

**PERCEPCIONES DE ESTUDIANTES Y PERSONAL ADMINISTRATIVO DE
LOS PROGRAMAS A DISTANCIA SOBRE EL SERVICIO AL USUARIO QUE
OFRECE LA CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS SECCIONAL
BELLO**

PAULA ANDREA GALEANO BERMUDEZ

DEICY MAITE GARCIA MARIN

ANA MARIA MOSQUERA OREJUELA

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS - SECCIONAL BELLO

ESPECIALIZACIÓN GERENCIA DE PROYECTOS

MEDELLIN

2017

**PERCEPCIONES DE ESTUDIANTES Y PERSONAL ADMINISTRATIVO DE
LOS PROGRAMAS A DISTANCIA SOBRE EL SERVICIO AL USUARIO QUE
OFRECE LA CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS SECCIONAL
BELLO**

PAULA ANDREA GALEANO BERMUDEZ

DEICY MAITE GARCIA MARIN

ANA MARIA MOSQUERA OREJUELA

Trabajo de grado para optar al título de:

ESPECIALISTA EN GERENCIA DE PROYECTOS

Asesores

José Eucario Parra Castrillón

Wilfer Mauricio Castro Vergara

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS – SECCIONAL BELLO

POSGRADOS A DISTANCIA

ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE PROYECTOS

MEDELLIN – 2017

Dedicatoria

A Dios: Por haber permitido llegar hasta este punto y habernos dado salud para lograr los objetivos.

A nuestra Familias: por ser el pilar fundamental en todo lo que somos, tanto académica, como de la vida, por su incondicional apoyo.

Todo este trabajo ha sido posible gracias a ellos.

Resumen

La percepción que un sujeto tiene de algo o alguien esta mediada por sus experiencias en que al momento se tenga y su visión de mundo, es decir, que esta es subjetiva y temporal, y por tanto puede cambiar, en la medida que las nuevas experiencias significativas sean a favor o en contra de percepción que se quiera generar.

Objetivo: Identificar percepciones de los y las estudiantes y personal administrativo y académico administrativo sobre el servicio al usuario que ofrece la Corporación Universitaria Minuto de Dios – Seccional Bello.

Metodología: El tipo de estudio es descriptivo, de corte trasversal en una muestra de 158 estudiantes de pregrado, 37 de posgrados y 20 de personal administrativo y académico administrativo.

Resultados: El 51,35% de los estudiantes de posgrado y el 34,81% de estudiantes de pregrado de la Corporación Universitaria Minuto de Dios – Seccional Bello, valoran como regular el servicio de atención al usuario.

Conclusiones: De los cuatro canales de comunicación objeto de estudio la plataforma virtual es el medio menos usado por los estudiantes de posgrado y pregrado. En general, los estudiantes encuestados no conocen el plan estratégico de UNIMINUTO

Palabras claves: Percepción, estudiantes, atención al usuario, plan estratégico.

Contenido

Resumen	4
Contenido	5
1. Introducción	12
2. Situación problemática.....	13
3. Justificación.....	16
4. Objetivo General	18
4.1 Objetivos específicos.....	18
5. Marco Teórico.....	19
6. Metodología	25
6.1 Tipo de estudio	25
6.2 Población objeto	25
6.2.1 Estratificación.....	26
6.2.3 Tamaño de la muestra.....	26
6.3 Prueba piloto.....	29
6.4 Fase de recolección de información o exploración	29
6.5 Fase de registro de la información.....	30
6.6 Fase de procesamiento y análisis de la información	31
6.7 Variables.....	33

6.8 Consideraciones éticas.....	38
6.9 Cronograma de actividades	39
6.10 Presupuesto.....	40
7. Resultados y hallazgos	41
7.1 Descripción de las características demográficas y socioeconómicas de estudiantes de pregrado y posgrado.	41
7.1.1 Posgrado.....	41
7.1.2 Pregrado	42
7.2 Percepción de los y las estudiantes de los programas académicos de la modalidad a distancia que hayan cursado el semestre II del año 2016 con relación al servicio al usuario. 44	
7.2.1 Servicio al usuario y herramientas utilizadas.	44
7.2.3 Valoración de la atención prestada por el funcionario de la UNIMINUTO.....	64
7.2.4 Valoración a la atención al usuario por los diferentes canales de comunicación.	65
7.2.4 Conocimiento del plan estratégico por los estudiantes de pregrado y posgrados.	68
7.3 Identificación de la percepción del personal administrativo y académico administrativo de la UNIMINUTO con relación al proyecto estratégico de servicio al usuario.	70

7.3.1. Descripción de las características demográficas y socioeconómicas del personal administrativo y académico administrativo de la Universidad.	70
7.3.2. Conocimiento del plan estratégico por los funcionarios de la Universidad. ...	74
7.3.3 Capacitación del personal en atención al usuario.....	77
7.3.4 Motivos y medios de consulta de los estudiantes.	78
7.4 Plan de mejora sobre la implementación del proyecto estratégico de Servicio al Usuario en la UNIMINUTO	86
7.4.1 Introducción.....	86
7.4.2 Diagnostico.	86
7.4.3 Objetivos.....	90
7.4.4 Indicadores.....	91
8. Conclusiones	93
9. Bibliografía	95

Lista de Tablas

Tabla 1. Estudiantes modalidad distancia.....	26
Tabla 2. Planta de personal.	27
Tabla 3. Variables Estudiantes.....	33
Tabla 4. Variables Personal administrativo.	36
Tabla 5 Cronograma de ejecución proyecto de investigación.	39
Tabla 6 Presupuesto proceso de investigación.....	40
Tabla 7 Distribución absoluta y porcentual de las características demográficas y socioeconómicas de los estudiantes de posgrados.	42
Tabla 8. Distribución absoluta y porcentual de las características demográficas y socioeconómicas de los estudiantes de pregrados.	43
Tabla 9. Distribución absoluta y porcentual de percepción de los estudiantes de posgrado en la atención al usuario por correo electrónico.	47
Tabla 10. Distribución absoluta y porcentual de percepción de los estudiantes de posgrados en la atención al usuario por teléfono.	49
Tabla 11. Distribución absoluta y porcentual de percepción de los estudiantes de posgrados en la atención al usuario por la plataforma virtual.	51
Tabla 12. Distribución absoluta y porcentual de percepción de los estudiantes de posgrados en la atención al usuario presencial.	52
Tabla 13. Distribución absoluta y porcentual de percepción de los estudiantes de pregrado en la atención al usuario de correo electrónico.....	54
Tabla 14. Distribución absoluta y porcentual de percepción de los estudiantes de pregrado en la atención al usuario teléfono.	56

Tabla 15. Distribución absoluta y porcentual de percepción de los estudiantes de pregrado en la atención por la plataforma virtual.	60
Tabla 16. Distribución absoluta y porcentual de percepción de los estudiantes de pregrado en la atención presencial.....	62
Tabla 17. Distribución absoluta y porcentual de las condiciones demográficas del personal administrativo y académico administrativo.	71
Tabla 18. Distribución absoluta y porcentual de la relación directa con la prestación del servicio a la modalidad distancia.....	74
Tabla 19. Distribución absoluta y porcentual de inducción personal administrativo.	78
Tabla 20. Distribución absoluta y porcentual de los canales de canales de comunicación usados para dar respuesta.....	80
Tabla 21. Distribución absoluta y porcentual de los canales de comunicación con mayor dificultad al prestar la atención al usuario.	81
Tabla 22. Valoración de la atención al usuario por parte de los funcionarios	83
Tabla 23. Descripción de las acciones y responsable del plan de mejoramiento	92

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1. Servicios demandados por estudiantes de posgrado.	45
Ilustración 2. Servicios demandados por estudiantes de pregrado.	45
Ilustración 3. Uso de los diferentes canales de comunicación posgrado.	46
Ilustración 4. Uso de los diferentes canales de comunicación pregrado.....	53
Ilustración 5. Valoración atención al usuario ofrecido por la universidad.	64
Ilustración 6. Valoración a la atención al Usuario por los diferentes canales de comunicación. .	65
Ilustración 7. Percepción de la atención al usuario ofrecida por la Universidad.	66
Ilustración 8. Conocimiento del plan estratégico de la Universidad	68
Ilustración 9. Representación porcentual del personal de la Universidad 2016-2.	70
Ilustración 10. Comparativo entre el tiempo de respuesta a cada requerimiento según la opinión de los funcionarios encuestados y el tiempo real de respuesta estimado para el trámite de certificados.	75
Ilustración 11. Comparativo entre el tiempo de respuesta a cada requerimiento según la opinión de los funcionarios encuestados y el tiempo real de respuesta estimado para el trámite de orientación de procesos administrativos.	76
Ilustración 12. Comparativo entre el tiempo de respuesta a cada requerimiento según la opinión de los funcionarios encuestados y el tiempo real de respuesta estimado para los servicios de bienestar.	76
Ilustración 13. Comparativo entre el tiempo de respuesta a cada requerimiento según la opinión de los funcionarios encuestados y el tiempo real de respuesta estimado para la orientación de procesos académicos.	77
Ilustración 14. Valoración de la atención al Usuario por parte de los funcionarios.	82

Lista de Anexos

Anexo 1. Consentimiento Informado.....	97
Anexo 2. Cuestionario Estudiantes.....	98
Anexo 3. Cuestionario Personal Administrativo	102

1. Introducción

En el presente está orientado, como el título lo indica, a *“Identificar percepciones de los y las estudiantes, personal administrativo y académico administrativo de los programas a distancia de la UNIMNUTO seccional Bello acerca de la atención al usuario que brinda la Universidad.”*

Inicialmente el lector se encontrará con la propuesta de investigación, es decir, situación problema, preguntas de investigación, objetivos, justificación, delimitación de la población objeto, marco teórico, la propuesta metodológica, cronograma y presupuesto requerido para la investigación.

Posteriormente se podrán leer los hallazgos, presentados según los objetivos de investigación, así: Contextualización del proyecto estratégico de servicio al usuario, en el cual se plantea como ha proyectado la Corporación Universitaria Minuto de Dios la atención al usuario; Contextualización de la percepción del usuario por parte de los estudiantes en la modalidad a distancia, donde se presentan de forma ordenada los hallazgos, que nos dicen como los estudiantes perviven y valoran el servicio al usuario prestado en la UNIMINUTO.

Contextualización de la percepción al usuario por el personal administrativo, del mismo modo que en el anterior se presentan los hallazgos respecto a la percepción del personal administrativo, respecto a la cual también hacen una crítica y unas recomendaciones, en pro de mejorar el servicio; Por último, se presenta el plan de mejoras. Este considerando la percepción de los estudiantes y personal administrativo, las recomendaciones de los mismos y la contextualización del servicio al usuario.

2. Situación problemática

La Seccional Bello de la Corporación Universitaria Minuto de Dios (UNIMINUTO) es fundada en el segundo semestre de 1998 con 15 estudiantes en el programa de Administración. Su creación obedece a la necesidad de ofrecer educación superior en el norte del área metropolitana de Medellín. La seccional es formalizada a través del Acuerdo No. 012 del 10 de septiembre de 1999 del Consejo de Fundadores.

La zona de influencia de la seccional Bello es amplia y cobija más de un Departamento de la geografía nacional. La Sede Bello y el CERES Valle de Aburrá se ubican en la zona norte del Valle de Aburrá. Así mismo, el Centro Regional Urabá y el Centro Regional Bajo Cauca se sitúan en el Departamento de Antioquia, en los municipios de Apartadó y El Bagre, respectivamente. En el (2013-2) la sede cuenta con cerca de 11 mil estudiantes. De estos estudiantes, el 76% son mujeres y el 24%, hombres. Asimismo, el 55% son jóvenes entre los 16 y 26 años y el 45% son mayores de 26 años.

Por estrato socioeconómico, la concentración más grande de estudiantes se encuentra en estrato 2 con un 50%, seguido de los estudiantes del estrato 3 con un 25%. La seccional ofrece 24 programas. De estos, 6 técnicos, 4 tecnologías, 10 pregrados universitarios, 3 especializaciones y 1 maestría. Para esto cuenta con un equipo de 486 docentes, de los cuales 82 son de tiempo completo, 52 de cátedra, 150 docentes de medio tiempo y 202 tutores.

En aras de su enfoque misional, la UNIMINUTO plantea la intención de ampliar su cobertura en atención a un mayor número de estudiantes a través de la educación a distancia, para ello debe

de contar con una estructura que implique procesos y procedimientos aplicados desde los recursos humanos, técnicos, físicos y tecnológicos que sean acordes a esta dinámica a distancia y que faciliten su aplicabilidad para todos los estudiantes bajo esta modalidad.

Sin embargo, se puede evidenciar la preocupación en mejorar procesos internos que permitan a UNIMINUTO ofrecer una educación y un servicio de calidad a sus diferentes grupos de interés externos, en particular a los y las estudiantes y a las comunidades que atiende. En el último semestre (2016-2) se han hecho visible algunas dificultades en temas de atención al usuario, relacionadas con el suministro de información, la cual en muchas ocasiones no es clara y oportuna; la atención personalizada por parte de funcionarios de la institución, quienes prestan un servicio incipiente y en algunas ocasiones suelen ser un poco groseros y despectivos en el trato; la contestación y suministro de información por líneas telefónicas suele ser deficiente, la información a la que se accede a través de la página web suele ser insuficiente y desactualizada, lo que obliga al usuario a llamar para ampliar la información o presentarse directamente a las instalaciones a realizar algún tipo de trámite.

Considerando la atención o servicio al usuario como el proceso de comunicación entre cualquier institución u organización y sus usuarios internos y externos, mediante el cual se consolidan las relaciones y se fortalece la imagen corporativa ante la comunidad en la que se está inmersa; y que esta debe responder directamente a la meta, visión y misión de la misma, se realizará el presente ejercicio investigativo con miras a responder y proponer un plan de mejora ante las situaciones que en este tema se vienen presentando en UNIMINUTO seccional Bello.

Se definen entonces las siguientes preguntas de investigación:

¿Cuál es la percepción de los y las estudiantes de los programas académicos a modalidad a distancia sobre la atención al usuario en UNIMINUTO?

¿Cuál es la percepción del personal administrativo y académico administrativo de los programas en modalidad a distancia sobre la atención al usuario en UNIMINUTO?

¿Cuáles elementos se deben considerar para un plan de mejora del servicio al usuario de UNIMINUTO?

3. Justificación

Esta investigación se centra en generar un plan de mejora para la estrategia de servicio al usuario que implementa en sus áreas la UNIMINUTO y como está es percibida por el personal administrativo y académico administrativo y los/las estudiantes de los programas de la modalidad a distancia, estos últimos son el grupo meta quienes se benefician o afectan en la medida que nos sea eficiente su implementación.

La importancia de la atención al usuario, radica en que el usuario encuentre el producto, la información o el servicio que buscaba, además, recibe un buen trato, queda satisfecho y esa satisfacción hace que regrese o que probablemente referencie con otros consumidores. Pero, por otro lado, si un usuario, encuentra o no el producto que buscaba, recibe una mala atención, es muy probablemente también que hable mal de la empresa y cuente la experiencia negativa que tuvo a un promedio de entre 9 a 20 personas dependiendo de su grado de malestar.

Si a ello le sumamos el hecho que la competencia cada vez es mayor y los productos ofertados en el mercado se equiparan cada vez más en calidad y en precio, es posible afirmar que hoy en día no es solo fundamental brindar un buen servicio al cliente, si lo que se quiere es ser competitivos en el mercado. El buen servicio debe estar presente en todos los aspectos de la Universidad, desde personal de seguridad, de servicios, de mantenimiento, docentes, administrativos, donde haya alguna interacción con usuarios internos y comunidad en general. Y se hace evidente desde el saludo, hasta la prestación de un buen servicio o brindar una información clara y oportuna.

Por otra parte, mejorar la calidad, entendida de manera integral como calidad en el capital humano de la Institución, en la vocación de servicio, en el ámbito académico enseñanza y en la gestión administrativa, es uno de sus Objetivos Estratégicos, pues es requisito indispensable para formar seres humanos integrales y excelentes profesionales y, asimismo, competir en el mercado globalizado.

4. Objetivo General

Identificar percepciones de los y las estudiantes y personal administrativo y académico administrativo sobre el servicio al usuario que ofrece la Corporación Universitaria Minuto de Dios – Seccional Bello.

4.1 Objetivos específicos

- Identificar la percepción de los y las estudiantes de los programas académicos de la modalidad a distancia que hayan cursado el semestre II del año 2016 con relación al servicio al usuario.
- Identificar la percepción del personal administrativo y académico administrativo de la UNIMINUTO con relación al proyecto estratégico de servicio al usuario.
- Proponer un plan de mejora sobre la implementación del proyecto estratégico de servicio al usuario en la UNIMINUTO.

5. Marco Teórico

La investigación se desarrolla en el contexto educativo, específicamente en la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO, por ello es importante tener claro cuál es el direccionamiento estratégico, al respecto la Misión indica:

“El Sistema Universitario UNIMINUTO inspirado en el Evangelio, el pensamiento social de la Iglesia, la espiritualidad Eudista y el carisma del Minuto de Dios, tiene como propósito:

- Ofrecer educación superior de alta calidad y pertinente con opción preferencial para quienes no tienen oportunidades de acceder a ella, a través de un modelo innovador, integral y flexible.
- Formar excelentes seres humanos, profesionales competentes, éticamente orientados y comprometidos con la transformación social y el desarrollo sostenible.
- Contribuir, con nuestro compromiso y nuestro testimonio, a la construcción de una sociedad fraterna, justa, reconciliada y en paz”.

