

**Universidad Nacional Experimental  
de los Llanos Occidentales  
“Ezequiel Zamora”**



**La Universidad que siembra**

**VICERRECTORADO  
DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO SOCIAL  
ESTADO BARINAS**

**COORDINACIÓN  
ÁREA DE POSTGRADO**

**PLAN ESTRATÉGICO DE ATENCIÓN AL USUARIO  
EN LA COORDINACIÓN DE INGRESO ESTUDIANTIL DE LA  
UNELLEZ BARINAS 2021-2022**

**Caso de estudio: UNELLEZ-VPDS**

**AUTOR:** Yrelis Moraima Morales Arias

**TUTOR:** José Eduardo Perdomo Berrios

**BARINAS, SEPTIEMBRE DE 2022**

Universidad Nacional Experimental  
de los Llanos Occidentales  
“Ezequiel Zamora”



La Universidad que siembra

**Vicerrectorado de Planificación  
y Desarrollo Social  
Coordinación de Área de Postgrado  
Maestría en Administración  
Mención: Gerencia General**

**PLAN ESTRATEGICO DE ATENCIÓN AL USUARIO  
EN LA COORDINACIÓN DE INGRESO ESTUDIANTIL DE LA  
UNELLEZ BARINAS 2021-2022**

**Caso de estudio: UNELLEZ-VPDS**

**Requisito parcial para optar al grado de *Magister Scientiarum***

AUTOR: Yrelis Moraima Morales Arias

C.I: 10.014.272

TUTOR: José Eduardo Perdomo Berrios

BARINAS, SEPTIEMBRE DE 2022

## ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Yo, **José Eduardo Perdomo Berrios**, cédula de identidad N°V- **9.264.969** hago constar que he leído el Trabajo Especial de Grado titulado: **PLAN ESTRATÉGICO DE ATENCIÓN AL USUARIO EN LA COORDINACIÓN DE INGRESO ESTUDINTIL DE LA UNELLEZ BARINAS 2021-2022**, Caso de estudio: **UNELLEZ-VPDS** presentado por la ciudadana: Yrelis Moraima Morales Arias , cédula de identidad N° V-10.014.272, para optar al grado de *Magister Scientiarum*, *mención: Gerencia General*, y acepto asesorar al estudiante en calidad de Tutor, durante el periodo de desarrollo del trabajo hasta su presentación y evaluación.

En la ciudad de Barinas, a los quince (15) días del mes de noviembre del año dos mil veintiuno (2021).



---


**José Eduardo Perdomo Berrios**  
C.I: V- 9.264.969

Fecha de entrega: 17/11/2021

**ACTA DE ADMISIÓN**

Siendo las 9:00 a.m. del 11 de Noviembre de 2022, reunidos en el Programa de Estudios Avanzados del Vicerrectorado de Planificación y Desarrollo Social de la UNELLEZ, los profesores: **Dr. José Eduardo Perdomo (TUTOR)**, MSc. Omar Valero (**Jurado Principal UNELLEZ**) y MSc. Franklin Moya, (**Jurado Principal Externo UBA**), titulares de las Cédulas de Identidad N°:9.264.969 , 12.329.797 , 17.659.928 respectivamente, quienes fueron designados por la Comisión Asesora de Estudios Avanzados del Vicerrectorado de Planificación y Desarrollo Social UNELLEZ, según **RESOLUCIÓN N°CAEA/2022/10/142 DE FECHA: 14/10/2022, ACTA N° 10 ORDINARIA, N°142** como miembros del Jurado para conocer el contenido del Trabajo de Grado titulado: **"PLAN ESTRATÉGICO DE ATENCIÓN AL USUARIO EN LA COORDINACIÓN DE INGRESO ESTUDIANTIL DE LA UNELLEZ BARINAS 2021-2022"**. **Caso de Estudio: UNELLEZ- VPDS**. presentado por el maestrante Yrelis Moraima Morales Arias C.I: 10.014.272, estudiante de la Maestría en Administración mención Gerencia General , con el cual aspira obtener el Grado Académico de **Magister Scientiarum en Administración mención Gerencia General** , quienes decidimos por unanimidad y de acuerdo con lo establecido en el el Artículo 36 y siguientes de la **Normativa para la Elaboración de los Trabajos Técnicos, Trabajos Especiales de Grado, Trabajos de Grado y Tesis Doctorales y 54 del Reglamento de Estudios Avanzados Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales "Ezequiel Zamora" – UNELLEZ 2021, ADMITIR** el Trabajo de Grado presentado y fijar la fecha de defensa pública, para el día 11 de Noviembre de 2022 a las 9:00 a.m. Dando fe y en constancia de lo aquí señalado firman

**Dr. José Eduardo Perdomo**  
C.I.N°:9.264.969  
(TUTOR)

  
MSc. Omar Valero  
C.I. N° 12.329.797  
(Jurado Principal UNELLEZ)




  
MSc. Franklin Moya  
C.I.N° , 17.659.928  
(Jurado Principal Externo UBA)

### ACTA DE VEREDICTO

Siendo las 9:00 a.m. del 11 de Noviembre de 2022, reunidos en el Programa de Estudios Avanzados del Vicerrectorado de Planificación y Desarrollo Social de la UNELLEZ, los profesores: **Dr. José Eduardo Perdomo (TUTOR)**, **MSc. Omar Valero (Jurado Principal UNELLEZ)** y **MSc. Franklin Moya (Jurado Principal Externo UBA)**, titulares de las Cédulas de Identidad N°: 9.264.969 , 12.329.797, 17.659.928, respectivamente, quienes fueron designados por la Comisión Asesora de Estudios Avanzados del Vicerrectorado de Planificación y Desarrollo Social - UNELLEZ, según **RESOLUCIÓN N° CAEA/2022/10/142 DE FECHA: 14/10/2022, ACTA N° 10 ORDINARIA, N°142** como miembros del Jurado para conocer el contenido del Trabajo de Grado titulado: **"PLAN ESTRATÉGICO DE ATENCIÓN AL USUARIO EN LA COORDINACIÓN DE INGRESO ESTUDIANTIL DE LA UNELLEZ BARINAS 2021-2022"**. Caso de Estudio: **UNELLEZ- VPDS** presentado por el maestrante **Yrelis Moraima Morales Arias C.I: 10.014.272**, estudiante de la Maestría en Administración mención Gerencia General, con el cual aspira obtener el Grado Académico de **Magister Scientiarum en Administración mención Gerencia General**, procedimos a dar apertura y a presenciar la sustentación de dicho trabajo por su ponente. Con una duración de treinta (30) minutos. Posteriormente, el participante respondió a las preguntas formuladas por el jurado y defendió sus opiniones. Cumplidas todas las fases de la defensa, el jurado después de sus deliberaciones por unanimidad acordó **APROBAR** El Trabajo de Grado aquí señalado. Dando fe y en constancia de lo aquí señalado firman:

**Dr. José Eduardo Perdomo**  
C.I.N°:9.264.969  
(TUTOR)

  
**Omar Valero**  
C.I. N° 12.329.797  
(Jurado Principal UNELLEZ)



  
**MSc. Franklin Moya**  
C.I.N°, 17.659.928  
(Jurado Principal Externo UBA)

## **DEDICATORIA**

A Dios, por permitirme llegar hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mi Padre Jorge Morales desde el cielo y mi madre Carmen de Morales, por guiarme, enseñarme valores, a ser fuerte y no desmayar en cada meta propuesta.

A mi hijo Jeremías Jiménez M, para que mi logro le sirva de inspiración y pueda alcanzar el suyo sin desmayar.

A mis hermanos, sobrinos y demás familiares por su cariño, apoyo incondicional, consejos y palabras de aliento durante todo este proceso.

A mis amigas Norma, Coromoto, Lenis, Carmen, María Virginia, Carolina, Miguelina, Gabriela y Yesenia, que se convierten en amigas de vida, gracias por todo su apoyo y palabras de fortaleza para seguir y culminar uno de los sueños.

A los profesores dedicados a la investigación, quienes entregaron su tiempo para brindarme luz en el proceso académico de este trabajo.

## AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradezco a Dios, por ser el inspirador, darme la vida, salud, sabiduría, fortaleza, paciencia y la oportunidad de realizar esta maestría, cumplir uno de mis sueños académicos para crecimiento personal y ejemplo a mi generación.

Agradezco infinitamente a mi padre que está en el cielo y a mi madre, por su dedicación, apoyo, consejos, pero sobre todo por su amor, paciencia y educación, puesto que cada una de sus virtudes me han encaminado a ser quien soy hoy.

Agradezco a mi Hijo, por su amor, paciencia, por ser el motor que me impulsa a seguir y ser su ejemplo de avanzar y no rendirse.

A mis compañeros de la Maestría, en especial a Juan, Heidi, Yohana, Alex, Aarón, por apoyarnos mutuamente en esta meta.

A la UNELLEZ, por darme la oportunidad y apoyarme en esta meta académica para crecimiento personal y seguir cultivando mis valores, quien cuenta con una planta profesoral comprometida asumiendo el rol de enseñar por vocación.

Al profesor José Perdomo, por su asesoría y orientación en la elaboración de este trabajo de investigación, quien a pesar de sus compromisos, tuvo el espacio, paciencia y entrega para guiarme en el desarrollo del mismo y poder llegar a feliz término.

Finalmente a los profesores Uviedo, Thais, Carmen, Eliseo, Germán, Moya, Mauricio y cada uno de los docentes que nos apoyaron y orientaron con esmero y dedicación.

## INDICE GENERAL

	<b>Pág.</b>
<b>DEDICATORIA</b>	<b>iv</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b>	<b>v</b>
<b>ÍNDICE GENERAL</b>	<b>vi</b>
<b>ÍNDICE DE CUADROS</b>	<b>viii</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS</b>	<b>ix</b>
<b>RESUMEN</b>	<b>x</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I</b>	
<b>EL PROBLEMA</b>	
1.1 Planteamiento del problema.....	<b>5</b>
1.2 Objetivos de la investigación.....	<b>8</b>
1.2.1 Objetivo general.....	<b>8</b>
1.2.2 Objetivos específicos.....	<b>8</b>
1.3 Justificación de la investigación	<b>9</b>
1.4 Alcances y Limitaciones.....	<b>10</b>
<b>CAPÍTULO II</b>	
<b>MARCO TEÓRICO</b>	
2.1 Antecedentes históricos.....	<b>12</b>
2.2 Antecedentes de la investigación.....	<b>14</b>
2.3 Antecedentes de la Institución.....	<b>18</b>
2.4 Bases Teóricas.....	<b>22</b>
2.5 Bases Legales.....	<b>38</b>
2.6 Definición de Términos Básicos.....	<b>40</b>
2.7 Sistema de Variables.....	<b>43</b>
2.8 Operacionalización de variables.....	<b>44</b>
<b>CAPÍTULO III</b>	
<b>MARCO METODOLÓGICO</b>	
3.1 Tipo de investigación.....	<b>45</b>
3.2 Diseño de investigación.....	<b>46</b>
3.3 Población y Muestra.....	<b>47</b>
3.3.1 Población.....	<b>47</b>
3.3.2 Muestra.....	<b>49</b>
3.4 Técnicas e Instrumentos para la Recolección de la Información.....	<b>51</b>
3.5 Validez y Confiabilidad del Instrumento de Recolección de la Información.....	<b>52</b>



	3.5.1 Validez.....	52
	3.5.2 Confiabilidad.....	52
	3.6 Técnica de Análisis de los Datos.....	53
<b>CAPÍTULO IV</b>	<b>INTERPRETACIÓN Y ANALISIS DE LOS DATOS (Diagnostico-Matriz FODA)</b>	<b>54</b>
		<b>71</b>
<b>CAPÍTULO V</b>	<b>PLAN TEÓRICO PROPUESTO</b>	
	5.1 Presentación del diseño propuesto.....	72
	5.2 Justificación de la propuesta.....	73
	5.3 Objetivos del diseño propuesto.....	74
	5.3.1 Objetivo general.....	74
	5.3.2Objetivos específicos.....	74
	5.4 Factibilidad de la propuesta.....	74
	5.5 Recursos.....	75
	5.5.1 Humanos.....	75
	5.5.2 Materiales.....	75
	5.6 Objetivos Estratégicos en la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELEZ, Barinas.....	76
	5.7 Objetivos Estratégicos, Metas Estratégicas e Indicadores de Desempeño Estratégico.....	77
<b>CAPÍTULO VI</b>	<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	
	6.1 Conclusiones.....	79
	6.2 Recomendaciones.....	80
	<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>82</b>
	<b>ANEXOS</b>	

## INDICE DE CUADROS

N°	Pág.
1 Operacionalización de variables.....	44
2 Número de estudiantes por programa y carrera (Usuarios de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ, periodo 2021-2022. Caso de estudio: UNELLEZ-VPDS ).....	48
3 Usted como usuario recibe una buena atención por parte del personal de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ.....	54
4 Considera usted que la calidad de atención brindada por el personal de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ es la más óptima.....	55
5 Existe conformidad como usuario una vez que se le presta el servicio.....	56
6 Cree usted que la atención al usuario requiera de un trabajo en equipo por parte de los empleados que prestan un servicio en la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ.....	57
7 Considera usted que la asistencia por parte de los empleados de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ en el horario establecido deba ser modificada...	58
8 Cree usted como usuario de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ que esta debería prestar un mejor servicio.....	59
9 Considera usted importante la comunicación como parte de la responsabilidad para brindar un buen servicio de atención al usuario.....	60
10 Cree usted importante la satisfacción del usuario como imagen de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ.....	61
11 Busca usted resolver los problemas de insatisfacción como usuario al momento de recibir la atención del servicio.....	62
12 Participa usted en la prevención de conflictos como usuario que demanda cualquier servicio a la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ.....	63
13 Recomienda usted alguna sugerencia a la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ que permita optimizar la atención al usuario al momento de prestar el servicio.....	64
14 Cree usted que la coordinación de ingreso de la UNELLEZ deba contar con un manual de funciones y procedimientos para una mejor atención al usuario.....	65
15 Conoce usted la misión y visión de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ.....	66
16 Cree usted que la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ cuente con algunas estrategias de atención al usuario que optimice el servicio al usuario.....	67
17 Considera usted que los funcionarios adscritos a la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ cuentan con las habilidades adecuadas para dar una buena atención al usuario.....	68
18 Como usuario está en condiciones de participar en la formulación de un plan estratégico en la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ para garantizar una mejor atención al usuario.....	69
19 Diagnostico Matriz-FODA Coordinación de Ingresos Estudiantil UNELLEZ.....	71

## INDICE DE GRÁFICOS

Nº		Pág.
1	Usted como usuario recibe una buena atención por parte del personal de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ.....	54
2	Considera usted que la calidad de atención brindada por el personal de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ es la más óptima.....	55
3	Existe conformidad como usuario una vez que se le presta el servicio.....	56
4	Cree usted que la atención al usuario requiera de un trabajo en equipo por parte de los empleados que prestan un servicio en la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ.....	57
5	Considera usted que la asistencia por parte de los empleados de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ en el horario establecido deba ser modificada...	58
6	Cree usted como usuario de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ que esta debería prestar un mejor servicio.....	59
7	Considera usted importante la comunicación como parte de la responsabilidad para brindar un buen servicio de atención al usuario.....	60
8	Cree usted importante la satisfacción del usuario como imagen de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ.....	61
9	Busca usted resolver los problemas de insatisfacción como usuario al momento de recibir la atención del servicio.....	62
10	Participa usted en la prevención de conflictos como usuario que demanda cualquier servicio a la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ.....	63
11	Recomienda usted alguna sugerencia a la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ que permita optimizar la atención al usuario al momento de prestar el servicio.....	64
12	Cree usted que la coordinación de ingreso de la UNELLEZ deba contar con un manual de funciones y procedimientos para una mejor atención al usuario.....	65
13	Conoce usted la misión y visión de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ.....	66
14	Cree usted que la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ cuente con algunas estrategias de atención al usuario que optimice el servicio al usuario.....	67
15	Considera usted que los funcionarios adscritos a la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ cuentan con las habilidades adecuadas para dar una buena atención al usuario.....	68
16	Como usuario está en condiciones de participar en la formulación de un plan estratégico en la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ para garantizar una mejor atención al usuario.....	69



**UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL DE LOS  
LLANOS OCCIDENTALES “EZEQUIEL ZAMORA”  
UNELLEZ BARINAS  
VICERRECTORADO DE PLANIFICACIÓN Y  
DESARROLLO SOCIAL  
MAESTRÍA EN GERENCIA GENERAL**

**PLAN ESTRATÉGICO DE ATENCIÓN AL USUARIO EN LA  
COORDINACIÓN DE INGRESO ESTUDIANTIL DE LA UNELLEZ  
BARINAS 2021-2022 Caso de estudio: UNELLEZ-VPDS**

**AUTORA:** Yrelis Moraima Morales Arias.

**TUTOR:** José Perdomo

**AÑO:** 2022

**RESUMEN**

La planificación estratégica implica un proceso para determinar cuáles son los principales objetivos de una institución y los criterios que presidieran la adquisición, uso y disposición de recursos para lograrlos. Por su parte, la atención al usuario representa el contacto directo entre la empresa, institución o coordinación y el usuario, en donde se determinan las necesidades del mismo. Este estudio tiene como objetivo Diseñar un Plan Estratégico para mejorar la atención al usuario de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora, UNELLEZ, Barinas 2021-2022. Caso de estudio: UNELLEZ-VPDS Ostenta su línea de investigación en la Gestión Administrativa y Contable en las Empresas e Instituciones, ésta se enmarca en una modalidad de proyecto factible, documental y de campo, con un nivel de carácter descriptivo, y un diseño no experimental. La población estuvo conformada por 9267 estudiantes distribuidos en los programas: Educación, Sociales, Agro y Mar, Ingeniería y Salud. El método de muestreo utilizado para la investigación es probabilístico, de tipo estratificado con afijación proporcional, arrojando 383 alumnos a encuestar mediante un cuestionario contentivo de dieciséis (16) ítems, de tipo dicotómica. Como resultado El 79,90% manifiestan que la coordinación de ingreso de la UNELLEZ no cuenta con estrategias de atención al usuario que optimice el servicio al usuario. 90,08% de los usuarios tienen la voluntad de participar en la formulación de un plan estratégico en la coordinación de ingreso de la UNELLEZ, para garantizar una mejor atención al usuario.

**Descriptorios :** Plan estratégico, Atención al usuario, Probabilístico.



**UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL DE LOS  
LLANOS OCCIDENTALES "EZEQUIEL ZAMORA"  
UNELLEZ BARINAS  
VICERRECTORADO DE PLANIFICACIÓN Y  
DESARROLLO SOCIAL  
MAESTRÍA EN GERENCIA GENERAL**

**STRATEGIC PLAN FOR USER SERVICE IN THE COORDINATION OF  
STUDENT ADMISSIONS AT UNELLEZ BARINAS 2021-2022 Case study:  
UNELLEZ-VPDS**

**AUTHOR:** Yrelis Moraima Morales Arias.  
**TUTOR:** José Eduardo Perdomo Berrios  
**YEAR:** 2022

**ABSTRACT**

Strategic planning implies a process to determine the main objectives of an institution and the criteria that govern the acquisition, use and provision of resources to achieve them. On the other hand, user service represents the direct contact between the company, institution or coordination and the user, where the user's needs are determined. The objective of this study is to Design a Strategic Plan to improve user service of the Entrance Coordination of the Experimental National University of the Western Plains Ezequiel Zamora, UNELLEZ, Barinas 2021-2022. Case study: UNELLEZ-VPDS. He holds his line of research in Administrative and Accounting Management in Companies and Institutions, this is part of a feasible, documentary and field project modality, with a descriptive level, and a non-experimental design. The population was made up of 9,267 students distributed in the programs: Education, Social, Agro and Sea, Engineering and Health. The sampling method used for the investigation is probabilistic, of a stratified type with proportional affixation, yielding 383 students to be surveyed through a questionnaire containing sixteen (16) items, of a dichotomous type. As a result, 79.90% state that the UNELLEZ admission coordination does not have user service strategies that optimize user service. 90.08% of users are willing to participate in the formulation of a strategic plan in the UNELLEZ admission coordination, to guarantee better user service.

**Descriptors:** Strategic plan, User service, Probabilistic

## INTRODUCCIÓN

La atención al usuario y la calidad en el servicio prestado poco a poco toman una gran importancia en todas las empresas o instituciones. Por el simple hecho de que los usuarios o clientes exigen siempre lo mejor. Antes, la demanda por un servicio era un poco más limitada, pero con el desarrollo y crecimiento de las empresas e instituciones públicas o privadas estas han tomado un auge. A finales del siglo pasado, la calidad en el servicio empezó a tomar fuerza y a ser considerada un elemento básico para destacar y darle un valor agregado a las empresas o instituciones como su imagen, ya que antes, podían existir instituciones que llevaban algún tiempo operando pero como todo marchaba “bien” no era tan importante la formalización de la atención al usuario. No se tenía totalmente considerada la calidad en obtener y satisfacer en su totalidad al cliente o usuario por encima de sus expectativas.

En las empresas o instituciones el cliente o usuario siempre tiene la razón, pidiendo lo que desea bien sea una buena atención y recibirá consejo especializado y ayuda para decidir su opinión, su solicitud se completará correcta e inmediatamente, y así eso no depende conseguir, tiene derecho a reclaman cualquier defecto del servicio y su queja será atendida con prontitud y completamente por una persona experta, que sea capaz y este deseoso de conseguir cualquier anomalía.

