

## **ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES PARA LA CALIDAD DE SERVICIO AL USUARIO DEL PROGRAMA DE ESTUDIOS AVANZADOS UNELLEZ VIPI**

*(COMMUNICATIONAL STRATEGIES FOR THE QUALITY OF SERVICE TO THE USER OF THE UNELLEZ VIPI ADVANCED STUDIES PROGRAM)*

Norka Del Valle Pérez Rojas

Magister Scientiarum en Gerencia Pública (UNELLEZ). Licenciada en Administración (UNELLEZ).  
Venezuela. npdelvalle79@gmail.com

Antonio Luis Flores Diaz

Doctor en Gerencia Avanzada (UFT). Magister Scientiarum en Administración Mención Gerencia General (UNELLEZ). Licenciado en Administración Mención Informática (UNESR). T.S.U. en Informática (IUTEPAL – IUTEJ). Docente ordinario a Dedicación Exclusiva con la Categoría de Titular (UNELLEZ). Venezuela. aluisfd@gmail.com

**Recibido:** 26/10/19 **Admitido:** 03/12/19

### **RESUMEN**

La presente investigación tienen su esencia en implementar un modelo comunicacional para alcanzar la calidad de Servicio al Usuario en el Programa de Estudios Avanzados UNELLEZ San Carlos del Estado Cojedes; en consecuencia se utilizó herramientas tales como: calidad de información, TIC's, empoderamiento, toma de decisiones, comunicación estratégica y comunicación productiva bajo los lineamientos del teórico Abraham Noski (1998), entre otros. La metodología utilizada fue enmarcada en un paradigma cuantitativo, diseño no experimental, nivel aplicación y modalidad proyecto factible; de igual forma su población fue de 132 participantes de los diferentes programas y la muestra de 48 estudiantes. Por otro lado, la técnica de recolección de datos fue la encuesta bajo la modalidad de cuestionario, con doce (12) ítems, escala de Likert. Efectivamente el cuestionario se validó mediante juicio de tres (3) expertas y la confiabilidad se midió mediante el Coeficiente Alfa de Cronbach con resultado de 0,88 en marcado en el rango altamente confiable. Se concluye que se hace necesario implementar el modelo comunicacional propuesto de manera definitiva para establecer la comunicación productiva con el fin de que talento humano se unan gracias a la información y al diálogo con los usuarios.

**Palabras Clave:** comunicación productiva, calidad de servicios, usuarios.

### **ABSTRACT**

This research has its essence in implementing a communication model to achieve the quality of User Service in the UNELLEZ Advanced Studies Program San Carlos del Estado Cojedes; consequently, tools such as: information quality, ICTs, empowerment, decision making, strategic communication and productive communication were used under the guidelines of the theoretician Abraham Noski (1998), among others. The methodology used was framed in a quantitative paradigm, non-experimental design, application level and feasible project modality; Likewise, its population was 132 participants from the different programs and the sample of 48 students. On the other hand, the data collection technique was the survey under the questionnaire modality, with twelve (12) items, Likert scale. Indeed, the questionnaire was validated through the judgment of three (3) experts and the reliability was measured by the Cronbach Alpha Coefficient with a result of 0.88 in the highly reliable range. It is concluded that it is necessary to implement the communication model proposed in a definitive way to establish productive communication in order for human talent to be united thanks to information and dialogue with users.

**Keywords:** productive communication, quality of services, users.

## **INTRODUCCIÓN**

Actualmente la globalización origina diversas transformaciones en el contexto donde se desenvuelven las organizaciones, planteando escenarios distintos a los acostumbrados, así como entornos pocos estables, que en consecuencia origina en las mismas diversos problemas, entre ellos los comunicacionales. En este sentido, los procesos comunicativos adquieren importancia fundamental como el elemento a través del cual se unen todos los hilos de la institución para su funcionamiento operativo, resaltando como elemento constructor de la identidad y la cultura organizacional.

Es por ello, que el éxito en las organizaciones, la eficiencia, competitividad y satisfacción de las personas que allí laboran, depende indiscutiblemente de la comunicación que debe existir entre ellos, pues es el canal que posibilita la unión de todas las actividades, en forma organizada, que se realizan dentro de la institución. En consecuencia, para que las organizaciones enfrenten los retos actuales se requiere de gerentes que posean habilidades y destrezas que le permitan comunicarse en forma efectiva con todos los miembros de su organización.

