

**Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto**



**Propuesta de Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto Virtual y Distancia Bogotá**

**Presentado por:**

**Erika Ramírez Sáenz ID: 167356**

**Asesor:**

**Juan Ignacio Rodríguez Garzón**

**Uniminuto Virtual y a Distancia – UVD**

**Administración de Empresas**

**Bogotá D.C.**

**2018**

**Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto**

Nota de aceptación

---

---

---

---

Líder de Investigación

---

Jurado

---

Jurado

Bogotá, D. C., abril de 2018

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

### Contenido

|   | <b>pág.</b> |
|---|-------------|
| Introducción .....  | 8           |
| 1. Planteamiento del problema .....                                       | 10          |
| 1.1 Problema.....   | 10          |
| 1.1.1 Descripción y Magnitud del Problema .....                           | 10          |
| 1.2 Causas .....  | 15          |
| 1.3 Efectos .....   | 15          |
| 1.4 Justificación .....   | 18          |
| 1.5 Objetivos.....  | 19          |
| 1.5.1 Objetivo General.....   | 19          |
| 1.5.2 Objetivos Específicos .....   | 19          |
| 2. Antecedentes y Marco Teórico .....                                     | 20          |
| 2.1 Antecedentes.....   | 20          |
| 2.2 Marco Conceptual.....   | 23          |
| 2.3 Marco Teórico .....   | 25          |
| 2.3.1 La Teoría de los dos Factores en la Satisfacción en el Trabajo..... | 25          |
| 2.3.2 Servicio.....   | 27          |
| 2.3.3 Ciclo de Servicio.....  | 27          |
| 2.3.4 Calidad del Servicio Vs Satisfacción del Cliente .....              | 30          |
| 2.3.5 Motivación y Satisfacción .....                                     | 30          |
| 2.3.6 Requisitos para los productos y servicios.....                      | 31          |
| 3. Generalidades de la Organización .....                                 | 32          |
| 3.1 Características.....  | 32          |
| 3.1.1 Reseña Histórica .....  | 33          |

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

|       |   |    |
|-------|---|----|
| 3.1.2 | Misión, Mega, Valores Corporativos de la Institución.....                       | 37 |
| 3.2   | Tipo de Organización y Estructura Organizacional.....                           | 39 |
| 3.2.1 | Tipo de Organización .....  | 39 |
| 4.    | Diagnóstico Organizacional .....  | 42 |
| 4.1   | Foda .....  | 42 |
| 4.1.1 | Motivos de no Matricula en Pregrado2017-1 .....                                 | 43 |
| 5.    | Plan de Fortalecimiento.....  | 48 |
| 5.1   | Enfoque al cliente. ....  | 49 |
| 5.2   | Objetivos de la calidad y planificación para lograrlos.....                     | 49 |
| 5.2.1 | Objetivos de fortalecimiento en Admisiones y Registro UVD. ....                 | 50 |
| 5.2.2 | Capacitación a los funcionarios .....   | 50 |
| 5.2.3 | Procesos de Retroalimentación.....  | 51 |
| 5.2.4 | Programa de Incentivos para los Trabajadores .....                              | 51 |
| 5.2.5 | No conformidad y acción correctiva.....   | 53 |
| 5.2.6 | La organización debe conservar información documentada tomo evidencia de: ..... | 54 |
| 5.2.7 | Mejora continua .....   | 54 |
| 6.    | Desarrollo de la Propuesta.....   | 57 |
| 6.1   | Seguimiento de Incidencias y Glpi´s .....                                       | 58 |
| 6.2   | Resultado de Estadísticas GLP´s 2018 – 40 .....                                 | 59 |
| 6.3   | Aplicación de Encuestas Estudiantes Nuevos 2018 - 40 .....                      | 61 |
| 6.4   | Avances y Mejoras Presentadas.....  | 63 |
| 7.    | Conclusiones .....  | 72 |
| 8.    | Recomendaciones.....  | 73 |
|       | Referencias .....   | 74 |

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

### Lista de tablas

|  | <b>pág.</b> |
|--|-------------|
| Tabla 1. Descripción de Retenciones Sistema Banner Uniminuto.....                                | 15          |
| Tabla 2. Resultado Evaluación de Desempeño 2016-2017.....  | 22          |
| Tabla 3. Usuarios Uniminuto .....  | 25          |
| Tabla 4. Diagnostico Organizacional Admisiones y Registro UVD.....                               | 42          |
| Tabla 5. Tabulación informe de inscripciones Uniminuto Virtual y Distancia.....                  | 44          |
| Tabla 6. Resumen análisis de participación por programa .....                                    | 45          |
| Tabla 7. Encuesta Información Proceso de Inscripción .....                                       | 45          |
| Tabla 8. Resumen análisis de participación por programa .....                                    | 55          |
| Tabla 9. Presupuesto Financiamiento del Plan de Fortalecimiento .....                            | 56          |
| Tabla 10. Evaluación de Desempeño 2018 .....   | 58          |
| Tabla 11. Encuesta Bienvenida Estudiantes Nuevos de Administración de Empresas<br>2018 – 40..... | 62          |