Tiene como direccionamiento estratégico un Plan de desarrollo formulado para el 2013-2019, con una MEGA:

UNIMINUTO Seccional Bello, a 2019, será líder en procesos de transformación social basado en el humanismo cristiano y el espíritu de servicio, alcanzando una cobertura de 33.000 estudiantes en el noroccidente y el eje cafetero de Colombia, enmarcada en una cultura de calidad, sostenibilidad, pertinencia y fortalecimiento institucional.

Y con un objetivo estratégico de Calidad Integral, plantea:

“Destacar a UNIMINUTO por tener un concepto propio de calidad, que comprenda tres Dimensiones: (i) la formación integral de sus estudiantes (ii) la calidad académica (ii) el servicio que presta todos sus usuarios, reconocida a nivel nacional e internacional”.

Este estudio se enfoca al servicio al usuario, por lo que es necesario conocer el significado de la palabra servicio. A continuación, se presentan citas de los libros y autores:

“Acción de servir. Merito que se hace sirviendo al estado o a otra entidad o persona. Organización y personal destinados a cuidar interés o satisfacer necesidades del público o alguna entidad.” Nuevo Diccionario Ilustrado Sopena (1980).

“Cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra y que es básicamente intangible y no tiene como resultado la propiedad de algo”. Kottler & Armstrong (2001)

“En términos simples los servicios son acciones, procesos y ejecuciones”. Zeithaml & Bitner. (2002)

Con estas definiciones se puede resumir que servicio es una acción o proceso que busca satisfacer necesidades, sin ser un elemento tangible o de lo cual se pueda tener propiedad.

Características de los servicios:

Intangibilidad: Desde el momento en que los servicios son esencialmente intangibles, a menudo no es posible, en muchos casos resulta imposible para los clientes obtener una muestra de los servicios antes de adquirirlos.

Indivisibilidad o inseparabilidad: Frecuentemente los servicios no pueden ser separados de quien lo ofrece. La indivisibilidad está asociada a la frecuencia.

Heterogeneidad: Es imposible para quien presta servicios. Estandarizarlos. Cada servicio es en algún modo diferente a otras unidades del mismo. Los servicios son sumamente variables, puesto que depende de quienes los suministran y del momento en que se lleve a cabo.

El diccionario de la Real Academia Española define el concepto de **USUARIO** de la siguiente manera: es quien usa ordinariamente algo. El término, que procede del latín *usuarius* hace mención a la persona que utiliza algún tipo de objeto o que es destinataria de un servicio, ya sea privado o público.

Por lo tanto, hablamos de *Servicio al usuario*, cuando se responde a las necesidades de alguien que usa algo.

Principios básicos del Servicio al Usuario:

1. Actitud de servicio
2. Satisfacción del usuario

3. Actitud positiva y dinámica y abierta
4. Bases éticas
5. El buen servidor

La UNIMINUTO habla de **SERVICIO AL USUARIO**, y será desde este concepto que nos ubicaremos como marco de referencia para efectos de esta investigación.

Existen diferentes tipos de atención al usuario, en función del criterio que se utilice para su clasificación. Se trata de diferentes maneras en las que se da la interacción con nuestro entorno interno y externo, teniendo en cuenta distintas variables.

- **Atención presencial:** En este caso, se produce un encuentro físico con el usuario, sin las barreras ni interferencias que ocasiona el trato telefónico o a través de otras vías, como el correo electrónico. Se da contacto visual y el lenguaje no verbal juega un papel muy importante.
- **Atención telefónica:** Este tipo de atención al usuario exige que se cumplan una serie de normas no escritas si se desea lograr la máxima satisfacción. El hecho que no podamos observar las posibles reacciones del interlocutor hace que tengamos que poner más esfuerzos y demostrar una actitud diferente a la presencial.
- **Atención virtual:** Con la entrada de las nuevas tecnologías y el auge de las transacciones electrónicas, se está imponiendo una vía alternativa para efectuar las compras. Ya sea por correo electrónico o a través de la misma web donde se ofrecen los servicios, el cliente, en este caso, valora la atención recibida por otros

parámetros, como el correcto funcionamiento de la página, el sistema de pago y de entrega, la premura en la respuesta ante dudas vía correo electrónico, etc.

Si piensa en la intención que puede existir en el contacto con el usuario, puede distinguirse:

- **Atención proactiva:** Cuando buscamos crear necesidades en el usuario y motivar que adquiera nuestros servicios, contactarnos nuevamente y referirnos entre la red de conocidos.
- **Atención reactiva:** En cambio, cuando el sentido del contacto entre las partes se da del usuario hacia nosotros, simplemente estamos dando respuesta a la demanda, sin tratar de despertar, de entrada, necesidad alguna en el cliente.

Por último, si pensamos en el papel que juega la persona en la compra, también tenemos diferentes tipos de atención al cliente:

- **Atención directa:** Cuando el interlocutor es la persona que expresa la necesidad y además es el que decide acerca de la compra, se trata de una atención directa, sin intermediarios. Dado que los roles se concentran en una única persona, toda nuestra energía se dirige también a un único interlocutor.
- **Atención indirecta:** Por contra, cuando la persona que hace la demanda no es la que toma la decisión final en la compra, podemos hablar de una atención indirecta. Es importante identificar cada uno de los roles para satisfacer las necesidades de todos los actores que intervienen en la transacción

Cuando hablamos de Calidad nos referimos a, un conjunto de propiedades de una cosa que permite caracterizarla y valorarla respecto a las demás cosas de su especie. Y Calidad Integral, hace referencia a la eficiencia, disposición, a lo óptimo en todos los niveles y áreas, una sinergia entre la misión, visión y la práctica cotidiana.

6. Metodología

6.1 Tipo de estudio

El tipo de estudio es descriptivo, de corte transversal cuyo propósito es conocer la percepción de los y las estudiantes de pregrado y posgrado y del personal administrativo de la modalidad a distancia de la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO frente a la atención al usuario según lo planteado en su plan estratégico durante el periodo 2016 II.

Este permite “determinar la fuerza de asociación o relación entre variables, así como la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra. De aquí se puede hacer inferencia a una población de la cual esa muestra procede” (Sarduy, 2007). Además, nos permitirá presentar una serie de datos de forma ordenada dando cuenta de los objetivos del objetivo.

6.2 Población objeto

Estudiantes activos en el semestre II de 2016 de la modalidad distancia de los programas de pregrado y posgrado, personal administrativo de la Facultad de educación vinculados a los programas académicos de modalidad a distancia de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, seccional Bello. Hay que resaltar que se aprobó por parte del Rector P. Huberto Obando Gil, la recopilación de información dentro de las instalaciones de dicha Universidad y el uso de información institucional interna para uso del ejercicio investigativo y académico.

6.2.1 Estratificación

Estudiantes.

- Posgrado y pregrado de la modalidad distancia.
- Activos en el semestre II del año 2016.

Personal administrativo.

- Empleados administrativos y académico administrativo
- Empleados administrativos y académico administrativo que tengan más o igual de 6 meses vinculados laboralmente con la Universidad.

6.2.3 Tamaño de la muestra

La muestra se realizó según la base de datos suministrada por el Director de Planeación y Desarrollo, teniendo en cuenta los programas de la modalidad a distancia del semestre II del año 2016 y el total de empleados administrativos de la Facultad de educación de la UNIMINUTO

Tabla 1. Estudiantes modalidad distancia.

2016-2	
Facultad	No. Estudiantes
Total de Estudiantes	4.477
Educación	4.117
Administración en Salud Ocupacional	2.089
Administración Financiera UMD	301
Contaduría Pública	682
Licenciatura en Pedagogía Infantil UMD	1.045
Posgrados	360
Especialización en Gerencia de proyectos UMD	325
Especialización en Gerencia Educativa UMD	17
Especialización en Gerencia Social	18

El cálculo de la muestra para ambas poblaciones se realizó en el programa Epidat 3.1, tomando población universo todos los y los estudiantes de posgrado y pregrado activos durante el semestre II del año 2016, para el desarrollo de la muestra se tiene en cuenta la siguiente formula:

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N-1)) + k^2 * p * q}$$

Estudiantes de pregrado, al software Epidat 3.1 se le suministro la siguiente información: Tamaño de la población: 4.117, desviación estándar esperada: 50,00, nivel de confianza: 80%, efecto diseño: 1,0 la precisión de la muestra es del 5,000 el cual arrojó como resultado de tamaño de muestra 158 estudiantes.

Estudiantes de posgrados, al software Epidat 3.1 se le suministro la siguiente información: Tamaño de la población: 360, desviación estándar esperada: 50,00, nivel de confianza: 80%, efecto diseño: 1,0 la precisión de la muestra es del 10,000 el cual arrojó como resultado de tamaño de muestra 37 estudiantes.

Tabla 2. Planta de personal.

Planta Personal 2016-2				
Sede	Admón.	Académico-Administrativo	Docentes	Total
BELLO	136	101	357	594

La tabla 2, es la información suministrada por el Departamento de Planeación de la UNIMINUTO, en ella refleja el total de administrativos, académico-administrativo y docentes de toda la seccional Bello, pero no diferencia el número de personal vinculado directamente con los programas académicos de la modalidad a distancia, que es nuestra población objetivo. Para ello, hemos decidido tomar la totalidad del personal vinculado como administrativo y académico administrativo, con el fin de calcular el tamaño de la muestra se tiene en cuenta la siguiente formula:

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N-1)) + k^2 * p * q}$$

Personal administrativo y académico administrativo, al software Epidat 3.1 se le suministro la siguiente información: Tamaño de la población: 237, desviación estándar esperada: 50,00, nivel de confianza: 80%, efecto diseño: 1,0 la precisión de la muestra es del 14,000 el cual arrojó como resultado de tamaño de muestra 20 empleado.

Nota: En el momento de la recolección de la información de manera física y digital se realizó recepción de 25 instrumentos, cuando se llevó a cabo la depuración de la base de datos se descartaron un total de 8 encuestas ya que estas no cumplían con el criterio de estratificación de un tiempo de vinculación mayor o igual a seis meses; por ende no se cumplió la muestra; llevando se a cabo el análisis con 17 encuestas.

6.3 Prueba piloto

La prueba piloto se llevó a cabo al 5 % del número total de la muestra de los y las estudiantes, esto es, 17 encuestas que se realizaron en las instalaciones de la Universidad a estudiantes del primer semestre de la Especialización de Gerencia de Proyectos en la modalidad distancia, con el fin de determinar la claridad y comprensión del instrumento.

6.4 Fase de recolección de información o exploración

Momento de gran relevancia en el proceso, ya que es mediante la recopilación que se obtendrá toda la información y elementos que nos permitirán analizar la coherencia de la estrategia de atención del usuario y la Mega de la Corporación Universitaria Minuto de Dios sede Bello desde la perspectiva de los y las estudiantes de pregrado y personal administrativo y administrativo académico. Para la recolección de la información se tendrá en cuenta un sistema categorial a realizar y en consecuencia se plantean las preguntas: ¿Qué información primaria requerimos? ¿Se requiere consultar fuentes secundarias? ¿Qué técnicas e instrumentos usaremos para recoger la información primaria? Que guían la elaboración de la encuesta.

Considerando que este momento le dará validez al producto final del ejercicio investigativo, se realizará la caracterización de la información a utilizar en el análisis; se establecen los criterios que se tendrán en cuenta para realizar la encuesta a las y los estudiantes, los documentos relacionados con el tema.

La recolección de la información se llevó a cabo a través del área de comunicaciones de la Universidad y de manera presencial en las aulas de clase por las investigadoras; la encuesta fue

enviada desde esta área por un link a los correos electrónicos institucionales de los-as estudiantes de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, seccional Bello. El instrumento se programó para ser solo modificado por los investigadores, el acceso a la encuesta solo es para usuarios Uniminuto y se limitó a una respuesta por usuario.

Con relación al personal administrativo y académico administrativo, se aplicó la encuesta de manera física y enviada desde el área de comunicaciones a través de un link, directamente a cada empleado vinculado a los programas académicos de la modalidad a distancia de la de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, seccional Bello.

6.5 Fase de registro de la información

Identificado y obtenido el material a utilizar, se dará continuidad al procesamiento de información en fichas de las bases de datos que posibilitarán la triangulación. La base de datos será utilizada para depositar la información, esta deberá permitir el cruce de las categorías y sub-categorías de análisis.

El procesamiento de la información se realizará según los criterios ya antes establecidos y en relación del sistema categorial (categorías, sub-categorías y descriptores), este registro se hará de forma ordenada, también se tendrá un lugar para las categorías emergentes, dicha sistematización se estructurará, es decir, se valorará la información de acuerdo al referente teórico y al hilo discursivo en correspondencia con las categorías y sub-categorías de tal forma que permita hacer el análisis sistemático crítico.

En este momento de registro de la información se contará con una matriz de registro que será diseñada de acuerdo con los instrumentos y sistema categorial.

6.6 Fase de procesamiento y análisis de la información

Para la operativización de esta fase del método el análisis de la información contara con tres momentos con el fin de obtener un producto crítico y reflexivo y que contribuya a la construcción de una propuesta de acción de mejoras.

- El primer momento será *el análisis de la estructura*, en el cual se realizará la valoración de la información en relación con el sistema categorial y el hilo discursivo que se ha de llevar en la elaboración del documento final.
- El segundo momento *el análisis fino* (por categoría). se realizará un análisis por subcategorías y categorías, que permita sustraer los elementos más importantes de cada una de forma independiente.
- Análisis general, la totalidad de los resultados fundamentales que se hayan conseguido. Se hace un análisis general donde se articula los análisis de las sub-categorías y categorías, este momento final responderá al objetivo general. El análisis ira de lo específico a lo general.

En otras palabras, en esta fase se contrasta y valida la información recolectada, se deberá profundizar en el análisis e interpretación de los resultados obtenidos. En los tiempos ya

mencionados se hará comparación de set de datos y se finalizará con la contrastación con la teoría.

El análisis de la información deberá dar respuesta a la pregunta de investigación ¿Cuál es la percepción de los y las estudiantes de los programas académicos a modalidad a distancia sobre la atención al usuario en UNIMINUTO? ¿Cuál es la percepción del personal administrativo y académico administrativo de los programas en modalidad a distancia sobre la atención al usuario en UNIMINUTO? ¿Cuáles elementos se deben considerar para un plan de mejora del servicio al usuario de UNIMINUTO?, y a todas ella que se construyen alrededor de esta: ¿Es coherente la estrategia de atención al usuario de la Corporación Universitaria Minuto de Dios con la MEGA según la percepción de los estudiantes y el personal de comunicaciones de la misma? ¿los funcionarios ofrecen un trato humano en el momento de brindar información? ¿Qué factores afectan el proceso comunicativo entre la institución UNIMINUTO y los estudiantes? ¿Cómo se puede ver afectado el usuario al no recibir información oportuna y clara? ¿Cómo valoran los estudiantes la atención recibida por los funcionarios a través de los diferentes medios de comunicación? ¿la atención brindada por los funcionarios incide en la imagen que tiene de la Universidad? ¿es coherente la atención al usuario con los principios y mega de institución?

Al finalizar esta etapa de construcción, análisis e interpretación de la información, se redactará un documento que será el producto o resultado de todo el proceso investigativo, es decir el informe final, este es el texto que servirá de base para divulgar la experiencia.

En esta fase además de diseñar los instrumentos a utilizar y encuestar a los y las estudiantes y empleados administrativos y académicos de la institución, se realizará revisión documental para contar con un conocimiento apropiado de lo que en materia de servicio al usuario se ha venido realizando y selección de los criterios a considerar en la investigación

Se utilizaron la técnica de recolección de datos priorizada, a través de la aplicación de encuestas, estructura con un guion que permite la recolección de datos precisos y cualitativos que aportan a la identificación de condiciones presentes en el contexto y al análisis. Y la recolección documental que consiste en la revisión de documentos institucionales y bibliográficos que den cuenta del tema.

6.7 Variables

Para alcanzar los objetivos del estudio se analizaron las siguientes variables para los programas de posgrados y pregrado.

Tabla 3. Variables Estudiantes.