Es así que, una estrategia comunicativa es una herramienta a través de la cual se articulan acciones comunicativas de orden interno que

contribuyen en la consolidación de los procesos gerenciales en la organización. Dentro de las organizaciones, la comunicación tiene ciertas funciones a cumplir; estas son, según Robbins, (1999) acota que son: “El control, la motivación, la expresión emocional y finalmente la información” (p. 319). Asimismo, la comunicación como un medio de control, se refiere a la forma en cómo se instituyen los procesos de comunicación según las jerarquías de autoridad existentes dentro de la organización, esto acontece “Cuando se pide a los subordinados que comuniquen primero a su jefe inmediato cualquier irregularidad relacionada con el trabajo” (p. 254).

En este sentido la problemática que presenta en el programa de Estudios Avanzados UNELLEZ VIPI, radica en las dificultades comunicacionales existente dentro de estructura organizativa la cual repercute en la calidad del servicio, en los niveles de productividad y en la imagen institucional. Por esta razón, se plantea a través de la presente investigación superar estas limitaciones laborales, proponiendo un Modelo Comunicacional que permita generar indicadores favorables de la Calidad de Servicio en el Programa de Estudios Avanzados UNELLEZ VIPI en San Carlos del estado Cojedes. En consecuencia, se plantean las siguientes interrogantes:

¿Cuál sería la necesidad de abordar un Modelo Comunicacional para la Calidad de Servicio al Usuario en el Programa de Estudios Avanzados UNELLEZ San Carlos del Estado Cojedes?

¿Qué características serían las ideales para el diseño de un Modelo Comunicacional para la Calidad de Servicio al Usuario en el Programa de Estudios Avanzados UNELLEZ San Carlos del Estado Cojedes?

¿Cómo será la implementación de un Modelo Comunicacional para alcanzar la Calidad de Servicio al Usuario en el Programa De Estudios Avanzados UNELLEZ San Carlos del Estado Cojedes?

¿De qué manera se podrá evaluar la aplicación del Modelo Comunicacional para la Calidad de Servicio en el Programa de Estudios Avanzados UNELLEZ San Carlos del Estado Cojedes y así determinar su impacto institucional?

## **1.2. Objetivos de la Investigación**

### **1.2.1. Objetivo General**

Desarrollar un modelo comunicacional para la Calidad de Servicio en el Programa de Estudios Avanzados UNELLEZ San Carlos del Estado Cojedes.

## **Objetivos Específicos**

- Diagnosticar la necesidad del Modelo Comunicacional para la Calidad de Servicio en el Programa de Estudios Avanzados UNELLEZ San Carlos del Estado Cojedes.
- Determinar las características del Modelo Comunicacional para la Calidad de Servicio en el Programa de Estudios Avanzados UNELLEZ San Carlos del Estado Cojedes.
- Implementar el Modelo Comunicacional para la Calidad de Servicio en el Programa de Estudios Avanzados UNELLEZ San Carlos del Estado Cojedes.
- Evaluar la aplicación del Modelo Comunicacional para la Calidad de Servicio en el Programa de Estudios Avanzados UNELLEZ San Carlos del Estado Cojedes para demostrar su impacto institucional.

## **FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **Teoría de la Comunicación Productiva**

La propuesta de Nosnik (1998) respecto a la comunicación en las organizaciones es la teoría que no concibe a la comunicación como elemento específico que le da funcionalidad al sistema organizacional, sino que define a la comunicación desde una perspectiva sistémica. De esta forma se destaca la característica de plataforma productiva que tiene la comunicación haciendo énfasis tanto en la estructura como en la función. Es por ello, que

Abraham Nosnik (citado) en su libro Teoría de la Comunicación Productiva afirma que en la medida en que se explica a la comunicación organizacional como un sistema, se puede estudiar como un proceso y así ser analizada de manera más completa “como dinámica organizacional y como formadora de estructuras organizacionales” (p. 126).

### **Comunicación Gerencial**

Al analizar el significado de comunicación, a simple vista pareciera sencillo, pero al profundizarse se comprende su complejidad por la multiplicidad de elementos incidentes en ella, tanto intrínsecos como extrínsecos, obviamente, esto ha originado que los expertos en la materia realicen esquemas, modelos y definiciones de comunicación.

En este sentido Fernández (2000), señala que “La comunicación dentro de las organizaciones consiste en una actividad dinámica, en cierta forma en constante flujo, pero que mantiene cierto grado de identificación con la estructura” (p. 35). Por otro lado, el especialista Stoner (2004) la define como “el proceso mediante el cual las personas tratan de compartir un significado por medio de la transmisión de mensajes simbólicos” (p. 568).

