

Diseño de Estrategias que Apoyen los Servicios a los Estudiantes de la Facultad de Ciencias

Administrativas y Contables

Corporación Universitaria Adventista

Facultad de Ciencias Administrativas y Contables



Mónica Andrea Ortega Estupiñan

Ximena Vargas Meléndez

Medellín, Colombia

2015

Nota de Aceptación



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA ADVENTISTA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

CENTRO DE INVESTIGACIONES

NOTA DE ACEPTACIÓN

Los suscritos miembros de la comisión Asesora del Proyecto de Grado: "Diseño de Estrategias que Apoyen la Gestión Integral de los Servicios a los Estudiantes de la Corporación Universitaria Adventista", MÓNICA ANDREA ORTEGA ESTUPIÑÁN Y XIMENA VARGAS MELÉNDEZ, del programa de Administración de Empresas, nos permitimos conceptuar que éste cumple con los criterios teóricos y metodológicos exigidos por la Dirección de Investigación y por lo tanto se declara como:

APROBADO.

Medellín, octubre 22 de 2015

Lorena Martinez

Mg. Lorena Martinez
Presidente

Francisco Acosta

Esp. Francisco Acosta
Secretario

Mónica Ortega

Mónica Andrea Ortega Estupiñán
Estudiante

Ximena Vargas

Ximena Vargas Meléndez
Estudiante

Agradecimientos

A Dios quien nos ha permitido llegar hasta aquí a pesar de las dificultades y los esfuerzos por los cuales hemos pasado, nos dio la oportunidad de adquirir conocimiento y prepararnos para poner nuestros talentos a su servicio, ha derramado sobre nosotros la bendición de lograr nuestros propósitos y sueños.

Agradecemos a nuestros padres porque sin ellos no hubiese sido posible obtener este logro, gracias por su paciencia, amor, entrega, sacrificio, por sus consejos, su apoyo y sus oraciones. que nos apoyaron en cada etapa de este camino, gracias por sus palabras de ánimo durante el proceso que conlleva a cumplir nuestros sueños.

Gracias a los profesores que formaron nuestras mentes en conocimiento durante estos años de formación profesional, por su paciencia y servicio en el transcurso de este proyecto.

Tabla de Contenido

Capítulo Uno-Panorama del Proyecto.....	1
Planteamiento del Problema	1
Justificación.....	1
Objetivos.....	2
Objetivo general.....	2
Objetivos específicos.....	3
Viabilidad del Proyecto	3
Impacto del Proyecto.....	3
Capítulo Dos – Generalidades de la Organización.....	7
Reseña Histórica	7
Filosofía	8
Misión	9
Visión	10
Valores	10
Organigrama.....	11
Objetivo Social	13
Productos y/o Servicios	13
Estudios de pregrado.....	13
Estudios de postgrado.	13
Capítulo Tres – Marco Teórico.....	14

Antecedentes	14
Desarrollo Teórico	15
Servicio.	15
Importancia del servicio.....	15
El servicio y las instituciones.	16
Cultura de servicio.	17
Calidad.....	18
<i>Definición.</i>	<i>18</i>
<i>Calidad, servicio y cliente.</i>	<i>18</i>
<i>Calidad en la empresa.....</i>	<i>19</i>
<i>Satisfacción del cliente.....</i>	<i>22</i>
Marco Conceptual	22
Definiciones básicas.	22
Definición de concepto.	23
<i>Desarrollo integral.</i>	<i>23</i>
<i>Insumo sobre la percepción actual.....</i>	<i>23</i>
<i>Discentes.</i>	<i>23</i>
<i>Encausaremos.</i>	<i>24</i>
Capítulo Cuatro – Marco Metodológico	25
Introducción	25
Enfoque de la Investigación.....	25
Población y Muestra.....	26
Alcance de la Investigación.....	26
Tipo de Estudio	26

Métodos, Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	27
Plan de Tabulación y Análisis	27
Metodología de Cambio Integrado	27
Análisis dimensiones internas	27
<i>Tecnología.</i>	27
<i>Organización.</i>	28
<i>Personas</i>	28
<i>Cultura.</i>	29
Análisis dimensión externa.	29
<i>Mercado.</i>	29
<i>Estudiantes/Clientes.</i>	30
<i>Producto</i>	31
Capítulo Cinco – Diagnóstico y Análisis	32
Análisis de los Resultados del Instrumento Aplicado en la FCAC	32
Descripción del Focus Group (08/09/2015)	42
Análisis del Focus Group	49
Proceso de registro académico.	49
Servicios de cafetería.	49
Servicios de fotocopia, apoyo de impresión de archivos digitales.	50
Servicios de apoyo de primeros auxilios.	50
Espacios deportivos.	51
Actividades de fortalecimiento espiritual para sus estudiantes.	51
Actividades de convivencia que estén en coherencia con la filosofía cristiana.	51
Capítulo Seis– Modelo propuesto	53

DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE LOS SERVICIOS EN LA FCAC

Diseño de Estrategias	53
Desarrollo Matriz de Información	53
Capítulo Siete– Conclusiones y Recomendaciones	58
Conclusiones.....	58
Recomendaciones.....	58
Referencias.....	59
Anexos	61
Instrumento de recolección.....	61
 Encuesta sobre servicio en el área pedagógica y académica.....	61
Focus Group.....	64
 Preguntas Focus Group de la percepción del servicio.	64

Lista de Tablas

Tabla 1 Resumen	xiii
Tabla 2 Cronograma de actividades	4
Tabla 3 Cronograma de actividades Abril –Junio	5
Tabla 4 Cronograma de actividades julio – octubre	6
Tabla 5 Desarrollo de estrategias	53

Lista de Figuras

Figura 1. Organigrama de la Corporación Universitaria Adventista.....	11
Figura 2 Participación por carrera.	32
Figura 3 Participación por semestre.	33
Figura 4 Encuesta pregunta 1.	34
Figura 5 Encuesta pregunta 2	34
Figura 6 Encuesta pregunta 3	35
Figura 7 Encuesta pregunta 4	36
Figura 8 Encuesta pregunta 5	37
Figura 9 Encuesta pregunta 6	38
Figura 10 Encuesta pregunta 7	39
Figura 11 Encuesta pregunta 8	39
Figura 12 Encuesta pregunta 9	41
Figura 13 Encuesta pregunta 10	42

Resumen de Proyecto de Desarrollo

Corporación Universitaria Adventista

Facultad Ciencias Administrativas y Contables

Administración de Empresas

DISEÑO DE ESTRATEGIAS QUE APOYEN LOS SERVICIOS A LOS ESTUDIANTES DE
LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

Integrantes: Ximena Vargas Meléndez

Mónica Andrea Ortega Estupiñan

Sigla del título académico y nombre de los asesores: Admón. de Empresas.

Francisco Acosta Bustamante

Fecha de terminación del proyecto: 22 de Octubre de 2015

Problema

El presente proyecto de grado pretende identificar a partir de las percepciones de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables – FCAC de la Corporación Universitaria Adventista-UNAC, debilidades en la prestación de servicios integrales, asociados a la gestión académica, gestión de bienestar estudiantil y la gestión de admisiones y registro académico se realizará a partir de encuestas estructuradas y participación de un Focus Group

DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE LOS SERVICIOS EN LA FCAC

dirigidas a los discentes de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Unac.

Encausaremos las estrategias que propondremos para facilitar y mejorar la calidad de vida académica a través de las diferentes áreas de servicio de la FCAC.

Se espera motivar e integrar un proyecto que deje huella e implemente mejoras en los procesos y áreas que están relacionadas con el servicio y, que deben ser fortalecidas para la efectividad de nuestra institución. El servicio debe ser parte de la filosofía organizacional, caso que la Unac tiene definido en la visión “la excelencia en el servicio, que forma profesionales con valores cristianos”, por lo cual, debemos fortalecer y recalcar este aspecto en la institución.

Metodología

La investigación es de tipo cuantitativo y cualitativo, la población a estudiar es la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Corporación Universitaria Adventista. Este proceso será evaluado por encuestas y un focus group diseñado para medir las percepciones de los estudiantes de la FCAC en la prestación de servicios asociados a la gestión académica, gestión de bienestar estudiantil y gestión de admisiones y registro académico de la comunidad estudiantil de la FCAC.

La muestra se toma de la población total con el fin de obtener un número de estudiantes representativo quienes serán parte de la investigación; el cálculo que se realizó para sacar la muestra da como resultado 75 estudiantes.

$$n = 1,962 * 0,25 * (1 - 0,25) / 0,12 = 75$$

A partir de la evaluación de la percepción de los servicios, se diseñan estrategias de mejora y atención a las necesidades de los estudiantes. El resultado de esta investigación se difundirá a los directivos de la FCAC. Todos los datos serán estadísticamente representativos.

DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE LOS SERVICIOS EN LA FCAC

Resultados

Con este proyecto de investigación acerca de la percepción de los servicios que la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables presta a los estudiantes, se ha diseñado un plan de estrategias con el fin de mejorar y replantear aspectos que se deben fortalecer e integrar dentro de la planeación estratégica de la FCAC, generando una experiencia agradable para los estudiantes, la cual permita el crecimiento y la expansión de la FCAC. Teniendo en cuenta que una buena experiencia para los estudiantes se desarrolla a partir de la percepción de los servicios y la atención recibida, por tanto una imagen positiva en el proceso educativo influye en la satisfacción de los estudiantes. Las compañías con una base de clientes fuertes y fieles tiene siempre algo en mente: esforzarse para que la experiencia de servicio sea más agradable, los procesos sean más rápidos y eficientes y que los clientes estén dispuestos a volver.

Conclusiones

A través del análisis que se realizó basado en las percepciones de los estudiantes a los servicios de la FCAC, se encontraron opiniones positivas hacia algunas áreas, otras necesitan ser fortalecidas e implementar una mejora continua de los procesos, que garanticen la calidad del servicio prestado a los estudiantes y desarrollen una imagen institucional con mayor relevancia.

A partir de las percepciones de los estudiantes de la FCAC, se diseña un plan de acción basado en estrategias que buscan mejorar la prestación de servicios a los estudiantes de la FCAC, el cual pretende dar soluciones a los procesos que presentan debilidades para fortalecerlos, ya que son fundamentales en el desarrollo de la formación profesional siendo estos servicios básicos que todo estudiante debe tener en una institución educativa.

DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE LOS SERVICIOS EN LA FCAC

A continuación un resumen de estrategias para las áreas de servicio agrupadas por tipo de gestión.

Tabla 1 Resumen

Gestión	Percepción	Estrategia	Áreas Responsables
<p>Académica</p> <ul style="list-style-type: none"> • Investigación. • Conocimiento del docente. • Metodología de enseñanza aprendizaje. 	<p>Regular</p> <p>No hay participación y se desconocen los grupos de investigación.</p> <p>Buscan capacitarse para estar al nivel de la era del nuevo conocimiento</p> <p>Algunos docentes poseen capacidades pero no poseen la metodología correcta para instruir a sus alumnos.</p>	<p>Implementar en cada materia un espacio de investigación para las diferentes áreas del conocimiento.</p> <p>Hacer seguimiento de las actualizaciones de conocimiento de los docentes contratados en la facultad, motivando a una constante formación para mantener una experiencia mejorada.</p> <p>Fomentar el uso de nuevas tecnologías de información y las comunicaciones.</p>	FCAC
<p>De bienestar estudiantil</p> <ul style="list-style-type: none"> • Papelería. • Cafetería. • Primeros auxilios. • Actividades sociales y Deportivas. 	<p>Negativa</p> <p>No se encuentran productos esenciales como colbón, tijeras o lapiceros.</p> <p>No hay suficiente variedad de productos en el horario de la noche.</p> <p>Colocan cualquier medicamento sin cerciorarse bien del caso.</p>	<p>Implementar un horario de servicio donde se vean beneficiados los estudiantes de la jornada nocturna.</p> <p>Implementar la importancia del buen trato a los clientes.</p> <p>Capacitar al personal encargado del área de primeros auxilios, para seguir un orden sistemático y coherente.</p> <p>Diseñar actividades deportivas para los estudiantes de la facultad.</p>	Litografía y Bienestar Estudiantil

DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE LOS SERVICIOS EN LA FCAC

<p>De admisiones y registro académico</p> <ul style="list-style-type: none">• Admisiones y registros, Finanzas estudiantiles.	<p>Hay situaciones en las cuales los procesos online se llevan a medias ya que a pesar de realizar el proceso virtual deben venir a terminar de hacerlo a las instalaciones de la universidad.</p>	<p>Implementar mejoras continuas en el servicio prestado a los estudiantes, creando rápida solución de problemas, capacitaciones al personal que permitan distribuir el tiempo eficazmente y tener claridad de los procesos para solucionar una duda.</p>	<p>UNAC</p>
---	--	---	-------------

Capítulo Uno-Panorama del Proyecto

Planteamiento del Problema

El presente proyecto de grado pretende identificar a partir de las percepciones de los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables – FCAC de la Corporación Universitaria Adventista-UNAC, debilidades en la prestación de servicios integrales, asociados a la gestión académica, gestión de bienestar estudiantil y la gestión de admisiones y registro académico se realizará a partir de encuestas estructuradas y participación de un Focus Group dirigidas a los discentes de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Unac. Encausaremos las estrategias que propondremos para facilitar y mejorar la calidad de vida académica a través de las diferentes áreas de servicio de la FCAC.

Las directivas de la FCAC deben velar por el desarrollo integral de la comunidad educativa por lo tanto este trabajo entregará un insumo acerca de la percepción actual de los servicios que prestan las distintas dependencias con las cuales los estudiantes deben interactuar en el paso por la Institución.

Se espera motivar e integrar un proyecto que deje huella e implemente mejoras en los procesos y áreas que están relacionadas con el servicio y, que deben ser fortalecidas para la efectividad de nuestra institución. El servicio debe ser parte de la filosofía organizacional, caso que la Una tiene definido en la visión “la excelencia en el servicio, que forma profesionales con valores cristianos”, por lo cual, debemos fortalecer y recalcar este aspecto en la institución.