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

### Lista de Imágenes

|   | <b>pág.</b> |
|---|-------------|
| Imagen 1. Población Estudiantil Uniminuto vs Incidencias – Reporte .....  | 12          |
| Imagen 2. Árbol de problemas Créditos académicos .....  | 16          |
| Imagen 3. árbol de problemas Retenciones .....  | 17          |
| Imagen 4. Árbol de problemas restricción en cupos y horarios.....   | 17          |
| Imagen 5. Ciclo de Servicio Admisiones y Registro UVD .....   | 28          |
| Imagen 6. Ciclo de Servicio Admisiones y Registro UVD .....   | 28          |
| Imagen 7. Ciclo de servicio Atención virtual correo electrónico .....   | 29          |
| Imagen 8. y 9. Ciclo de servicio, Atención virtual redes sociales y Ciclo de servicio,<br>Atención virtual GLPI .....   | 29          |
| Imagen 10. Organigrama Admisiones y Registro UVD .....  | 40          |
| Imagen 11. Organigrama General Uniminuto Bogotá calle 80.....   | 41          |
| Imagen 12. Reporte no Matricula 2017 – 45 .....   | 44          |
| Imagen 13 Ciclo de Servicio Área de Admisiones y Registro UVD .....   | 51          |
| Imagen 14. Número abierto – 834 – Incidencias .....   | 59          |
| Imagen 15. Número abierto – 834 - Incidencias 201750.....   | 60          |
| Imagen 16. Número resuelto tarde – 32 – Incidencias Enero-marzo de 2018-40 /<br>Septiembre- diciembre 28 - 201750 ..... | 60          |
| Imagen 17 Número cerrado tarde – 51 – Incidencias.....  | 61          |
| Imagen 18 Encuesta de satisfacción – 2 – Incidencias.....   | 61          |
| Imagen 19 Resultado Encuestas bienvenida 2018-40 .....  | 62          |

**Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto****Lista de Anexos**

|  | <b>pág.</b> |
|--|-------------|
| Anexo A. Evaluación de Desempeño .....                           | 78          |
| Anexo B. Estadísticas Incidencias periodo 201750 .....           | 79          |
| Anexo C. Formato Encuesta Estudiantes Nuevos. ....               | 81          |
| Anexo D. Perfiles y Funciones de los funcionarios Uniminuto..... | 82          |
| Anexo E. Formato Encuesta Especializaciones. ....                | 86          |

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

### Introducción

La presente investigación se refiere al tema de servicio al usuario que se define como la relación que existe entre la organización y el usuario para brindar asesoramiento y soluciones de calidad en pro de satisfacer una necesidad, la característica principal de esta investigación son los inconvenientes que se presentan a la hora de realizar inscripción web desde la plataforma en jornada de matrículas.

Para analizar esta problemática es necesario mencionar sus causas, las cuales consisten en la restricción de cupos y horarios, en la configuración de créditos y en las retenciones que el sistema les asigna, debido a los procesos que quedan pendientes en otras sedes a nivel nacional, lo que impide que el usuario realice cualquier actividad en el sistema hasta no estar paz y salvo en sus procesos, además al realizar aplazamientos o al tener pérdidas académicas el sistema altera la cantidad de créditos correspondientes al periodo de ingreso del estudiante, por lo que al momento de realizar la inscripción lo limita o en ocasiones permite que inscriba más de lo que corresponde a su malla académica. Es por ello que el volumen de usuarios se incrementa en el área, generando inconformidad en el servicio ya que el estudiante debe acercarse hasta la sede a solucionar su inconveniente.

La investigación se realizó con el interés de fortalecer y continuar con el modelo de servicio que ofrece Uniminuto en su enfoque de proyección social, que forma la comunidad educativa cuando se conecta con otros actores sociales e instituciones para atender las necesidades de la sociedad, de acuerdo a su contexto social y su reto estratégico de talento humano, para consolidar un equipo humano integral, con colaboradores comprometidos, alineados y altamente

### **Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto**

efectivos, conformado por profesores, colaboradores de gestión académica y administrativas, el cual genere valor para asegurar el cumplimiento de la Misión y del servicio.

Desde luego se entrevistó a los coordinadores del área, los cuales indican los procesos que se realizan para mejorar la calidad en la información en cada temporada de matrículas y dando cumplimiento a los objetivos propuestos en el plan de fortalecimiento, con el fin de medir el impacto de las encuestas realizadas a los estudiantes nuevos del programa de administración de empresas y realizar seguimientos y análisis de las estadísticas de las evaluaciones de desempeño de los funcionarios y de los GLPI's (Requerimientos) que se generan para dar solución a los requerimientos del estudiante.

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

### 1. Planteamiento del problema

#### 1.1 Problema

Inconvenientes que se presentan al disponer de los servicios de plataforma y presencialmente en el área de Admisiones y Registro UVD para los estudiantes de Uniminuto Virtual y Distancia Bogotá.

##### 1.1.1 Descripción y Magnitud del Problema

Uniminuto Virtual y a Distancia es la sede del Sistema Universitario que ofrece programas académicos de educación superior en la metodología a distancia, en sus modalidades a distancia tradicional y a distancia virtual, fomentando a la vez la apropiación del uso de las TIC en todo el Sistema Uniminuto, para llevar una formación integral y una oferta educativa a las regiones más apartadas del país, donde existe dificultad de acceso a la educación superior. (Uniminuto , 2014, pág. 36)

Actualmente Admisiones y Registro es el área encargada de recibir estudiantes para el proceso de ingreso a la universidad y de direccionar a los estudiantes antiguos ,cuando estos presenten cualquier tipo de inconveniente, muestra como en cada periodo académico los estudiantes manifiestan inconformidades respecto a las inconsistencias en el momento de inscribir asignaturas y como esto genera más irregularidades que conllevan a una alta saturación y poco rendimiento de la plataforma en fechas de inscripción. Además, se presenta un alto volumen de estudiantes en las áreas, solicitando el respectivo soporte por parte de los colaboradores y la solución inmediata del inconveniente presentado, lo que provoca un aumento en los procesos de gestión a cargo de los funcionarios de Admisiones y Registro y como consecuencia se generan los llamados “GLPI o Incidencia” lo que genera cuellos de botella y

### **Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto**

trastornos en la gestión administrativa. Así como solicitudes de devolución o traslados de dinero y derechos de petición hacia la universidad.

