pensiones en coordinación con Administración General con el fin de dar un mejor servicio al cliente; el 11% opina su desacuerdo, mientras que el 12% está en total de acuerdo contra sólo el 4.7% que está en total desacuerdo. El 17% de encuestados se muestran indecisos (ni en desacuerdo, ni en acuerdo).

Asimismo, el 56% está de acuerdo que la oficina de pensiones cuenta con equipos de apariencia moderna, mientras que el 13.6% está totalmente de acuerdo, gracias a la renovación de equipos de cómputo de última generación ejecutada por la universidad. El 2.98% está en total desacuerdo, y el 5.3% en desacuerdo. El 22% no está de acuerdo ni en desacuerdo.

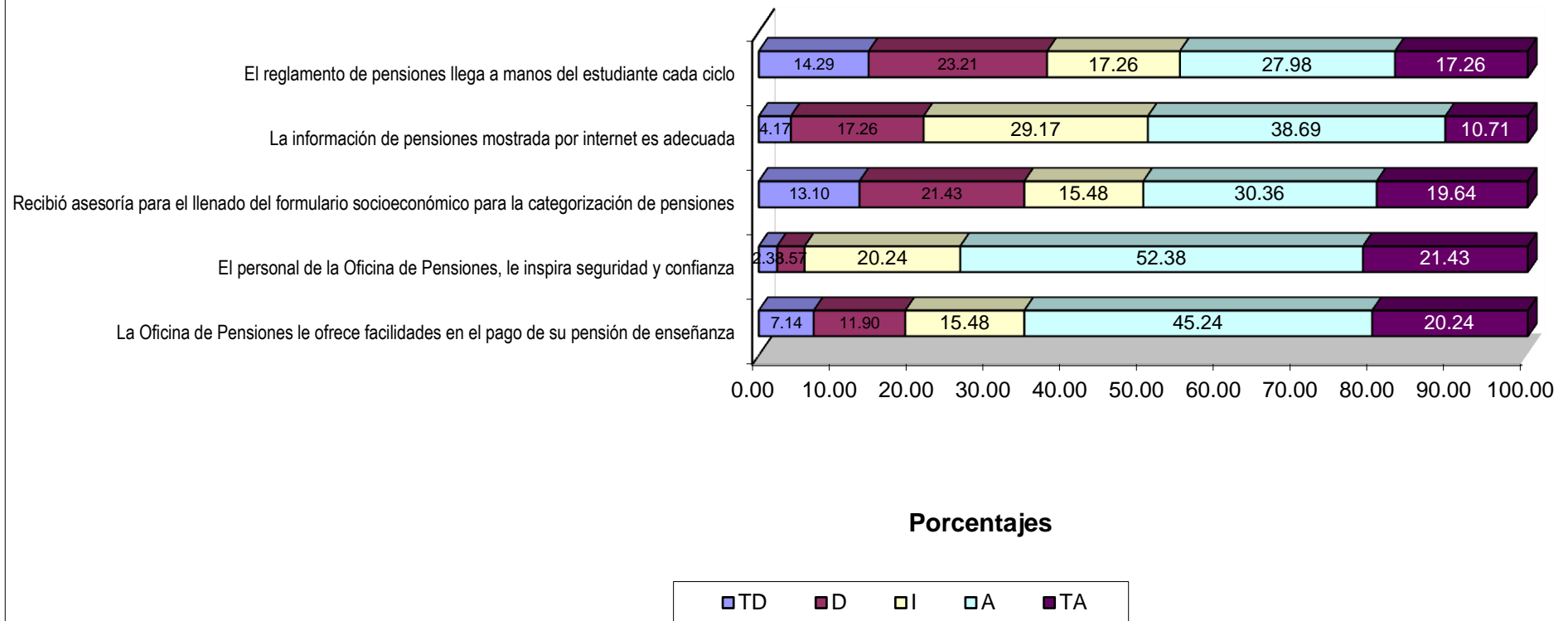
En cuanto a las instalaciones y servicios que ofrece la oficina de pensiones, el 51% de familias manifiestan su acuerdo y el 16% su total acuerdo; hay un similar porcentaje que se muestran indecisos; mientras que otro 16% suman las familias que muestran su desacuerdo y total desacuerdo; esto se debe a que recién en el segundo semestre del año 2008 se ha ampliado el área de atención al cliente, renovando el mobiliario del personal y para la comodidad de los usuarios, mejorando de esta manera los servicios que se ofrecen en dicha área funcional de la USAT.

**Gráfico N° 5.4: PUNTAJE PROMEDIO OBTENIDO EN LA DIMENSION DE ELEMENTOS TANGIBLES**



El gráfico N° 5.4 muestra que el mayor puntaje promedio obtenido en los elementos tangibles, corresponde a la buena apariencia personal de los empleados de la oficina de pensiones, producto del trabajo en equipo que se realiza en dicha área, el cual incluye la presencia y cortesía que muestran en todo momento los trabajadores al atender a los clientes. Esto se complementa con los equipos de tecnología de punta con que cuenta dicha oficina, obteniendo este elemento tangible el segundo mejor puntaje promedio. El menor puntaje corresponde al material de información con que cuenta dicha oficina referente al proceso de categorización y otros servicios que se ofrece, ya que hay poca información impresa para dar a conocer los distintos procesos, el cual ya se le viene dando la debida importancia en el año 2008.

**Gráfico Nº 5.5: ELEMENTOS DE SEGURIDAD**



### **Dimensión 3: SEGURIDAD**

El gráfico N° 5.5 nos muestra que el 28% de encuestados, afirma estar de acuerdo que los estudiantes reciben el reglamento de pensiones cada ciclo; el 17.26% da su total acuerdo, lo que da un total del 45% de estudiantes, comprobándose que antes de finalizar cada semestre, el personal de la oficina de pensiones, distribuye en puerta dicho documento; un 17.26% manifiesta su imparcialidad en este elemento de seguridad. Un 23% no está de acuerdo con esta afirmación, y un 14% muestra su total desacuerdo, dando un total de 47% de estudiantes no recibe en sus manos el reglamento de pensiones, debiéndose mejorar el sistema de distribución. Cabe señalar en este punto, que un gran porcentaje de estudiantes recibe dicho reglamento pero no lo hace llegar a sus padres.

En cuanto a la información que se muestra en Internet es buena o adecuada, un 38.69% muestra su acuerdo, y el 10.71 su total acuerdo, siendo por tanto la mitad de estudiantes que se manifiestan a favor en este elemento. El 17% afirma su desacuerdo y sólo el 4% total desacuerdo; mientras que el 29% no está de acuerdo ni en desacuerdo, lo que demuestra que se ha avanzado y se ha mejorado la información mostrada en la página WEB de la USAT para este elemento de seguridad.

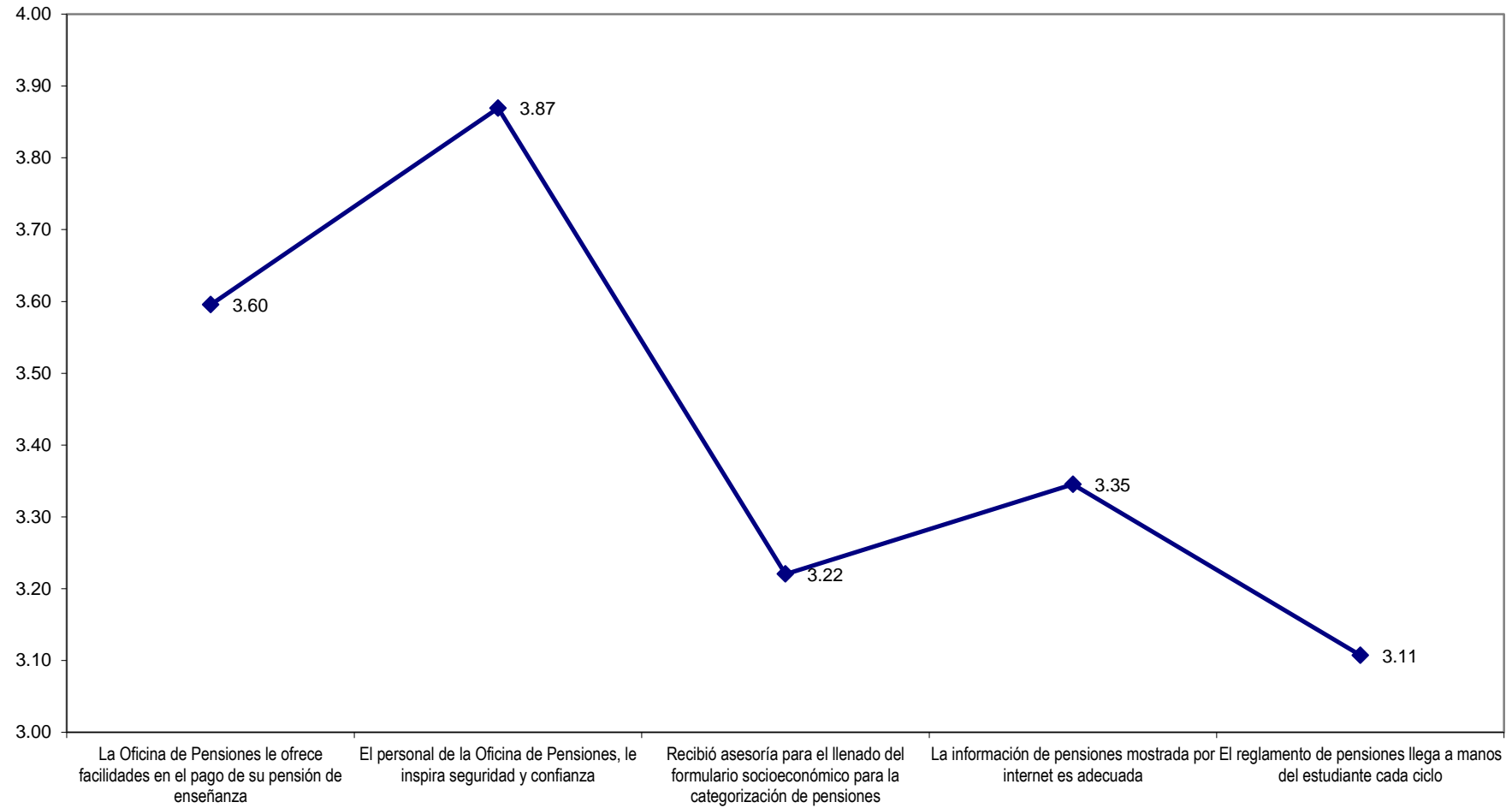
De igual manera, el gráfico muestra que un 30% de familias de estudiantes manifiestan su acuerdo con haber recibido asesoría para el llenado del formulario socioeconómico para la categorización de pensiones; al respecto, un 20% da su total acuerdo, mientras que el 21% da a esta afirmación su desacuerdo y sólo el 13% su total desacuerdo, quedando demostrado que el 50% de familias que reciben el formulario socioeconómico se acercan a la Oficina de Pensiones para asesorarse, y el 34% por razones diversas no se acercó a asesorarse. El 15% se muestra imparcial ante esta importante afirmación, entendiéndose en cierta forma, que son familias que llenaron dicho formulario sin ningún problema, encontrándolo al parecer entendible.

Asimismo, en el gráfico se observa que el 52% de familias encuestadas, muestra su acuerdo con que el personal de la oficina de pensiones inspira seguridad y confianza en la atención, el 21% da su total acuerdo; un 3.6% manifiesta su desacuerdo y sólo

el 2.4% su total desacuerdo. El 20 % se muestra ni a favor ni en contra; percibiéndose en términos generales que en la oficina de Pensiones se da una buena atención al cliente.

Finalmente, observamos en el gráfico, que el 45% de familias muestra su acuerdo que la oficina de Pensiones da facilidades para el pago de las pensiones de enseñanza, el 20% manifiesta su total acuerdo; lo cual se demuestra, que el 65% de usuarios encuestados afirman haber recibido facilidades de pago en su pensión, ya sea con la modalidad de prórrogas, difiriendo la fecha de pago de cuotas o con la firma de convenios en partes o un pago total antes de finalizar el semestre. Al respecto, un 12% afirma su desacuerdo ante esta afirmación, y sólo el 7% da su total desacuerdo. El 15% opina estar ni en acuerdo ni en desacuerdo ante dicha facilidad que se ofrece en dicha Oficina, y que está estipulado en el reglamento de pensiones.

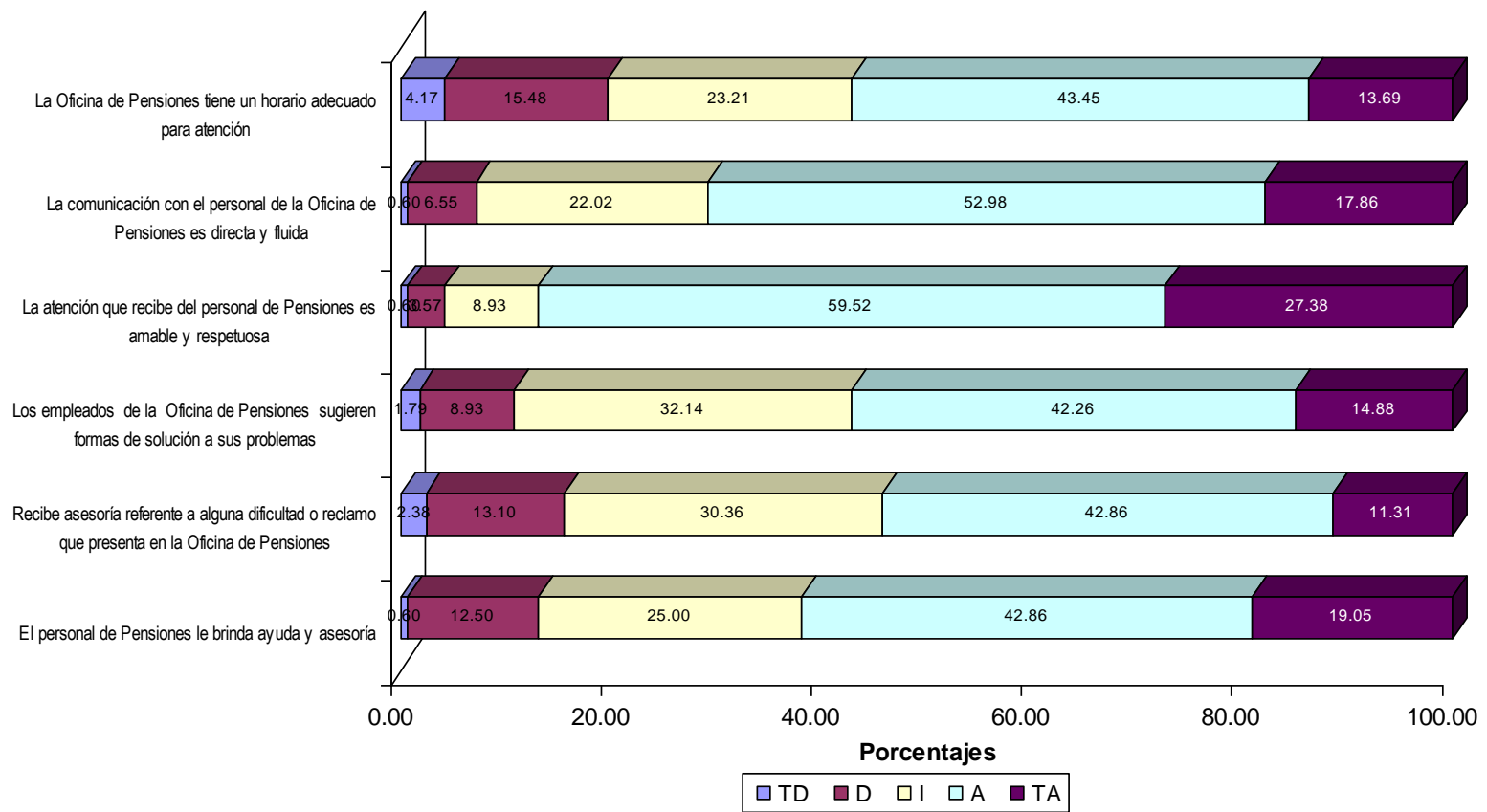
**Gráfico Nº 5.6: PUNTAJE PROMEDIO OBTENIDO EN LA DIMENSIÓN DE ELEMENTOS DE SEGURIDAD**



En el gráfico N° 5.6, el mayor puntaje de los elementos de seguridad lo ocupa que el personal de la Oficina de Pensiones inspira seguridad y confianza, esto se debe a la buena disposición de servicio de parte de los trabajadores, al trabajo en equipo y la coordinación estrecha con la Dirección de esta Área funcional, dando como resultado una buena atención al cliente, tratando en de dar cada vez un servicio de calidad. El segundo mejor puntaje corresponde a las facilidades en el pago de la pensión de enseñanza que se ofrece a las familias de los estudiantes; este punto va de la mano con el fundamento dado con el elemento de mayor puntaje.

El menor puntaje, corresponde a que el reglamento de pensiones no llega en su totalidad a todos los estudiantes cada ciclo. En esto se está trabajando para mejorar el sistema de distribución, pero cabe recalcar, que por experiencia, muchos de los estudiantes que reciben el reglamento, no le dan la debida importancia, no lo leen, lo que es peor no lo hacen llegar a sus padres y en extremo, lo destruyen y lo arrojan a la papelera, o lo pierden simplemente.

**Gráfico N° 5.7.:ELEMENTOS DE EMPATÍA**



#### **Dimensión 4: EMPATÍA**

En el gráfico N° 5.7, el 43% afirma estar de acuerdo con el horario que tiene la Oficina de Pensiones, que es adecuado; el 14% expresa su total acuerdo. Sólo el 15% está en desacuerdo con el horario de atención y un mínimo de 4% muestra su total desacuerdo, demostrando así que al parecer, el horario de atención al público en la Oficina de Pensiones está bien establecido, comprobándose esto en las fechas previas al inicio de cada semestre, incluyendo el ciclo de verano. Un 23% muestra su imparcialidad en su respuesta ante dicha afirmación.

Igualmente, el 53% manifiesta su acuerdo que el diálogo con el personal de pensiones en la atención, es directo y fluido; y un 18% afirma su total acuerdo. Lo opuesto nos muestra que el 6.5% está en desacuerdo y sólo un 0.60% en total desacuerdo, lo que se puede decir que hay una relación cordial en la comunicación entre el personal de la Oficina de Pensiones y los clientes. No están en acuerdo ni en desacuerdo un 22% de los encuestados, por lo que se percibe que no hay mayores problemas en este elemento de empatía.

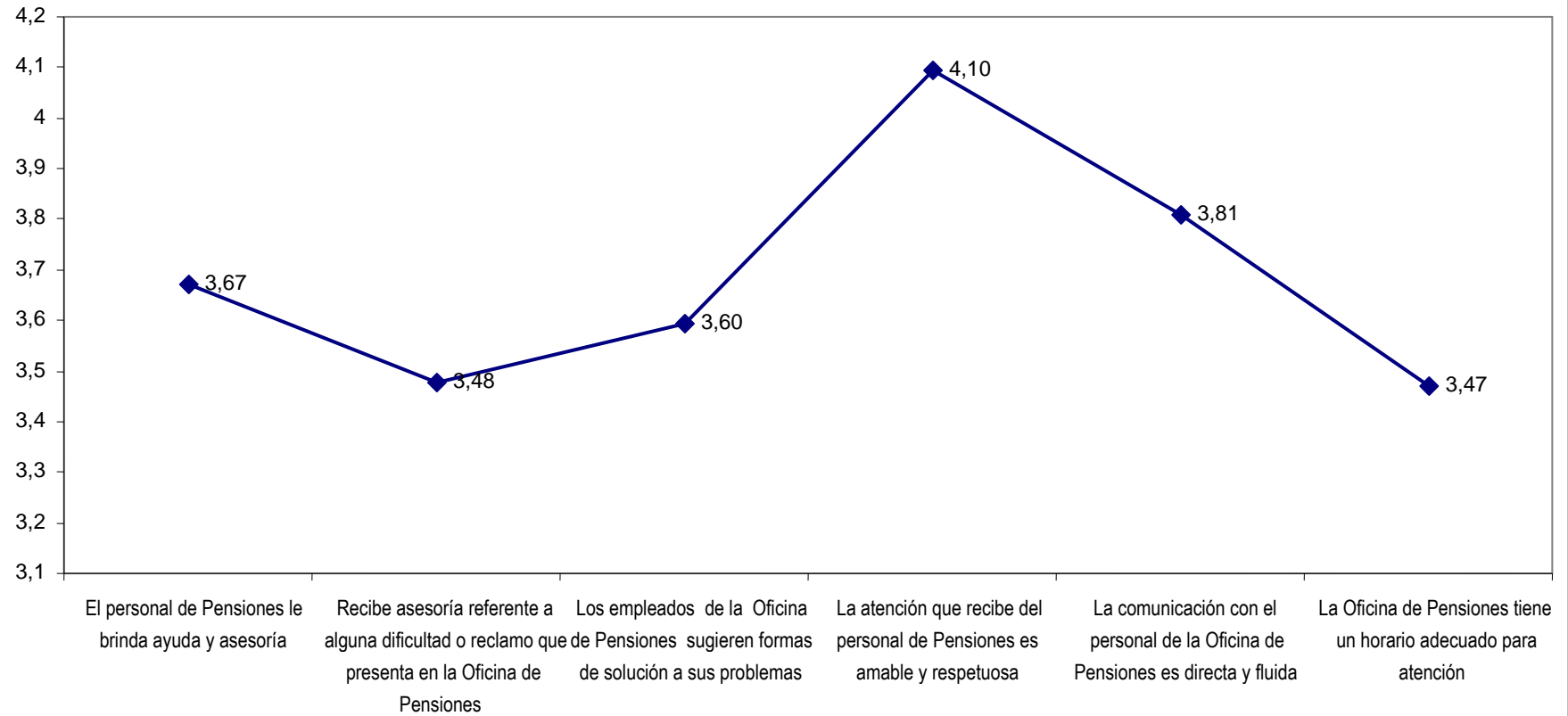
Coincidentemente gran parte de los encuestados afirma estar de acuerdo (59.5%) en recibir una atención amable y respetuosa de parte del personal que labora en la Oficina de Pensiones; el 27% muestra su total acuerdo al respecto. Un 3.6 % está en desacuerdo y sólo el 0.60% manifiesta su total desacuerdo. En este punto sólo hay un 9% que manifestaron su indecisión (ni en acuerdo, ni en desacuerdo).

