

**RELACIÓN DE LA GESTIÓN DE INNOVACIÓN CON EL
SERVICIO AL CLIENTE DEL DEPARTAMENTO DE
BIENESTAR UNIVERSITARIO DE LA UNIVERSIDAD
SIMÓN BOLÍVAR-BARRANQUILLA**

**AURA IBANEL CASTRO MIRANDA
JUAN RAUL SANCHEZ JUSTIZ**

Trabajo de Investigación o Tesis Doctoral como requisito para optar el título de Magister en
Administración e Innovación

RESUMEN

El desarrollo de la presente investigación tuvo como objetivo fundamental determinar la relación de la gestión de innovación con el servicio al cliente en el departamento de Bienestar Universitario de la Universidad Simón Bolívar-Barranquilla. Para llevar a cabo este propósito fue necesario en primer lugar la identificación de los procesos de la gestión de innovación en el servicio al cliente que realiza Bienestar y en segundo lugar la realización de un análisis de los factores influyentes en la relación de la gestión de innovación con el servicio al cliente en el departamento de Bienestar Universitario.

En cuanto al abordaje de la literatura, esta estuvo centrada en las variables que fueron objeto de estudio, estas son Gestión de Innovación y Servicio al Cliente; respecto a la primera variable se tomó en cuenta el modelo de gestión de innovación en empresas de servicio como referente principal para el desarrollo del trabajo propuesto por Arzola y Mejía (2007) y en el servicio al cliente se abordaron las dimensiones del servicio planteadas por Salazar y Cabrera (2016).

En relación al método empleado en el estudio, cabe resaltar que este se basó en el enfoque cuantitativo, de tipo correlacional, de alcance descriptivo; con diseño no experimental y de campo, la población estuvo conformada por 387 estudiantes de los diferentes programas de la Universidad más 19 funcionarios de Bienestar Universitario. En cuanto a la técnica de recolección de la información, se trató de una encuesta compuesta por 30 ítems medidos en escala tipo Likert y el número total de cuestionario fue de 406.

Los resultados obtenidos en este estudio, comparándolos con la literatura planteada por los autores antes mencionados, se logró evidenciar aspectos desfavorables en lo concerniente a la comunicación con el cliente y en relación a la identidad y niveles de autoridad de Bienestar Universitario. Demostrando además que el factor más influyente de gestión de innovación fue la estructura de procesos y el menos influyente fue la gestión de procesos; en cuanto al factor de servicio al cliente que demostró desfavorabilidad fue la empatía.

Finalmente, con los resultados obtenidos en este trabajo se logró identificar la necesidad de emplear mecanismos que contribuyan al fortalecimiento de la gestión de los procesos al interior de este departamento con el fin de poder ofrecerles a los clientes un servicio que supere sus expectativas y le permita participar constantemente en el desarrollo de las diferentes actividades que se realizan. Puesto que el cliente representa un elemento esencial al interior de la institución, para que esta pueda crecer y desarrollarse íntegramente es necesario que se interese por emplear estrategias que fortalezcan sus procesos y así poder responder a los retos del entorno.

PALABRAS CLAVES: Gestión, Innovación, Servicio al cliente, Bienestar Universitario.

ABSTRACT

The objective of this research was to determine the relationship between innovation management and customer service in the University Welfare Department of the Simón Bolívar-Barranquilla University. In order to carry out this purpose, it was necessary firstly to identify the processes of innovation management in the customer service carried out by Welfare and secondly, to carry out an analysis of the influential factors in the relationship of innovation management with customer service in the University Welfare department.

Regarding the approach to literature, it was focused on the variables that were studied, these are Innovation Management and Customer Service; Regarding the first variable, the innovation management model in service companies was taken into account as the main reference for the development of the work proposed by Arzola and Mejía (2007) and in the customer service the dimensions of the service proposed by Salazar were addressed and Cabrera (2016).

