|  |  |
| --- | --- |
| **OBJETIVO** | Definir lineamientos y orientaciones para garantizar que en la Universidad Católica de Manizales se lleve a cabo correctamente las actividades relacionadas con la gestión de la satisfacción de los usuarios, clientes, estudiantes, padres de familia, profesores y grupos de interés relacionados con la Universidad Católica de Manizales, a través de mediciones de percepción y satisfacción. |

|  |  |
| --- | --- |
| **ALCANCE** | Desde la definición de las necesidades de información frente a la gestión del servicio (satisfacción y percepción) hasta la socialización de los resultados de los estudios de medición de las personas relacionadas. |

|  |  |
| --- | --- |
| **DEFINICIONES** | SATISFACCIÓN: estado de ánimo del estudiante o usuario, después que ha complacido un deseo o necesidad, experimentando un agrado; encontrándose bien y a gusto.  PERCEPCIÓN: hace referencia a las opiniones que tienen los grupos de interés sobre la UCM. Esta se genera evaluando la experiencia que se ha tenido con las personas, los programas y la infraestructura. |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO** | | | | |
| **Nº** | **PHVA** | **ACTIVIDAD / DESCRIPCIÓN** | **RESPONSABLE** | **REGISTRO (MEDIO DE VERIFICACIÓN)** |
| 01 | P | Definición de la estrategia de servicio para determinar las necesidades de información frente al nivel de satisfacción y la percepción de los estudiantes, usuarios del servicio y estamentos relacionados con la Universidad Católica de Manizales. | Analista Mercadeo  Coordinación Mercadeo y Comunicaciones. | Estrategia de Servicio.  GME - F -12 |
| 02 | H | Medir el nivel de satisfacción de los estudiantes de pregrado y posgrado con respecto a la infraestructura y el servicio prestado en la Universidad Católica de Manizales. Lo anterior de acuerdo con la periodicidad acordada por programa, actualizando y adaptando el instrumento para la recolección de la información. | Analista Mercadeo  Coordinación Mercadeo y Comunicaciones. | Formato de recolección de información.  GME – F - 1  (Satisfacción – Percepción)  Estudio de satisfacción estudiantes  GME – F -14 |
| 03 | H | Determinar el nivel de satisfacción de las personas que realizaron movilidades académicas a través de la Oficina de relaciones internacionales e interinstitucionales de la UCM. | Analista Mercadeo  Coordinación Mercadeo y Comunicaciones.  Coordinación de relaciones interinstitucionales e internacionales. | Encuesta digital  Estudio satisfacción de movilidades.  GME – F -14 |
| 04 | H | Establecer el nivel de satisfacción de los graduados de la UCM con respecto a los servicios o productos de la Universidad Católica de Manizales. | Analista Mercadeo  Coordinación Mercadeo y Comunicaciones.  Coordinación Unidad de Graduados. | Estudio de Impacto Graduados. |
| 05 | H | Definir el nivel de satisfacción de los usuarios de los puntos de servicio de parqueadero, campus deportivo, gimnasio y piscina de la UCM. | Analista Mercadeo  Coordinación Mercadeo y Comunicaciones.  Dirección Administrativa y Financiera | Formato de recolección de información diligenciado.  GME – F -1  (Satisfacción)  Estudio de satisfacción usuarios puntos del servicio.  GME – F -14 |
| 06 | H | Medir el nivel de satisfacción de los usuarios de los servicios del Estudio de Televisión, en lo relacionado con los productos audiovisuales. | Analista Mercadeo  Coordinación Mercadeo y Comunicaciones.  Estudio Televisión | Formato Estudio de mercados  GME – F -14 |
| 07 | H | Determinar la medición de la satisfacción de los usuarios del servicio médico, a través de la articulación con la unidad correspondiente. | Servicio Médico  Analista Mercadeo  Coordinación Mercadeo y Comunicaciones. | Acta Servicio Médico |
| 08 | H | Recopilar la percepción de los padres de familia de los estudiantes de la Universidad Católica de Manizales frente a la experiencia de hacer parte de la comunidad UCM. | Analista Mercadeo  Coordinación Mercadeo y Comunicaciones. | Formato de recolección de información diligenciado.  GME – F -1  (Percepción)  Estudio de percepción padres de familia.  GME – F -14 |
| 09 | H | Conceptualizar la percepción de los colaboradores de la UCM que tienen relación directa con la prestación del servicio a usuarios, estudiantes y en general la Comunidad UCM. | Analista Mercadeo  Coordinación Mercadeo y Comunicaciones. | Formato digital de recolección de información diligenciado.  Estudio de percepción del servicio de colaboradores.  GME – F -14 |
| 10 | H | Determinar la percepción de los profesores frente a la presentación del servicio a los estudiantes. | Analista Mercadeo  Coordinación Mercadeo y Comunicaciones. | Formato de recolección de información diligenciado.  GME – F -1  (Percepción)  Estudio de percepción del servicio de docentes.  GME – F -14 |
| 11 | H | Dimensionar la percepción que las unidades académico- administrativas pertinentes de la UCM tienen frente a la gestión del servicio de los Centros Tutoriales. | Analista Mercadeo  Coordinación Mercadeo y Comunicaciones.  Coordinación Institucional de Unidad Educación a Distancia. | Formato de recolección de información diligenciado.  GME – F -1  (Percepción)  Estudio de percepción frente a Centros Tutoriales.  GME – F -14 |
| 12 | V | Tabulación de los resultados y datos obtenidos. Este proceso es posterior a la recolección de las respuestas de estos instrumentos y es donde se obtienen los resultados más concretos, se ordenan las respuestas de tal forma que permitan de manera práctica y concisa ver los patrones de comportamiento y las tendencias de los encuestados para su posterior análisis. | Analista Mercadeo  Coordinación Mercadeo y Comunicaciones. | Resultados tabulados. |
| 13 | V | Socialización de los resultados. La exposición de los resultados con el líder de la unidad para ilustrar los resultados de manera objetiva. | Coordinación Mercadeo y Comunicaciones. | Estudio de Mercados GME-F-14  Correo electrónico |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Elaboró** | **Revisó** | **Aprobó** | **Fecha de vigencia** |
| Coordinación Mercadeo y Comunicaciones | Dirección de Aseguramiento de la Calidad | Consejo de Rectoría | Febrero de 2025 |