Es evidente, que la comunicación es un proceso complejo, que comprende componentes esenciales, tanto si es entre persona o institucional; por ello, que es necesario que en

toda organización la comunicación debe ser genuina, honesta, uniforme y directa desde la gerencia, logrando así la satisfacción de los empleados y por ende el éxito de la gestión.

### **MATERIALES Y MÉTODOS**

Este trabajo se enmarco en el lineamiento metodológico bajo el paradigma cuantitativo, diseño no experimental, nivel investigación aplicación y modalidad proyecto factible; en consecuencia respecto a la investigación cuantitativa, Hernández, Fernández y Baptista (2014), exponen que “El enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” (p. 5). En este sentido en esta búsqueda se utilizó el análisis numérico mediante la estadística descriptiva para establecer la relación entre las variables del estudio y se vinculó los resultados obtenidos.

En relación a la población González (1990), indica que “Es la totalidad del fenómeno a estudiar en donde las unidades de población posee características en común, la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación” (p. 34). En este caso particular, se considera la población de interés que fue constituida por ciento treinta y dos (132) usuarios.

En cuanto a la muestra Arias, (2012), la define como “Es un subconjunto representativo

y finito que se extrae de la población accesible” (p. 83); es por ello, que en este estudio estuvo conformado por (48) participantes de los diferentes estudios del Programa de Estudios Avanzados del Programa de Postgrados de la UNELLEZ San Carlos.

Cabe destacar que en cuanto a la validez se hace referencia al grado en que un instrumento realmente evalúa la variable que se pretende medir; de modo, el especialista Sabino (2002) acota que es “En la cual se puede tener diferentes tipos de evidencias tales como: evidencia relacionada con el contenido, evidencia relacionada con el criterio y

pero se aplica sólo a un pequeño grupo” (p. 60). Por lo tanto, en esta investigación la prueba piloto se aplicó a quince (15) personas de los diferentes estratos de la muestra intencional del programa de Estudios Avanzados de la UNELLEZ VIPI San Carlos; obteniendo un índice de 0,88 enmarcado en la categoría altamente confiable.

## ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

De acuerdo a las opiniones emitidas por los encuestados, se evidencia detectar en la Tabla N° 9, que 31 % de éstos opinó que siempre y casi siempre en la organización existe un toma

**Tabla 9**

**Distribución de Frecuencia y Porcentaje del Indicador: Toma de Decisiones**

Ítem 6	Afirmación											
	Las decisiones tomadas por la gerencia llegan de manera clara a usted como usuario.											
	Siempre (S)		Casi siempre (CS)		A veces (AV)		Algunas veces (AVs)		Nunca (N)		Totales	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
	7	14	8	17	18	38	15	31	0	0	48	100

**Fuente:** Elaboración propia

evidencia relacionada con el constructo” (p. 105). En esta búsqueda se midió a través del juicio de tres (03) expertos, especialistas profesionales acreditados académica y laboralmente con vinculación directa con el tema en estudio.

Para determinar la confiabilidad García (2009), define que se debe realizar una prueba piloto y el precitado autor la conceptualiza como “Una aplicación experimental del cuestionario, lo más cercano a la encuesta real,

de decisiones efectivas que facilita el proceso de tramites mediante la comunicación efectiva, pero 69 % señala que a veces y algunas veces. Estos resultados evidencian claramente que existe la necesidad implementar un modelo comunicacional que capacite a los usuarios del Programa de Estudios Avanzados de la UNELLEZ en lo que respecta las estrategias comunicativas para optimizar la comunicación entre gerencia – empleados – usuarios.

Al respecto Nosnik (citado), plantea que para que la comunicación sea efectiva dentro y fuera de la organización debe ser: abierta, evolutiva, flexible, multidireccional, instrumentada.

Por tal razón, se debe implementar el modelo para que se revierta la actual situación donde se vean a las autoridades como líderes participativos en las decisiones emanadas para los trámites académicos, administrativos,

acciones que conlleven a cambiar la realidad y hacerlos a todos partícipes en la formación permanente y dar a conocer estrategias comunicacionales para una información efectiva en la institución.