Regarding the method used in the study, it should be noted that this was based on the quantitative, correlational, descriptive scope approach; With non-experimental and field design, the population was made up of 387 students from the different programs of the University plus 19 University Welfare officials. Regarding the information collection technique, it was a survey composed of 30 items measured on a Likert scale and the total number of questionnaires was 406.

The results obtained in this study, comparing them with the literature raised by the aforementioned authors, were able to demonstrate unfavorable aspects regarding communication with the client and in relation to the identity and authority levels of

University Welfare. Also demonstrating that the most influential factor of innovation management was the process structure and the least influential was the process management; As for the factor of customer service that showed unfavorability was empathy.

Finally, with the results obtained in this work, it was possible to identify the need to use mechanisms that contribute to the strengthening of process management within this department in order to offer customers a service that exceeds their expectations and allows constantly participate in the development of the different activities carried out. Since the client represents an essential element within the institution, so that it can grow and develop fully, it is necessary to be interested in using strategies that strengthen its processes and thus be able to respond to the challenges of the environment.

KEY WORDS: Management, Innovation, Customer Service, University Welfare.

REFERENCIAS

- Acero., C. (2019). Acuerdo por lo Superior 2034: peor del mismo para la educación superior privada en materia financiera. Recuperado de <https://ocecolombia.co/acuerdo-por-lo-superior-2034-peor-del-mismo-para-la-educacion-superior-privada-en-materia-financiera/>.
- Arango-Londoño, Juan Fernando (2012). La gestión de la innovación como la gestión de un ecosistema heterogéneo y estructurado. *Cuadernos de Gestión*. Vol. 12, Especial Innovación. Bilbao, España. Pp. 125-137.
- Arzola, M., & Mejías, A. (2007). Modelo conceptual para gestionar la innovación en las empresas del sector servicios. *Revista Venezolana de Gerencia*, 12 (37), 80-98.
- Avendaño C., W. (2012). Innovación: Un proceso necesario para las Pequeñas y Medianas Empresas del Municipio de san José de Cúcuta, Norte de Santander (Colombia). *Semestre Económico*, 15 (31), 187-207.
- Baena, C. Gutiérrez, L. Gutiérrez, E. & Trujillo, M. (2009). Guía para la auto evaluación de la gestión de la innovación empresarial. Modelo, cuestionario y buenas prácticas de gestión en innovación empresarial. España. Centro Andaluz para la Excelencia en la Gestión - Instituto Andaluz de Tecnología. Pp 2-84.
- Barrios, K., Olivero, E., & Acosta, J. (2016). Capacidad Dinámica De Innovación en Instituciones de Educación Superior. *Espacios*, Vol.38. N°1. Pag.24.
- Betz, F. (1998). *Managing Technological Innovation, Competitive Advantage from Change*. John Wiley & Sons, Inc. New York.

Cáceres, F., & Aceytuno, M. (2008). La innovación como fuente de oportunidades empresariales. *Revista de Economía Mundial*, (19), 135-156.

Chacón M., L. (2014). Gestión educativa del siglo XXI: bajo el paradigma emergente de la complejidad. *Omnia*, 20 (2), 150-161.

Camio, María Isabel; Rébora, Alfredo y Romero, María del Carmen (2014). Gestión de la innovación. Estudio de casos en empresas de software y servicios electrónicos de la zona de influencia de la UNICEN, Argentina. *Revista de Administração e Inovação*. Vol. 11, No 2. Sao Paulo, Brazil. Pp. 3-50.

Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, págs. 297-334.

Cassiman, B. & Veugelers, R. (2006). In Search of Complementary in Innovation Strategy. *Management Science*, Vol 52. N° 1.

Den, P., van der Aa, W., and de Jong, M. W. (2010). Capabilities for managing service innovation: Towards a conceptual framework. *Journal of Service Management*, 21 (4), 490-514.

Den Hertog, P., van der Aa, W., and de Jong, M. W. (2010). Capabilities for managing service innovation: Towards a conceptual framework. *Journal of Service Management*, 21 (4), 490-514.