Naturaleza - Nivel de Medición	Tipo de variable	Variable
Cualitativa - Nominal	Demográfica	Programa que está cursando
		Semestre
		Edad
		Genero
		Estrato socioeconómico
Cualitativa -	Identificación del tipo de	Tipo de servicio solicitado

Naturaleza - Nivel de Medición	Tipo de variable	Variable
Nominal	servicio	Certificados
		Orientación Procesos Administrativos
		Servicios de Bienestar
		Orientación Procesos académicos
		Otros: Cuales
Cualitativa - Nominal	Identificación medio de comunicación	Medios utilizados para la solicitud de bien o servicios
		Correo
		Teléfono
		Plataforma Virtual
Presencial		
Cuantitativa - Escala	Disposición en la atención por correo	Cuantos correos envió antes de recibir respuesta
Cuantitativa - Escala	Tiempo de respuesta de la atención por correo	Cuantos días pasaron antes de recibir respuesta
Cualitativa - Nominal	Percepción de la atención por correo	La información suministrada por el funcionario respondió a sus inquietudes
Cualitativa - Nominal	Respuesta en la atención al usuario por correo	Por ausencia de respuesta, debió desplazarse a la Universidad para tener respuesta a su requerimiento
Cuantitativa - Escala	Disposición en la atención por teléfono	Cuantas veces debió llamar en un día a la respectiva dependencia
Cuantitativa - Escala	Tiempo de respuesta de la atención por teléfono	Cuantos días se demoró para comunicarse con la dependencia
Cualitativa - Nominal	Percepción de la atención por teléfono	Al momento de recepción de la llamada el funcionario dio respuesta a sus requerimientos o inquietud
Cualitativa - Nominal	Respuesta en la atención al usuario por teléfono	Por ausencia de respuesta, debió desplazarse a la Universidad para tener

Naturaleza - Nivel de Medición	Tipo de variable	Variable
		respuesta a su requerimiento
Cualitativa - Nominal	Oportunidad en la información ofrecida en la plataforma virtual	Una vez realizada la solicitud a través de la plataforma virtual obtuvo la información requerida
Cuantitativa - Escala	Tiempo de respuesta de la atención por plataforma virtual	Número de días en que la universidad dio respuesta
Cualitativa - Nominal	Disposición en la atención por plataforma virtual	Se vio obligado a recurrir a algunos de los medios antes mencionados
Cualitativa - Nominal	Percepción de la atención por plataforma virtual	La información suministrada respondió a sus inquietudes
Cualitativa - Nominal	Disposición de la atención presencial	La atención del funcionario fue buena, regular o deficiente
Cualitativa - Nominal	Percepción de la atención presencial	La información fue clara, precisa, oportuna y dio respuesta a su inquietud
Cualitativa - Nominal	Percepción de la atención al usuario ofrecida por los funcionarios	Valoración de la atención al usuario ofrecido al estudiantado por los funcionarios de la universidad fue mala, regular, buena, excelente
Cualitativa - Nominal	Percepción de la atención al usuario por los diferentes medios de comunicación	Valoración de la atención a los usuarios por los diferentes medios que ofrece la universidad fue eficiente, deficiente e indiferente
Cuantitativa - Escala	Percepción de la atención al usuario ofrecida por la universidad	La atención al usuario cumple con los criterios de calidad, eficiencia, amabilidad, agilidad y oportunidad
Cualitativa - Nominal	Conocimiento plan estratégico	Conoce el proyecto estratégico de servicio al usuario de la universidad
Cualitativa - Nominal	Proyecto estratégico UNIMINUTO recomendaciones	De acuerdo a su experiencia y/o conocimiento del proyecto estratégico de servicio al usuario de la universidad, qué aspectos positivos, a mejorar y recomendaciones ofrece para mejorar el

Naturaleza - Nivel de Medición	Tipo de variable	Variable
		servicio

Tabla 4. Variables Personal administrativo.

Naturaleza - Nivel de Medición	Tipo de variable	Variable
Cualitativa - Nominal	Demográfica	Programa/ dependencia donde está vinculado
		Tiempo de labores en esa dependencia.
		Edad
		Genero
	Estrato socioeconómico	
Cualitativa - Nominal	Identificación Funciones de atención al usuario	Funciones desempeñadas con relación a la atención del usuario
Cualitativa - Nominal	Identificación dependencias donde prestan servicio a estudiantes de la modalidad distancia	Prestación del servicio a estudiantes de la modalidad distancia
Cuantitativa - Escala	Conocimiento plan estratégico	Tiempo (días) de respuesta a los siguientes requerimientos: Certificados, orientación procesos administrativos, servicios de bienestar, orientación procesos académicos u otros
Cualitativa - Nominal	Conocimiento plan estratégico	Conocimiento del proyecto estratégico de servicio al usuario de la Universidad
		Inducción al asumir el cargo actual frente al procedimiento/proceso de atención al Usuario de UNIMINUTO ¿Qué tipo de Inducción?

Naturaleza - Nivel de Medición	Tipo de variable	Variable
Cualitativa - Nominal	Identificación dependencias con relación directa a la atención al usuario	Su labor tiene relación directa con la atención al usuario
Cualitativa - Nominal	Ejecución Plan estratégico	Procedimiento para hacer seguimiento o evaluación a la gestión, con respecto a la atención al usuario
Cuantitativa - Escala	Ejecución Plan estratégico	Frecuencia evaluación o seguimiento a su gestión es semanal, mensual, trimestral, semestral, anual o nunca.
Cuantitativa - Escala	Ejecución Plan estratégico	Frecuencia en la retroalimentación o plan de mejora como producto de la evaluación o seguimiento de su gestión
Cualitativa - Nominal	Demanda de atención al usuario de estudiantes de la modalidad distancia	Tema más reiterativo que consultan los-as estudiantes de la modalidad a distancia
Cuantitativa - Escala	Tiempo real de respuesta	Tiempo real de respuesta en cada uno de ellos: Certificados, orientación procesos administrativos, servicios de bienestar, orientación procesos académicos u otros
Cualitativa - Nominal	Identificación del medio de comunicación	En la dependencia los más medios utilizados para dar respuesta a los requerimientos son: Correo, teléfono, Plataforma virtual, presencial u otro.
Cuantitativa - Escala	Medios con dificultad para la atención al usuario	Medios (Correo, teléfono, Plataforma virtual, presencial u otro) donde se presentan más dificultades a la hora de resolver inquietudes en la atención al Usuario
Cualitativa - Nominal	Percepción de la atención al usuario ofrecida por la Universidad	Valoración de la atención al usuario ofrecido al estudiantado por los funcionarios de la Universidad es: Mala, regular, buena o excelente

Naturaleza - Nivel de Medición	Tipo de variable	Variable
Cuantitativa - Escala	Percepción de la atención al usuario ofrecida por la Universidad	La atención al usuario cumple con los criterios de: Calidad, eficiencia, amabilidad, agilidad y oportunidad
Cualitativa - Nominal	Proyecto estratégico UNIMINUTO recomendaciones	Aspectos positivos, a mejorar y recomendaciones al proyecto estratégico de servicio al usuario

6.8 Consideraciones éticas

De acuerdo con el Artículo 11 de la Resolución 8430 de 1993, la investigación se clasificó como “Sin riesgo”, dado que no se realizaron intervenciones que modificaran variables biológicas, fisiológicas o sociales de los individuos que participaron en el estudio. Sólo se aplicó una encuesta sobre conocimientos. La investigación no atenta contra la dignidad humana, no representa ningún riesgo para la población ni para el investigador, los objetivos no afectan la salud mental, psicológica o física de la comunidad, ni tampoco tiene incidencia negativa en el medio ambiente. Aunque los resultados del estudio puedan ser publicados, no se utilizarán los nombres de los y las estudiantes y personal administrativo encuestados.

6.9 Cronograma de actividades

Tabla 5 Cronograma de ejecución proyecto de investigación.

Actividad	Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Asignación del Tutor																				
Coordinación cronograma de encuentros y de entregables																				
Diseño de instrumentos a utilizar																				
Aplicación de instrumentos primarios																				
Sistematización de la información según categorías de análisis																				
Levantamiento de información secundaria																				
Análisis de la información primaria y secundaria																				
Sesiones de ajuste, retroalimentación y entregables de la monografía																				
Construcción del informe final																				
Sesiones de ajuste, retroalimentación y entregables																				
Socialización y aprobación de Trabajo de grado																				

6.10 Presupuesto

Tabla 6 Presupuesto proceso de investigación.

Actividad	Recurso	Cantidad	Presupuesto requerido
Diseño de instrumentos a utilizar	Transportes	12	25.200
	Impresión de documentos	16	1.600
Aplicación de instrumentos primarios	Impresiones	300	30.000
	Transporte	18	37.800
	Horas de esfuerzo	17	425.000
Sistematización de la información según categorías de análisis	Horas esfuerzo	13	325.000
	Transcripción	89	4.450.000
Levantamiento de información secundaria	Transportes	16	33.600
	Horas de esfuerzo	13	325.000
Construcción del informe final	Horas esfuerzo	45	1.125.000
Sesiones de ajuste, retroalimentación y entregables	Transportes	8	16.800
	Horas de esfuerzo	5	125.000
Total			\$6.920.000

7. Resultados y hallazgos

7.1 Descripción de las características demográficas y socioeconómicas de estudiantes de pregrado y posgrado.

Según lo propuesto en el proyecto de investigación a continuación se describe los hallazgos del mismo. La muestra total definida en este proceso fue un total de 195 estudiantes, así: 158 estudiantes de los programas de pregrado con un universo igual a 4.117; 37 estudiantes de programas de posgrado de un universo igual a 360, de la modalidad virtual y a distancia de la Corporación Universitaria Minuto de Dios Sede Bello.

7.1.1 Posgrado.

De un total de 37 estudiantes de posgrados que diligenciaron el cuestionario, el 100% son del programa “Especialización Gerencia de Proyectos” de la modalidad virtual y a distancia, y se encuentran en el segundo semestre. De estos un 32,43% se encuentra en el rango de 25 a 30 años de edad, el 32,43% entre los 31 a 35, sumando un 64,86%; mientras que la población estudiantil entre 36 a 45 años de edad asiente a un porcentaje de 35,13%. En cuanto a la participación según género, del total de participantes de posgrados, 27 son mujeres, con una participación porcentual del 72,97%, y 10 hombres con un valor porcentual igual al 27,03%. Respecto al nivel o estrato socioeconómico, se evidencia que el 45,95% se encuentran en un nivel medio, es decir en el estrato 3, seguido por estrato 2, con un 24,34%, el 4 con un 21,62% y por último el estrato 5 con un 8,11%. (Tabla7)

Tabla 7 Distribución absoluta y porcentual de las características demográficas y socioeconómicas de los estudiantes de posgrados.

Variable	Categoría	N	%
Programa que está cursando	Gerencia de Proyectos	37	100,00
Semestre	2	37	100,00
Edad	25 a 30	12	32,43
	31 a 35	12	32,43
	36 a 40	9	24,32
	41 a 45	4	10,81
Genero	Femenino	27	72,97
	Masculino	10	27,03
Estrato socioeconómico	2	9	24,32
	3	17	45,95
	4	8	21,62
	5	3	8,11

7.1.2 Pregrado

De este nivel de formación participaron, en el proceso investigativo estudiantes del semestre 2 al 10, de los programas: contaduría pública, licenciatura en pedagogía infantil; administración en salud ocupacional y administración financiera con una mayor participación la tercera con el 34%, la última con la representación porcentual más baja, 3,16%; se definieron 7 rangos de edad que va desde los 18-a más 51 años, con mayor ponderación el rango entre los 26

a 30 años con el 35,44% siendo recurrente en este segmento poblacional, la población femenina más alta que la masculina con el 78,48%; respecto al estrato socioeconómico el 86,07% se encuentra en los estratos 2 y tres. (Tabla 8)

Tabla 8. Distribución absoluta y porcentual de las características demográficas y socioeconómicas de los estudiantes de pregrados.

Variable	Categoría	N	%
Programa que está cursando	Contaduría Pública	51	32,28
	Licenciatura en Pedagogía Infantil	48	30,38
	Administración en Salud Ocupacional	54	34,18
	Administración Financiera	5	3,16
Semestre	2	33	20,89
	3	36	22,78
	4	8	5,06
	5	29	18,35
	6	11	6,96
	7	13	8,23
	8	13	8,23
	9	10	6,33
Edad	10	5	3,16
	18-20	10	6,33
	21-25	38	24,05
	26-30	56	35,44
	31-35	25	15,82
	36-40	15	9,49
	41-50	11	6,96
más de 51 años	3	1,90	
Genero	Femenino	124	78,48
	Masculino	34	21,52
Estrato socioeconómico	1	15	9,49
	2	70	44,30
	3	66	41,77
	4	5	3,16
	5	2	1,27

7.2 Percepción de los y las estudiantes de los programas académicos de la modalidad a distancia que hayan cursado el semestre II del año 2016 con relación al servicio al usuario.

7.2.1 Servicio al usuario y herramientas utilizadas.

Dando respuesta a las preguntas de investigación y a los objetivos planteados en la investigación, a continuación, se presentan los hallazgos de la misma. En un primer momento se abordarán una caracterización general de los que se encontró en cada uno de los objetivos, es decir, una descripción de los aspectos más relevantes que permiten identificar la percepción del estudiantado; En un segundo momento se realiza el análisis, en el que se define la percepción según la información suministrada por el estudiantado mediante el instrumento de encuesta este análisis responderá al primer objetivo específico.

En un tercer momento las conclusiones sobre el personal administrativo, dando respuesta al segundo objetivo; en un cuarto momento se presentará el plan propuesto por las investigadoras según las conclusiones respecto a la percepción de los estudiantes y personal administrativo, respondiendo al tercer objetivo específico, para finalizar se presentarán las conclusiones dando respuesta al objetivo general.

Se evidencio en los estudiantes de posgrados que el servicio más consultado es la orientación de procesos académicos con un 56.76 %, siguiendo de la orientación de procesos administrativos; en otros servicios consultados citan la Información de Ingles". (Ilustración 1) Para los estudiantes de pregrado el servicio al usuario con mayor demanda es el de solicitud de

certificados con un 49,37%, seguido a este la orientación de procesos académicos; en otros servicios demandados se encuentran: acceso a la biblioteca, icetex y créditos. (Ilustración 2).

Ilustración 1. Servicios demandados por estudiantes de posgrado.

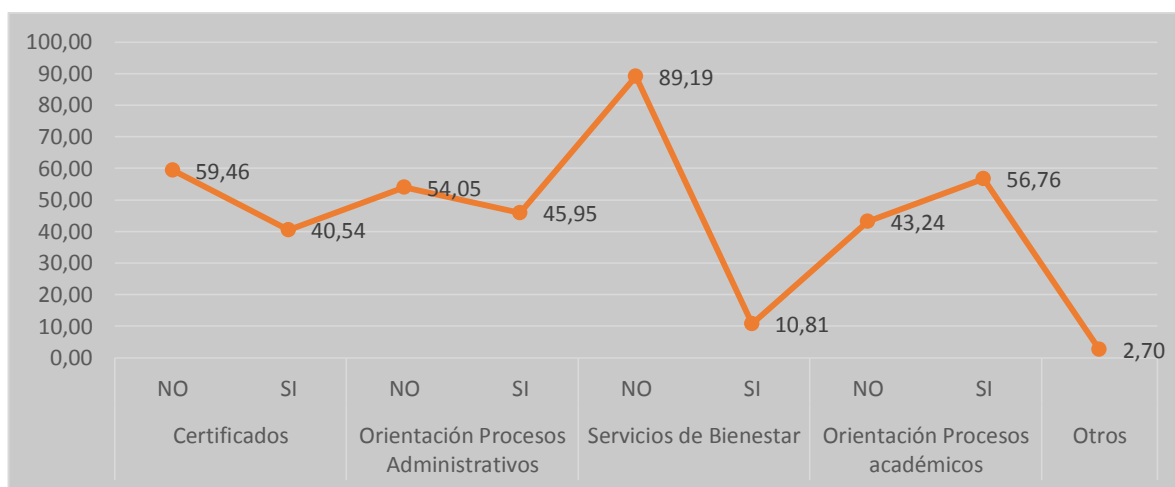
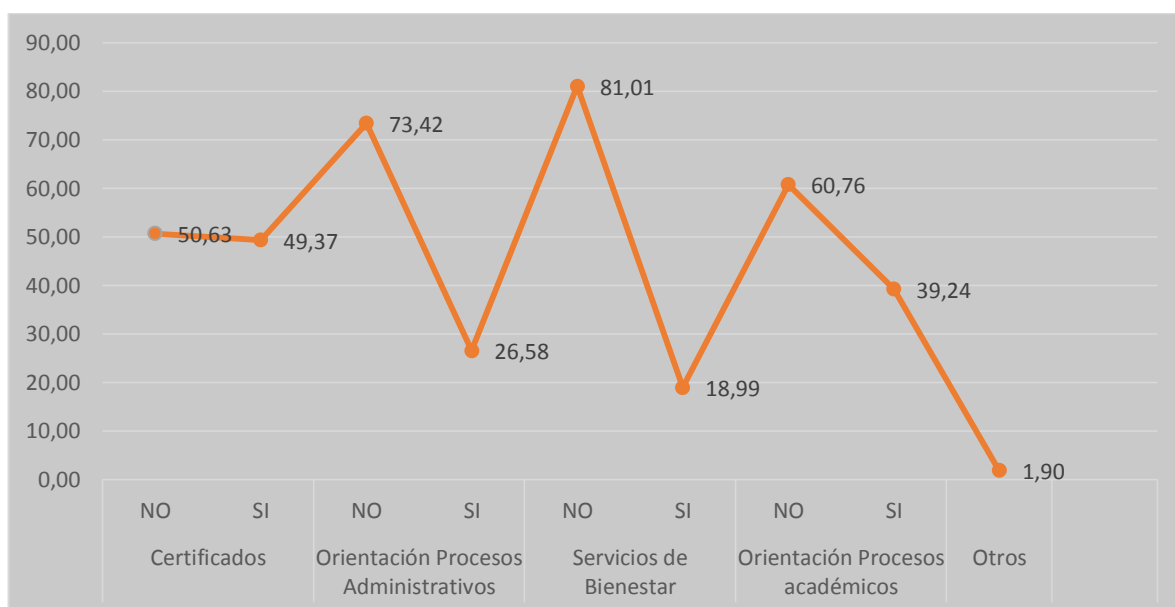


Ilustración 2. Servicios demandados por estudiantes de pregrado.



