

PROCEDIMIENTO MEDICION DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**1. OBJETIVO**

Este procedimiento tiene por objeto establecer las políticas, condiciones, actividades, responsabilidades y controles para establecer los lineamientos, obtener, medir y dar seguimiento a la información relacionada con la percepción de los clientes con respecto al cumplimiento de los requisitos del producto y/o servicio prestado por parte de los procesos misionales que hacen parte integrante del SIGC de la Universidad.

2. ALCANCE

El procedimiento aplica a los procesos misionales que hacen parte integrante del SIGC de la Institución; DOCENCIA, INVESTIGACIÓN, EXTENSIÓN Y PROYECCIÓN SOCIAL Y BIENESTAR UNIVERSITARIO.

3. RESPONSABILIDAD**3.1. JEFE DE LA OFICINA DE PLANEACIÓN – REPRESENTANTE DE LA DIRECCIÓN**

Es el responsable de establecer las disposiciones de este procedimiento y garantizar su cumplimiento así como de asegurar el entrenamiento del personal para el conocimiento y aplicabilidad del mismo. Así mismo, es el encargado de consolidar e integrar el resultado y análisis de las encuestas de los procesos misionales que hacen parte integrante del SIGC, para presentarla a la alta dirección.

3.2. RESPONSABLES DE PROCESOS

Tienen la responsabilidad que este procedimiento se realice en las fechas establecidas y cuando las necesidades a sí lo exijan. Revisar y aprobar el diseño de la encuesta, proporcionar las encuestas a los jefes de dependencia. Realizar la tabulación y análisis al resultado de la misma y enviarla al representante de la dirección y/o administrador del SIGC. Establecer las correcciones, acciones correctivas y/o preventivas y de mejoras de acuerdo al resultado de la medición al cliente.

3.3. JEFES DE DEPENDENCIA

Tienen la responsabilidad perentoria de colaborar con los responsables de procesos en la aplicación de las encuestas en la medición de la percepción de la satisfacción de los clientes.

3.4. LIDERES DEL PROCESO

Se encargan de diseñar la encuesta para presentarla y someterla a consideración del responsable del proceso y colaborarán con los responsables de proceso en la tabulación y análisis de la misma.

4. GLOSARIO

Para facilitar la comprensión del presente documento se definen los siguientes términos:

- **CLIENTE:** Organización o persona que recibe un servicio.
- **ENTREVISTA:** Conversación de dos o más personas para tratar de un asunto. Es una técnica de comunicación que requiere el conocimiento de técnicas de comunicación

PROCEDIMIENTO SATISFACCIÓN AL CLIENTE

verbal, un guión estructurado y tener una finalidad específica. Por otro lado, es un instrumento excelente en la investigación cualitativa.

- **CUESTIONARIO:** Es un instrumento utilizado para recoger información, diseñado para cuantificar, universalizar la información y estandarizar el procedimiento de la entrevista. Su finalidad es comparar la información.

5. POLITICAS Y CONDICIONES DE OPERACIÓN

Para propósitos de este procedimiento, deberán cumplirse las siguientes condiciones:

