

## CULTURA ORGANIZATIVA PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA CALIDAD DE SERVICIO AL PÚBLICO EN EL DEPARTAMENTO DE ADMISION Y CONTROL DE ESTUDIOS DE LA S.C. UNIVERSIDAD YACAMBÚ

Claudia Echeverri<sup>1</sup>

 <https://orcid.org/0009-0008-2798-3162>

María Luisa Gómez<sup>2</sup>

Recibido: 24/02/2025

Aceptado: 24/04/2025

### Resumen

El presente trabajo investigativo tuvo como objetivo principal, proponer estrategias de Cultura Organizativa para el fortalecimiento de la calidad de servicio al público en el Departamento de Admisión y Control de Estudios en la S.C. Universidad Yacambú; enfocando la cultura organizativa como uno de los factores resaltantes para la gestión de procesos con el propósito de blindar la relación con los estudiantes, clientes y usuarios a través de una calidad de servicio efectiva logrando el reconocimiento dentro del contexto comercial. Es importante resaltar que dicho estudio fue realizado a fin de evaluar los procedimientos de la estructura organizativa y basándose en las líneas estratégicas establecidas para llevar a cabo una gerencia efectiva. La investigación hace énfasis al diseño basado en el paradigma cuantitativo, no experimental de campo tipo descriptivo, en el cual se refleja todo el proceso que requiere ser orientado de forma sistemática y lógica, tomando en cuenta dos (2) tipos poblaciones, la que conforman los estudiantes y usuarios de manera presencial, conformada por trescientos (300) individuos aproximadamente, tomando como muestra un 10% de los mismos para un total de 30 participantes, y una segunda población que pertenece al personal que conforma el Departamento, el cual se toma en su totalidad la muestra de siete (7) personas para el respectivo estudio donde la técnica utilizada fue la de la encuesta, conformada por 24 ítems, con alternativas de respuesta (Si-No). Resultando afectada la atención al público en cuanto a la calidad de servicio, no por las capacidades del personal sino también están basadas en las herramientas de trabajo que la organización coloca a disposición para el desarrollo de este, por lo que fueron plasmada algunas propuestas que permitan la mejora de la calidad de servicio, desde la perspectiva de la cultura organizativa.

**Palabras clave:** cultura organizativa; calidad de servicio; gestión de procesos.

### ***ORGANIZATIONAL CULTURE TO STRENGTHEN THE QUALITY OF SERVICE TO THE PUBLIC IN THE DEPARTMENT OF ADMISSION AND CONTROL OF STUDIES AT S.C. YACAMBÚ UNIVERSITY***

### Abstract

The main objective of this investigative work was to propose Organizational Culture strategies to strengthen the quality of service to the public in the Department of Admission and Control of Studies in the S.C. Yacambú University; focusing on organizational culture as one of the outstanding factors for process management with the purpose of protecting the relationship with students, clients and users through effective quality of service, achieving recognition within the commercial context. It is important to highlight that said study was carried out in order to evaluate

<sup>1</sup> Docente. Universidad Yacambú. [claudia.echeverri@uny.edu.ve](mailto:claudia.echeverri@uny.edu.ve)

<sup>2</sup> Supervisora DACE. Universidad Yacambú. [dace.supervisor@uny.edu.ve](mailto:dace.supervisor@uny.edu.ve)

the procedures of the organizational structure and based on the strategic lines established to carry out effective management. The research emphasizes the design based on the quantitative, non-experimental paradigm of a descriptive type field, in which it is reflected the entire process that requires being guided in a systematic and logical manner, taking into account two (2) types of populations, the one made up of students and users in person, made up of approximately three hundred (300) individuals, taking as a sample 10% of the same for a total of 30 participants, and a second population that belongs to the personnel that makes up the Department, which the sample of seven (7) people is taken in its entirety for the respective study where the technique used was that of the survey. , made up of 24 items, with response alternatives (Yes-No). The attention to the public in terms of the quality of service was affected, not due to the capabilities of the staff but also based on the work tools that the organization makes available for its development, which is why some proposals were put forward that allow improving service quality, from the perspective of organizational culture.

**Keywords:** organizational culture; quality of service; process management.

### Introducción

La calidad del servicio representa un factor determinante en el éxito de cualquier organización, ya que incide directamente en la satisfacción de los usuarios, la fidelización de los clientes y la reputación institucional. En el ámbito educativo, este concepto adquiere una relevancia particular, pues implica no solo la eficiencia administrativa, sino también la excelencia académica, la atención personalizada y el compromiso con el desarrollo integral del estudiante. En este contexto, la Universidad Yacambú se presenta como una institución comprometida con el desarrollo económico, social y cultural de la sociedad, a través de una oferta académica de calidad en los niveles de pregrado y postgrado. Su misión se sustenta en una gestión universitaria efectiva, orientada a la formación de profesionales competentes en el ámbito regional, nacional e internacional.