7.2.2 Canales de comunicación

En las siguientes ilustraciones se describen los medios de comunicación utilizados por los estudiantes según la recurrencia en el uso.

Ilustración 3. Uso de los diferentes canales de comunicación posgrado.

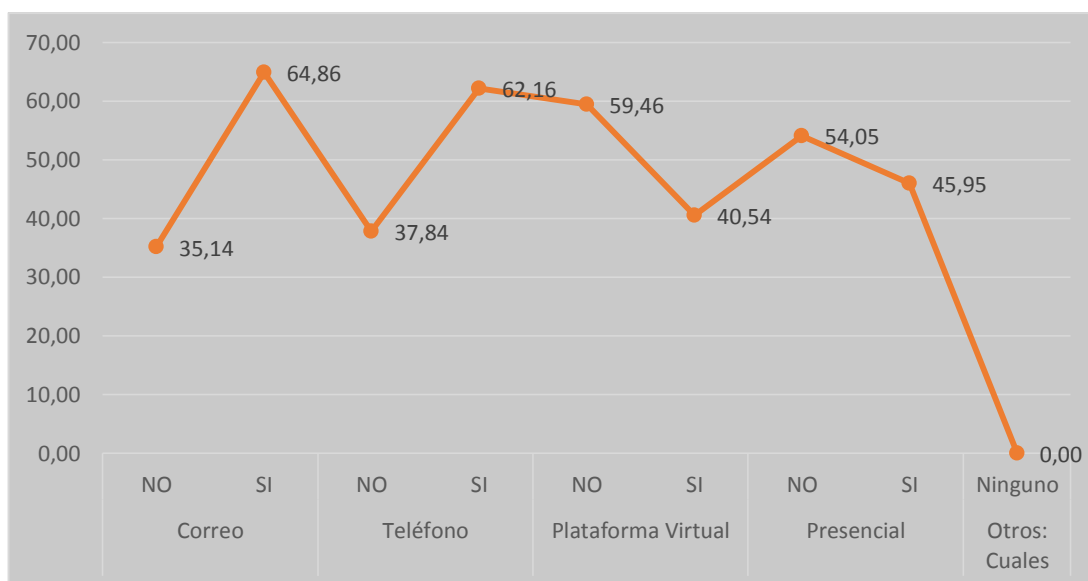


Tabla 9. Distribución absoluta y porcentual de percepción de los estudiantes de posgrado en la atención al usuario por correo electrónico.

Variable	Categoría	n	%
Cuantos correos envió antes de recibir respuesta	1	12	32,43
	2	7	18,92
	3	3	8,11
	5	1	2,70
	6	1	2,70
	No uso correo como medio de comunicación	13	35,14
Variable	Categoría	n	%
Cuantos días pasaron antes de recibir respuesta	1 a 3 días	12	32,43
	4 a 8 días	9	24,32
	Más de 8 días	3	8,11
	No uso correo como medio de comunicación	13	35,14
Variable	Categoría	n	%
La información suministrada por el funcionario respondió a sus inquietudes	NO	6	16,22
	SI	18	48,65
	No uso correo como medio de comunicación	13	35,14
Variable	Categoría	n	%
Por ausencia de respuesta, debió desplazarse a la Universidad para tener respuesta a su requerimiento	NO	16	43,24
	SI	8	21,62
	No uso correo como medio de comunicación	13	35,14

El medio de comunicación más utilizado por los estudiantes de posgrados es el correo electrónico con un 64,86 % de este medio de comunicación se evidencia que la respuesta por parte del personal administrativo de la Universidad es de un 32,43% al envío del primer correo por parte del estudiante, con un tiempo de respuesta de 1 a 3 días, coincidiendo con el porcentaje

de un envío de correo, de los estudiantes que accedieron a este medio de comunicación el 48.65% da como respuesta positiva a la información que le suministro el funcionario; es de aclarar que del 100% de los encuestados el 35,14% de los estudiantes no usan este medio como canal de comunicación. (Tabla 9)

Respecto a las dificultades en la atención al usuario de correo electrónico en posgrado, al preguntar ¿La información suministrada respondió a sus inquietudes? Algunos de los estudiantes expresaron:

“Falta de conocimiento y claridad de los temas, me respondieron por correo que debía ser personal y cuando fui a la universidad me pasaron de puesto en puesto de manera grosera”

“Confusa” “Direccionamiento” “Procesos claros”

“Dieron muchas vueltas y no resolvieron a tiempo”

“Me envió de nuevo a la plataforma virtual para resolver el problema”

“No fue clara con la respuesta o coherente con lo que estaba pasando”

“Me llego de nuevo la guía para entrar a génesis y como solicitar el certificado”

“Era lo solicitado”

Tabla 10. Distribución absoluta y porcentual de percepción de los estudiantes de posgrados en la atención al usuario por teléfono.

Variable	Categoría	n	%
Cuántas veces debió llamar en un día a la respectiva dependencia	1 a 3	3	8,11
	4 a 6	11	29,73
	7 a 10	6	16,22
	Más de 10	3	8,11
	No uso teléfono como medio de comunicación	14	37,84
Variable	Categoría	n	%
Cuántos días se demoró para comunicarse con la dependencia	1 a 3	16	43,24
	4 a 6	3	8,11
	Más de 10	1	2,70
	No uso teléfono como medio de comunicación	14	37,84
	Nunca	3	8,11
Variable	Categoría	n	%
Al momento de recepción de la llamada el funcionario dio respuesta a sus requerimientos o inquietud	NO	13	35,14
	SI	10	27,03
	No uso teléfono como medio de comunicación	14	37,84
Variable	Categoría	n	%
Por ausencia de respuesta, debió desplazarse a la Universidad para tener respuesta a su requerimiento	NO	13	35,14
	SI	9	24,32
	No uso teléfono como medio de comunicación	15	40,54

Siendo el teléfono el segundo medio de comunicación más usado por los estudiantes de posgrados se evidenciaron los siguientes hallazgos con respecto al uso de este medio de comunicación, el 29.73% señalan que deben llamar a la dependencia de 4 a 6 veces y el 8,11 %

manifiestan que nunca les contestaron en las líneas telefónicas; posterior al número de intentos realizados para comunicasen el 35.14% de los estudiantes consideran que al momento de la recepción de la llamada el funcionario no le dio respuesta a su requerimiento o inquietud y este mismo porcentaje registra que por ausencia de respuesta debió desplazarse a la Universidad.(Tabla 10)

Respecto a las dificultades en la atención al usuario en posgrado por teléfono, al preguntar ¿La información suministrada respondió a sus inquietudes? Algunos de los estudiantes expresaron:

“No contestaron en la línea asignada para la atención al usuario.

Porque debía llamar a otra dependencia, del cual nunca contestaron”

“Información cifrada”

“No tenía conocimiento”

“Muchos procesos se deben hacer presencialmente”.

“Direccionamiento”

“Necesitaban consultar otras instancias (Sin claridad)”

“No tienen clara la información”

“Mi trabajo. No me comunique”

“No fue posible la comunicación por teléfono”

Prevenición en la información suministrada”

“No contestan”

Tabla 11. Distribución absoluta y porcentual de percepción de los estudiantes de posgrados en la atención al usuario por la plataforma virtual.

Variable	Categoría	n	%
Una vez realizada la solicitud a través de la plataforma virtual obtuvo la información requerida	NO	6	16,22
	SI	9	24,32
	No uso plataforma virtual como medio de comunicación	22	59,46
Variable	Categoría	n	%
Número de días en que la universidad dio respuesta	1 a 3	13	35,14
	7 a 10	1	2,70
	Sin Respuesta	1	2,70
	No uso plataforma virtual como medio de comunicación	22	59,46
Variable	Categoría	n	%
Se vio obligado a recurrir a algunos de los medios antes mencionados	NO	8	21,62
	SI	6	16,22
	No uso plataforma virtual como medio de comunicación	23	62,16
Variable	Categoría	n	%
La información suministrada respondió a sus inquietudes	NO	5	13,51
	SI	10	27,03
	No uso plataforma virtual como medio de comunicación	22	59,46

Es muy importante resaltar que la población objeto de esta investigación son los estudiantes de la modalidad a distancia y la comunicación es esencial con el fin de dar continuidad en el proceso de formación al interior de la Universidad, siendo la plataforma virtual una herramienta obligatoria para el proceso de formación de los estudiantes, se evidencia que es canal de comunicación menos usado con un 59,46%, se evidencia además que el 35,14% de los encuestados relacionan que el tiempo de respuesta es de 1 a 3 días; por otro lado el 16,22% se vio obligado a recurrir a otros

medios de comunicación: “Presencial, correo, teléfono” o simplemente “Desistí”.

(Tabla 11)

Respecto a las dificultades en la atención al usuario en posgrado en la plataforma virtual, al preguntar ¿La información suministrada respondió a sus inquietudes? Algunos de los estudiantes expresaron:

“No me enviaron el certificado solicitado”

“Me toco ir a la U, para aclarar”

“Dieron indicaciones para volver a la plataforma virtual”

“Dijeron que hacer”

Tabla 12. Distribución absoluta y porcentual de percepción de los estudiantes de posgrados en la atención al usuario presencial.

Variable	Categoría	n	%
La atención del funcionario fue buena, regular o deficiente	Buena	13	35,14
	Regular	6	16,22
	Deficiente	0	0,00
	No uso la atención presencial	18	48,65
Variable	Categoría	n	%
La información fue clara, precisa, oportuna y dio respuesta a su inquietud	NO	2	5,41
	SI	16	43,24
	No uso la atención presencial	19	51,35

La atención al usuario en medio presencial ocupa el tercer puesto como canal de atención al usuario de los estudiantes de la modalidad a distancia con un 45,95%; el 35,14% de los

encuestados hacen referencia en que la atención por parte del funcionario de la Universidad es buena y el 43,24 % coinciden en que la información suministrada dio respuesta a su inquietud y/o requerimiento. Sin embargo, el 5,14% de los encuestados manifiestan lo siguiente: (Tabla 12)

“De las ocasiones que he requerido información presencial, en su mayoría el trato ha sido poco cortés”

“Las personas que prestan el servicio en muchas oportunidades ni son lo suficientemente amable y diligentes”

“Respondieron la inquietud (Después de un rato)”

“Fue muy precisa la información”

Ilustración 4. Uso de los diferentes canales de comunicación pregrado.

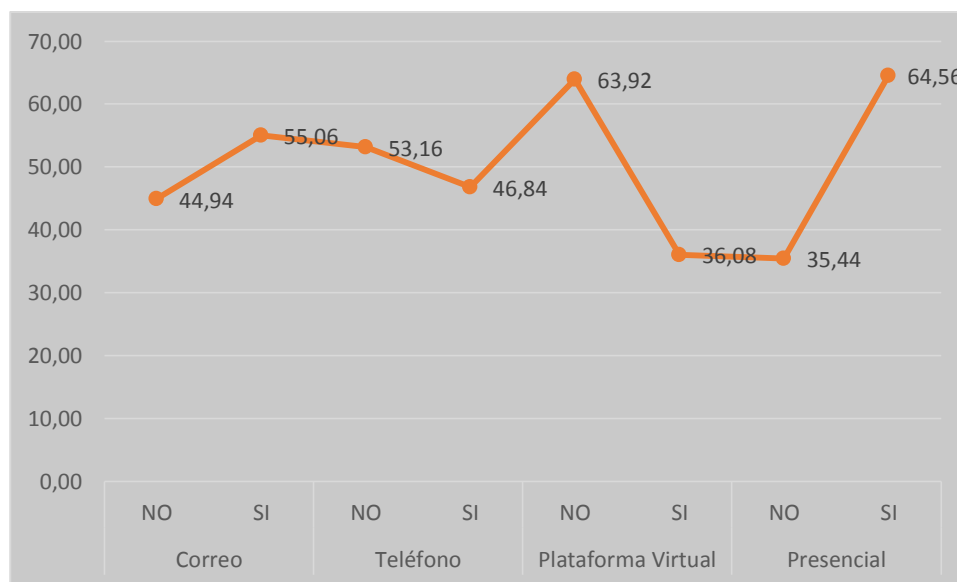


Tabla 13. Distribución absoluta y porcentual de percepción de los estudiantes de pregrado en la atención al usuario de correo electrónico.

Variable	Categoría	n	%
Cuantos correos envió antes de recibir respuesta	1	44	27,85
	2	21	13,29
	3	8	5,06
	4	6	3,8
	5	9	5,7
	No uso correo como medio de comunicación	70	44,3
Variable	Categoría	n	%
Cuantos días pasaron antes de recibir respuesta	1- 3 días	52	32,91
	4-8 días	17	10,76
	Más de 8 días	18	11,39
	No Respuesta	1	0,63
	No uso correo como medio de comunicación	70	44,3
Variable	Categoría	n	%
La información suministrada por el funcionario respondió a sus inquietudes	SI	74	46,84
	NO	12	7,59
	No uso correo como medio de comunicación	72	45,57
Variable	Categoría	n	%
Por ausencia de respuesta, debió desplazarse a la Universidad para tener respuesta a su requerimiento	NO	48	30,38
	SI	40	25,32
	No uso correo como medio de comunicación	70	44,3

El correo electrónico con un 55,06% es el segundo medio de comunicación más usado por los estudiantes de pregrado de la modalidad distancia, la mayoría manifiesta que debió enviar

un correo electrónico y obtuvo respuesta y el 32,91% eligió de 1 a 3 días para recibir respuesta (Tabla 13).

Respecto a las dificultades en la atención al usuario en pregrado por correo electrónico, al preguntar ¿La información suministrada respondió a sus inquietudes? Algunos de los estudiantes expresaron:

“Me hicieron los correspondientes pasos a seguir”

“No resolvieron mi problema, los canales de la facultad no brindan solución, eso sin contar con que los servicios de los funcionarios de admisiones son grotescos”

“Todas mis dudas fueron aclaradas”

“Al solicitar la información, no sé envió correcta”

“La información es muy poco clara y siempre lo están mandando a preguntar de un lado a otro, que a aquí no es, Que comuníquese con esta otra persona, como que nadie sabe nada”

“Muy poca información, se tiran la pelota entre todos y la información no es clara”

“No fue clara la respuesta, respondían de acuerdo a ellos sin pensar en lo que uno estaba solicitando”

“No me dieron respuesta, por lo que me vi obligada asistir presencial”

“No tienen claro los procesos”

“Nunca tiene información de nada y nunca saben nada”

“Porque respondió directamente a la solución de mis inquietudes”

“Porque si es telefónicamente dicen que debe ser personal, y la comunicación por teléfono es pésima”

“Que debía dirigirme personalmente porque no me iban a facturar por teléfono y que además no había quien lo hiciera”

“No uso correo como medio de comunicación”

Tabla 14. Distribución absoluta y porcentual de percepción de los estudiantes de pregrado en la atención al usuario teléfono.

Variable	Categoría	n	%
Cuantas veces debió llamar en un día a la respectiva dependencia	1 a 3 Veces	23	14,56
	5-6 Veces	19	12,03
	7-10 Veces	6	3,8
	Más de 10 Veces	26	16,46
	No uso teléfono como medio de comunicación	84	53,16
Variable	Categoría	n	%
Cuantos días se demoró para comunicarse con la dependencia	1-3 días	49	31,01
	5-6 días	19	12,03
	7-10 días	6	3,8
	Más de 10 días	4	2,53
	No uso teléfono como medio de comunicación	76	48,1
	Nunca	4	2,53

Variable	Categoría	n	%
Al momento de recepción de la llamada el funcionario dio respuesta a sus requerimientos o inquietud	NO	38	24,05
	SI	44	27,85
	No uso teléfono como medio de comunicación	76	48,1
Variable	Categoría	n	%
Por ausencia de respuesta, debió desplazarse a la Universidad para tener respuesta a su requerimiento	NO	34	21,52
	SI	39	24,68
	No uso teléfono como medio de comunicación	85	53,8

La herramienta de teléfono en la atención al usuario es el tercer medio usado como canal de comunicación 46.84%, probablemente ocupe este lugar de los cuatro medios y es por las falencias en la comunicación asertiva ya que el 24,68% de los encuestados manifiestan que deben desplazarse a la universidad porque su requerimiento no obtuvo una respuesta positiva y el 2,53% porque nunca les contestaron; por ende para los estudiantes de pregrado la atención al usuario presencial con un 64,56% ocupa el primer lugar de las cuatro herramientas; en unos programas que son modalidad distancia. (Tabla 14)

Respecto a las dificultades en la atención al usuario en pregrado por teléfono, al preguntar ¿La información suministrada respondió a sus inquietudes? Algunos de los estudiantes expresaron:

“Debía ir personalmente o enviar a alguien “

“Desconocía el tema”

“Era época de matrículas y habla mucha gente, igual el problema radicaba en el área de sistemas y programación de NRC por lo que tuve que acudir personalmente ”

“La persona que contestó no tenía conocimiento a quien le correspondía responderme la respuesta ”

“Me enviaba a otra extensión y allá no contestaban ”

“No estaba la persona ”

“No porque casi no me comunico y cuando logre que me contestaran no me dieron la información que necesitaba ”

“no sabía la información ”

“No son convincentes con las respuestas ”

“No tenía la respuesta en su momento ”

“Nunca contestaron ”

“Nunca me comunicaron con la persona encargada de solucionar mi requerimiento ”

“Nunca me dieron respuesta ”

“Nunca contestan en las extensiones marcadas ”

“Pero no de una manera muy clara ”

“Porque tenía que desplazarme al campus universitario por que la información no la daban telefónicamente ”

“Porque aparte de que nunca contestan, nunca pueden dar ningún tipo de información por teléfono todo debe ser personalmente”

“Porque debían averiguar el proceso a seguir”

“Porque lo desplazan de un lado a otro”

“Porque nadie tiene información clara, siempre lo están mandando de un lado a otro y nadie da una verdadera solución”

“porque no saben, no tienen conocimiento de los procesos”

“Quedaban de dar respuesta al correo electrónico y este estaba mal escrito”

“Si contestaban era un milagro”

“A pesar de la demora si quede satisfecha con la respuesta”

“Se solicitó virtual y con la llamada se resolvió”

Tabla 15. Distribución absoluta y porcentual de percepción de los estudiantes de pregrado en la atención por la plataforma virtual.

