|  |  |
| --- | --- |
| **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 MercadeoCoordinación 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 MercadeoCoordinación Mercadeo y Comunicaciones. | Formato de recolección de información.GME – F - 1(Satisfacción – Percepción)Estudio de satisfacción estudiantesGME – 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 MercadeoCoordinación Mercadeo y Comunicaciones. Coordinación de relaciones interinstitucionales e internacionales. | Encuesta digitalEstudio 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 MercadeoCoordinación 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 MercadeoCoordinación 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 MercadeoCoordinación Mercadeo y Comunicaciones.Estudio Televisión | Formato Estudio de mercadosGME – 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 MédicoAnalista MercadeoCoordinación 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 MercadeoCoordinación 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 MercadeoCoordinación 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 MercadeoCoordinación 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 MercadeoCoordinación 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 MercadeoCoordinación 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-14Correo 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 2016NOV 2016NOV 2016NOV 2016ENE 2019ENE 2019ENE 2019ENE 2019ENE 2019ENE 2019 | 02020202030303030303 | ObjetivoAlcanceAcción 03Acción 04ProcedimientoResponsableResponsableResponsableResponsableResponsable | 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. |