DISEÑO DE LA ENCUESTA	APLICACIÓN DE LA ENCUESTA	COMPILACION DE LA INFORMACIÓN	INFORMES
Se aplicará la encuesta en la Universidad con base en los lineamientos establecidos por el Consejo Nacional de Acreditación CNA, para la autoevaluación de los programas en proceso de acreditación y/o de manera opcional los procesos misionales podrán realizar si lo estiman conveniente una encuesta de satisfacción al cliente adicional a la de los lineamientos del CNA, con las características, especificaciones y necesidades propias de cada proceso	Estas encuestas se aplicarán por lo menos una vez al año.	Las encuestas deben compilarse de acuerdo a su aplicación y reflejar los resultados en los periodos establecidos	Cada responsable de proceso debe comunicar el resultado de la satisfacción del cliente al representante de la dirección y/o administrador del SIGC, en medio físico y magnético
Las encuestas para medir la satisfacción del cliente se pueden realizar de manera individual o conjunta por los responsables y líderes de proceso por congruencias, afinidad en los objetivos ó clase de los procesos y también por conveniencia técnica y práctica (clientes comunes) en su elaboración y aplicación.	Las encuestas deben aplicarse durante o al finalizar el servicio.	La calificación para que un cliente se considere satisfecho, la establecerá el responsable de cada proceso misional.	El representante de la dirección y/o administrador del SIGC, debe informar a Rectoría del estado que guarda la satisfacción del cliente en el Sistema
	Las encuestas deben aplicarse a cada uno de los clientes misionales o razón de ser de la Universidad. Si la cantidad de los clientes se considera demasiado grande, puede aplicar técnicas de muestreo, demostrando su validez teórica.	Sí el resultado de la medición de la satisfacción del cliente está por debajo de lo establecido por el responsable del proceso, aplique el procedimiento de corrección, acciones correctivas/preventivas y de mejoras. Resultado por encima de lo establecido por el responsable del proceso,	

PROCEDIMIENTO SATISFACCIÓN AL CLIENTE

aplique acciones preventivas o de mejora según aplique.

6. DESCRIPCION DE ACTIVIDADES

No.	Descripción	Responsables	Documento/ Registros
1	Elaborar la encuesta de evaluación de satisfacción del cliente del proceso en que participan considerando los requerimientos de los clientes y características críticas del servicio que proporcionan. De igual manera, determinar el número de encuestas a realizar, sí el número de usuarios es pequeño, puede efectuarse al 100% de los clientes o aplicar técnicas de muestreo para el caso en que el número de usuarios sea demasiado grande.	Líderes de proceso Responsables de proceso	Encuesta de satisfacción al cliente
2	Enviar mediante oficio las encuestas a los jefes de dependencia para que apliquen el instrumento a los diferentes clientes o usuarios relacionados con el proceso y devolverlo una vez sea aplicado.	Responsables de proceso	
3	Aplicar el Instrumento a los clientes o usuarios de acuerdo a los lineamientos establecidos por el responsable de proceso.	Jefes de dependencia	
4	Proceder a la tabulación, compilación y análisis del instrumento una vez enviado por los jefes de dependencia, en el cual se pueden utilizar técnicas estadísticas como: <ul style="list-style-type: none"> • Estratificación • Histogramas • Diagramas de Pareto • Diagramas Causa & Efecto • Diagrama de Correlación • Cartas de Control y Gráficos 	Líderes de calidad Responsables de procesos	Informe de análisis de la Satisfacción del cliente
5	Identificar y aplicar las correcciones, acciones correctivas/preventivas y de mejora a que tenga lugar de acuerdo al resultado del informe de medición de la satisfacción del cliente.	Responsables de procesos Líderes de calidad	Corrección. acciones correctivas/preventivas y de mejoras
6	Solicitar a los responsables de procesos misionales los informes parciales de la evaluación de la satisfacción del cliente y consolidar estos en forma global para presentarlo a la Rectoría, puesto que este reporte se convierte en un insumo importante para la revisión por la dirección.	Representante de la Dirección	Informe de Análisis Global de la Satisfacción del cliente

PROCEDIMIENTO SATISFACCIÓN AL CLIENTE**7. NORMATIVIDAD Y DOCUMENTOS DE REFERENCIA**

- NTGCP 1000:2009 Sistema de Gestión de la Calidad.
- Manual de calidad.

8. REGISTROS

- 1) Cuestionarios de evaluaciones del cliente.
- 2) Reporte de medición de la satisfacción del cliente.

9. CONTROL DE CAMBIOS

VER	FECHA	ELABORÓ	DESCRIPCIÓN
0	Abril 30 de 2010	Teobaldo Escorcia Pérez	VERSIÓN ORIGINAL
1	Junio 29 de 2011	Teobaldo Escorcia Pérez	Se limita el alcance de este procedimiento a los procesos misionales.