Variable	Categoría	n	%
Una vez realizada la solicitud a través de la plataforma virtual obtuvo la información requerida	NO	14	8,86
	SI	43	27,22
	No uso plataforma virtual como medio de comunicación	101	63,92
Variable	Categoría	n	%
Número de días en que la universidad dio respuesta	1-3 días	39	24,68
	5-6 días	9	5,70
	7-10 días	7	4,43
	Más de 10 días	1	0,63
	No uso plataforma virtual como medio de comunicación	102	64,55
Variable	Categoría	n	%
Se vio obligado a recurrir a algunos de los medios antes mencionados	NO	28	17,72
	SI	28	17,72
	No uso plataforma virtual como medio de comunicación	102	64,56
¿Cuáles?	Presencial, ir personalmente, correo, teléfono		
Variable	Categoría	n	%
La información suministrada respondió a sus inquietudes	NO	7	4,43
	SI	49	31,01
	No uso plataforma virtual como medio de comunicación.	102	64,56

El medio de comunicación menos usado por los estudiantes de pregrado es la plataforma virtual con un 63,92%, aunque el 31,01% manifiestan que la respuesta dada por este medio dio solución a sus inquietudes, en la investigación se ha evidencio que lo estudiantes prefieren desplazarse a la Universidad o llamar; mientras hacen la solicitud por este canal; siendo este un canal de consulta obligatoria en la parte académica. (Tabla 15)

Respecto a las dificultades en la atención al usuario en pregrado por la plataforma virtual, al preguntar ¿La información suministrada respondió a sus inquietudes? Algunos de los estudiantes expresaron:

“Me toco llegar hasta la Universidad”

“No tenían información”

“Nunca saben nada todo lo cambian y no dan información”

“Nunca respondieron”

“Toco usar la opción telefónica”

“Solamente cuando fui o mandé a alguien”

“No uso plataforma virtual como medio de comunicación”

Tabla 16. Distribución absoluta y porcentual de percepción de los estudiantes de pregrado en la atención presencial.

Variable	Categoría	n	%
La atención del funcionario fue buena, regular o deficiente	Buena	66	41,77
	Regular	29	18,35
	Deficiente	9	5,7
	No uso la atención presencial	54	34,18
Variable	Categoría	n	%
La información fue clara, precisa, oportuna y dio respuesta a su inquietud	NO	20	12,66
	SI	84	53,16
	No uso la atención presencial	54	34,18

En la atención al usuario presencial, aunque los usuarios manifiestan inconformidad en la amabilidad y la agilidad de la atención, los estudiantes describen la atención al usuario como “Buena” con un 41,77%; (Tabla 16) de igual manera se relacionan las expresiones de algunos encuestados:

“Fue muy demorado el proceso”

“La atención de la persona, quien ha sido la misma que me ha atendido en las veces que he necesitado es muy regular, y por no atender bien no escucha la solicitud y no me ha dado información precisa”

“La atención telefónica es pésima, responden mejor yendo y a veces ni así porque es mucho el trabajo que las personas que nos atienden son como estresadas”

“La funcionaria no tuvo buena actitud y la en varias veces la información no fue clara, haciendo que deba realizar el mismo proceso varias veces”

“Las áreas administrativas tienen varias versiones para un solo trámite, por lo cual no hay una definición clara de cómo proceder frente a la necesidad que uno tenga”

“Las personas no son idóneas ni tienen actitud ni aptitud para atender los requerimientos de los estudiantes”

“Más o menos con cortantes y negligentes”

“No dedican tiempo para escuchar lo que se está consultando, parece que solo intentan derivar el caso a otra persona”

“No saben orientar”

“Nunca saben nada y hasta responde groseramente”

“Pero a la hora de atender son un poco groseras y responden a medias”

“Porque no conocen procesos y te envían a realizar otros procesos en la plataforma aun estando allí en la universidad, lo lógico sería que ellos lo hicieran y así proporcionar todos los documentos”

“Porque no hay información clara, no se comunica a tiempo y muchas veces uno se tiene que ir hasta la universidad y la colaboración por parte de los funcionarios es muy mala, en ocasiones hasta lo ignoran y lo dejan parado como si uno fuera nada”

“Porque se piensa más en el bienestar de la universidad que en la del estudiante”

“Siempre que se consulta a las asistentes en la facultad, la respuesta es no sé, no se puede, no tengo información, y por lo regular nunca están”

“Ya que si uno recibe apoyos económicos y le piden factura y uno paga en línea no dan otro recibo de matrícula donde diga que este pago”

“El problema no era de su dependencia, sin embargo, hizo todo lo posible de forma cordial”

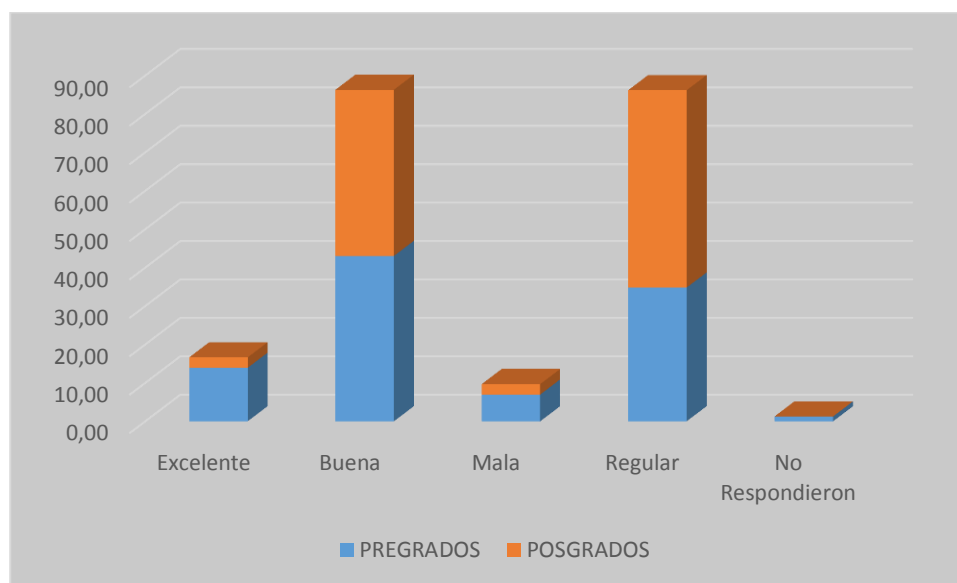
“Me suministraron la capacitación requerida”

“Obtuve respuesta después de validar con varias personas para resolver el mismo caso”

7.2.3 Valoración de la atención prestada por el funcionario de la UNIMINUTO.

La valoración que los y las estudiantes de los programas de pregrado como posgrado va desde excelente hasta mala. Es de recordar que la respuesta de este ítem como los siguientes y posteriores está condicionada por la experiencia de cada individuo. El 51,35% del estudiantado de posgrado y el 34,81% de pregrado valoran como regular la atención al usuario ofrecida por los usuarios.

Ilustración 5. Valoración atención al usuario ofrecido por la universidad.

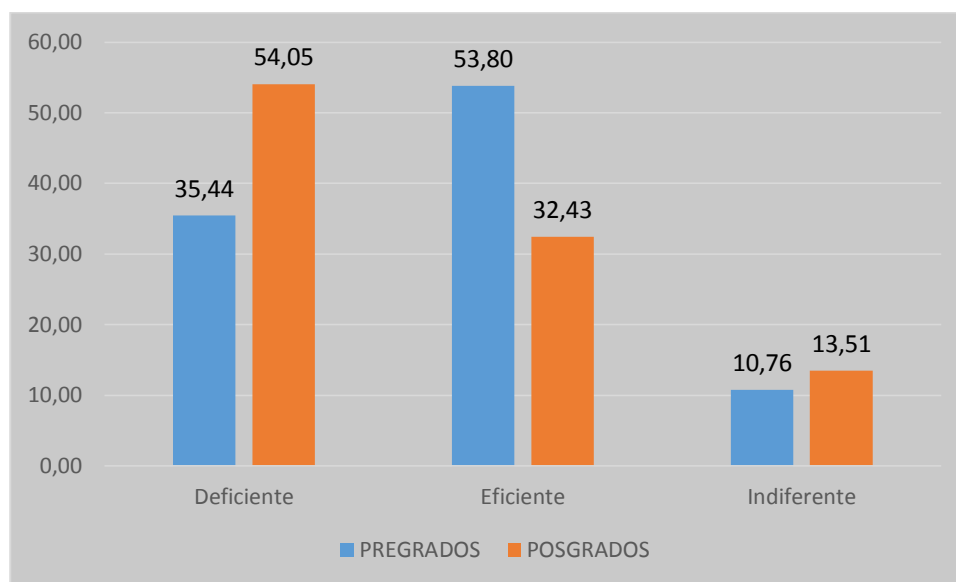


Se refleja unas valoraciones muy similares frente a los programas de pregrado y posgrado con relación a que valoran la atención al usuario ofrecido por la universidad en primer lugar la califican con un 43% como buena, le sigue en los posgrados con un 51,35% como regular y en pregrados con un 34,81%. Aun cuando en el caso del pregrado bueno obtuvo el más alto porcentaje. Ver la tabla 16 donde se representa los valores dados a cada criterio de evaluación.

7.2.4 Valoración a la atención al usuario por los diferentes canales de comunicación.

La percepción frente a la atención brindada por los diferentes medios se conserva la tendencia de la atención brindada por los funcionarios, lo cual es entendible, pues detrás de las herramientas están hombres y mujeres que deben hacer uso eficiente de esta para que se haga notoria eficiencia, de lo contrario serán inútiles y/o deficientes.

Ilustración 6. Valoración a la atención al Usuario por los diferentes canales de comunicación.

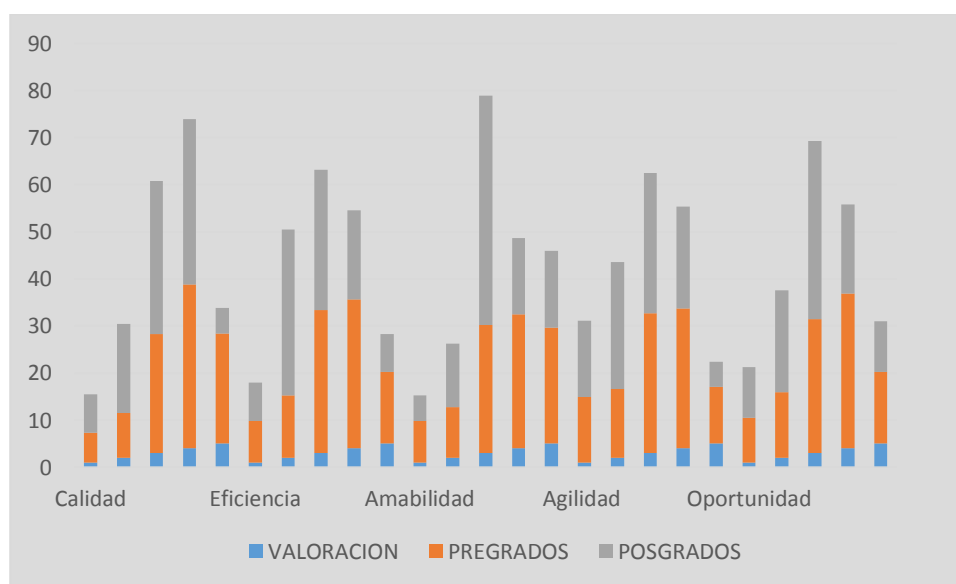


Frente a la valoración del estudiantado con relación a los medios que ofrece la Universidad para la atención al usuario, en pregrados consideran que es Eficiente en un 53,80%,

para Posgrados 32,43%; Deficiente pregrados 35,55%, posgrados 54,05% e Indiferente 10,76% en Pregrados y 13,51 en Posgrados.

La atención al usuario, vista de forma general desde esta variable, según los criterios de calidad, agilidad, eficiencia, amabilidad y oportunidad, se sostiene en regular con promedios parejos o con una variación inferior a dos, es decir, el 50% la califica de 4 a 5 o del 3 a 1. (donde: 5 = Excelente, 4 = Bueno, 3 = Regular, 2 = Deficiente, 1 = Malo o Insuficiente).

Ilustración 7. Percepción de la atención al usuario ofrecida por la Universidad.



Con relación a la percepción de la atención al usuario ofrecida por la Universidad, en la categoría de Calidad le dieron mayor puntaje en Pregrado con calificación 4, equivalente al 34,81%, por su lado posgrado le dio el punto más alto 4 equivalente al 35,14%.

Y en menor escala con 1 punto en pregrado equivalente al 6,33% y en posgrado al 8,11%.

En la categoría de Eficiencia le dieron mayor puntaje en Pregrado con calificación 4, equivalente al 31,65%, por su lado posgrado le dio el punto más alto 2 equivalente al 35,14%.

Y en menor escala con 1 punto en pregrado equivalente al 8,86% y en posgrado al 8,11%.

En la categoría de Amabilidad le dieron mayor puntaje en Pregrado con calificación 4, equivalente al 28,48%, por su lado posgrado le dio el punto más alto 3 equivalente al 48,65%.

Y en menor escala con 1 punto en pregrado equivalente al 10,76% y en posgrado al 13,51%.

En la categoría de Agilidad le dieron mayor puntaje en Pregrado con calificación 3 y 4, equivalente al 29,75%, por su lado posgrado le dio el punto más alto 3 equivalente al 29,73%.

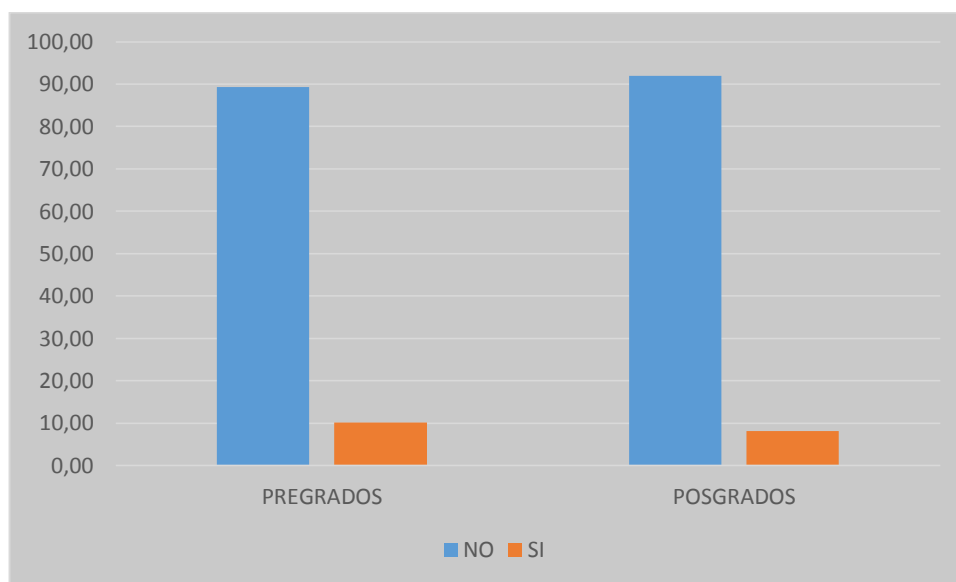
Y en menor escala con 1 punto en pregrado equivalente al 13,92% y en posgrado al 16,22%.

En la categoría de Oportunidad le dieron mayor puntaje en Pregrado con calificación 4, equivalente al 32,91%, por su lado posgrado le dio el punto más alto 3 equivalente al 37,84%.

Y en menor escala con 1 punto en pregrado equivalente al 9,49% y en posgrado al 10,81%.

7.2.4 Conocimiento del plan estratégico por los estudiantes de pregrado y posgrados.

Ilustración 8. Conocimiento del plan estratégico de la Universidad



Los planes estratégicos son quien marca el horizonte y plantea la guía del accionar institucional y los estudiantes son el motor de una Institución Educativa. Ambos deben de estar bajo un mismo horizonte, junto a quienes día a día lo ejecutan.