Es tanto, que la calidad del servicio se ha vuelto y es utilizada en las empresas o instituciones como una herramienta de diferenciación esencial en términos de estrategia. En atención a esto, es que la calidad en el servicio al cliente puede ser de gran utilidad para las empresas o instituciones quienes aún no creen en el valor de este concepto. Los funcionarios que atienden al usuario vistos de unas buenas relaciones humanas son y siempre serán un factor clave para el éxito de la institución. Exclusivamente se menciona porque al interactuar funcionario-

usuario y la necesidad del mismo no se satisface, automáticamente se da fuerza a la competencia.

La investigación de competencia, contó con la colaboración absoluta de los estudiantes adscritos a los programas: Educación, Sociales, Agro y Mar, Ingeniería y Salud de la Universidad Nacional Experimental “Ezequiel Zamora” UNELLEZ, Barinas para diagnosticar la situación actual de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ, adscrita a la Dirección de Admisión, Registro, Seguimiento y Egreso Estudiantil, DARSE de la UNELLEZ, respecto a la atención al usuario.

Así pues, la importancia de esta investigación es presentar dentro del marco legal específico y con los recursos disponibles, el diseño e Implementación de un Plan Estratégico en la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales “Ezequiel Zamora”. Adscrita a la Dirección de Admisión, Registro, Seguimiento y Egreso Estudiantil, DARSE de la UNELLEZ, que garantice la calidad del servicio prestado a los usuarios que acuden a las oficinas.

La investigación propuesta tendrá una cobertura en seis (6) apartes o capítulos definidos de la siguiente forma:

Capítulo I: El problema, conformado por el planteamiento del problema, objetivos de la investigación, justificación de la investigación y alcances y limitaciones.

Capítulo II: Marco teórico, que comprende; antecedentes históricos, antecedentes de la investigación, antecedentes de la institución, bases teóricas, bases legales, definición de términos básicos, sistema de variables y Operacionalización de variables.

Capítulo III: Marco metodológico, hace referencia a; Tipo de investigación, diseño de investigación, población y muestra, técnicas e instrumentos para la recolección de información, validación y confiabilidad del instrumento para la recolección de información, Técnicas de análisis de los datos.

Capítulo IV: Interpretación y análisis de los resultados y diagnóstico a la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ, adscrita a la Dirección de Admisión, Registro, Seguimiento y Egreso Estudiantil, DARSE de la UNELLEZ.

Capítulo V: La propuesta, que comprende; presentación del diseño propuesto, objetivos del diseño propuesto, justificación de la propuesta, objetivos del diseño propuesto, factibilidad de la propuesta, recursos, objetivos estratégicos en la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ, estructura del diseño operativo propuesto,

Capítulo VI: Conclusiones y recomendaciones.

Referencias bibliográficas

Anexos.



# CAPITULO I

## EL PROBLEMA

### 1.1 Planteamiento del Problema

La planificación en las empresas, organismos e instituciones públicas o privadas garantizan la funcionalidad de estas, y le permiten además proyectarse, gerenciar y crecer desde el punto económico y financiero. A este respecto Chiavenato (2001) señala que la planificación “es un proceso mediante el cual se va a definir las metas de las organizaciones, estableciendo una estrategia global para alcanzar estas metas y jerarquizar los planes para coordinar las actividades” (p. 180).

Las empresas además de planificar deben definir estrategias claras que permita a través del tiempo lograr las metas propuestas y encaminar los propósitos para lo cual fueron creados. En este orden de ideas Chandler (1980) indica que una estrategia se define como “la determinación de los propósitos fundamentales a largo plazo y los objetivos de una empresa y la adopción de los cursos de acción y distribución de los recursos necesarios para llevar adelante estos propósitos” (p. 140).

De los aspectos antes expuestos se pueden deducir que la planificación estratégica como herramienta de la administración determina los principales objetivos de una organización y los criterios que prescindieran la adquisición, uso y disposición de recursos en cuanto a la consecución de los referidos objetivos.

El proceso de administrar al igual que la planificación nace con la necesidad del hombre de aprovechar los recursos humanos que lo rodea. Durante muchos años se ha ido perfeccionando dicho proceso a medidas de que las exigencias del mundo civilizado en búsqueda de dar respuestas al progreso tecnológicos, sociales, y económico que las

sociedades han experimentado. Por lo tanto para toda organización cumplir a cabalidad con sus procedimientos.

A este respecto Terry (2000), se refiere a la organización como el establecimiento de relaciones efectivas de comportamiento entre personas de manera que puedan trabajar juntas con eficacias y puedan obtener una satisfacción personal, al hacer tareas seleccionadas bajo condiciones ambientales dadas para el propósito de alcanzar alguna meta u objetivo. (P. 304).

Por consiguiente, una buena gerencia debe lograr que las personas que laboren en grupos, desarrollen sus tareas de forma tal, que permitan el buen uso de los recursos disponibles, para lograr generar resultados que representen el máximo beneficio en función de los objetivos y metas establecida por la organización o institución. Es decir, debe existir un proceso administrativo competente el cual implica la planificación, organización, ejecución, control y dirección dirigido a alcanzar fines previamente establecidos, en el menor tiempo, al menor costo y en un ambiente de armonía; es por ello que dentro de la organización, se requiere contar con estrategias que permitan trabajar de manera eficiente.

En Venezuela existen un sin número de empresas e instituciones gubernamentales y educativas que trabajan o funcionan sin un plan preconcebido que determine los lineamiento a seguir en sus organizaciones, por esta razón algunas de ellas desaparecen o simplemente dejan de percibir rendimientos satisfactorios.

Pues bien, este proceso de planificación le permite a estos organismos y a sus respectivas dependencias definir los propósitos para la consecución de los objetivos y poder satisfacer las necesidades de la alta gerencia.

Por otra parte, las empresas, instituciones educativas o gubernamentales que se dedican a prestar servicios, deben mantener una estricta vigilancia sobre las formas de atención al usuario o cliente. El seguimiento continuo de las políticas de esmero y sus mecanismos de agrado son necesarios para mantener un buen nivel de la calidad del

servicio, buscando ser siempre superior al de la competencia. Es decir, La atención personalizada al usuario es una actividad que requiere en algunos casos de técnicas y de habilidades para atender y satisfacer de manera óptima a dicho usuario y que esté permanezca agradao y se logre así el objetivo, como lo es el mantener un cliente satisfecho , es por ello, que cada trabajador que presta un servicio, se den cuenta que en todo momento ellos estarán influyendo en la imagen que los usuarios tienen hacia la entidad para la cual trabajan; Se debe tener siempre en cuenta que la gestión que estos realizan por pequeña que esta sea, producirá un impacto en la gente que los observa.

Por esto, es necesario contar con estrategias administrativas donde le indique la forma de prestar un servicio de calidad en cuanto a la atención del usuario o cliente, debido a que el gerente, coordinador, director o jefe de unidad busca intentar no-solo calcular la satisfacción del usuario o cliente sino ir más allá de las simples medidas de complacencia e intentar indagar las causas de los niveles de agrado positiva y negativamente.

En este sentido, la buena o mala atención al usuario experimenta pequeñas o grandes molestias en los usuarios, y este no vacilará en hacerlo saber. Él espera que le den una respuesta y que le resuelvan la situación en forma rápida y oportuna. En algunas oportunidades, es posible que no tenga razón: esto es lo de menos; lograr la oportunidad de enfatizar en las bondades y brindar un buen servicio es lo que busca toda institución, organización o empresa.

La Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora, UNELLEZ, es una organización científico-educativo integrada por autoridades, profesores, estudiantes, empleados y obreros, una comunidad de intereses, cuya misión es la formación profesional y técnica de recurso humano de alta eficiencia, ajustado a las necesidades del país, así como, la generación y difusión de conocimientos, para promover los cambios científicos y tecnológicos requeridos para el desarrollo nacional y regional.

Así pues, ser una Institución de Educación Superior capaz de satisfacer las necesidades de la región de los llanos occidentales formando profesionales en diversas áreas e impulsando el desarrollo de la región a través de la investigación, extensión y la formación de profesionales.

Asimismo, lograr la máxima eficiencia y transparencia en la distribución y utilización de los recursos financieros y presupuestarios asignados a todos los programas académicos adscritos al Vicerrectorado de Planificación y Desarrollo Social.

No obstante, la UNELLEZ debido a la aceptación que ha tenido en los jóvenes estudiantes egresados de educación media y diversificada, al igual que estudiantes que eligen su prosecución de estudios de cuarto y quinto nivel, la institución ha venido incrementando su paquete de usuarios o nuevos ingresos, así como de alumnos regulares y a su vez ofreciendo nuevas carreras. En los actuales momentos como consecuencia de la inclusión y del progreso de la región se están aperturando nuevas sedes ambientes y núcleos de estudios superiores. Lo que representa, tener nuevas técnicas de atención al usuario en la coordinación de ingresos. Es decir, surge la necesidad de crear estrategias administrativas en búsqueda de mejorar aún más su atención al usuario, lo cual representa para la institución mantenerse y hasta ubicarse como líder en captación de estudiantes de educación superior.

De la situación antes expuesta surge la necesidad de proponer un Plan Estratégico de Atención al Usuario en la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ Barinas 2021-2022. Caso de estudio: UNELLEZ-VPDS y a su vez establecer en forma estándar todos los procesos que tenga que ver con la manera óptima de agradar al usuario.

Así mismo, el desarrollo de la investigación permitirá dar respuestas a las siguientes interrogantes:

¿Cuál es la situación en cuanto a la atención al usuario en la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora, UNELLEZ, Caso de estudio: UNELLEZ-VPDS?

¿Cuáles deberían ser las funciones de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora, UNELLEZ Caso de estudio: UNELLEZ-VPDS para la atención al usuario?

¿Qué planes estratégicos deberían utilizarse para mejorar la atención del usuario de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora, UNELLEZ, Caso de estudio: UNELLEZ-VPDS?

Estas y todas las posibles interrogantes se tratarán de explicar a medida que se desarrolle la investigación.

## **1.2 Objetivos de la Investigación**

### **1.2.1. Objetivo General:**

Diseñar un Plan Estratégico para mejorar la atención al usuario de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora, UNELLEZ BARINAS 2021-2022. Caso de estudio: UNELLEZ-VPDS.

### **1.2.2. Objetivos Específicos**

Diagnosticar la situación que presenta la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora, UNELLEZ, Caso de estudio: UNELLEZ-VPDS en cuanto a la atención al usuario.

Establecer las funciones de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora, UNELLEZ, Caso de estudio: UNELLEZ-VPDS para la atención del usuario.

Elaborar una propuesta de un Plan Estratégico para mejorar la atención al usuario de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora, UNELLEZ. Caso de estudio: UNELLEZ-VPDS

### **1.3. Justificación de la Investigación**

En términos bastante generales la justificación señala Téllez (2000) es “rectificar o hacer justa una cosa, es decir, la acción y efectos de justificar o justificarse” (p. 135).

El proyecto de investigación propuesto es teórico – práctico, por cuanto busca mediante la aplicación de teoría y conceptos básicos de planificación, coordinación, ejecución y control, para encontrar explicaciones a situaciones internas y externas que afectan el buen funcionamiento de Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ.

El trabajo de competencia permitirá en primer lugar, conocer los distintos procedimientos utilizados por la coordinación de ingresos para la atención al usuario al momento de demandar cualquier tipo de servicios, y en segundo lugar poder proporcionar una herramienta a la coordinación que garantice un adecuado uso del recurso humano y una satisfacción efectiva en el usuario cuando este necesite hacer cualquier tramitación de documentos..

Se justifica la investigación debido a que para llevar a cabo una buena atención al usuario en la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ existen un sin fin

de procesos administrativos y tramites que no permiten la rápida fluidez de los usuarios del mismo.

Esta situación trae consigo que se proponga en la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ, Caso de estudio: UNELLEZ-VPDS un Plan Estratégicos que minimice los procesos antes citados y que el usuario sea el beneficiado en últimas instancias.

#### **1.4. Alcances y limitaciones**

##### **1.4.1. Alcances:**

La propuesta de investigación está dirigida a la Coordinación de Ingresos Estudiantil, adscrita a la Dirección de Admisión, Registro, Seguimiento y Egreso Estudiantil, DARSE, de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora, UNELLEZ, para lograr un mejor ambiente de trabajo que le permita a los empleados de La Coordinación de Ingreso Estudiantil saber que funciones deben desarrollar. El propósito que se desea alcanzar con la propuesta es que sirvan de ayuda a la universidad de estudios superiores, así como tener una visión y misión de la institución referente a las estrategias empleadas para mejorar la atención del usuario, y así lograr las metas y objetivos establecidos por la entidad, esto por supuesto permitirá mejorar y optimizar la forma de atención al usuario o visitante. Es importante destacar que esta institución de estudios superiores pionera en el estado Barinas es sede de una gama de núcleos y ambientes que funciona en el ámbito regional, por tanto, la aplicación de esta propuesta y los resultado obtenido permitirán crear una experiencia que fácilmente se puede solventar cualquier problema de igual magnitud en las otras entidades.

##### **1.4.2. Limitaciones:**

Una estrategia bien formulada orienta y guían de forma clara la manera que se debe hacer en un determinado momento con una situación fijada. Los coordinadores,

jefes de unidad y directores deben planificar y administrar bien sus recursos, de lo contrario se corre el riesgo que las políticas que se implementan no sean las más proporcionadas.

El diseño de un plan estratégico sin una orientación adecuada y que nos guíe al éxito de la institución para establecer los parámetros más indicado en esta investigación, puede considerarse como una limitación así como no tener el acceso directo a esas estrategias que en la actualidad utiliza la organización, en este caso la UNELLEZ.

En esta propuesta no existen situaciones adversas temporales y/o espaciales y menos aún económicas, es decir que se cuenta con los recursos necesarios para su desarrollo. Por otra parte, existe en la Coordinación de Ingreso Estudiantil adscrita a la Dirección de Admisión, Registro, Seguimiento y Egreso Estudiantil, DARSE de la universidad la disponibilidad de colaboración por parte del personal al momento de facilitar la información debido a que ello beneficiará a los mismos.



## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

En el marco teórico o referencial de la investigación, se debe incorporar los elementos centrales de orden teórico que orientarán el estudio, deben estar relacionados con el tema de investigación y el problema.

Para Ramírez (2011) el marco referencial teórico es el espacio del informe o del proyecto de investigación destinado a ilustrar al lector sobre:

Las investigaciones ya realizadas sobre la situación estudiada. Contexto histórico en el cual se enmarca el problema. Los parámetros teóricos desde los cuales comprendemos nuestro problema de investigación en sus múltiples facetas y dimensiones. Las hipótesis (si son planteadas) y las variables a estudiar. (p.55)

Este marco aborda características del tema o problema en el estudio, y estas características (cualidades o condiciones), constituyen las variables, que no son más que las diferentes proposiciones, diversos conocimientos que permitirán estudiar el problema u objeto de estudio.

A este respecto, Bavaresco (2011) señala, “el marco teórico referencial, brinda a la investigación un sistema coordinado y coherente de conceptos y proposiciones que permiten abordar el problema dentro de un ámbito donde éste cobre sentido (p.68).

#### **2.1 Antecedentes históricos**

Desde la antigüedad, el hombre siempre ha buscado satisfacer sus necesidades básicas mediante lo que estos producían. Al pasar el tiempo, la forma de obtener los productos cambio porque ahora tenían que desplazarse a grandes distancias. Luego, esto fue reemplazado con la aparición de centros de abastecimientos, por ejemplo los

mercados, ya que en estos había más variedad de productos. Más adelante, los agricultores mejoraron sus productos debido a la alta competitividad que existió en los mercados, tanta era la competencia que la calidad del producto ya no era suficiente, es por ellos que surge un nuevo enfoque en la venta del producto, que en la actualidad recibe el nombre de servicio al usuario o cliente. Hoy en día, existen poderosas herramientas que nos permite llegar de una manera más eficiente hacia nuestros usuarios.

Es evidente entonces, que Gómez (2013) señala que el concepto tradicional que se tenía del servicio al cliente o usuario era la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente, fundamentalmente amabilidad y atención. En la actualidad, se tiene un nuevo concepto de servicio y dice que es una estrategia empresarial orientada hacia la anticipación de las necesidades y expectativas del valor agregado de los clientes, buscando asegurar la lealtad y permanencia tanto de los clientes actuales como la atracción de nuevos clientes, mediante la provisión de un servicio superior al de los competidores.

Ahora bien, las razones por la cual se impone esta nueva visión es que hay un fácil acceso a una cantidad de datos, exigen mayor valor agregado, quieren que los proveedores los conozcan en detalles, tiene una gran variedad de opciones, colocan un enorme valor en la facilidad, rapidez, conveniencia con que puedan adquirir bienes y servicios. Pero el énfasis recae en establecer una relación a largo plazo y de servicio integral, en satisfacer la totalidad de las necesidades de servicios al cliente o usuario, y en disminuir la necesidad o el deseo del cliente de fragmentar sus asuntos entre varias instituciones. Toda esta nueva situación se da porque el cliente en este entorno tiene y valora nuevos elementos del servicio tales como el tiempo, oportunidad soluciones individualización y amabilidad.

## **2.2 Antecedentes de la Investigación**

Para Arias (2012), expone en su obra *El Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología Científica*, que los antecedentes de la investigación de un trabajo de investigación, son “los estudios previos”, tales como “trabajos y tesis de grado, trabajos de ascenso, artículos e informes científicos relacionados con el problema planteado, es decir, investigaciones realizadas anteriormente y que guardan alguna vinculación” (p. 106) con el presente Trabajo Especial de Grado.

Así pues, estos trabajos de investigación puede que hayan servido a lo largo de los años como bases para sustentar diferentes líneas de investigación. Por consiguiente, se considera necesario hacer una revisión de los mismos a objeto de tomarlos como referencia y orientar adecuadamente la presente investigación. Entre estos trabajos relativos al tema se pueden citar:

Tovar (2012), en su Trabajo de Investigación para optar al Título de Técnico Superior de Administración Empresas, titulado: “Manual de Atención al Usuario, para optimizar los servicios que ofrece Instituto de Capacitación y Educación Socialista (INCES), ubicado en Barinas estado Barinas”. Esta investigación surge debido a la necesidad de proponer un Manual de Atención al Usuario que logre satisfacer la atención esmerada que esperan recibir los usuarios y de igual forma que ayude a los trabajadores a guiarse para tratar de atender y servir al visitante de la mejor forma posible y mantener en alto el nombre de la institución para el cual trabajan. El Manual de Atención al Cliente, se ajusta a la necesidad obligatoria que tiene la empresa de lograr la satisfacción del visitante o usuario. Por lo tanto es necesario que lo utilicen de la forma más adecuada, es decir, eficaz y eficientemente, lo que le permitirá generar beneficios y ser más competitiva y lograr las metas para lo que fue creado.

Así mismo Bastidas (2012), en su trabajo titulado, *Plan Estratégico para la Optimización de los Procesos Administrativos en la División de Coordinación con*

Entes Públicos y Privados del Sector Deporte de la Zona Educativa del Estado Barinas. Trabajo de Grado para optar al Grado Académico de Magíster Scientiarum de Educación Superior. Mención: Planificación y Administración del Deporte. Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales "Ezequiel Zamora". La investigación tuvo como objetivo proponer un plan estratégico para optimizar los procesos administrativos en la división de coordinación con entes públicos y privados del sector deporte de la Zona Educativa Barinas, para el beneficio del desarrollo del deporte escolar en el estado.

La metodología utilizada fue la modalidad de proyecto factible, apoyada en un tipo de investigación de campo, de nivel descriptivo. La población de estudio estuvo constituida por treinta y cinco (35) coordinadores del deporte escolar, los cuales conformaron la muestra. Los resultados del diagnóstico realizado evidenciaron la situación de carencia y necesidad de formular planes estratégicos para optimizar las dimensiones gerenciales en la división antes mencionada, logrando mejorar el desempeño gerencial en esta organización y al mismo tiempo para elevar el deporte escolar en el estado Barinas, como elemento esencial del desarrollo integral del ser humano. Dentro de las conclusiones más relevantes se obtuvo que sea indispensable el diseño de planes que establezcan con anterioridad los caminos a seguir en el deporte escolar, para idear estrategias gerenciales dirigidas a mejorar los procesos administrativos.

Esta investigación proporciona aportes esenciales al trabajo de competencia en cuanto a la creación de estrategias gerenciales en la aplicación sistemática del proceso de planeación, organización, dirección y control, impulsando la toma de decisiones compartidas, proceso de seguimiento y evaluación en relación a los planes desarrollados.

Por su parte Pumar (2013), en su Trabajo de Investigación para optar al Título de Técnico Superior de Administración de Empresas Petroleras, titulado: Atención al

Cliente para Optimizar el trato del personal que labora en la Empresa Fotográfica “Foto Ya”, ubicada en Barinas Estado Barinas. Con la incorporación de la propuesta de estrategias de Atención al Cliente de la empresa “Foto Ya”, se puede considerar que esta herramienta solucionaría de manera efectiva las actividades que allí se realizan, lo cual permitirá a través de estas, llevar la empresa hacia un mejor desarrollo de todas sus actividades, proporcionando un aporte más, para mejorar su funcionamiento y cumplir con la labor encomendada. El Manual de Atención al Cliente se ajusta a las necesidades obligatorias que tiene la Empresa “Foto Ya”, por el logro de la satisfacción del cliente. Por lo tanto es necesario que lo utilicen de la forma más adecuada, que permita generar beneficios y ser más competitiva en el mercado y al logro de las metas para lo cual fue creada.