Cuando los coordinadores o docentes generan incidencias solicitando salones ya sea para realizar actividades de semilleros de investigación, reuniones, refuerzos académicos y otros, por lo general presentan demoras en el tiempo de respuesta, esto debido a que Virtual y Distancia no dispone de una sede independiente por lo que, además de generar internamente una incidencia se debe realizar otra y estar a la espera de que presencial informe la disponibilidad que tenga en las aulas causando así inconformidad y poca eficiencia en los procesos internos. Desde luego cuando los procesos son externos los auxiliares de facturación deben ofrecer un servicio que cumpla la necesidad del cliente (estudiantes) en este caso cuando ellos se acercan no negar servicios tales como:

*Entregar el recibo de matrícula:* Aunque la metodología de estudio es Virtual y Distancia, muchas personas no saben cómo utilizar las plataformas y mucho menos descargar una información por lo que para ellos es más fácil acercarse a la sede y solicitar todo de manera presencial. Pero en ocasiones los funcionarios niegan el servicio con el fin de generar cultura y obligar al estudiante a que haga uso de las herramientas que ofrece la universidad con el fin de disminuir público en el área. Aun así, generar la factura no demora mucho por lo que la función del funcionario no es negar el servicio sino orientar al estudiante del uso de esta.

*Realizar proceso de inscripción web estudiantes nuevos:* En ocasiones las personas que desean ingresar a la sede se acercan a entregar la documentación, pero no realizan el primer requisito de inscripción web por lo que el funcionario informa que hasta no realizarla no puede proceder a entregar la documentación, así que envían al interesado a un café internet negando así la posibilidad de brindar un servicio acorde a su necesidad.

### Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

*Devolver al estudiante a las otras dependencias:* Regularmente debido a la cantidad de público en las áreas hay solicitudes que se generan de manera errada lo que provoca que cuando el estudiante se acerque al área de Admisiones se niegue el servicio y se devuelva al área correspondiente, pero estos son procesos que regularmente se pueden solucionar ya sea por llamada o por correo electrónico con el fin de evitar que el estudiante se desplace nuevamente.

A continuación, se determina el incremento de estudiantes de diferentes programas para los periodos 2016 40/45/50, 2017 40/45/50 y 2018/40 de pregrado y por otra parte se demuestra el ingreso de estudiantes versus el número de incidencias de los diferentes programas en los periodos que abarcan todo el 2016, 2017 e inicio del 2018. La estadística es determinada por la Coordinadora de Registro quien realizó el respectivo seguimiento y consulta. A continuación, se presente la gráfica “Población Estudiantil Uniminuto Vs Incidencias para os periodos 2016,2017 y 2018, de esta manera en la imagen se identifica el incremento y deserción de la población que ingresa durante los 3 periodos académicos de cada año, el número de estudiantes del programa de Administración de Empresas y el número de incidencias a nivel general UVD.

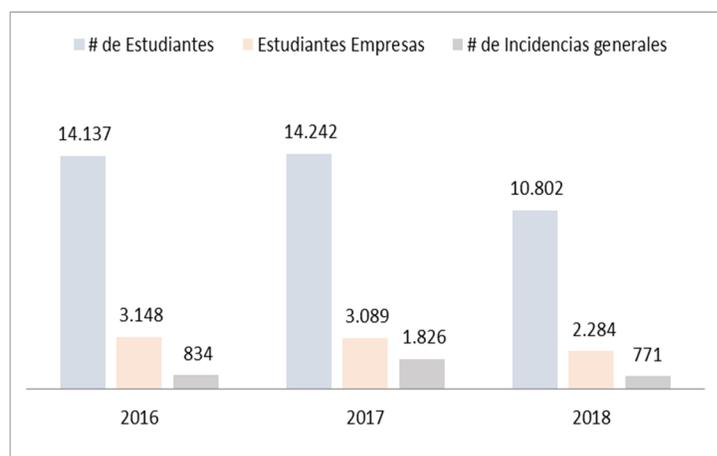


Imagen 1. Población Estudiantil Uniminuto vs Incidencias – Reporte  
Fuente: Población estudiantil 2018 – 1, BANNER - Actualización 16 de febrero

### **Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto**

Como complemento en el 2016 el número de estudiantes dividido en el número de incidencias arroja un porcentaje del 6%, para el 2017 del 13% y en el 2018/40 del 7% que corresponde al porcentaje de estudiantes que radican solicitudes. Por lo tanto, podemos observar que para el año 2017 se incrementó el número de incidencias, debido a que ingresaron más estudiantes o en algunos casos se debe a que una misma persona crea más de dos incidencias solicitando el mismo proceso. Si se compara el porcentaje 2016 y solo un periodo del 2018 se da un 1% por ciento de diferencia; ahora en relación con el informe integral de servicio al usuario entre diciembre de 2016 y enero de 2017 se encuentra lo siguiente:

Total, de requerimientos 488 que equivalen al 100%; en peticiones una cantidad de 462 solicitudes que equivalen al 95%, con un tiempo de respuesta 7,78 días. 26 quejas correspondientes al 5% con un tiempo de respuesta de 5,59 días y 0% en felicitaciones, información extraída del sistema BANER de esta manera los requerimientos más recurrentes por los estudiantes fueron:

Quiero estudiar en Uniminuto.

Verificación académica estudiantes.

Recibo de pago/Retenciones.

Ingreso a génesis, plataforma aulas virtuales.

Inconformidad profesor, materia y/o metodología.

