



## MEDICIÓN DE CULTURA ORGANIZACIONAL Y CALIDAD EN LA COMUNIDAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES DE LA UNIVERSIDAD VERACRUZANA

**Jorge Alberto Barradas Martínez**

Dirección de Innovación Educativa-Universidad Veracruzana

**Esmerada Alarcón Montiel**

Dirección de Fortalecimiento Académico-Universidad Veracruzana

**Margarita Pérez Pablo**

Dirección del Área de Formación Básica General – Universidad Veracruzana

---

**Área temática:** Educación Superior y ciencia, tecnología e innovación

---

### **Resumen:**

Se presentan los resultados de una investigación cuantitativa de carácter descriptivo, cuyo objetivo fue conocer la percepción de la comunidad de la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales de la Universidad Veracruzana, Xalapa, con respecto a dos dimensiones: calidad y cultura organizacional, con la finalidad de proponer estrategias de mejora del servicio. Para dicha investigación se tomaron como base 7 de los 8 principios de la calidad propuestos por la Organización Internacional de Normalización norma ISO-9000:2005, considerados fundamentales para el logro de los objetivos de calidad. Para la recolección de información se aplicaron distintos cuestionarios en línea a una muestra aleatoria estratificada compuesta por académicos, directivos, administrativos (clientes internos) y estudiantes (clientes externos). Los resultados muestran que existe cierta discrepancia en la percepción que tienen clientes externos y internos, lo cual, hasta cierto punto resulta contradictorio, ya que si se habla de calidad tendría que estar presente en toda la organización y valorada así por todos los actores, no sólo por unos. En suma, el presente trabajo constituye una contribución importante al tema, ya que aporta una metodología que rescata la relevancia del actuar del recurso humano para la promoción de la mejora continua y brinda elementos para profundizar en futuras investigaciones.

**Palabras clave:** Cultura organizacional, Calidad, Medición, Norma ISO-9000:2005, Clientes internos y externos

## Introducción

### Problema de investigación

Desde hace más de dos décadas el Sistema de Educación superior en México inició un trabajo permanente con miras al aseguramiento de la calidad educativa, en el marco de las distintas políticas impulsadas en los planos internacional y nacional para asegurar dicha calidad a través de la evaluación a instituciones, programas y actores. En este tenor se crearon en el país los Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior (CIEES) en 1991 para la evaluación institucional y el Consejo para la Acreditación de la Educación Superior (COPAES) en 2002, orientado a la acreditación de programas educativos.

En este contexto, la Universidad Veracruzana (UV) como una institución pública receptiva a los cambios y demandas del entorno que la rodea, ha trabajado de forma sostenida por brindar educación de calidad; por ello la Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales (FCAS), como parte de dicha institución, en respuesta a esas demandas ha llevado a cabo procesos de evaluación institucional y acreditación, este último realizado por el Consejo de Acreditación en la Enseñanza de la Contaduría y Administración (CACECA) que evalúa tres grandes rubros: alumnos, docencia y administración.

Los procesos que proponen tanto CIEES como COPAES son exhaustivos y se realizan a partir de categorías e indicadores previamente definidos de forma colegiada; no obstante, no se encontró una investigación que indague la percepción de la calidad y la cultura organizacional en la comunidad FCAS de la UV. Por ello esta investigación se propuso realizar un análisis de dicha percepción desde una visión integral con énfasis en la interacción entre estudiantes, directivos, académicos y administrativos de la institución, destacando la importancia del papel que juega la cultura organizacional como un eje fundamental en el alcance de los objetivos de calidad. De tal forma, la pregunta que orientó la investigación fue ¿Difiere la percepción de la calidad en la comunidad de Ciencias Administrativas y Sociales al analizarse en función del tipo de cliente? En congruencia con dicha pregunta el objetivo fue: Conocer la percepción de la calidad y la cultura organizacional que tiene la comunidad de la FCAS de la UV, lo cual permita proponer estrategias de mejora.

### Marco teórico

Para Chiavenato (2002) la cultura organizacional representa las normas informales no escritas que orientan el comportamiento de los miembros de la organización y dirigen sus acciones hacia la consecución de los objetivos organizacionales. Por su parte, Hernández, et. al., (2011) señalan que los elementos que conforman una cultura organizacional deseada son: 1) Misión, visión, objetivos 2) Sistema de valores 3) Hábitos de trabajo 4) Ritos y ceremonias 5) Organización, comunicación e información interna 6) Características de los directivos.