Para los investigadores Núñez y Tinoco(2013). En su tesis de grado titulada: “El Cliente, siempre tiene la razón estudio sobre la evaluación de los servicios de una agencia de publicidad por parte de los anunciantes”. Para optar al Título de Licenciado en Administración otorgado por la Universidad Católica Andrés Bello, la cual tuvo como objetivo general: Evaluar los servicios de una agencia de publicidad por parte de los anunciantes para la identificación de preferencias en clientes en base a diversos mensajes de los anunciantes. En el estudio los investigadores plantean un desarrollo interesante en Venezuela, como la creación de un Departamento de Atención al Cliente o de canales a través de los cuales se transmiten los mensajes de los distintos anunciantes. Elegir los mejores medios para una campaña es una función importantísima, además de esto, es necesario conocer bien los beneficios que cada canal ofrece a las audiencias a las que se dirigen y a los productos que van a ser publicitados.

Los resultados a que llegaron con dicho estudio consistieron en identificar qué verdaderamente le interesa a los anunciantes para cumplir con el concepto de publicidad, que para ellos, son los lectores, cuántos y quiénes leen -o van a poder leer- el anuncio. En la radio son los oyentes, no aquellos que se encuentran en la zona de

cobertura de la emisora, y en la televisión son los telespectadores, no los hogares con televisión ni los aparatos encendidos.

De igual forma, los diarios, revistas, programa de radio y televisión, todos aspiran a maximizar sus audiencias. Porque hoy el éxito con las audiencias marca el éxito empresarial. Se hizo pertinente destacar este estudio, ya que proporciona elementos importantes para efectos del tema planteado en este trabajo especial de grado, además de suministrar información relevante de lo que es una agencia de publicidad, sus necesidades y expectativas, como parte de la muestra que es considerada.

La investigación adoptó la modalidad documental y de campo con diseño descriptivo. No indica la población consultada pero hacen mención que estuvo conformada por cuatro (4) procesos o fases que intervienen en el servicio de suscripciones; utilizó como muestra la totalidad de estos procesos, es decir los cuatro (4) por lo que no aplicaron ningún criterio de muestra, la técnica que emplearon para la recolección de la información fue la encuesta y como instrumento un cuestionario, no indican si emplearon para la validez juicio de expertos.

Todas las investigaciones anteriormente citadas constituyen antecedentes importantes y sólidos para el presente trabajo puesto que guardan correspondencia directa con los planes estratégicos orientados a optimizar la atención al usuario en la Coordinación de ingresos de la UNELLEZ. Así mismo, se revelan en ellas la importancia significativa que implica ponerse a la par de las empresas del ramo como son las instituciones de educación superior tanto públicas como privadas que hacen vida activa en el estado Barinas en cuanto al logro de una mejor atención y un cliente satisfechos, que se conviertan en portavoces de la calidad de servicios prestados por la universidad, pionera en la inclusión educativa.

## **2.3 Antecedentes de la Institución**

### ***2.3.1 La historia de la UNELLEZ, la Universidad de los Llanos venezolanos***

### **Origen - Organización - Políticas - Actualidad:**

La democratización de la educación básica en Venezuela trajo como consecuencia que en la década de los setenta se incrementara la demanda de estudios superiores en todo el país. Tal necesidad de capacitación de las personas se sumó a la ya existente de tomar medidas que permitieran el desarrollo de la región de los llanos occidentales venezolanos, situación que dio pie a la creación de la **Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora**, institución concebida bajo el concepto de universidad rural, enfocada a la atención de los rubros productivos de su área de influencia.

La nueva institución se abocaría al análisis de la problemática del agro al tiempo que capacitaría los recursos humanos en su solución, colaborando de esa forma con el impulso de la actividad agrícola en función del desarrollo económico y social del país.

Así, en diciembre de 1974 se crea la **comisión organizadora de la Unellez**, cuyo objetivo es el de adelantar estudios de factibilidad, organización, funcionamiento y desarrollo de la institución. Esta comisión organizadora estuvo integrada por Manuel V. Benezra (presidente), Humberto Jiménez, Carlos Muñoz Oraá, Ricardo Valderrama, Antonio J. Álvarez, Gilberto Cárdenas, Alfredo Ducharne, Juan Pedro del Moral, Antonio Aranguibel, Félix Morales Bueno y Francisco Manzanilla, a quienes se agregó posteriormente Felipe Gómez Álvarez.

En abril de 1975 se entregó al Ejecutivo Nacional el informe correspondiente, cuya conclusión se centraba en torno a la misión que debía cumplir esta universidad: facilitar los conocimientos, las técnicas y las prácticas para el desarrollo agrícola de la región, que apunten hacia mayores niveles de producción y productividad, tomando en cuenta el bienestar socioeconómico de sus habitantes.

El 7 de octubre de 1975 es la fecha que trajo consigo la creación oficial de la Unellez (decreto 1178 del Presidente de la República), cuyo primer equipo rectoral estuvo encabezado por el doctor Felipe Gómez Álvarez, mientras los ingenieros

agrónomos Humberto Jiménez e Israel Tineo Gamboa se desempeñaban como vicerrectores encargados de la organización y estructuración de la universidad. Posteriormente se incorporaron como vicerrectores de área el ingeniero agrónomo Pedro José Urriola Muñoz y los economistas Martín Ramírez Blanco y Juan Rivera Galvis.

En abril de 1977 inician estudios superiores los primeros 509 estudiantes regulares de la Unellez. Las carreras técnicas empezaron a dictarse a partir de febrero de 1980, ofreciendo a los bachilleres otra alternativa de capacitación.

La oferta de oportunidades de estudio en la Unellez ha sido ampliada a medida que las necesidades de la región y su población han evolucionado, y de ser una universidad de carácter principalmente rural, la institución ha ido integrando carreras en diferentes áreas del desarrollo, tales como las carreras administrativas. De hecho, la actual oferta de carreras consta de las siguientes especialidades, a las que están en proceso de agregarse los estudios de Enfermería, Computación y Química.

### **2.3.2 Misión**

La Universidad Ezequiel Zamora, es una organización científico-educativo integrada por autoridades, profesores, estudiantes, empleados y obreros, una comunidad de intereses, cuya misión es la formación profesional y técnica de recurso humano de alta eficiencia, ajustado a las necesidades del país, así como, la generación y difusión de conocimientos, para promover los cambios científicos y tecnológicos requeridos para el desarrollo nacional y regional.

### **2.3.3 Visión**

Ser una Institución de Educación Superior capaz de satisfacer las necesidades de la región de los llanos occidentales formando profesionales en diversas áreas e impulsando el desarrollo de la región a través de la investigación, extensión y la formación de profesionales.



Asimismo, lograr la máxima eficiencia y transparencia en la distribución y utilización de los recursos financieros y presupuestarios asignados a todos los programas académicos adscritos al Vicerrectorado de Planificación y Desarrollo Social.

#### **2.3.4 Metas**

- Mantenerse como una institución dinámica, en permanente contacto con las corrientes internacionales del pensamiento, contribuyendo a la formación de un profesional suficientemente calificado, a nivel técnico para la productividad y a nivel superior para la investigación, la docencia y la planificación.
- Contribuir eficazmente al desarrollo nacional, mediante el aprovechamiento racional y productivo de los recursos humanos y naturales de la región.
- Lograr, mediante la asesoría y planificación oportuna, la optimización de los recursos en la ejecución de metas programadas.
- Estudiar, promover y desarrollar programas de experimentación en las ramas de su competencia y extender los resultados obtenidos.
- Encaminar sus acciones a la satisfacción de las necesidades de la región, en especial del sector agropecuario.
- Divulgar los propósitos de la universidad y asegurar la evolución sistemática de su actividad correspondiente, conforme al carácter experimental de la misma.
- Prestar asesoría a los sectores económicos de la región en la ejecución de programas específicos para el buen uso y conservación de los recursos del país y especialmente de la región.
- Estimular el talento y la inventiva a fin de alcanzar una tecnología agropecuaria propia, que congenie con los logros tecnológicos alcanzados, con los requerimientos de nuestras condiciones y posibilidades económicas y sociales.
- Mantener relaciones con los organismos de planificación del estado, a fin de lograr una mayor coordinación de esfuerzos.

- Preservar y enriquecer el Patrimonio Cultural del país y especialmente de la región, con miras a consolidar los valores espirituales fundamentales y la capacidad creativa y razonadora del hombre.
- Realizar estudios y cooperar en programas de investigación científica y tecnológica, especialmente en los relacionados con la problemática regional.
- Perseguir en todo momento que la acción de la Universidad sea siempre reflejo y estímulo de la dinámica nacional, para contribuir a la solución de los problemas, a la formación de los recursos requeridos y a la máxima racionalización de los mismos, con base en un sistema racional y operativo.

### **2.3.5.Marco Legal**

#### **2.3.5.1 Marco Legal Interno:**

- Reglamento de la Unellez. Decreto N° 2884 de fecha 29-04-1993
- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela
- Actas Convenios Personal Docente y Administrativo
- Resoluciones de Consejo Académico
- Resoluciones de Consejo Directivo
- Manual de Clasificación de Cargos OPSU.

#### **2.3.5.2 Marco Legal General**

- Ley de Universidades
- Ley de Educación Superior
- Ley Orgánica del Trabajo y su Reglamento
- Ley Orgánica de la Administración Financiera del Sector Público
- Ley Orgánica de Procesos Administrativos

## **2.4. Bases teóricas**

Según Hernández y otros (2012), señala que las bases teóricas “Son un conjunto técnico de definiciones y proposiciones adicionales entre sí, que representan un punto de vista sistemático de fenómenos definiendo relaciones entre variables con el objeto de explicar y predecir los fenómenos” (p. 40).

Las bases teóricas escogidas permitirán orientar en un contexto más amplio el desarrollo de la presente investigación, estas se ubicaron en la bibliografía de diversos autores experto en la atención esmerada a los clientes o usuarios, con el propósito de proporcionarle autenticidad y credibilidad al contenido de la investigación.

### **Plan**

Para Chandler, (2011) expresa que el plan "es un documento que contempla en forma ordenada y coherente las metas, estrategias, políticas, directrices y tácticas en tiempo y espacio, así como los instrumentos, mecanismos y acciones que se utilizarán para llegar a los fines deseados. Un plan es un instrumento dinámico sujeto a modificaciones en sus componentes en función de la evaluación periódica de sus resultados". (p. 46).

La planificación produce un resultado inmediato, el plan y este constituye el evento intermedio entre el proceso de planeación y el proceso de implementación de ésta. Todos los planes tienen un propósito común: la previsión, programación y coordinación de una secuencia lógica de eventos que, si se aplican con éxito, deberían conducir a la consecución de los objetivos que lo rigen.

### **Tipos de Planes**

Existen cuatro clases diferentes de planes: planes relacionados con métodos, denominados procedimientos; planes relacionados con dinero, denominados presupuestos; planes relacionados con el tiempo, denominados programas o

programaciones, planes relacionados con comportamientos, denominados reglas o reglamentos. Estas cuatro clases de planes pueden ser estratégicos, tácticos u operacionales, según el alcance que tengan:

***Procedimientos:*** Son los planes relacionados con métodos de trabajo o de ejecución. Se representan por gráficas denominadas flujo gramas.

***Presupuestos:*** Son los planes relacionados con el dinero durante determinado periodo, ya sea por ingresos o por gastos. Los presupuestos se consideran planes estratégicos cuando cobijan la empresa como una totalidad y abarcan un largo periodo, como es el caso de la planeación estratégica financiera.

***Programas o Programaciones:*** Son los planes relacionados con el tiempo. Los programas se basan en la correlación de dos variables: tiempo y actividades que deben ejecutarse.

***Reglas o Reglamentos:*** Son planes relacionados con el comportamiento solicitado a las personas. Especifican como deben comportarse las personas en determinadas situaciones. Casi siempre son planes operacionales.

## **Estrategia**

En cuanto a Chandler, (2011) define la estrategia como "la determinación de los propósitos fundamentales a largo plazo y los objetivos de una empresa, y la adopción de los cursos de acción y distribución de los recursos necesarios para llevar adelante estos propósitos" (p.95).

La estrategia es un patrón de acciones y asignaciones de recursos diseñados para alcanzar las metas de organización. Las estrategias deben dirigirse a consolidar fuerzas en áreas que satisfagan los deseos y necesidades de los consumidores y de otros actores clave en el medio externo de la organización.

## **Pasos para Formular una Estrategia**

Según Koontz (2013), para que una estrategia sea exitosa se deben llevar a cabo varios pasos:

Comunicación de las estrategias a todos los gerentes encargados de tomar decisiones fundamentales, al formular estrategias se deben comunicar a todos los gerentes que están en posición de tomar decisiones sobre programas y planes diseñados para implementarlas, solo se debe comunicar lo que resulte claro para el receptor y deben comunicarse por escrito. Los ejecutivos de más alto nivel deben asegurarse de que todos los involucrados en su implantación las comprendan.

**Desarrollo y comunicación de las premisas de planeación:** Los gerentes tienen que desarrollar premisas críticas para los planes y decisiones, explicarlas a quienes forman parte de la cadena de toma de decisiones y dar instrucciones para desarrollar programas y tomar decisiones de acuerdo con ellas.

**Asegurar que los planes de acción contribuyan y reflejen los principales objetivos y estrategias:** los planes de acción son programas y decisiones tácticas u operacionales, importantes o secundarias, que se presentan en diversas partes de una organización. Si no reflejan los objetivos y las estrategias deseadas el resultado será esperanzas vagas. Si cada gerente comprende las estrategias, todos los gerentes pueden revisar las recomendaciones de los asesores de staff y los subordinados de línea para ver que contribuyan y que sean consistentes.

**Revisiones periódicas de las estrategias:** Incluso las estrategias creadas con mucho cuidado pueden dejar de ser apropiadas si cambian las condiciones. Por lo tanto, se deben realizar de vez en cuando, desde luego no menos de una vez al año en el caso de las estrategias importantes, quizá con más frecuencia.

**Desarrollo de estrategias y programas de contingencia:** Si hubiese un cambio importante en los factores competitivos u otros elementos del ambiente, se deberían

formular estrategias para estas contingencias. Si ocurren acontecimientos que dejen fuera de uso un determinado grupo de objetivos, estrategias o programas, el gerente no tendrá más alternativa que trabajar con el grupo de premisas más inverosímiles que pueda preparar en un determinado momento. Los planes de contingencia pueden proporcionar un cierto grado de preparación.

**Hacer que la estructura organizacional se adapte a las necesidades de planeación:** la estructura de la organización, con su sistema de delegaciones, se debe diseñar para que ayude a los gerentes a alcanzar las metas y tomar las decisiones necesarias para implementar los planes.

**Insistencia continúa en la planeación e implantación de la estrategia:** aun cuando una organización tiene un sistema operable de objetivos y estrategias y su implantación, el sistema puede fallar con facilidad a menos de que los gerentes responsables continúen insistiendo en la naturaleza e importancia de estos elementos.

**Creación de un clima en la compañía que obligue a la planeación:** las personas tienden a permitir que los problemas y crisis de hoy interfieran con la planeación efectiva de mañana. La única forma de asegurarse de que se hará la planeación es desarrollar con cuidado estrategias y empeñarse en que se pongan en práctica.

### **Planificación**

La planeación de un empresa se refiere al producto, (bienes de la empresa produce o servicios que presta o al mercado donde la empresa coloca sus productos o bienes donde presta sus servicios). Introducción a la teoría general de la administración.

Para Chiavenato, (2012) la planificación "es un proceso mediante el cual se va a definir las metas de las organizaciones, estableciendo una estrategia global para alcanzar estas metas y jerarquizar los planes para coordinar las actividades". (p.104)

## **Importancia de la Planeación Estratégica**

Por lo tanto Jerome (2013), señala que “su importancia radica en que las decisiones estratégicas básicas son las que determinan en qué negocio está la compañía y las estrategias que adoptará de ahí suele depender el éxito o el fracaso” (p. 69). Un plan excelente puede ejecutarse de un modo deficiente y a pesar de ello ser rentable; en cambio un plan deficiente puede instaurarse bien y aun así acarrear pérdidas.

## **Características de la Planeación Estratégica**

Así mismo, Soriano (2011) considera que “la planeación estratégica trabaja con vistas al futuro mediano (a largo plazo), está enfocado hacia el cliente (de servicio al consumidor), supone el análisis de competencia (amenazas y oportunidades) y de la propia empresa (fortalezas y debilidades), busca elevar el nivel de competitividad de la organización (creatividad, cambio, y diferenciación)” (p. 72)

## **Ventajas de la Planeación Estratégica**

De acuerdo a Soriano (2011), entre las ventajas que posee la planeación estratégica se encuentra:

La toma de decisiones se hace respecto a las metas de la organización.

Las estrategias empleadas para la empresa son a largo plazo.

Van dirigidas al cliente haciendo énfasis en el servicio ofrecido.

Permite analizar las amenazas y oportunidades existentes.

Brinda la oportunidad de estudiar las fortalezas y debilidades que tiene la empresa.

No tiene límite al momento de ser creativo y efectuar cambios de cualquier tipo.

## **Proceso de la Planeación Estratégica**

En efecto, Fred (2012), manifiesta que “FODA es la sigla usada para referirse a una herramienta analítica que le permitirá trabajar con toda la información que posea su negocio, útil para examinar sus debilidades, oportunidades, fortaleza y amenazas. (p. 115)

El análisis FODA tiene múltiples aplicaciones y pueden ser usados por todos los niveles de la corporación y en diferentes unidades de análisis tales como: Producción, Mercado, Empresas, División, Unidades estratégicas de negocios.

El mismo autor considera que el análisis FODA debe enfocarse solamente hacia los factores claves para el éxito de su negocio. Deben resultar las fortalezas y las debilidades diferenciales internas al compararlo de manera objetiva y realista con la competencia y con las oportunidades y amenazas claves del entorno.

El análisis FODA consta de dos partes: Interna y Externa.

Las partes internas tienen que ver con las Fortalezas y las debilidades.

La parte externa mira las oportunidades que ofrecen el mercado y amenazas que debe enfrentar las empresas en el mercado seleccionado.

### **Planificación Estratégica**

En cuanto Steiner, (2011) expresa que "la planificación estratégica es el proceso de determinar cuáles son los principales objetivos de una organización y los criterios que presidieran la adquisición, uso y disposición de recursos en cuanto a la consecución de los referidos objetivos. Estos en el proceso de planificación estratégica, engloban misiones o propósitos, determinados previamente". (p.125)

Sin duda alguna que la planificación estratégica constituye un sistema gerencial que desplaza el énfasis en el "qué lograr" (objetivos) al "qué hacer" (estrategias). Con la Planificación Estratégica se busca concentrarse en aquellos objetivos factibles de lograr y en qué negocio o área competir, en correspondencia con las oportunidades y amenazas que ofrece el entorno.

Este proceso que permite a las dependencias y entidades establecer su misión, definir sus propósitos y elegir las estrategias para la consecución de sus objetivos, y



conocer el grado de satisfacción de las necesidades a los que ofrece sus bienes o servicios. Esta planeación enfatiza la búsqueda de resultados y desecha la orientación hacia las actividades.

La esencia de la planeación estratégica consiste en la identificación sistemática de las oportunidades y peligros que surgen en el futuro, los cuales combinados con otros datos importantes proporcionan la base para que una empresa tome mejores decisiones en el presente para explotar las oportunidades y evitar los peligros.

### **Ventajas de la Planificación**

Para Sallenave, (2011) existen muchas ventajas para la planificación formal que deben estimular a todos los gerentes en todos los niveles de cualquier organización para dedicar más tiempo y esfuerzo en esa función administrativa. (p.56). Además:

Permite la coordinación de las acciones que se realizan

Elimina esfuerzos inútiles o improductivos

Suministra la base para el control

Establece un esquema formal de trabajo

Permite eliminar los costos

### **Limitaciones**

Ahoga la iniciativa.

Demora las acciones.

Es exagerado por los planificadores.

### **Propósitos de los Planes.**

Según Steiner, (2011) expresa el propósitos de los planes lo que buscan “es identificar la función o tarea básica de una empresa o agencia o de cualquier parte de ella. Cualquier clase de empresa organizada tiene (o al menos debe tener para ser significativa), un propósito o misión.” (p. 196). En todo sistema social, las empresas

tienen una función o tarea básica que la sociedad les asigna. Por lo general, el propósito de ellas es la producción y distribución de bienes y servicios.

### **El Cliente**

Según el Manual de la empresa Schlumberger Quality Management (2012), “Es cualquier persona a quien se le proporciona un producto o servicio”. (p. 32).

El cliente o usuario no es más que un eslabón en la cadena, que está integrada por varios de estos, en una cadena compleja de actividades en la que hay gente que depende de la calidad del trabajo que reciben de los demás.

Esta cadena no puede tener ningún eslabón débil, ya que si existiese tendría usuarios insatisfechos.

### **Departamentalización por clientela**

La departamentalización por clientela divide las unidades organizacionales de modo que cada una pueda servir a un cliente específico. Cuando distintos clientes exigen diferentes métodos y características de ventas, diferentes características de productos y en ocasiones diferentes servicios organizacionales, la estructura cerrada en el cliente es la más indicada.