Justificación

Dentro del mundo cambiante y competitivo está creciendo la necesidad de las organizaciones para brindar un buen servicio a sus clientes y no solo generando satisfacción de

las necesidades sino brindando experiencias al cliente lo que permite que intensificar el proceso interactivo persona - organización, también está ligado con la calidad de los servicios con los que interactúa el cliente siendo un componente vital del proceso de mejora continua entregado a dicho grupo de interés. Cualquier institución exitosa que tenga grandes aspiraciones necesita un programa de investigación y análisis concertado que refleje con exactitud las opiniones, necesidades y aspiraciones de los usuarios.

Es importante reconocer que la institución está en una reestructuración y es por eso que se necesita desarrollar una filosofía de servicio apropiado, para estar al nivel de grandes universidades de alta calidad, por lo cual se presentará el plan de estrategias para el sistema de servicio al cliente, incluyendo las áreas operativa, filosófica, estructural y pedagógica.

Este proyecto cuenta con las percepciones de los estudiantes de la FCAC, de donde tomaremos el modelo a seguir para la propuesta de servicio, unificada con resultados de encuestas sobre la forma educativa y pedagógica que emplean los docentes dentro de la FCAC y también se llevará a cabo un Focus Group que permitirá conocer de manera cualitativa la percepción y experiencia de los estudiantes de la FCAC. Además tiene a disposición una bibliografía relacionada con la temática.

Objetivos

Objetivo general.

Diseñar estrategias que apoyen la gestión integral de los servicios a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables (FCAC) de la Corporación Universitaria Adventista (UNAC).

Objetivos específicos.

- Diagnosticar mediante encuestas la percepción de los distintos servicios a los estudiantes.
- Diseñar estrategias de servicio para proponer oportunidades de mejoramiento en la prestación de los servicios integrales para los estudiantes.
- Validar ante las directivas las estrategias identificadas en el proyecto de grado.

Viabilidad del Proyecto

La viabilidad de la investigación está relacionada con la disponibilidad de los recursos de infraestructura, humanos, y metodológicos que este proyecto requiere para poner en marcha la propuesta de estrategias de servicio integral, que se plantea con los resultados de la percepción actual del servicio ofrecido a los estudiantes de la FCAC en las diferentes áreas.

Impacto del Proyecto

La sociedad actualmente en cuanto a servicio y atención al cliente cada vez es más exigente, lo que ha creado un nuevo modelo de marketing; por tanto este proyecto dará a conocer a la FCAC cuán importante es crear una cultura de atención, con altos niveles de servicio impecable y estudiantes satisfechos, para lo cual se tomarán las causas de insatisfacción de los estudiantes con el fin de efectuar mejoras, ya que un estudiante satisfecho comunicará a otros sus experiencias positivas con el servicio, obteniendo como beneficio para la organización una difusión gratuita a sus familiares, amistades y conocidos.

Tabla 3 Cronograma de actividades Abril –Junio

Actividades	Abril				Mayo				Junio
	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4	Sem 1
Capitulo Uno: Panorama del Proyecto									
Planteamiento del problema									
· Justificación									
· Objetivos									
· Viabilidad del proyecto									
· Impacto del proyecto									
Impacto interno (empresa)									
· Plan de trabajo									
-Cronograma de actividades									
Capitulo Dos: Generalidades de la Organización									
· Reseña histórica									
· Misión									
· Visión									
· Objeto social									
· Organigrama									
· Portafolio de productos o servicios									
Capitulo Tres: Marco Teorico									
Desarrollo teórico									
Referente legal									
Capitulo Cuatro: Diseño Metodológico									
· Población y muestra (si aplica)									
· Procedimiento para la obtención de la información									
· Procedimiento a seguir para el desarrollo del modelo o producto propuesto									
Revisión y Otros									

Capítulo Dos – Generalidades de la Organización

Reseña Histórica

En el año de 1937 inició labores en Medellín el “Colegio Industrial Coloveno”, con el fin de atender las necesidades educativas de la Iglesia Adventista del Séptimo Día. La tarea educativa comprendía todos los niveles de educación y buscaba preparar profesionalmente a pastores, administradores, maestros y músicos. Al comenzar el año de 1950 se adoptó el nombre “Instituto Colombo–Venezolano” y continuó trabajando en los niveles de educación primaria, secundaria y terciaria. El decreto 80 de 1980 (enero 22) emanado de la presidencia de la República define el sistema de Educación Superior y tal definición obligó al “Instituto Colombo–Venezolano” a revisar los estatutos. El 18 de julio de 1981 se creó la Corporación Universitaria Adventista con el objetivo de impartir la educación post-secundaria en la modalidad universitaria. La UNAC recibió la personería Jurídica No. 8529 el 6 de junio de 1983, expedida por el Ministerio de Educación Nacional.

En el proceso de desarrollo académico ha organizado cinco facultades desde las cuales se ofrecen los programas de pregrado: Facultad de Educación, Facultad de Teología, Facultad de Salud, Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, Facultad de Ingenierías; y una División de Investigaciones y posgrados que es la encargada de liderar los programas de posgrado que ofrece la Institución.

La UNAC ha trabajado con miras a formar profesionales muy competitivos y de altas calidades morales y espirituales, por ello dentro de su quehacer cotidiano participa en diferentes procesos que velan por la calidad institucional. Se destaca la Acreditación otorgada por la Agencia Acreditadora Adventista (AAA), que ha certificado la calidad de la educación impartida en la UNAC. De igual manera se está participando en los procesos de calidad de la Educación

Superior que promueve el Ministerio de Educación Nacional; el Registro Calificado para cada uno de sus programas, se constituye en la etapa previa antes de ingresar a los procesos de Acreditación de Alta Calidad tanto para los programas como para la institución en sí.

Filosofía

La Corporación Universitaria Adventista pertenece al sistema mundial de educación de la Iglesia Adventista del Séptimo Día, por tanto, sigue la filosofía de educación adventista:

La Iglesia Adventista del Séptimo Día reconoce que Dios es el Creador y Sustentador de la tierra y de todo el universo, es la fuente de conocimiento y de sabiduría. A su semejanza, Dios creó al hombre perfecto. Debido al pecado, el hombre perdió su condición original, y la educación cristiana, al perfeccionar la fe en Cristo, tiene el propósito de restaurar en él la misma imagen de su Hacedor, fomentar en el hombre una dedicación inteligente de la obra de Dios en la tierra y proporcionarle una preparación práctica para servicios concienzudos a sus semejantes. Los adventistas del séptimo día creen que el conocimiento de este Dios personal nunca puede ser obtenido únicamente por la razón humana, sino que Dios ha dado a conocer su naturaleza, propósitos y planes mediante la revelación divina. La Sagrada Escritura, tanto el Antiguo Testamento como el Nuevo, fue dada por inspiración de Dios, contiene la revelación de su voluntad a los hombres y constituye la única regla de fe y de conducta de la iglesia. La feligresía de la iglesia acepta el don de la profecía, así como fuera manifestado mediante revelación especial a la Iglesia Adventista del Séptimo Día en la vida y el ministerio de Elena G. de White.

En este respecto los adventistas del séptimo día aceptan la divina revelación como el principio guiador de su filosofía de la educación. Creen que sus maestros son siervos de Dios y sus alumnos, hijos de Dios.

La Iglesia posee un sistema educativo que asegura para su juventud una educación equilibrada, en lo físico, lo moral, social y vocacional, en armonía con las normas denominacionales y los ideales que tienen a Dios por fuente de todo valor moral y toda verdad. Su mente y voluntad revelada constituyen el criterio de lo bueno y de lo malo. La iglesia se interesa en el óptimo desarrollo del niño en todo aspecto, tanto para esta vida como para la venidera.

Los adventistas del séptimo día dirigen sus propias instituciones educativas, desde las primarias hasta las universitarias, con el propósito de transmitir a sus hijos sus propios ideales, creencias, actitudes, valores, usos y costumbres. El gobierno mantiene un sistema altamente desarrollado de escuelas públicas para la preparación de ciudadanos, pero además de patriotas observadores de la ley, los adventistas del séptimo día quieren que sus hijos sean cristianos leales y conscientes. Existen algunos conocimientos, valores e ideales peculiares de la iglesia que deben ser transmitidos a la generación más joven, a fin de que la iglesia puede continuar existiendo. En este proceso se puede reconocer el siguiente principio bíblico de la transmisión social: "De esto contaréis a vuestros hijos, y vuestros hijos a sus hijos, y sus hijos a otra generación."

El verdadero conocimiento de Dios y compañerismo con él en el estudio y en el servicio y la semejanza a él en el desarrollo del carácter, han de ser la fuente, el medio y el objetivo de la educación adventista del séptimo día. En suma: La Iglesia Adventista del Séptimo Día, por medio de su programa educativo, desea ayudar a la juventud a prepararse para una ciudadanía efectiva en esta tierra, y una ciudadanía gratificante en la tierra nueva.

Misión

La Corporación Universitaria Adventista - UNAC declara como su misión: Propiciar y fomentar una relación transformadora con Dios en el educando por medio de la formación

integral en las diferentes disciplinas del conocimiento, preparando profesionales competentes, éticamente responsables, con un espíritu de servicio altruista a Dios y a sus semejantes, dentro del marco de la cosmovisión bíblico cristiana que sustenta la Iglesia Adventista del Séptimo Día.

Visión

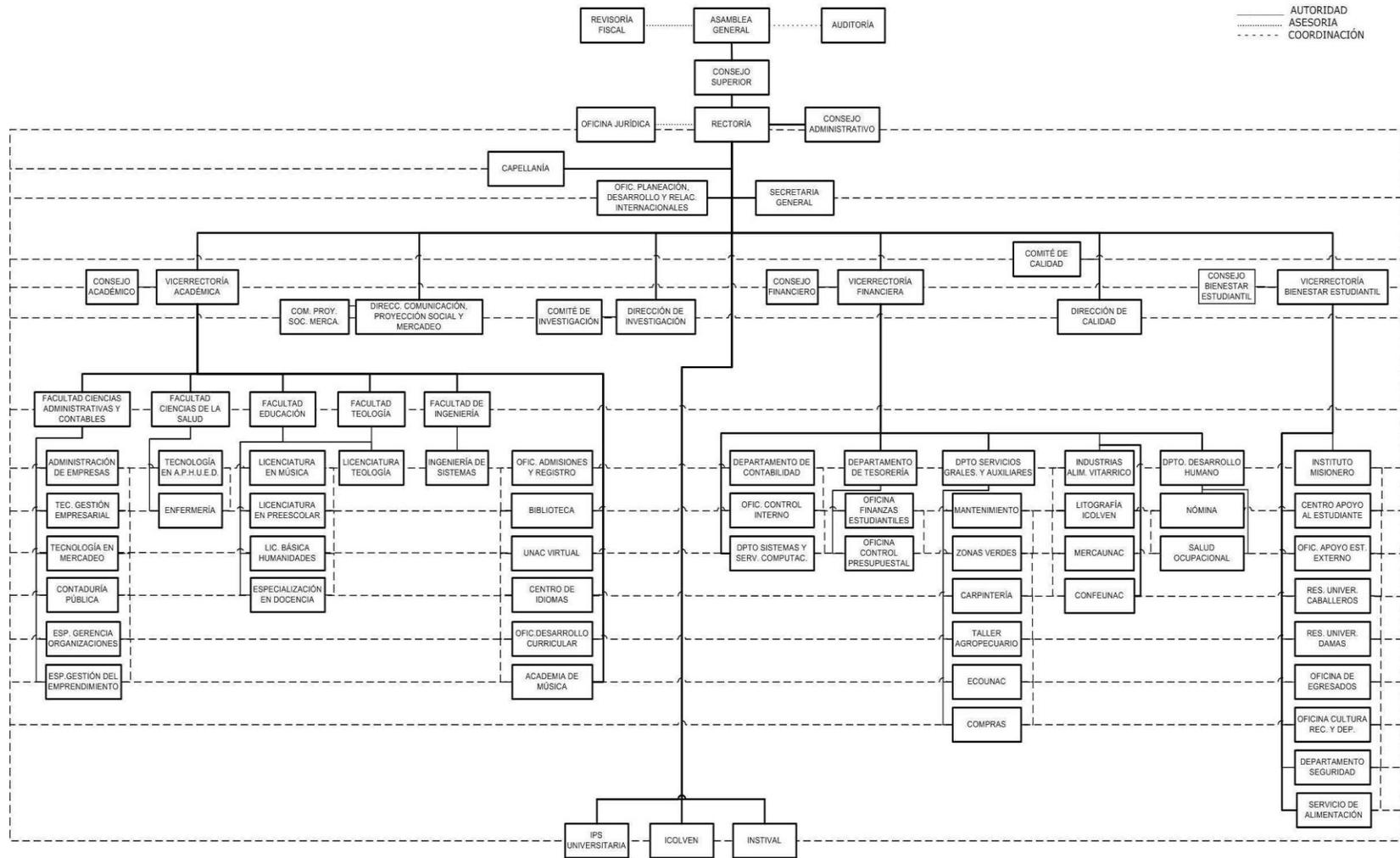
La Corporación Universitaria Adventista con la dirección de Dios, ser una comunidad universitaria adventista con proyección internacional, reconocida por su alta calidad, su énfasis en la formación integral, la cultura investigativa y la excelencia en el servicio, que forma profesionales con valores cristianos, comprometidos como agentes de cambio con las necesidades de la sociedad y su preparación para la eternidad.

Valores

- Fidelidad
- Transparencia
- Equidad
- Coherencia
- Respeto

Organigrama

Figura 1. Organigrama de la Corporación Universitaria Adventista



Con el propósito de optimizar los recursos y hacer más eficiente la gestión, la Asamblea General de la UNAC aprobó el nuevo organigrama, caracterizado por ser más plano y funcional, conforme a las necesidades de la institución.

Dentro de esta adecuación de la estructura organizacional se destacan los siguientes:

La reactivación y posicionamiento de la Oficina de Planeación, Desarrollo y Relaciones Internacionales.

La administración de los posgrados es asumida por la Facultades y se empodera el aspecto de la investigación al quedar como Dirección de Investigación.