Con respecto a los ítems mencionados no se encuentra un porcentaje mediante el cual se identifique que variable fue menor y cual fue mayor. Así mismo las situaciones de mayor impacto que se observaron fueron:

Se identifica inconformidad por parte de un estudiante que requiere le hagan devolución de dinero por concepto de matrícula ya que cuando solicitó el recibo de pago no le indicaron que

### **Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto**

tenía una retención y que debía hacer un pago superior al que realizó para su matrícula, (Queja 264480). Así mismo se identifica inconformidad por parte de un estudiante que manifestó fue admitida al curso libre de Especialización en Gerencia de Proyectos y no fue posible la descarga del recibo de pago, (Queja 247124).

Se identifica inconformidad por parte de un estudiante que manifestó acoso estudiantil por parte de una tutora y refiere tiene miedo de perder la materia, (Queja 245117).

Como plan de mejora para disminuir estas situaciones se presenta lo siguiente:

Definir una estrategia de comunicación para los estudiantes donde se resalte la importancia de la consulta de canales de comunicación de Uniminuto especialmente su sistema Génesis para conocer si presentan retenciones las cuales pueden restringir parte de su proceso académico. Categorizar tipo de retenciones que se pueden comunicar a los estudiantes de manera personalizada, evaluar la posibilidad de que se pueda visualizar en el home page de Génesis o campus virtual un banner, anuncio, etc., para advertir la existencia de una retención, (Queja 264480).

Proponer a las áreas que generan los recibos emitir una alerta a Servicio al Usuario cuando identifiquen que se pueda presentar una posible demora en esta actividad, con el fin de conciliar una estrategia de comunicación para evitar no conformidad e insatisfacción de nuestros usuarios, (Queja 247124). Se trabajará con MAIE (consejero académico), para identificar la recurrencia de este tipo de situaciones, apoyando en la divulgación de la guía de atención para estos casos, (Queja 245117).

Asimismo, dentro de los seguimientos y mejoras realizadas se gestionan las solicitudes de desbloqueo recibidas por GLPI para evitar desplazamiento hasta la sede. Es importante

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

mencionar que el presente informe se elaboró en colaboración con los líderes de Servicio al Usuario y Calidad de la sede.

### 1.2 Causas

De acuerdo a declaración de los Coordinadores de Admisiones y Registro, Fabiam Enciso Benítez y Consuelo Pomar se establecen las siguientes causas:

Créditos académicos no correspondientes al periodo de ingreso.

Restricción en cupos y horarios.

Casos pendientes de los estudiantes con las instituciones catalogadas como “retenciones” las cuales tienen el siguiente concepto:

Tabla 1. Descripción de Retenciones Sistema Banner Uniminuto

| Código | Descripción            |
|--------|------------------------|
| AD     | Actualización de datos |
| AC     | Retención académica    |
| BB     | Biblioteca             |
| DA     | Admisiones y Registro  |
| DG     | Derechos de grado      |
| DS     | Bienestar estudiantil  |
| FI     | Financiero             |
| VM     | Financiero matricula   |
| PR     | Retención Cooperativa  |
| FD     | Faltas disciplinarias  |

Fuente: (Uniminuto, s.f.) Banner Contacto Bienestar

### 1.3 Efectos

Inscripción de asignaturas con costo adicional y restricción de cuellos de botella en el área de Admisiones y Registro.

Asistencia alta de público en el área y retraso en los procesos.

Desnivelación del estudiante con respecto a su programación académica por cuatrimestre.

Cierre de grupos programados.

Exceso de estudiantes en el aula de clases.

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

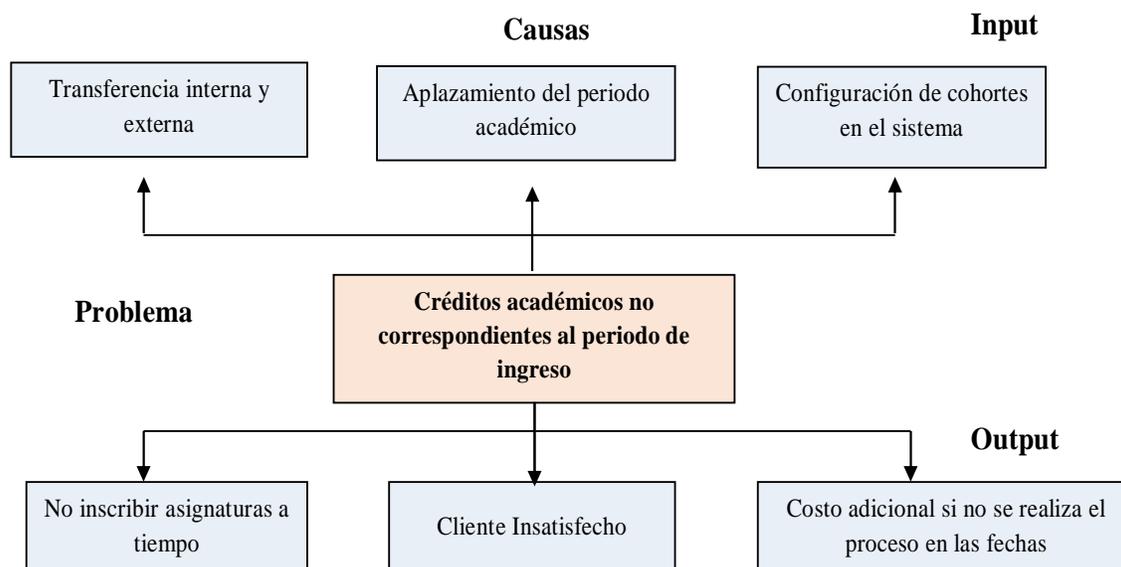


Imagen 2. Árbol de problemas Créditos académicos

Fuente: (Uniminuto Admisión y Registro UVD, 2018) Admisiones y Registro UVD

**Efectos:** El árbol de problemas Créditos académicos no correspondientes al periodo de ingreso, hace relación a las inconformidades que presenta el estudiante en el momento de inscripción ya que en muchos casos no cuentan con los créditos que le corresponden o exceden el límite de estos, lo cual se ocasiona porque vienen de otras sedes, han tenido pérdidas académicas, aplazan periodos o no se configuran las cohortes de ingreso en el sistema.