Según Chiavenato, (2012), la organización basada en la clientela implica la diferenciación y la agrupación de las actividades de acuerdo con el tipo de persona o personas para quienes se ejecuta el trabajo. Las características de los clientes, edad, sexo, nivel socioeconómico, tipo de consumidor. Constituye la base para ese tipo de departamentalización. (P.302).

### **Ventajas**

La departamentalización por clientela presenta las siguientes ventajas:

Cuando la satisfacción del cliente es el aspecto más crítico de la organización. La Departamentalización por clientela es el enfoque más orientado hacia el exterior de la organización, preocupada más por el cliente que por sí misma.

Cuando el negocio depende de los tamaños o las características de los productos o los servicios, que varían conforme al tipo o tamaño de los clientes, éstos son más importantes que los productos o servicios, que deben ser adaptados para ellos, ya sean individuos, organizaciones o el propio gobierno.

Motiva a los ejecutivos y a todos los participantes de la organización a satisfacer las necesidades y las exigencias de los clientes.

Permite a la organización concentrar sus conocimientos en las distintas necesidades y exigencias de los canales de mercado.

### **Desventajas**

La Departamentalización por clientela presenta las siguientes desventajas:

Las demás actividades de la organización (producto, finanzas, entre otros) pueden tornarse secundarias o accesorias debido a la preocupación compulsiva por el cliente.

Los demás objetivos de la organización (rentabilidad, productividad, eficiencia) pueden ser dejados de lado o sacrificados por buscar la satisfacción del cliente.

### **Aplicaciones**

Es el enfoque más orientado hacia el exterior de la empresa, cuyo énfasis está más puesto en el cliente que en sí misma. Es indicado cuando el negocio depende de diferentes características de productos o servicios, que varían conforme al tipo y a la necesidad del cliente. El cliente es más importante que los productos o servicios, que deben ser adaptados y ajustados a aquél y a sus necesidades, ya sean un individuo, una empresa o el gobierno. Es una estrategia que motiva a los ejecutivos y a todos los participantes a la satisfacción de las necesidades y exigencias de los clientes, y permite concentrar todos los conocimientos en las diversas necesidades y exigencias de los diferentes canales de mercado.

## **Atención**

Para el diccionario de la Real Lengua Española significa la acción de atender.

A través de esta acción se presta un servicio que cubre las necesidades del usuario.

En torno a esto se ofrece una variada gama de atención que permite distinguirse de los demás, por lo tanto crea expectativas.

### **Principios de Atención**

Según el manual de Calidad de la Schlumberger Quality Management (2012), existen doce (12) principios de atención al cliente o usuario

1. El cliente o usuario es lo primero
2. La calidad es sinónimo de cumplir con los requisitos y con las expectativas
3. La calidad se mide con los hechos
4. El objetivo es llegar a tener cero defectos
5. Hacer las cosas bien
6. Prevenir es mejor que lamentar
7. Erradicar las causas de las no conformidades
8. Mejorar constantemente
9. El trabajo en equipo es la solución
10. Los gerentes dirigen afanosamente los procesos de calidad
11. Promover la participación
12. La calidad es la responsabilidad

### **Variación del concepto de cliente**

Cada área ve al cliente desde su perspectiva sin una visión integral.

**Vendedor:** cliente es un ladrón que tiene dinero y debe devolvérmelo.

**Almacén:** cliente es aquel que viene a desorganizar mis inventarios.

**Departamento Legal:** cliente es aquel que puede demandarnos si nos descuidamos.

**Producción:** cliente ¿qué es eso?

**Atención a los clientes:** cliente es esa persona que sólo viene a quejarse.

**Gerente:** cliente es esa persona que constantemente me interrumpe y me quita tiempo de las cosas importante.

**Propietario:** cliente es una persona caprichosa que tengo que aguantarle para que me ingrese dinero.

### **La empresa orientada hacia el cliente**

El servicio al cliente, debe estar centrado en la preparación constante de los empleados en cuanto a: Una excelente comunicación y otras ventajas, son las que los clientes lo consideran de gran valor y por ende generar una ventaja competitiva.

Dirección de Marketing y Venta (2012), plantea que: En las empresas del sector comercial se hace más énfasis en el cliente.

En las empresas el cliente siempre tiene la razón, pidiendo lo que desea bien sea una buena atención y recibirá consejo especializado y ayuda para decidir su opinión, su solicitud se completará correcta e inmediatamente, y así eso no depende conseguir, tiene derecho a reclaman cualquier defecto del servicio y su queja será atendida con prontitud y completamente por una persona experta, que sea capaz y este deseoso de conseguir cualquier defecto que se descubra.

### **Los 10 componentes básicos del buen servicio**

Si no se cuida lo básico, de nada servirán los detalles y los extras, según Berry (2014), esto requiere:

Seguridad. Es bien cubierta cuando podemos decir que brindamos al cliente cero riesgos, cero peligros y cero dudas en el servicio.

Credibilidad. Hay que demostrar seguridad absoluta para crear un ambiente de confianza, además hay que ser veraces y modestos, no sobre prometer o mentir con tal de realizar la venta

Comunicación. Se debe mantener bien informado al cliente utilizando un lenguaje oral y corporal sencillo que pueda entender, si ya hemos cubierto los aspectos de seguridad y credibilidad seguramente será más sencillo mantener abierto el canal de comunicación cliente-empresa

Comprensión del cliente. No se trata de sonreírles en todo momento a los clientes, sino de mantener una buena comunicación que permita saber que desea, cuando lo desea y como lo desea en un caso sería orientarnos en su lugar.

Accesibilidad. Para dar un excelente servicio debemos tener varias vías de contacto con el cliente, buzones de sugerencias, quejas y reclamos, tanto físicamente en sitio, hay que establecer un conducto regular dentro de la organización para este tipo de observaciones, no se trata de crear burocracia sino de establecer acciones reales que permitan sacarles provecho a las fallas que nuestros clientes han detectado.

Cortesía. Tensión, simpatía, respeto y amabilidad del personal, como dicen por ahí, la educación y las buenas maneras no pelean con nadie. Es más fácil cautivar a nuestros clientes si les damos un excelente trato y brindarles una gran atención.

Profesionalismo. Pertenencias de las destrezas necesarias y conocimiento de la ejecución del servicio, de parte de todos los miembros de la organización, recuerda que no solo las personas que se encuentran en el frente hacen el servicio si no todos.

Capacidad de respuesta. Disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido y oportuno.

Fiabilidad. Es la capacidad de nuestra organización de ejecutar el servicio de forma fiable, sin contraer problemas. Este componente se relaciona directamente a la seguridad y a la credibilidad.

Elementos tangibles. Se trata de mantener en buenas condiciones las instalaciones físicas, los equipos, contar con el personal adecuado y los materiales de comunicación que permitan acercarnos al cliente.

### **Características de los servicios**

Por lo tanto, Berry (2014), define este tipo de características como “un servicio no puede conducir, inspeccionar, apilar o almacenar centralmente. Generalmente lo presta, donde quiera que esté el cliente, gente que está más allá de la influencia inmediata a la Gerencia” (p.36)

La persona que recibe el servicio no tiene nada tangible, el valor del servicio depende de su experiencia personal si se prestó inadecuadamente, un servicio no se puede revocar, si no se puede repetir, entonces las reparaciones es el único medio recursivo para la satisfacción del cliente.

La prestación del servicio generalmente requiere interacción humana en algún grado; comprador y vendedor se ponen en contacto en una forma relativamente personal para crear el servicio.

### **Calidad**

Berry (1998), señala que la calidad “se refiere no solo a la calidad de productos o de servicios terminados, sino también a la calidad de los procesos que se relacionan con dichos productos o servicios. La calidad pasa por todas las fases de la actividad de la empresa, es decir, en todos los procesos de desarrollo, diseño, producción, venta y mantenimiento de los productos o servicios” (p.10).

Stoner (1996) aporta que “la calidad en el lugar de trabajo va más allá de crear un producto de calidad superior a la medida y de buen precio, ahora se refiere a lograr productos y servicios cada vez más competitivos, esto entraña hacer las cosas bien desde la primera vez en lugar de cometer errores y después corregirlos” (p.146).

## **Requisitos del Proceso de mejoramiento de la calidad:**

Según Harrington (1998) señala los requisitos de la siguiente manera:

- Aceptación que el cliente es el elemento más importante del proceso.
- El convencimiento de que sí hay forma de mejorar.
- Enfoque administrativo, liderazgo y participación.
- El estándar del desempeño de cero errores.
- Enfocar el mejoramiento en el proceso, no en las personas.
- El reconocimiento a los éxitos.
- El convencimiento de que los proveedores pueden cooperar con nosotros sin comprender nuestras necesidades.

## **Dimensiones de la Calidad**

Según Harrington (1990) la calidad no es lo que se pone dentro de un servicio, es lo que el cliente obtiene de él, y por lo que está dispuesto a pagar. Por lo general, el cliente evalúa el desempeño de su organización de acuerdo con el nivel de satisfacción que obtuvo al compararlo con sus expectativas. La mayoría de los clientes utilizan cinco dimensiones para llevar a cabo dicha evaluación:

1. **Fiabilidad:** Es la capacidad que debe tener la empresa que presta el servicio para ofrecerlo de manera confiable, segura y cuidadora. Dentro del concepto de fiabilidad se encuentra incluido la puntualidad y todos los elementos que permiten al cliente detectar la capacidad y conocimientos profesionales de su empresa, es decir, fiabilidad significa brindar el servicio de forma correcta desde el primer momento.
2. **Seguridad:** Es el sentimiento que tiene el cliente cuando pone sus problemas en manos de una organización y confiar que serán resueltos de la mejor manera posible. Seguridad implica credibilidad, que a su vez incluye integridad, confiabilidad y honestidad. Esto significa que no sólo es importante el cuidado



de los intereses del cliente, sino que también la organización debe demostrar su preocupación en este sentido para dar al cliente una mayor satisfacción.

3. **Capacidad de Respuesta:** Se refiere a la actitud que se muestra para ayudar a los clientes y para suministrar el servicio rápido; también es considerado parte de este punto el cumplimiento a tiempo de los compromisos contraídos, así como también lo accesible que puede ser la organización para el cliente, es decir, las posibilidades de entrar en contacto con la misma y la factibilidad con que pueda lograrlo.
4. **Empatía:** Significa la disposición de la empresa para ofrecer a los clientes cuidado y atención personalizada. No es solamente ser cortés con el cliente, aunque la cortesía es parte importante de la empatía, como también es parte de la seguridad, requiere un fuerte compromiso e implicación con el cliente, conociendo a fondo de sus características y necesidades personales de sus requerimientos específicos.
5. **Intangibilidad:** A pesar de que existe intangibilidad en el servicio, en sí es intangible, es importante considerar algunos aspectos que se derivan de la intangibilidad del servicio.

### **Ética Profesional**

Ética: Es la parte de la filosofía que trata de la moral y las obligaciones del hombre.

La obligación moral con la sociedad

Responsabilidad social de nuestras actividades profesionales.

El hombre con ética está orgulloso de sus actos y se siente satisfecho por haber escogido el recto camino en su conducta.

El hombre que desprecia la ética, es dañino y su actividad es destructiva.

La obligación moral con la empresa

La empresa donde trabajamos está incorporada a la vida económica con la de la localidad con carácter permanente. Cuando nos toca tratar con el público, nosotros representamos a la empresa.

### **La obligación moral con el cliente**

La honradez es retribuida con la confianza del público. Si la empresa cumple, el cliente quedará satisfecho y regresará.

### **La obligación moral con sí mismo**

Es la fuerza que guía el trabajo para actuar correctamente con la sociedad, con la empresa y con el público que ella sirve.

### **Paciente con los demás tolera fallas**

La paciencia, la calma, el razonar, e investigar es lo que nos ayuda a tolerar fallas ajenas.

### **La memoria**

Para tratar al público o al cliente es necesario poseer buena memoria, ya que a ellos les gusta que los llamen por su nombre y quién no? Pues así los hace sentir importante dentro de la organización.

### **Imagen personal**

La elegancia no consiste en cambiar constantemente de ropa sino de llevar la apropiada a cada circunstancia y llevarla con distinción.

### **La organización empresarial o Institucional**

Autoridad: El poder de dar órdenes, ejecutar acciones y tomar decisiones finales.

No ejecutivos: Que no tiene autoridad de superación.

## **2.5. Bases legales**

La sociedad circunscribe las actuaciones de los seres humanos a una serie de normas y reglas, en todos y cada uno de los ámbitos en que se desenvuelve. Por

ejemplo, en el ámbito político, social, económico, cultural, educativo, religioso y judicial, entre otros. Pues también se encuentra regido en las leyes venezolanas.

### **Constitución Bolivariana de Venezuela**

**Artículo 117.** Todas las personas tendrán derecho a disponer de bienes y servicios de calidad, así como a una información adecuada y no engañosa sobre el contenido y características de los productos y servicios que consumen; a la libertad de elección y a un trato equitativo y digno. La ley establecerá los mecanismos necesarios para garantizar esos derechos, las normas de control de calidad y cantidad de bienes y servicios, los procedimientos de defensa del público consumidor, el resarcimiento de los daños ocasionados y las sanciones correspondientes por la violación de estos derechos.

Lo expuesto en este artículo justifica el hecho de que las personas indistintamente del género deben gozar de los servicios y bienes de calidad considerando ofertas que puedan brindar un beneficio para su consumo, donde dichas ofertas no sean embaucadoras o mentirosas. Así mismo, el usuario o cliente debe tener una libre elección de los productos de consumo de alta calidad. Caso contrario de estas aseveraciones las leyes estarán en condiciones de garantizar sanciones pertinentes donde se recompense al consumidor.

### ***Normas ISO 9000:2000***

La Norma ISO 9001 incorpora por primera vez el apartado de la Satisfacción de los Clientes en la revisión de Diciembre de 2000, incluido en el capítulo 8, referido a Medición, Análisis y Mejora, en su inciso 8.2.1 sobre la satisfacción del cliente. La Norma establece lo siguiente respecto a este requisito:

... como una de las medidas del desempeño del sistema de gestión de la calidad, la organización debe realizar el seguimiento de la información relativa a la percepción del cliente respecto al cumplimiento de sus requisitos por parte de la organización. Deben determinarse los métodos para obtener y utilizar dicha información.

La Norma no delimita con mayor detalle la aplicación de este requisito, aunque existen guías y manuales para su interpretación práctica, o normas adicionales para algún aspecto concreto de la misma, como la norma UNE-ISO 10002 sobre Directrices para el tratamiento de las quejas en las organizaciones.

Para los efectos de esta investigación y su relación con el artículo anterior, se puede decir que las empresas o instituciones a través de procesos rigurosos que incluya un buen sistema de gestión de calidad deben darle continuidad o seguimiento a los productos, bienes o servicios una vez que estén en manos del cliente o usuario, con el objeto de que este proceso brinde información sobre el conocimiento y apreciación por parte de los mismo, para finalmente de esta forma tomar decisiones relativas al servicio al cliente o al producto.

### **Manual de Organización; Dirección del Despacho Rectoral (2019)**

El consejo directivo aprueba la modificación del “Manual de Organización Dirección del Despacho Rectoral de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales “Ezequiel Zamora” UNELLEZ,” (**Versión 2**) en su aspecto 2.8.2 en lo relativo a la Coordinación de atención al ciudadano, donde señala:

Es la responsable de atender, orientar, apoyar y asesorar a los ciudadanos que acudan a solicitar información o requerir documentos, interponer denuncias, quejas, reclamos, sugerencias, peticiones; así mismo, debe informar a la ciudadanía sobre la utilización de los recursos bienes y gasto que integran el patrimonio de la Universidad; todo ello, con el fin de resolver de forma oportuna, eficiente y efectiva la tramitación de los requerimientos realizados.

Así mismo, el Manual de organización en las atribuciones en su aspecto numero 22 considera que es importante “Atender, orientar, apoyar y asesorar a los ciudadanos que acudan a solicitar información, requerir documentos o interponer denuncias, quejas, reclamos, sugerencias o peticiones. (p. 42)

## 2.6. Definición De Términos Básicos

La investigación requiere del esclarecimiento de algunas terminologías propias relacionadas con el tema lo cual permite al lector estar claro al momento de buscar cualquier tipo de información, en tal sentido los conceptos más básicos manejados en este trabajo son los siguientes:

**Atención al cliente:** Es el contacto directo entre la empresa y el cliente, en donde se determinan las necesidades del usuario y poder así ofrecer los diferentes servicios que se prestan, siendo entre ellos: atención, satisfacción y orientación.

**Atención:** Es la demostración de respeto, interés, cortesía, amabilidades.

**Atención al usuario:** El conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.

**Calidad:** Es el nivel de excelencia que la empresa ha logrado alcanzar para satisfacer a su clientela. Representa al mismo tiempo, la medida en que se logra dicha calidad. Característica que se atribuye a todas aquellas cosas que representan excelencia, eficacia y efectividad.

**Cliente:** Es el que exige de la empresa u organización los bienes y servicios que esta ofrece, además es el que, por sus expectativas y necesidades, impone a la empresa el nivel de servicio que debe alcanzar.

**Empresa de Servicio:** Es toda empresa que se caracteriza por la prestación de sus servicios a la comunidad.

**Establecer:** Implantar normas, reglas.

**Estandarización:** Es una de las tres bases de las actividades comerciales y significa la documentación de la mejor forma de realizar el trabajo.

**Estrategia:** Líneas maestra para la toma de decisiones que tienen influencia en la eficacia a largo plazo de una organización.

**Estructura:** conjunto de caracteres relativamente estables de un sistema económico en un período.

**Función:** Es un conjunto de tareas que el ocupante del cargo, ejerce de manera reiterada y sistemática

**Manual:** Son los libros o carpetas en las cuales se especifican por escrito las diferentes interrelaciones de la estructura organizacional.

**Optimizar:** Buscar la mejor manera de realizar una actividad.

**Organización:** Es la parte de la administración que supone el establecimiento de una estructura intencionada de los papeles que los individuos deberán desempeñar en una empresa.

**Plan:** Es una estructura que constituye un método racional para el cumplimiento de objetivos preseleccionados.

**Plan Estratégico:** Es el conjunto de operaciones que permiten el logro de las misiones de la organización.

**Procedimiento:** Son planes que establecen un método obligatorio para realizar las actividades futuras. Son una serie cronológica de acciones requeridas. Son pautas de acción más que de pensamiento que detallan la forma exacta en que se deben realizar determinadas actividades.

**Proponer:** Ofrecer, presentar un asunto oral o escrito.

**Satisfacción:** Acción y efecto de satisfacer o satisfacerse. Razón o modo con que se sosiega, responde enteramente a una queja, sentimiento o razón contraria. Cumplimiento del deseo o del gusto.

**Servicio:** Es el conjunto de prestaciones del cliente, producto de la conveniencia del precio, la imagen y la marca del mismo.

**Standard o estándares:** Una mejor forma de realizar el trabajo, es decir, un conjunto de políticas, reglas, instrucciones y procedimientos establecidos por la gerencia para todas las operaciones importantes, que sirvan como pauta para que todos los empleados desempeñen sus tareas de tal forma que aseguren buenos resultados.

**Usuarios:** Persona que usa o requiere de los servicios. Cliente de los servicios de una empresa u organización. Pueden ser internos o externos.

## **2.7. Sistema de variables**

Tamayo y Tamayo (2003), explican que las definiciones operacionales son esenciales para poder llevar a cabo cualquier investigación, ya que los datos deben ser recogidos en términos de hechos observables.

A juicio de Tamayo y Tamayo (2003):

“La definición operacional de cada variable identificada en el estudio representa el desglosamiento de la misma en aspectos cada vez más sencillo que permitan la máxima aproximación para poder medirla, estos aspectos se agrupan bajo las denominaciones de dimensiones, indicadores y de ser necesarios subindicadores” (p. 94).

Las dimensiones representa el área o áreas del conocimiento que integra la variable y de la cual se desprende los indicadores, constituyendo estos últimos los aspectos que se sustraen de la dimensión, que van a ser objeto de análisis de la investigación. Si los indicadores resultan complejos se simplificarán en subindicadores.

La definición operacional de cada variable permite abordar el estudio de una manera profunda, pues el énfasis de la labor de la investigación estaría concentrado en la caracterización de cada variable.

## Cuadro 1

### 2.8. Operacionalización de variables

**Objetivo General:** Diseñar un Plan Estratégico para mejorar la atención al usuario de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora, UNELLEZ BARINAS 2021-2022. Caso de estudio: UNELLEZ-VPDS.