La presente investigación se enfoca en analizar la calidad del servicio ofrecido por la Universidad Yacambú, con especial atención al Departamento de Admisión y Control de Estudios. Se examina la cultura organizativa como un elemento clave para fortalecer la atención al público, identificando debilidades que puedan transformarse en oportunidades de mejora. Asimismo, se consideran los valores institucionales y los principios organizativos como el sentido de pertenencia, el compromiso y el trabajo en equipo como pilares fundamentales para una gestión eficiente y orientada al usuario.

## Desarrollo

### 1.- Calidad de Servicio en el Contexto Educativo

La calidad de servicio ha sido objeto de estudio en diversas disciplinas debido a su impacto directo en la satisfacción del cliente, la fidelización y la competitividad organizacional. En el ámbito empresarial y educativo, ofrecer un servicio de calidad no solo implica cumplir con los requerimientos básicos del usuario, sino también superar sus expectativas mediante una atención eficiente, empática y personalizada.

En instituciones educativas como la Universidad Yacambú, la calidad del servicio se manifiesta en múltiples niveles: desde la atención en el Departamento de Admisión y Control de Estudios, hasta la interacción con docentes y personal administrativo. Aplicar el modelo de Grönroos en este contexto permite identificar áreas de mejora tanto en la entrega de servicios académicos como en la gestión institucional. La implementación de estrategias basadas en este modelo puede fortalecer la cultura organizativa, mejorar la percepción del usuario y consolidar el prestigio institucional a nivel nacional e internacional.

Autores como Molina (2014) definen la calidad de servicio como el grado en que un servicio satisface las expectativas del cliente. Esta definición resalta la importancia de comprender las necesidades del usuario y adaptar los procesos organizacionales para responder a ellas de manera efectiva. Por su parte, Yoon y Cheon (2020) amplían esta visión al considerar que la calidad de servicio también implica la ausencia de errores en su entrega, lo que requiere una estructura operativa sólida y personal capacitado. La calidad del servicio sus factores determinantes, entre ellos:

***Interacción Cliente-Empleado:*** La actitud, empatía y capacidad de respuesta del personal son esenciales para generar una experiencia positiva.

***Infraestructura y Tecnología:*** La disponibilidad de herramientas modernas y plataformas digitales mejora la eficiencia y accesibilidad del servicio.

***Cultura Organizacional:*** Los valores, normas y prácticas compartidas dentro de la organización influyen en la forma en que se presta el servicio.

***Gestión de Quejas y Retroalimentación:*** La capacidad de escuchar al cliente y responder a sus inquietudes fortalece la relación y mejora continua.

## 2. La Cultura Organizacional como pilar para la mejora de la calidad de servicio en el departamento de admisión y control de estudios de la Universidad Yacambú.

En el contexto de la educación superior, la calidad del servicio se ha convertido en un factor estratégico para garantizar la satisfacción del usuario, fortalecer la imagen institucional y consolidar la fidelización de los estudiantes. Modelos teóricos como el de Grönroos permiten comprender esta calidad desde una perspectiva integral, considerando tanto el resultado del servicio como la forma en que se entrega.

En este marco, la cultura organizacional se presenta como un elemento clave que moldea las prácticas internas, las relaciones interpersonales y la experiencia del usuario. Esta se compone de valores, normas, creencias, símbolos y comportamientos compartidos que orientan la gestión institucional. Autores como Chiavenato destacan componentes esenciales como la misión, visión, valores, clima organizacional y símbolos, los cuales configuran la identidad de la organización y su capacidad de adaptación al entorno.

El estudio se estructura en torno a cuatro ejes temáticos: el análisis conceptual de la calidad del servicio; la comprensión de la cultura organizacional en instituciones educativas; la relación entre ambos conceptos en la práctica institucional; y el diagnóstico del servicio en la Universidad Yacambú. A partir de este análisis, se propone un conjunto de estrategias orientadas a fortalecer la atención al público, mejorar la percepción del servicio y consolidar el prestigio institucional mediante una cultura organizacional sólida, coherente y orientada al usuario.

### 3. Modelo Nórdico de Calidad del Servicio

El Modelo Nórdico de Grönroos (1984) es uno de los marcos teóricos más influyentes en el estudio de la calidad del servicio. Este modelo plantea que la calidad percibida por el cliente se construye a partir de dos dimensiones principales:

**Calidad Técnica (qué se entrega):** Se refiere al resultado del servicio, es decir, lo que el cliente recibe.

**Calidad Funcional (Cómo Se Entrega):** Hace referencia al proceso mediante el cual se presta el servicio, incluyendo la interacción con el personal y la experiencia general.