Por esto, nos sorprende que el 89,24% de los y las estudiantes de pregrado no conozcan el plan estratégico y el 91,89% de los y las estudiantes de posgrado tampoco.

Los y las estudiantes al hacer conscientes y verbalizar a través del escrito su percepción respecto al servicio de atención al usuario que brinda la Corporación Universitaria Minuto de Dios, recomiendan:

“Que se contesten los teléfonos”

“Que los funcionarios sean cordiales y escuchen”

“Que los tiempos para dar respuesta sean los establecidos y por los medios definidos”

“Hacer uso más eficiente de la virtualidad para aquellos estudiantes a distancia”

“Que la pagina virtual sea más amable, sigue siendo enredada”

“Mayor capacitación al personal que atiende, respuestas ágiles y oportunas”

“Fortalecer los medios para mayor información y comunicación asertiva con los estudiantes”

“Más amabilidad, Eficiencia, Agilidad.”

“La plataforma génesis me parece complicada, no es clara y confunde, debería ser más amigable”

“No lo conozco, pero es muy regular el servicio. Atención y respuesta oportuna”

“Mejorar en la comunicación, sobre todo por medio telefónico”

“Atención telefónica - Servicio al cliente”

“Eficiencia atención telefónica”

“La asistencia telefónica se demora y es necesario realizar muchos intentos para que le contesten a uno. Respuesta oportuna”

“Mayor organización y utilización de medios para mejorar y obtener una comunicación asertiva con los estudiantes, además de aumentar el nivel de satisfacción”

“Mejorar servicio telefónico”

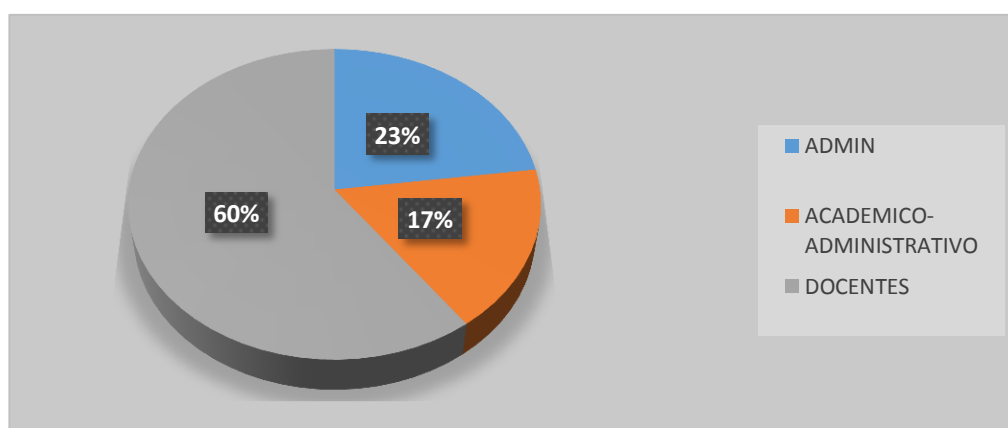
“Atención y respuesta oportuna”

“Respuesta oportuna”

7.3 Identificación de la percepción del personal administrativo y académico administrativo de la UNIMINUTO con relación al proyecto estratégico de servicio al usuario.

Respecto a la planta de personal, UNIMINUTO sede bello en el 2016-2 conto un total de 594 empleados, entre personal administrativo que represento el 23%, académico administrativo con un 17% y docentes con un 60%, según se puede ver en la ilustración 9.

Ilustración 9. Representación porcentual del personal de la Universidad 2016-2.



7.3.1. Descripción de las características demográficas y socioeconómicas del personal administrativo y académico administrativo de la Universidad.

.Se definió una muestra de un total de 17, los cuales están vinculados a diferentes programas o dependencias en donde prestan servicio al usuario, los cuales se encuentran entre los criterios de selección descritos inicialmente en este trabajo, siendo un 41% de la facultad de educación, dependencia que ofrece los programas a distancia. También tuvo participación el área de Gestión Humana con un 11,76%, le sigue en igual porcentaje Centro de Lenguas, Área de

Comunicación social – periodismo, Dirección Administrativa y Financiera, Facultad de Educación y Vicerrectoría con un 5,88% de participación.

Con relación al tiempo de labores en la UNIMINUTO, se da entre un tiempo mínimo de 6-12 meses con el 23,53% y máximo de 97-108 meses con el 5,88% del personal encuestado. Esto demuestra que se cumplió con uno de los requisitos planteados de mínimo seis meses de vinculación con la Universidad.

En términos generales se plantea que el 70,59% del personal encuestado corresponde al género femenino y el 20,41% al masculino. Corresponde en su mayoría al estrato socioeconómico número dos con el 47,06% y en menor escala con un 5,88% al estrato cinco.

Tabla 17. Distribución absoluta y porcentual de las condiciones demográficas del personal administrativo y académico administrativo.

Variable	Categoría	N	%
Programa/ dependencia donde está vinculado	Centro de Lenguas	1	5,88
	Centro PROGRESA	2	11,76
	Comunicación Social-Periodismo	1	5,88
	Dirección Administrativa y Financiera	1	5,88
	Facultad de educación	7	41,18
	Facultad de educación - COPD	1	5,88
	Facultad de educación/ Licenciatura Pedagogía Infantil	1	5,88
	Gestión Humana	2	11,76
	Vicerrectoría	1	5,88

Variable	Categoría	N	%
Tiempo de labores en esa dependencia.	6-12 Meses	4	23,53
	13-24 Meses	6	35,29
	25-36 Meses	4	23,53
	61-72 Meses	2	11,76
	97-108 Meses	1	5,88
Edad	20-25 Años	2	11,76
	26-30 Años	3	17,65
	31-35 Años	3	17,65
	36-40 Años	2	11,76
	41-45 Años	5	29,41
	46-50 Años	2	11,76
Genero	Femenino	12	70,59
	Masculino	5	29,41
Estrato socioeconómico	2	8	47,06
	3	4	23,53
	4	4	23,53
	5	1	5,88

Las funciones que el personal administrativo reconoce como propias de la atención al usuario en la UNIMINUTO resaltan las siguientes:

1. Atención a estudiantes profesores y administrativos con relación a quejas, solicitudes o recomendaciones
2. Atención a estudiantes, planeación de operación, direccionamiento
3. Atención a los estudiantes del programa, para asesoría de matrícula, grados, lo relacionado con su proceso académico.
4. atención al usuario en forma personalizada, llamadas telefónicas, respuestas a los comunicados, información por las aulas virtuales, elaboración de reuniones colectivas con docentes y estudiantes para satisfacer la necesidad del usuario.
5. Atención oferta de educación continua, acompañamiento proyectos de inversión social, atención docente

6. Atención de campus virtual y aulas virtuales
7. Coordinadora de campus virtual
8. Información del programa a personal interno y externo, todo lo del programa
9. Información general del centro; verificación de homologaciones; aplicación de pruebas; mediación entre estudiantes y maestros
10. Llamadas telefónicas, respuestas de asesoría
11. Respuestas a inquietudes, respuesta a correos, información constante y actualizada
12. Revisión de procesos académicos y malla curricular
13. Realización de actas de reunión y comités curriculares
14. Apoyo procedimientos operativos del programa
15. Programación académica y planes de trabajo
16. Se atiende al usuario interno con respecto a requerimientos de compras y se atiende a los proveedores.

Como se puede ver en la lista de funciones suministrada por el personal que participo de la investigación, estas se mencionan de forma general, en tanto que en casi todos los procesos administrativos se necesita comunicar algo, es necesario atender teléfonos, recibir y enviar correos; otras no tienen que ver directamente y estrictamente con el tema de servicio al usuario, en su lugar se ocupa de aspectos académicos, como lo son los ítems del 12 al 16.

Tabla 18. Distribución absoluta y porcentual de la relación directa con la prestación del servicio a la modalidad distancia.

Variable	Categoría	N	%
Prestación del servicio a estudiantes de la modalidad distancia	SI	11	64,71
	NO	2	11,76
	No prestan el servicio a modalidad distancia	4	23,53

Ahí se hace importante el que el 64,71% que equivale a 11 personas del total encuestado tengan relación directa con la prestación de servicio en los estudiantes de la modalidad a distancia.

7.3.2. Conocimiento del plan estratégico por los funcionarios de la Universidad.

En la encuesta se plantea la pregunta, ¿Conoce el proyecto estratégico de servicio al usuario de la Universidad?

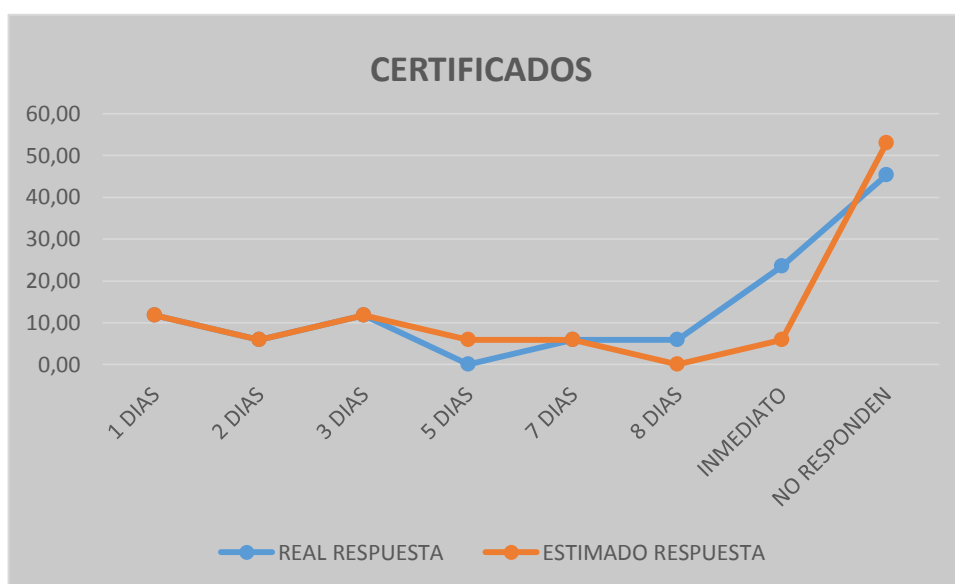
Para ello el 41,18% manifiestan no conocerlo y un 29,41% afirma conocerlo y el 29,41% se abstienen de responder.

Esto deja ver una gran separación entre lo que se plantea en el PLAN DE DESARROLLO 2013 – 2019, retos y líneas estratégicas que se relacionan directa e indirectamente con la atención al usuario; entre estos: Reto Estratégico 2. Calidad Integral; Reto Estratégico 11. Educación virtual y a distancia; Reto Estratégico 13. Posicionamiento y comunicación.

Tiempo de respuesta. Los tiempos de respuesta ante requerimientos varían según la información suministrada por los encuestados y la normatividad de la entidad. Por ello resulta de suma importancia que usuarios como el personal de la entidad conozca estos tiempos. Según los

datos suministrados por la encuesta, los funcionarios de la institución UNIMINUTO, no tienen claro los tiempos de respuesta ante requerimientos como certificado y otros servicios.

Ilustración 10. Comparativo entre el tiempo de respuesta a cada requerimiento según la opinión de los funcionarios encuestados y el tiempo real de respuesta estimado para el trámite de certificados.



En el servicio ofertado de expedición de Certificados académicos, se evidencia que existen similares resultados con relación al tiempo real y el estimado en la expedición de dicho requerimiento. Pues, plantean que el tiempo para expedir dicho documento va entre uno hasta 8 días. También llama la atención que el 45,29% frente al real tiempo de respuesta y el 52,94% de tiempo estimado no responda, eso da a entender las pocas claridades que existen sobre los procedimientos que tiene la Institución para dar respuesta a estos requerimientos.

Ilustración 11. Comparativo entre el tiempo de respuesta a cada requerimiento según la opinión de los funcionarios encuestados y el tiempo real de respuesta estimado para el trámite de orientación de procesos administrativos.

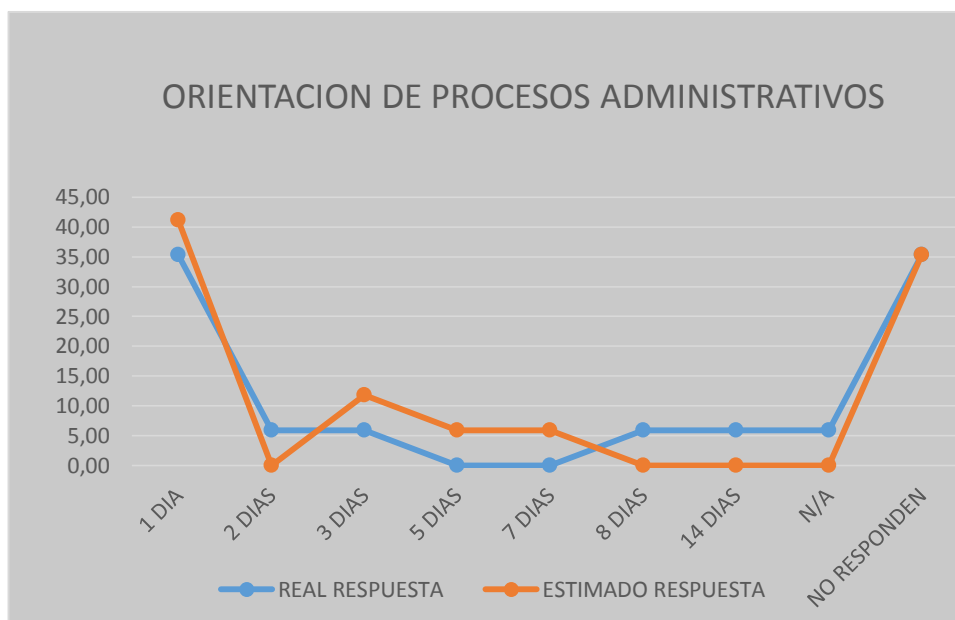


Ilustración 12. Comparativo entre el tiempo de respuesta a cada requerimiento según la opinión de los funcionarios encuestados y el tiempo real de respuesta estimado para los servicios de bienestar.

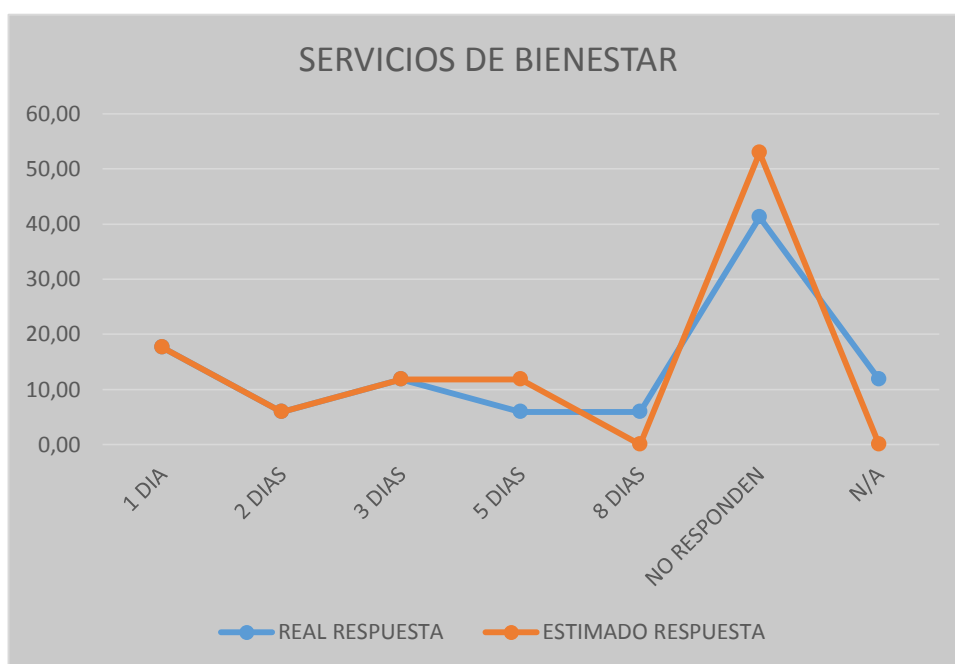
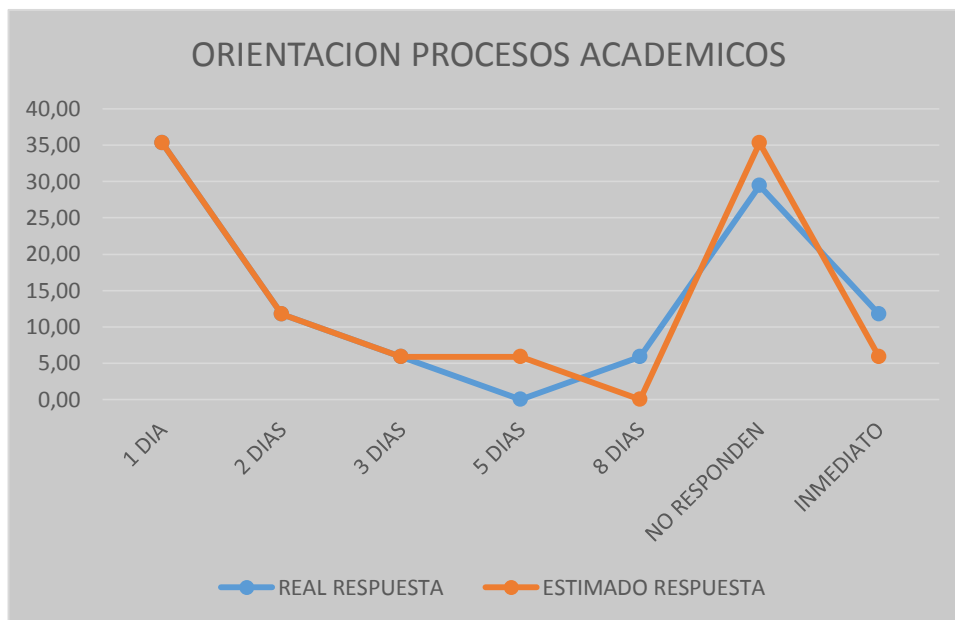


Ilustración 13. Comparativo entre el tiempo de respuesta a cada requerimiento según la opinión de los funcionarios encuestados y el tiempo real de respuesta estimado para la orientación de procesos académicos.