Objetivos específicos	Variables	Conceptualización	Dimensión	Indicadores	Ítem
Diagnosticar la situación que presenta la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ. Caso de estudio: UNELLEZ-VPDS en cuanto a la atención al usuario	Atención al usuario	Representa el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo.	Servicios	Usuario Calidad Conformidad Trabajo en equipo Asistencia Prestación	<b>1</b> <b>2</b> <b>3</b> <b>4</b> <b>5</b> <b>6</b>
Establecer las funciones de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ. Caso de estudio: UNELLEZ-VPDS para la atención del usuario	Funciones del personal	Mejorar la calidad de los servicios que reciben los clientes. Por lo tanto, el encargado de esta área debe asumir diversas responsabilidades.	Responsabilidades	Comunicación Satisfacción insatisfacción Prevención de conflictos Sugerencias Manuales (funciones, procedimientos)	<b>7</b> <b>8</b> <b>9</b> <b>10</b> <b>11</b> <b>12</b>
Elaborar una propuesta de un Plan Estratégico para mejorar la atención al usuario de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ, Caso de estudio: UNELLEZ-VPDS	Plan estratégico	Documento que determina las directrices a través de objetivos y metas que persigue la organización, contiene políticas y procedimientos empleados para el logro de objetivos determinados.	Estrategias	Misión, Visión Estrategias de prestación de servicios Habilidades Atención al usuario	<b>13</b> <b>14</b> <b>15</b> <b>16</b>

**Fuente. Morales (2021)**



## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

Según Arias (2006), “la metodología del proyecto incluye el tipo o tipos de investigación, las técnicas y los instrumentos que serán utilizados para llevar a cabo la indagación. Es el “como” se realizara el estudio para responder al problema planteado” (p. 110). De modo que, el marco metodológico describe los métodos y técnicas empleados en la investigación, a su vez permite enfrentarlo a la realidad para determinar si el problema en estudio orienta el desarrollo del presente trabajo de investigación, el cual se define como el momento donde se articula, agrupa y relacionan mecanismos para identificar el tipo de investigación, el diseño y las técnicas metodológicas que deban emplearse para indagar a profundidad y de esta forma dar respuesta a lo planeado, que en este caso se fundamenta en la atención al usuario en la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ, Barinas 2021-2022. Caso de estudio: UNELLEZ-VPDS.

#### **3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN**

En función a la naturaleza y características del problema en estudio, la investigación es descriptiva porque trata de ofrecer una visión aproximada de la realidad desde el mismo lugar donde se producen los fenómenos investigados. Arias (2006), señala que “la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo con el fin de establecer su estructura o comportamiento. (p. 24). En este caso los datos se tomarán directamente de la realidad objeto de estudio.

En tal sentido, esta definición coincide con el objetivo del presente trabajo, pues se trata de la realización de una investigación para conocer la necesidad de un Plan Estratégico para mejorar la atención al usuario de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora, UNELLEZ, Caso de estudio: UNELLEZ-VPDS y sobre la base de las incidencias encontradas proponer soluciones al respecto.

### **3.2 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN**

El diseño de la investigación de acuerdo a Hernández y otros (2007), se fundamenta en “un plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación” (p. 159). En este sentido, la investigación de competencia se categoriza en un diseño transeccional o transversal descriptivo el cual tiene como objetivo indagar la incidencia y los valores en que se manifiesta una o más variables, en este orden de ideas, Hernández y otros (Ob. cit.) señala que “el procedimiento consiste en medir en un grupo de personas u objetos una o – generalmente- más variables y proporcionar su descripción” ( p. 194) . Así mismo, es considerada de campo bajo la modalidad de proyecto factible, donde al respecto, Arias (2006) manifiesta que “la investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados o de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variable alguna.” (p. 31).

Pues bien, al referirse a una investigación de campo corresponde al análisis sistemático del problema en la realidad con el propósito de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes explicando sus causas y efectos o predecir su ocurrencia con uso de métodos basados en cualquier paradigma de investigación. Por otra parte, la investigación reúne las condiciones de un proyecto factible, Dentro de esta misma idea, Jiménez, (2012) manifiesta que un proyecto factible es “la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo

operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales; puede referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos o procesos. El proyecto debe tener apoyo en una investigación de tipo documental, de campo o un diseño que incluya ambas modalidades” (p. 142)

En ese caso, según Jiménez (Ob. Cit.) el concepto es amplio y ello permite seguridad de lo que se quiere hacer cuando se elabora el trabajo de grado bajo la modalidad. Mediante el proyecto factible se pretende darle solución a un problema, buscarle salida noble, mediante la utilización de los mejores recursos humanos, materiales y científicos.

De modo que, la investigación de competencia funciona bajo una modalidad de proyecto factible porque se fundamenta en un diagnóstico a los usuarios de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ, Caso de estudio: UNELLEZ-VPDS Barinas, donde surge un planteamiento y fundamentación teórica, que da pie con el uso de recursos necesarios determinar la viabilidad y la realización del proyecto contenido de un Plan Estratégico de atención al usuario de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ.

En ese caso, el valor metodológico preponderante de este tipo de investigación radica en que permite al investigador verificar las condiciones en que se han conseguido sus datos, haciendo posible su versión o modificación, en el caso que surjan determinadas dudas respecto a su calidad.

### 3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

#### 3.3.1 Población

En una investigación la población está constituida por todas las personas, objetos o cosas que sirven de base para plantear el problema y que por su naturaleza presentan características importantes dentro de un contexto bien definido. A este respecto, Hurtado de Barrera (2011) indica; “Una población es cualquier grupo de individuos que posean, uno o más características en común de interés para el investigador. (p. 94).

La población de esta investigación estuvo conformada por todos los estudiantes nuevos ingresos por programa, usuarios de la Coordinación de Ingreso de la UNELLEZ, periodo 2021-2022. Estos representan un total de nueve mil doscientos sesenta y siete (9267) alumnos, los cuales se muestran a continuación.

**Cuadro 2**

**Número de estudiantes por programa y carrera  
(Usuarios de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ, periodo  
2021-2022. Caso de estudio: UNELLEZ-VPDS )**

<b>Programa</b>	<b>Carreras</b>	<b>Total Ingreso</b>
Educación	11	689
Sociales	4	3472
Agro y Mar	5	2514
Ingeniería	6	2005
Salud	6	587
<b>total ingresos</b>		<b>9267</b>

**Fuente: UNELLEZ/DARSE. DUX. Control de estudio**

#### 3.3.2 Muestra

Teóricamente, la muestra es un subgrupo de la población, es decir, un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población; las muestras definen el método a utilizar y el proceso para la selección de las unidades de análisis. Según Hernández, (2006), la muestra es; “el subgrupo de elementos, objetos o cosas pertenecientes a un conjunto de la población” (p. 207).

En ese caso, el método de muestreo utilizado para la investigación es probabilístico, de tipo estratificado, más específicamente muestreo estratificado con afijación proporcional. Para Ramírez (2007) “esta modalidad de muestreo estratificado supone la representatividad de cada estrato en la muestra definida” (p. 93).

No obstante, debido a que la población es conocida (población finita), para los efectos del cálculo del tamaño de la muestra se utilizó la fórmula estadística siguiente:

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

Donde;

n= Tamaño de la muestra.

N= Total de elementos que integran la población.

$Z^2$  = Zeta crítico: valor determinado por el nivel de confianza adoptado, elevado al cuadrado. Para un grado de confianza de 95% el coeficiente es igual a 2, entonces el valor de zeta crítico es igual a  $2^2 = 4$

e= Error muestral: falla que se produce al extraer la muestra de la población. Generalmente oscila entre 1% y 5%.

p= Proporción de elementos que presentan una determinada característica a ser investigada, representada por 0.50. Dicho de otra forma, (La mitad del error. Probabilidad a favor).

q= Proporción de elementos que no presentan las características que se investiga, representada por 0.50. Dicho de otra forma, (La mitad del error. Error en contra).

$$n = \frac{9.267 \times 4 \times 50 \times 50}{5^2 \times (9.267-1) + 4 \times 50 \times 50} = \frac{92.670.000}{231.650+10.000}$$

$$n = \frac{92.670.000}{241.650} = 383 \text{ alumnos}$$

**n= 383alumnos**

No obstante, se utilizó un factor de representación proporcional (frp) para definir los alumnos encuestados por programa equivalente a:

$$\begin{array}{l} 9.267 \text{ alumnos} \text{ -----} 100\% \\ 375 \text{ alumnos} \text{ -----} X \end{array} \quad X = (383 \times 100) / 9.267$$

**frp= 0.0413**

Por consiguiente, se asumirán como muestras definitivas 383 distribuidos por programas. (ver anexo 2)

### **3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN**

Las técnicas utilizadas para la recolección de datos e información y los instrumentos básicos necesarios para lograr una buena investigación lo constituyen los

diversos medios más adecuados que son usados por el investigador para medir las diferentes variables abordadas en los objetivos preestablecidos.

Al respecto, Sabino (2002) señala que “existen variedad de técnicas e instrumentos de recogida de datos de acuerdo a la temática a investigar, los objetivos propuestos, la adecuación a cada situación y su mayor o menor conocimiento” (p.50). Por otra parte, Arias (2006) explica que “las técnicas son los procedimientos o formas particulares de obtener datos o información. Asimismo, un instrumento de recolección de datos es cualquier recurso, dispositivo o formato (en papel o digital), que se utiliza para obtener, registrar o almacenar información” (p.68).

En este orden de ideas, la investigación utilizó como técnica la encuesta escrita y como instrumento un cuestionario estructurado autoadministrado con dieciséis ítems con preguntas cerradas de clasificación dicotómicas, donde se facilitó al entrevistado dar sus respuestas de forma clara y explícita, respuesta que permitieron recolectar la información requerida para el logro de los objetivos de la investigación.

## **3.5 VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**

### **3.5.1 Validez**

La validez en términos generales, según Hernández y otros (2006) “Se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir. La validez es un concepto del cual puede tenerse diferentes tipos de evidencia; con el contenido” (p. 136).

La validación del instrumento se hizo a través de la técnica de “juicio de experto”, la cual consiste en el criterio emitido por tres (3) especialistas, quienes analizaron el contenido de la temática; examinaron el instrumento en cuanto a: redacción, pertinencia y congruencia, realizando los ajustes recomendados por ellos, para verificar que el instrumento mida las variables.

### **3.5.2 Confiabilidad**

En opinión de Acosta (1999) la confiabilidad representa “el grado en que sus resultados son estables, precisos y libres de error” (p. 35).

En ese caso, según Hernández y otros(2006) “se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce resultados iguales” (p. 276). En base a lo anterior, la confiabilidad de los instrumentos de la investigación se determinó a través de la aplicación de una prueba piloto a diez (10) estudiantes diferentes de la población objeto de estudio. En tal sentido, la confiabilidad de los instrumentos de medición se determinó mediante la fórmula del Método de Equivalencia Racional o Kuder-Richardson (Fórmula KR-20), aplicado para ítems con carácter de tipo dicotómico, con dos alternativas de respuesta , los aciertos para el cálculo de confiabilidad son contabilizados con un (1) punto y con cero (0) para los desaciertos. Los cálculos fueron determinados a través de la siguiente fórmula:



$$KR - 20 = \left(\frac{k}{k-1}\right) * \left(1 - \frac{\sum p.q}{Vt}\right)$$

En este sentido, los resultados arrojan un valor del coeficiente equivalente a 0,95. Esto indica una interpretación excelente, sin embargo, en las ciencias sociales, es usual que instrumentos con coeficientes superiores a 0,75 se consideren aceptablemente confiables.

### **3.6 TÉCNICA DE ANÁLISIS DE LOS DATOS**

En cuanto a las técnicas a utilizar en el análisis de los datos podemos señalar que la misma corresponde al ordenamiento y agrupación de estos estadísticamente, usando cuadros y gráficos, con el uso de pruebas paramétricas con apoyo del programa estadístico SPSSv.25 y el EXCEL que permiten lograr una información detallada garantizando alternativas de solución al problema planteado

En este sentido, Arias (2012), define que: “En este punto se describen las distintas operaciones a las que serán sometidos los datos que se obtengan: clasificación, registro, tabulación y codificación si fuera el caso” (p. 115).

## CAPÍTULO IV

### INTERPRETACIÓN Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS

El análisis e interpretación de los resultados comprende una explicación de cada ítem en particular tomado del instrumento aplicado a los entes involucrados, además una presentación mediante cuadros y gráficas donde se visualiza las distintas variables manejadas en el estudio.

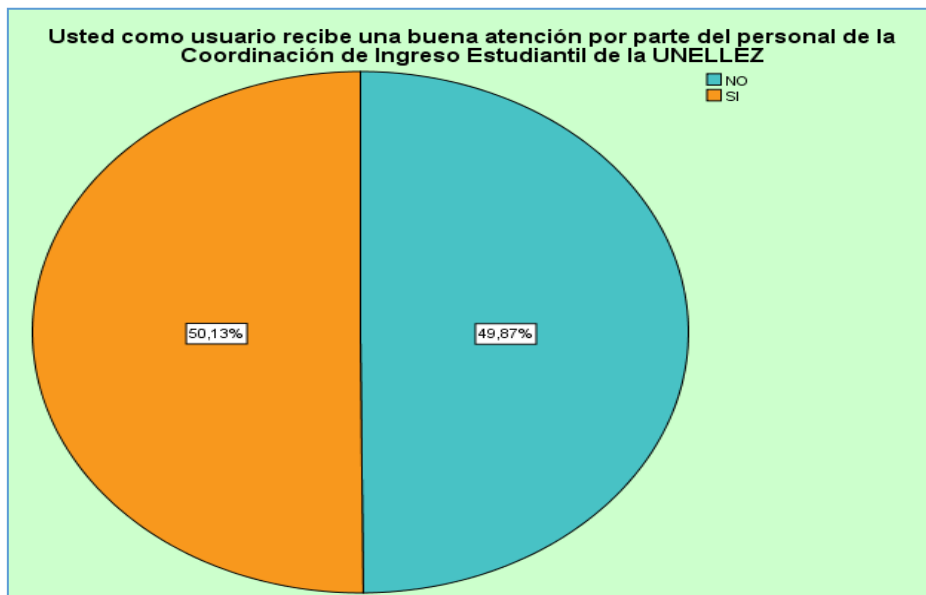
**Cuadro 3**

**¿Usted como usuario recibe una buena atención por parte del personal de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO	191	49,87	49,87	49,87
	SI	192	50,13	50,13	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

**Fuente:** Morales (2022)

**Gráfico 1**



**Fuente:** Morales (2022)

El gráfico 1 muestra las diferentes opiniones de los encuestados, donde se consulta acerca de la atención por parte del personal de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ. A tal efecto, el 50,13% manifiesta que sí. Por otra parte, 49,87% consideran que ellos como usuarios no reciben la debida atención por el servicio prestado en la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ. De acuerdo a estos resultados, Según el Manual de Calidad de la Schlumberger Quality Management (2012), se cumplen con algunos principios de atención al cliente o usuario, en los que se pueden señalar; el cliente o usuario es lo primero y la calidad es sinónimo de cumplir con los requisitos y con las expectativas.

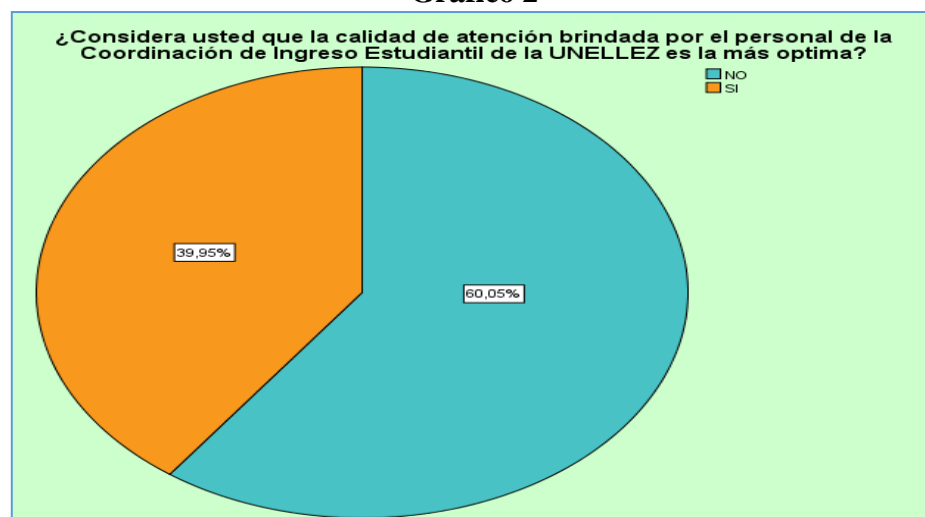
#### Cuadro 4

**¿Considera usted que la calidad de atención brindada por el personal de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ es la más óptima?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO	230	60,05	60,05	60,05
	SI	153	39,95	39,95	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

Fuente: Morales (2022)

#### Gráfico 2



Fuente: Morales (2022)

En la gráfica 2 se evidencia que el 60,05% de los estudiantes responden negativamente a este ítem señalando que la calidad de atención brindada por el personal de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ no es la más óptima. Se asume que dentro de la calidad del servicio y atención si no se cuida lo básico, de nada servirán los detalles y los extras. Berry (2014), señala que hay que considerar entre otras cosas; seguridad, credibilidad, comunicación, comprensión del cliente, accesibilidad y cortesía. No obstante, el 39,95% asumen que la calidad de atención brindada por el personal de la coordinación de ingreso de la UNELLEZ es la más óptima.

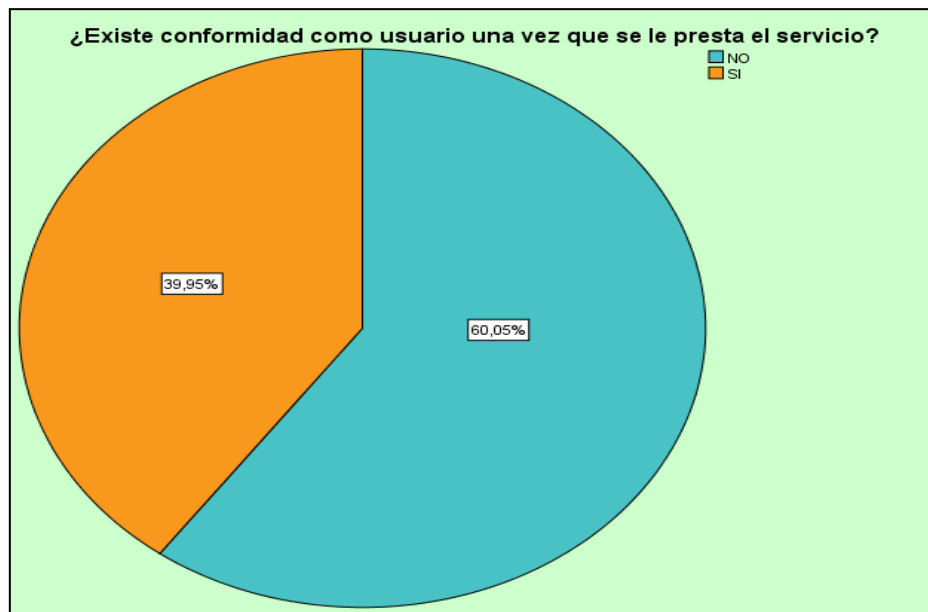
**Cuadro 5**

**¿Existe conformidad como usuario una vez que se le presta el servicio?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO	230	60,5	60,05	60,05
	SI	153	39,95	39,95	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

**Fuente:** Morales (2022)

**Gráfico 3**



**Fuente:** Morales (2022)

En la gráfica anterior se evidencia que de los trescientos ochenta y tres (383) usuarios abordados a través del instrumento en la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora, UNELLEZ, 60,05% asumen que no existe conformidad como usuario una vez que se le presta el servicio. Opinan así mismo que, como usuario, tiene derecho a reclaman cualquier inconformidad del servicio y su queja será atendida con prontitud y completamente por una persona experta, que sea capaz y este deseoso de conseguir cualquier irregularidad. Por otra parte, el 39,95% de los encuestados dicen que existe conformidad como usuario una vez que se le presta el servicio.