Los efectos hacen referencia a no inscribir las asignaturas a tiempo y tomar los horarios que no se ajusten a sus necesidades, cuando el proceso no se hace a tiempo y supera las fechas de inscripción lo cual genera un costo adicional y por último un cliente insatisfecho por los inconvenientes presentados.

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

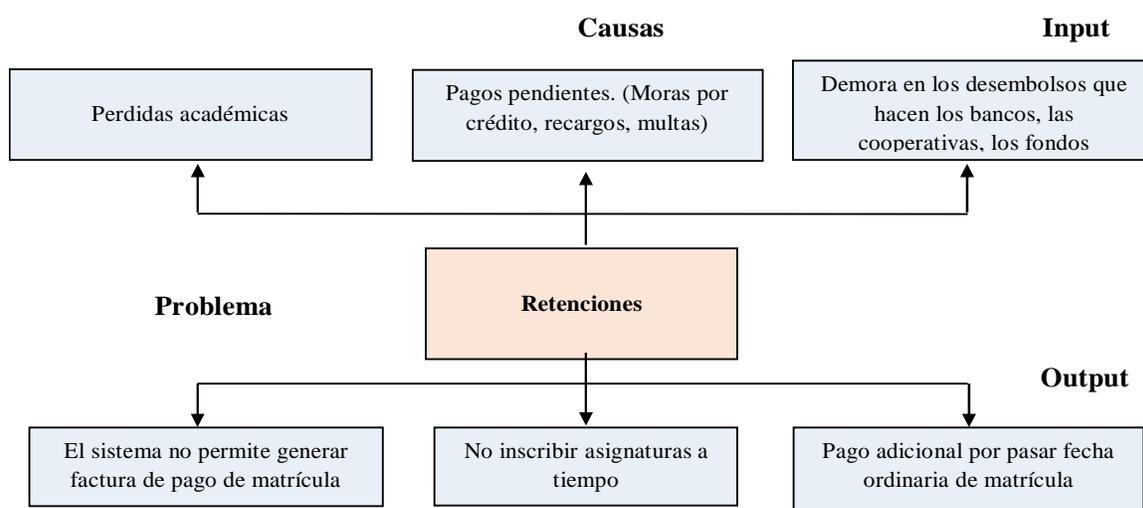


Imagen 3. árbol de problemas Retenciones

Fuente: (Uniminuto Admision y Registro UVD, 2018)Admisiones y Registro UVD.

**Efectos:** El árbol de problemas retenciones, hace relación a las retenciones que emiten las sedes de UNIMINUTO para restringir al estudiante de cualquier proceso, esto con el fin de controlar los procesos internos y de informar al estudiante de cualquier inconsistencia presentada.

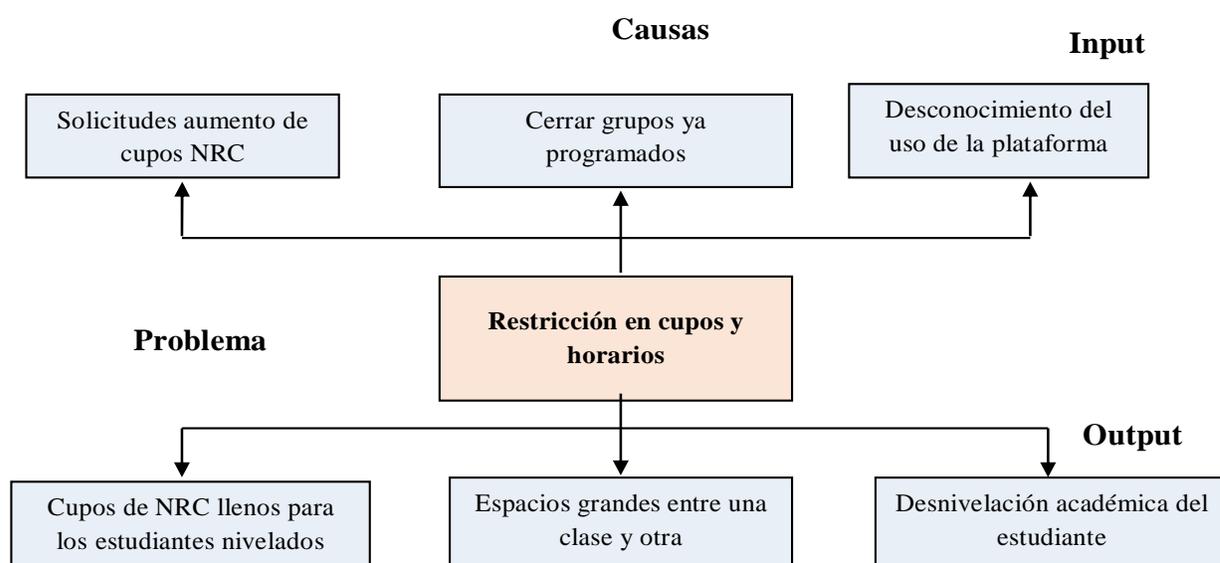


Imagen 4. Árbol de problemas restricción en cupos y horarios

Fuente: (Uniminuto Admision y Registro UVD, 2018)Admisiones y Registro UVD.

## **Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto**

**Efecto:** Hace relación a la restricción de cupos que hay para los NRC y la distribución de la jornada de horarios que se establece entre 1 de la tarde y 10 de la noche. Cuando no se logra el aumento en los cupos solicitados por los estudiantes estos inscriben asignaturas de otros periodos para no perder los créditos académicos que le corresponden lo que ocasiona que el estudiante se desnivele.

