

	MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Código: P-GC-04
		Versión: 02
	PROCEDIMIENTO	Fecha: 01/08/2024
		Página: 1 de 4

1. OBJETIVO

Establecer los mecanismos que permitan medir y evaluar la satisfacción del cliente, interno y externo, con el fin de obtener la información suficiente, oportuna y confiable para llevar a cabo las acciones de mejora necesarias.

2. ALCANCE

Este procedimiento inicia con la planificación de las mediciones y finaliza con la presentación de resultados de la satisfacción del cliente.

3. RESPONSABLE

Profesional Especializado adscrito al proceso de Direccionamiento Estratégico y Planeación

4. DEFINICIONES

4.1 ANÁLISIS: Interpretación gráfica, numérica y textual de las estadísticas institucionales como insumo fundamental para la toma de decisiones en la búsqueda del desarrollo y cumplimiento de la parte misional institucional.

4.2 AUTOEVALUACIÓN: Proceso sistemático que busca evaluar criterios y condiciones de calidad establecidos por el MEN a los programas académicos de la institución, evaluando la percepción de estudiantes, docentes, administrativos, egresados y empleadores.

4.3 CLIENTE: Persona u organismo interno o externo a la institución que hace uso de los servicios que dicha institución ofrece.

4.4 EFECTIVIDAD: Medida del impacto de la gestión tanto en el logro de los resultados planificados como en el manejo de los recursos utilizados y disponibles.

4.5 ENCUESTA: Instrumento de medición que permite identificar y registrar el grado de satisfacción de los clientes y/o partes interesadas de los servicios de la universidad y los clientes internos de los procesos.

4.6 GRUPOS DE INTERÉS: Son todas aquellas agrupaciones constituidas por organizaciones o individuos que tienen como objetivo influir en las decisiones de los poderes públicos con la finalidad de satisfacer sus intereses y agregar sus demandas en las políticas públicas y/o leyes.

4.7 GRUPOS DE VALOR: Son las personas naturales (ciudadanos) o jurídicas (organizaciones públicas o privadas), grupos étnicos (afrocolombianos, indígenas y ROM) a quienes van dirigidos los bienes y servicios de una entidad.

4.8 INFORME: Documento que se elabora con el propósito de comunicar información a un nivel más alto en la Institución.

4.9 MEDICIÓN: Mecanismo de evaluación y comparación que permite conocer los resultados alcanzados de acuerdo con criterios definidos con el objetivo de alcanzar la mejora continua.

	MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Código: P-GC-04
		Versión: 02
	PROCEDIMIENTO	Fecha: 01/08/2024
		Página: 2 de 4

4.10 PARTE INTERESADA: Persona u organismo externo a la institución que usa los servicios y/o productos de esta o le interesan los resultados o impactos que dichos servicios y productos puedan generar.

4.11 PERCEPCIÓN DEL CLIENTE: Es una forma de evaluación de valor añadido que ofrece una mejor comprensión de las interacciones de la institución con los clientes.

4.12 RESULTADOS: Consecuencia final de una serie de acciones o eventos, expresados cualitativa o cuantitativamente.

4.13 SATISFACCIÓN DEL CLIENTE: Percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos y expectativas.

5. MARCO LEGAL

5.1. NTC ISO 9001:2015.

6. GENERALIDADES

6.1. La medición de satisfacción del cliente se debe realizar como mínimo una vez al año.

6.2. El Profesional Especializado adscrito al proceso de Direccionamiento Estratégico y Planeación debe convocar y comunicar al personal involucrado en el proceso de medición, el objetivo, los tiempos y mecanismos a utilizar para desarrollar la medición de satisfacción del cliente, donde se establezca:

- Objetivo
- Actividades para realizar
- Análisis de resultados anteriores
- Identificación de la población y segmentación
- Cálculo del tamaño de la muestra
- Elección de la técnica de recopilación de datos
- Revisión del cuestionario
- Identificación de procesos clientes frente a las actividades del proceso

6.3. El instrumento utilizado para la medición de la satisfacción del cliente es la ENCUESTA, la se debe desarrollar teniendo en cuenta:

- Identificación de los procesos a evaluar para determinar la muestra.
- Determinar los criterios a evaluar teniendo en cuenta los servicios que ofrece cada proceso.
- Método de aplicación del instrumento.
- Análisis de la información y realización del informe.
- Presentación del informe a la alta dirección, con el fin de que se tomen las medidas que impliquen, según el caso, diseñar acciones para el plan de mejoramiento individual o de proceso.

6.4. Las encuestas de seguimiento a la atención del usuario o calificación del servicio que realizan individualmente los procesos tienen como fin identificar oportunidades de mejora frente a la prestación del servicio con respecto a los requerimientos del usuario. El proceso que aplique estas

	MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Código: P-GC-04
		Versión: 02
	PROCEDIMIENTO	Fecha: 01/08/2024
		Página: 3 de 4

encuestas debe realizar un análisis de los resultados con el fin de diseñar las acciones de mejora a que haya lugar.

7. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

No.	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	RESPONSABLE	REGISTROS
1	Planificar proceso de medición: Realizar la planificación del proceso de medición de satisfacción del cliente y análisis de los elementos de entrada a considerar para el proceso.	Comité de Gestión y Desempeño	F-GD-01 Acta de Reunión
2	Elaborar instrumento de medición: Diseñar y elaborar el instrumento utilizado para la medición es la encuesta, el cual se desarrollará de acuerdo con los parámetros definidos por la institución.	Profesional Especializado adscrito al proceso de Direccionamiento Estratégico y Planeación	Encuesta de medición de la satisfacción del cliente
3	Aplicar instrumento: Aplicar la encuesta definida a los grupos de valor e interés identificados y estimados para el proceso, conforme los lineamientos definidos por la institución.	Profesional Especializado adscrito al proceso de Direccionamiento Estratégico y Planeación	Encuesta aplicada
4	Organizar y presentar resultados: Realizar la organización de datos recolectados y elaborar la presentación de resultados de la medición de la satisfacción y/o percepción del cliente.	Profesional Especializado adscrito al proceso de Direccionamiento Estratégico y Planeación	Informe de resultados de encuestas de satisfacción del cliente F-GD-01 Acta de Reunión
5	Definir acciones de mejora: Para los procesos que obtengan resultados de la medición del cliente interno o externo inferiores al rango establecido, se deben definir las acciones u oportunidades de mejora, conforme los lineamientos definidos por la institución. Ver procedimiento P-GC-07 Gestión de Planes de Mejoramiento al SGC.	Líderes de Proceso	F-GC-15 Plan de Mejoramiento

8. DOCUMENTOS DE REFERENCIA

P-GC-07 Gestión de Planes de Mejoramiento al SGC

	MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Código: P-GC-04
		Versión: 02
	PROCEDIMIENTO	Fecha: 01/08/2024
		Página: 4 de 4

9. HISTORIA DE MODIFICACIONES

FECHA	VERSIÓN	DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
16/11/2021	01	Creación del documento
01/08/2024	02	Modificación del documento debido a la articulación con los lineamientos institucionales emitidos.

10. CONTROL DE CAMBIOS

Elaboró

Aprobó

Mónica Enith Salanueva Abril

Mónica Enith Salanueva Abril

Profesional Especializado adscrito al proceso
de Direccionamiento Estratégico y
Planeación

Profesional Especializado adscrito al
proceso de Direccionamiento Estratégico y
Planeación