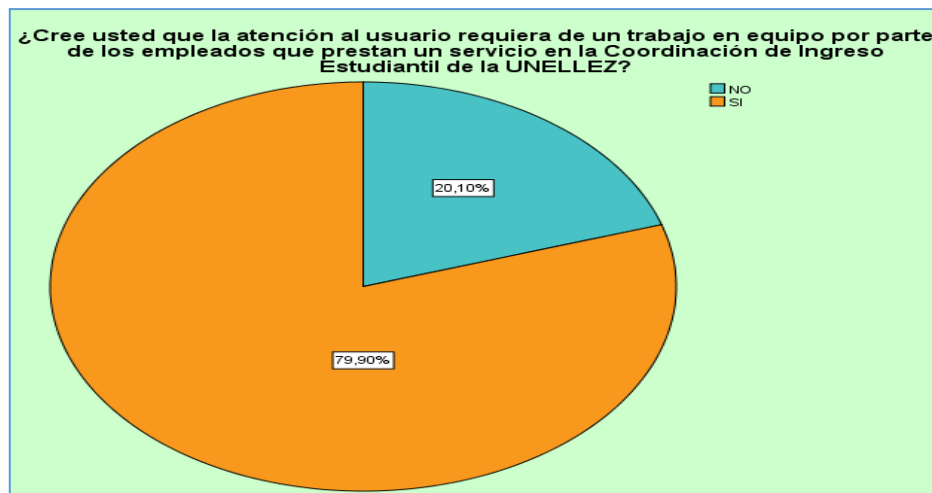
**Cuadro 6**

**¿Cree usted que la atención al usuario requiera de un trabajo en equipo por parte de los empleados que prestan un servicio en la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO	77	20,10	20,10	20,10
	SI	306	79,90	79,90	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

**Fuente:** Morales (2022)

**Gráfico 4**



**Fuente:** Morales (2022)

El 79,90% de los estudiantes abordados en el cuestionario consideran que la atención al usuario requiera de un trabajo en equipo por parte de los empleados que prestan un servicio en la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ. A diferencia de una minoría, es decir, 20,10% está en desacuerdo a esta afirmación, por ende deben actualizarse los criterios rigurosos y técnicos para el trabajo en equipo pudiéndose satisfacer las necesidades a los usuarios que a diario visitan esta coordinación. En opinión de Chiavenato, (2012) se deben plantear “estrategias que motiva a los ejecutivos y a todos los participantes a la satisfacción de las necesidades y exigencias de los clientes, y permite concentrar todos los conocimientos en las diversas necesidades y exigencias de los diferentes canales de mercado, todo ello a través de un trabajo colaborativo” (p. 74)

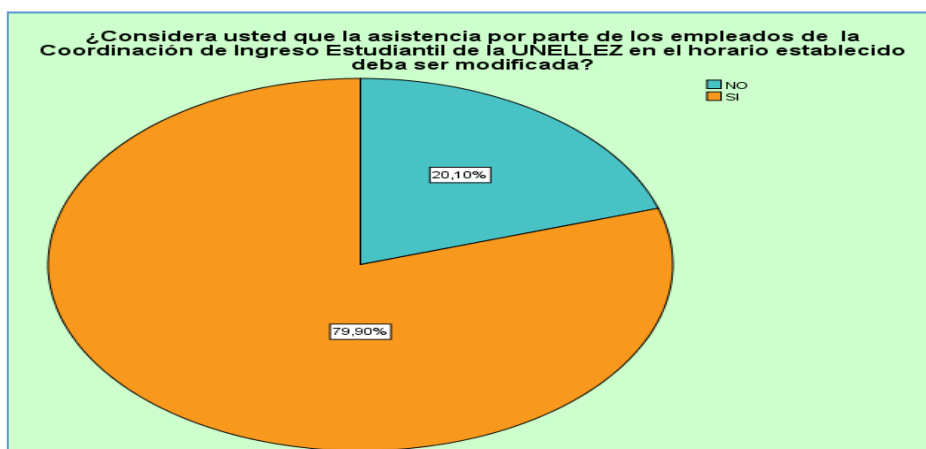
**Cuadro 7**

**¿Considera usted que la asistencia por parte de los empleados de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ en el horario establecido deba ser modificada?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO	77	20,10	20,10	20,10
	SI	306	79,90	79,90	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

**Fuente:** Morales (2022)

**Gráfico 5**



**Fuente:** Morales (2022)

En la gráfica 5 se evidencia la opinión de los estudiantes relativa a la asistencia por parte de los empleados de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ en el horario establecido. 79,90% manifiestan que los horarios establecidos deben ser modificados, debido al poco personal que labora en la coordinación de ingreso, el número elevado de matrícula que semestralmente busca una oportunidad de estudio, el espacio físico reducido para la atención a los usuarios, entre otros elementos. Por otra parte, una minoría representado por un 20,10% consideran que se deben mantener esos horarios de atención al usuario, pero deben crearse planes con acciones que incluyan adiestramiento al funcionario, relaciones humanas, manejo de la plataforma de la Dirección de Admisión, Registro, Seguimiento y Egreso Estudiantil, DARSE, entre otros.

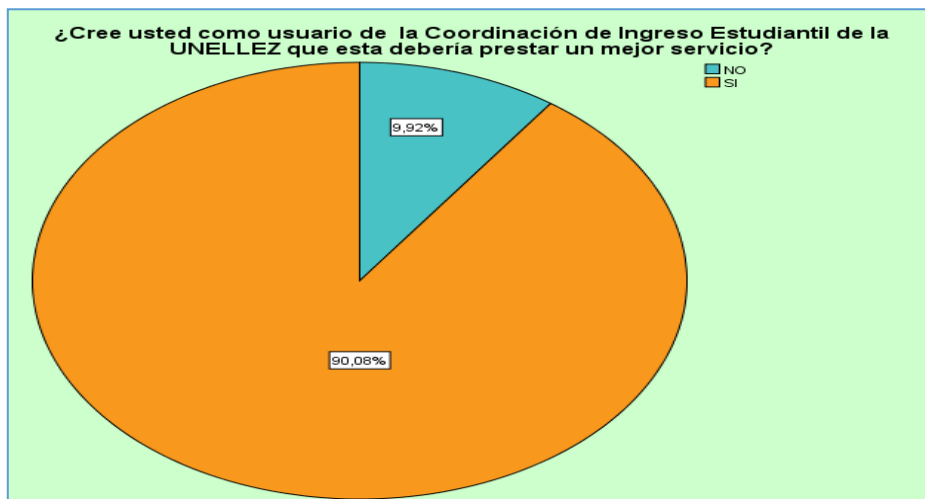
**Cuadro 8**

**¿Cree usted como usuario de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ que esta debería prestar un mejor servicio?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO	38	9,92	9,92	9,92
	SI	345	90,08	90,08	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

**Fuente:** Morales (2022)

**Gráfico 6**



**Fuente:** Morales (2022)

En el cuadro 8 se evidencia que 90,08% de los usuarios manifiestan que la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ debería prestar un mejor servicio. En tal sentido, lo que se busca es la atención óptima en el servicio que demanda el estudiante, manteniendo una comunicación acorde, respeto, rapidez, eficacia, eficiencia y todo aquello que deje satisfecho al usuario.. Por otra parte, 9,92% señalan que no es mejorar el servicio, sino, preparar al funcionario en sus diferentes cargos para habilitar rápidamente la tramitación de documentos, previendo los conflictos funcionario-estudiante cuando el estudiante necesita cualquier servicio.

**Cuadro 9**

**¿Considera usted importante la comunicación como parte de la responsabilidad para brindar un buen servicio de atención al usuario?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO	38	9,92	9,92	9,92
	SI	345	90,08	90,08	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

**Fuente:** Morales (2022)

**Gráfico 7**



**Fuente:** Morales (2022)



De la totalidad de estudiantes encuestados en la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora, UNELLEZ, 90,08% Considera importante la comunicación como parte de la responsabilidad para brindar un buen servicio de atención al usuario. Por si fuera poco, el 9,92% señalan que no es importante dicha comunicación. Esto se evidencia en el gráfico 7. Este alto porcentaje que asevera esta situación en opiniones de Berry (2014), es porque se debe “mantener bien informado al cliente utilizando un lenguaje oral y corporal sencillo que pueda entender , si ya hemos cubierto los aspectos de seguridad y credibilidad seguramente será más sencillo mantener abierto el canal de comunicación cliente-empresa” (p. 102).

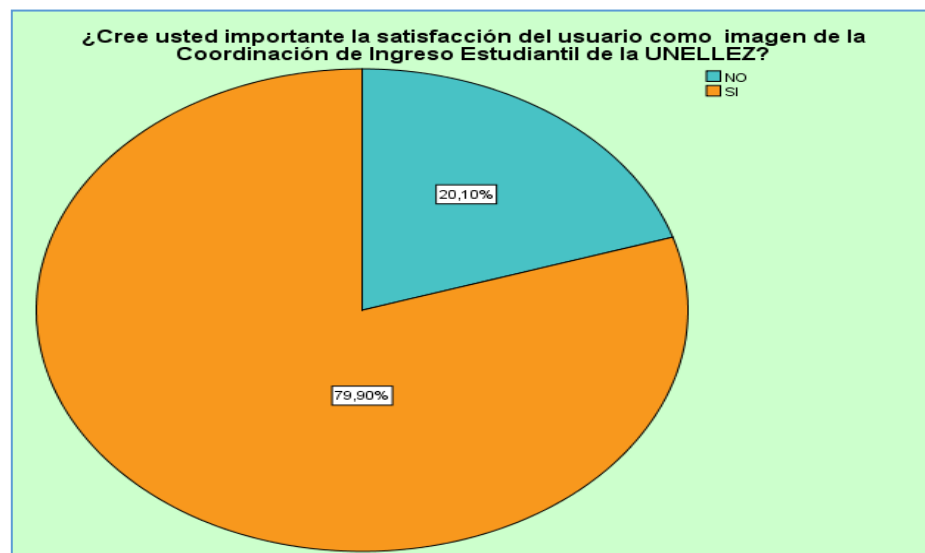
**Cuadro 10**

**¿Cree usted importante la satisfacción del usuario como imagen de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO	77	20,10	20,10	20,10
	SI	306	79,90	79,9	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

**Fuente:** Morales (2022)

**Gráfico 8**



**Fuente:** Morales (2022)

El cuadro 10 recoge la opinión de los encuestados sobre la importancia que es la satisfacción para el usuario como imagen de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ. Un 79,90% asumen que si es importante debido a que realza el prestigio y popularidad dentro de la coordinación y la institución de estudios superiores, un 20,10% consideran que no. Lo cierto es que, este alto porcentaje basan este señalamiento en el profesionalismo, pertenencias de las destrezas necesarias y conocimiento de la ejecución del servicio, de parte de todos los funcionarios de la coordinación, recuerda que no solo las personas que se encuentran en el frente hacen el servicio si no todos. En opinión de Chiavenato, (2012), “cuando la satisfacción del cliente es el aspecto más crítico de la organización. La Departamentalización por clientela es el enfoque más orientado hacia el exterior de la organización, preocupada más por el cliente que por sí misma” (p 79)

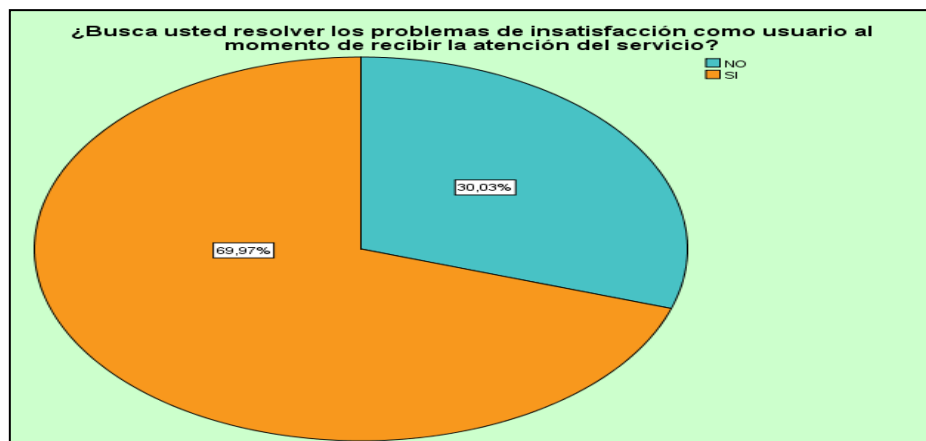
**Cuadro 11**

**¿Busca usted resolver los problemas de insatisfacción como usuario al momento de recibir la atención del servicio?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO	115	30,03	30,03	30,03
	SI	268	69,97	69,97	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

**Fuente:** Morales (2022)

**Gráfico 9**



**Fuente:** Morales (2022)

En la gráfica 9 se evidencia que de los trescientos ochenta y tres (383) estudiantes abordados a través del instrumento en la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora, UNELLEZ, 69,97% busca resolver los problemas de insatisfacción como usuario al momento de recibir la atención del servicio. Por otra parte, 30,03% son de la opinión que no busca resolver los problemas por efectos de insatisfacción como usuario, por ende optan por otro medio. Para Berry (2014), “Cortesía. Tensión, simpatía, respeto y amabilidad del personal, como dicen por ahí, la educación y las buenas maneras no pelean con nadie. Es más fácil cautivar a nuestros clientes si les damos un excelente trato y brindarles una gran atención, todo ello forma parte de la satisfacción a la clientela” (p. 94)

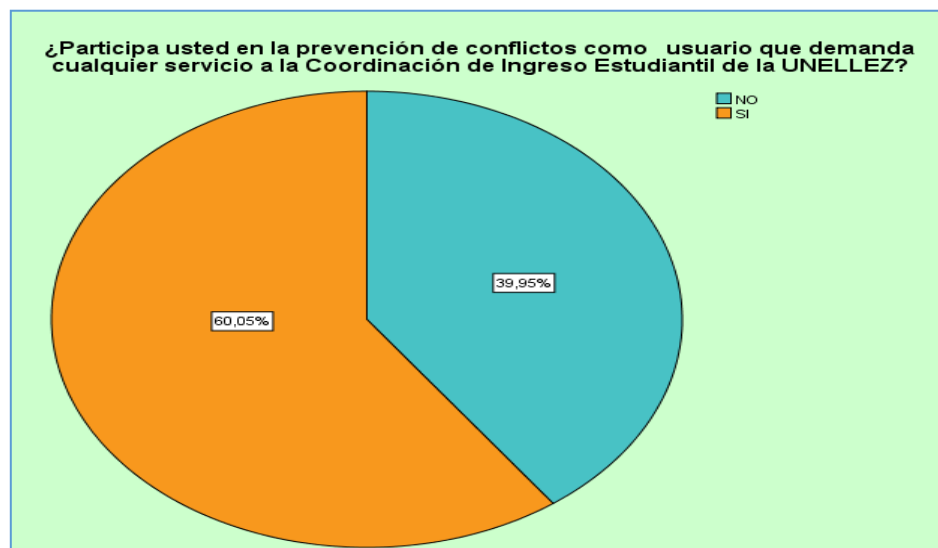
**Cuadro 12**

**¿Participa usted en la prevención de conflictos como usuario que demanda cualquier servicio a la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO	153	39,95	39,95	39,95
	SI	230	60,05	60,05	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

**Fuente:** Morales (2022)

**Gráfico 10**



**Fuente:** Morales (2022)

En la gráfica 10 se evidencia que 60,05% de los encuestados manifiestan que participan en la prevención de conflictos como usuario que demanda cualquier servicio a la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ. A tal efecto, no se trata de sonreírles en todo momento a los usuarios, sino de mantener una buena comunicación no conflictiva que permita saber que desea, cuando lo desea y como lo desea en un caso sería orientarnos en su lugar, ello evitaría todo tipo de disputa entre ambas partes. Por otra parte, 39,95% señalan que no participa en la prevención de conflictos cuando demanda cualquier servicio, aseveran, que tener enfrentamientos entre funcionario-estudiante daña la imagen de la coordinación y en su defecto a la casa de estudios.

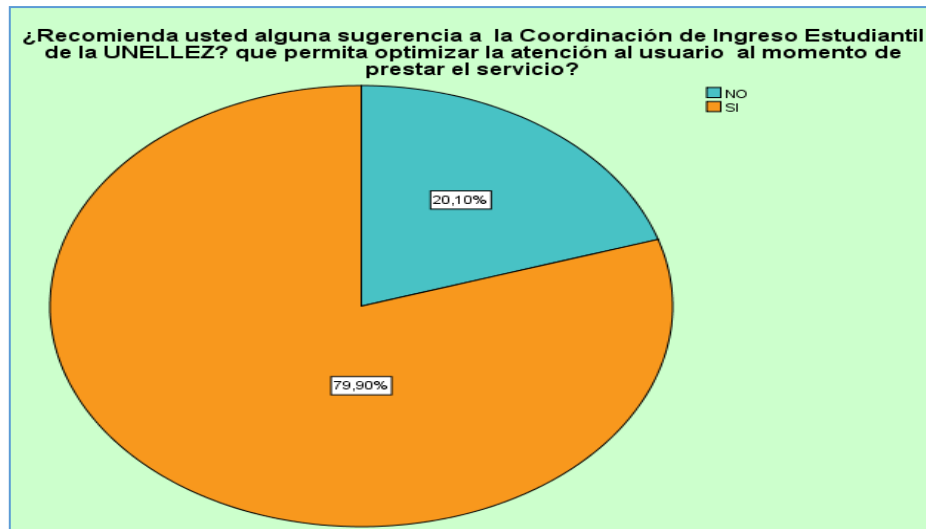
**Cuadro 13**

**¿Recomienda usted alguna sugerencia a la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ? que permita optimizar la atención al usuario al momento de prestar el servicio?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO	77	20,10	20,10	20,10
	SI	306	79,90	79,90	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

**Fuente:** Morales (2022)

**Gráfico 11**



**Fuente:** Morales (2022)

El cuadro 13 muestra que el 79,90% recomienda alguna sugerencia a la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ? que permita optimizar la atención al usuario al momento de prestar el servicio. No obstante, 20,10% asumen que no tienen sugerencias, consideran que reciben la debida atención al momento de cualquier tipo de solicitud. Este alto porcentaje se fundamentan en que su demanda por algún trámite se llevó a cabo en un periodo donde hay mayor concurrencia de alumnos o usuarios.

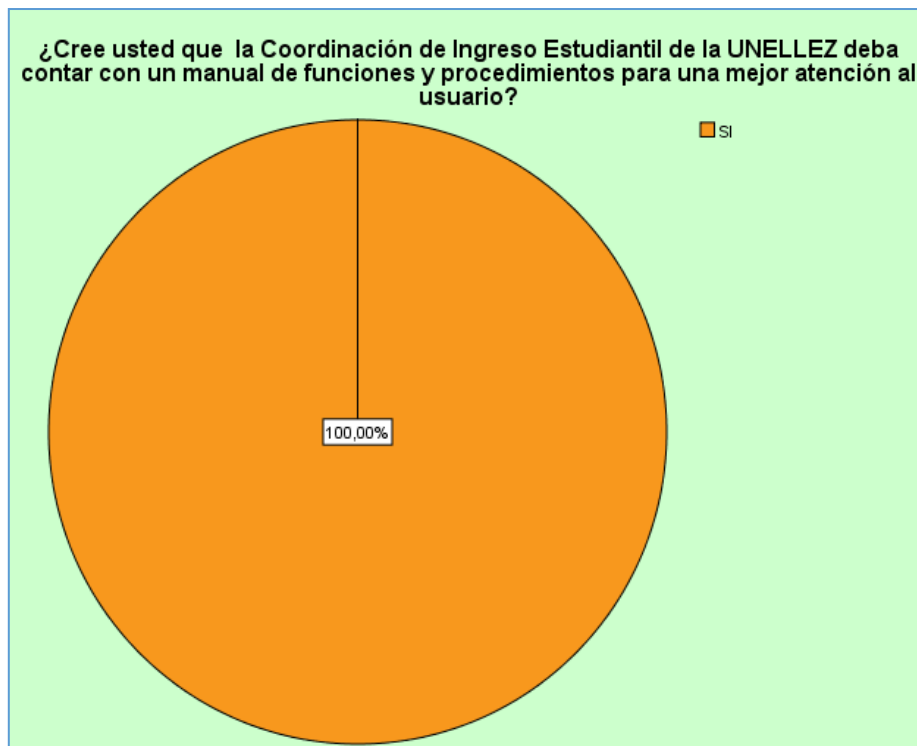
**Cuadro 14**

**¿Cree usted que la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ deba contar con un manual de funciones y procedimientos para una mejor atención al usuario?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	383	100,0	100,0	100,0

**Fuente:** Morales (2022)

**Gráfico 12**



**Fuente:** Morales (2022)

El gráfico 12 recoge la opinión de los encuestados donde se consulta si la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ deba contar con un manual de funciones y procedimientos para una mejor atención al usuario. El 100% considera que sí. Como puede comprobarse la totalidad de los estudiantes identifica esta situación como una debilidad, para lo cual es necesario desarrollar acciones tendentes a diseñar manuales de funciones y procedimientos que especifiquen de acuerdo a los cargos la forma correcta de desarrollar los procesos administrativos y la atención a los usuarios, todo esto acompañado de campañas de socialización de los mismos a fin de darlos a conocer y monitoreo en la implementación.

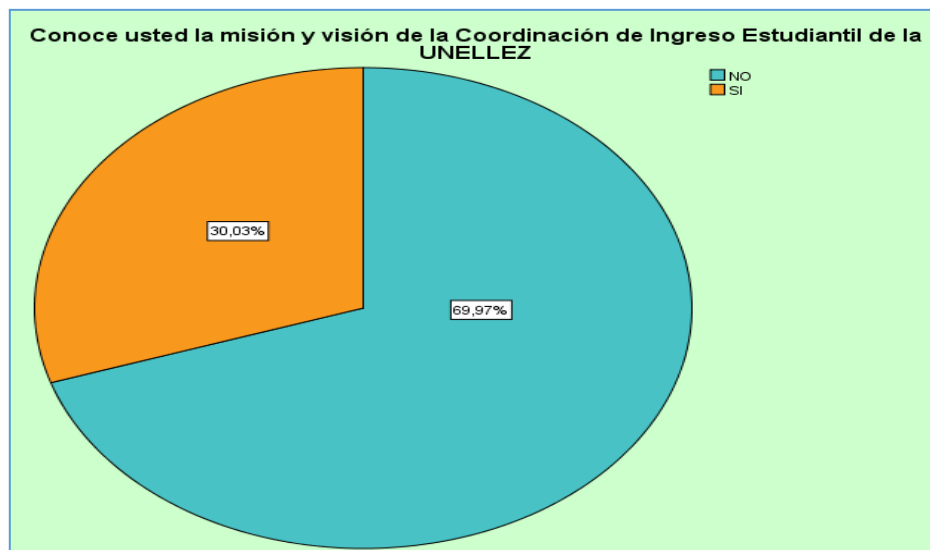
**Cuadro 15**

**¿Conoce usted la misión y visión de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO	268	69,97	69,97	69,97
	SI	115	30,03	30,03	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

**Fuente:** Morales (2022)

**Gráfico 13**



**Fuente:** Morales (2022)

De la totalidad de estudiantes abordados en los diferentes programas de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora, UNELLEZ, 69.97% asumen de forma negativa su opinión, donde se consulta sobre el conocimiento de la misión y visión de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ. No obstante, 30,03% afirman conocer la misión y visión de dicha coordinación. Este alto porcentaje que consideran negativamente su conocimiento, se debe a que esta población representa los nuevos ingresos a la educación superior a esta casa de estudios.