Además, Grönroos introduce una tercera dimensión: *la imagen corporativa*, que actúa como un filtro a través del cual el cliente interpreta la calidad técnica y funcional. Una imagen positiva puede mitigar deficiencias menores, mientras que una imagen negativa puede amplificar cualquier error. Este enfoque holístico permite comprender que la calidad del servicio no depende

únicamente del producto final, sino también de la experiencia vivida por el usuario durante todo el proceso de atención.

#### 4. Componentes de la Cultura Organizativa

Para comprender la cultura organizativa en profundidad, es útil analizar sus componentes fundamentales. Según Chiavenato (2017) estos incluyen:

**Misión:** Define el propósito fundamental de la organización, su razón de ser y su contribución a la sociedad. Una misión clara orienta las decisiones estratégicas y fortalece la identidad institucional.

**Visión:** Proyecta el futuro deseado de la organización, estableciendo metas a largo plazo que inspiran y alinean los esfuerzos de todos los miembros.

**Valores:** Son los principios éticos y morales que guían el comportamiento organizacional. Los valores pueden ser explícitos (declarados) o implícitos (vividos), y su coherencia con las prácticas cotidianas es esencial para la credibilidad institucional.

**Símbolos:** Representan visualmente la identidad y cultura de la organización. Incluyen logotipos, colores corporativos, uniformes, lemas y otros elementos que comunican los valores y la filosofía institucional tanto interna como externamente.

**Normas y Comportamientos:** Son las reglas formales e informales que regulan la conducta de los miembros. Estas normas reflejan las expectativas compartidas sobre lo que es aceptable o no dentro de la organización.

**Clima Organizacional:** Se refiere a la percepción colectiva del ambiente laboral. Aunque está influenciado por la cultura, el clima es más dinámico y puede cambiar con mayor rapidez.

**Ritos y Tradiciones:** Son prácticas recurrentes que refuerzan la identidad organizacional, como celebraciones, reconocimientos o eventos institucionales.

#### Consideraciones Finales

La presente investigación ha permitido evidenciar que la cultura organizacional constituye un pilar fundamental para el fortalecimiento de la calidad del servicio en instituciones de educación superior. En el caso específico del Departamento de Admisión y Control de Estudios de la Universidad Yacambú, se ha demostrado que la calidad del servicio no depende únicamente de la disposición del personal, sino también de los recursos, procesos y valores institucionales que sustentan la gestión.

Uno de los hallazgos más relevantes es que, a pesar del compromiso manifiesto del personal, existen limitaciones operativas que afectan la eficiencia del servicio, como la obsolescencia de los equipos tecnológicos y la lentitud en los canales de comunicación institucional. Esto pone de relieve la necesidad de una inversión estratégica en infraestructura y en la modernización de los medios de atención al usuario.

Asimismo, se identificó una desconexión entre los usuarios y la identidad institucional, reflejada en el desconocimiento de la misión, visión y valores de la universidad. Esta situación representa una oportunidad para fortalecer el sentido de pertenencia y la fidelización, mediante estrategias de comunicación interna y externa que promuevan la cultura organizacional como elemento diferenciador.

Por otra parte, se reafirma la importancia de la formación continua del personal, no solo en aspectos técnicos, sino también en competencias blandas, liderazgo participativo y atención al cliente. Solo a través de una cultura organizacional sólida, coherente y compartida será posible consolidar una experiencia de servicio que responda a las expectativas de los usuarios y al mismo tiempo fortalezca el prestigio institucional.

En definitiva, este estudio no solo aporta un diagnóstico claro de la situación actual, sino que ofrece una base para la toma de decisiones gerenciales orientadas a la mejora continua. La articulación entre cultura organizacional y calidad de servicio debe ser entendida como una estrategia integral para el desarrollo institucional, especialmente en un entorno educativo cada vez más competitivo y exigente.

### Referencias

Chiavenato, I. (2017). Planificación estratégica: Fundamentos y aplicaciones. McGraw-Hill/ Interamericana Editores, S.A. de C.V.

Gronroos, C. (1984) A Service Quality Model and Its Marketing Implications. European Journal of Marketing.

Moliner, C. (2001). Calidad de servicio y satisfacción del cliente. Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones.

Yoon, Y. y Cheon, K. (2020). A Qualitative Review of Cruise Service Quality: Case Studies from Asia. Sustainability 2020, 12(19), 8073; <https://doi.org/10.3390/su12198073>