En cuanto a los problemas que se presentan en el área de pensiones, los encuestados en un 42% expresan su acuerdo en que el personal de pensiones sugieren formas de solución a algún problema que se les presente; el 15% está en total de acuerdo a esta afirmación observando que más de la mitad de las familias se sienten bien atendidas en sus solicitudes a sus problemas; mientras que sólo el 9% opina su desacuerdo y un mínimo de 1.8% expresa su total desacuerdo. El 32% muestran su indecisión ante esta afirmación.

En similar índice del 42%, las familias encuestadas muestran su acuerdo que en la Oficina de Pensiones reciben asesoría ante algún problema o reclamo. El 11% opina su total acuerdo ante dicha afirmación, constatándose de alguna manera, de que la oficina de Pensiones hace las veces de un Centro de Información para los clientes y

por el cual se les da la asesoría necesaria para dar solución a sus problemas y reclamos, derivándoles al área respectiva, pensando en dar cada vez un mejor servicio. El 13% muestra su desacuerdo ante esta afirmación, y sólo un 2.4% demuestra su total desacuerdo. El 30% se muestra imparcial. En la última afirmación, se observa un igual porcentaje en relación a las dos anteriores afirmaciones ya que tienen relación, es decir, que también un 42% está de acuerdo que el personal de pensiones les brinda ayuda y asesoría; esto se demuestra en la práctica, ya que la atención sectorizada por apellidos que existe en la Oficina de Pensiones, permite que haya un trato personal con los estudiantes y familiares, creando una empatía especial, en la cual los trabajadores tratan en lo posible que los clientes salgan satisfechos en sus consultas. El 19% expresa su total acuerdo con lo antes mencionado, mientras que sólo un 12.5% manifiesta su desacuerdo y un 0.60% su total desacuerdo. El 25% opina mostrando imparcialidad en este elemento de empatía.

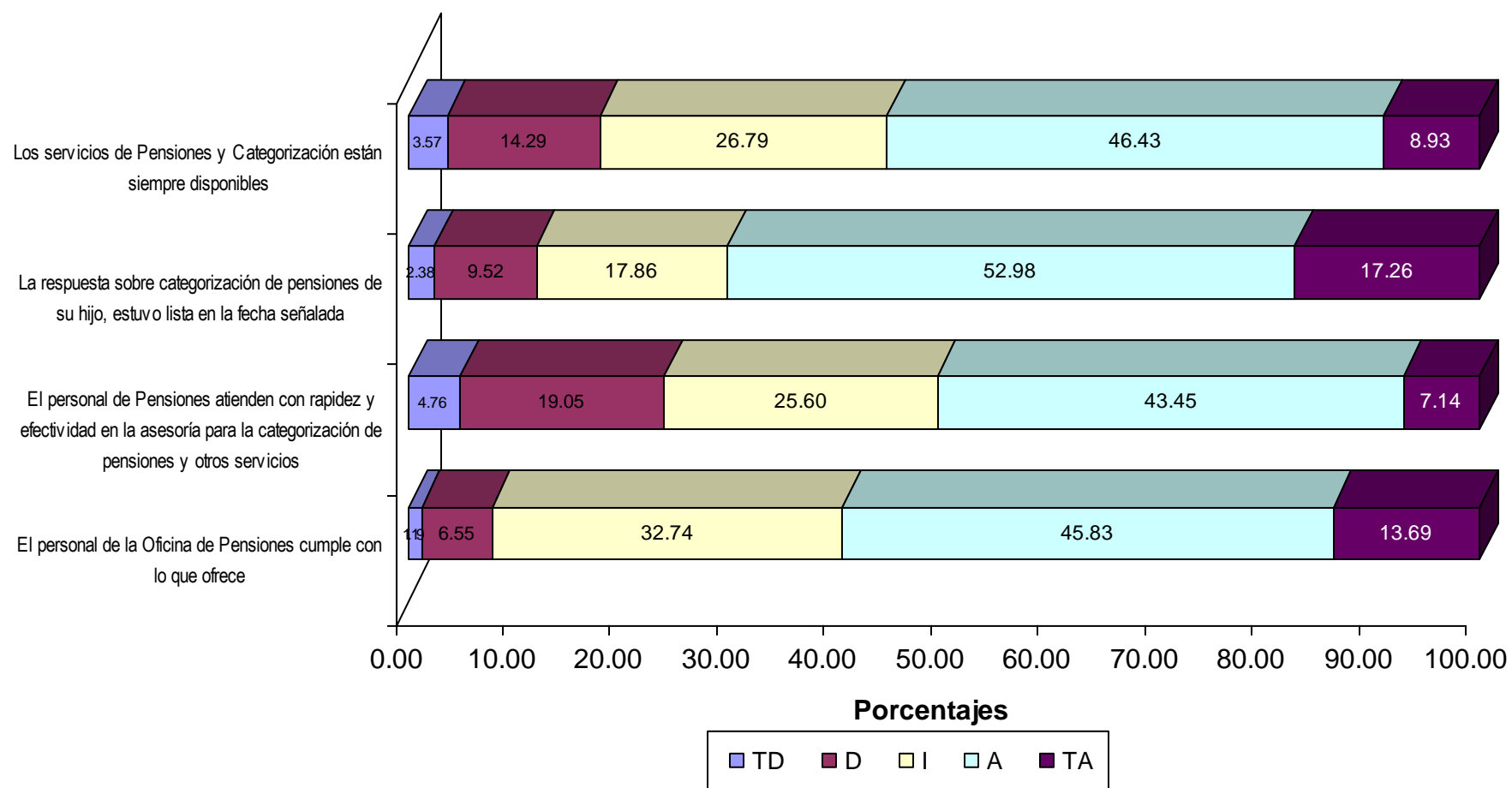
**Gráfico N° 5.8: PUNTAJE PROMEDIO OBTENIDO EN LA DIMENSIÓN DE ELEMENTOS DE EMPATÍA**



El gráfico N° 5.8, muestra que el mayor puntaje de los elementos de empatía lo ocupa la atención que reciben las familias de parte del personal de pensiones, es amable y respetuosa, esto debido a que en la oficina de pensiones hay una gran disposición en la atención, con el fin de asesorar al cliente de la mejor manera, orientándolo para darle la mejor solución a sus problemas o requerimientos solicitados. En segundo lugar la ocupa la comunicación con los usuarios, que es directa y fluida y va en relación con lo dicho anteriormente.

El menor puntaje lo ocupa el horario e atención al cliente, si bien en la encuesta se demuestra es el adecuado, se debe mejorar en relación en que muchos usuarios no pueden asistir en el horario establecido debido a que en sus centros de labores tienen distintos horarios, por lo tanto se estima debe ser más flexible el horario que se maneja en dicha Oficina.

**Gráfico N° 5.9.: ELEMENTOS DE RESPONSABILIDAD**



## **Dimensión 5: RESPONSABILIDAD**

En el gráfico N° 5.9, se observa que el 46% de encuestados está de acuerdo con que los servicios que ofrece la Oficina de Pensiones, incluyendo la Categorización de pensiones de enseñanza, están siempre disponibles, el 9% está en total acuerdo; comprobándose que la atención de los servicios que se dan en dicha Oficina son atendidos lo mejor posible, estando siempre a disposición de quién lo solicite, especialmente en el Proceso de Categorización, que se da todo el año: mensualmente en los Test DHAC, en los Ciclos programados por la Escuela Preuniversitaria y en los exámenes de admisión, evaluando el 100% de los expedientes recepcionados. El 14% manifiesta su desacuerdo a esta afirmación y sólo un 3.5 % está en total desacuerdo. Un 27% se mantiene imparcial a que si los servicios en Pensiones están siempre disponibles, correspondiendo probablemente a familias que no van muy frecuentemente por la universidad y envían a familiares a realizar ciertos trámites, o los trámites de categorización en este caso.

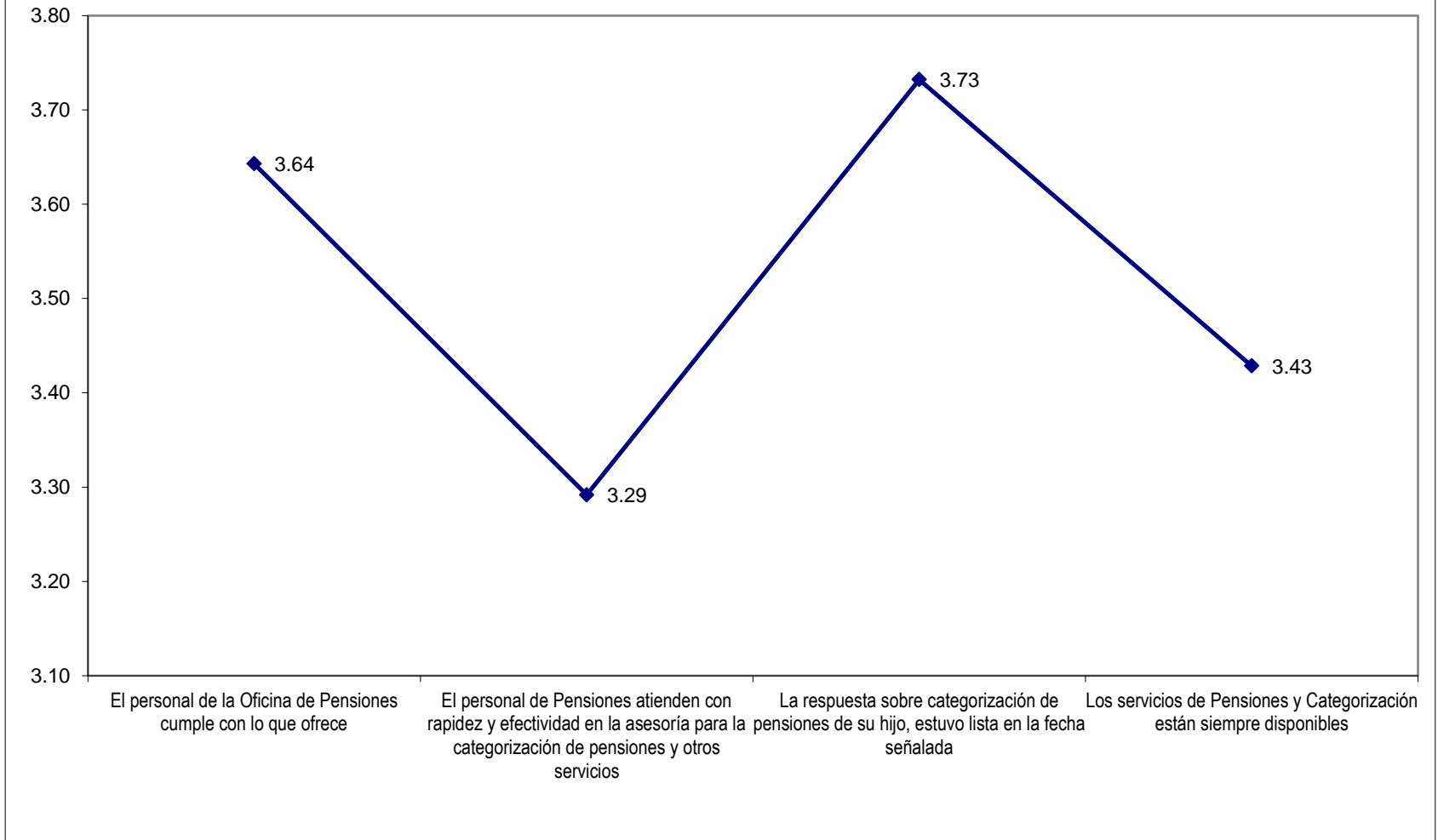
En cuanto a que si la respuesta sobre la categorización de pensiones estuvo lista en la fecha señalada, el 53% de familias opina estar de acuerdo, y el 17% expresa su total acuerdo en esta afirmación. Se estima que esta votación del 70% en total, muestra una buena percepción con este servicio; esto se consolida por el cumplimiento de las metas trazadas por la Oficina de Pensiones en cuanto a la programación tanto en la recepción de expedientes socioeconómicos, en las visitas a domicilio de las familias que se acogen a este beneficio, como en la evaluación del 100% de los expedientes presentados, respuestas que son entregadas en las fechas estipuladas. El 9.5% expresa su desacuerdo en este punto y sólo el 2.4% su total desacuerdo, estimando de alguna manera que son familias que por diversas circunstancias no tuvieron muy presentes el cronograma establecido por la Oficina de Pensiones para dicho servicio. El 18% expresó su indecisión ante esta afirmación; estimando que por razones de disponibilidad de tiempo ajenas a su voluntad, no concurrieron a la universidad por la respuesta de la Categorización en la fecha señalada.

También nos muestra el gráfico, que el 43% de encuestados, opinan su acuerdo en que los trabajadores de la Oficina de Pensiones dan una buena asesoría para la categorización y otros servicios, atendiendo al público con rapidez y efectividad; el

7% está en total acuerdo, lo que hace que el 50% de las familias están conformes con este elemento de responsabilidad, esto debido a la buena disposición e interés que muestra el personal de pensiones en la atención a los usuarios. Un 25.6% expresa su indecisión, probablemente por que no acudieron a recibir asesoría para algún servicio, principalmente para la categorización, materia de la presente investigación. El 19% expresó su desacuerdo y el 4.7% su total desacuerdo, estimando tal vez por considerar poco importante la manera de atender de parte del personal para la asesoría en dicho servicio.

Finalmente, el 46% de familias afirman estar de acuerdo con el cumplimiento al servicio ofrecido por el personal de la Oficina de Pensiones; el 14% expresa su total de acuerdo. Ante esto, los empleados de pensiones trabajan siempre en equipo, para tratar siempre de dar un mejor servicio y cumplir con dar respuesta al servicio solicitado en el menor tiempo posible, dependiendo del caso presentado, entendiéndose que hay servicios de respuesta inmediata. Sólo el 6.5% manifiesta su desacuerdo a esta afirmación y un mínimo del 1.1% su total desacuerdo. El 32.7% demuestra su indecisión ante esta afirmación, estimándose que tal vez por motivo de tiempo, de viaje, u otras circunstancias el usuario dejó su solicitud y envió a algún familiar por la respuesta, encontrando una respuesta no favorable a lo solicitado o en algún caso no vino por la respuesta, ambos casos creemos ajenas a la voluntad del personal que atendió.

**GRÁFICO Nº 5.10.:PUNTAJE PROMEDIO OBTENIDO EN LA DIMENSIÓN DE ELEMENTOS DE RESPONSABILIDAD**

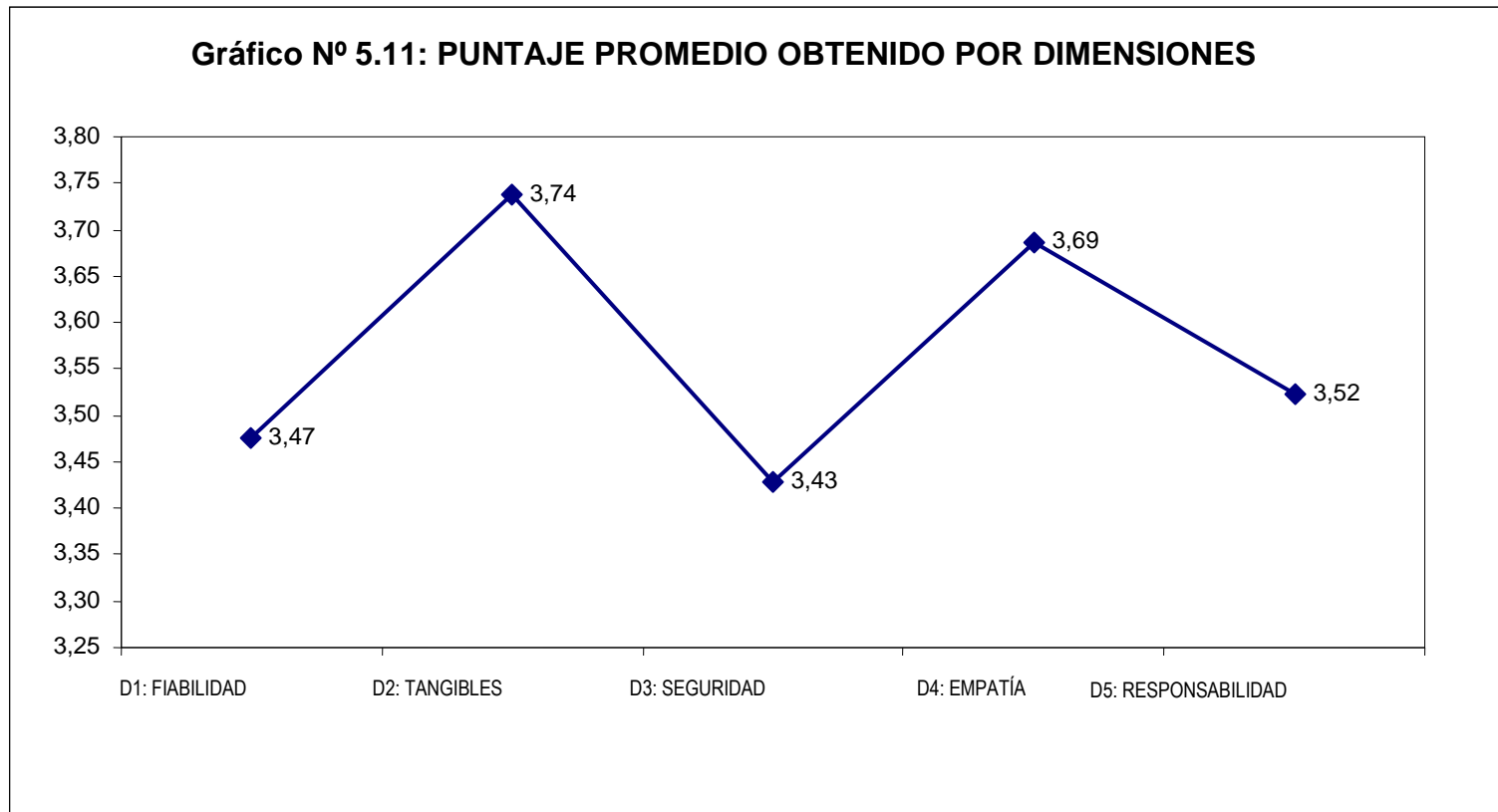


En el gráfico N° 5.10, el mayor puntaje promedio obtenido de los elementos de responsabilidad, corresponde a que la respuesta de la categorización de pensiones estuvo lista en la fecha señalada por la Oficina de Pensiones, esto por que lo programado por la Dirección de Pensiones se cumplió en el tiempo debido, es decir, desde la fecha de recepción de los expedientes socioeconómicos hasta las fechas de evaluación y entrega de resultados del Sistema de Pensiones Escalonadas (Categorización) que se ofrece para los estudiantes de las distintas formas de ingreso a la USAT. El segundo mejor promedio corresponde a que el personal de Pensiones cumple con lo que ofrece; al respecto, tiene relación directa con el primer lugar, en el sentido de cumplir con las metas trazadas en el tiempo programado y ofrecido.