Alvarado (2006), relaciona la gestión gerencial con imaginar, visionar, crear, innovar, integrar y hacer seguimiento de los procesos, lo cual le da una gran responsabilidad a los gerentes, pues gran parte del éxito

**Tabla 10**  
**Distribución de Frecuencia y Porcentaje del Indicador: Estrategia de Comunicación e Información**

Item	Afirmación											
	Siempre (S)		Casi siempre (CS)		A veces (AV)		Algunas veces (AVs)		Nunca (N)		Totales	
7	Aplicar estrategias de comunicación e información efectiva en la institución facilitaría procesos administrativos hacia los usuarios											
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
	25	52	14	30	9	18	0	0	0	0	48	100

**Fuente:** Elaboración propia

actividades para la comunidad, entre otros; de manera que de los participantes del postgrado San Carlos manejen la información en el momento oportuno.

En la Tabla N° 10, se pudo verificar que 82 % de los encuestados consideró que siempre y casi siempre se facilitaría los procesos administrativos hacia los usuarios a favor de instruirlos sobre estrategias comunicativas; sin embargo 18 % señaló que a veces. Es importante resaltar que los resultados son una muestra del sentir de los usuarios del Programa de Estudios Avanzados del Postgrado de la UNELLEZ VIPI San Carlos.

Asimismo, persiste un porcentaje desfavorable por el cual se debe diseñar

organizacional depende de ellos, de la forma en que se comunican e interaccionan con su gente, de la manera en que asumen la toma de decisiones, en pocas palabras de su accionar.

### Objetivos del Modelo

#### Objetivo general

Propiciar un Modelo de Estrategia Comunicacional para la Calidad de servicios al Usuario del Programa de Estudios Avanzados UNELLEZ – VIPI de San Carlos Estado Cojedes.

#### Objetivos específicos

.- Promover actividades de integración y participación entre el personal administrativo y los usuarios del Programa de Estudios Avanzados UNELLEZ – VIPI de San Carlos

Estado Cojedes a través de talleres de información.

.- Sensibilizar a todos los usuarios sobre la comunicación y la importancia de la aplicación de estrategias comunicativas para el conocimiento de los trámites administrativos, académicos y personales en la institución.

.- Realizar talleres que realcen los conocimientos sobre las estrategias comunicativas como proceso de transmisión y recepción de ideas, información y mensaje para la formación de los usuarios del Programa de Estudios Avanzados del UNELLEZ – VIPI de San Carlos.

## **CONCLUSIONES**

La complejidad de las organizaciones hoy día exigen el establecimiento de estrategias innovadoras y de medios diversos para informar y orientar a la comunidad que hace vida activa en ellas. Esto implica tomar una serie de medidas, entre las que cabe destacar la promoción del compromiso de los trabajadores con la misión, visión y objetivos institucionales que se plantea toda organización.

Considerando lo planteado, en la presente investigación se programó promover el Modelo de Estrategia Comunicacional para la Calidad de servicios al Usuario del Programa de Estudios Avanzados UNELLEZ – VIPI de San Carlos estado Cojedes.

En este sentido Para dar respuesta al primer objetivo de diagnosticar la necesidad del Modelo Comunicacional para la Calidad de

Servicio en el Programa De Estudios Avanzados UNELLEZ San Carlos del Estado Cojedes; se realizó un diagnóstico actual sobre la comunicación, tipos, medios y estrategias usadas en el Postgrado dirigidas a los estudiantes.

De igual forma para consolidar el segundo objetivo que indica determinar las características del Modelo Comunicacional para la Calidad de Servicio en el Programa de Estudios Avanzados UNELLEZ San Carlos del Estado Cojedes en relación a ello se indagó cuales teorías de comunicación son las ideales que sirvieron de guía para desarrollar el modelo; además se evidencio que se debe conocer teorías bases tales como: la teoría del dialogo, de comunicación organizacional y de comunicación productiva para impulsar el manejo de retroalimentación en relación destrezas y estrategias comunicacionales del talento humano hacia los usuarios. De tal manera que se evidenció que se debe innovar para hacer llegar la información a los usuarios y ser más agresivos en mostrarla para consolidar la misión y visión unellista.

Seguidamente para dar respuesta al tercer objetivo con la tarea de implementar el Modelo Comunicacional para la Calidad de Servicio en el Programa de Estudios Avanzados UNELLEZ San Carlos del Estado Cojedes; de allí pues se consideró al teórico Abraham Noski y a su libro Teoría de Comunicación Productiva.

De allí pues, se procedió a consolidar el cuarto objetivo implementar el Modelo Comunicacional para la Calidad de Servicio en el Programa de Estudios Avanzados UNELLEZ San Carlos del Estado Cojedes hacia los participantes de los diferentes estudios que hacen vida en la institución. Posteriormente, la autora solicitó autorización para implementar los talleres con apoyo de los colaboradores de la misma planta de labores.