### **1.4 Justificación**

Las necesidades de la empresa surgen en el día a día debido a los cambios que se presentan con respecto a la actualización de Software y en los requerimientos de los usuarios, lo que obliga a Uniminuto a actualizar y desarrollar nuevos programas que permitan garantizar la eficiencia de los sistemas y la fidelidad de los estudiantes. Como complemento dentro del plan de desarrollo de Uniminuto 2013- 2019, en los retos estratégicos de calidad integral se establece destacar a Uniminuto por tener un concepto propio de calidad que comprenda cuatro dimensiones; 1) la calidad humana y la formación integral de sus estudiantes, 2) la vocación del servicio, 3) la calidad académica y administrativa con lo cual Uniminuto será reconocida a nivel nacional e internacional.

Es por ello que se plantea fortalecer los servicios, recursos y atención, ya que es fundamental mantener la eficiencia y la calidad de los procesos en el área de Admisiones y Registro, entonces al ser el principal punto de atención en donde recurren los estudiantes para solucionar sus inconvenientes se establecen desde allí planes de contingencia que se tendrán en cuenta en la estructura de plan de mejora que apunta a generar resultados positivos en la información, y a su vez brindar una óptima atención al estudiante minimizando el número de inconsistencias que se puedan presentar en cada temporada académica.

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

### 1.5 Objetivos

#### 1.5.1 Objetivo General

Fortalecer la propuesta de mejoramiento de servicio al usuario para Admisiones y Registro UVD Sede principal Bogotá con base en procesos de seguimientos y análisis.

#### 1.5.2 Objetivos Específicos

Analizar las encuestas realizadas al inicio de cada periodo académico enfocando las situaciones que requieran mayor atención.

Establecer reuniones en el área dando a conocer al funcionario las inconformidades de los usuarios esto en pro de mejorar el servicio y ver los resultados en las siguientes encuestas que se realicen.

Determinar pruebas en el sistema Génesis con el fin de determinar anomalías y fallas en el proceso de inscripción.

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

### 2. Antecedentes y Marco Teórico

#### 2.1 Antecedentes

La responsabilidad de cuidar a los clientes se ha mantenido como una constante, pero el cómo se lleva eso a cabo ha cambiado de forma increíble. Cuando se avanza a la edad del comercio moderno, se establece cómo el servicio de atención al cliente ha evolucionado siempre al calor de la tecnología, lo que tiene sus ventajas y sus inconvenientes. Mientras que la tecnología ha permitido a las compañías atender a un mayor número de clientes más rápidamente, también ha establecido a menudo barreras entre los clientes y las propias compañías que solo hoy en día se están empezando a superar. (Carreno, 2017)

Desde el principio de la humanidad el comercio ha sido un elemento vital en el desarrollo de las sociedades, antiguamente para vender solo bastaba que satisficiera una necesidad. La mayoría de las veces se habla de servicio al cliente desde la perspectiva del primer mundo y nuestras empresas algunas veces han tratado de implantar esos modelos de éxito, uno de los principales problemas en el cliente latino, es que no sabe exigir sus derechos ni se sabe quejar cuando recibe un mal servicio y es claro que sin clientes ninguna organización empresarial existe, entonces porque brindar un mal servicio. En los años 90, la tecnología verdaderamente floreció y puso el mundo al alcance de todos los que podrían poseer o tener acceso a una computadora. El hecho de que el uso de la computadora es ordinariamente una actividad solitaria dio énfasis al concepto de recibir un servicio individual, personal y en cierto grado privado. Una vez que los procesos estandarizan y solucionan un porcentaje de las interacciones, es la gestión de las excepciones donde se genera la experiencia y donde el cliente espera que las compañías estén preparadas para responder. (González, 2015)

### **Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto**

Los diagnósticos que se encontraron pertenecen a trabajos académicos como tesis de pregrado y antecedentes internos del área que forman parte del mejoramiento de las empresas allí relacionadas y las cuales permiten identificar las falencias que se encuentran en las organizaciones y la importancia que tiene brindar un buen servicio para los usuarios.

La siguiente investigación presentada por estudiantes de la Universidad de la Sallé tuvo como objetivo diseñar una propuesta de mejoramiento de la calidad del servicio al cliente para el grupo UNIPHARM BOGOTÁ con base en una evaluación previa de la situación actual del servicio. Su principal problema se debe a que Unipharm no cuenta con área o departamento de servicio al cliente que permita establecer indicadores para la calidad del servicio y los niveles de satisfacción de sus actuales clientes, Sin embargo, el número de quejas y reclamos ha ido en aumento durante el último año (2007) alcanzando un incremento del 22%. Por tal razón, la gerencia de la empresa en Colombia, considera la importancia de conocer la percepción actual de los clientes con el fin de proponer estrategias que permitan consolidar la imagen de la empresa en el mercado, retener a los clientes actuales y atraer nuevos clientes. (Botia Fonseca & Rivera Moreno, 2008, pág. 10). Es importante resaltar que la empresa cuenta con reconocimiento nacional con excelente posicionamiento y recordación dentro de un importante grupo de médicos colombianos.

(Álvarez C., 2012) desarrolló una investigación denominada “Satisfacción de los clientes y usuarios con el servicio ofrecido en redes de supermercados gubernamentales” el objetivo general es el de determinar el grado de satisfacción de los clientes, con respecto a la calidad del servicio ofrecido, en una red de supermercados del Gobierno. La siguiente tabla muestra los antecedentes y hace relación al seguimiento realizado a uno de los funcionarios en la evaluación de desempeño entre el 2016 y 2017. Estos resultados se evidencian en el transcurso del año con

### Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

el fin de identificar si durante el periodo el funcionario realizo las actividades de mejoramiento que impuso el jefe en pro de mejorar la calidad de servicio y su desarrollo profesional. Los resultados son analizados por gestión humana quien se encargará de informar al jefe inmediato cualquier novedad. Ver Anexo A, Evaluación de Desempeño).