En tercer lugar lo ocupa que los servicios de Pensiones incluyendo el de Categorización están siempre disponibles; en este último, es conveniente mencionar que en la Oficina de Pensiones se tiene como objetivo que todos los estudiantes que presenten el expediente de categorización, sean atendidos en el 100%.

El de menor puntaje lo ocupa la atención que ofrece el personal de la Oficina de Pensiones, la cual corresponde a la rapidez y efectividad en la asesoría en el Proceso de Categorización y otros servicios, se estima por que la atención de los servicios es un tanto subjetiva, porque depende de la opinión personal y percepción de cada usuario que tienen de los trabajadores de dicha área.

## 5.2. Análisis Global de las dimensiones:



El gráfico N° 5.11, muestra que el mayor puntaje promedio obtenido, corresponde a la dimensión de elementos tangibles (3.74), es visible que la Oficina de Pensiones ha sido renovada tanto en su infraestructura (con proyección de ampliación de área de ambiente a mediano plazo) como en equipos (aire acondicionado, computadoras, televisor, DVD, etc.). Asimismo, se incrementó el número de personal asistente para mejorar la atención, dando una mayor cobertura en atención al público, mejorando de esta manera la calidad en el servicio que ofrece dicha oficina.

El segundo mejor puntaje es la dimensión de empatía (3.69). Creemos que con un mejor ambiente para el trabajo y la atención al usuario, hay una mejor comunicación y coordinación entre los empleados que laboran en la Oficina de Pensiones, por tanto, produce una mejor comunicación con los clientes, siendo esta directa y fluida, con una atención amable y respetuosa de parte del personal de pensiones, ayudando a resolver los problemas y reclamos que se presenten, tratando siempre de dar la solución más acertada y que satisfaga a sus pedidos, y contando para esto un horario adecuado para la atención al público.

El tercer mejor puntaje es para la dimensión de responsabilidad (3.52). Esto estimamos como consecuencia de la vocación de servicio de parte de todo el personal que trabaja en la Oficina de Pensiones, el cual está identificado y comprometido con los objetivos establecidos por la Dirección en coordinación con la Administración General (disponibilidad de los servicios, atención rápida y efectiva, respuestas de solicitudes en las fechas establecidas y cumplimiento de los servicios ofrecidos en el menor tiempo posible).

En el cuarto lugar, lo ocupa la dimensión de fiabilidad (3.47), donde se establece la conformidad de los elementos considerados para el diseño de todos los servicios que se ofrece en la Oficina de Pensiones, incluyendo la Categorización de Pensiones, para el cual se tuvo en cuenta una serie de atributos expresados por padres de familia de estudiantes en una encuesta piloto, como: las escalas definidas para la categorización de pensiones son adecuadas, la situación legal de los padres, el número de hijos estudiantes en la USAT, la información que reciben las familias

sobre la categorización es oportuna, si el formulario socioeconómico para el Sistema de Pensiones Escalonadas está bien diseñado, si el personal de Pensiones está capacitado para una debida atención, etc.

En quinto y último lugar corresponde a la dimensión de seguridad (3.43). Si bien es cierto en las observaciones realizadas en los gráficos de dicha dimensión, el mayor porcentaje de familias encuestadas responde su acuerdo con que el personal que trabaja en la Oficina de Pensiones le inspira de seguridad y confianza; las debilidades si se quiere considerar así, recae en la información que se muestra al usuario directo, en cuanto al reglamento de pensiones si se entrega cada ciclo, a la información que se muestra por Internet, en la asesoría para el llenado del formulario para la categorización, y en las facilidades de pago que ofrece la Oficina de Pensiones a los estudiantes, las cuales requiere reforzar más la atención en estos servicios, para el cual ya se viene trabajando.

### 5.3. Análisis Descriptivo

Los promedios y la variabilidad de cada uno de los 32 ítems que se muestran en la Tabla 5.1, nos permite conocer a ciencia cierta la variabilidad de los promedios de las percepciones obtenidas en las encuestas referente a la calidad de servicio que viene brindando la Oficina de Pensiones de la Universidad Católica “Santo Toribio de Mogrovejo”, principalmente en cuanto al Proceso de Categorización de Pensiones.

**Tabla 5.1. Promedio y desviación estándar de las puntuaciones de cada uno de los ítems de la encuesta de percepción**

ITEM	PERCEPCIONES(n=168)	
	PROMEDIO	DESVIACIÓN ESTÁNDAR
P1	3.60	1.15
P2	3.92	0.75
P3	3.43	1.15
P4	3.38	1.12
P5	3.42	1.00
P6	3.18	1.12
P7	3.61	1.06
P8	3.72	0.87
P9	3.58	1.00
P10	4.04	0.77
P11	3.87	0.87
P12	3.22	1.34
P13	3.35	1.02
P14	3.64	0.84
P15	3.11	1.33
P16	3.67	0.94
P17	3.48	0.94
P18	3.60	0.91
P19	4.10	0.74
P20	3.81	0.83
P21	3.47	1.04
P22	3.29	1.01
P23	3.73	0.94
P24	3.43	0.96
P25	4.08	0.95
P26	2.99	1.12
P27	3.33	1.08
P28	3.29	1.43
P29	3.92	0.95
P30	4.07	1.02
P31	3.01	1.25
P32	3.15	1.15

En esta tabla se resumen los valores correspondientes a las características del servicio. En general, se observa que las puntuaciones finales obtenidas, son muy próximas y parecidas, con algunas excepciones donde el promedio es mayor a 4. Por tanto, estos resultados, nos muestran claramente la disposición que tienen los usuarios a valorar positivamente determinadas características del servicio de Categorización de Pensiones y otros, como indicadores de la calidad.

**Tabla 5.2. Distribución de los 32 ítems estudiados respecto a las dimensiones y atributos del modelo de Zeithaml y Bitner (2002)**

CUADRO DE DIMENSIONES Y ATRIBUTOS EN ENCUESTA DEFINITIVA: PROCESO DE CATEGORIZACIÓN DE PENSIONES					
Nº ÍTEM	DIMENSIÓN	ATRIBUTO	Atributos x dimensión	% Atributos dimensión	
P2	Fiabilidad	Diseño en Proceso de Categorización: Personal calificado	13	40,6%	
P4		Diseño en Proceso de Categorización: Sistema de Pensiones Escalonadas			
P5		Diseño en Proceso de categorización: Diseño formulario socioeconómico			
P6		Diseño en Proceso de categorización: Escalas de pensión, Precio			
P25		Diseño en Proceso de Categorización: Carga Familiar			
P26		Diseño en Proceso de Categorización: Flexibilidad en Proceso de Categorización			
P29		Diseño en Proceso de Categorización: Asistente social; mejoramiento continuo			
P32		Diseño en Proceso de Categorización: Servicio, atención y calidad			
P3		Sistemas de información			Información oportuna
P27					Ingresos económicos y capacidad de pago
P28	Condición socioeconómica; verificación de información				
P30	Fuente ingreso, capacidad de pago, gastos extras; situac. legal padres				
P31	Evaluación más justa				
P7	Elementos		Instalaciones físicas: Adecuados ambientes de oficina	4	12,5%
P8			Instalaciones físicas: Equipos modernos		
P9		Materiales: Documentos con información de categorización y otros servicios			
P10		Personal: Buena apariencia de los trabajadores			
P1	Seguridad	Acceso a la información: Confianza en la atención	5	15,6%	
P11		Acceso a la información: Conocimiento sobre trámites			
P12		Acceso a la información: Guía de procedimientos; seguridad y confianza			
P13		Acceso a la información: Medios de información			
P15		Acceso a la información: Guía de procedimientos			
P16	Empatía	Atención personalizada: Atención individualizada y esmerada al usuario	6	18,8%	
P17		Atención personalizada: Saber escuchar los pedidos			
P18		Atención personalizada: Dar solución a reclamos			
P19		Atención personalizada: Amabilidad, cortesía y respeto; servicio, atención y calidad			
P20		Atención personalizada: Atención individualizada al usuario; comunicación directa y fluida			
P21		Atención personalizada: Horarios adecuados de atención al público			
P14	Responsabilidad	Rapidez en los trámites: Agilización de trámites	4	12,5%	
P22		Rapidez en los trámites: Disposición de servicio y optimización tiempo asesoría en categorizac.			
P23		Rapidez en los trámites: Respuesta de categorización en tiempo ofrecido			
P24		Rapidez en los trámites: Disponibilidad de los servicios			
<b>TOTAL</b>			<b>32</b>	<b>100%</b>	

En la Tabla 5.2, está especificado la manera en que se agruparon los 32 ítems en las cinco dimensiones clásicas del método SERVQUAL de acuerdo a los atributos encontrados en la encuesta exploratoria, por los cuales una vez efectuada la encuesta de percepciones a las familias de los estudiantes de la USAT, se obtuvo la información respecto a la calidad de servicio según nos muestra la Tabla 5.1.

En el Anexo 04, en un análisis detallado se muestran los resultados de los puntajes promedios obtenidos en los ítems distribuidos en las cinco dimensiones de la evaluación de la percepción de la calidad del servicio de la Oficina de Pensiones en cuanto al Proceso de Categorización de Pensiones. Estos corresponden a:

En la Tabla 5.3., la dimensión de Fiabilidad, nos muestra que “el número de hijos en la USAT es importante en el proceso de Categorización”, es el más valorado ( $\bar{x} = 4.08$ ,  $s = 0.95$ ), seguido casi con igual puntaje “la situación legal de los padres de familia es importante en la categorización de pensiones” ( $\bar{x} = 4.07$ ,  $s = 1.02$ ), y luego con similar puntaje “la visita a domicilio por la categorización de pensiones debe realizarla un profesional de Asistencia Social”, y que “el personal de pensiones está capacitado para atender a sus requerimientos” ( $\bar{x} = 3.92$ ,  $s = 0.95$ ;  $\bar{x} = 3.92$ ,  $s = 0.75$ , respectivamente). Como se ve, los usuarios no sólo están valorando positivamente la capacidad del personal de pensiones para atender sus pedidos con exactitud, si no que les parece que las personas encargadas de la evaluación socioeconómica para que les asignen una escala de pensión de acuerdo a su capacidad económica, den más valor a que se considere importantes la situación legal de los padres y el número de hijos que van a estudiar en la USAT; y además consideran que en el proceso de categorización intervenga gente profesional en Asistentado Social.

Por otro lado, se aprecian valores por debajo del puntaje global de la dimensión de Fiabilidad que es ( $\bar{x} = 3.47$ ,  $s = 1.15$ ), donde se mide si el Sistema de Pensiones Escalonadas que ofrece la Oficina de Pensiones

está bien diseñado, si tiene precisión en su ejecución y si cuenta con la aceptación de los clientes. Estos corresponden a: “el Sistemas de Pensiones Escalonadas es el adecuado”, seguido de “las escalas que se ofrecen en el proceso de categorización de pensiones son justas”, y luego “el Proceso de Categorización satisface sus necesidades” ( $\bar{x} = 3.38$ ,  $s = 1.12$ ;  $\bar{x} = 3.18$ ,  $s = 1.12$ ; y  $\bar{x} = 3.15$ ,  $s = 1.15$ , respectivamente). Estos resultados nos indican una satisfacción de regular con el servicio ofrecido por esta oficina.

En cuanto, al formulario que se utiliza en la categorización de pensiones, se muestran puntajes cercanos a puntaje global, “la información necesaria sobre el Proceso de Categorización se recibe en forma oportuna” ( $\bar{x} = 3.43$ ,  $s = 1.15$ ), y “el formulario de datos socioeconómicos que se utiliza en la categorización está bien diseñado” ( $\bar{x} = 3.42$ ,  $s = 1.00$ ), lo que nos indican que los usuarios están considerando poco importantes estos atributos en el beneficio que han recibido.

Con valores intermedios, un tanto bajos, reflejan las aseveraciones hechas en relación a la liquidez de las familias para afrontar las pensiones en la USAT, como son: “la pensión escalonada, se otorga de acuerdo a las remuneraciones y capacidad de liquidez de las familias” ( $\bar{x} = 3.33$ ,  $s = 1.08$ ); “la escala de pensión otorgada en el Proceso de Categorización se adecua a su realidad socioeconómica” ( $\bar{x} = 3.01$ ,  $s = 1.25$ ). De igual forma con puntuación no muy alta de ( $\bar{x} = 3.29$ ,  $s = 1.43$ ), las familias valoraron el hecho de que “recibieron visita de parte de los trabajadores de la Oficina de Pensiones para efectos de la Categorización de Pensiones”; en este punto se considera las respuestas de aquellas familias en que se encontraron presentes en el momento de la visita y los que no respondieron o valoraron poco esta afirmación, es porque probablemente ni se enteraron de la visita, no se ubicó la dirección, o no fueron visitados por falta de tiempo, ocasionados tal vez por exámenes de ingreso muy

seguidos u otras circunstancias propias del trabajo que se realiza en la Oficina de Pensiones.

El puntaje más bajo ( $\bar{x} = 2.99$ ,  $s = 1.12$ ), corresponde a que las familias están valorando menos el hecho de que si “el Sistema de Pensiones Escalonadas en la Categorización que se ofrece se adecua a sus posibilidades económicas para afrontar los gastos que de estudios de sus hijos en la universidad”; al respecto se estima, que esto se debe a que la USAT presenta una alternativa general de ayuda económica a las familias por medio de las escalas de pensión, y no necesariamente se van a adecuar a las distintas realidades socioeconómicas de todas ellas, ya que objetivamente es difícil satisfacer a cada una con su propia realidad. Por eso, del resultado del estudio socioeconómico de los estudiantes que solicitan la Categorización de su pensión, resulta una escala de pensión más o menos acorde a su situación económico familiar.

En cuanto a la dimensión de elementos Tangibles, Tabla 5.4., se aprecia que los clientes dan más valor a “la buena apariencia personal que muestran los empleados de la Oficina de Pensiones ( $\bar{x} = 4.04$ ,  $s = 0.77$ ), y que está por encima del puntaje global de dicha dimensión ( $\bar{x} = 3.74$ ,  $s = 0.95$ ). Como segundo mejor puntaje, le sigue “la Oficina de Pensiones cuenta con equipos de apariencia moderna” ( $\bar{x} = 3.72$ ,  $s = 0.87$ ), y en tercer lugar valoran a que “las instalaciones físicas y los servicios de la Oficina de Pensiones son adecuados” ( $\bar{x} = 3.61$ ,  $s = 1.06$ ). Dichos resultados nos muestran que las personas que reciben servicio en la Oficina de Pensiones, no sólo consideran que en dicha área haya buena infraestructura y equipos modernos para su atención, si no, que están valorando más la apariencia física en cuanto a la presentación de los trabajadores, lo que parece que es un indicador de motivación para que los padres de familia y estudiantes confíen más en la capacidad del personal para atender a sus requerimientos.

La Tabla 5.5., nos muestra que en la dimensión de Seguridad, el valor más alto corresponde a “el personal de la Oficina de Pensiones le ofrece

seguridad y confianza ( $\bar{x} = 3.87$ ,  $s = 0.87$ ), seguido de “ la Oficina de Pensiones le ofrece facilidades en el pago de sus pensión de enseñanza” ( $\bar{x} = 3.60$ ,  $s = 1.15$ ); ambas superiores al puntaje global de dicha dimensión ( $\bar{x} = 3.43$ ,  $s = 1.19$ ), lo que indican que los usuarios por los servicios que reciben en la Oficina de Pensiones, incluyendo el del Proceso de Categorización de Pensiones en el Sistema de Pensiones Escalonadas, no sólo consideran importante que los empleados les ofrezcan facilidades para pagar sus pensiones según la escala asignada, si no, que éstos les den confianza y seguridad en la atención que reciben al buscar la mejor solución al problema económico que deben afrontar o para orientarlos en cuanto a las escalas de pensiones que ofrece la USAT.

Asimismo, con menos puntuación apreciamos en: “la información de pensiones mostrada por Internet es adecuada” ( $\bar{x} = 3.35$ ,  $s = 1.02$ ); “recibió asesoría en el llenado del formulario socioeconómico para la categorización de pensiones” ( $\bar{x} = 3.22$ ,  $s = 1.34$ ), y “el reglamento de pensiones llega a manos del estudiante cada ciclo” ( $\bar{x} = 3.11$ ,  $s = 1.33$ ); esto porque al parecer muchas familias no dan la importancia debida en enterarse sobre la información que ofrece la Oficina de Pensiones para el Proceso de Categorización y otros servicios.

Los datos que se observan en la Tabla 5.6., son las características de la dimensión de Empatía, donde las puntuaciones mas altas las encontramos en: “la atención que recibe del personal de pensiones es amable y respetuosa” ( $\bar{x} = 4.10$ ,  $s = 0.74$ ), seguido de “la comunicación con el personal de la Oficina de Pensiones es directa y fluida” y “el personal de Pensiones le brinda ayuda y asesoría” ( $\bar{x} = 3.81$ ,  $s = 0.83$ ;  $\bar{x} = 3.67$ ,  $s = 0.94$ , respectivamente); ésta última con un puntaje ligeramente menor al global de la dimensión ( $\bar{x} = 3.69$ ,  $s = 0.93$ ). Estos resultados nos dan claros indicativos que, las familias de los estudiantes de la USAT, confirman que la actuación de los empleados de la Oficina de Pensiones es vital para que haya una comunicación personalizada, y una información importante de los servicios que se ofrecen, valorando que reciben un buen trato, con amabilidad, tanto en las atenciones como las

asesorías, y sobretodo con mucho respeto y disposición de servicio. Estas muestras de entusiasmo y cortesía en atender a los usuarios, por parte del personal, ayudan de alguna manera a ofrecer un servicio de calidad tanto en la Categorización de Pensiones como en otros servicios, como es el que se debe buscar siempre por medio de un mejoramiento continuo.

Con menor puntaje y por debajo del promedio global, los clientes asignan a: “los empleados de Pensiones sugieren formas de solución a sus problemas”, “recibe asesoría referente a alguna dificultad o reclamo que presenta en la Oficina de Pensiones” ( $\bar{x} = 3.60$ ,  $s = 0.91$ ;  $\bar{x} = 3.48$ ,  $s = 0.94$ ; respectivamente), y con menor puntuación: “la Oficina de Pensiones tiene un horario adecuado para atención” ( $\bar{x} = 3.47$ ,  $s = 1.04$ ), lo que corrobora que los clientes les interesa más una buena atención.

Los resultados que muestran la Tabla 5.7., sobre las características en la dimensión Responsabilidad, señalan una mayor puntuación a “la respuesta sobre la categorización de su hijo, estuvo lista en la fecha señalada” ( $\bar{x} = 3.73$ ,  $s = 0.94$ ) y segundo a que “el personal de la Oficina de Pensiones cumple con lo que ofrece” ( $\bar{x} = 3.64$ ,  $s = 0.84$ ), lo que refleja que las familias están conformes con el cumplimiento de sus pedidos en las fechas que se les indicó.

Con puntajes menores al global ( $\bar{x} = 3.52$   $s = 0.95$ ), “los servicios de Pensiones y Categorización están siempre disponibles” y “el personal de Pensiones atienden con rapidez y efectividad en la asesoría en la Categorización de pensiones y otros” ( $\bar{x} = 3.43$ ,  $s = 0.96$ ;  $\bar{x} = 3.29$ ,  $s = 1.01$ , respectivamente), nos están indicando que la rapidez en la atención no es de mucha importancia para los clientes, confirmando de esta manera que más consideran la puntualidad en los resultados por los servicios solicitados, es decir, que estén listos en las fechas que se les indicó.

En el Anexo 05, en un análisis detallado se muestran los resultados de los niveles de satisfacción obtenidos en los ítems distribuidos en las cinco

dimensiones de la evaluación de la calidad de servicio de la Oficina de Pensiones en cuanto al Proceso de Categorización de Pensiones. Estos corresponden a:

En la Tabla 5.9., referente a la dimensión de Fiabilidad, los resultados obtenidos nos muestra que los mayores porcentajes de los niveles de satisfacción corresponden al nivel “De Acuerdo” donde las familias han manifestado su conformidad con el servicio brindado por la Oficina de Pensiones en cuanto al Proceso de Categorización de Pensiones y otros servicios; destacando en primer lugar con 59.5 %, que los trabajadores de Pensiones están capacitados para atender a los requerimientos de las familias; y en segundo lugar con 47.0 %, están de acuerdo con el formulario que se utiliza en la categorización de pensiones está bien diseñado.