**CONTROL DE CAMBIOS**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **FECHA** | **VERSIÓN** | **ÍTEM** | **MODIFICACIÓN** |
| NOV 2016  NOV 2016  NOV 2016  NOV 2016  ENE 2019  ENE 2019  ENE 2019  ENE 2019  ENE 2019  ENE 2019 | 02  02  02  02  03  03  03  03  03  03 | Objetivo  Alcance  Acción 03  Acción 04  Procedimiento  Responsable  Responsable  Responsable  Responsable  Responsable | Se amplía el objetivo a nuevos estamentos relacionados con la Universidad Católica de Manizales para la medición de la percepción y de la satisfacción.  Se incorpora dentro del alcance, la medición de la percepción.  Se elimina como medio de verificación el formato Cronograma Estrategia de Servicio GME – F – 10, por no representar una utilidad dentro del procedimiento y generar reproceso.  Se elimina como medio de verificación el formato GME – F – 9 al unificarse con GME – F – 1 con el fin de optimizar y ampliar el alcance de este último formato.  Se incorpora la medición de la percepción.  Se incorporan nuevos estamentos de la Universidad para ampliar la cobertura en la medición de la satisfacción y de la percepción.  Se agrega el analista de mercadeo como responsable, teniendo en cuenta la creación de este cargo al interior de la unidad Mercadeo y Comunicaciones.  De acuerdo con decisiones institucionales cambia la denominación de la Unidad de Egresados a Unidad de Graduados.  Por decisiones institucionales se cambia la denominación del Director administrativo a Director administrativo y Financiero.  Cambia la denominación de la Unidad y del responsable del Proceso a Coordinador de Mercadeo y Comunicaciones teniendo en cuenta el acuerdo 73 del Consejo de Rectoría del 18 de diciembre de 2018. |