Se jerarquiza por la importancia en los procesos de acreditación y las necesidades institucionales las áreas de calidad, comunicaciones y mercadeo, quienes ahora son Direcciones que dependen de la Rectoría.

La Academia de Música pasa a ser administrada directamente por la Vicerrectoría Académica.

El servicio de alimentación institucional adquiere dependencia de la Vicerrectoría de Bienestar.

Otro aspecto importante que llega con el nuevo organigrama es la supresión del concepto de Divisiones y por consiguiente de los Consejos con los cuales funcionaba cada una de ellas.

Este trabajo es el resultado de un meticuloso estudio realizado por una comisión especializada que evidenció la necesidad de adaptar la estructura interna para ser más competitivos.

Objetivo Social

La Corporación Universitaria Adventista es una institución que se dedica a la formación integral de los estudiantes, a través de actividades culturales, espirituales y académicas con el propósito de ser personas que sirvan a Dios y a la sociedad.

Productos y/o Servicios**Estudios de pregrado.**

- Contaduría pública
- Administración de empresas
- Enfermería
- Licenciatura en teología
- Licenciatura en preescolar
- Licenciatura en música
- Ingeniería de sistemas
- Tecnología en atención pre hospitalaria
- Tecnología en gestión empresarial
- Tecnología en mercadeo
- Educación básica(A distancia)

Estudios de postgrado.

- Especialización en gerencia de organizaciones
- Especialización en docencia

Capítulo Tres – Marco Teórico

En este capítulo se mostrarán los fundamentos teóricos y conceptuales que se necesitan como base a la solución del problema, los conceptos para fundamentar la solución basándose en libros y teorías planteadas. También se conocerá más sobre el tema que se quiere abarcar en la investigación, se definirá el espacio que se va a estudiar, se observarán anteriores investigaciones sobre el tema, y sus resultados.

Además se mostrarán algunas teorías planteadas por otros investigadores, conceptos, características y antecedente sobre el servicio al cliente de la FCAC en cuanto a enseñanza y la calidad en la prestación del servicio a los usuarios.

Antecedentes

El servicio es base fundamental de las organizaciones, por tanto se evidencia en la visión de la Institución, la cual guía el proceso administrativo, educativo y pedagógico.

Dentro de la formación integral que implementa la institución con sus estudiantes, se empeña en fortalecer el servicio con las personas, además da una buena presentación a las organizaciones, ayuda al crecimiento de las relaciones interpersonales y la relación eficiente en el ambiente laboral y comercial.

No solo los estudiantes fortalecen el aspecto del servicio, sino que es necesario implementarlo con los empleados, para brindar un excelente asesoramiento a los aspirantes a ser estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables y por ende a los estudiantes de la Corporación universitaria adventista.

Desarrollo Teórico

Servicio.

Para poder brindar un mejor servicio es necesario conocer qué significa servicio, según Stanton, Etzel y Walker, definen los servicios "como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades" (en esta propuesta, cabe señalar que según los mencionados autores ésta definición excluye a los servicios complementarios que apoyan la venta de bienes u otros servicios, pero sin que esto signifique subestimar la importancia).

Según una mezcla de Lehtinen, Kotler y Bloom dicen que el servicio es una actividad o una serie de actividades de naturaleza más o menos intangible que por regla general, aunque no necesariamente, se generan en la interacción que se produce entre el cliente y los empleados de servicios y/o recursos o bienes físicos y/o los sistemas de proveedor de servicios, que se proporcionan como soluciones a los problemas del cliente.

Para Richard L. Sandhusen, "los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo".

Según Lamb, Hair y McDaniel, "un servicio es el resultado de la aplicación de esfuerzos humanos o mecánicos a personas u objetos. Los servicios se refieren a un hecho, un desempeño o un esfuerzo que no es posible poseer físicamente".

Importancia del servicio.

El servicio al cliente ha venido tomando fuerza acorde al aumento de la competencia, ya que mientras más existan, los clientes tiene mayor oportunidad de decidir en donde adquirir el producto o servicio que están requiriendo, es aquí donde radica dicha importancia de irlo

perfeccionando y adecuando a las necesidades de los clientes, ya que estos mismo son quienes tendrán la última palabra para decidir. La importancia se puede guiar por los siguientes aspectos, mencionados por Anónimo (2013): La competencia es cada vez mayor, por ende los productos ofertados aumentan notablemente y son más variados, por lo que se hace necesario ofrecer un valor agregado. Los competidores se van equiparando en calidad y precio, por lo que se hace necesario buscar una diferenciación. Los clientes son cada vez más exigentes, ya no sólo buscan precio y calidad, sino también, una buena atención, un ambiente agradable, comodidad, un trato personalizado, un servicio rápido. Si un cliente queda insatisfecho por el servicio o la atención, es muy probable que hable mal de uno y cuente la mala experiencia a otros consumidores. Si un cliente recibe un buen servicio o atención, es muy probable que vuelva a adquirir nuestros productos o que vuelvan a visitarnos. Si un cliente recibe un buen servicio o atención, es muy probable que nos recomiende con otros consumidores. Es primordial tomar en cuenta dichos aspectos, ya que si se logran entender adecuadamente cada uno de ellos y, aplicarlos de la manera correcta se logrará tener una ventaja competitiva.

El servicio y las instituciones.

Un buen servicio debe satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes o usuarios, para lo cual está estrechamente relacionado con la calidad y efectividad del mismo. “El servicio es una estrategia tan poderosa como el marketing, y tan potente como la calidad del producto en sí” (John Tschohl, 199, p. 9).

Una institución que es reconocida por el servicio que presta, adquiere reconocimiento y fidelidad por parte de los usuarios, lo que le permite crear una ventaja comparativa sobre otras instituciones. Gracias a estos aspectos se va fortalecido el desarrollo de la misma, impactando y motivando a los empleados a sentirse comprometidos con el trabajo que realizan, por lo cual “las

mejoras más pequeñas del servicio, pueden incrementar los niveles de beneficios de una empresa” (John Tschohl, 1991, p. 10).

Cultura de servicio.

Para lograr la excelencia, la empresa debe enmarcarse en un proceso orientado a la mejora continua de la calidad para conseguir la satisfacción del cliente. Esto no es otra cosa que adoptar una nueva conducta empresarial, donde el protagonista sea el cliente. De esta forma las empresas poseen una cultura de servicio.

Albrecht (1992) define la cultura como un “contexto social que influye en la forma de comportamiento y relación de la gente. Está integrada por los valores, normas, creencias e ideologías de la organización”.

Si la cultura organizativa no está enfocada hacia el servicio al cliente, no hay posibilidad alguna de que esa organización pueda proporcionar calidad de servicio.

La cultura de servicio es aquella que influye en la gente para comportarse y relacionarse con métodos orientados hacia el servicio o hacia la premisa “el cliente, primero”. El estilo directivo, los valores predominantes y las normas de comportamiento influyen en la gente y en los resultados de la calidad en los momentos críticos de contacto con el cliente.

Así, crea en la empresa una cultura de trabajo orientada hacia la calidad del servicio, donde cada persona o departamento en la organización se considera cliente de los otros (clientes internos). Así mismo la calidad es entendida no sólo con la calidad del producto y servicio, sino también como calidad de gestión en la empresa, existiendo participación de la alta gerencia como base para el cambio de actitud de los trabajadores. La comunicación organizativa fluye en todas las direcciones de forma eficiente para garantizar el cumplimiento de las políticas de calidad.

Cuando, la cultura se orienta a la calidad, y se logran niveles de calidad personal, departamental y de servicio, se facilita el logro de los objetivos de las empresas (p. 33).

Calidad.

Definición.

“La calidad es la excelencia del producto, lo que incluye el atractivo, la falta de defecto, la confiabilidad y durabilidad” (Bateman y Snell, 2011).

“La American Society for Quality Control define la calidad como una totalidad de características de un producto servicio que influyen en la capacidad para satisfacer necesidades explícitas o implícitas” (Kloter y Armstrong, 2001).

“Representa un proceso de mejora continua, en el cual todas las áreas de la empresa buscan satisfacer las necesidades del cliente o anticiparse a ellas, participando activamente en el desarrollo de productos o en la prestación de servicios” (Álvarez, 2006).

Calidad, servicio y cliente.

Según Pizzo (2013) “es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de los clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprendido, atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando en consecuencia mayores ingresos y menores costos para la organización”.

“Es el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para

satisfacerlas, logrando de este modo cubrir las expectativas, y por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes” (Blanco, 2001, p.6).

Calidad en la empresa.

Las empresas que poseen una ventaja comparativa en la prestación de un servicio con calidad en relación a la competencia, es porque han establecido estrategias fuertes que les permita adueñarse del concepto de servicio al cliente, implementando personal alegre, amable y dispuesto a colaborar al cliente siempre que presente una duda o inconformidad, que los directivos están comprometidos con el cambio y todos se esfuerzan por capacitarse y mantener una imagen de preferencia. John Tschohl y Steve Franzmeier, 1991, plantean que “en una sociedad enfocada al servicio, la calidad de este ha llegado a ser para el éxito de las empresas, más importante que la calidad del producto” (p.2).

Los directivos de cualquier empresa siempre se entregan a la tarea de hacer que esta sea competitiva y la mejor del sector. Para ello es necesario implantar un Sistema de Gestión de la Calidad donde se establezca las líneas básicas de actuación, tales como el establecimiento de un adecuado plan de calidad y un esquema organizativo de la calidad en la empresa que permite avances y mejora continuos.

El objetivo prioritario de la calidad de la empresa es alcanzar, mantener y mejorar la organización de esta con el objetivo de desarrollar productos y servicios que sean percibidos por los potenciales clientes como de gran calidad. De esta forma se logra crear una buena “imagen de la empresa”, que perdurará en el tiempo si se consigue aplicar mejoras continuas de la calidad que satisfagan e incluso superen la necesidad cambiante de los clientes.

La organización con productos y servicios de más calidad, capaces de vender a precio competitivos, con equipos humanos, dinámicos, formados, que asumen toda la responsabilidad,

con proyección comercial aplicada en todas las áreas de la organización, será las que permanezcan y se hagan con el mercado.

En la actualidad las empresas forman parte de una red de intereses y dependencias que hacen que el margen de acción está condicionado por elementos extensos. Por un lado, la empresa recibe productos y servicios de los proveedores y, por otro, vende y extiende a sus clientes. Además, tiene que tener en cuenta las influencias del entorno, como los aspectos sociales y de respeto al medio ambiente. Se podría decir que la empresa actual se ve afectada por cuatro factores fundamentales, tales como los factores humanos, técnicos, comerciales y del medio ambiente. (Taylor, Baker, Rust y Oliver, 1994, p.13 y 14).

Tomando como referencia la Norma ISO 9000 (2005), podemos decir que “la calidad es el conjunto de características de un producto o servicio que le confieren la aptitud para satisfacer las necesidades del cliente. Además, para conducir y operar una organización en forma exitosa se requiere que ésta se dirija y controle en forma sistemática y transparente”.

“Los sistemas de gestión de la calidad pueden ayudar a las organizaciones a aumentar la satisfacción de sus clientes. Los requisitos del cliente pueden estar especificados por el cliente de forma contractual o pueden ser determinados por la propia organización. En cualquier caso, es finalmente el cliente quien determina la aceptabilidad del producto. Dado que las necesidades y expectativas de los clientes son cambiantes y debido a las presiones competitivas y a los avances técnicos, las organizaciones deben mejorar continuamente sus productos y procesos”.

Se puede lograr el éxito al implementar y mantener un sistema de gestión que esté diseñado para mejorar continuamente el desempeño. Para esto se han determinado ocho principios de gestión de la calidad con los cuales la organización estará enfocada en un mejor desempeño empresarial.

a) Enfoque al cliente: Las organizaciones dependen de sus clientes y por lo tanto deberían comprender las necesidades actuales y futuras de los clientes, satisfacer los requisitos de los clientes y esforzarse en exceder las expectativas de los clientes.

b) Liderazgo: Los líderes establecen la unidad de propósito y la orientación de la organización. Ellos deberían crear y mantener un ambiente interno, en el cual el personal pueda llegar a involucrarse totalmente en el logro de los objetivos de la organización.

c) Participación del personal: El personal, a todos los niveles, es la esencia de una organización, y total compromiso posibilita que sus habilidades sean usadas para el beneficio de la organización.

d) Enfoque basado en procesos: Un resultado deseado se alcanza más eficientemente cuando las actividades y los recursos relacionados se gestionan como un proceso.

e) Enfoque de sistema para la gestión: Identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema, contribuye a la eficacia y eficiencia de una organización en el logro de sus objetivos.

f) Mejora continua: La mejora continua del desempeño global de la organización debería ser un objetivo permanente de ésta.

g) Enfoque basado en hechos para la toma de decisión: Las decisiones eficaces se basan en el análisis de los datos y la información.

h) Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor: Una organización y sus proveedores son interdependientes, y una relación mutuamente beneficiosa aumenta la capacidad de ambos para crear valor. (p.1)

Satisfacción del cliente.

Es el valor agregado que las personas esperan recibir de una organización, el cual satisfaga las expectativas y las motive a ser usuarios frecuentes de dicho servicio, tomando como referencia que se siente seguro con el trato recibido, que está dispuesto a elegir dicha organización y a mostrar a integrantes del círculo social los beneficios que le han sido ofrecidos.

“La satisfacción del cliente ha demostrado ser en numerosos estudios un importante antecedente de las intenciones de comportamiento de los clientes...siendo considerada una de las variables clásicas o tradicionales en el estudio de la fidelidad” (Taylor, Baker, Rust y Oliver, 1994, p.53).

Marco Conceptual

En este marco conceptual se explicarán algunas de las definiciones básicas, definición de conceptos, definición de variables y medición de variables. Estos conceptos se abordan para la clara comprensión de los mismos.

Definiciones básicas.