En este mismo nivel “De acuerdo”, es importante detallar que, en cuanto a que si el Proceso de Categorización de Pensiones satisface las necesidades de las familias, estas dieron una votación un tanto baja de 32.7 %; mientras que un 27.4 % se mostró indiferente (ni de acuerdo, ni en desacuerdo) ante esta aseveración; el 19.6 dijo estar “En Desacuerdo”; y sólo el 10.7 % dio su “Total Acuerdo”, y muy de cerca, el 9.5 % mostró su “Total Desacuerdo”, demostrándose que la percepción de satisfacción como tal depende de quienes reciben el servicio, es un tanto complicada para mostrar su aceptación.

Referente a que si la escala de pensión otorgada en el proceso de categorización se adecua a su realidad socioeconómica, esta tuvo su mayor votación en el nivel de “En Desacuerdo” con 27.4 %; mayor al nivel “De Acuerdo”, que fue del 26.8 %, el menos votado de todos los ítems de la dimensión; aquí se observa objetivamente, que por lo regular, las pensiones otorgadas a las familias no siempre va a ser de su entera satisfacción. En “Total Desacuerdo” el valor fue del 12.5 %, mientras que en “Total Acuerdo” el 13.1 %, casi parecidos, lo que demuestra una aceptación baja a regular. Bolton y Drew, 1991 (citado por Cobra 2000,

142-143), nos dice al respecto que la satisfacción resultante del consumo de un servicio no es sólo un fenómeno del conocimiento, sino que implica la afectividad y los sentimientos del cliente (parte subjetiva), quien se siente bien cuando está satisfecho; y mal cuando está insatisfecho.

Asimismo, los porcentajes más elevados de satisfacción mostrados por los usuarios en el nivel de “Total Acuerdo”, fueron para: el número de hijos en la USAT es importante en la Categorización de Pensiones con un 41.7 %; y en segundo lugar con un 40.5 % se considera que la situación legal de los padres de familia es importante en el Proceso de Categorización de pensiones.

En resumen, estas calificaciones para la dimensión de Fiabilidad, se estima nos está indicando una satisfacción de regular con el servicio brindado por dicha oficina.

Para la dimensión de Tangibles, los resultados de satisfacción que nos muestra la Tabla 5.10., también son los más altos para el nivel “De Acuerdo”, dando un 56.5 % para el ítem que dice, los trabajadores de la Oficina de Pensiones muestran una buena apariencia personal; y con un 56.0 %, ocupando el segundo puesto, la Oficina de Pensiones, tiene equipos con apariencia moderna. Para el nivel de “Total Acuerdo”; estos mismos ítems, mostraron un 26.2 % para el primer lugar y el 13.7 % para el segundo.

En tercer puesto figura, la Oficina de Pensiones cuenta con materiales de información acerca de la Categorización y otros servicios con 54.8% en el nivel “De Acuerdo”, seguido de las instalaciones y los servicios de la Oficina de Pensiones son adecuadas, que obtuvieron: 51.2 % para el mismo nivel y 16.1 % para “Total Acuerdo”. Los niveles de “En Desacuerdo” (10.1 %) y “Total Desacuerdo” (6.0 %, el más alto), mostraron valores por debajo del 11.9 %, que el valor más bajo del nivel de “Total Acuerdo”, que lo obtuvo: La Oficina de Pensiones cuenta con materiales de información acerca de la Categorización de Pensiones y

otros servicios; y que a la vez tuvo el resultado más alto en el nivel de “En Desacuerdo”, 11.3 %, y 4.8 % en “Total Desacuerdo”, lo que implica que la información interna que brinda la Oficina de Pensiones por los servicios que ofrece, debe ir mejorándose, como una estrategia más para alcanzar la calidad en el servicio.

Por lo tanto, en la dimensión de Tangibles, si se toma como referencia el nivel “de acuerdo”, los ítems votados, pasan el 50.0 %, lo que nos indica una satisfacción media en el servicio ofrecido.

Referente a la dimensión de Seguridad, los resultados en la Tabla 5.11., nos indica que el más alto porcentaje corresponde al nivel “De Acuerdo” con un 52.4%, para el ítem de el personal de la Oficina de Pensiones, le inspira seguridad y confianza en la atención; seguido del 45.2 % para la Oficina de Pensiones, le ofrece facilidades de en el pago de su pensión de enseñanza; siendo estos ítems, los más valorados de todos los niveles de satisfacción. De igual forma, dichos ítems en el nivel de “Total Desacuerdo”, tuvieron un resultado del 2.4 % y 7.1% respectivamente, correspondiendo a índices bajos de insatisfacción.

El tercer mejor valorado con un 38.7 % en el mismo nivel, es para la información de pensiones mostrada por Internet es adecuada, lo que nos indica que poco a poco, las familias están tomando en cuenta la importancia de visitar la página Web de la USAT para los servicios que ofrece la Oficina de Pensiones, ya que hay un 29.2 % que se muestra indeciso “Ni de Acuerdo, Ni Desacuerdo” ante esta aseveración.

Los niveles más altos de insatisfacción, tanto en “Desacuerdo” con un 23.2 %, como para “Total Desacuerdo” con un 14.3 %, corresponde al ítem: el reglamento de pensiones llega a manos del estudiante cada ciclo, lo que se deduce que hay que mejorar en la entrega de este importante documento, ya que en el hay una información completa del Sistemas de Pensiones Escalonadas que ofrece la universidad a las familias de los estudiantes.

Podemos resumir, que en la dimensión de Seguridad, está indicando una satisfacción de regular en el servicio brindado.

En la dimensión de Empatía, los resultados de satisfacción que se observan en la Tabla 5.12., indica que el porcentaje más alto correspondió a la atención que recibe del personal de Pensiones es amable y respetuosa, con un 59.5 % para el nivel “De Acuerdo” y con un 27.4 % para “Total Acuerdo”; asimismo, para estos mismos niveles, la conformidad si la comunicación con el personal de la Oficina de Pensiones es directa y fluida, ocupó el segundo lugar, con resultados de votación del 53.0 % y 17.9 % respectivamente; lo que está indicando una buena atención y con buen trato al usuario.

El ítem votado como tercer lugar, es, la Oficina de Pensiones tiene un horario adecuado para la atención, obtuvo un 43.5 % para el nivel “De Acuerdo” y 13.7 % para “Total Acuerdo”; pero un gran porcentaje mostró su indiferencia en el nivel “Ni de Acuerdo, Ni Desacuerdo” con un 23.2 % y su “Desacuerdo” con el 15.5 %, siendo este el valor más alto de todos los ítems en dicho nivel. Con estos valores se estima que se debe tomar en cuenta que el horario de atención debe ser mejorado para dar una mayor cobertura de atención al público.

De igual forma, con puntajes cercanos al del tercer mejor valorado, en el nivel de “De Acuerdo”, corresponden a: El personal de Pensiones le brinda ayuda y asesoría (42.9 %); con el mismo porcentaje: recibe asesoría referente a alguna dificultad o reclamo que presenta en la Oficina de Pensiones, y con 42.3 %, los empleados de la Oficina de Pensiones, ofrecen formas de solución a sus problemas (incluyendo el Proceso de Categorización). En este último ítem, en el nivel “Ni de Acuerdo, Ni Desacuerdo”, presenta el 32.1 %, siendo este valor el más alto de dicho nivel.

En cuanto a los niveles de “Desacuerdo” y “Total Desacuerdo”, estos son menores al 15.5 % en todos ítems, siendo valores relativamente bajos de insatisfacción.

En general en esta dimensión encontramos una satisfacción media en el servicio recibido.

Por último, la dimensión de Responsabilidad, que se observa en la Tabla 5.13., muestra los resultados con más valor están en el nivel “De Acuerdo”, ocupando el primer lugar el ítem: la respuesta sobre la categorización de su hijo, estuvo lista en la fecha señalada con un 53.0 %, y también primero en el nivel “Total Acuerdo” con 17.3 %, indicando una buena disposición de servicio para cumplir con lo ofrecido en el tiempo señalado.

Con porcentajes intermedios más valorados en el nivel de aceptación “De Acuerdo”, figuran: los servicios de Pensiones y Categorización están siempre disponibles, segundo lugar con 46.4 % y el ítem: el personal de la Oficina de Pensiones cumple con lo que ofrece, en tercer lugar con 45.8 %. Estos dos ítems, en el nivel de “Desacuerdo”, presentan valores de 14.3 % y 6.5 % respectivamente.

Con el valor más bajo de aceptación en el nivel “De Acuerdo” corresponde a el personal de Pensiones atienden con rapidez y efectividad en la asesoría para la Categorización de pensiones. Este mismo ítem, para los niveles “En Desacuerdo” y “Total Desacuerdo”, obtuvo los valores más altos de insatisfacción, siendo estos de 19.0 % y 4.8 % respectivamente, indicando que los clientes valoran más el cumplimiento de los servicios ofrecidos y no valoran mucho la rapidez en la atención a dichos servicios.

En resumen, por el servicio ofrecido en esta dimensión de responsabilidad, indica una satisfacción media.

## CAPÍTULO VI

### VI.- DISCUSIÓN DE RESULTADOS:

Buttle, 1996 (citado por Díaz 2005, 72) dice que desde un punto de vista operacional, las expectativas no cumplen un rol fundamental en la calidad de los servicios; además, Rust y Oliver, 1994 (citado por Díaz 2005,74) nos menciona que la percepción de la calidad de un servicio puede darse aún en ausencia de experiencia.

Al respecto, Salvador (2005), en una investigación sobre la Percepción del Cliente de los elementos determinantes de la Calidad del Servicio Universitario, Características del Servicio y Habilidades Profesionales, en la Universidad de Almería, España, encuentra que las puntuaciones finales de las características del servicio como indicadores de calidad, son elevadas y además son próximas ó parecidas; obteniendo mayor puntaje en la amabilidad ( $\bar{x} = 4.07$ ,  $s = 2.29$ ); cortesía ( $\bar{x} = 3.78$ ,  $s = 1.04$ ), lo que muestra la importancia que da el cliente al trato mostrado por el trabajador en el desempeño de su labor profesional y con una buena atención, anotando con esto el mayor puntaje a la dimensión de Empatía. En segundo lugar, los usuarios han valorado la limpieza en las instalaciones ( $\bar{x} = 3.92$ ,  $s = 1.54$ ), con buenos equipos ( $\bar{x} = 3.68$ ,  $s = 1.05$ ), que corresponden a la dimensión de Tangibilidad; y por último la Responsabilidad que le dieron un valor de ( $\bar{x} = 3.83$ ,  $s = 1.04$ ), lo que le demuestra a los usuarios que además de recibir un servicio con un trato amable y cortés, los empleados están demostrando gran responsabilidad en su trabajo, es decir, con una buena disposición de ayuda al cliente.

En resumen, se encontró que el cliente, desarrolla una percepción positiva de la calidad del servicio, si encuentra ciertas características determinadas en el mismo (tangibilidad) y determinados comportamientos en los trabajadores (empatía y responsabilidad).

En otro estudio realizado por Fernández *et al.* (2007, 63-73), con el objeto de diagnosticar la calidad del servicio percibido por los clientes, se evaluó una cadena de farmacias de la ciudad de Chiclayo, durante octubre - diciembre 2006, por medio de entrevistas, bajo el modelo de instrumento SERVQUAL y percepción de la valoración de las dimensiones realizadas por los clientes, donde se logró caracterizar la calidad de servicio de las farmacias. Los resultados de percepción fueron los siguientes:

Para la dimensión de Empatía, obtuvo el mayor puntaje ( $\bar{x} = 3.78$ ,  $s = 0.47$ ), ya que fue la que más se acercó entre el servicio percibido y el esperado, dando como resultado una percepción de buen servicio (70 %), producto de una atención personalizada que ofrecen los empleados en la mayoría de farmacias.

Asimismo, con un puntaje intermedio de percepción, se ubicaron las dimensiones de Elementos Tangibles ( $\bar{x} = 3.60$ ,  $s = 0.49$ ) y Seguridad ( $\bar{x} = 3.68$ ,  $s = 0.56$ ). En cuanto a la dimensión de elementos tangibles, los clientes mostraron poca satisfacción con respecto a las instalaciones físicas y a los empleados que laboran en las farmacias; y esto se debe posiblemente a que éstas cuentan con una variedad de instalaciones y servicios, pero aparentemente no es del gusto total del cliente, tal vez porque a muchos no les parecen muy atractivas, ni modernas y ni tan acogedoras.

La dimensión de seguridad igualmente no obtuvo una buena puntuación, encontrándose cierta insatisfacción de parte de los clientes; ya que no se percibe mucho la cortesía de los empleados y la capacidad de transmitir confianza y seguridad.

Las dimensiones de Fiabilidad ( $\bar{x} = 3.48$ ,  $s = 0.53$ ) y Responsabilidad ( $\bar{x} = 3.50$ ,  $s = 0.53$ ), fueron las menos valoradas.

En la fiabilidad, al parecer, los clientes no percibieron una actitud confiable y atenta de parte del personal, con relación a la capacidad de dar un servicio de forma exacta y confiable como ofrecen. Ante esto, Rodríguez y Escobar .1991, 10 (citado por Fernández et al. 2007) dice que el servicio en su sentido objetivo debe responder a las expectativas del usuario para que estos no pierdan la confianza en la empresa.

Por tanto, la responsabilidad tampoco alcanzó buenos resultados, ya que muestra que el personal de atención no logró responder en forma eficiente a los requerimientos del cliente. En este punto se concluye que no hay una buena voluntad de ayuda a los clientes de proporcionar un servicio rápido.

En la presente investigación, en el análisis realizado en la encuesta definitiva efectuada a 168 familias de la USAT(de acuerdo a la muestra seleccionada para el logro de los objetivos que se plantearon en el presente estudio), se han obtenido resultados desde el punto de vista de un análisis de las percepciones por el servicio recibido de parte de las familias de los estudiantes, y por los cuales de alguna manera se ha podido determinar la percepción de la calidad del servicio por la escala de pensión asignada a sus hijos en el proceso de categorización establecido según reglamento interno en el Sistema de Pensiones Escalonadas.

El puntaje global obtenido por dimensiones en dicha investigación, Tabla 5.8., en el anexo 04, apreciamos que la mayor puntuación corresponde a la dimensión de elementos Tangibles ( $\bar{x} = 3.74$ ,  $s = 0.95$ ), pues es visible que la Oficina de Pensiones ha sido renovada en su infraestructura y además con el incremento en el número de personal asistente ha mejorado la atención, y ha dado como resultado una mayor cobertura en atención al público, mejorando de esta manera la calidad en el servicio que ofrece dicha oficina.

El segundo mejor puntaje es la dimensión de Empatía ( $\bar{x} = 3.69$ ,  $s = 0.93$ ). Al haber mejorado el ambiente en cuanto a las instalaciones para el

trabajo y contando con más personal, mejoró la atención al usuario, y existe por consiguiente una mejor comunicación y coordinación entre los empleados que laboran en la Oficina de Pensiones, y una mejor comunicación con los clientes, siendo esta directa y fluida, con una atención amable y respetuosa, ayudando a resolver los problemas y reclamos que se presenten, tratando siempre de dar la solución más acertada y que satisfaga a sus pedidos. Es importante por tanto, contar un horario adecuado para la atención al público, que obtuvo una menor puntuación.

En similar estudio, Diaz. 2005 (citado por Fernández et al. 2007, 70), señala que aplicando el modelo SERVQUAL para determinar la calidad de servicio en educación superior, concluye que son factores esenciales los elementos tangibles y de empatía, dimensiones que coinciden en importancia con el presente estudio de investigación.

El tercer mejor puntaje es para la dimensión de Responsabilidad ( $\bar{x} = 3.52$ ,  $s = 0.95$ ). Esto se estima porque los usuarios han valorado la vocación o disposición de servicio de parte de todo el personal que trabaja en la Oficina de Pensiones, por el cual se confirma que están identificados y comprometidos con los objetivos establecidos por la Dirección de Pensiones en coordinación con la Administración General (disponibilidad de los servicios, atención rápida y efectiva, respuestas de solicitudes en las fechas establecidas y cumplimiento de los servicios ofrecidos en el menor tiempo posible).

En el cuarto lugar, lo ocupa la dimensión de Fiabilidad ( $\bar{x} = 3.47$ ,  $s = 1.15$ ), donde se establece la conformidad de los elementos considerados para el diseño de todos los servicios que se ofrece en la Oficina de Pensiones, incluyendo la Categorización de Pensiones, y donde se ha podido medir la capacidad del personal de Pensiones para una debida atención con precisión a los requerimientos de los clientes, para el cual se tuvo en cuenta una serie de atributos expresados por padres de familia de estudiantes en una encuesta piloto, como: las escalas definidas para la

categorización de pensiones son adecuadas, la situación legal de los padres, el número de hijos estudiantes en la USAT, la información que reciben las familias sobre la categorización es oportuna, si el formulario socioeconómico para el Sistema de Pensiones Escalonadas está bien diseñado, si las escalas de pensiones que se ofrecen en la categorización son justas, si la pensión otorgada en el proceso de categorización se adecua a su realidad socioeconómica, si el proceso de categorización de pensiones satisface sus necesidades, etc. El resultado obtenido se considera aceptable para dicha dimensión.

En quinto y último lugar corresponde a la dimensión de Seguridad ( $\bar{x} = 3.43$ ,  $s = 1.19$ ). Este resultado es el reflejo de que el mayor porcentaje de familias encuestadas responde su acuerdo con que el personal que trabaja en la Oficina de Pensiones le inspira seguridad y confianza, pero encuentra algunas debilidades si se quiere considerar así, por ejemplo en la información que se muestra al usuario directo en cuanto al reglamento de pensiones si éste se entrega cada ciclo, a la información que se muestra por Internet, en la asesoría para el llenado del formulario para la categorización, y en las facilidades de pago que ofrece la Oficina de Pensiones a los estudiantes, etc., las cuales por la puntuación obtenida, requieren reforzar más la atención en estos servicios, es decir, ir mejorándolos poco a poco.

De igual manera es posible medir la satisfacción de los clientes como resultado de la percepción de la calidad por un servicio recibido, es así, que en un análisis global de satisfacción por la calidad del servicio brindado a estudiantes, Hurtado (2006), realizó el estudio: "Nivel de Calidad del Proceso de Matrícula del 2006-II de la Universidad Católica "Santo Toribio de Mogrovejo" – Chiclayo 2006", donde en una parte de la investigación que refiere a la Oficina de Caja y Pensiones, el puntaje de aceptación promedio (Percepciones) obtenido en el ítem 37: "Resultados de servicio de Categorización y Convenios, si se ajustan a sus necesidades", la evaluación global por la calidad del servicio percibido, obtuvo una satisfacción media con el servicio brindado por dicha oficina.

Asimismo, Rey (2000, 143-144), en un estudio realizado sobre la satisfacción del usuario en el uso de un sistema de información para la biblioteca de la Universidad de Barcelona, manifiesta que la calidad de servicio ofrecido, incide directamente en la opinión que den los usuarios acerca de su satisfacción o insatisfacción, y no es que solamente funcione el sistema implementado, si no que es más importante que el usuario perciba que éste sea satisfactorio y cubra sus expectativas. Además del servicio prestado, el usuario valora en forma conjunta los elementos físicos y el personal responsable, los cuales tienen implicancia en el proceso de medir el grado de satisfacción del usuario.

En el presente estudio de investigación, referente a la evaluación de la satisfacción, según los resultados de la percepción del servicio para determinar la calidad, se analizaron los datos recogidos de las encuestas donde las familias expresaron su acuerdo o desacuerdo, según las escalas de aceptación establecidas en el cuestionario tipo Likert utilizado, que fueron del 1 al 5, para análisis de percepciones: “1” Total Desacuerdo; “2” En Desacuerdo; “3” Ni de Acuerdo, Ni en Desacuerdo; “4” De Acuerdo; y “5” Total Acuerdo.