Drucker, Peter (2007). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. Amsterdam. London, Butterworth-Heinemann. P. 253.

Fayol, H. (1916). «Administration Industrielle et Générale». *Bulletin de la Société de l'Industrie minérale*, París.

Frances, A. (2004). Estrategia para gente de a pie. Revista Debates IESA Vol. IX. Nro. 4.

pp 12-16.

Fritsch, M (2003). Does R&D – Cooperation Behavior Differ Between Regions?. Industry and Innovation. Vol 10, N° 1.

García, A. (2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. *Telos*, 18 (3), 381-398.

García, O., Quintero, J., & Arias, J. (2014). Capacidades de innovación, desempeño innovador y desempeño organizacional en empresas del sector servicios. *Cuadernos de Administración*. Pontificia Universidad Javeriana Bogotá, Colombia. Vol. 27, núm. 49, pp. 87-108.

Gil-Bolívar, F. (2016). ¿Cómo preparase para el futuro en la gestión empresarial? *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, XII (23), 29-38.

Granell, E. (2005). Más allá de la satisfacción al cliente: ¿cómo convertir la estrategia en resultados. Revista Debates IESA Vol. X. No. 3. pp. 25-28.

González, J. García, L. Caro, C. & Romero, N. (2014). Estrategia y cultura de innovación, gestión de los recursos y generación de ideas: prácticas para gestionar la innovación en empresas. *Pensamiento & Gestión*, Universidad del Norte Barranquilla, Colombia. Núm. 36, pp. 109-135.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. México: Mc Graw Hill 6ta.ed.

Herrero, J. (2010). El Análisis Factorial Confirmatorio en el estudio de la Estructura y Estabilidad de los Instrumentos de Evaluación: Un ejemplo con el Cuestionario de Autoestima CA-14. *Psychosocial Intervention*, 19(3), undefined-undefined. [fecha

Innova Chile (2010). Bases Técnicas y administrativas del concurso promoción de la gestión de la innovación en empresas chilenas. CORFO. Santiago - Chile.
Resolución Exenta 1267 del 12-11-2010.

Levy, L., y Anderson, L. (1980). La tensión psicosocial. Población, ambiente y calidad de vida. México: Manual Moderno.

Lloret, S., Ferreres, A., Hernández, A., & Tomás, I. (2014). El análisis factorial exploratorio de los ítems: una guía práctica, revisada y actualizada. *Anales de Psicología*, Vol. 30, Núm. 3, Pp. 1151-1169.

Martínez-Sánchez, F. (2001). «El profesorado ante las nuevas tecnologías». En: f. Blázquez (coord.). *Sociedad de la Información y Educación*. Mérida.

Mathison, L. Gándara, J. Primera, C. & García, L. (2007) Innovación: Factor Clave para Lograr Ventajas Competitivas. *Revista NEGOTIUM / Ciencias Gerenciales*. N° 7 PP 46-83.

Méndez, C., & Rondón, M. (2012). Introducción al análisis factorial exploratorio. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, Vol. 41, Núm. 1, Pp. 197-207.

Ministerio de Educación Nacional (2019). El Ministerio de Educación trabaja en equipo con más de 320 rectores y directivos de Instituciones de Educación Superior para fortalecer el Sistema de Aseguramiento de la Calidad. Recuperado de <https://www.mineducacion.gov.co/1759/w3-article-386862.html>.