Servicio al cliente en los principales puntos de contacto con el cliente: En todas las organizaciones los puntos de primer contacto con el cliente, debieran convertirse en un factor de mucho cuidado ya que de ahí se puede evaluar la percepción de las personas que reciben el servicio, para esto debemos tener personal capacitado y comprometido con brindar apoyo y solución a las necesidades de los usuarios. “El servicio está en los ojos del observador...Los clientes son los que deciden si una organización se puede calificar como excelente” (John Tschohl y Steve Franzmeier, 1991, p. 119).

Gestión integral de los servicios: Estrategias para implementar un servicio comprometido con la excelencia y la satisfacción del cliente en los diferentes puntos de primer contacto, ya sea dentro el área pedagógica, social, y administrativa.

Mejora continua de la calidad: La calidad del servicio es la base fundamental de la satisfacción del cliente, por lo cual las organizaciones deben mantenerse en constante implementación de estrategias que apoyen el proceso de tener ventajas competitivas y valor agregado que haga que los clientes la elijan como la ideal. Además “envuelve el ciclo de vida del servicio, ejerciendo influencia en cada aspecto de la gestión del servicio para mejorar el desempeño, calidad y valor para el negocio como proveedores de servicio” (Sharon Taylor, 2009, p.11).

Definición de concepto.

Desarrollo integral.

Establecer planes de acción por medio de la universidad para implementar en los estudiantes una filosofía de compromiso con Dios y con las demás personas, que fortalezcan sus valores e influyan en el crecimiento profesional.

Insumo sobre la percepción actual.

Herramienta que expresa el punto de vista de los usuarios sobre el servicio al cliente recibido por parte de la FCAC, y las estrategias de mejora establecidas durante el proyecto realizado.

Discentes.

Hace referencia a los estudiantes o personas que reciben una enseñanza.

Encausaremos.

Llevaremos las estrategias enfocadas a un propósito final donde se podrá apreciar el desarrollo del servicio en el ámbito académico.

Capítulo Cuatro – Marco Metodológico

Introducción

En el presente capítulo se mostrará el alcance de la investigación acerca de las percepciones de los estudiantes de la FCAC en la prestación de servicios asociados a la gestión académica, gestión de bienestar estudiantil y gestión de admisiones y registro académico de la comunidad estudiantil de la FCAC, también se dará a conocer el enfoque, el método y técnicas para la recolección de datos con el fin de acceder a información que nos permita comprobar las hipótesis anteriormente planteadas, llegando a unas conclusiones concretas, que a la vez permitan presentar estrategias de mejora en el proceso.

Enfoque de la Investigación

El enfoque que tiene la investigación es de tipo cuantitativo pues la realidad a estudiar ya existe, en ningún momento se pretende con esta investigación cambiar lo que ya existe, antes se confirmará. El proyecto será basado en el positivismo, que se basará en teorías ya existentes en investigaciones ya realizadas. La posición de los investigadores será neutral pues se trabajará objetivamente.

El problema tiene una delimitación específica y se encuentra acotado en la población de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Corporación Universitaria Adventista, donde se plantea hipótesis y probabilidades del problema. El resultado de esta investigación se difundirá a los directivos de la FCAC de donde se toma la muestra. Todos los datos serán estadísticamente representativos.

Población y Muestra

La Población de esta investigación es la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables que hace parte de la Corporación Universitaria Adventista, cuenta con un universo de 291 estudiantes de los pregrados de Administración de Empresas, Contaduría Pública y Mercadeo.

La muestra se toma de la población total con el fin de obtener un número de estudiantes representativo quienes serán parte de la investigación, el cálculo que se realizó para sacar la muestra da como resultado 75 estudiantes.

$$n = 1,96^2 * 0,25 * (1 - 0,25) / 0,1^2 = 75 \text{ estudiantes.}$$

Alcance de la Investigación

El alcance de la investigación es descriptivo, ya que lo que se pretende es mostrar la información adquirida acerca de las percepciones de los estudiantes de la FCAC en el servicio al cliente prestado en los principales puntos de contactos, asociados a la gestión académica, gestión de bienestar estudiantil y gestión de admisiones y registro académico.

Tipo de Estudio

Es diseño descriptivo, ya que la recolección y análisis de la información tiene lugar en un momento definido año 2015 y se evalúa una situación, percepciones de los estudiantes FCAC de la Corporación universitaria adventista en cuanto a la prestación de servicios integrales, asociados a la gestión académica, gestión de bienestar estudiantil y gestión de admisiones y registro académico de la FCAC. Además se realizara encuestas a los representantes de cada semestre y carrera de la facultad de ciencias administrativas y contables, también participaran de un Focus Group.

Métodos, Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

El método de razonamiento utilizado es el de deducción donde se parte de lo particular a lo general, basado en la información resultante de la muestra para afirmar con cierto grado de certeza la afirmación de la hipótesis. La técnica utilizada para la recolección de los datos es la encuesta, a través de la cual se pretende obtener información a través de los estudiantes de la facultad de ciencias administrativas y contables. El instrumento utilizado es un cuestionario que consta de 10 preguntas que será entregado por parte de los investigadores a los encuestados de manera presencial u electrónica en la ciudad de Medellín, a finales del primer semestre del 2015.

Plan de Tabulación y Análisis

Los datos recolectados en la encuesta, se ingresan a un sistema software que permite la operación y tabulado de los mismos, donde se permite visualizar información resultante a través de gráficos y tablas de frecuencia. Se procede a realizar un análisis de los resultados de la investigación obtenida con el fin de obtener la información que tendrá relación con las hipótesis planteadas y así determinar las estrategias de mejora continua que apoyen la gestión integral del servicio en la FCAC.

Metodología de Cambio Integrado

Análisis dimensiones internas.

Tecnología.

La FCAC dentro de sus actividades académicas utiliza bases de datos y tecnología aplicada que ayudan al funcionamiento y buen manejo de la misma, como es el campus virtual donde se suben talleres, evaluaciones que permite un contacto entre docentes y estudiantes, la tecnología de la FCAC actualmente presenta fallas en el funcionamiento, al subir notas, los

docentes expresan que la conexión a internet muchas veces no permite realizar dicho proceso, también la información que se presentada en libros, es decir en la biblioteca no contiene datos actualizados o la información no está disponible lo cual no ha generado un valor agregado en el enfoque académico y tecnológico.

Organización.

Combina las características que son propias de una institución de educación superior con una identidad filosófica y misional propia, que se traduce en una propuesta educativa que la distingue de las demás instituciones de educación superior. La Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Corporación Universitaria Adventista maneja una filosofía de compromiso con el servicio integral, incluyendo la forma de relacionarnos con los públicos y también como ente formador de los estudiantes. Aunque este aspecto en el ámbito laboral es reconocido, necesita más compromiso con las bases de servicio y establecer estrategias que fortalezcan y capaciten al personal en este tema, pues también se ha analizado que se ha convertido en una desventaja el mal manejo del servicio con los públicos en especial los de primer contacto con el cliente; lo cual si no se hace un proceso especializado de apoyo, ya no sería un campo fuerte y puede traer pérdidas en el mercado y en la perspectiva de sus clientes actuales y nuevos.

Personas.

Al analizar cómo es la elección de personal en la institución, hemos podido ver fallas en el proceso utilizado para la selección, el departamento de personal recibe las órdenes de las facultades o departamentos, donde les indican las personas que serán contratadas, pero no se hace un proceso de evaluación de las capacidades sino que se revisa la hoja de vida y si es

recomendado por un empleado de la universidad, puede que con eso baste para ser contratado. Sin embargo, este proceso puede ser una de las fallas a la hora de brindar un buen servicio, ya que se necesita compromiso de parte del personal y capacidades especializadas de pedagogía y relaciones personales que permita que el usuario, en este caso el estudiante reciba la información sobre una materia de manera clara, sencilla y con buenas bases investigativas.

Cultura.

Se basa en formar las nuevas generaciones de esta sociedad con un compromiso de servicio a Dios y a sus semejantes, se enmarca en la misión, que desarrolla una buena labor buscando restablecer esa conexión entre los jóvenes y el Creador que los capacite intelectual, espiritual y socialmente para cumplir la misión en esta vida y prepararse para la Eternidad. Además busca la excelencia en todo lo que se hace lo cual es una premisa que caracteriza el modelo educativo y se convierte en inspiración para los jóvenes que pasan por esa casa de estudios.

Análisis dimensión externa.

Mercado.

El mercado potencial de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables son todas las personas adventistas nacionales, que deseen estudiar una carrera universitaria en un ámbito tranquilo con compromiso y responsabilidad y que deseen tener una amplia relación con Dios, integrando lo profesional y lo personal en el crecimiento y la formación del carácter. También incluye personas extranjeras que tengan la disponibilidad para estudiar en el país colombiano; esto no deja de lado la oportunidad que se les da a las personas de otra religión que deseen hacer parte de la institución, siempre y cuando cumplan con requisitos básicos.

La universidad tiene claro que en la actualidad existen personas que desean hacer parte de un proceso de crecimiento y preparación profesional, pero no cuentan con el tiempo necesario para estudiar presencialmente, por lo cual ofrece oportunidades a larga distancia, que también apoyan el proceso de expansión de productos y crecimiento económico.

Aun así la organización necesita fortalecer más el área de información sobre los productos y las estrategias de marketing, ya que estas áreas son la primera imagen que reciben las personas, y de sus propuestas y proyectos dependen la llegada de nuevos estudiantes y la perspectiva de las personas sobre el servicio al cliente y la preocupación por mantener relaciones personales y duraderas.

Estudiantes/Clientes.

Todos los estudiantes que estén previamente inscritos en alguno de los programas académicos que ofrece la FCAC, y tengan una constancia de que conocen y aceptan la normatividad prescrita en los Reglamentos de la UNAC. Además para ser seleccionados como aspirantes deben pasar los siguientes filtros:

1. Desempeño en la entrevista.
2. Puntaje en las pruebas de Estado Saber 11° para aspirantes a programas de pregrado.
3. Puntaje obtenido, ya sea en el examen aptitudinal, cursos selectivos o examen de admisión para aspirantes a programas de pregrado. Este requisito será opcional para programas de posgrado a criterio de la coordinación del programa.
4. Transcripción oficial de calificaciones obtenidas durante la carrera profesional.
5. Hoja de vida para aspirantes a programas de posgrados.
6. Poseer competencia lectora en el idioma inglés para aspirantes a programas de posgrado.

Producto.

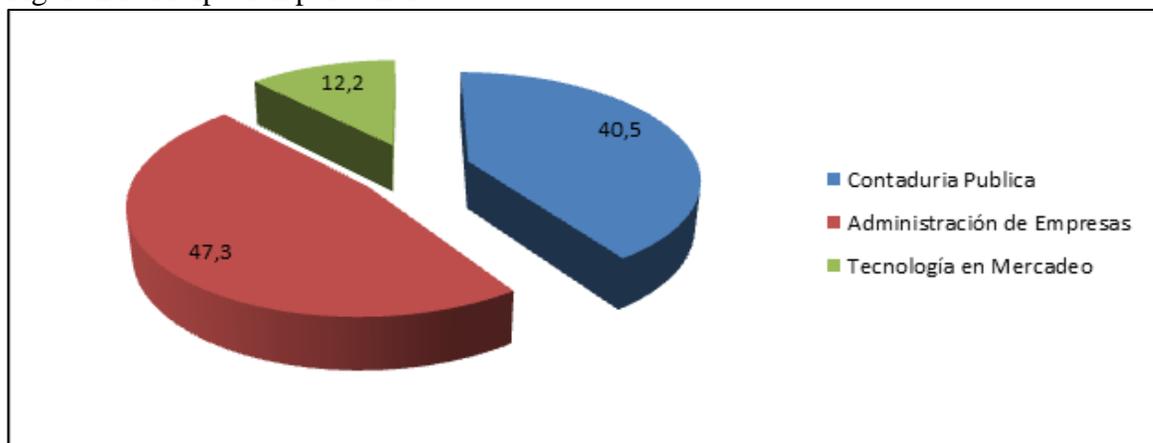
Busca que sus productos, en este caso la formación académica sean de excelente calidad no solo en el área profesional sino de forma integral (profesional, personal y espiritual), que integren aspectos fundamentales de servicio, liderazgo y responsabilidad empresarial, haciendo énfasis en la formación integral y la cultura investigativa que forma profesionales con valores cristianos y éticos, comprometidos como agentes de cambio con las necesidades de la sociedad y la preparación para la eternidad. Cabe resaltar que la FCAC está diseñando planes y nuevos proyectos publicitarios para dar a conocer los programas académicos y atraer a nuevos estudiantes.

Capítulo Cinco – Diagnóstico y Análisis

Análisis de los Resultados del Instrumento Aplicado en la FCAC

Las encuestas realizadas a 75 estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables (Administración de empresas, Tecnología en mercadeo y Contaduría pública) de la Corporación Universitaria Adventista, arrojaron los resultados que se mostrarán a continuación por gráficas y porcentajes.

Figura 2 Participación por carrera.



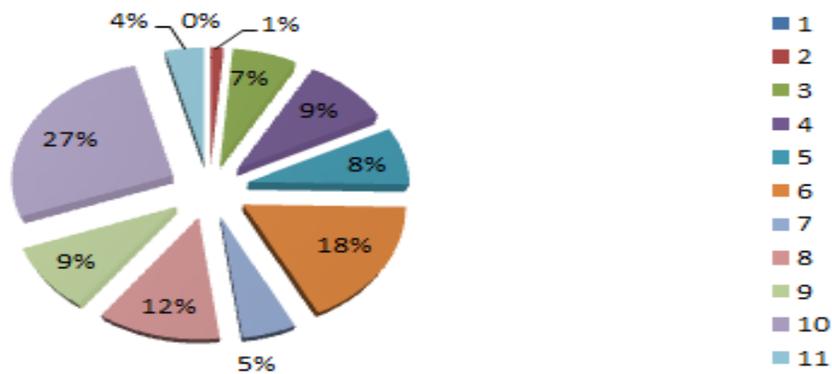
Del 100% de estudiantes encuestados corresponden a cada una

-Contaduría Pública: 40,5%

-Administración de Empresas: 47,3%

-Tecnología en Mercadeo: 12,2%

Figura 3 Participación por semestre.