Producto de dicho análisis, los resultados obtenidos en las cinco dimensiones están resumidos en la tabla 6.1, los cuales nos están indicando en promedio global una satisfacción media en relación al servicio brindado en el Proceso de Categorización de Pensiones ofrecido por la Oficina de Pensiones de la USAT

**Tabla 6.1. Resumen de Resultados del Nivel de Satisfacción por Dimensiones**

Dimensión	Puntuaciones Promedio Globales de Percepciones				Nivel de Satisfacción
	Baja (0 - 2.99)	Regular (3 - 3.49)	Media (3.5 - 3.99)	Alta (4 a más)	
FIABILIDAD		3.47			Regular
TANGIBLES			3.74		Media
SEGURIDAD		3.43			Regular
EMPATÍA			3.69		Media
RESPONSABILIDAD			3.52		Media
<b>Promedio Global:</b>	3.57 (Media)				

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 6.1., se observa que los niveles con más satisfacción son las dimensiones de elementos tangibles, empatía y responsabilidad.

## **CAPÍTULO VII**

### **VII.- APORTES**

Uno de los principales aportes que deja esta investigación, se basa en cuanto a la rapidez y efectividad con que debe realizarse el Proceso de Categorización que ofrece la universidad Católica “Santo Toribio de Mogrovejo”, a cargo de la Oficina de Pensiones por medio del Sistema de Pensiones Escalonadas, al que tienen acceso todos los estudiantes que postulan a la USAT por cualquier sistema de admisión.

Es por ello, que para una atención de calidad en el servicio de Categorización de los estudiantes, se propone como un aporte un rediseño en el servicio de Categorización de Escalas de Pensiones que ofrece la USAT, ya que este permite a las familias asumir sin problemas sus pagos por pensiones de enseñanza según una escala asignada.

Cabe mencionar, que el tiempo del Proceso de Categorización antes tardaba entre 20 a 30 días; actualmente se realiza de una semana a 15 días; en algunos casos especiales se puede realizar en menos días pero omitiendo la visita a domicilio. Por tanto, proponemos que simplificando el formato socioeconómico se reduciría aún más dicho proceso para dar los resultados de las pensiones a las familias que solicitaron el estudio de su realidad socioeconómica en miras de acceder a una pensión más o menos justa o acorde a su capacidad de pago.

Ante este panorama, creemos importante y conveniente simplificar la ficha socioeconómica, en vista de que se ha detectado que hay información que se solicita que al parecer no es muy entendible para las familias, otros datos que no son muy importantes, y otros que están demás o se sobreentienden; estos datos se han confirmado y otros se han identificado en los atributos obtenidos en la encuesta exploratoria realizada a algunos padres de familia, donde sólo un 3 % opinó que el formulario socioeconómico debe ser de menor tamaño y más fácil de llenar. Con

esto, se podría hacer cambios en la estructura del documento mencionado, y puede ayudar a hacer más cortas las tareas que involucran dicho proceso, reduciendo el tiempo, en este caso, principalmente para lograr asesorías más rápidas, entendibles y efectivas, y acceso más fácil al sistema de pensiones escalonadas.

Es importante señalar que en la encuesta definitiva, el ítem: “el formulario de datos socioeconómicos que se utiliza en la categorización está bien diseñado”, mostraron su inconformidad con el formulario cerca del 21.0 % y un gran porcentaje mostraron su indecisión (22.6 %); estando en “Total de Acuerdo”, sólo el 9.5 %, y “De Acuerdo” menos de la mitad de los votos, con un 47.0 % en este nivel de satisfacción.

Es así que, la reestructuración del expediente socioeconómico, implicaría se realice un rediseño del proceso de categorización en sí, por medio del cual se realizarían poco a poco ajustes en el diseño del formulario indicado, para lograr disminuir los tiempos de entrega de resultados en este proceso, hecho que desde ya se vislumbra como positivo, en vista de que se puede comprobar en los resultados de la presente investigación, donde el ítem: “la respuesta de la categorización de pensiones de su hijo estuvo lista en la fecha señalada” por la Oficina de Pensiones, obtuvo la mayor valoración con un 53.0 % en el nivel de satisfacción “De Acuerdo” y un 17.3 % para el nivel “Total de Acuerdo”; pudiéndose mejorar más en este último nivel, ya que en el nivel “Ni en Acuerdo, Ni en Desacuerdo”, hay todavía un 17.9 % de indecisos, y un nivel de inconformidad de casi el 12.0 %.

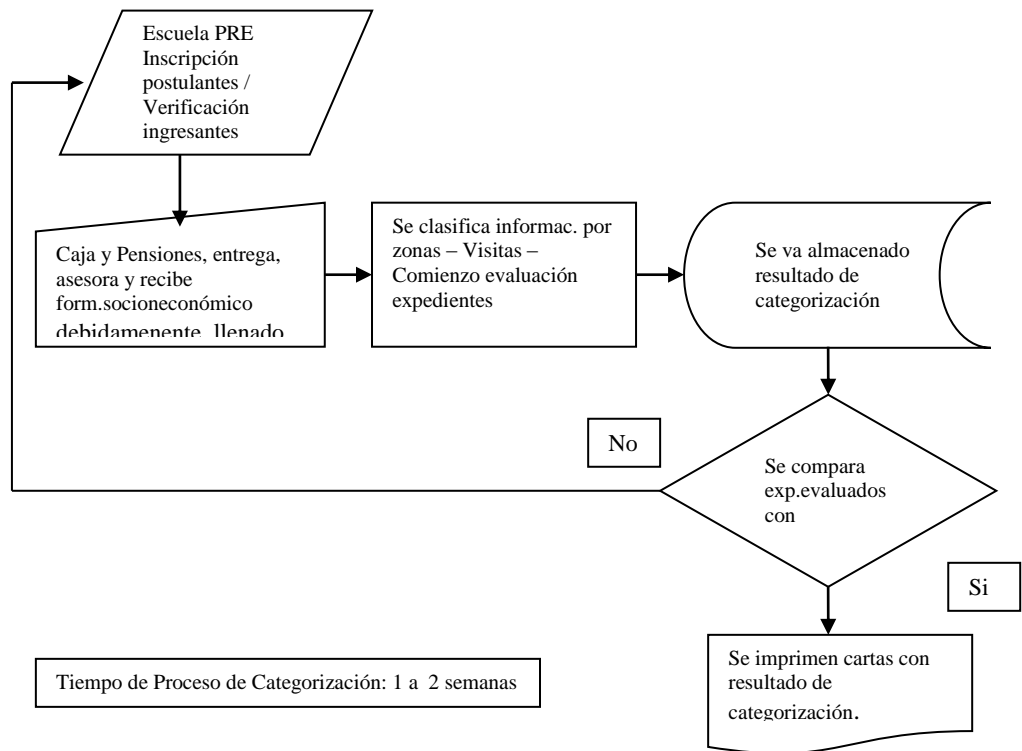
Para complementar dicha propuesta, se colgaría el formulario o parte del el en la página Web de la Universidad; a pesar de que en la encuesta exploratoria dan opinión como sugerencia para mejora de dicho documento sólo un 2 % de las familias encuestadas. Al respecto, si tomamos en cuenta, el nivel de satisfacción “De Acuerdo” obtenido en el ítem: “la información de pensiones mostrada por Internet es adecuada”, arroja una votación del 38.7 %, ocupando el tercer lugar en la dimensión

de seguridad, y para el “Total Acuerdo”, sólo recibió un 10.7 % de preferencia (un tanto bajo); y un porcentaje alto de indecisos con un 29.2 %, se estima que podría ser positiva la inclusión de dicho formato en la página electrónica de la USAT, y por consiguiente se reduciría el tiempo del Proceso de Categorización de Pensiones.

En resumen, el formulario Socioeconómico reestructurado (Anexo 07) se reduciría de 09 hojas a 07 hojas; donde las dos primeras hojas (sin contar la carátula) estarían disponibles virtualmente, y corresponden a datos generales y personales del postulante y su familia. Este procedimiento sería coordinado con el Área de Desarrollo de Sistemas y con la Escuela Pre Universitaria para que en el momento de la inscripción de los postulantes se llenen dichas hojas que servirán para dar inicio a la categorización de su pensión. Con esto se ganaría tiempo, ya que las familias de los postulantes irían a la Oficina de Pensiones sólo para asesorarlos en la sección económica, quedando listo el expediente para la visita a domicilio y su evaluación, resultado que se va almacenando para su posterior impresión.

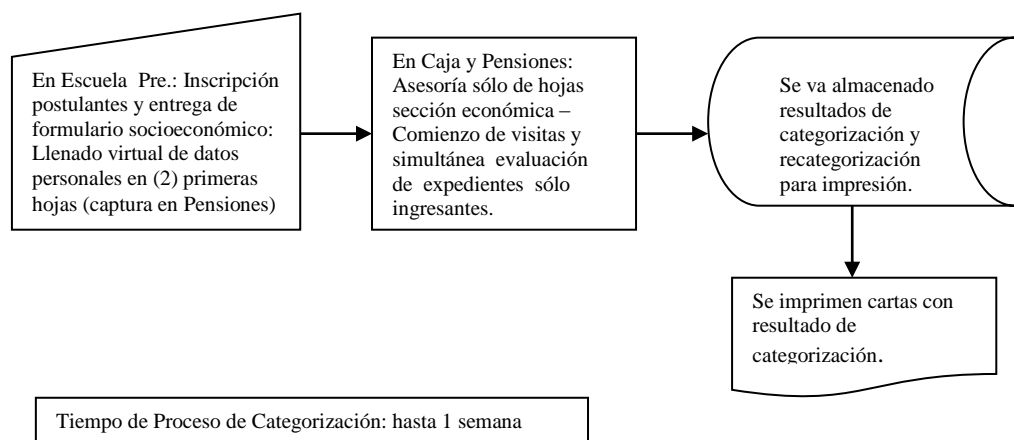
Producto de esta simplificación, el Proceso de Categorización será menos complicado para el cliente, con mejor asesoría en el llenado del formulario socioeconómico, con ahorro en insumos y lo más importante, cumplir con dicho servicio haciéndolo más rápido y efectivo. A continuación, la figura 7.1., nos muestra como es el Proceso actual de Categorización:

**Figura 7.1. Proceso actual de Categorización de Pensiones**



A continuación, en la figura 7.2., se presenta como sería la Categorización aplicando las propuestas antes descritas:

**Figura 7.2. Rediseño del Proceso de Categorización de Pensiones**



Asimismo, a manera de aporte, ya que forma parte del servicio de categorización que ofrece la Oficina de Pensiones, se sugiere establecer más escalas de pensiones; esto, atendiendo a las sugerencias de mejoras de parte de las familias en la encuesta exploratoria, donde a pesar de que sólo un 2 % opinó por que hayan nuevas escalas para la categorización.

Sin embargo, en este contexto, en la encuesta de percepción, en el ítem: “las escalas de pensiones que se ofrecen en la categorización son justas”; éste obtiene una votación en el nivel de satisfacción “De Acuerdo” del 33.3 %, siendo una votación intermedia baja en la dimensión de fiabilidad y una aceptación de sólo el 10.7 % para el nivel “Total Acuerdo” y un nivel de indecisos del 26.8 %, justificándose el llevar a cabo dicha sugerencia.

En resumen, las ventajas que se obtendrían en el Proceso de Categorización de Pensiones son:

En cuanto a calidad:

- Simplificar formulario socioeconómico para fácil llenado
- Realizar una categorización más óptima en su proceso, mejorando o eliminando algunas labores.
- Atender el pedido de las familias de los estudiantes, por medio de encuestas programadas, a modo de mejoramiento continuo.
- Satisfacer a las familias dándole una pensión más acorde a su realidad de vida.

En cuanto al servicio:

- Brindar siempre apoyo a los estudiantes y a sus familias para obtener una categorización en su pensión.
- Brindar la atención debida al proceso en sí de categorización de pensiones, especialmente con rapidez y efectividad en las asesorías, como cumplimiento de un plan de mejora continua.

- Ser flexibles en la atención a los estudiantes que necesitan mejorar su pensión para cubrir sus necesidades (implica una recategorización temporal o permanente de sus pensiones de ser necesaria).
- Estar atentos a lo que sucede en el mercado, para mejorar el sistema de categorización de pensiones.

En cuanto a costos:

- La reducción de costos con la simplificación del formulario socioeconómico.
- Reducción del tiempo y gastos en el proceso de categorización.
- Una mejor administración de recursos, que implica: ahorro en materiales, mayor y mejor control de inventarios, asegurando de alguna manera la calidad en el proceso y servicio, producto de la reestructuración del formulario socioeconómico.

En cuanto a tiempo:

- Definitivamente con el rediseño del proceso, se mejorará el tiempo de resultado de la categorización para los estudiantes, desde la recepción de expedientes hasta la emisión de cartas para entregar los resultados de las pensiones escalonadas a las familias.
- Asimismo, con dicho rediseño aplicado al proceso de otorgar escalas de pensiones, éste, se realizará atendiendo al entorno y competencia del mercado, y como respuesta a la demanda de las familias que desean una mejor educación para sus hijos a un precio justo. Este tiempo de respuesta debe ser rápido.
- De la reducción en el tiempo del proceso, dependerá el éxito del rediseño aplicado, incidiendo directamente en la racionalización de recursos que involucra la categorización de pensiones.

## CAPÍTULO VIII

### VIII.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- En el presente estudio se ha identificado a los elementos tangibles, como el factor principal y más importante en la calidad del servicio percibido por las familias de los estudiantes que solicitaron la Categorización de sus pensiones. Ellas han valorado mucho, la apariencia de las instalaciones físicas de la Oficina de Pensiones y la buena apariencia personal en la presentación de los trabajadores para la atención.

- El segundo aspecto que destaca en importancia en la percepción de la calidad del servicio, es la empatía, con una puntuación parecida a los elementos tangibles; esto como resultado del buen trato que expresan las familias en el servicio recibido, es decir, con una atención personalizada, amable y respetuosa de parte de los empleados que laboran en la Oficina de Pensiones.

- En cuanto a la escala de pensión de enseñanza asignada a los estudiantes en el proceso de categorización; el nivel de percepción de la calidad del servicio de las familias, obtuvo un puntaje promedio de percepción bajo tanto en la dimensión de fiabilidad en el ítem “la escala de pensión otorgada en el Proceso de Categorización se adecua a su realidad socioeconómica” ( $\bar{x} = 3.01$ ,  $s = 1.25$ ); como en el cuadro general de percepción de la calidad del servicio a nivel de las cinco dimensiones, ocupando el segundo valor más bajo. El puntaje más bajo correspondió al ítem: “el Sistema de Pensiones Escalonadas en la Categorización que se ofrece se adecua a sus posibilidades económicas para afrontar los gastos que de estudios de sus hijos en la universidad” con ( $\bar{x} = 2.99$ ,  $s = 1.12$ ). Cabe indicar que en los resultados de la encuesta exploratoria, el 64 % de las familias dijo no estar de acuerdo con la pensión asignada a sus hijos en la categorización, lo cual confirma lo arriba mencionado.

Al respecto se puede decir que la USAT presenta una alternativa general de ayuda económica por medio de unas escalas de pensión, que al asignarlas a

los estudiantes que las solicitan, no necesariamente tienen que adecuarse a las distintas realidades socioeconómicas de todas ellas.

- De la conclusión anterior, se puede afirmar que, del resultado del estudio socioeconómico a las familias de los estudiantes que solicitan la Categorización de su pensión, se les otorga una escala de pensión más o menos acorde a su situación económico familiar.

- En cuanto a la satisfacción generada por la calidad de servicio percibida por las familias, en relación a que ellas manifestaron estar “De Acuerdo” con un 32.7 % de aceptación a la pregunta “si el Proceso de Categorización de Pensiones Satisface sus necesidades”, encontramos un nivel de satisfacción un tanto bajo, demostrándose que objetivamente es difícil satisfacer a cada familia con su propia realidad de vida.

- Se puede concluir también, la satisfacción como tal, de parte de quienes reciben el servicio, es un tanto complicada para mostrar una aceptación de estar totalmente de acuerdo; mejor dicho, quedar satisfechos.

- Como última conclusión, es conveniente elaborar estrategias que impliquen la evaluación de algunos aspectos considerados importantes por las familias que intervienen en el servicio de Categorización de Pensiones y otros, y que no obtuvieron buenos resultados en la valoración de la percepción por el servicio recibido; esto con la finalidad de buscar paulatinamente una mejora continua, para de esta manera lograr que los usuarios estén contentos y aumentar los niveles de satisfacción. Por tanto, en el presente estudio se hacen las siguientes observaciones de se deben mejorar:

- Analizar más a fondo y con riguroso cuidado los datos presentados por las familias en el formulario socioeconómico, tratando en todo momento de otorgar una escala de pensión lo más acorde a la realidad socioeconómica de las familias, teniendo en cuenta especialmente su fuente de ingresos, según la situación legal de los padres o apoderados, y el número de hijos que estudian o estudiarán

en la USAT, ya que obtuvo una mayor votación en el nivel de “En Desacuerdo”, con el 27.4 %.

- El ítem “La Oficina de Pensiones cuenta con materiales de información acerca de la Categorización de Pensiones y otros servicios”, obtuvo el resultado más alto en el nivel de “En Desacuerdo”, 11.3 %, lo que implica una baja satisfacción en este servicio; por lo que, la información interna que brinda la Oficina de Pensiones por los servicios que ofrece, incluyendo el de categorización de pensiones, debe ir mejorándose, como una estrategia de alcanzar la calidad en el servicio.
- No se viene cumpliendo con efectividad la entrega del reglamento de pensiones, ya que se ha comprobado en la atención a los usuarios que gran parte de los estudiantes no entregan dicho documento a sus padres o apoderados, o caso contrario manifiestan no haberlos recibido. Ante esto, los resultados nos reflejan que los niveles más altos de insatisfacción, tanto en “Desacuerdo” con un 23.2 %, como para “Total Desacuerdo” con un 14.3 %, corresponde al ítem: “el reglamento de pensiones llega a manos del estudiante cada ciclo”.

Por tanto, hay que mejorar en la entrega de dicho documento que es muy importante, ya que en el existe una información completa del Sistema de Pensiones Escalonadas que ofrece la universidad a las familias de los estudiantes.

- Se debe tomar en cuenta que el horario de atención debe ser mejorado para dar una mayor cobertura de atención al público, en vista de que por lo regular llega mucho público casi al cierre del horario de atención establecido tanto en la mañana como en la tarde; el que se reflejó en la evaluación en el trato directo con el público (dimensión de empatía), que obtuvo el valor más alto en el nivel de “En Desacuerdo” (15.5 %), el ítem “la Oficina de Pensiones tiene un horario adecuado para la atención”.

- Se ha comprobado que muchas familias no llenan correctamente el formulario socioeconómico para la Categorización de pensiones y a veces es presentado a destiempo. Este problema se ve reflejado en los resultados de la evaluación de las encuestas, en cuanto a que “el personal de Pensiones atienden con rapidez y efectividad en la asesoría para la Categorización de pensiones”, por motivos de que obtuvo el valor más bajo de aceptación en el nivel “De Acuerdo” (43.5 %). Para los niveles “En Desacuerdo” y “Total Desacuerdo”, se obtuvieron los valores más altos de insatisfacción, siendo estos de 19.0 % y 4.8 % respectivamente, esto a pesar que el ítem “los servicios y la categorización de pensiones están siempre disponibles para los usuarios” que obtuvo el segundo mejor porcentaje de valoración en el nivel “De Acuerdo”, con el 46.4 %, indicando que aparentemente no valoran mucho la rapidez en la atención a dicho servicio, cosa que debe mejorarse. Por lo que es importante, encontrar una manera más efectiva en la asesoría para el llenado de dicho documento, para una atención más rápida y efectiva al público, y a la vez se debe ir mejorando el diseño del formulario socioeconómico, ya que hay un 20.9 % de familias que manifestó su desacuerdo y un 22.6 % dice no estar de acuerdo, ni en desacuerdo con la estructura de dicho documento.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abascal, Francisco 2000. Consumidor, Clientela y Distribución. Madrid, España, ESIC Editorial.
- Aguirre, Andrés. 2004. Calidad de Servicio, como una estrategia para fidelizar al cliente. (Docente Universidad del Rosario, Colombia), Centro de Desarrollo Industrial (CDI) de la Sociedad Nacional de Industrias (SIN), Revista Calidad & Excelencia, edición internacional, año 38, nº .38: 32-40, Enero.
- Brown, Stanley. 2001. Administración de la Relaciones con los Clientes. México, D.F., Oxford University Press. México, S.A.
- Christopher, M., A. Payne, y D. Ballantyne. 1994. Marketing Relacional, Integrando la calidad, el servicio al cliente y el marketing. Madrid, España, Ediciones Díaz de Santos, S.A.
- Cobra, Marcos. 2000. Marketing de Servicios., Colombia, Mc.Graw-Hill Interamericana S.A.
- De Salvador, Xabier. 2003. Calidad de servicios educativos: análisis del instrumento SERVQUAL. Universidad da Coruña, España, Revista Española de Pedagogía, año LXI, nº .224: 77-94, Enero-Abril. (Base de datos EBSCO, accedidos el 10 de abril de 2008).  
<<http://web.ebscohost.com/ehost/pdf?vid=16&hid=113&sid=349bf390-da8d-4868-b31f-cb1e717e8a99%40SRCSM2>>
- Díaz, D. y Miranda, M. 2003. Hacia un concepto de calidad y satisfacción. Universidad Católica “Santo Toribio de Mogrovejo”, Chiclayo, Perú, Documento de Trabajo, DT 014: 1-22, Setiembre.  
<<http://www.usat.edu.pe/investigacion/centrodecompetitividad/doctrabajos/dt014-calidad.PDF>>
- Díaz, Diógenes. 2005. Validación de una escala de medida para la determinación de la calidad de servicio en una institución de educación superior. Universidad Católica “Santo Toribio de Mogrovejo”, Chiclayo, Perú, Revista Flumen, vol.1, núm. (1): 70-79, Enero-Junio.
- Dutka, Alan. 1998. Manual de AMA, para la Satisfacción del Cliente. Buenos Aires, Argentina, Ediciones Granica S.A.
- Fernández, C., D. Cortez, y V. Alvitres. 2007. La Calidad del Servicio en farmacias de Chiclayo, Perú, Octubre – Diciembre. 2006. Universidad Católica “Santo Toribio de Mogrovejo”, Chiclayo, Perú, Revista Flumen, vol.3, núm. (1): 63-73, Enero-Junio.
- Fernández, Mario. 2003. El Control, Fundamento de la Gestión por Procesos, Y la Calidad Total. Madrid, España, ESIC Editorial.