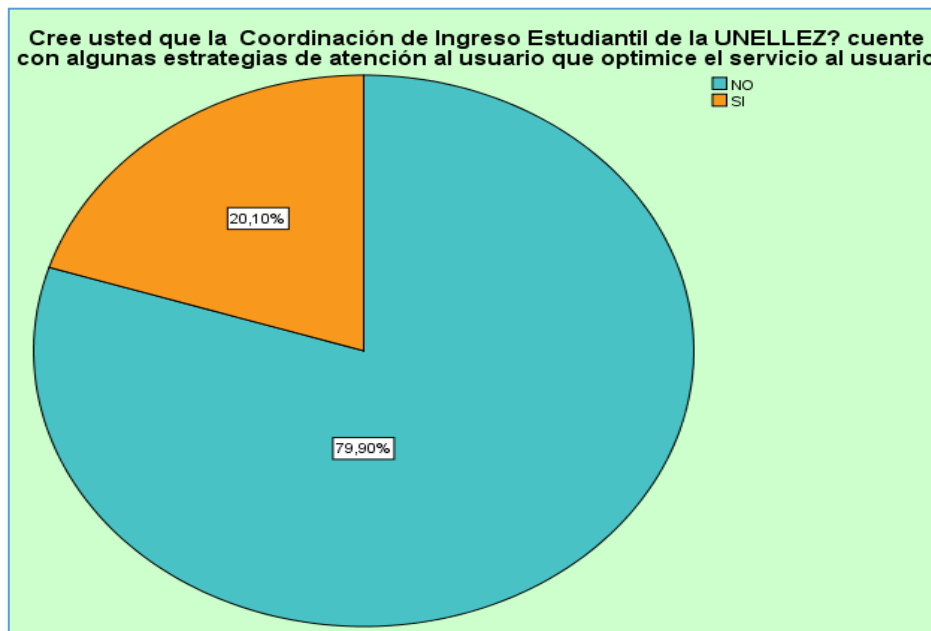
**Cuadro 16**

**¿Cree usted que la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ? cuente con algunas estrategias de atención al usuario que optimice el servicio al usuario?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO	306	79,90	79,90	79,90
	SI	77	20,10	20,10	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

**Fuente:** Morales (2022)

**Gráfico 14**



**Fuente:** Morales (2022)

De los trescientos ochenta y tres (383) estudiantes abordados en el cuestionario el 79,90% manifiestan negativamente que la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ cuente con algunas estrategias de atención al usuario que optimice el servicio al usuario. Esta debe desarrollar un plan donde no se infrinja las normas y leyes para garantizar un adecuado funcionamiento en el área de competencia y por ende una buena atención al usuario. Por otra parte, 20,10% revelan que si existen estrategias de atención al usuario para prestar un excelente servicio cuando se trata de tramitación de documentos. A tal efecto, Jerome (2000), señala que “su importancia radica en que las decisiones estratégicas básicas son las que determinan la imagen de la institución o empresa y las estrategias que adoptará de ahí suele depender el éxito o el fracaso” (p. 69). Un plan excelente puede ejecutarse de un modo deficiente y a pesar de ello ser rentable; en cambio un plan deficiente puede instaurarse bien y aun así acarrear pérdidas.

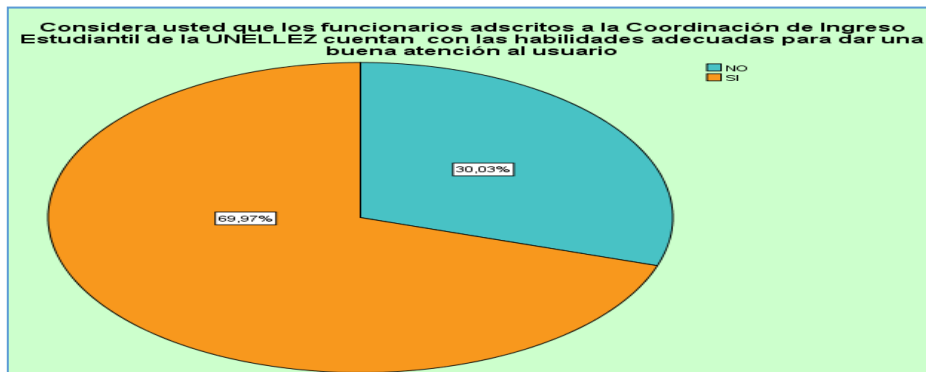
**Cuadro 17**

**¿Considera usted que los funcionarios adscritos a la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ cuentan con las habilidades adecuadas para dar una buena atención al usuario?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO	115	30,03	30,03	30,03
	SI	268	69,97	69,97	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

**Fuente:** Morales (2022)

**Gráfico 15**



**Fuente:** Morales (2022)



En la gráfica 15 se evidencia que 69,97% de funcionarios adscritos a la coordinación de ingreso estudiantil de la UNELLEZ cuentan con las habilidades adecuadas para dar una buena atención al usuario, esta es la opinión de los estudiantes. Por otra parte, 30,03% asumen que los empleados no tienen destrezas o experiencias en miras a mejorar la atención al usuario. En este sentido, es necesario aplicar estrategias para lograr pericias y más prácticas en lo que hacen para realzar la imagen de la coordinación de ingresos.

**Cuadro 18**

**¿Cómo usuario está en condiciones de participar en la formulación de un plan estratégico en la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ para garantizar una mejor atención al usuario?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO	38	9,92	9,92	9,92
	SI	345	90,08	90,08	100,0
	Total	383	100,0	100,0	

**Fuente:** Morales (2022)

**Gráfico 16**



**Fuente:** Morales (2022)

El gráfico 16 muestra las diferentes opiniones de los encuestados en relación a la participar en la formulación de un plan estratégico en la coordinación de ingreso estudiantil de la UNELLEZ, para garantizar una mejor atención al usuario. A tal efecto, 90,08% manifiesta que sí. Por otra parte, 9,92% consideran que ellos como usuarios están en condiciones de no ser partícipes en la elaboración de un plan estratégico. De acuerdo a estos resultados, la participación de los nuevos ingresos en este tipo de acciones concernientes a la planeación, traería consigo una mejora en diversas anomalías presentadas en la coordinación de ingreso estudiantil, entre las cuales se destacan; mal trato, tramitación tardía, horarios laborales reducidos, procesos digitalizados inconsistentes, entre otros factores.

**CUADRO 19. DIAGNOSTICO EN LA COORDINACIÓN DE INGRESO ESTUDIANTIL DE LA UNELLEZ-VPDS( MATRIZ FODA)**

	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<p><b>FACTORES INTERNOS</b></p> <p><b>FACTORES EXTERNOS</b></p>	<p>1. Los usuarios consideran la comunicación como parte de la responsabilidad para brindar un buen servicio de atención al usuario. (F1)</p> <p>2. Los usuarios creen importante la satisfacción como imagen de la coordinación de ingreso de la UNELLEZ.(F2)</p> <p>3. Participación del usuario en la prevención de conflictos cuando demanda cualquier servicio a la coordinación de ingreso estudiantil de la UNELLEZ. (F3)</p> <p>4. Los usuarios asumen que los funcionarios adscritos a la coordinación de ingreso estudiantil de la UNELLEZ cuentan con las habilidades adecuadas para dar una buena atención al usuario. (F4)</p>	<p>1.La calidad de atención brindada por el personal de la coordinación de ingreso estudiantil de la UNELLEZ no es la más óptima (D1)</p> <p>2. Falta de conformidad como usuario una vez que se le presta el servicio. (D2)</p> <p>3. Inexistencia de un trabajo en equipo por parte de los empleados que prestan un servicio a los usuarios de la coordinación de ingreso estudiantil de la UNELLEZ. (D3)</p> <p>4.Inexistencia de horarios laborales acorde a las necesidades que demandan los usuarios.(D4)</p> <p>5. Deficiencia en la prestación del servicio por parte de la coordinación de ingreso estudiantil de la UNELLEZ. (D5)</p> <p>6. Falta de conocimiento de la misión y visión de la coordinación de ingreso estudiantil de la UNELLEZ por parte de los usuarios. (D6)</p> <p>7. Ausencia de estrategias de atención al usuario que optimice el servicio en la coordinación de ingreso estudiantil de la UNELLEZ. (D7)</p>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>Estrategias FO</b>	<b>Estrategias DO</b>
<p>1 Existe una buena atención por parte del personal de la coordinación de ingreso estudiantil de la UNELLEZ (O1)</p> <p>2. Los usuarios buscan resolver los problemas de insatisfacción al momento de recibir la atención del servicio. (O2)</p> <p>3. Recomendaciones de los usuarios a la coordinación de ingreso estudiantil de la UNELLEZ? que permita optimizar la atención al momento de prestar el servicio. (O3)</p> <p>4. Los usuarios creen oportuno que la coordinación de ingreso estudiantil de la UNELLEZ deba contar con un manual de funciones y procedimientos para una mejor atención al usuario. (O4)</p> <p>5. Los usuarios están en condiciones de participar en la formulación de un plan estratégico en la coordinación de ingreso estudiantil de la UNELLEZ para garantizar una mejor atención al usuario. (O5)</p>	<p>Implementar un Plan estratégico en la Coordinación de Ingreso de la Universidad Nacional Experimental de Los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora, Adscrita a la Dirección de Admisión, Registro, Seguimiento y Egreso Estudiantil DARSE, de la UNELLEZ Barinas F1,F2,F3,F4,O5.</p>	<p>- Diseñar estrategias que mejore la atención al usuario y fortalezca la calidad en la prestación del servicio. (D1, O1)</p> <p>-Diseño e implementación de manuales de normas, procedimientos y funciones con el personal capacitado de la institución (D3,O4)</p> <p>- Capacitación del personal para formar un equipo integral (D3,O3)</p> <p>-Evaluar en el usuario de forma semestral la atención recibida por parte de la coordinación de ingreso estudiantil de la UNELLEZ. (D2, O1)</p> <p>- Establecer horarios laborales especiales en la coordinación de ingreso en momentos de contingencia que permita optimizar la atención al usuario. (D4, O3)</p> <p>- Desarrollar mecanismos de participación de todos los funcionarios para definir estrategias, objetivos estratégicos o planes dirigidos a mejorar la prestación del servicio por parte de la coordinación de ingreso estudiantil de la UNELLEZ (D5, O1, O3)</p> <p>- Designar al personal calificado para dar orientaciones generales a los usuarios sobre la misión y visión de la coordinación de ingreso de la UNELLEZ, adscrita a DARSE mediante charlas, talleres, simposios y otros. (D6, O5)</p> <p>-Diseñar un plan estratégico de atención al usuario con el personal altamente calificado, que permita optimizar el servicio en la coordinación de ingreso estudiantil de la UNELLEZ. (D7, O5)</p>
<b>AMENAZAS</b>	<b>Estrategias FA</b>	<b>Estrategias DA</b>
<p>1.Escasa orientación a los usuarios sobre los servicios prestados por la coordinación de ingreso estudiantil de la UNELLEZ(A1)</p> <p>2. Falta de un trabajo coordinado con otras áreas departamentales adscritas a DARSE. (A2)</p> <p>3. Falta de coordinación con talento humano en lo relativo a los horarios laborales. (A3)</p> <p>4. Escasa preparación de los funcionarios de la coordinación de ingreso estudiantil de la UNELLEZ en relaciones humanas.(A4)</p>	<p>- Establecer acciones en equipos de trabajo para mejorar los procesos de comunicación como parte de la responsabilidad para brindar un buen servicio de atención al usuario. (F1, A2)</p> <p>-Crear mecanismos para realzar la imagen de la coordinación de ingreso estudiantil de la UNELLEZ a través de orientaciones a los usuarios. (F2, A1)</p> <p>- Brindar una mayor participación al usuario en la prevención de los conflictos funcionario-alumno cuando demanda cualquier servicio a la coordinación de ingreso estudiantil de la UNELLEZ. (F3, A2)</p> <p>- Mantener la imagen de la coordinación de ingreso estudiantil de la UNELLEZ sugiriendo a la Dirección de talento humano establecer horarios especiales en los momentos de contingencia de estudiantes nuevos ingresos. (F2, A3)</p> <p>-Implementar acciones estratégicas que optimice las habilidades y fortalezas con que cuentan los funcionarios adscritos a la coordinación de ingreso estudiantil de la UNELLEZ, incluidas las relaciones humanas. (F4,A4)</p>	<p>- Desarrollar un trabajo en equipo en la coordinación de ingreso estudiantil de la UNELLEZ para dar orientación a los usuarios sobre los servicios prestados en dicha coordinación. (D3, O1)</p> <p>-Establecer entre las diferentes coordinaciones adscritas a la Dirección de Admisión, Registro, Seguimiento y Egreso Estudiantil, DARSE acciones estratégicas para evaluar las funciones de la coordinación de ingreso.(D3, D5, D7, A2)</p> <p>-Estudiar en forma conjunta talento humano-coordinación de ingreso horarios especiales de atención al usuario en la coordinación de ingreso estudiantil de la UNELLEZ. en momentos de contingencia. (D4, A3)</p>

Fuente: Morales (2022)

## CAPÍTULO V

### LA PROPUESTA

Plan Estratégico para la atención al usuario en la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales “Ezequiel Zamora”, UNELLEZ, 2021-2022. Caso de estudio: UNELLEZ-VPDS.

#### **5.1 Presentación del Diseño Propuesto:**

Tomando en cuenta las observaciones y resultados obtenidos al momento de recopilar la información, se logró determinar la importancia de proponer un Plan Estratégico para la atención al usuario en la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora, UNELLEZ. Al interpretar los datos y vistas las necesidades presentes en el área de Ingresos, se hace imperante poner en marcha un plan que permita establecer los mecanismos más idóneos para lograr optimizar la atención al usuario mediante estrategias que mejoren y fortalezcan los procesos de recepción, tramitación de documentos, habilitación de la plataforma o sistema DUX, Inscripción, entre otras necesidades del alumno.

Así mismo, este plan estratégico sirve como mecanismos de control de los distintos procesos administrativos, cómo debe llevarse un trabajo en equipo y como la supervisión afianza la imagen de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales “Ezequiel Zamora”, UNELLEZ, y por ende la Institución. Todo ello para no acarrear un sin número de retaliaciones administrativas que ocasionan demoras en los procesos administrativos y situaciones encontradas entre funcionarios-usuarios.

## **5.2 Justificación de la Propuesta:**

El diseño y puesta en marcha de un Plan Estratégico para la atención al usuario en la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales “Ezequiel Zamora”, UNELLEZ, Barinas se justifica porque:

- La UNELLEZ como entidad pública tiene por normas constitucionales y legales el deber de facilitar los instrumentos y el personal necesario para garantizar la buena atención y la prestación de un servicio adecuado a los diferentes usuarios que acuden a la máxima casa de estudios, sea por información o por ejecutar un proceso de ingreso. En este sentido, los funcionarios deben asesorar técnicamente las personas que acuden a la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales “Ezequiel Zamora” de una manera eficiente dentro de los valores éticos y morales.

- La necesidad de crear un instrumento donde se pueda evaluar adecuadamente la forma, trato y comunicación de los usuarios (estudiantes) al momento de demandar un servicio ante la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora.

- Este tipo de plan estratégico en el corto plazo permite el bienestar tanto de los estudiantes como de los trabajadores y trabajadoras, empleados o empleadas, de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales “Ezequiel Zamora”.

- La carencia de un plan estratégico claro y detallado donde se especifique las buenas relaciones humanas, principios, valores éticos y profesionalismo en la atención al usuario de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales “Ezequiel Zamora”.

### **5.3 Objetivos del Diseño Propuesto:**

#### **5.3.1 General:**

Diseñar un Plan Estratégico para la atención al usuario en la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales “Ezequiel Zamora”, UNELLEZ, Caso de estudio: UNELLEZ-VPDS.

#### **5.3.2 Específicos:**

- Presentar a la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales “Ezequiel Zamora”. Adscrita a la Dirección de Admisión, Registro, Seguimiento y Egreso Estudiantil, DARSE de la UNELLEZ un Plan Estratégico que garantice una adecuada atención al usuario.
- Garantizar en este plan mecanismos tendentes a optimizar la atención al usuario al momento de demandar un servicio.
- Exponer el diseño de la propuesta a los funcionarios que laboran en la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales “Ezequiel Zamora” con el propósito de que adquieran la información necesaria del plan y su respectivo contenido.

### **5.4 Factibilidad de la Propuesta:**

La propuesta en cuestión tiene una alta posibilidad de ser viable, porque obedece como se dijo en la justificación, a una necesidad que presenta la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales “Ezequiel Zamora” de poner en práctica un plan estratégico para mejorar la atención del usuario, considerando las buenas relaciones humanas, principios, valores éticos y profesionales con el objeto de realzar la imagen de dicha coordinación.

Es importante señalar que el interés suscitado radica en los usuarios, en este caso, los alumnos que hacen vida activa en esta máxima casa de estudio, quienes son los involucrados directamente para que este instrumento mejore los procesos comunicativos y de atención al momento de cualquier tramitación de documentos.

### **5.5 Recursos:**

- **Humanos:** Estudiantes de los Programas: Educación, Sociales, Agro y Mar, Ingeniería y Salud
- **Materiales:** Paquetes estadísticos, programa Microsoft Office Excel, Manuales, Normativas de Trabajo de Grado e Instalaciones de la Universidad, Cuestionarios, Lápices, Celulares entre otros.

**5.6 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS**  
**EN LA COORDINACIÓN DE INGRESO ESTUDIANTIL DE LA UNELLEZ ,**  
**Caso de estudio: UNELLEZ-VPDS**

- 1.-Diseñar e Implementar un Plan Estratégico en la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales “Ezequiel Zamora”. Adscrita a la Dirección de Admisión, Registro, Seguimiento y Egreso Estudiantil, DARSE de la UNELLEZ, Barinas
- 2.-Diseñar estrategias que mejore la atención al usuario y fortalezca la calidad en la prestación del servicio.
- 3.-Diseño e implementación de manuales de normas, procedimientos y funciones con el personal capacitado de la UNELLEZ, Barinas.
- 4.-Capacitación del personal para formar un equipo integral
- 5.-Evaluar en el usuario la atención recibida por parte de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ en cuanto a comunicación, generación de conflictos, imagen de la coordinación y las competencias de los funcionarios.
- 6.-Establecer horarios laborales especiales en la Coordinación de Ingreso Estudiantil en momentos de contingencia que permita optimizar la atención al usuario.
- 7.-Desarrollar mecanismos de participación de todos los funcionarios para definir estrategias, objetivos estratégicos o planes dirigidos a mejorar la prestación del servicio por parte de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ
- 8.-Designar al personal calificado para dar orientaciones generales a los usuarios sobre la misión y visión de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ, adscrita a DARSE mediante charlas, talleres, simposios y otros.
- 9.-Aplicar acciones estratégicas de atención al usuario con el personal altamente calificado, que permita optimizar el servicio en la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ.



**5.7 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS Y METAS ESTRATÉGICAS EN LA COORDINACIÓN DE  
INGRESO ESTUDIANTIL DE LAUNELLEZ, Caso de estudio: UNELLEZ-VPDS.**

<b>OBJETIVOS ESTRATEGICOS</b>	<b>METAS ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO ESTRATÉGICO</b>
1.-Diseñar e Implementar un Plan Estratégico en la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales “Ezequiel Zamora”. Adscrita a la Dirección de Admisión, Registro, Seguimiento y Egreso Estudiantil, DARSE de la UNELLEZ, Barinas.	1. Planificar 1 hora diaria para revisión y análisis de los procesos y tramitación de documentos para elaborar el plan estratégico.	1. Plan estratégico, procesos, tramitación de documentos.
2.-Diseñar estrategias que mejore la atención al usuario y fortalezca la calidad en la prestación del servicio.	2. Planificar durante un periodo de (4) meses, las acciones a seguir para mejorar la calidad del servicio, recibiendo 4 horas semanales de asesoría integral.	2. -Tiempo optimo en el diseño de acciones estratégicas..160 horas planificadas, 140 horas desarrolladas.
3.-Diseño e implementación de manuales de normas, procedimientos y funciones con el personal capacitado de la UNELLEZ, Barinas.	3.-Diseño de manual de normas y procedimiento en un periodo de (1) semestre. - Diseño de manual de funciones en un periodo de (1) un semestre. - Implementación de los manuales de normas, procedimientos y funciones posteriores a su elaboración, es decir, un año. - Incentivo a la participación en jornadas o talleres sobre normas, procedimientos y motivación a los funcionarios de la coordinación de ingreso.	3.- Acciones tendentes al cumplimiento de las normas y procedimientos. - Diseño e implementación de (2) manuales. -Elaboración de (2) talleres sobre el uso y manejo de los manuales a los funcionarios adscritos a la coordinación de ingreso.
4.-Capacitación del personal para formar un equipo integral.	4. –Formación permanente del personal o funcionario de la Coordinación de Ingreso Estudiantil en un 100% en la adaptación de plataformas, atención al usuario y relaciones humanas. -Labor conjunta entre la alta gerencia y los funcionarios para demandar recursos orientados a la formación y capacitación del personal en relaciones humanas y atención al usuario.	4.-Acciones informativas ejecutadas y aplicadas al proceso productivo de la coordinación de ingreso.. - Formación, Adaptación, adecuación de plataformas y relaciones humanas. -Recursos financieros
5.-Evaluar en el usuario la atención recibida por parte de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ en cuanto a comunicación, generación de conflictos, imagen de la coordinación y las competencias de los funcionarios.	5. Efectuar de forma semestral con los estudiantes de cada programa reuniones para aplicar test de evaluación en cuanto a la prestación del servicio por parte de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ y replantear estrategias de control	5.Test de evaluación, prestación de servicio y estrategias de control.