La mayoría de los estudiantes encuestados pertenecían a los semestres

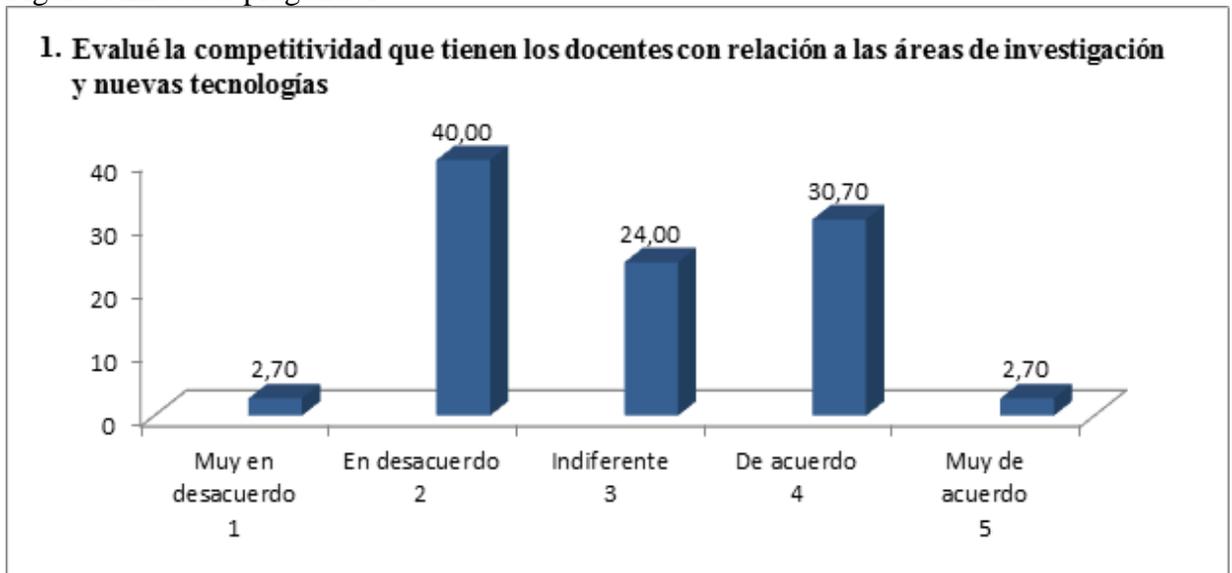
-10: 26,7%

- 6: 17,3%

- 8:12%

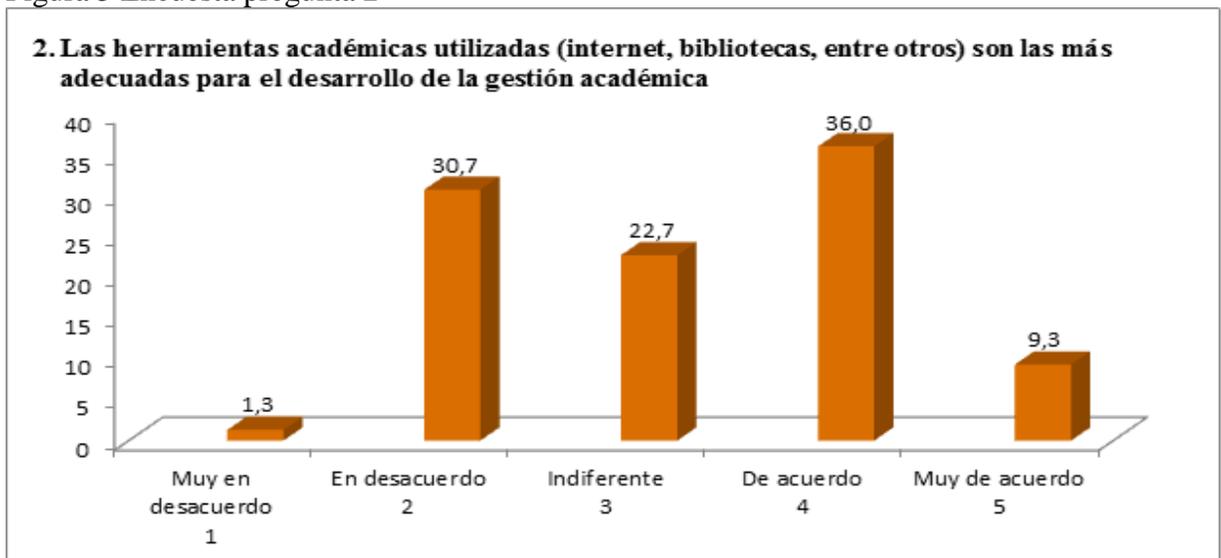
De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta realizada para conocer la percepción que tienen los estudiantes acerca de la metodología, didáctica y calidad del aprendizaje en la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Corporación Universitaria Adventista; para ello se evaluaron 10 preguntas, donde podemos analizar que los puntos críticos fueron los siguientes.

Figura 4 Encuesta pregunta 1.



El 42.7% encuestado percibe que se da poca importancia a los temas de investigación y la incursión en nuevas tecnologías en la Corporación Universitaria, vitales en la formación académica de los estudiantes; el 30% de los encuestados declara estar conforme y el 24% no se siente ni inconforme ni conforme.

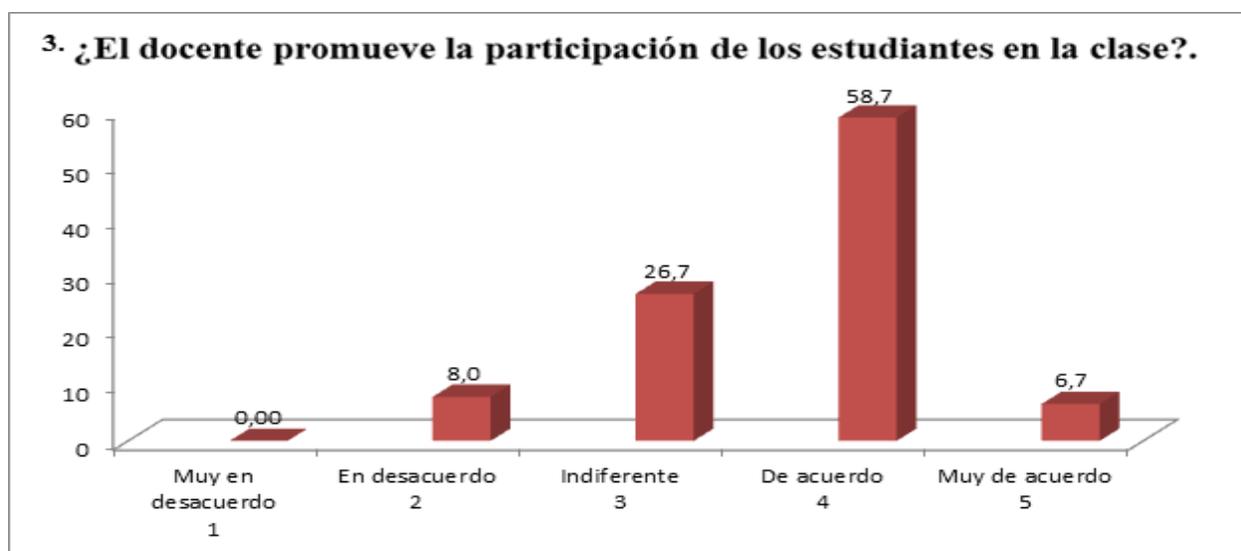
Figura 5 Encuesta pregunta 2



Un total de 75 estudiantes fueron encuestados y el 32% de ellos indica que existen fallas en las herramientas que tiene disponibles la universidad para el adecuado desarrollo de la

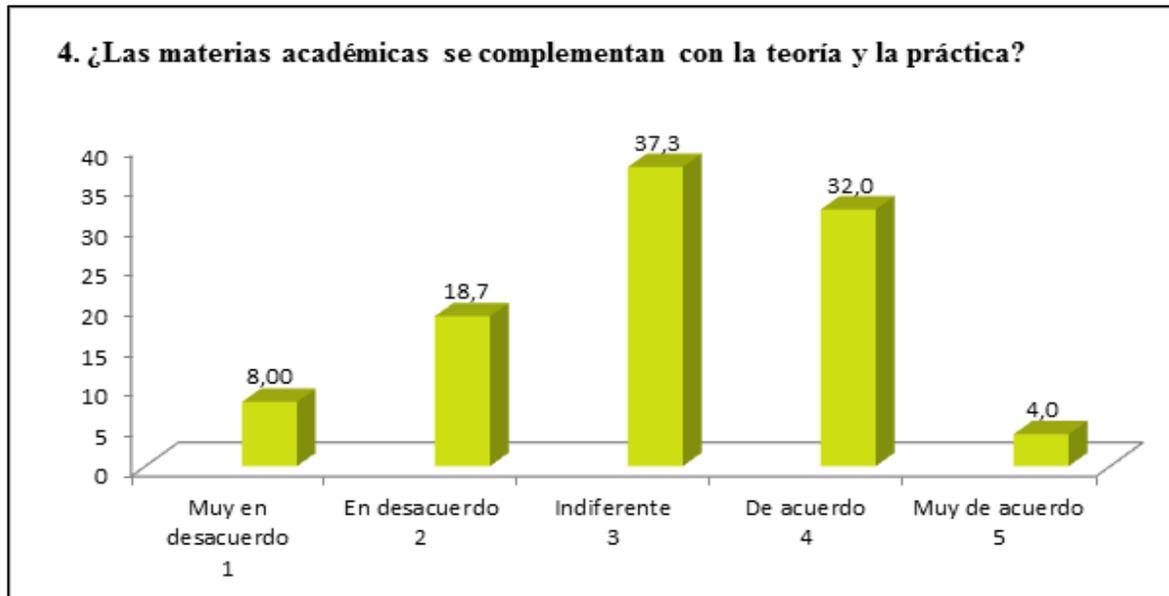
formación académica, puesto que muchas veces designan actividades o libros guías que la biblioteca no posee y si los tiene son de poca ayuda para el desarrollo intelectual y profesional, también muestra que debe fortalecer aspectos de desarrollo e innovación en los textos; el 45,3% de los encuestados declaran estar conforme con las herramientas que provee la institución y el 22,7% dicen estar en una posición ni inconforme ni conforme.

Figura 6 Encuesta pregunta 3



Un 8% de los encuestados muestran estar inconformes con la participación que los docentes fomentan en las aulas de clases, sin embargo un 65,4% afirma que los docentes, la mayoría gestionan este proceso de aprendizaje con un buen servicio de enseñanza que permite un buen desarrollo y participación; el 26,7% no se siente ni inconforme ni conforme.

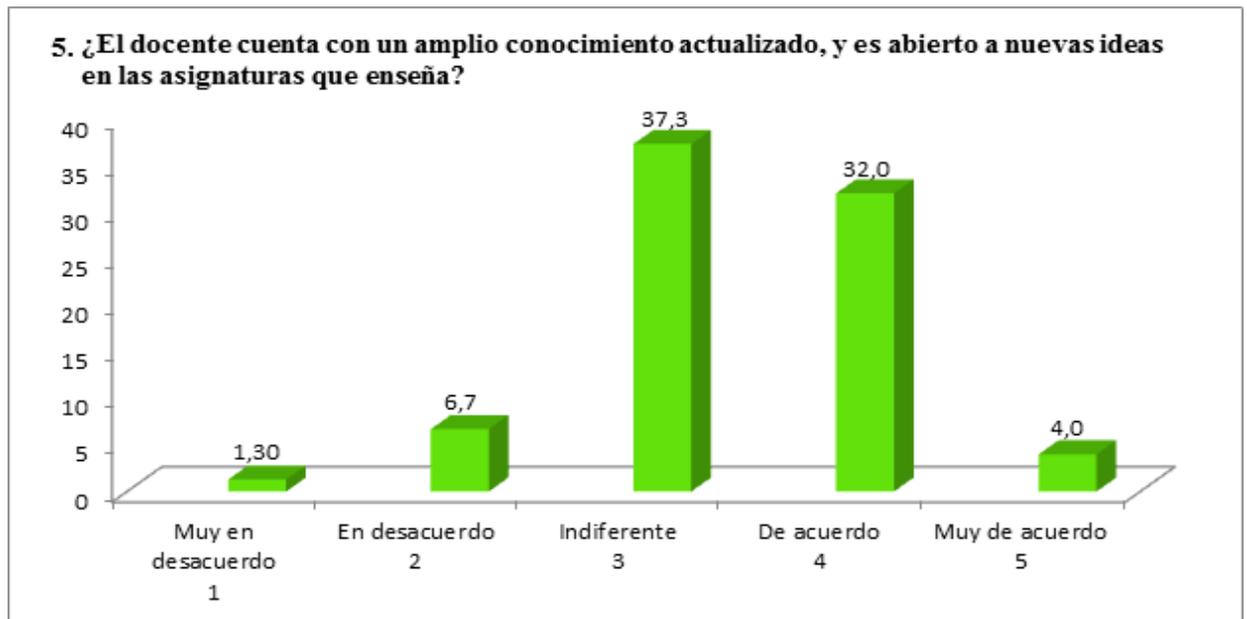
Figura 7 Encuesta pregunta 4



Podemos concluir que el 26.7% de los estudiantes encuestados se sienten inconformes en

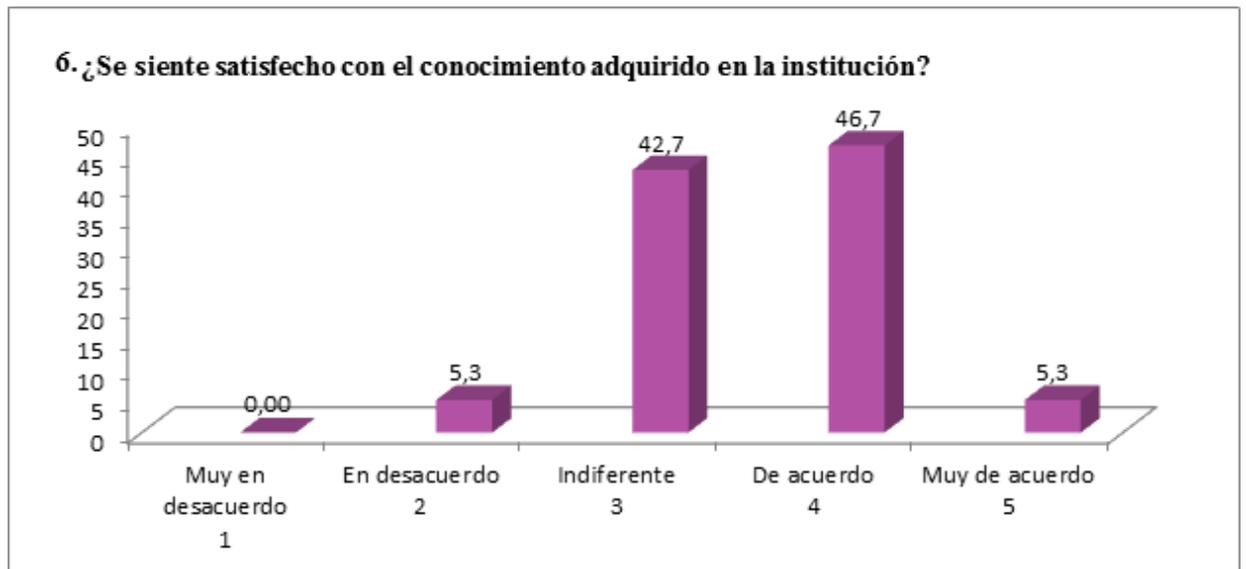
cuanto a que la teoría no se complementa con la práctica de las materias vistas durante el pregrado o tecnología, también se puede observar que un 37.3% de los estudiantes no se sienten ni inconforme ni conformes; y un 36% se sienten conformes con la manera en que se complementan estos dos aspectos.