- Hayes, Bob. 1999. Como medir la Satisfacción del Cliente (2º edición). México, D.F., Oxford University Press. México, S.A.
- Hayes, Bob. 2002. Como medir la Satisfacción del Cliente (3º edición). Barcelona, España, Ediciones Gestión 2000, S.A.
- Horovitz, Jacques. 2000. Los Siete Secretos del Servicio al Cliente. Madrid, España, PEARSON Educación, S.A.
- Keith, Davis y J.Newstrom. 2003. Comportamiento Humano en el Trabajo. México, D.F., McGraw-Hill/ Interamericana Editores, S.A.
- James, Paul. 1997. Gestión de Calidad Total. Madrid, España, PEARSON Educación, S.A.
- Lescano, Lucio. 2003. La Disciplina del Servicio: Como desarrollar una Cultura orientada al Cliente (2º edición), Lima, Perú, Universidad del Pacífico, Centro de Investigación.
- Martínez-Tur, V., J.Peiró, y J.Ramos. 2001. Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente. Madrid, España, EDITORIAL SÍNTESIS S.A.
- Pérez – Fernández, José. 1999. Gestión de Calidad Orientada a los Procesos. Madrid, España, ESIC Editorial.
- Pérez, José. 1994. Gestión de Calidad Empresarial: Calidad en los servicios y atención al cliente - Calidad total. Madrid, España, ESIC Editorial.
- Reboloso, E., C. Salvador, B. Fernández, y P. Cantón. 2004. Análisis y ampliación del SERVQUAL en los servicios universitarios. Universidad de Almería, Almería, España, Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones, vol.20, núm. (3): 355-373. (Base de datos EBSCO, accedido el 10 de abril de 2008).  
<<http://web.ebscohost.com/ehost/pdf?vid=6&hid=117&sid=e5ebca6a-e92b-44e1-9be0-4b3b99a0892c%40SRCSM1>>
- Rey, Carina. 2000. La Satisfacción del Usuario: Un Concepto en Alza. Universidad de Barcelona, Facultad de Biblioteconomía y Documentación, España, Anales de Documentación, núm. (3): 139-153. (Accedido el 21 de abril de 2009).  
<<http://revistas.um.es/analesdoc/article/viewFile/2451/2441>>
- Salvador, Carmen. 2005. La Percepción del Cliente de los elementos determinantes de la Calidad del Servicio Universitario, Características del Servicio y Habilidades Profesionales. Universidad de Almería, España, Documento: Papeles del Psicólogo (ISSN 0214 – 7823), núm. (90), Abril. (Accedido el 14 de abril de 2009).  
<<http://www.papelesdelpsicologo.es/imprimir.asp?id=1186>>

- Wellington, Patricia. 1997. *Cómo Brindar un Servicio Integral al Cliente*. Santafé de Bogotá, D.C., Colombia, Mc.Graw-Hill Interamericana S.A.
- Zeithaml, Valerie y M. Bitner. 2002. *Marketing de Servicios: Un Enfoque de Integración del Cliente a la Empresa*. México, D.F., McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V.

## ANEXOS:

### Anexo N° 01: Encuesta Exploratoria

OFICINA DE PENSIONES USAT

Fecha: \_\_/\_\_/\_\_

Encuesta sobre el Proceso de Categorización de Pensiones en la USAT

Familia: \_\_\_\_\_

Padre o Madre: \_\_\_\_\_

Estimados **Padres de familia**, le agradeceremos marque con una "X" su opción

1.- **¿Conoce que existe un sistema de categorización de pensiones escalonadas?**

Sí\_\_\_ No\_\_\_

2.- **¿Su hijo(s) fue categorizado?** Si\_\_\_ ¿Cuántos hijos?\_\_\_

No\_\_\_ No presenté expediente\_\_\_

3.- **¿Qué le parece el formulario que llenó para acceder a la categorización? (puede marcar varias opciones)**

Bueno\_\_\_ Regular\_\_\_ Entendible\_\_\_ Puede mejorarse\_\_\_ ¿En qué?:

---

4.- **¿Recibió asesoría para el llenado de formulario?** Sí\_\_\_ No\_\_\_

5.- **¿Le atendieron bien?**

Con Buen trato (amabilidad, respeto) \_\_\_ Con rapidez \_\_\_ No muy bien \_\_\_

6.- **¿Conoce usted las escalas de pensiones en el proceso de categorización?**

Sí\_\_\_ No\_\_\_

7.- **¿Qué le parece las escalas? (llene si tiene conocimiento de las escalas)**

Buenas\_\_\_ Regulares\_\_\_ Al Alcance de la economía\_\_\_ Otros\_\_\_\_\_

8.- **¿Está de acuerdo con la escala que le dieron? (llene aunque no conozca las escalas)**

Sí\_\_\_ No\_\_\_ ¿Porqué?\_\_\_\_\_

9.- **¿Tiene algún tipo de problema para afrontar su pensión asignada?**

Familiar \_\_\_ Económico \_\_\_ De trabajo\_\_\_ Ninguno\_\_\_

10.- **¿Cómo debe ser para usted el proceso de categorización, para que sea mejor?**

## Anexo N° 02: Encuesta Definitiva

### ENCUESTA PARA MEDIR LA CALIDAD DE SERVICIO RECIBIDA EN LA OFICINA DE PENSIONES DE LA USAT

#### Encuesta N°.....

**Estimado Señor(a)**, nos interesa su **opinión** como cliente, y con la finalidad de mejorar el servicio que ofrecemos, deseamos saber que opina sobre la calidad de servicio de atención que le venimos brindando en cuanto al **Proceso de Categorización de Pensiones**.

**Instrucciones:** En cada una de las siguientes **declaraciones**, exprese su **Acuerdo** o **Desacuerdo** usando la escala de números que se muestra a continuación. Si Usted está totalmente de acuerdo, marque el número **5**. Si está totalmente en desacuerdo, marque el número **1**. Los números **2,3** y **4** expresan los diferentes grados de su acuerdo o desacuerdo con la declaración correspondiente.

Total desacuerdo: **1**    En Desacuerdo: **2**    Ni de Acuerdo, Ni en Desacuerdo: **3**  
De Acuerdo: **4**    En Total Acuerdo: **5**

Sírvase marcar con una "x" su opción:

#### Servicio recibido

Nº	DECLARACIÓN	Total	En	Ni de Acuerdo	De	Total
		Desacuerdo	Desacuerdo	Ni Desacuerdo	Acuerdo	Acuerdo
1.-	La Oficina de Pensiones le ofrece facilidades en el pago de su pensión de enseñanza	1	2	3	4	5
2.-	El personal de Pensiones está capacitado para atender sus requerimientos.	1	2	3	4	5
3.-	La información necesaria sobre el proceso de categorización se recibe en forma oportuna.	1	2	3	4	5
4.-	El Sistema de Pensiones Escalonadas que se ofrece es el adecuado.	1	2	3	4	5
5.-	El formulario de datos socioeconómicos que se utiliza en la categorización está bien diseñado.	1	2	3	4	5
6.-	Las Escalas de Pensiones que se ofrecen en la Categorización son justas	1	2	3	4	5
7.-	Las instalaciones y los servicios de la Oficina de Pensiones son adecuadas.	1	2	3	4	5
8.-	La Oficina de Pensiones, tiene equipos con apariencia moderna.	1	2	3	4	5
9.-	La Oficina de Pensiones, cuenta con materiales de información acerca de la Categorización y otros servicios	1	2	3	4	5
10.-	Los empleados de la Oficina de Pensiones, muestran una buena apariencia personal.	1	2	3	4	5

## Servicio recibido

Nº	DECLARACIÓN	Total	En	Ni de Acuerdo	De	Total
		Desacuerdo	Desacuerdo	Ni Desacuerdo	Acuerdo	Acuerdo
11.-	El personal de la Oficina de Pensiones, le inspira seguridad y confianza.	1	2	3	4	5
12.-	Recibió asesoría para el llenado del formulario socioeconómico para la categorización de pensiones.	1	2	3	4	5
13.-	La información de pensiones mostrada por internet es adecuada.	1	2	3	4	5
14.-	El personal de la Oficina de Pensiones cumple con lo que ofrece	1	2	3	4	5
15.-	El reglamento de pensiones llega a manos del estudiante cada ciclo.	1	2	3	4	5
16.-	El personal de Pensiones le brinda ayuda y asesoría	1	2	3	4	5
17.-	Recibe asesoría referente a alguna dificultad o reclamo que presenta en la Oficina de Pensiones.	1	2	3	4	5
18.-	Los empleados de la Oficina de Pensiones sugieren formas de solución a sus problemas.	1	2	3	4	5
19.-	La atención que recibe del personal de Pensiones es amable y respetuosa.	1	2	3	4	5
20.-	La comunicación con el personal de la Oficina de Pensiones es directa y fluida.	1	2	3	4	5
21.-	La Oficina de Pensiones tiene un horario adecuado para atención.	1	2	3	4	5
22.-	El personal de Pensiones atienden con rapidez y efectividad en la asesoría para la categorización de pensiones y otros servicios.	1	2	3	4	5
23.-	La respuesta sobre categorización de pensiones de su hijo, estuvo lista en la fecha señalada.	1	2	3	4	5
24.-	Los servicios de Pensiones y Categorización están siempre disponibles.	1	2	3	4	5
25.-	El número de hijos en la USAT es importante en el Proceso de Categorización.	1	2	3	4	5
26.-	El Sistema de Pensiones Escalonadas en la Categorización se adecúa a sus posibilidades económicas.	1	2	3	4	5
27.-	La pensión escalonada se otorga de acuerdo a las remuneraciones y capacidad de liquidez de los padres de familia.	1	2	3	4	5
28.-	El personal de la Oficina de Pensiones visitó su domicilio para efectos de la Ctegorización de pensiones	1	2	3	4	5
29.-	La visita a domicilio por la Categorización de Pensiones debe realizarla un profesional de Asistencia Social	1	2	3	4	5
30.-	La situación legal de los padres de familia, es importante en la Categorización de Pensiones.	1	2	3	4	5
31.-	La escala de pensión otorgada en el Proceso de Categorización se adecúa a su realidad socioeconómica.	1	2	3	4	5
32.-	El Proceso de Categorización de Pensiones satisface sus necesidades.	1	2	3	4	5

### Anexo N° 03

**Tabla 4.3. Población de Estudiantes matriculados en el 2007-II**

<b>ESTUDIANTES MATRICULADOS EN EL 2007-II</b>		
<b>FACULTAD</b>	<b>ESCUELA PROFESIONAL</b>	<b>2007-II</b>
CIENCIAS EMPRESARIALES	ADMINISTRACION DE EMPRESAS	717
INGENIERÍA	ARQUITECTURA	0
HUMANIDADES	COMUNICACIÓN	161
CIENCIAS EMPRESARIALES	CONTABILIDAD	357
DERECHO	DERECHO	977
CIENCIAS EMPRESARIALES	ECONOMÍA	83
HUMANIDADES	EDUCACIÓN INICIAL	33
HUMANIDADES	EDUCACION PRIMARIA	127
HUMANIDADES	EDUCACION SECUNDARIA	146
MEDICINA	ENFERMERIA	753
INGENIERÍA	INGENIERÍA CIVIL Y AMBIENTAL	64
INGENIERÍA	INGENIERIA DE SISTEMAS Y COMPUTACIÓN	595
INGENIERÍA	INGENIERÍA ENERGÉTICA	6
INGENIERÍA	INGENIERIA INDUSTRIAL	228
INGENIERÍA	INGENIERIA MECÁNICA ELÉCTRICA	0
INGENIERÍA	INGENIERIA NAVAL	41
MEDICINA	MEDICINA	103
MEDICINA	ODONTOLOGIA	0
MEDICINA	PSICOLOGÍA	90
	<b>TOTAL</b>	<b>4481</b>

Fuente: Evaluación y Registro

**Estudiantes del 1º al 5º ciclo, matriculados en el 2007-II: 2,416**

## Anexo N° 04

**Tabla 5.3. Puntajes Promedios obtenidos en los ítems de evaluación de la Dimensión de Fiabilidad de la Oficina de Pensiones – Proceso de Categorización de Pensiones**

ÍTEMS	DETALLE DE ÍTEMS - DIMENSIÓN DE FIABILIDAD (D1)	PERCEPCION	
		PROMEDIO	DESVIACIÓN
P2	El personal de Pensiones está capacitado para atender sus requerimientos	3.92	0.75
P3	La información necesaria sobre el proceso de categorización se recibe en forma oportuna	3.43	1.15
P4	El Sistema de Pensiones Escalonadas que se ofrece es el adecuado	3.38	1.12
P5	El formulario de datos socioeconómicos que se utiliza en la categorización está bien diseñado	3.42	1.00
P6	Las Escalas de Pensiones que se ofrecen en la categorización son justas	3.18	1.12
P25	El número de hijos en la USAT es importante en el Proceso de categorización	4.08	0.95
P26	El Sistema de Pensiones Escalonadas en la Categorización se adecúa a sus posibilidades económicas	2.99	1.12
P27	La pensión escalonada se otorga de acuerdo a las remuneraciones y capacidad de liquidez de los padres de familias	3.33	1.08
P28	El personal de la Oficina de Pensiones visitó su domicilio para efectos de la categorización de pensiones	3.29	1.43
P29	La visita a domicilio por la Categorización de Pensiones debe realizarla un profesional de Asistencia Social	3.92	0.95
P30	La situación legal de los padres de familia, es importante en la categorización de pensiones	4.07	1.02
P31	La escala de pensión otorgada en el Proceso de Categorización se adecúa a su realidad socioeconómica	3.01	1.25
P32	El Proceso de Categorización de Pensiones satisface sus necesidades	3.15	1.15
<b>Puntaje Global</b>		<b>3.47</b>	<b>1.15</b>

**Tabla 5.4. Puntajes Promedios obtenidos en los ítems de evaluación de la Dimensión de Tangibles de la Oficina de Pensiones – Proceso de Categorización de Pensiones**

ÍTEMS	DETALLE DE ÍTEMS - DIMENSIÓN DE TANGIBLES (D2)	PERCEPCION	
		PROMEDIO	DESVIACIÓN
P7	Las instalaciones y los servicios de la Oficina de Pensiones son adecuadas	3.61	1.06
P8	La Oficina de Pensiones, tiene equipos con apariencia moderna	3.72	0.87
P9	La Oficina de Pensiones, cuenta con materiales de información acerca de la Categorización y otros servicios	3.58	1.00
P10	Los empleados de la Oficina de Pensiones, muestran una buena apariencia personal	4.04	0.77
<b>Puntaje Global</b>		<b>3.74</b>	<b>0.95</b>

**Tabla 5.5. Puntajes Promedios obtenidos en los ítems de evaluación de la Dimensión de Seguridad de la Oficina de Pensiones – Proceso de Categorización de Pensiones**

ÍTEMS	DETALLE DE ÍTEMS - DIMENSIÓN DE SEGURIDAD (D3)	PERCEPCION	
		PROMEDIO	DESVIACIÓN
P1	La Oficina de Pensiones le ofrece facilidades en el pago de su pensión de enseñanza	3.60	1.15
P11	El personal de la Oficina de Pensiones, le inspira seguridad y confianza	3.87	0.87
P12	Recibió asesoría para el llenado del formulario socioeconómico para la categorización de pensiones	3.22	1.34
P13	La información de pensiones mostrada por internet es adecuada	3.35	1.02
P15	El reglamento de pensiones llega a manos del estudiante cada ciclo	3.11	1.33
<b>Puntaje Global</b>		<b>3.43</b>	<b>1.19</b>

**Tabla 5.6. Puntajes Promedios obtenidos en los ítems de evaluación de la Dimensión de Empatía de la Oficina de Pensiones – Proceso de Categorización de Pensiones**

ÍTEMS	DETALLE DE ÍTEMS - DIMENSIÓN DE EMPATÍA (D4)	PERCEPCION	
		PROMEDIO	DESVIACIÓN
P16	El personal de Pensiones le brinda ayuda y asesoría	3.67	0.94
P17	Recibe asesoría referente a alguna dificultad o reclamo que presenta en la Oficina de Pensiones	3.48	0.94
P18	Los empleados de la Oficina de Pensiones sugieren formas de solución a sus problemas	3.60	0.91
P19	La atención que recibe del personal de Pensiones es amable y respetuosa	4.10	0.74
P20	La comunicación con el personal de la Oficina de Pensiones es directa y fluida	3.81	0.83
P21	La Oficina de Pensiones tiene un horario adecuado para atención	3.47	1.04
Puntaje Global		3.69	0.93

**Tabla 5.7. Puntajes Promedios obtenidos en los ítems de evaluación de la Dimensión de Responsabilidad de la Oficina de Pensiones – Proceso de Categorización de Pensiones**

ÍTEMS	DETALLE DE ÍTEMS - DIMENSIÓN DE RESPONSABILIDAD (D5)	PERCEPCION	
		PROMEDIO	DESVIACIÓN
P14	El personal de la Oficina de Pensiones cumple con lo que ofrece	3.64	0.84
P22	El personal de Pensiones atienden con rapidez y efectividad en la asesoría para la categorización de pensiones y otros s	3.29	1.01
P23	La respuesta sobre categorización de pensiones de su hijo, estuvo lista en la fecha señalada	3.73	0.94
P24	Los servicios de Pensiones y Categorización están siempre disponibles	3.43	0.96
Puntaje Global		3.52	0.95

**Tabla 5.8. Puntajes Promedios Globales obtenidos en la evaluación de las cinco Dimensiones de la Oficina de Pensiones – Proceso de Categorización de Pensiones**

DIMENSIONES	PERCEPCION	
	PROMEDIO	DESVIACIÓN
D1: FIABILIDAD	3.47	1.15
D2: TANGIBLES	3.74	0.95
D3: SEGURIDAD	3.43	1.19
D4: EMPATÍA	3.69	0.93
D5: RESPONSABILIDAD	3.52	0.95