Evaluación cualitativa para definir sus fortalezas y oportunidades de mejoras.

Competencias.

Evaluación de capacitaciones.

Actividades de mejoramiento (asignadas por el jefe inmediato).

Seguimiento de las actividades de mejoramiento.

Objetivos para el periodo.

Seguimiento de objetivos.

Tabla 2. Resultado Evaluación de Desempeño 2016-2017.

| <b>Actividad de Mejoramiento</b>                     |  |   |  |                                    |                           |
|--|--|---|--|------------------------------------|---------------------------|
| <b>Seq.</b>  | <b>Apoyo</b>   | <b>Competencia</b>                              | <b>Actividad de mejora</b>   | <b>Aplicable</b>                   | <b>Fecha</b>              |
| 1  | Individual o en el área  | Competencia Nivel 2-Toma de decisiones          | Se debe mejorar la toma de decisiones individuales y grupales para el mejor funcionamiento del área. | Aplica                             | 10-03-2017                |
| 2  | Individual o en el área  | Competencia Nivel 2-Iniciativa y pro-actividad. | Se debe mejorar la iniciativa frente a los procesos que se implementan en el área.                   | Aplica                             | 06-Abr-17                 |
| <b>Seguimiento a las actividades de mejoramiento</b> |  |   |  |                                    |                           |
| <b>Item</b>  | <b>Comentario</b>  |   | <b>Fecha de seguimiento</b>  | <b>Calificación de seguimiento</b> | <b>Calificación final</b> |
| 1  | Se debe realizar el seguimiento con las comunicaciones con las diferentes facultades durante el inicio del periodo 201740.     |   | 06-DIC-16  | 50%                                | 50%                       |
| 1  | Durante el periodo 201740 se evidencio una mayor comunicación con las facultades de UVD  |   | 07-ABR-17  | 40%                                | 90%                       |
| 2  | Durante el periodo 201740 se realiza el seguimiento con la toma de decisiones que realice para el mejoramiento de los procesos |   | 06-DIC-16  | 60%                                | 60%                       |

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

### Seguimiento a las actividades de mejoramiento

| Item | Comentario  | Fecha de seguimiento | Calificación de seguimiento | Calificación final |
|------|---|----------------------|-----------------------------|--------------------|
| 2    | Durante el periodo 201740 se evidencio notablemente la toma de decisiones, se realizó la retroalimentación a cada proceso       | 07-ABR-17            | 40%                         | 100%               |
| 3    | Debe tener una mejor iniciativa en los procesos, para esto se realizará diferentes seguimientos durante los periodos académicos | 06-12-16             | 60%                         | 60%                |
| 3    | Se realizó el seguimiento y se evidencia que está realizando seguimiento a los diferentes casos que llegan al área.             | 07-04-17             | 40%                         | 100%               |

Fuente: Sistema Génesis - Gestión Humana, Bogotá.

## 2.2 Marco Conceptual

**Servicio:** Entendido como el trabajo, la actividad y/o los beneficios que producen satisfacción a un consumidor. Como fundamento inicial se examinan las siguientes definiciones de servicio al cliente:

Es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación del mismo (Horovitz, 1990, pág. 7)

Aquella actividad que relaciona la empresa con el cliente, a fin de que éste quede satisfecho con dicha actividad (Peel, 1991, pág. 24)

“El servicio al cliente, es una gama de actividades que, en conjunto, originan una relación” (Gaither, 1983, pág. 123).

**Consejero Académico:** El Consejero Académico es un representante del Centro de Estudiantes que participa activamente en el Comité Curricular de nuestra Facultad en donde se tratan todos los temas de carácter académico, siendo su rol más importante el aportar la visión de los estudiantes frente a temas tan relevantes como los cambios de mallas, evaluaciones docentes, jornadas académicas etc. (UC)

### Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

**Retenciones:** Significa acción y efecto de retener. Comprende las acciones que desarrolla la institución para garantizar el acompañamiento al estudiante durante su trayectoria académica, de tal manera que pueda culminarla de forma exitosa. Su objetivo es realizar seguimientos de los procesos que estén pendientes por el estudiante. (Uniminuto. Conoce las retenciones )

**Restricción:** Impedimento o limitación al realizar alguna tarea, en el caso de nosotros se refleja en el momento en que el estudiante ingresa a la plataforma a realizar cualquier proceso.

**NRC:** Es el número de registro de curso, los cuales se utilizan para terminar el proceso de registro de asignaturas.

**Transferencia:** son aquellas solicitudes externas e internas que realizan los estudiantes cuando desean hacer cambio de carrera en la misma sede o en este caso los que vienen de otras universidades.

**Reingreso:** Son aquellas solicitudes que el estudiante debe tramitar en la facultad después de haber sido suspendido por pérdida académica.

**Reintegro:** Se realizan después de haber dejado de cursar uno o más períodos académicos y se debe tramitar en la respectiva facultad.

**Aplazamiento:** Se lleva a cabo cuando el estudiante decide no continuar con su proceso académico.

**Créditos Académicos:** Son aquellos que se definen desde el inicio del semestre y a los cuales tiene derecho el estudiante. Para cada periodo existe una cantidad diferente.

**Incidencias:** Cosa que sucede en el desarrollo de una acción o asunto con el que tiene relación, en el caso de nosotros las facultades se encargan de realizarlas y asignarlas a quien corresponda según la necesidad del estudiante.