Se nota en cada una de las variables que existe mucha similitud en las respuestas entre el tiempo que de espera y el real en dar respuesta a las solicitudes y/o requerimientos de los y las estudiantes de la UNIMINUTO.

7.3.3 Capacitación del personal en atención al usuario

Frente a la pregunta, ¿Recibió algún tipo de inducción al asumir el cargo actual frente al procedimiento/proceso de atención al Usuario de UNIMINUTO? Encontramos las siguientes respuestas:

Tabla 19. Distribución absoluta y porcentual de inducción personal administrativo.

Variable	Categoría	N	%
Inducción al asumir el cargo actual frente al procedimiento/proceso de atención al Usuario de UNIMINUTO	SI	9	52,94
	NO	5	29,41
	Se abstienen de dar respuesta	3	17,65

Estos porcentajes nos permiten evidenciar que existe un cercano margen entre quienes afirman haber recibido capacitación y quienes afirman que no la recibieron y a quienes no aplica inducción sobre atención al usuario, ya que sus funciones no se derivan de este servicio.

7.3.4 Motivos y medios de consulta de los estudiantes.

Según la información suministrada por el personal administrativo, los motivos de consulta de los y las estudiantes indistinto si son de pregrado y posgrado discrepa significativamente de los nombrados por los mismos en la encuesta. El personal administrativo señala los siguientes:

“Cupos para matricular NRC”

“Solicitudes de apoyo académico (asesorías académicas)”

“Mediación entre los estudiantes y maestros (mal entendidos con notas)”

“Solicitud de usuario y contraseña, asesoría en manejo de plataforma”

“Modalidades de práctica y requisitos para la legalización de la práctica”

“La realización de transferencias internas y externas, homologaciones, pasantías y quejas de algún inconveniente en el aula virtual es decir por el sistema”

“Asignaturas a matricular”

“Cronogramas deficientes en aulas dificultades con el usuario”

“Asesoría en manejo de la plataforma Moodle”

“Proceso de matrícula”

“Homologaciones, traslados de programas, traslados de sede”

“Atención telefónica”

“Procesos - Procedimientos, información cursos de educación continua”

“Procedimientos relacionados con reglamento, inasistencia”

Respecto a los medios utilizados con mayor frecuencia por los y las estudiantes se priorizan el correo electrónico, con la valoración más alta, seguido por el teléfono, con una ponderación igual al 47,06% y el 11,76% respectivamente, sin desconocer que el margen de error se aumenta ya que un promedio de 15,3% total no dieron respuesta al ítem de evaluación.

Tabla 20. Distribución absoluta y porcentual de los canales de canales de comunicación usados para dar respuesta.

Variable	Categoría	Categoría	N	%
En la dependencia los más medios utilizados para dar respuesta a los requerimientos son: Correo, teléfono, Plataforma virtual, presencial u otro.	Correo	1	2	11,76
		4	1	5,88
		5	8	47,06
		No dan respuesta	6	35,29
	Teléfono	1	2	11,76
		3	1	5,88
		4	5	29,41
		5	2	11,76
		No dan respuesta	7	41,18
	Plataforma	1	4	23,53
		2	3	17,65
		3	2	11,76
		5	1	5,88
		No dan respuesta	7	41,18
	Presencial	1	2	11,76
		2	1	5,88
		3	4	23,53
		4	4	23,53
		No dan respuesta	6	35,29
	Otros	Canal web	1	5,88
		Oficio	1	5,88
Respuesta pqrif		5	29,41	
Skype		1	5,88	
Video conferencia		1	5,88	
Visita salón		1	5,88	
No sabe		3	17,65	

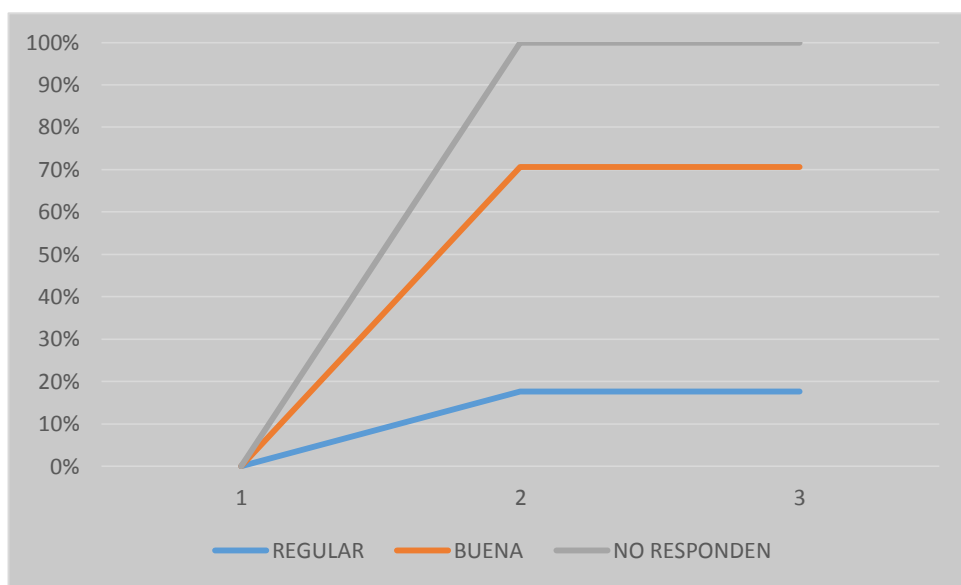
En cuanto a los medios se identifica que en el medio que suele presentarse mayor grado de dificultades en la atención al usuario es en la plataforma con la valoración más baja (mala) con una representación porcentual del 23,53%, seguido por correo y presencial con un 17,65% cada uno. En lo que se refiere a la atención presencial, es preocupante que en las valoraciones altas (bueno y excelente) el valor porcentual de este sea de 5,88%.

Tabla 21. Distribución absoluta y porcentual de los canales de comunicación con mayor dificultad al prestar la atención al usuario.

Variable	Categoría	Categoría	N	%
Medios (correo, teléfono, plataforma virtual, presencial u otro) donde se presentan más dificultades a la hora de resolver inquietudes en la atención al usuario	Correo	1	3	17,65
		2	2	11,76
		3	1	5,88
		4	1	5,88
		5	4	23,53
		No responden	6	35,29
	Teléfono	2	3	17,65
		3	3	17,65
		4	4	23,53
		5	1	5,88
		No responden	6	35,29
	Plataforma	1	4	23,53
		2	1	5,88
		4	4	23,53
		5	1	5,88
		No responden	7	41,18
	Presencial	1	3	17,65
		2	2	11,76
		3	4	23,53
		4	1	5,88
		5	1	5,88
No responden		6	35,29	
Otros	Fanpage	1	5,88	
	Cartas	1	5,88	
	Respuesta pqrif	1	5,88	
	Skype	1	5,88	
	Video conferencia	1	5,88	
	No sabe	2	11,76	

Contradictorio a lo anterior, en la valoración general de la atención al usuario el 52,94% consideres que esta es buena, el 17,65% que es regular y el 29,41% no responde.

Ilustración 14. Valoración de la atención al Usuario por parte de los funcionarios.



La valoración de la atención al usuario desde los criterios de calidad, eficiencia, amabilidad, agilidad y oportunidad, hace pensar que UNIMINUTO necesita pensarse en este tema ¿Qué estamos haciendo y como lo estamos haciendo?, pues, en ninguno de los criterios se recibe un valor porcentual igual o superior a 50% en bueno o excelente, ni siquiera haciendo la suma de los porcentajes de estos dos.

Tabla 22. Valoración de la atención al usuario por parte de los funcionarios

Variable	Categoría	N	%
La atención al usuario cumple con los criterios de: calidad, eficiencia, amabilidad, agilidad y oportunidad	Calidad	1	11,76
		3	17,65
		4	41,18
		No responden	29,41
	Eficiencia	1	5,88
		3	35,29
		4	23,53
		5	5,88
		No responden	29,41
	Amabilidad	1	5,88
		2	5,88
		3	11,76
		4	29,41
		5	17,65
		No responden	29,41
	Agilidad	1	17,65
		2	5,88
		3	29,41
		4	17,65
		No responden	29,41
	Oportunidad	1	5,88
		2	11,76
		3	17,65
		4	35,29
5		5,88	
No responden		23,53	

Recomendaciones del personal administrativo. Al igual que las recomendaciones del estudiantado, estas son importantes ya que contribuyen no solo a hacer un análisis cualitativo con una postura crítica respecto a la percepción de los mismos frente a la atención, sino que también facilitan la construcción de una propuesta en pro de la actual situación.

Las recomendaciones son:

“La atención ágil y oportuna puede ser mejorada”

“Mejorar en los colaboradores la vocación por el servicio para evitarles a los usuarios "el paseo" por diferentes dependencias cuando el colaborador no conozca el proceso”

“Buscar estrategias para mejorar en la atención a las llamadas, casi siempre hay que llamar muchas veces para poderse comunicar telefónicamente”

“El proyecto me parece muy completo, me gusta mucho que se halla establecido el call center”

“El sistema pqr, que se tiene en la página web y en el sistema de gestión de calidad.

“Capacitación en atención al usuario”

“Claridad en la información, mejorar el canal de distribución de la información, la amabilidad”

“Entrenamiento continuo - CRM - Indicadores de gestión SAC (Servicio al Cliente)”

Para el equipo investigativo es de suma importancia conocer la percepción del personal administrativo y académico administrativo que ofrece la atención al usuario con la firme intención de ver las dos caras de la moneda, por así decir, pues la percepción de un objeto y un proceso, suele variar según quien la mire y desde donde la mire.

Sin embargo, en su generalidad la percepción de estos no dista mucho de la de los y las estudiantes, pues reconocen que se presentan dificultades en la atención al usuario, estas

relacionadas con la forma de prestar el o los servicios el-la funcionario-a (Actitud), el uso de los medios de comunicación, la capacitación del personal y el manejo de información.

Pues, según se narró en la descripción general de la información, ningunos de los criterios (calidad, eficiencia, amabilidad, agilidad y oportunidad) fue valorado como bueno o excelente por un porcentaje igual o superior al 50%. Y son ellos, el personal que presta la atención a los usuarios quienes sugieren:

"La atención ágil y oportuna puede ser mejorada"

"Buscar estrategias para mejorar en la atención a las llamadas, casi siempre hay que llamar muchas veces para poderse comunicar telefónicamente"

"Capacitación en atención al usuario"

"Claridad en la información, mejorar el canal de distribución de la información, la amabilidad"

Entrenamiento continuo - CRM - Indicadores de gestión SAC (Servicio al Cliente)

Mejorar en los colaboradores la vocación por el servicio para evitarle a los usuarios "el paseo" por diferentes dependencias cuando el colaborador no conozca el proceso"

7.4 Plan de mejora sobre la implementación del proyecto estratégico de Servicio al Usuario en la UNIMINUTO

7.4.1 Introducción

Sabiendo que percepción tiene un sujeto sobre algo o alguien esta mediada por sus experiencias en que al momento se tenga y su visión de mundo, es decir, que esta es subjetiva y temporal, y por tanto puede cambiar, en la medida que las nuevas experiencias significativas sean a favor o en contra de percepción que se quiera generar. En virtud de los hallazgos y las líneas anteriores, se proponen acciones que permitan mejorar la percepción de los y las estudiantes de la modalidad a distancia y del personal administrativo que manifestó su preocupación por cómo se desarrollan los procesos de atención al usuario en la institución.

La percepción que los usuarios pueden tener frente al servicio prestado por una empresa, organización o institución, resulta una tarea más que dispendiosa, necesaria tanto para el usuario como para la entidad, cualquiera que sea su razón social, ya que ello permite tomar medidas en pro de mejorar el mismo. Para ello es necesario saber que hay, que se está haciendo, que piensa los de dentro y los de afuera sobre la atención al usuario.

7.4.2 Diagnostico

El 51,35% de los estudiantes de posgrado y el 34,81% de estudiantes de pregrado de la Corporación Universitaria Minuto de Dios – Seccional Bello, valoran como regular el servicio de atención al usuario prestada por la misma. En la investigación se evidenció, la plataforma virtual como el canal de comunicación menos usado por los estudiantes de posgrado y pregrado; siendo este una herramienta vital para los procesos de formación donde se centra en la distancia, además de ser de constante consulta en el proceso académico: Además el personal administrativo y

académico administrativo en un 23,53%, indican, este como el medio que suele presentarse mayor grado dificultades en la atención al usuario con la valoración más baja (mala).

En pregrado el teléfono es el segundo medio de comunicación menos usado los encuestados manifiestan que deben llamar a la línea en varias ocasiones o simplemente desisten de la llamada; para su posterior consulta de manera presencial; este último convirtiéndose en el medio de comunicación más usado en la atención al usuario en un programa académico de modalidad distancia.

El personal administrativo y académico administrativo manifestó que el 41,18% no conocen el plan estratégico del servicio al usuario de la Universidad y un 29,41% afirma conocerlo y el 29,41% se abstienen de responder. Esto deja ver una gran separación entre lo que se plantea en el Plan De Desarrollo 2013 – 2019.

UNIMINUTO plantea en su PLAN DE DESARROLLO 2013 – 2019, retos y líneas estratégicas que se relacionan directa e indirectamente con la atención al usuario; entre estos:

- ***Reto Estratégico 2. Calidad Integral.*** Destacar a UNIMINUTO por tener un concepto propio de calidad que comprenda cuatro dimensiones: la calidad humana y la formación integral de sus estudiantes, la vocación del servicio, la calidad académica, y administrativa. Reconocida a nivel nacional e internacional. *Línea estratégica. Cultura de la calidad.* Contar con un equipo con calidad humana y vocación de servicio, que ha apropiado la cultura de la calidad y gestiona procesos innovadores, flexibles, ágiles, alineados y efectivos.
- ***Reto Estratégico 11. Educación virtual y a distancia.*** Fortalecer y profundizar el modelo de educación virtual y a distancia que ofrece UNIMINUTO para apoyar las

directrices de acceso, cobertura y calidad de la institución. *Línea estratégica. Innovación constante en el uso e implementación de las TIC en el aula.* Realizar una permanente vigilancia tecnológica para innovar en el uso e implementación de las TIC tanto en la metodología a distancia como en la presencial. *Línea estratégica. Mejoramiento de la implementación de la metodología de educación a distancia.* Fortalecer los procesos de implementación del modelo de educación virtual y a distancia de UNIMINUTO y su integración con la metodología presencial.

- ***Reto Estratégico 14. Talento Humano.*** Consolidar un equipo humano integral, con colaboradores comprometidos, alineados y altamente efectivos, conformado por profesores, colaboradores de gestión académica y administrativas, el cual genere valor para asegurar el cumplimiento de la Misión. *Línea estratégica. Consolidación y afianzamiento de un modelo de gestión del talento humano.* Fortalecer el modelo de gestión del talento humano para lograr la efectiva implementación de las siguientes iniciativas: la definición de las competencias, funciones y perfiles; la gestión de la compensación y estructura salarial; la gestión del vínculo afectivo del colaborador con la misión institucional; la capacitación y desarrollo profesional y profesoral; la gestión del desempeño, los planes de carrera y de sucesión, y la gestión del clima laboral.

- ***Reto Estratégico 15. Desarrollo del Sistema.*** Modernizar e integrar el Sistema UNIMINUTO en el ámbito administrativo, y desarrollar e implementar un modelo de gestión que genere valores compartidos a todas las partes. *Línea estratégica. Alineación del Sistema para generar eficiencia, eficacia y efectividad.* Apropiar la estrategia por parte de toda la organización, e integrarla al día a día, a través del mejoramiento de los procesos y del fortalecimiento organizacional. *Línea estratégica. Consolidación de un*

sistema de comunicación interna y entre las partes del Sistema. Lograr una efectiva comunicación a nivel interno y externo, como un elemento central de la gestión de la calidad integral.

La exitosa implementación de la estrategia depende del eficiente y permanente monitoreo de su ejecución; con el fin de adoptar de manera oportuna los correspondientes ajustes que se requieran para lograr las metas que se ha propuesto la institución.