En lo que respecta a calidad, para Lafourcade citado en Caudillo (2010), ésta constituye un criterio como eficiencia, efectividad, relevancia, entre otros, que se utiliza para evaluar ciertas características de los propósitos y las condiciones de los procesos en un sistema educativo. En tal sentido implica una idea

de comparación. De acuerdo a Feigenbaum (2005) la calidad se mide en función de la satisfacción de las expectativas del cliente, que puede ser interno y externo.

En este sentido, Domínguez (2006) señala que los clientes externos son los intermediarios que tienen una relación directamente con la institución y hacia los cuales deben dirigirse las acciones estratégicas para que se manifieste un valor agregado perceptible y una calidad del producto y del servicio. De esta forma, los clientes externos son quienes utilizan un servicio o producto de la organización; por lo tanto, conocer la percepción de clientes internos y externos con respecto a la calidad de dicho servicio, es un asunto de gran valor para el crecimiento de las organizaciones. Dada la importancia del cliente en el servicio, en esta investigación se clasificó a académicos y administrativos como clientes internos y a los estudiantes como clientes externos. En cuanto a los directivos, dada su función, se analizó el liderazgo en ellos. Para indagar sobre la calidad se retomaron 7 de los 8 principios de la gestión de la calidad propuestos por la Organización Internacional de Normalización norma ISO-9000: 2005.

### **Diseño y características de la investigación**

La investigación fue de carácter cuantitativo y de tipo descriptivo, dado que la información se recogió en un momento determinado fue un trabajo de corte transversal (Hernández, Fernández y Baptista, 2010). Se analizaron dos dimensiones: Cultura organizacional y Calidad. En la primera se examinaron 11 variables: valores, actitudes, relaciones, cambio, competitividad, identidad, normas y reglas, resolución de problemas, trabajo colaborativo, conducta y comprensión de objetivos generales; en la segunda se exploraron 8 variables derivadas de la Norma ISO-9000:2005: enfoque al cliente, liderazgo, satisfacción del cliente, mejora continua, gestión de la calidad, participación del personal, enfoque de sistemas para la gestión y enfoque basado en hechos para la toma de decisiones.

Para recabar información se diseñaron cuatro cuestionarios con preguntas dicotómicas y de escala tipo Likert; fueron dirigidos a: personal administrativo, 20 preguntas; directivos y jefes de departamento, 17 preguntas; académicos, 17 preguntas; estudiantes, 11 preguntas. Su aplicación fue autoadministrada en línea durante 20 días en el periodo escolar febrero – julio 2014.

Se determinó la población de estudio y el tamaño de muestra, a través del muestreo aleatorio estratificado, ya que se encuestó a diferentes tipos de clientes, con distinto tamaño de población, Ojeda y Díaz (2012) sostienen que dicho muestreo se emplea generalmente cuando la población presenta cierta heterogeneidad.

**Tabla 1:** Tamaño de la población y muestra de los estratos encuestados

POBLACIÓN	TAMAÑO N	ESTRATOS
ESTUDIANTES	1071	88
ADMINISTRATIVOS	190	15
ACADÉMICOS	10	9
DIRECTIVOS	7	5
TOTAL	1,278	117

Fuente: Elaboración propia.

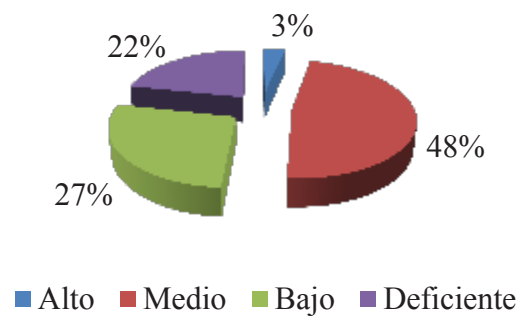
## Resultados

En general se observó cierta discrepancia en la percepción entre clientes internos (administrativos y académicos) y clientes externos (estudiantes), estos últimos no evaluaron del todo bien el servicio que reciben por parte de los primeros. Con respecto a la cultura organizacional, se pudo constatar que se perciben buenas condiciones entre directivos, académicos y administrativos; destacan actitudes positivas y trabajo colaborativo, sin embargo, aún existen puntos débiles como: No todo el tiempo se promueve la misión, visión y valores de la Facultad por parte de los directivos, algunos académicos expresaron que no se sentían identificados con dicha visión y misión, además comentaron que no todo el tiempo cumplen con las reglas y normas, ni conocen del todo los objetivos que se persiguen en la Facultad.