Figura 8 Encuesta pregunta 5



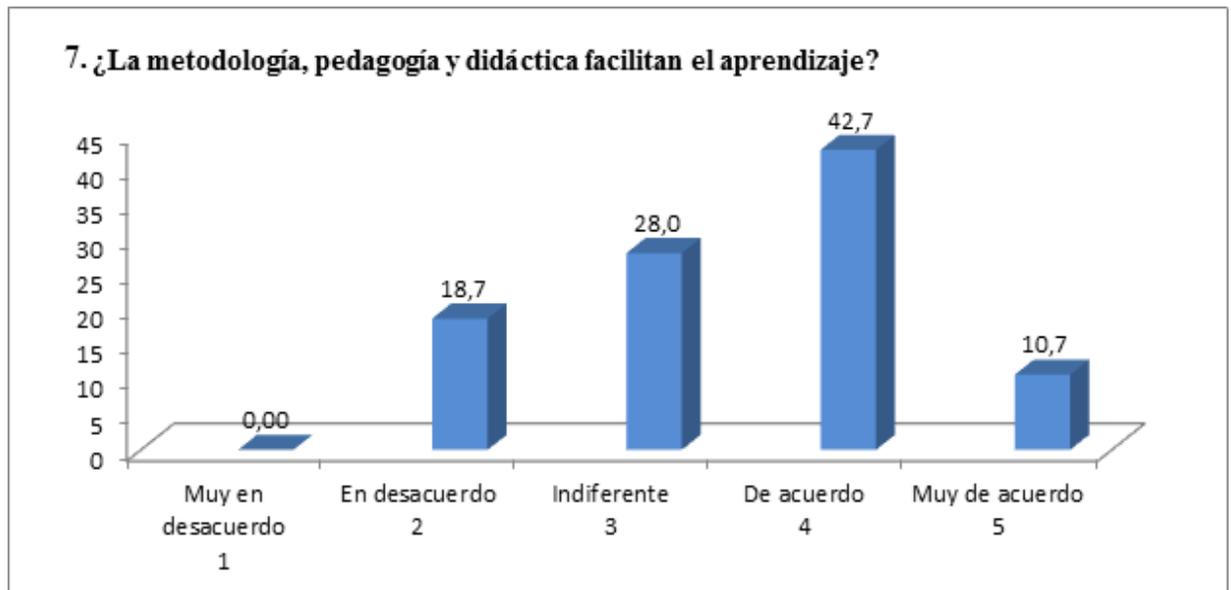
Un 8% de los estudiantes se sienten inconformes con el conocimiento del docente sobre temas de innovación, y actitud frente a nuevas ideas; un 29.3% no se sienten ni conformes ni inconformes; el 62.7% están de acuerdo y se sienten conformes con el amplio conocimiento actualizado del docente, señalando que los docentes se esfuerzan en ampliar sus experiencias y aprendizajes, además de estar abiertos a nuevas ideas.

Figura 9 Encuesta pregunta 6



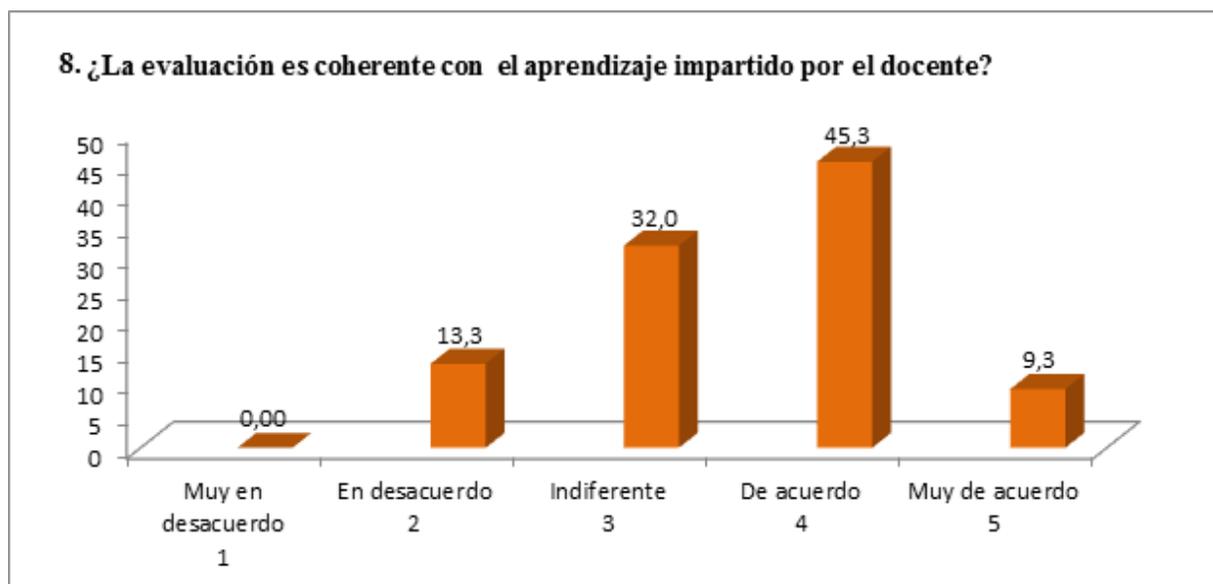
De los estudiantes encuestados un 5.3% no se muestra satisfecho con el conocimiento que ha adquirido en la institución, por lo que esto no ha cumplido con sus expectativas de aprendizaje profesional; el 52% de los estudiantes se sienten satisfechos con el conocimiento recibido durante el proceso de formación en la institución; y un 42,7% no se sienten satisfechos ni insatisfechos.

Figura 10 Encuesta pregunta 7



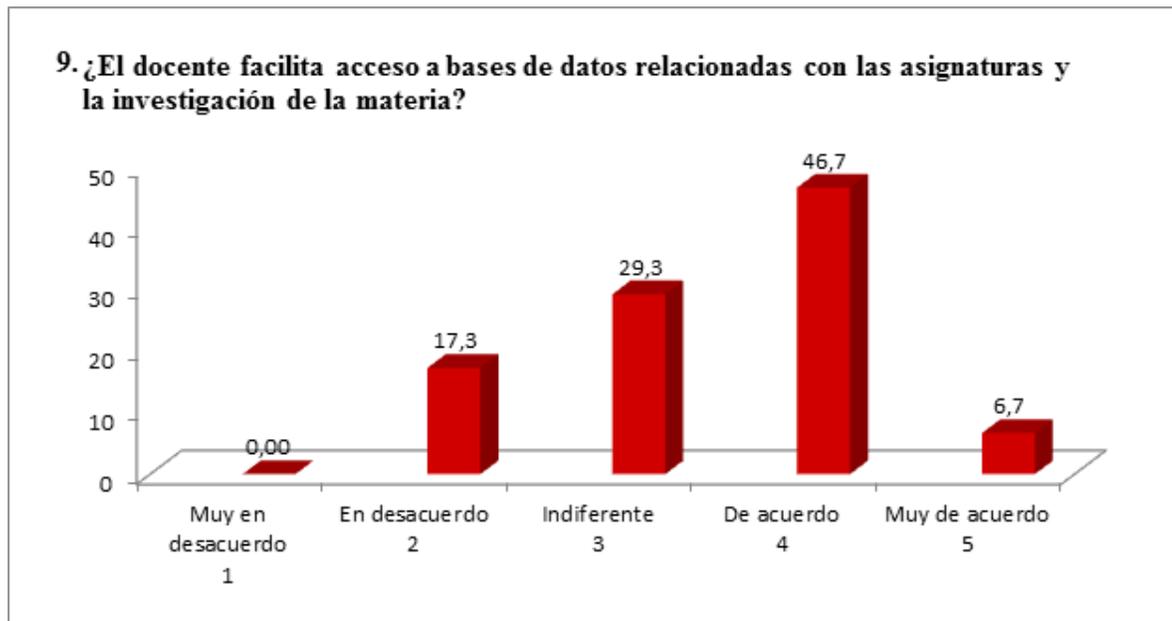
En cuanto a las estrategias metodológicas, pedagógicas y didácticas que determinen un excelente y práctico aprendizaje el 18,7% de los estudiantes se muestran insatisfechos con las enseñanzas recibidas durante el tiempo de formación. Al contrario de estos un 53,4% está conforme con estas; y el 28% dice estar ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Figura 11 Encuesta pregunta 8



El 13,3% de los encuestados resaltó que no están satisfechos con la evaluación realizada por algunos docentes, ya que asignan preguntas con aspectos no mencionados durante las clases y aun así hacen parte de evaluaciones de seguimiento, por lo cual se muestran en desacuerdo con la coherencia entre lo impartido con el docente y la evaluación; el 54.6% se muestran satisfechos con las evaluaciones realizadas por el personal docente de la institución; y el un 32% no se siente ni inconforme ni conforme.

Figura 12 Encuesta pregunta 9



Los resultados de la gráfica muestran que un 17.3% de los estudiantes están inconformes con el acceso a las bases de datos relacionadas con las asignaturas y la investigación de la materia; un 29.3% no se siente ni inconforme ni conforme y un 53.4% está conforme con las actividades de apoyo por parte de los docentes donde se facilita acceso a base de datos e investigaciones sobre el tema.

Figura 13 Encuesta pregunta 10



El 2.7% de los estudiantes encuestados dicen estar inconformes con el ambiente que se genera entre docentes y estudiantes, debido a que los docentes no controlan o mantienen el orden en las clases, esto influye en que los estudiantes muestran desinterés en los contenidos; un 68% dicen estar satisfechos con el ambiente que se genera en las aulas de clases y un 29.3% no se siente ni inconforme ni conforme.

Descripción del Focus Group (08/09/2015)

Bienvenidos y gracias por atender la convocatoria para participar en esta actividad que tiene por objetivo valorar la percepción que cada uno de ustedes tiene sobre los servicios de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables y por ende de la Corporación Universitaria Adventista asociados al proceso de registro académico, servicios de cafetería, fotocopia, apoyo de impresión de archivos digitales, apoyo de primeros auxilios, espacios deportivos, actividades de fortalecimiento espiritual para sus estudiantes y actividades de convivencia que estén en coherencia con la filosofía cristiana.

Ustedes han sido referenciados por los distintos coordinadores y representan cada semestre de los programas de Gestión Empresarial, Mercadeo y Ventas, Contaduría Pública y Administración de Empresas

Sus aportes serán valiosos para identificar estrategias de mejoramiento para la comunidad académica de la FCAC.

Moderador: La primera pregunta que tenemos para empezar este Focus Group dice:

1. ¿Cómo percibe el trámite del proceso del proceso de matrícula? es decir cómo se realiza esa primera impresión cuando ustedes llegaron a la universidad

Yuliana Doria: Cuando yo llegue a la Unac fue un proceso de fila y fila y fila. Yo lo considero un problema porque cuando se va a matricular hay cruce de materias, a veces uno va a entrar a matricularse y hay materias que uno tiene que ver y no salen ahí porque no se sabe pero no salen, entonces son escasas las personas que pueden hacer el proceso así completo de forma virtual. A mí siempre me toca ir a admisiones.

Wendy Camacho: Tenía que cuadrar las materias del horario que estaba en el campus, pero cuando ya las había matriculado luego les cambiaron el horario y eso hizo que las materias se cruzaran, entonces eso fue un problema porque no sabía qué hacer, ya había estipulado un horario donde no se cruzaban y luego los cambiaron y se cruzaba entonces eso es uno de los problemas, que uno matrícula y después cambian de horario.

Mario Poveda: Al momento de matricular, se matricula una determinada materia y en el momento que se muestra en el campus virtual, aparece otra materia diferente a la que matriculó inicialmente.

Jonshon Gayon: El proceso de matrícula está en cada área en admisiones, considero que se puede trabajar en conjunto con el departamento de sistemas en ese momento donde muchas personas consignan y tratan de hacer todo el proceso virtual, pero muchas de las personas deben

ir hasta admisiones, para lo cual pienso que buscarán una estrategia de que en el momento de pronto de uno de consignar, usted sabe que las consignaciones van a nombre de la corporación universitaria; después en la oficina de finanzas allá toca hacer una fila para que se ingresen ese monto de dinero a cada cuenta y entonces ya la pérdida de tiempo. En materias muchas veces son fallas del departamento de sistemas, porque a veces no meten las materias al momento que son, y las personas de que todavía están en sus ciudades de origen entonces tienen que llamar o algo y se retrasan entonces hacen de que los procesos sean más lentos

Moderador: 2. ¿Cómo percibe el trámite de pago de matrícula y registro en la Corporación Universitaria Adventista?