- Montoya, C. & Boyero, M. (2013). El CRM como herramienta para el servicio al cliente en la organización. *Revista Científica "Visión de futuro"*. Volumen 17, número 1. Argentina. (Pp. 130-151).
- Morantes Higuera, A., & Acuña Corredor, G. (2013). Propuesta de modelo de gestión para educación superior a distancia: una aproximación. *Zona Próxima*, (18), 72-92.
- Moreno, S. & García, Á. (2014). "Sistema para la evaluación de capacidades de innovación en PYMES de países en desarrollo: Caso Panamá". *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*. Vol. 22. No 2. Bogotá- Colombia. Pp. 109-122.
- Moreno, A. (2009). Lineamientos para la Creación de una Cultura de Servicio al Cliente en una Empresa del Sector Alimentos: Caso Martmore Ltda. Trabajo de Grado. Administración de negocios internacionales. Universidad del Rosario. Colombia.
- Morata, M., Holgado, F., Barbero, I., & Méndez, G. (2015). Análisis Confirmatorio Factorial. Recomendaciones Sobre Mínimos Cuadrados En Función Del Error Tipo I de Ji-Cuadrado y Rmse. *Acción Psicológica*, Vol. 12 Núm 1, Pp. 91-104.
- Neri, A. L. (2002). Bienestar subjetivo en la vida adulta y en la vejez: hacia una psicología positiva para América Latina. *Revista Latinoamericana de Psicología*. 34, 55-74.
- Obeso, M. (2016). Gestión de la innovación en empresas venezolanas: Un análisis de clúster. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXII (1), 153-165.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1994). Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research. *The Journal of Marketing*, vol. 58, 111-124.

Parasuraman., A. Zeithaml., V. A. & Berry., L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perceptions Of Service Quality.

JournalofRetailing, vol. 64 (1), pp. 12-40.

Plan estratégico de Desarrollo (2018-2022).Plan estratégico de Desarrollo. Recuperado de:https://portal.unisimon.edu.co/web/index.php/showimagen/showpdf/centrodocumentos/20181023140957_0.pdf.

Pérez-Ruiz, A. (2014). Enfoques de la gestión escolar: una aproximación desde el contexto latinoamericano. *Educación y Educadores*, 17 (2), 357-369.

Ramírez, F., Zwerg, & A. (2012). Metodología de la investigación: más que una receta Administrativa, Universidad EAFIT Medellín, Colombia. núm. 20, pp. 91-111.

Restrepo, C. (2013). Aproximación a la Gestión de la Innovación: Un Enfoque Conceptual. *Revista Ciencias Estratégicas*, 22(30), pp. 257-266.

Salazar, W., & Cabrera, M. (2016). Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo - Ecuador. *Industrial Data*, 19 (2), 13-20.

Shapiro, S. (2005, 18/10/2005). Innovar para ser Competitivo. en <http://winred.com/EP/entrevistas/n/a2880.html>.

Sánchez Otero, M., & Cervantes Atia, V., & Peralta Miranda, P. (2016). Gestión de la innovación en pequeñas y medianas empresas de Barranquilla - Colombia. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXII (2), 78-91.

Schumpeter, J. (1934). The theory of economic development. Cambridge: Harvard University Press.

Schumpeter, J. A. (1939). *Business Cycles: A Theoretical, Historical and Statistical*

Analysis of the Capitalist Process. Primera Edición, McGrawHill, New York.

Serna, Humberto (1999). *Gerencia estratégica. Planeación y gestión* (Cuarta Edición). 3R

Ediciones. Colombia.

Serrano, A. et al (2013). *Vías para el desarrollo de actividades de innovación y su relación*

con el desempeño innovador. Cuadernos de Gestión Vol 13 – N° 1. Pp 69 – 94. 2.

España.

Tamayo., M. (2004). *El proceso de la investigación científica*. 4ta Ed. México: Editorial

Limusa.

Taylor, F.W. (1911). *e Principles of Scientific Management*. Nueva York: Harper y Row,

Nueva York.

Velázquez, J. Vargas, E. (2015). *De la innovación a la ecoinnovación. Gestión de servicios*

en empresas hoteleras. Revista Venezolana de Gerencia, Universidad del Zulia

Maracaibo, Venezuela. vol. 20, núm. 70, 2015, pp. 268-281.

Wellington, P. (1997). *Como brindar un servicio integral de atención al cliente*. Kaizen.

Madrid. McGraw- Hill.