### **RECOMENDACIONES**

En esta investigación se evidenció resultados cercanos a la teoría de Comunicación Productiva del teórico Mexicano Abraham Noski como pieza clave; debido a que señala “Que Noski y su equipo investigativo, demostró que la Comunicación Productiva es el estudio de cómo individuos y colectivos se unen gracias a la información y al diálogo (información más retroalimentación) para inventarse y conquistar sus propias utopías”; es por ello que los precitados proyectaron una nueva teoría de la comunicación estrechamente relacionada con la realidad estudiada en la institución.

Efectivamente la autora considera que es la realidad que viven los usuarios del Programa; motivado a que necesitan un impulso de información más retroalimentación para mejorar la gestión de la información considerando herramientas aplicadas en este modelo aplicado tales como: motivación e integración usuarios – institución, refrescar

definición de comunicación, tipos y estrategias, empoderarse de la información, saber la calidad de los servicios que les ofrecen a través de los medios de comunicación; en efecto, que estén todos formados en estos aspectos para cuando requieran y busquen información requerida.

De igual manera se sugiere revisar los elementos característicos que acompañan la comunicación productiva organizacional, pues incide en algunos factores intangibles tales como: actitudes de los coordinadores y supervisores administrativos desde el punto de vista comunicacional hacia la personalidad humana. Por otro lado los métodos actuales que usan para dirigir y controlar la información hacia los usuarios desde los empleados que es esencial para determinar la información veraz ideal que se necesita dar a los participantes de los diferentes estudios que imparten.

Igualmente es importante señalar que el Modelo Comunicacional para la Calidad de Servicio en el Programa de Estudios Avanzados UNELLEZ San Carlos del Estado Cojedes está basado en técnicas sencillas que se puede aplicar en reuniones ordinarias o extraordinarias, lo suficientemente flexibles para adaptarse a cada circunstancia; de hecho la organización cuenta con talento humano calificados a nivel de pre grado, postgrado y doctorado que pueden profundizar e impartir charlas, conversatorios y talleres para mejorar la comunicación productiva.

Es oportuno resaltar que se debe utilizar soportes de comunicación interna como: buzón de sugerencias, cartelera informativa y portal interactivo de manera más efectiva; asimismo, para darle importancia a la necesidad de estar informado y sea socializada la información como principio básico del Programa en el proceso de transformación y generación de la integración afectiva hacia los usuarios.

Es relevante acotar que el Modelo Comunicacional para la Calidad de Servicio en el Programa de Estudios Avanzados UNELLEZ San Carlos del Estado Cojedes aplicado y evaluado desde la autora hacia los usuarios estudiantes de esta casa de estudios Cojedeña se proyecta de manera integral y humanista; debido a que el precitado modelo se puede aplicar a otras instituciones que presenten esta debilidad para despertar su pasión por el trabajo diario.

Finalmente se recomienda la aplicación definitiva del Modelo Comunicacional para la Calidad de Servicio en el Programa de Estudios Avanzados UNELLEZ San Carlos del Estado Cojedes.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias, F. 2012. *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica*. 5ta edición. Editorial Episteme. P. 30-32.
- Alvarado, L. 2006. *La acción gerencial*. [Documento en línea] Disponible en: <http://www.gestiopolis/trabajos12/accionge/accionge.shtml>. Consultado el: 10, de agosto de 2019.

- Fernández, C. 2000. *La comunicación en las organizaciones*. Editorial Trillas, México. P. 35-38
- García, R. 2009. *Estadística*. Editorial: McGraw-Hill, 2ª edición. España. P. 2.
- González, O. 1990. *Elementos básicos de la investigación educativa*. Universidad de Carabobo. Valencia – Venezuela. P. 34.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista L. 2014. *Metodología de la investigación*. 6ta. Edición. McGraw Hill. Interamericana. D.F., México.
- Nosnik, A. 1998. *El papel del investigador de la comunicación en las prácticas de las organizaciones*. Editorial Mc Graw Hill. México.
- Robbins, S. 1999. *Comportamiento Organizacional*. New Jersey. 8va edición. P. 311.
- Sabino, C. 2002. *Cómo hacer una tesis*. Editorial Panapo. Caracas-Venezuela. P.45.
- Stoner, F. 2004. *Administración*. Editorial Trillas, México. P. 568.