Rudy Amaya: Yo debo estar llamando a Jeiner nose como se llama y él siempre contesta o dice hable con tal persona, tiene que hacer esto o lo otro, pero siempre se soluciona, siempre hay problemas pero igual siempre se solucionan de la mejor forma.

Moderador: 3. ¿Cómo percibe el apoyo informático para el registro académico?

Desde que se implementó que se pueda matricular online o pueda realizar las consignaciones aunque eso ya lo mencionamos anteriormente un poquito del aspecto están viendo que realmente sea una ayuda o le ha incrementado dificultades o problemas que creen que deben mejorar.

Yuliana Doria: Es un avance muy grande en ese sentido, porque por ejemplo yo que llevo cinco años acá, cuando yo empecé era terrible. Les cuento eran tres días de fila nose quienes tuvieron la oportunidad, pero eso era traumático de verdad que sí; ahorita uno siente el cambio que hicieron desde el año pasado que hicieron el proceso nuevo, obvio se siente la diferencia pero igual hay muchas cositas por mejorar

Moderador: 4. Qué opina de los servicios de cafetería, fotocopia, apoyo de impresión de archivos digitales y apoyos de primeros auxilios?

Jonshon Gayon: Yo soy un caso. En un momento tuve una dificultad de salud, y pienso de que las personas deben estar en los puestos de trabajo de acuerdo a las capacidades, y que sean condescendientes al puesto donde están. Muchas veces se tienen ahí esos primeros auxilios a practicantes que todavía no tienen esa experiencia para tratar diferentes lesiones o algo, yo soy un caso de eso, me tronche un dedo y la practicante pensó que estaba tronchado y empezó a sobarme; entonces se me dificulta ese proceso.

En la parte de la cafetería independiente de los productos, es el servicio muchas veces no se atiende de la mejor manera. Como que no se busca una estrategia como de atraer a los consumidores, sino que lo que hacen muchas veces es como alejarlos y es ahí donde vienen como las falencias entonces económicas y eso.

Rudy Amaya: En el centro de primeros auxilios tenía algo que no sabía que era y ella de una vez ya me iba a aplicar una inyección. yo no me deje, porque pues obviamente no sabe porque le van a tomar un diagnóstico tan rápido y aplicar una inyección si eso es algo muy delicado y ni si quería me dijo nada sino “donde se la aplicó” y yo no olvídese, yo no me voy a dejar aplicar nada, dígame algo, así pues cuando pasen tres días pero que se yo, para una inyección. También una vez estábamos en papelería (CDU) y necesitaba un papel bond o un colbón no me acuerdo que era, pero algo muy normal que tenga una papelería, y me dice una niña: “ah no, no tenemos” y yo ¿cómo no van a tener si es una papelería? no. no tenemos, y otra vez también fuimos por el horario y disque “no pida ningún horario que aquí no hay nada”, entonces en dónde si no hay acá, para salir entonces es más complicado y tanto problema que ponen acá.

Moderador los que tenemos clases en las noches que opinan acerca de estos servicios que se prestan

Wendy Camacho: Digamos que la cafetería la cierran algo temprano, Muy temprano!, la papelería también, entonces hay veces que uno queda varado, hay veces que uno llega a clases sin comer y uno quiere algo y no encuentra dónde o en la cafetería no hay los suficientes productos que uno desearía comprar. Igual uno entiende que no se va a vender carne pero pues comidas vegetarianas hay muchas y muy ricas, pero aquí no hay variedad y a uno no le da ese deseo de ir a comprar y bueno las mejores cosas están en la mañana. Lo mismo pasa en la papelería uno va a comprar cosas que son normales de una papelería y uno se vara porque no encuentra las cosas.

Moderador: 5. La facultad propicia espacios deportivos de integración para los estudiantes universitarios?

Yuliana Doria: Yo veo que lo hacen o lo hicieron alguna vez, era el día de amor por la Unac, que organizaban partidos de micro y pues a mí por ejemplo me gusta mucho el deporte, me gusta jugar futbol y lo relacionado con el deporte, y uno ve que en otras universidades no solamente facultades, las universidades sacan espacios para que los estudiantes puedan disfrutar de eso, pero acá no.

Rudy Amaya: También deben ser sólo días cívicos para que hagan eso, del resto no se ve.

Jonshon Gayon: Yo pienso que dentro del marco del tipo de educación que manejamos de una formación integral, pues ese tipo de aspectos influyen en la formación de la persona. Entonces muchas veces solo nos enfocamos en la parte del conocimiento y no se tienen muy en cuenta ese tipo de espacios para desarrollar.

Mario Poveda: El componente físico dentro de la formación integral hace falta dentro de una universidad, o sea que faltaría eso, ese tipo de componente para realizar campeonatos deportivos.

Kelly Pacheco: Importante eso de involucrar a las actividades académicas, falta más involucrar actividad social en la facultad.

Yuliana Doria: Pues yo considero y digo que la mayoría de personas que estamos en esta facultad, estudiamos en la noche y por lo general trabajamos en el día, o sea los horarios son muy muy recortados, uno llega a las clases de 6 a 10 y bueno a veces a uno se le va la hora, pero realmente es poquito el tiempo, entonces yo entiendo que puedan decir el tiempo es muy poquito como para estar perdiendo en cosas en las que mucha gente ni les interesa participar. pero se trata de eso, de realizar campañas de sensibilización para que los estudiantes se integren, pueda que muchos no tengan ese sentido de pertenencia por la facultad, pero cuando se hacen campañas se puede lograr.

Moderador: 6. La facultad desarrolla actividades de fortalecimiento espiritual para sus estudiantes.

Wendy Camacho: Si. Por ejemplo la semana de oración que hubo hace poquito, fue muy chévere a pesar de que perdemos clase, pues nos fortalece espiritualmente.

Jonshon Gayon: Yo considero que sí, pues porque ese es como el valor agregado de esta universidad para con los estudiantes, los que nos formamos acá dentro de este plantel educativo. Es muy importante porque uno de una u otra forma conoce esas estrategias de semana de oración y uno siente motivación y la importancia de ese valor agregado que aporta la institución para nosotros.

Yuliana Doria: Los retiros de la universidad, que a veces no todos participamos pero es una actividad muy buena.

David Zuñiga: En general pienso que la universidad hace como los mayores esfuerzos, donde se invierte capital, esfuerzo de las personas por parte de la organización, y no es por criticar y decir que no deberían hacerse esas actividades de centrar esfuerzo en eso, pero de pronto si intentar balancearlas, ser más equitativos; porque la universidad tiene mucho énfasis hacia las actividades espirituales pero entonces dejan de lado la parte cultural de la recreación,

integración y otras actividades importantes que se dejan de lado o simplemente se centran por el tipo de administración también que hay en la universidad, que prácticamente toda la gerencia son pastores o personas de ese tipo que se centran en lo espiritual, y no es que este mal pero debe mantenerse el equilibrio.

Moderador: 7. La facultad propicia proyectos o actividades de convivencia que estén en coherencia con la filosofía cristiana.

Jonshon Gayon: Lo del retiro y el paseo eso pues son actividades que entran en ese marco, y se ven evidenciadas por otro tipo de conductas, que de alguna u otra forma la facultad trata de escoger los sitios adecuados para llevar a cabo las actividades.

Rudy Amaya: Las actividades de promesa también hacen parte, aunque este semestre nuestro profesor de promesa no ha hecho nada porque aplaza y aplaza y nada, pero en anteriores semestres me ha parecido muy bueno, pues igual lástima que la mayoría que se escribe pues solo son los residentes y pues lo que son adventistas y ya, muchas personas no se integran al proyecto.

Kelly Pacheco: En cuanto a actividades mezcladas con la filosofía siempre las han hecho, aunque a la parte de promesa le falta más promoción y van las personas de siempre pero pocos que sean no adventistas, sería bueno la promoción de esas actividades que permitan a otros conocer más el mensaje de Dios.

Rudy Amaya: Es que enfocan mucho lo de promesa como los viernes en la noche, hacen actividades de obras sociales y las personas no saben en realidad. Entonces se debería dar otra cara a lo de promesa porque como se muestra solo connotación adventista, los que no lo son no van a querer inscribirse en eso porque no les interesa, por lo cual se debe buscar otra cara para esos grupos promesas y yo creo que mejoraría la situación de asistencia

Moderador: Gracias por su asistencia y colaboración.

Análisis del Focus Group

Después de escuchar las opiniones y críticas de los estudiantes seleccionados por la facultad, podemos resaltar aspectos por categorías donde se debe fortalecer y mejorar el servicio prestado a los estudiantes. Este análisis se basa en los requisitos que exige el Consejo Nacional de Acreditación para programas de pregrado y relación con los servicios prestados en la institución.

Proceso de registro académico.

De acuerdo con las respuestas acerca de la percepción de los servicios y atención en el proceso de registro académico podemos ver que a pesar de que hay una importante mejora de haber pasado de un proceso manual, largo y de filas a un proceso online más fácil y accesible para los estudiantes que son de diferentes partes del territorio nacional hay también situaciones en las cuales los procesos online se llevan a medias ya que a pesar de realizar el proceso virtual deben venir a terminar de hacerlo a las instalaciones de la universidad, también se pudo apreciar que hay inconvenientes al momento de matricular las materias porque muchas veces no les parece o no les aparecen todas, otro de los casos que se vio fue que al momento de un cambio de materias después de haberse matriculado se presentan cruces y esto dificulta al estudiante para poder ver las materias que en muchos casos son de obligatoriedad verlas con el fin de culminar sus estudios.

Servicios de cafetería.

En cuanto al análisis del servicio de cafetería se presentaron posturas parecidas entre los estudiantes en las cuales muestran inconformidad inicialmente por los horarios que maneja la cafetería, relacionados con los horarios de clases de la facultad de ciencias administrativas y

contables, que es horario nocturno y para el cual la mayoría de los estudiantes trabaja y viene buscando un lugar donde comprar alimentos para cenar y no existe este servicio habilitado, además señalan si encuentra abierto, el servicio al cliente no es siempre el mejor, los encargados de administrar no son amables y eso influye también en la percepción de este servicio, además a esa hora no hay suficiente variedad de productos que satisfagan las necesidades de estos como clientes. El servicio prestado en la mañana y la tarde tiene mayor diversidad de productos, pero los estudiantes de la noche no se ven beneficiados por estos procesos.

Servicios de fotocopia, apoyo de impresión de archivos digitales.

En este punto los estudiantes manifestaron que los servicios de fotocopiado y papelería tienen muchas falencias primeramente porque no están disponibles para los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables en el horario correspondiente a noches y madrugadas en los días Lunes y Viernes, hubieron casos donde manifestaron que el servicio es malo ya que se acercan a preguntar algo y antes de realizar la pregunta les dicen que no hay lo que buscan, también se pudo escuchar que en el servicio de papelería que brinda el departamento de CDU no hay objetos que una papelería normal se pueden encontrar.

Servicios de apoyo de primeros auxilios.

Los estudiantes dicen que el servicio de primeros auxilios no es el mejor debido a que colocan a estudiantes practicantes que todavía no tiene la experiencia necesaria para atender casos, como saber diferenciar entre una fisura y una lesión, otro de los casos que manifestaron que no dan diagnósticos o dicen al paciente acerca de lo que tiene y empiezan a aplicar medicamentos inyectables a lo cual dicen que no es lo mejor y la prestación de servicio es malo.

Espacios deportivos.

Considerando el aspecto deportivo, los estudiantes plantearon que antes se realizaban con mayor frecuencia este tipo de actividades como campeonatos de damas y caballeros, en medio de las actividades semestrales, en actividades de semana santa, día de amor por la Unac y otros, Sin embargo estas actividades han disminuido y los estudiantes resaltan que hace falta re integrarlas porque son espacios donde se integran los estudiantes socialmente y disfrutan de dichos espacios. También se resaltó que aunque la facultad tenga solo horarios de la noche se pueden sacar pequeños espacios para actividades recreativas, y que debe existir un equilibrio entre todas las actividades, lo cual genera mayor motivación para los estudiantes.

Actividades de fortalecimiento espiritual para sus estudiantes.

En este aspecto la universidad y la facultad tienen una ventaja y un buen servicio a lo que estudiantes afirman que la universidad y la facultad si realizan actividades de fortalecimiento espiritual y se realizan varias en el año, también lo relacionan con el valor agregado de la Institución, dicen que la universidad realiza los mayores esfuerzos en capital financiero humano entre otros, para realizar dichos eventos pero también dicen que haya más equilibrio o balance con otras actividades como son recreación, cultura entre otras, a lo cual piensan y lo asocian con la administración que hay ya que la mayoría son pastores, diciendo que esto no es malo pero que debería haber un equilibrio y fortalecimiento en todas las áreas no solo en lo espiritual.

Actividades de convivencia que estén en coherencia con la filosofía cristiana.

Efectivamente la facultad en este aspecto se destaca por realizar actividades relacionadas con el valor agregado de la misma, ya que nuestra universidad tiene como propósito una formación integral. Los retiros espirituales que se realizan cada año son ejemplos claros de

convivencia y componente cristiano y los proyectos promesas donde hay un mentor espiritual que también realiza actividades de socialización. Los estudiantes también mencionaron que este tipo de actividades debe tener mayor promoción, para que no solamente los adventistas participan sino también estudiantes no adventistas y puedan conocer un poco más de las creencias y enseñanzas de la universidad.

Capítulo Seis– Modelo propuesto

Diseño de Estrategias

A partir del análisis del Focus Group y el instrumento (encuestas) que se realizó a los estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Corporación Universitaria Adventista, se plantea estrategias que apoyen la gestión integral de los Servicios a los Estudiantes en las áreas que presentan aspectos a mejorar, las cuales fueron evaluadas negativamente, regular y positivamente dependiendo de la percepción de los encuestados, como se puede ver en la tabla 4.