## Anexo 05

**Tabla 5.9. Nivel de Satisfacción con el Servicio que brinda la Oficina de Pensiones – Dimensión de Fiabilidad**

ÍTEMS	NIVEL DE SATISFACCIÓN (*)					
		Total Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de acuerdo Ni desacuerdo	De Acuerdo	Total Acuerdo
El personal de Pensiones está capacitado para atender sus requerimientos	P	0,6	3,6	17,9	59,5	18,5
La información necesaria sobre el proceso de categorización se recibe en forma oportuna	P	6,5	17,3	19,0	40,5	16,7
El Sistema de Pensiones Escalonadas que se ofrece es el adecuado	P	6,0	18,5	20,8	41,1	13,7
El formulario de datos socioeconómicos que se utiliza en la categorización está bien diseñado	P	3,6	17,3	22,6	47,0	9,5
Las Escalas de Pensiones que se ofrecen en la categorización son justas	P	7,7	21,4	26,8	33,3	10,7
El número de hijos en la USAT es importante en el Proceso de categorización	P	2,4	0,6	25,6	29,8	41,7
El Sistema de Pensiones Escalonadas en la Categorización se adecúa a sus posibilidades económicas	P	8,3	31,0	21,4	32,1	7,1
La pensión escalonada se otorga de acuerdo a las remuneraciones y capacidad de liquidez de los padres de familias	P	6,5	16,7	23,8	42,9	10,1
El personal de la Oficina de Pensiones visitó su domicilio para efectos de la categorización de pensiones	P	17,3	15,5	11,9	31,5	23,8
La visita a domicilio por la Categorización de Pensiones debe realizarla un profesional de Asistencia Social	P	2,4	5,4	19,0	44,0	29,2
La situación legal de los padres de familia, es importante en la categorización de pensiones	P	3,0	6,0	12,5	38,1	40,5
La escala de pensión otorgada en el Proceso de Categorización se adecúa a su realidad socioeconómica	P	12,5	27,4	20,2	26,8	13,1
El Proceso de Categorización de Pensiones satisface sus necesidades	P	9,5	19,6	27,4	32,7	10,7

(\*) Valores Porcentuales

P = Percepciones

**Tabla 5.10. Nivel de Satisfacción con el Servicio que brinda la Oficina de Pensiones – Dimensión de Elementos Tangibles**

ÍTEMS	NIVEL DE SATISFACCIÓN (*)					
		Total Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de acuerdo Ni desacuerdo	De Acuerdo	Total Acuerdo
Las instalaciones y los servicios de la Oficina de Pensiones son adecuadas	P	6,0	10,1	16,7	51,2	16,1
La Oficina de Pensiones, tiene equipos con apariencia moderna	P	3,0	5,4	22,0	56,0	13,7
La Oficina de Pensiones, cuenta con materiales de información acerca de la Categorización y otros servicios	P	4,8	11,3	17,3	54,8	11,9
Los empleados de la Oficina de Pensiones, muestran una buena apariencia personal	P	0,6	3,6	13,1	56,5	26,2

(\*) Valores Porcentuales

P = Percepciones

**Tabla 5.11. Nivel de Satisfacción con el Servicio que brinda la Oficina de Pensiones – Dimensión de Seguridad**

ÍTEMS	NIVEL DE SATISFACCIÓN (*)					
		Total Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de acuerdo Ni desacuerdo	De Acuerdo	Total Acuerdo
La Oficina de Pensiones le ofrece facilidades en el pago de su pensión de enseñanza	P	7,1	11,9	15,5	45,2	20,2
El personal de la Oficina de Pensiones, le inspira seguridad y confianza	P	2,4	3,6	20,2	52,4	21,4
Recibió asesoría para el llenado del formulario socioeconómico para la categorización de pensiones	P	13,1	21,4	15,5	30,4	19,6
La información de pensiones mostrada por internet es adecuada	P	4,2	17,3	29,2	38,7	10,7
El reglamento de pensiones llega a manos del estudiante cada ciclo	P	14,3	23,2	17,3	28,0	17,3

(\*) Valores Porcentuales

P = Percepciones

**Tabla 5.12. Nivel de Satisfacción con el Servicio que brinda la Oficina de Pensiones – Dimensión de Empatía**

ÍTEMS	NIVEL DE SATISFACCIÓN (*)					
		Total Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de acuerdo Ni desacuerdo	De Acuerdo	Total Acuerdo
El personal de Pensiones le brinda ayuda y asesoría	P	0,6	12,5	25,0	42,9	19,0
Recibe asesoría referente a alguna dificultad o reclamo que presenta en la Oficina de Pensiones	P	2,4	13,1	30,4	42,9	11,3
Los empleados de la Oficina de Pensiones sugieren formas de solución a sus problemas	P	1,8	8,9	32,1	42,3	14,9
La atención que recibe del personal de Pensiones es amable y respetuosa	P	0,6	3,6	8,9	59,5	27,4
La comunicación con el personal de la Oficina de Pensiones es directa y fluida	P	0,6	6,5	22,0	53,0	17,9
La Oficina de Pensiones tiene un horario adecuado para atención	P	4,2	15,5	23,2	43,5	13,7

(\*) Valores Porcentuales

P = Percepciones

**Tabla 5.13. Nivel de Satisfacción con el Servicio que brinda la Oficina de Pensiones – Dimensión de Responsabilidad**

ÍTEMS	NIVEL DE SATISFACCIÓN (*)					
		Total Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de acuerdo Ni desacuerdo	De Acuerdo	Total Acuerdo
El personal de la Oficina de Pensiones cumple con lo que ofrece	P	1,2	6,5	32,7	45,8	13,7
El personal de Pensiones atienden con rapidez y efectividad en la asesoría para la categorización de pensiones y otros	P	4,8	19,0	25,6	43,5	7,1
La respuesta sobre categorización de pensiones de su hijo, estuvo lista en la fecha señalada	P	2,4	9,5	17,9	53,0	17,3
Los servicios de Pensiones y Categorización están siempre disponibles	P	3,6	14,3	26,8	46,4	8,9

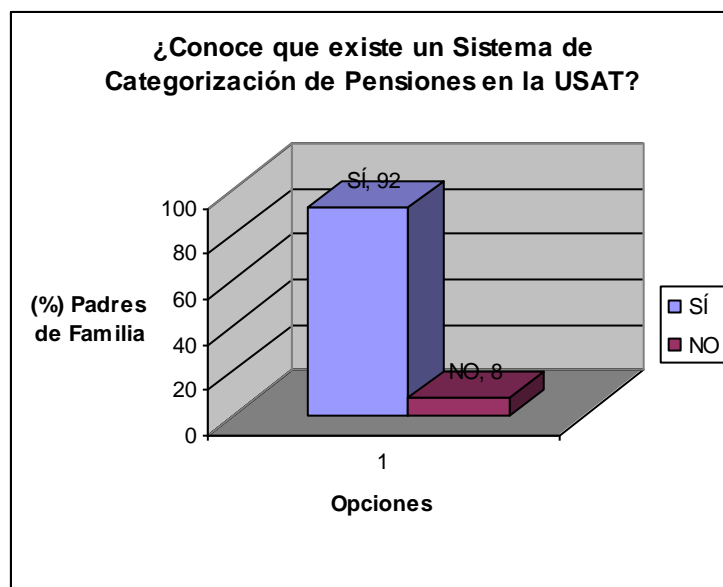
(\*) Valores Porcentuales

P = Percepciones

## Anexo 06

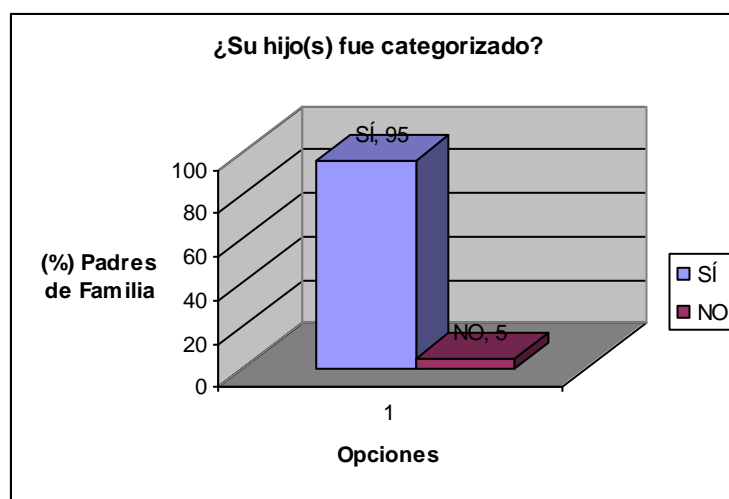
### Análisis de Datos – Encuesta Exploratoria:

**Gráfico N° 4.1. Respuesta a la pregunta N° 1**



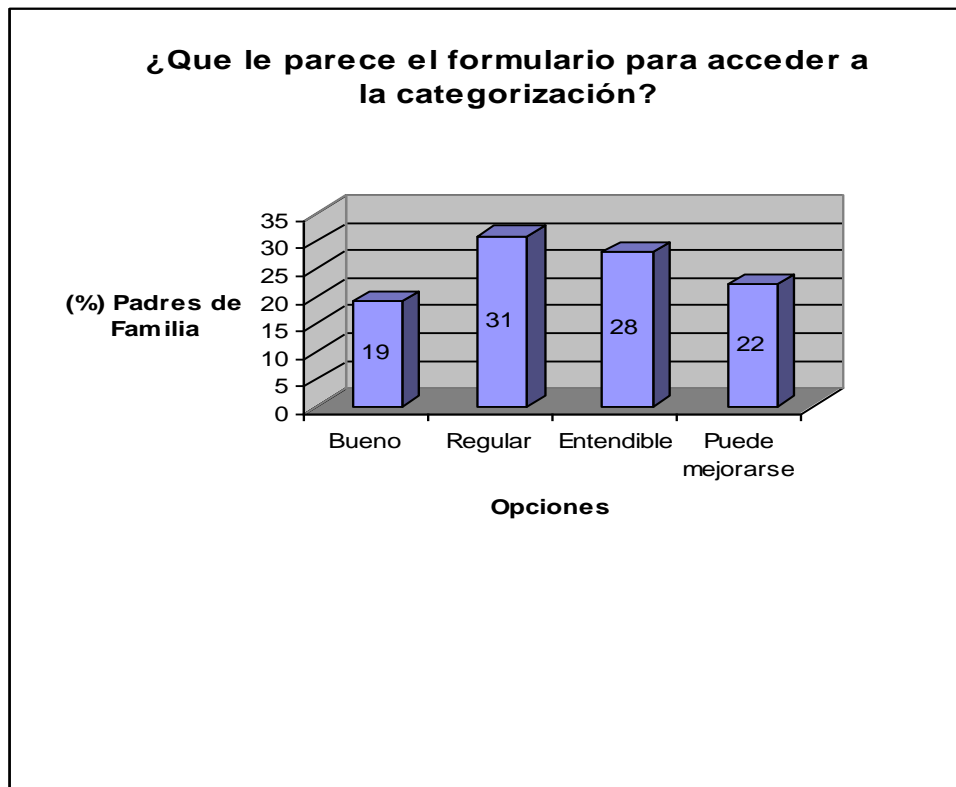
En gráfico N° 4.1.: Casi el 100% de las familias de los postulantes que vienen a la USAT, conoce que hay un sistema de pensiones escalonadas a la que pueden acceder.

**Gráfico N° 4.2. Respuesta a la pregunta N° 2**



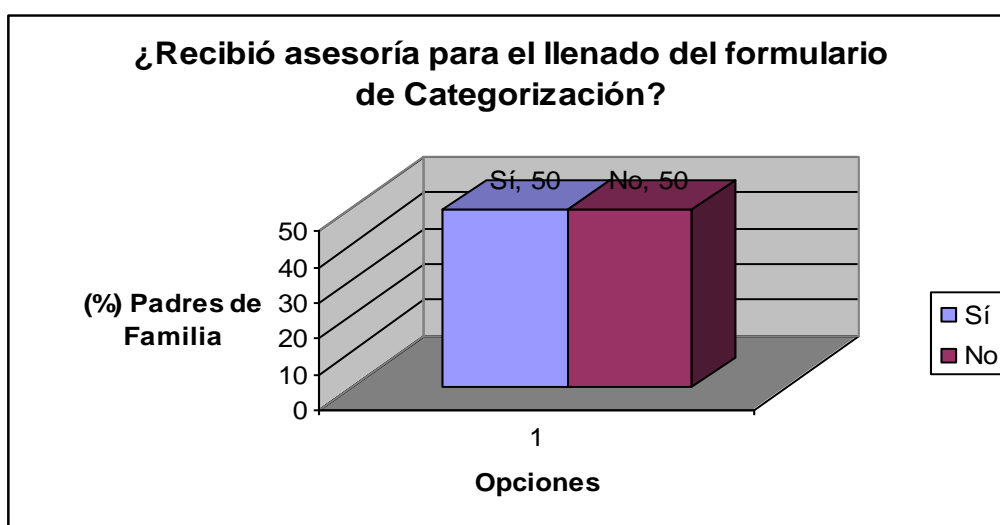
En gráfico N° 4.2.: Que el 95% de las familias de los postulantes de las diversas modalidades que presentan el formulario socioeconómico, son categorizados en su pensión de enseñanza.

**Gráfico N° 4.3. Respuesta a la pregunta N° 3**



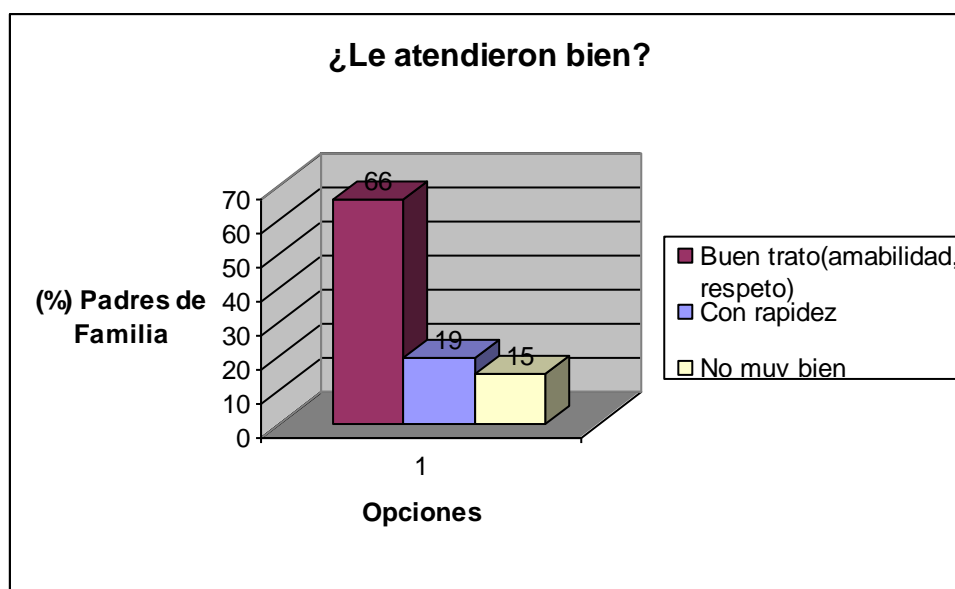
En gráfico N° 4.3.: Que el formulario socioeconómico que se entrega gratuitamente a los postulantes, el 31% opina que es un documento regular, y un 22% dice que puede mejorarse en aspectos como: debe ser más sencillo y específico para el fácil llenado, en especial el rubro de gastos o egresos, incidiendo en los gastos que tiene los estudiantes que provienen de lugares fuera del departamento de Lambayeque. Un 28% opina que es regular y sólo un 19% que es bueno.

**Gráfico N° 4.4. Respuesta a la pregunta N° 4**



En gráfico N° 4.4.: El 50% de familias recibió asesoría para el llenado de formulario socioeconómico; el 50% restante que no recibió asesoría, al parecer por falta de tiempo o desconocimiento del proceso de categorización; otro grupo de familias, seguramente porque encontró entendible dicho formulario.

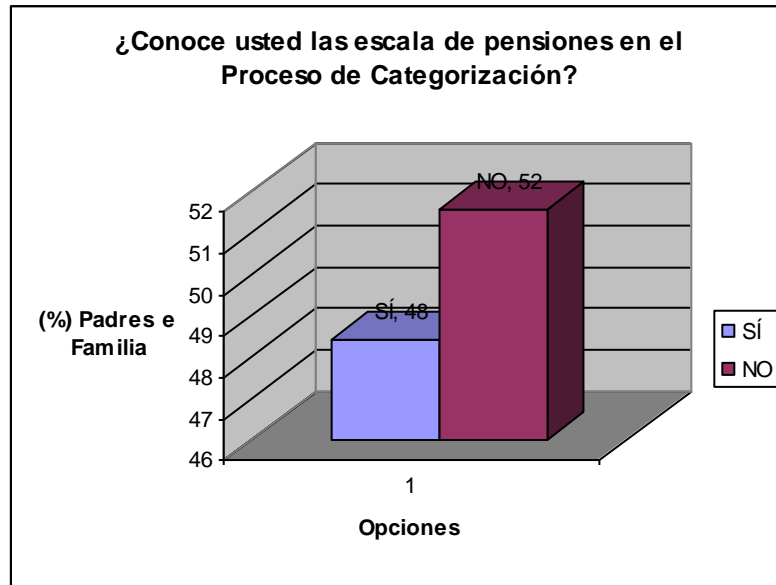
**Gráfico N° 4.5. Respuesta a la pregunta N° 5**



En gráfico N° 4.5.: En cuanto a la atención de la Oficina de Pensiones, un 66% de familias manifestaron haber recibido un trato amable de parte del

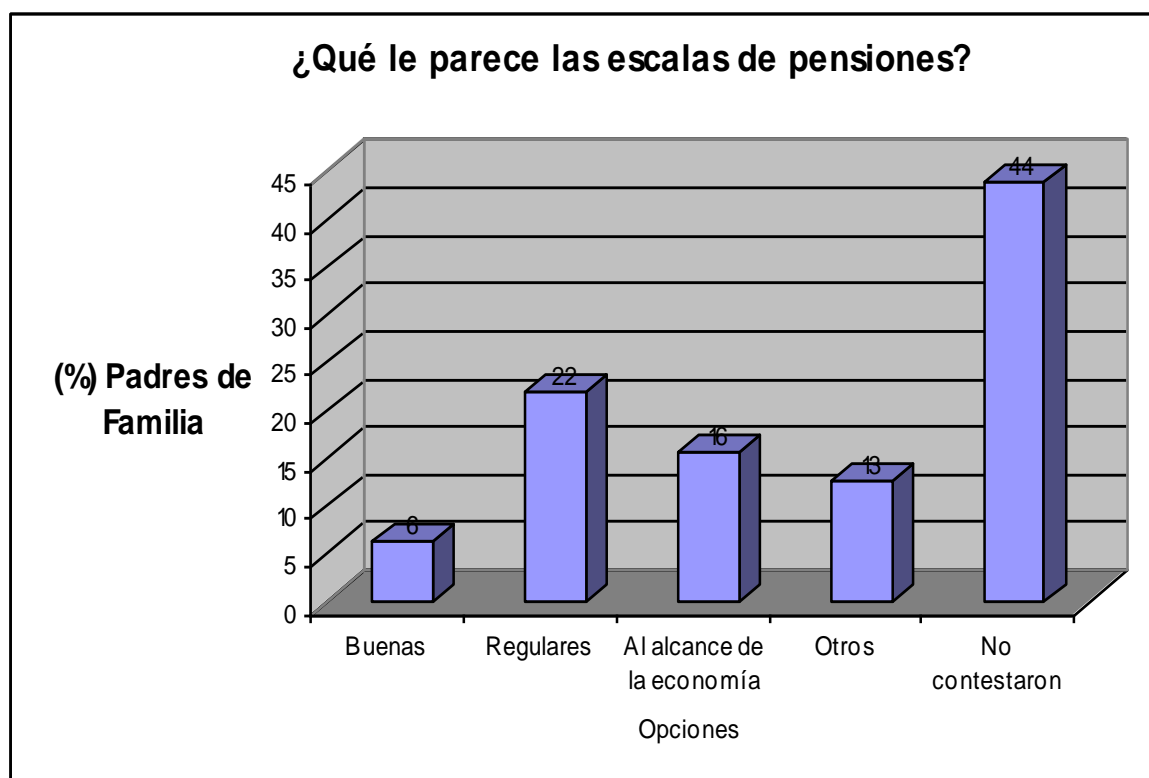
personal que los atendió. Un 19% dijo que los atendieron con rapidez; y el 15% opinó que no recibió una buena atención.