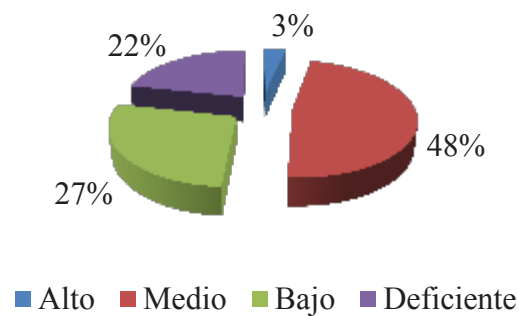
Con respecto a la calidad, en los 7 principios analizados se identificó que: en Enfoque al cliente, aunque administrativos y académicos coinciden en conocer las necesidades de los estudiantes, la opinión de los estudiantes va en sentido contrario. La percepción con respecto al liderazgo en los directivos arrojó opiniones divididas por parte de clientes internos y externos. En Participación del personal se encontró que había disposición total por parte de directivos, administrativos y académicos; aunque los estudiantes consideran que los administrativos no utilizan sus habilidades a favor de la organización y que solo pocos académicos hacen uso de sus habilidades para impartir clases de calidad.

En lo que toca a Enfoque basado en procesos, tanto administrativos como directivos manifestaron que entendían y gestionaban sus actividades dentro de dos grandes procesos: estratégico y operativo. De igual forma, en el Enfoque de sistemas para la gestión, la mayoría del personal administrativo, coincidió en que visualiza sus actividades dentro de un proceso y reconoce su importancia. Los directivos mostraron apertura para promover la Mejora continua, en contraste, algunos estudiantes señalaron que no veían actitudes relacionadas con dicha mejora, tanto en académicos como en administrativos. Finalmente se identificó que los directivos consideraban importante que sus acciones estuvieran fundamentadas en el Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones. A continuación, se presentan algunas gráficas:

**Figura 1:** ¿Cómo considero el grado de satisfacción en los servicios administrativos que recibo? Percepción de la calidad en estudiantes.



**Figura 2:** Conozco y entiendo los objetivos que persigue la Facultad. Cultura organizacional en administrativos.



Liga para consultar el cartel (copiar y pegar vínculo en el navegador):

[https://uvmx-my.sharepoint.com/:b:g/personal/jobarradas\\_uv\\_mx/EUD0p39u2SBJqdieG37hVxEBqMdzDz-T5fOos8OifV3gQg](https://uvmx-my.sharepoint.com/:b:g/personal/jobarradas_uv_mx/EUD0p39u2SBJqdieG37hVxEBqMdzDz-T5fOos8OifV3gQg)

## Referencias

- Caudillo, J. L. (2010). *Cultura de la calidad en el proceso educativo*, México: Trillas.
- Chiavenato, I. (2002). *Administración en los nuevos tiempos*, Bogotá, Colombia: McGraw-Hill.
- Domínguez. (2006). *Globalización: riesgos y realidades*. Universidad Metropolitana.
- Feigenbaum, A. (2005). *Total quality control: achieving productivity, market penetration and advantage in the global economy*. New York, USA: McGraw-Hill.
- Hernández, J. A. Gallarzo, M., y Espinoza, J. J. (2011). *Desarrollo organizacional. Enfoque latinoamericano*, Naucalpan de Juárez, México: Pearson.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*, 5ta. ed., México: McGraw-Hill Interamericana.
- Ojeda, M. M., & Díaz, J. F. (2012). *Introducción a las técnicas de muestreo*, Saarbrücken: Editorial académica española.
- Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior. (2016). Recuperado de: <https://www.ciees.edu.mx/index.php/publicaciones/historico> [Fecha de consulta: 1 de septiembre de 2016]
- Consejo para la Acreditación de la Educación Superior A.C. (2016). Recuperado de: <https://www.copaes.org/identidad.php> [Fecha de consulta: 1 de septiembre de 2016]