Desarrollo Matriz de Información

Tabla 5 Desarrollo de estrategias

Servicio/ Área	Percepción	Estrategia	Área responsable
Papelería. Centro de fotocopiado conocido como CDU, el cual funciona dentro de la universidad como papelería, servicio de impresiones, fotocopias y otros servicios.	Negativa. No se encuentran productos esenciales como colbón, tijeras o lapiceros.	Implementar un horario de servicio donde se vean beneficiados los estudiantes de la jornada nocturna, y tengan acceso a productos básicos (colbon, lapiceros, blog) y todo lo que esto implica; teniendo en cuenta que los horarios laborales del servicio de papelería no son flexibles para adaptarse a los de la institución educativa.	Litografía
Cafetería. Servicio de alimentación que brinda productos saludables para cada	Regular. El servicio al cliente no es el mejor, no son amables con	Crear un proceso de atención a prioridades donde los recursos se optimicen con eficiencia y eficacia, buscando el bienestar de los estudiantes de la facultad y	Bienestar Estudiantil

<p>momento del día a los estudiantes de la UNAC.</p>	<p>los clientes.</p> <p>No hay suficiente variedad de productos en el horario de la noche.</p>	<p>solucionando las debilidades de servicios indispensables.</p> <p>Ofrecer diferentes propuestas gastronómicas, diseñadas especialmente para los estudiantes de la Universidad.</p> <p>Implementar la importancia del buen trato a los clientes.</p> <p>Tener un horario extendido para todos los estudiantes de la FCAC</p>	
<p>Investigación</p> <p>La investigación es una búsqueda permanente, diligente y sistemática de la verdad en diversas disciplinas del saber humano. En la UNAC se entiende que el conocimiento de Dios, la fuente de la sabiduría, es el fundamento de este proceso que busca la transformación progresiva de la realidad para el beneficio de la humanidad.</p>	<p>Negativa</p> <p>Los cursos con investigación no cumplen con las expectativas.</p> <p>No hay participación y se desconocen los grupos de investigación.</p>	<p>Responder a retos educativos, reflexionando sobre la importancia de gestionar conocimiento, de implementar la investigación en los procesos curriculares y generar de esta manera seres humanos mejor preparados, innovadores, con responsabilidad social e interés por un mejor desarrollo del país.</p> <p>Implementar en cada materia un espacio de investigación para las diferentes áreas del conocimiento</p> <p>Generar más motivación en los estudiantes a participar en los semilleros de investigación</p> <p>Realizar talleres de capacitación y fomentar la importancia de la investigación para los profesionales en formación.</p>	FCAC
<p>Admisiones y registros, Finanzas estudiantiles</p> <p>Es el área de la universidad donde se realizan procesos académicos y administrativos como</p>	<p>Regular</p> <p>Hay situaciones en las cuales los procesos online se llevan a medias ya que</p>	<p>Mantener la universidad como un organismo comprometido socialmente, que demuestre profesionalismo y excelencia en los procesos; teniendo en cuenta la mejora continua, sistemática y equilibrada de las actividades por parte de las personas que integran la comitiva general.</p>	Administración de la Unac

<p>admisiones y registros y finanzas estudiantiles.</p>	<p>a pesar de realizar el proceso virtual deben venir a terminar de hacerlo a las instalaciones de la universidad.</p> <p>Al momento de matricular los cursos no les aparecen todos los del semestre.</p>	<p>Implementar mejoras continuas en el servicio prestado a los estudiantes, creando rápida solución de problemas, capacitaciones al personal que permitan distribuir el tiempo eficazmente y tener claridad de los procesos para solucionar una duda.</p> <p>Crear documentación de orientación en los procesos.</p>	
<p>Primeros auxilios.</p> <p>Lugar designado dentro del campus de la Unac, para seguir un protocolo de atención a estudiantes en situaciones de emergencias de salud.</p>	<p>Negativa</p> <p>No hay experiencia suficiente para atender situaciones de salud.</p> <p>Colocan cualquier medicamento sin cerciorarse bien del caso.</p>	<p>Capacitar al personal encargado del área de primeros auxilios, para seguir un orden sistemático y coherente con la situación que se presente; donde el usuario sienta que sus necesidades están cubiertas y el servicio recibido es acorde a sus expectativas.</p> <p>Tener horarios para los estudiantes de jornada nocturna.</p>	<p>Bienestar Estudiantil</p>
<p>Actividades sociales y Deportivas</p> <p>Programas de socialización entre los estudiantes en las cuales se destacan las actividades deportivas.</p>	<p>Regular</p> <p>Las actividades deportivas han disminuido.</p> <p>Debe existir un equilibrio entre todas las actividades formativas, espirituales y</p>	<p>Diseñar actividades deportivas para los estudiantes, donde se sientan involucrados en la organización y que sus puntos de vista son valorados dentro de la facultad de ciencias administrativas y contables; la cual busca mostrar un desempeño de calidad y un equilibrio entre lo religioso, lo pedagógico y lo social.</p>	<p>Bienestar estudiantil</p>

	sociales.		
<p>Conocimiento del docente.</p> <p>Capacidad de impartir a los estudiantes el conocimiento que posee y constante mejora en las áreas que enseña.</p>	<p>Positiva</p> <p>Los docentes están capacitados para formar a los estudiantes en el área designada.</p> <p>Buscan capacitarse para estar al nivel de la era del nuevo conocimiento</p>	<p>Hacer seguimiento de las actualizaciones de conocimiento de los docentes contratados en la facultad, motivando a una constante formación para mantener una experiencia mejorada, con enfoques en excelencia, investigación y apoyo de herramientas informáticas que desarrollen un mayor desempeño y aprendizaje del alumno.</p>	FCAC
<p>Metodología de enseñanza aprendizaje</p> <p>Forma en la que da a conocer el contenido del material académico y prácticas de evaluación del conocimiento.</p>	<p>Regular</p> <p>Algunos docentes poseen capacidades pero no poseen la metodología correcta para instruir a sus alumnos y</p>	<p>Implementar dentro de las estrategias pedagógicas, programas centrados en el alumno y el aprendizaje, evaluaciones participativas e integración de lo laboral con lo teórico práctico, implementando mecanismos de retroalimentación para fortalecer las competencias de los estudiantes.</p> <p>Fomentar el uso de nuevas tecnologías de información y las comunicaciones (TIC), para desarrollar en el alumno habilidades cognitivas que permitan potencializar y retener el aprendizaje recibido en las aulas de clase, además de fortalecer la capacidad de innovación, planeación y diseño de estrategias.</p>	FCAC

Con este proyecto de investigación acerca de la percepción de los servicios que la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables presta a los estudiantes, se ha diseñado un plan de estrategias con el fin de mejorar y replantear aspectos que se deben fortalecer e integrar dentro de la planeación estratégica de la FCAC, generando una experiencia agradable para los estudiantes, la cual permita el crecimiento y la expansión de la FCAC, teniendo en cuenta que una buena experiencia para los estudiantes se desarrolla a partir de la percepción de los servicios y la atención recibida, por tanto una imagen positiva en el proceso educativo influye en la satisfacción de los estudiantes. Las compañías con una base de clientes fuertes y fieles tiene siempre algo en mente: esforzarse para que la experiencia de servicio sea más agradable, los procesos sean más rápidos y eficientes y que los clientes estén dispuestos a volver.

Capítulo Siete– Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

A través del análisis que se realizó basado en las percepciones de los estudiantes a los servicios de la FCAC, se encontraron opiniones positivas hacia algunas áreas, otras necesitan ser fortalecidas e implementar una mejora continua de los procesos, que garanticen la calidad del servicio prestado a los estudiantes y desarrollen una imagen institucional con mayor relevancia.

A partir de las percepciones de los estudiantes de la FCAC, se diseña un plan de acción basado en estrategias que buscan mejorar la prestación de servicios a los estudiantes de la FCAC, el cual pretende dar soluciones a los procesos que presentan debilidades para fortalecerlos, ya que son fundamentales en el desarrollo de la formación profesional siendo estos servicios básicos que todo estudiante debe tener en una institución educativa.

Recomendaciones

Se plantea a la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables evaluar la pertinencia de este proyecto con el Consejo Administrativo, con el fin de poner en ejecución el diseño de estrategias planteadas para mejorar el servicio que se presta a los estudiantes.

Se sugiere a la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables extender el proceso de esta investigación, ya que en este proyecto se documenta y se diseña un plan de estrategias, para lo cual es importante dar continuidad con una segunda etapa de implementación y control.

Referencias

Acreditación, C. N. (2013). *Lineamientos para la acreditación de programas de pregrado*.

Bogotá, Colombia: Sistema nacional de acreditación.

Alen, M. E. (s.f.). *Evaluación entre la calidad de servicio, la satisfacción y las intenciones de comportamiento en el ámbito del turismo termal*. Recuperado el 30 de marzo de (2015), de dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2150082.pdf

Arias, J. (s.f.). *Marketing Relacional y Cultura organizacional en el mercado turístico de cañada de Gomez*. Recuperado el 26 de marzo de (2015), de <http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC111599.pdf>

Calidad, I. N. (s.f.). *Modelo de Mejora Continua*. Recuperado el 10 de Abril de (2015), de http://www.inacal.org.uy/files/userfiles/MMC_grises.pdf

De la Parra, E. (Guía práctica para lograr calidad en el servicio.). (2000). Df, México: Grupo Editorial ISEF.

desarrollo-cinda, C. i. (s.f.). *Las nuevas demandas del desempeño profesional y sus implicancias para la docencia universitaria*. Recuperado el 10 de Abril de (2015), de <http://www.cinda.cl/download/libros/LASNUE~1.PDF>

Gaitan Rebollo, L. K. (s.f.). *Diseño de un modelo de gestión de calidad basado en los modelos de excelencia y en el enfoque de gestión por procesos*. Recuperado el 01 de Abril de (2015), de <http://manglar.uninorte.edu.co/bitstream/handle/10584/86/32884145.pdf>

García, R. (1997). *La calidad en el servicio al cliente*. Andalucía España: Publicaciones Vértice SI.

Keith, D. (1991). *Calidad en el servicio a los clientes*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos S.A.

Merchan Garcia, H. L. (s.f.). *Elementos clave del servicio al cliente de una microempresa de complementos vitamínicos naturales en relación a la norma iso 9000*. Recuperado el marzo de 26 de (2015), de <http://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/133>

Perez Rodriguez, Y. (s.f.). *La gestión del conocimiento: un nuevo enfoque en la gestión empresarial*. Recuperado el 01 de Abril de (2015), de http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol13_6_05/aci040605.htm

Royo Moron, C. (s.f.). *Las competencias como herramienta para el cambio cultural en una organización bancaria*. Recuperado el 26 de marzo de (2015), de http://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/2667/01.CRM_parte1.pdf?sequence=1

Setó, D. (De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente). (2004). Madrid, España: Editorial ESIC.

Summers, D. (2006). *Administración de la calidad*. Df, México: Pearson Educación.

Tschohl, J. (2011). *Servicio al cliente: El arma secreta*. Estados Unidos de América: Service Quality Institute Latin America.

Anexos

Instrumento de recolección

Encuesta sobre servicio en el área pedagógica y académica.

La presente encuesta se realiza con el propósito de conocer la percepción que tienen los estudiantes acerca de la metodología, didáctica y calidad del aprendizaje en la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Corporación Universitaria Adventista.

Las respuestas obtenidas servirán como información relevante para identificar oportunidades de mejoramiento en la gestión académica y servicios de bienestar, por lo tanto le agradecemos su disposición para brindarnos una objetiva percepción de las preguntas realizadas. Recuerde que esta encuesta es de carácter anónimo.

Seleccione la respuesta que se acerque más a su percepción como estudiante.

*Obligatorio

Principio del formulario

Carrera *

Semestre *

1. Evalué la competitividad que tienen los docentes con relación a las áreas de investigación y nuevas tecnologías *

Muy en

Muy de

desacuerdo

acuerdo

2. Las herramientas académicas utilizadas (internet, bases de datos, bibliotecas, entre otros) son los más adecuados para el desarrollo de la gestión académica *

Muy en
desacuerdo

Muy de
acuerdo

3. El docente promueve la participación de los estudiantes en la clase *

Muy en
desacuerdo

Muy de
acuerdo

4. Las materia académicas se complementan con la teoría y la práctica. *

Muy en
desacuerdo

Muy de
acuerdo

5. El docente cuenta con un amplio conocimiento actualizado, y está abierto a nueva ideas en las asignaturas que enseña *

Muy en
desacuerdo

Muy de
acuerdo

6. Se siente satisfecho con el conocimiento adquirido en la institución *

Muy en desacuerdo	Muy de acuerdo
----------------------	-------------------

7. La metodología, la pedagogía y didáctica facilitan el aprendizaje *

Muy en desacuerdo	Muy de acuerdo
----------------------	-------------------

8. La evaluación es coherente con el aprendizaje impartido por el docente *

Muy en desacuerdo	Muy de acuerdo
----------------------	-------------------

9. El docente facilita acceso a bases de datos relacionadas con las asignaturas y la investigación de la materia *

Muy en desacuerdo	Muy de acuerdo
----------------------	-------------------

10. Se genera ambientes de respeto entre el docente y los estudiantes que genera una adecuada atención e interés en la asignatura.

Muy en desacuerdo	Muy de acuerdo
----------------------	-------------------

Final del formulario

Focus Group

Preguntas Focus Group de la percepción del servicio.

1. ¿Cómo percibe el trámite del proceso de matrícula?
2. ¿Cómo percibe el trámite de pago de matrícula y registro en la Corporación Universitaria Adventista?
3. ¿Cómo percibe el apoyo informático para el registro académico?
4. ¿Qué opina de los servicios de cafetería, fotocopia, apoyo de impresión de archivos digitales y apoyos de primeros auxilios?
5. ¿La facultad propicia espacios deportivos de integración para los estudiantes universitarios?
6. ¿La facultad desarrolla actividades de fortalecimiento espiritual para sus estudiantes?
7. ¿La facultad propicia proyectos o actividades de convivencia que estén en coherencia con la filosofía cristiana?