**Gráfico N° 4.6. Respuesta a la pregunta N° 6**



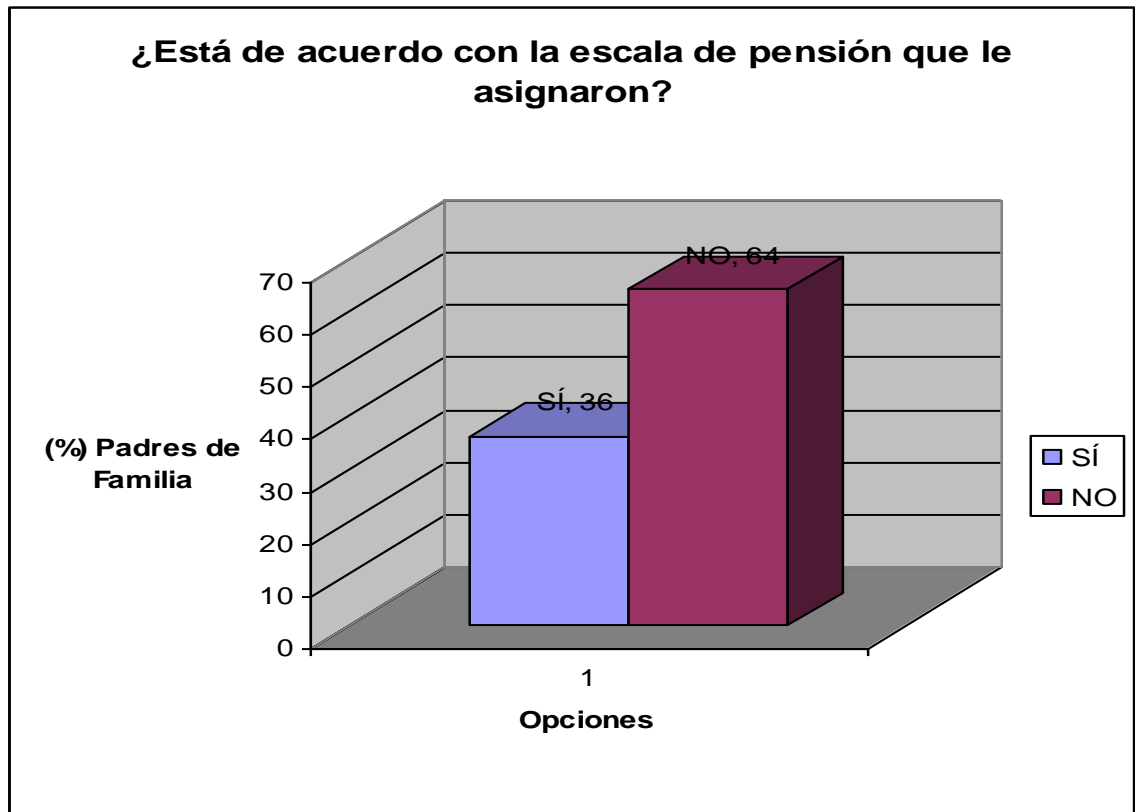
En gráfico N° 4.6., referente a las escalas de pensiones que ofrece la USAT, un 48% manifestó conocerlas, mientras que el 52%, no tenía conocimiento de cuales eran las escalas de pensiones para las distintas carreras profesionales.

**Gráfico N° 4.7. Respuesta a la pregunta N° 7**



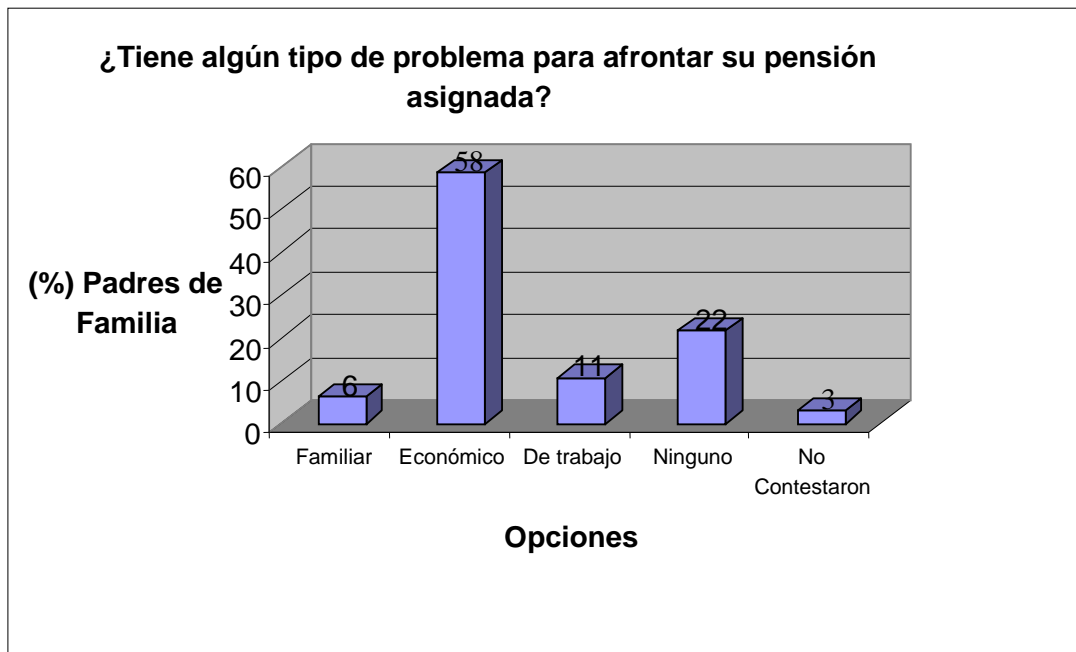
En gráfico N° 4.7.: Se muestra la opinión de que les parecía las escalas de pensiones que ofrece la USAT para la categorización. Sólo el 6% de las familias dijeron eran buenas; el 22% regulares, el 16% que estaban al alcance de sus economías; el 44% se abstuvo de contestar, y el 13% opinaba que: hayan más escalas, que no estaban al alcance de su economía, que eran escalas muy elevadas, y otros porque eran familias que venían de otro lugar y tenían gastos de: alquiler de casa, pensión alimentos, pasajes, etc.

**Gráfico N° 4.8. Respuesta a la pregunta N° 8**



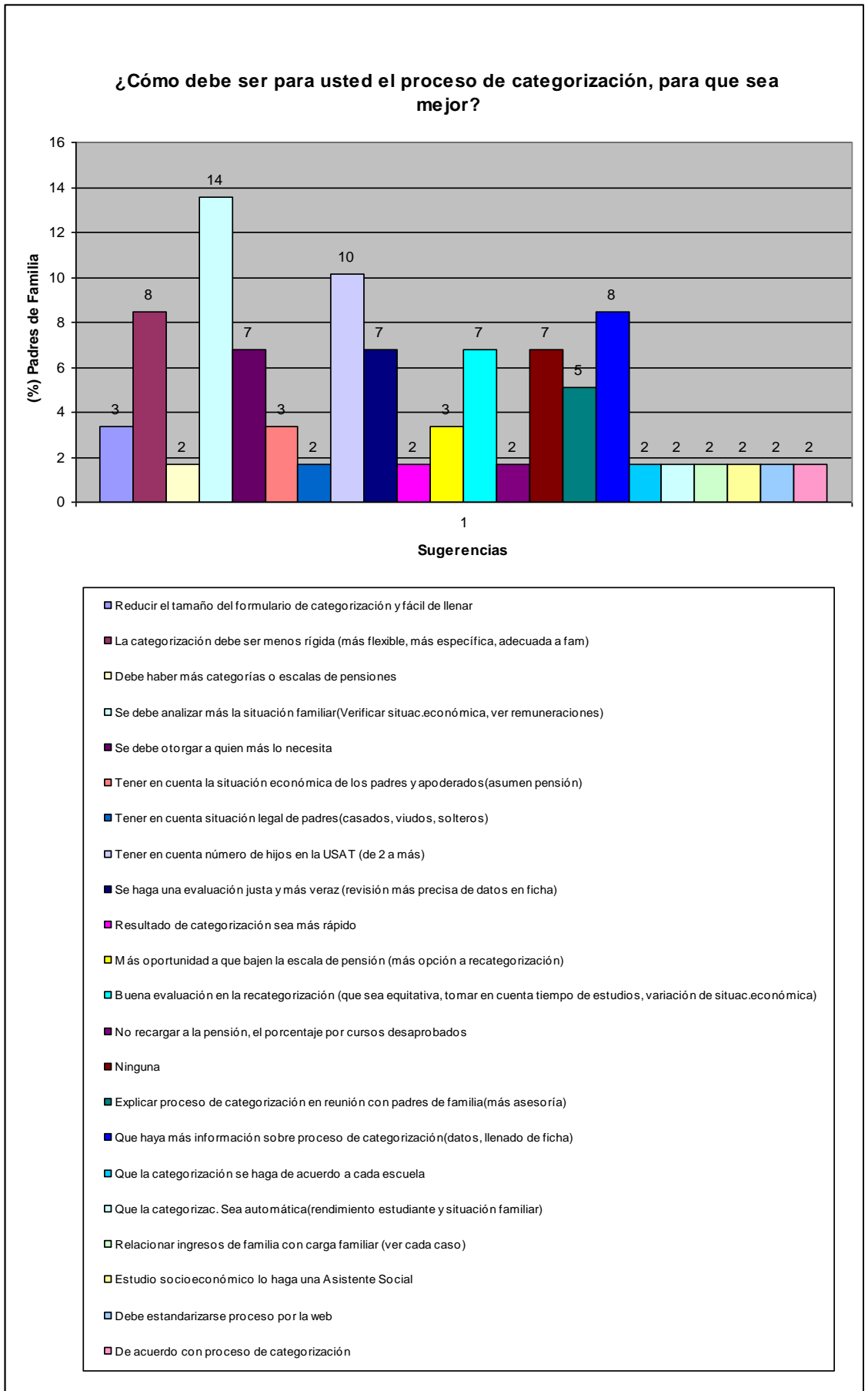
En gráfico N° 4.8., en cuanto a la conformidad de la escala de pensiones asignada a sus hijos mediante el proceso de categorización, el 64% de familias no está de acuerdo con la pensión escalonada recibida. El 36% manifestó estar conformes con la escala que le dieron.

**Gráfico N° 4.9. Respuesta a la pregunta N° 9**



En gráfico N° 4.9.: Se muestra la respuesta a que si las familias tienen algún problema para afrontar el pago de su pensión. Se observa que, el 58% tienen problemas de tipo económico, especialmente por la situación económica actual que pasa nuestro país (alza de precios); el 22% de los encuestados manifiestan no tener problemas para pagar su pensión. El 11% dijeron tener problemas de trabajo y un 6% problemas familiares.

**Gráfico N° 4.10. Respuesta a la pregunta N° 10**



En gráfico N° 4.10.: En respuesta a la pregunta de cómo debe ser el proceso de categorización para que éste sea mejor, se obtuvo los siguientes resultados: el 14% de familias opinan que se debe analizar más la situación económica familiar; un 10%, se tome en cuenta el número de hijos en la USAT; el 8%, que la categorización debe ser menos rígida y que haya más información sobre el proceso de categorización. El 7%, manifiesta que la categorización se otorgue a quién más lo necesita, se haga una evaluación más justa y veraz, y que haya una buena evaluación cuando se realice una recategorización de pensiones; y en igual porcentaje se abstiene de opinar sobre dicho proceso.

También, el 5% opina que debe hacerse una reunión con los padres de familia de los postulantes, para explicar el proceso de categorización; y el 3%, dice que el tamaño del formulario sea de menor tamaño y fácil para llenar, tener en cuenta la situación de padres y apoderados, y que haya más opción a la recategorización.

De igual forma, y en igual porcentaje del 2%, algunas familias coincidieron en manifestar que: debería haber más escalas, se tome en cuenta la situación legal de los padres, el resultado de la categorización debe darse más rápido, no debe recargarse a la pensión los cursos desaprobados, la categorización se haga de acuerdo a la escuela profesional, que sea automática, se debe relacionar los ingresos de la familia con su carga familiar, que el estudio socioeconómico debe realizarlo un Asistente Social, y que el proceso debe colgarse en la página Web de la USAT. En el mismo porcentaje se opinó estar de acuerdo con el proceso existente.

Sistema de Pensiones Escalonadas

Formulario de Datos Socioeconómicos



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO**

Foto  
Estudiante  
**(Obligatorio)**

Apellidos del Estudiante: \_\_\_\_\_

Nombres del Estudiante: \_\_\_\_\_

Escuela Profesional: \_\_\_\_\_

Modalidad de Ingreso: \_\_\_\_\_

Ciclo Académico: \_\_\_\_\_

**CHICLAYO – PERÚ**

***USAT, Formamos personas y mejores profesionales***

# FORMULARIO DE DATOS SOCIOECONÓMICOS

## DATOS PERSONALES Y FAMILIARES

REGISTRAR LOS DATOS EN FORMA CLARA Y COMPLETA

El presente formulario tiene valor de DECLARACION JURADA y es de uso exclusivo del Comité de Pensiones de USAT con carácter confidencial.

### A. DATOS DEL ESTUDIANTE

Fecha de Nacimiento : \_\_/\_\_/\_\_\_\_ Edad: \_\_\_\_\_

Estado Civil :  Soltero  Casado

Dirección : \_\_\_\_\_

Ubicación : \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
Departamento Provincia Distrito

Referencia domicilio : \_\_\_\_\_

Teléfono de Residencia :  -   
Cód. Número

Colegio de Procedencia : \_\_\_\_\_

Ubicación del colegio : \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
Departamento Provincia Distrito

Tipo de Colegio :  Estatal  Particular  Particular Laico

Miembros de su familia :  Padre  Madre N° de hijos totales \_\_\_\_\_

N° de hijos independientes : \_\_\_\_\_ N° de hijos dependientes: \_\_\_\_\_

Situación legal de los padres :

Casados  Divorciados  Separados  Convivientes

Solteros  Madre Viuda  Padre Viudo

### *En caso de traslado externo indicar*

Universidad o Institución de procedencia: \_\_\_\_\_

Pensión que pagaba : \_\_\_\_\_ (adjuntar copia del último recibo de pago, copia de cargo de solicitud de traslado).

### B. DATOS DEL PADRE

Apellidos y Nombres : \_\_\_\_\_

Fecha de Nacimiento : \_\_/\_\_/\_\_\_\_

Documento de Identidad : \_\_\_\_\_

Dirección : \_\_\_\_\_

Ubicación : \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
Departamento Provincia Distrito

Teléfono de Residencia :  -  Teléfono Celular  -   
Cód. Número Cód. Número

Profesión u Oficio : \_\_\_\_\_

Situación Laboral

Estable  Contratado  Cesante/Jubilado no activo

Eventual  Cesante /Jubilado en actividad  Desempleado



**Del apoderado:**

<input type="checkbox"/>	Soy responsable de mis estudios tanto en el aspecto económico como académico (si el estudiante trabaja regístrese como apoderado en el Ítem D).
<input type="checkbox"/>	Mis padres son responsables de mis estudios tanto en el aspecto económico como académico (Pase al ítem E).
<input type="checkbox"/>	La persona detallada a continuación es responsable de mis estudios (continuar con Ítem D).

**D. DATOS DEL APODERADO**

Apellidos y Nombres : \_\_\_\_\_  
 Fecha de Nacimiento : \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_  
 Documento de Identidad : \_\_\_\_\_

**\* Considere llenar la dirección en caso difiera de la dirección familiar llenado anteriormente**

Dirección : \_\_\_\_\_

Ubicación : \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
Departamento Provincia Distrito

Referencia : \_\_\_\_\_

Teléfono de Residencia :  -  Teléfono Celular:  -   
Cód. Número Cód. Número

Profesión u Oficio : \_\_\_\_\_

Situación Laboral

- Estable                       Contratado                       Cesante/Jubilado no activo  
 Eventual                       Cesante /Jubilado en actividad                       Desempleado

Trabajador :  Independiente    Dependiente

Centro Laboral : \_\_\_\_\_

Dirección Centro Laboral : \_\_\_\_\_

Teléfono de Trabajo-Oficina:  -  -   
Cód. Número Anexo

**Detalle Ingresos:**

Nº	Descripción	Importe en S/.
1	Ingresos netos mensuales por actividad laboral	
2	Alquiler de propiedades	
3	Pensión de jubilación	
4	Pensión de viudez	
5	Pensión por orfandad (hijos)	
6	Sentencia judicial	
7	Otros (especifique):	
<b>Total</b>		

**E. APOYO ECONOMICO FAMILIAR**

Señale si percibe **aportes familiares mensuales permanentes** (Adjuntar Boleta de Pago o Declaración Jurada Legalizada de Ingresos)

Nombres y Apellidos	Parentesco	Importe en S/.

	<b>Total</b>	

**F. INGRESOS MENSUALES**

B. Del Padre	S/.
C. De la Madre	S/.
D. Del Apoderado	S/.
E. Apoyo económico familiar	S/.
<b>Total</b>	S/.

**G. EGRESOS MENSUALES**

Nº	Descripción	Nº de Personas	Importe Total en S/.
1	Estudiando en USAT (No considerar al ingresante o postulante).		
2	Educación en otras Universidades.		
3	Educación en Institutos, Academias, CEO, Otros.		
4	Educación en Colegios		
5	Alimentación.		
6	Alimentación de estudiantes foráneos		
7	Gas, Kerosene, Otros		
8	Alquiler de vivienda Familiar		
9	Alquiler de vivienda de hijos por estudios foráneos		
10	Agua		
11	Energía eléctrica.		
12	Teléfono, Cable, Internet, Celular		
13	Arbitrios		
14	Seguro Particular: vivienda, salud, vida, etc. (No considere seguro de ESSALUD)		
15	Prestamos bancarios y comerciales*		
16	Gastos de Movilidad (pasajes, transporte escolar, combustible, etc.)		
17	Trabajadora del hogar, Jardinero, Vigilancia		
18	Separatas, Útiles, Copias, Uso de cabinas de Internet		
19	Medicinas, Tratamiento Médico.		
20	Otros (especifique):		
	<b>Total</b>		

**\*DETALLE DE INFORMACION CREDITICIA**

Nº	Entidad bancaria	Valor cuota mensual	Fecha de término	Finalidad del préstamo

**H. RESUMEN DE INGRESOS Y EGRESOS**

Total de Ingresos Mensuales	S/.
Total de Egresos Mensuales	S/.
Saldo	S/.

Si existe déficit, explique cómo lo cubre.

---

---

---

**I. VIVIENDA**

Vivienda:  Propia      Año de Adquisición \_\_\_\_\_  
 Alquilada       Alquiler-Venta     Hipoteca       Otros \_\_\_\_\_

Tipo:       Casa     Quinta     Departamento       Otros \_\_\_\_\_

**J. PROPIEDADES (Terreno, Casa, Casa playa, Parcelas, Autos, Camionetas, otros)**

Descripción	Ubicación	Uso

**K. SALUD**

Indique si algún miembro de su familia padece alguna enfermedad (especifique).

---

---

---

---

---

---

---

---

**L. OBSERVACIONES (Alguna información que estime necesaria)**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Es requisito indispensable, para acceder al Sistema de Pensiones Escalonadas, que el Formulario de Datos Socioeconómicos esté acompañado de documentos probatorios que lo sustenten.

La Universidad se reserva el derecho de verificar cada uno de los datos consignados en el formulario. Si se comprobara inexactitud en alguno de ellos, el estudiante será excluido del Sistema de Pensiones Escalonadas.

Fecha: \_\_\_\_\_ Firma: \_\_\_\_\_ D.N.I.: \_\_\_\_\_  
Del padre / madre / apoderado

# DOCUMENTOS A PRESENTAR

En el momento que Ud. complete la información solicitada, debe adjuntar fotocopias de los documentos probatorios.

## Sustento de Ingresos Familiares

### ▪ Trabajador Dependiente

- Boleta de Pago o Contrato de Trabajo del padre, madre o apoderado.

### ▪ Trabajador Independiente

- Declaración Jurada de ingresos mensuales original y legalizada.
- Declaración de ingresos mensuales a SUNAT: RUC, RUS (6 últimos consecutivos).
- Recibo por honorarios profesionales (6 últimos consecutivos).

- Contrato o recibo por alquiler de propiedades.
- Sentencia judicial de separación o acta de divorcio, o Declaración Jurada Notarial indicando situación actual, años de separación.

## Sustento de Egresos familiares

- Recibos de agua.
- Recibos de energía eléctrica.
- Recibos de teléfono, cable e Internet.
- Recibo o contrato de alquiler de vivienda.
- Recibo de arbitrios.
- Boleta de pago de estudios de colegios, universidades o institutos.
- Cronograma de pagos de crédito bancario (prestamos).

## En caso de tener gastos por salud

- Certificado médico.
- Comprobantes de gastos médicos.

## Otros documentos

- Croquis de la ubicación de la vivienda (indicando lugares de referencia, calles y avenidas principales).
- Acta de Defunción.
- Constancia de beca de estudios (en caso de haber recibido dicho beneficio).
- Fotocopia de la carátula de este expediente para el cargo respectivo.

**Estos documentos deberán ser presentados en la oficina de Pensiones, luego de 05 días calendarios de recibido los mismos. Si cree conveniente podrá añadir la información adicional que considere relevante.**

## PARA SER LLENADO POR PERSONAL DE PENSIONES

- Verificación Física.

### Observaciones:

---

---

---

---

---

---

---

---