- ***Canales o medios de comunicación.***

En la atención a los usuarios (estudiantes) UNIMINUTO ha considerado los siguientes canales de comunicación:

- ***Canal Telefónico:*** la atención a los usuarios se realiza a través de dos líneas telefónicas. En ambas líneas el usuario será desde un Call Center Minuto de Dios. 5933004 línea local; 108000-936670 línea única nacional.

“Las líneas de atención al usuario dispondrán de agentes de servicio que se denominarán Tu Amigo UNIMINUTO, será un equipo de trabajo capacitado y habilitado para dar respuesta a los usuarios, mediante protocolos de atención humanizados y que permitan al usuario vivir una experiencia positiva de contacto con UNIMINUTO.”
- ***Canal web www.UNIMINUTO.edu.:*** desde la cual los usuarios podrán acceder a información respecto a: su oferta de valor; Realizar solicitudes mediante formularios desplegado en este sitio, en un formulario corto donde expresará su petición, queja, reclamo o felicitación. Este canal ofrece las siguientes opciones; correo electrónico, Chat y Buzón de sugerencias electrónico.

- **Canal personalizado:** se presta mediante agentes de servicio al usuario en la respectiva sede.

Además de los canales ya mencionados, UNIMINUTO desea ponerse en contacto con los usuarios mediante las redes sociales (Facebook y Twitter), para acceder a estas se debe digitar:

- UNIMINUTO Sede Principal
- UNIMINUTO Bogotá Sur
- UNIMINUTO Virtual y a Distancia.

Los canales o medios de comunicación que la Universidad pone a disposición de los usuarios como instrumentos son apropiados y oportunos, pero es pertinente reflexionar en que estos por si mismos no garantizan la calidad del servicio, por lo que juega un papel importante el personal que debe atender los requerimientos de las y los usuarios; de allí la oportuna y apropiada apropiación de los medios y tecnologías, como la capacitación del personal que los utilizara.

7.4.3 Objetivos

Fomentar el uso de la plataforma virtual coma canal de servicio al usuario en los estudiantes de posgrados y pregrado

Mejorar el servicio de atención al usuario hacia los y las estudiantes en el medio de comunicación telefónico.

Capacitar al personal administrativo en los diferentes procedimientos, procesos de la Universidad y en el servicio al usuario.

Mejorar la percepción que los estudiantes de la modalidad a distancia tienen del servicio al usuario que ofrece la Universidad.

7.4.4 Indicadores

Aumentar el uso de la plataforma virtual como canal de comunicación en un 30% en los programas de pregrado y posgrado.

Fomentar en los y las estudiantes en un 25% la telefónica como segundo canal de comunicación utilizado.

Ejecutar plan de capacitación al 80% de los empleados administrativos y académicos administrativos sobre servicio al usuario alineado a la filosofía institucional.

Aumentar en un 70% la calidad y oportunidad en el servicio a usuario.

Realizar monitoreo en la atención y servicio al usuario por los diferentes canales de comunicación de la siguiente manera:

Plataforma virtual: al 30% de las consultas realizadas mensualmente en pregrado y posgrado.

Teléfono: Al 10% de las llamadas contestadas en posgrados y al 20% de las contestadas en las extensiones de pregrado.

Correo electrónico: Al 10% de la totalidad de pregrado y posgrado con solicitudes.

Tabla 23. Descripción de las acciones y responsable del plan de mejoramiento

Acciones	Responsables
Revisar proyecto estratégico	Sistema de gestión de la calidad
Realizar estudios de viabilidad para aumentar los procedimientos virtuales	Sistema de gestión de la calidad, Tics, Admisiones y facultad de educación
Establecer protocolos de proceso y procedimientos	Sistema de gestión de la calidad
Implementar un plan de monitoreo en los diferentes canales de comunicación; en el cual se evalúen la atención, la calidad de la información suministrada y los tiempos de respuesta y / solución	Manejo de Tics, sistema de gestión de la calidad y recurso humano
Implementar evaluaciones de satisfacción (sencillas, eficientes y amigables)	Manejo de Tics
Elaboración de plan de capacitación en atención y servicio al usuario, procedimientos universitarios y canales de comunicación	Recurso Humano
Crear un link de chat en línea con un asesor de atención al usuario desde las aulas virtuales	Manejo de Tics
Evaluar la capacidad en recurso humano e instalada de las líneas de atención telefónica de pregrado	Recurso humano y Tics
Crear una base datos con información de los diferentes procesos o solicitudes para la orientación de los usuarios	Sistema de gestión de la calidad
Fortalecer la comunicación interna	Recurso humano y sistema de gestión de la calidad
Crear mecanismos de pagos en líneas y revisión de estados de cuentas con la Universidad	Admisiones y registro y área comercial

8. Conclusiones

- Como equipo ha sido un ejercicio muy enriquecedor en el sentido, de poder aportar y dejar un producto que en el futuro le sirva a la Universidad en su plan de mejora interno.
- Nos permitió conocer la Universidad, su personal administrativo y sus procesos internos con relación a la atención y servicio al usuario.
- Encontramos que la mayoría personal estudiantil no conoce el plan estratégico de la Universidad y mucho menos sabe cuál es el proceso o procedimiento de los requerimientos de un servicio.
- La Universidad en su inicio vio este ejercicio académico como una oportunidad, por lo que tuvimos el aval del Señor Rector, que nos ha abierto puertas para el uso de información, herramientas y equipo técnico para el objeto de dicha investigación.
- En el proceso de recolección de la información, encontramos varios obstáculos; Uno, hasta la autorización del uso de información institucional por parte del Señor Rector, no teníamos claridad sobre a quién solicitarle información sobre la atención al usuario y base de datos requerida. Dos, la Universidad lanzo al mismo tiempo nuestra una encuesta virtual para cumplir con el proceso de Calidad Institucional dirigida a estudiantes de pregrado y posgrado, con un plan de recompensas para quienes la diligencien. Dicha encuesta, genero retrasos en el lanzamiento de nuestra encuesta, genero confusiones entre los y las estudiantes ante dos encuestas casi similares y al mismo tiempo. Esto ocasiono que luego de tres semanas de dispuesto el link no

completáramos el número de encuestas requeridas y recurriéramos a aplicarlas físicamente.

Con relación a las encuestas del personal administrativo y académico administrativo, tampoco se alcanzó en un tiempo de tres semanas el número de encuestas requeridas, para ello se planteó en un momento aplicarlas directamente al personal administrativo vinculado a la Facultad de Educación, no se lo pudo recoger la muestra requerida y por ello se delimitó la muestra al número de encuestas recolectadas a través del link dispuesto y de manera física.

- Se puede precisar que los protocolos, instructivos y planes estratégicos, pueden estar correctamente elaborados, pero si en su ejecución del día a día el personal encargado de velar por su apropiada ejecución, es decir, quienes coordinan y quienes desarrollan las tareas más simples, no lo hace con los más elevados estándares de calidad, respondiendo a las políticas y objetivos institucionales no se logrará la meta.
- La universidad está expandiendo su estructura física, brindando acceso a más estudiantes, pero esto debe ir de la mano de capacidad humana, con un equipo formado, proactivo y con una alta calidad de servicio; también de políticas, procesos y procedimientos que permitan de una manera eficiente y efectiva dar respuesta a los requerimientos y solicitudes de la comunidad educativa.

9. Bibliografía

Hernández, Fernández & Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación* (4ª ed.). Distrito Federal, México: McGraw-Hill.

Corporación Universitaria Minuto de Dios. (2013) *Plan de desarrollo UNIMINUTO 2013 -2019. Seccional Bello*. Recuperado de www.uniminuto.edu.co

Corporación Universitaria Minuto de Dios. *Proyecto estratégico #4 servicio al Usuario. UNIMINUTO Seccional Bello*. Recuperado de www.uniminuto.edu.co

Corporación Universitaria Minuto de Dios. *Atención al Cliente, Google Books*. (2001). Antonio Blanco Prieto.

Bernal Cesar (2010). *Metodología de la investigación*. Tercera edición. Bogotá Colombia. Pearson Educación de Colombia Ltda.

Carabaña, M. J., Lamo E. & Miches, C. E. (1978) *La teoría del interaccionismo simbólico: análisis y valoración crítica*. Reis: Revista española de investigaciones sociológicas, ISSN 0210-5233, N° 1, 1978. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo/codigo=666889>

Forni, P. (2003) *Las Metodologías de George Herbert Mead y Herbert Blumer. Similitudes y diferencias*. Documentos de trabajo N° 4. noviembre 2003. Instituto de Investigación en Ciencias Sociales. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad del Salvador (IDICSO). Recuperado de www.salvador.edu.ar/socidicsodocsdti014.pdf

Mosquera A. M. (2011) Significado de la Intervención profesional desde la experiencia profesional. Trabajo de grado. Universidad de Antioquia.

Anexos

Anexo 1. Consentimiento Informado

Consentimiento Informado para Participantes de la Investigación



La presente investigación es conducida por estudiantes y docentes de la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO Seccional Bello, para obtener título de posgrado por la UNIMINUTO. El objetivo es conocer “La percepción de los y las estudiantes y personal administrativo de los programas de modalidad a distancia de la -UNIMINUTO frente a la atención al usuario planteado en el plan estratégico durante el periodo 2016 II”

Esta encuesta se realiza exclusivamente con fines académicos, la participación en esta investigación es estrictamente voluntaria, la información que Usted suministre es estrictamente confidencial, no será usada para ningún otro propósito fuera del objeto de estudio ya mencionado y no tendrá implicaciones en los procesos que adelanta en esta institución.

Se garantiza su anonimato y confidencialidad en la información que nos suministre; de antemano le agradecemos por responder las preguntas con la mayor sinceridad posible.

Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por: Ana María Mosquera Orejuela, Deicy Maite García Marín, Paula Andrea Galeano Bermúdez estudiantes de la Especialización en Gerencia de Proyectos.

Anexo 2. Cuestionario Estudiantes

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Encuesta sobre la percepción de los estudiantes respecto a la atención al usuario

OBJETIVO: Identificar la percepción de los y las estudiantes y personal administrativo de los programas de modalidad a distancia de la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO frente a la atención al usuario planteado en su plan estratégico durante el periodo 2016 II

1. IDENTIFICACIÓN

ID del estudiante: _____

1.1. PROGRAMA QUE ESTA CURSANDO

1.2. SEMESTRE QUE CURSA _____

1.3. EDAD _____ 1.4. GENERO: Femenino ____ Masculino ____

1.5 INDIQUE SU ESTRATO SOCIOECONÓMICO: 1__ 2__ 3__ 4__ 5__ 6__

2. CARACTERIZACIÓN.

2.1. ¿Qué tipo de servicio ha solicitado a la Universidad?

Certificados__ Orientación procesos administrativos __ Servicios de Bienestar__ Orientación procesos académicos____ Otros: ¿Cuáles?

2.2. ¿Cuál de los siguientes medios ha utilizado para la solicitud del bien o servicio?

1. Correo ___ 2. Teléfono ___ Plataforma virtual ___ Presencial ___

Si ha seleccionado la opción 1 (Correo) responda las siguientes preguntas

2.2.1.1. ¿Cuántos correos envió antes de recibir respuesta? (INDICAR EN NUMEROS)

2.2.1.2. ¿Cuántos días pasaron antes de recibir respuesta?

1 a 3 días ___ 4 a 8 días ___ Más de 8 días ___

2.2.1.3. En caso de haber obtenido respuestas a su requerimiento responda: ¿La información suministrada por el-la funcionario-a que los atendió respondió a sus inquietudes?

Sí ___ No ___ ¿Por qué?

2.2.1.4. ¿Se presentó el caso de no tener respuestas por este medio o que no le contestaron y por ello debió desplazarse a la universidad para tener respuesta a su requerimiento?

Sí ___ No ___

Si ha seleccionado la opción 2 (Teléfono) responda las siguientes preguntas

2.2.2.1. ¿Cuántas veces debió llamar en un día a la respectiva dependencia?

1 a 3 ___ 4 a 6 ___ 7 a 10 ___ Más de 10 ___

2.2.2.2. ¿Cuántos días se demoró para comunicarse con la dependencia? (Indique en número) _____

2.2.2.3. ¿En el momento de la recepción de la llamada el-la funcionario-a dio respuesta a sus requerimientos o inquietudes?

Si__ No__ Porqué:

2.2.2.4. ¿Se presentó el caso de no tener respuestas por este medio o que no le contestaron el teléfono y por ello debió desplazarse a la Universidad para tener respuesta a su requerimiento?

Sí__ No__

Si ha seleccionado la opción 3 (Plataforma virtual) responda las siguientes preguntas

2.2.3.1. ¿Una vez realizada la solicitud a través de la plataforma virtual obtuvo la información requerida? Sí__ No__

2.2.3.2. ¿En cuántos días la Universidad le respondió? (indicar en número)

2.2.3.3. ¿Se vio obligado a recurrir a algunos de los medios antes mencionados?

Sí__ No__ ¿Cuál?

2.2.3.4. ¿La información suministrada respondió a sus inquietudes? Sí__ No__

¿Por qué?

Si ha seleccionado la opción 4 (Presencial) responda las siguientes preguntas

2.2.4.1. ¿La atención del funcionario fue? Buena ____ Regular ____ Deficiente ____

2.2.4.2. ¿La información fue clara, precisa, oportuna y dio respuesta a su inquietud o requerimiento? Sí__ No__ ¿Por qué?

Anexo 3. Cuestionario Personal Administrativo

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Encuesta sobre la percepción del Personal administrativo de la modalidad a distancia respecto a la atención al usuario

OBJETIVO: Identificar la percepción de los y las estudiantes y personal administrativo de los programas de modalidad a distancia de la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO frente a la atención al usuario planteado en su plan estratégico durante el periodo 2016 II

1. IDENTIFICACIÓN

1.1. EDAD _____

1.2. GENERO: Femenino ____ Masculino _____

1.3. INDIQUE SU ESTRATO SOCIOECONÓMICO: 1__ 2__ 3__ 4__ 5__ 6__

2.3. NÚMERO DE CEDULA.

2.4. PROGRAMA/ DEPENDENCIA DONDE ESTA VINCULADO:

2.5. TIEMPO DE LABORES EN ESA DEPENDENCIA.

3. CARACTERIZACIÓN.

3.1. Funciones que desempeña con relación a la atención del usuario:

3.2. ¿Entre la población a quien le presta su servicio se encuentran los-as estudiantes de la modalidad distancia?

SI _____

No _____

3.3. ¿Recibió algún tipo de inducción al asumir el cargo actual frente al procedimiento/proceso de atención al Usuario de UNIMINUTO?

SI _____

No _____

De ser positiva, Nombre que tipo Inducción

¿De ser negativa porque considera que no se dio?

3.4. ¿Su labor tiene relación directa con la atención al usuario?

SI _____

No _____

3.5. Si su labor tiene relación directa con la atención al usuario, ¿Cuál es el procedimiento para hacer seguimiento o evaluación a la gestión?

3.6. ¿Con que frecuencia evalúan o le hacen seguimiento a su gestión?

a. Semanal

b. Mensual

c. Trimestral

d. Semestral

e. Anual

f. Nunca

3.7. ¿Le hacen retroalimentación o plan de mejora como producto de la evaluación o seguimiento de su gestión?

SI _____

No _____

3.8. ¿En la atención al usuario, cual es el tema más reiterativo que consultan los-as estudiantes de la modalidad a distancia?

3.9. Según el procedimiento establecido, cual es el tiempo (días) de respuesta a los siguientes requerimientos:

Certificados _____ Orientación procesos administrativos _____

Servicios de Bienestar _____ Orientación procesos académicos _____

Otros: _____

¿Cuáles? _____

3.10. ¿Según la práctica cual es el tiempo real de respuesta en cada uno de ellos?

Certificados _____ Orientación procesos administrativos _____

Servicios de Bienestar _____ Orientación procesos académicos _____

Otros: _____

¿Cuáles? _____

- 3.11. ¿En su dependencia que medios se utilizan para dar respuesta a los requerimientos de los Usuarios? Priorice los medios más usados (de 1 a 5, siendo 5 el mayor y 1 el menor):

DEPENDENCIA:

A. Correo ___ B. Teléfono ___ C. Plataforma virtual ___
 D. Presencial ___ Otro _____

- 2.11. ¿Cuáles son los medios donde se presentan más dificultades a la hora de resolver inquietudes en la atención al Usuario? Priorice de 1 a 5, siendo 5 el de mayor dificultad y 1 el de menor:

A. Correo ___ B. Teléfono ___ C. Plataforma virtual ___
 D. Presencial ___ Otro _____

- 2.12. Según su experiencia en los diferentes medios que ofrece la Universidad de atención al usuario. ¿Cómo valora la atención al usuario ofrecido al estudiantado por los funcionarios de la Universidad?

Mala___ Regular___ Buena___ Excelente___

- 2.13. En su opinión la atención al usuario cumple con los criterios de:

(De un valor de 1 a 5, siendo 1 el valor más bajo y 5 el más alto)

Calidad ___

Eficiencia ___

Amabilidad ___

Agilidad ___

Oportunidad ___

2.14. ¿Conoce el proyecto estratégico de servicio al usuario de la Universidad?

SI _____

No _____

2.15. De acuerdo a su experiencia y/o conocimiento del proyecto estratégico de servicio al usuario, ¿Qué aspectos positivos, a mejorar y recomendaciones ofrece para mejorar el servicio?

¡MUCHAS GRACIAS!