<b>OBJETIVOS ESTRATEGICOS</b>	<b>METAS ESTRATÉGICAS</b>	<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO ESTRATÉGICO</b>
6.-Establecer horarios laborales especiales en la coordinación de ingreso estudiantil en momentos de contingencia que permita optimizar la atención al usuario.	6. Efectuar una (1) reunión semestral Darse-Talento humano para establecer un cronograma laboral de atención al usuario y nuevos ingresos en momentos de contingencia.	6.Cronograma laboral -Atención al usuario -Tiempos de contingencia
7.-Desarrollar mecanismos de participación de todos los funcionarios para definir estrategias, objetivos estratégicos o planes dirigidos a mejorar la prestación del servicio por parte de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ.	7. Efectuar semestralmente talleres y actividades en grupos de trabajo con todos los funcionarios y la alta gerencia de la Dirección de Admisión, Registro, Seguimiento y Egreso Estudiantil, DARSE para definir estrategias, objetivos estratégicos o planes dirigidos a mejorar la prestación del servicio por parte de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ. -Realización dos (2) reuniones anuales con la alta gerencia de DARSE en miras a definir estrategias en la Coordinación de Ingresos Estudiantil. -Implementación de nueve (9) grandes estrategias como mecanismos de control.	7.-Actividades grupales -Atención a todos los funcionarios de la coordinación bajo principios éticos en un ambiente de trabajo solidario. -Estrategias -Objetivos estratégicos -Planes
8.-Designar al personal calificado para dar orientaciones generales a los usuarios sobre la misión y visión de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ, adscrita a DARSE mediante charlas, talleres, simposios y otros.	8.- Promover dos (2) charlas y talleres de orientación en el semestre a los usuarios sobre la misión y visión de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ, -Seleccionar un docente por programa debidamente calificado para propiciar las orientaciones a los usuarios sobre la misión y visión de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ,	8.- Charlas -Talleres -Simposios
9.-Aplicar acciones estratégicas de atención al usuario con el personal altamente calificado, que permita optimizar el servicio en la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ.	9.-Efectuar la selección de dos (2) con conocimientos en el área de planificación estratégica quienes semestralmente serán los responsables de aplicar las acciones estratégicas de atención al usuario en la Coordinación de Ingresos Estudiantil de la UNELLEZ.	9.- Acciones Estratégicas - Atención al usuario - Planificación estratégica

**Fuente:** Morales (2022)

## CAPITULO VI

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 6.1 Conclusiones:

Finalizado todo el proceso de investigación y cumplida la etapa de la formulación de la propuesta, previa elaboración del diagnóstico, permite presentar las siguientes conclusiones:

- Es perentorio tanto para el usuario como los funcionarios que laboran en la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales “Ezequiel Zamora” UNELLEZ, Barinas poner en práctica un plan estratégico que permita mejorar la atención al usuario al momento de demandar la prestación de un servicio o tramitación de documentos.
- El plan estratégico permitirá evaluar en el usuario de forma semestral la atención recibida por parte de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ. Así como, fortalezca la calidad en la prestación del servicio.
- Desarrollar mecanismos de participación de todos los funcionarios para definir estrategias, objetivos estratégicos o planes dirigidos a mejorar la prestación del servicio.
- De acuerdo a los resultados del diagnóstico mediante la aplicación del cuestionario a los usuarios objeto de estudio, 50,13% manifiesta que reciben una buena atención por parte del personal de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ. Por otra parte, 49,87% consideran que ellos como usuarios no reciben la debida atención.
- Se evidencia que el 60,05% de los estudiantes abordados señalan que la calidad de atención brindada por el personal de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ no es la más óptima. 60,05% asumen que no existe conformidad como usuario una vez que se le presta el servicio.

- En opinión de los usuarios la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ debe contar con un manual de funciones y procedimientos para una mejor atención al usuario, identificando esta situación como una debilidad, para lo cual es necesario desarrollar acciones tendentes a diseñar manuales de funciones y procedimientos que especifiquen de acuerdo a los cargos la forma correcta de desarrollar los procesos administrativos y la atención a los usuarios,
- El 79,90% manifiestan que la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ no cuenta con estrategias de atención al usuario que optimice el servicio al usuario.
- 90,08% de los usuarios tienen la voluntad de participar en la formulación de un plan estratégico en la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ, para garantizar una mejor atención al usuario.

## **6.2 Recomendaciones:**

Posterior a los resultados logrados en el desarrollo de la investigación se recomienda:

- Diseñar un plan estratégico de atención al usuario con el personal altamente calificado, que permita optimizar el servicio en la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ
- Designar al personal calificado para dar orientaciones generales a los usuarios sobre la misión y visión de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ, adscrita a DARSE mediante charlas, talleres, simposios y otros
- Establecer horarios laborales especiales conjuntamente con la coordinación de talento humano en la coordinación de ingreso en momentos de contingencia que permita optimizar la atención al usuario
- Capacitar al personal de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ para formar un equipo integral de trabajo.

- Diseño e implementación de manuales de normas, procedimientos y funciones con el personal capacitado de la institución en la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez C.Gelsi M (2012) Satisfacción de los clientes y usuarios con el servicio ofrecido en redes de supermercados gubernamentales. Universidad Católica Andrés Bello.Caracas-Venezuela.
- Arias, F. (2006) *Cómo hacer un Proyecto de Investigación*. Caracas: Panapo.
- Balestrini, M. (2001). *Cómo se elabora el proyecto de investigación. Para los estudios formulativos o exploratorios, descriptivos, diagnósticos, evaluativos, formulación de hipótesis causales, experimentales y los proyectos factibles*. (5<sup>ta</sup>. ed.). Caracas: BL
- Bastidas G. (2012), *Plan Estratégico para la Optimización de los Procesos Administrativos en la División de Coordinación con Entes Públicos y Privados del Sector Deporte de la Zona Educativa del Estado Barinas*.
- Berry, Leonard (2014). *Un buen servicio ya no basta*. España: Ediciones DEUSTO.
- Cano R. El Proceso Administrativo. [Documento en línea]. En: <http://www.elprisma.com/> [Consulta: septiembre 12, 2021].
- Constitución de La República Bolivariana de Venezuela. (1999) (*Gaceta Oficial N° 5654*). Venezuela: Ediciones Dabosan, C.A.
- Corredor, J. (2002). *Planificación Estratégica*. Programa de Formación de Recursos Humanos en Gerencia Caracas: CINTERPLAN.
- Chandler Alfred D. (2011), *La historia de la empresa*. Edición reimpressa. Editor Beard Books.
- Chiavenato, I. (2010). *Administración de Recursos Humanos*. (4<sup>a</sup> Ed.) J. Villamizar, Trad. Colombia: Mc Graw -Hill Interamericana.
- Chiavenato, I. (2012). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. (5<sup>a</sup> Ed.) G. Villamizar, Trad. Colombia: Mc Graw -Hill Interamericana.
- Espinoza A. El proceso administrativo [Documento en línea]. En: [www.monografias.com/](http://www.monografias.com/) [Consulta: octubre 18, 2021].

Flores. *Definición de Estrategia*. [Documento en línea]. En: <http://www.definicionabc.com/general/estrategia.php>[Consulta: octubre 19, 2021].

Fred R. David (2002) *Conceptos de Administración Estratégica*. Novena Edición. Editorial Pearson, Prentice Hall. México.

Gómez, E. (2009). *Barreras contra el buen servicio. Como conservar más clientes (la amabilidad es la clave)*. (1ra. ed.) Argentina: El Cid Editor.

Gómez, E. (2009). *¿Cómo debe actuar cada uno de nosotros? Como conservar más clientes (la amabilidad es la clave)*. (1ra. ed.) Argentina: El Cid Editor.

Goodstein, Nolan y Pfeiffer (1998). *Planeación Estratégica Aplicada*. Colombia: McGraw Hill Interamericana, S.A.

Guédez; J. (2006). *Introducción a la Administración Moderna*. (10ª ed.). México: Editorial Interamericana.

Hamersmesh R. (1991). *Planeación Estratégica*. (1ª ed.). México Editorial Limusa, S.A.

Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, L. (2007). *Metodología de la Investigación*. México: Mc-Graw Hill/Interamericana S.A.

Jerome McCarthy (2000) *Planeación estratégica, de la teoría a la práctica*. 11ª edición

*Jiménez Freitez Wilfredo, (2012) Como hacer un trabajo de grado por la modalidad proyecto factible. Universidad Pedagógica Experimental Libertador, Instituto Pedagógico "Luis Beltrán Prieto Figueroa" Barquisimeto- Venezuela.*

*Koontz Harold, Weihrich y Cannice (2013) Administración. Una Perspectiva Global y Empresarial. 14ª edición. Editorial Mc Graw Hill*

Manual de Calidad de la Schlumberger Quality Management (2012)

Manual de Organización Dirección del Despacho Rectoral (2019)

Márquez, Omar (2000). *El Proceso de Investigación en las Ciencias Sociales*. Ediciones de la Universidad Ezequiel Zamora.

- Mendicoa E, Gloria (2003) Sobre Tesis y Tesistas. Lecciones de enseñanza-aprendizaje. Espacio editorial Buenos Aires 1ra Edición.
- Núñez, H. (2003). Servicio al cliente. México: Edamsa impresiones.
- Núñez T, Tinoco A.(2013). “El Cliente, siempre tiene la razón estudio sobre la evaluación de los servicios de una agencia de publicidad por parte de los anunciantes”.
- Parella S., S. y Martins P. F (2004). *Metodología de la Investigación Cuantitativa*. Caracas: FEDUPEL.
- Pereira, J. (2008). La satisfacción del cliente en ISO 9001 Colombia: [documento en línea]. En: [http://www.portalcalidad.com/articulos/71-la\\_satisfaccion\\_del\\_cliente\\_iso\\_9001](http://www.portalcalidad.com/articulos/71-la_satisfaccion_del_cliente_iso_9001)[Consulta: septiembre 15, 2021].
- Pumar R, González M. (2013) Atención al Cliente para Optimizar el trato del personal que labora en la Empresa Fotográfica “Foto Ya”, ubicada en Barinas Estado Barinas.
- Sabino, C. (1998). *Metodología de la Investigación. Una Introducción Teórico-Práctica*. Buenos Aires: El Cid Editor.
- Sallenave Jean Paul, (2011) Gerencia y Planeación Estratégica. Grupo Editorial Norma. Colombia.
- Schermerhorn, J. (2002). *Administración*.(1ª Ed.)México. Editorial Limusa, S.A.
- Serna, H. (2006). Conceptos básicos. En Servicio al cliente. Colombia: Panamericana editorial Ltda.
- Serna, P. (2006). Del servicio al cliente a la gestión de clientes. En Servicio al cliente Colombia: Panamericana editorial Ltda.
- Soriano C. José L. (2001) Aplicación estratégica de marketing para incrementar las ventas de los productos alimenticios Upao. Universidad Privada Antenor Orrego. Lima- Perú



- Steiner George, (2011). *Planeación Estratégica*. CECSA. México.
- Stoner, A; Freeman, G. y Gilbert, P. (2013). *Administración*. México: Prentice May Hispanoamericana, S.A.
- Tamayo, M (1997). *Metodología de la Investigación* (14ª ed.). Buenos Aires: Editorial El Ateneo.
- Thompson A y Strickland (2004). *Administración Estratégica*. (13ª Ed.). México. Mc Graw Hill Interamericana
- Tovar U, senny D. (2012), “Manual de Atención al Usuario, para optimizar los servicios que ofrece Instituto de Capacitación y Educación Socialista (Inces), ubicado en Barinas estado Barinas”.
- Universidad Pedagógica Experimental Libertador, Vicerrectorado de Investigación y Postgrado (2006) 4ta. Edición. Manual de trabajo de Grado, de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales. Caracas Autor.

# ANEXOS

## **ANEXO A**

**(CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS USUARIOS DE LA COORDINACIÓN  
DE INGRESO DE LA UNELLEZ, BARINAS)**

Universidad Nacional Experimental  
de los Llanos Occidentales  
"Ezequiel Zamora"



La Universidad que siembra

Vicerrectorado de Planificación  
y Desarrollo Social  
Coordinación de Área de Postgrado  
Maestría en Administración  
Mención: Gerencia General

## CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS USUARIOS DE LA COORDINACIÓN DE INGRESO ESTUDIANTIL DE LA UNELLEZ.

Caso de estudio: UNELLEZ-VPDS

### Estimado encuestado:

El instrumento presentado a continuación tiene como objetivo recabar información con la finalidad de Diseñar un Plan Estratégico para mejorar la atención al usuario de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora, UNELLEZ BARINAS 2021-2022. Caso de estudio: UNELLEZ-VPDS. La información contribuirá al cumplimiento de una fase académica como requisito parcial para optar al grado de *Magister Scientiarum*, *mención: Gerencia General* Toda la información suministrada para los efectos de esta investigación se tratará en forma confidencial.

*¡Muchas Gracias, por su valiosa colaboración!*

### Instrucciones:

En las preguntas que se presentan a continuación existen varias alternativas de respuestas, responda según su apreciación:

- Señale con una equis (X) en la casilla correspondiente la respuesta que se ajuste a su caso en particular.
- Asegúrese de marcar una sola alternativa para cada pregunta.
- Por favor, no deje ningún ítem sin responder para que exista una mayor confiabilidad en los datos recabados.
- Si surge alguna duda, consulte al encuestado

• CUESTIONARIO

Nº \_\_\_\_\_  
Fecha: \_\_\_\_\_

Ítem	Objetivo 1: Diagnosticar la situación que presenta la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora, UNELLEZ. Caso de estudio: UNELLEZ-VPDS en cuanto a la atención al usuario	ALTERNATIVA	
		SI	NO
1	¿Usted como usuario recibe una buena atención por parte del personal de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ?		
2	¿Considera usted que la calidad de atención brindada por el personal de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ es la más óptima?		
3	¿Existe conformidad como usuario una vez que se le presta el servicio?		
4	¿Cree usted que la atención al usuario requiera de un trabajo en equipo por parte de los empleados que prestan un servicio en la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ?		
5	¿Considera usted que la asistencia por parte de los empleados de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ en el horario establecido deba ser modificada?		
6	¿Cree usted como usuario de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ que esta debería prestar un mejor servicio?		
Ítem	Objetivo 2: Establecer las funciones de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora, UNELLEZ, Caso de estudio: UNELLEZ-VPDS para la atención del usuario	ALTERNATIVA	
		SI	NO
7	¿Considera usted importante la comunicación como parte de la responsabilidad para brindar un buen servicio de atención al usuario?		
8	¿Cree usted importante la satisfacción del usuario como imagen de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ?		
9	¿Busca usted resolver los problemas de insatisfacción como usuario al momento de recibir la atención del servicio?		
10	¿Participa usted en la prevención de conflictos como usuario que demanda cualquier servicio a la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ?		
11	¿Recomienda usted alguna sugerencia a la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ que permita optimizar la atención al usuario al momento de prestar el servicio?		
12	¿Cree usted que la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ deba contar con un manual de funciones y procedimientos para una mejor atención al usuario?		
Ítem	Objetivo 3: Elaborar una propuesta de un Plan Estratégico para mejorar la atención al usuario de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora, UNELLEZ, Caso de estudio: UNELLEZ-VPDS.	ALTERNATIVA	
		SI	NO
13	¿Conoce usted la misión y visión de la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ?		
14	¿Cree usted que la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ? cuente con algunas estrategias de atención al usuario que optimice el servicio al usuario?		
15	¿Considera usted que los funcionarios adscritos a la Coordinación de Ingreso Estudiantil de la UNELLEZ cuentan con las habilidades adecuadas para dar una buena atención al usuario?		
16	¿Cómo usuario está en condiciones de participar en la formulación de un plan estratégico en la coordinación de ingreso de la UNELLEZ para garantizar una mejor atención al usuario?		

## **ANEXO B**

**(MUESTRA DE ESTUDIANTES POR PROGRAMA)  
(USUARIOS DE LA COORDINACIÓN DE INGRESO ESTUDIANTIL DE LA  
UNELLEZ, PERIODO 2021-2022. Caso de estudio: UNELLEZ-VPDS)**

**Muestra de estudiantes por programa**  
 (Usuarios de la Coordinación de In; estudiantil de la UNELLEZ, periodo  
 2021-2022. Caso de UNELLEZ-VPDS)

<b>Programa</b>	<b>Carreras</b>	<b>Total Ingreso</b>	<b>Muestra por programa</b> (factor de representación proporcional; 0,0413)
Educación	11	689	28
Sociales	4	3472	143
Agro y Mar	5	2514	104
Ingeniería	6	2005	83
Salud	6	587	25
<b>total ingresos</b>		<b>9267</b>	<b>383</b>

**Fuente: UNELLEZ/DARSE. DUX. Control de estudio. Cálculos propios**

## **ANEXO C**

**(CALCULO DEL KR-20)**



### CALCULO DEL KR-20 (Estudio Piloto)

Estudiantes	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	TOTALES
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	15
4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	14
5	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	12
6	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	12
7	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	10
8	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	1	8
9	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	4
10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
TRC	6	4	4	8	8	9	9	8	7	6	8	10	3	2	7	9	
p	0,6	0,4	0,4	0,8	0,8	0,9	0,9	0,8	0,7	0,6	0,8	1	0,3	0,2	0,7	0,9	
q	0,4	0,6	0,6	0,2	0,2	0,1	0,1	0,2	0,3	0,4	0,2	0	0,7	0,8	0,3	0,1	
p*q	0,24	0,24	0,24	0,16	0,16	0,09	0,09	0,16	0,21	0,24	0,16	0	0,21	0,16	0,21	0,09	
Sp*q	2,66																
Vt	26,1778																
KR-20	0,95																

$$KR - 20 = \left( \frac{k}{k - 1} \right) * \left( 1 - \frac{\sum p \cdot q}{Vt} \right)$$

1,0625

0,8984

0,95

## Formula general

**KR-20 = Coeficiente de Confiabilidad (Kuder Richardson)**

**k = Número de ítems que contiene el instrumento.**

**Vt: Varianza total de la prueba.**

**Sp.q = Sumatoria de la varianza individual de los ítems.**

**p = TRC / N; Total respuesta correcta entre número de sujetos**

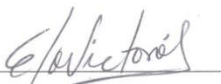
**q = 1 – p**

**ANEXO D**  
**(CARTAS DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO POR**  
**EXPERTOS)**

**CARTA DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO**

Yo, Gloria Victoria titular de la Cedula de Identidad N° 4.929.813, por medio de la presente hago constar que he leído y evaluado el instrumento de recolección de datos correspondiente al Trabajo de Grado titulado: **PLAN ESTRATÉGICO DE ATENCIÓN AL USUARIO EN LA COORDINACIÓN DE INGRESO ESTUDIANTIL DE LA UNELLEZ BARINAS 2021-2022. Caso de estudio: UNELLEZ-VPDS**, presentado por la ciudadana **YRELIS MORAIMA MORALES ARIAS**, titular de la Cedula de Identidad N° V-10.014.272, para optar al título de **MAGISTER SCIENTIARUM EN ADMINISTRACION MENCION: GERENCIA GENERAL**, el cual **APRUEBO** en calidad de validador.

En la ciudad de Barinas, a los 31 del mes de Mayo del año 2022



Firma del Experto

C.I. 4929813

**CARTA DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO**

Yo, Amar Valero Alto titular de la Cedula de Identidad N° 12329-797, por medio de la presente hago constar que he leído y evaluado el instrumento de recolección de datos correspondiente al Trabajo de Grado titulado: **PLAN ESTRATÉGICO DE ATENCIÓN AL USUARIO EN LA COORDINACIÓN DE INGRESO ESTUDIANTIL DE LA UNELLEZ BARINAS 2021-2022. Caso de estudio: UNELLEZ-VPDS**, presentado por la ciudadana **YRELIS MORAIMA MORALES ARIAS**, titular de la Cedula de Identidad N° V-10.014.272, para optar al título de **MAGISTER SCIENTIARUM EN ADMINISTRACION MENCION: GERENCIA GENERAL**, el cual **APRUEBO** en calidad de validador.

En la ciudad de Barinas, a los 31 del mes de Mayo del año 2022



Firma del Experto

C.I. 12329-797

**CARTA DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO**

Yo, José A. Rodríguez, titular de la Cedula de Identidad N° 9.990.216, por medio de la presente hago constar que he leído y evaluado el instrumento de recolección de datos correspondiente al Trabajo de Grado titulado: **PLAN ESTRATÉGICO DE ATENCIÓN AL USUARIO EN LA COORDINACIÓN DE INGRESO ESTUDIANTIL DE LA UNELLEZ BARINAS 2021-2022**. Caso de estudio: UNELLEZ-VPDS, presentado por la ciudadana **YRELIS MORAIMA MORALES ARIAS**, titular de la Cedula de Identidad N° V-10.014.272, para optar al título de **MAGISTER SCIENTIARUM EN ADMINISTRACION MENCION: GERENCIA GENERAL**, el cual **APRUEBO** en calidad de validador.

En la ciudad de Barinas, a los 31 del mes de Mayo del año 2022



Firma del Experto

C.I. 9.990.216

---