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

**Periodos Académicos:** Corresponde a los tres periodos académicos que cursa el estudiante en el año.

### 2.3 Marco Teórico

#### 2.3.1 La Teoría de los dos Factores en la Satisfacción en el Trabajo.

La teoría de los dos factores fue formulada por Herzberg en el ámbito de la satisfacción en el trabajo. Según esta conocida teoría existen unos factores que determinan la satisfacción laboral y otros factores muy distintos que determinan la insatisfacción laboral. Los factores higiénicos producirán insatisfacción si su nivel es insuficiente, pero no producirán satisfacción si su nivel es suficiente.

Por contra, los factores de crecimiento generaran satisfacción cuando su nivel es suficiente, pero no generan insatisfacción cuando su nivel es insuficiente. En este sentido, la satisfacción y la insatisfacción no serían polos opuestos de un mismo continuo, como mantiene la teoría tradicional (según la cual cualquier factor puede producir satisfacción o insatisfacción dependiendo del nivel que alcance y de la importancia que tenga para cada persona), sino que habría un doble continuo, en el que lo contrario de la insatisfacción no sería la satisfacción, sino la ausencia de insatisfacción, y lo contrario de la satisfacción no sería la insatisfacción, sino la ausencia de satisfacción (Herzberg, Mausner y Snyderman, 1959; Robbins, 1994; Davis y Newstrom, 1991), citados en (Mejía Flores, 2017)

Tabla 3. Usuarios Uniminuto

| <b>Externos</b>                                    | <b>Internos</b>                                   |
|--|---|
| Estudiante - Egresado                              | Personal Operativo                                |
| Empresas o Instituciones –<br>Entidades del Estado | Profesores  |
| Benefactores o Donantes -<br>Proveedores           | Otras Organizaciones de la<br>Obra Minuto de Dios |

Fuente: (UVD Uniminuto. Servicio al usuario, 2018)

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

Las Normas Internacionales que figuran a continuación pueden proporcionar asistencia a las organizaciones cuando establecen o buscan mejorar sus sistemas de gestión de la calidad, sus procesos o sus actividades.

– ISO 10001 Gestión de la Calidad–Satisfacción del cliente – Directrices para los códigos de conducta de las organizaciones proporciona orientación a una organización para determinar que sus disposiciones para lograr la satisfacción del cliente cumplen las necesidades y expectativas del cliente. Su uso puede aumentar la confianza del cliente en una organización y mejorar la comprensión del cliente sobre lo que espera de una organización, reduciendo por lo tanto la probabilidad de malentendidos y quejas.

ISO 10002 Gestión de la Calidad – Satisfacción del cliente – Directrices para el tratamiento de las quejas en las organizaciones proporciona orientación sobre el proceso de tratamiento de quejas al reconocer y tratar las necesidades y expectativas de quienes reclaman y al resolver cualquier queja recibida. La Norma ISO 10002 proporciona un proceso de quejas, abierto, eficaz y de uso fácil, incluyendo la formación de las personas. También proporciona orientación para negocios pequeños.

ISO 10003 Gestión de la Calidad–Satisfacción del cliente – Directrices para la resolución de conflictos de forma externa a las organizaciones proporciona orientación para la resolución eficaz y eficiente de los conflictos de forma externa por quejas relacionadas con productos. La resolución de conflictos proporciona una vía de reparación cuando las organizaciones no ponen remedio a las quejas de forma interna. La mayoría de las quejas pueden resolverse exitosamente dentro de la organización, sin procedimientos de confrontación.

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

### 2.3.2 Servicio

Acción y efecto de servir. Obsequiar a alguien o hacer algo en su favor, beneficio o utilidad.

“Acostumbrémonos a hacer algunas cosas bellas a favor de nuestra ciudad, a favor de nuestro pueblo. Volvámonos inspirados. Volvámonos servidores. El que sirve encuentra la felicidad. (...) Usted puede entrar en la belleza de un sentimiento que es sentirnos hermano de los hombres, de los desconocidos, de los anónimos.” Padre Rafael García Herreros.

### 2.3.3 Ciclo de Servicio

Es la secuencia completa de contactos que experimenta un usuario, cliente, ciudadano, con la organización/ institución con el fin de satisfacer sus necesidades. Inicia con el usuario en una petición y continúa con una serie de contactos hasta que el usuario cierra el ciclo satisfecho con el resultado y queda dispuesto a regresar. (Perales, 2014).

A continuación, se muestra el ciclo del servicio que corresponde al paso a paso que vive un (prospecto-estudiante-graduado) con Uniminuto durante su formación académica en la institución. El ciclo de servicio permite evidenciar las interacciones con los usuarios en cada paso para generar en estos, espacios de mejora.

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto



Imagen 5. Ciclo de Servicio Admisiones y Registro UVD  
Fuente: (UVD Uniminuto. Servicio al usuario, 2018)

**Atención Telefónica:** La atención telefónica requiere un trato más delicado, ya que no se tiene el contacto visual. El uso del teléfono es importante, tanto por su utilidad como por la imagen de Uniminuto y de su área, que damos a los demás.



Imagen 6. Ciclo de Servicio Admisiones y Registro UVD  
Fuente: (UVD Uniminuto. Servicio al usuario, 2018)

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

**Atención Virtual:** Este canal integra todos los medios de servicio que se prestan a través de tecnologías de información y comunicaciones, tales como: correo electrónico, redes sociales y GLPI, garantizando fácil acceso y logrando una comunicación fluida con nuestros grupos de interés. En los casos en los cuales las respuestas incluyan datos personales, ofrecer enviar la respuesta por medios más formales (Habeas Data)

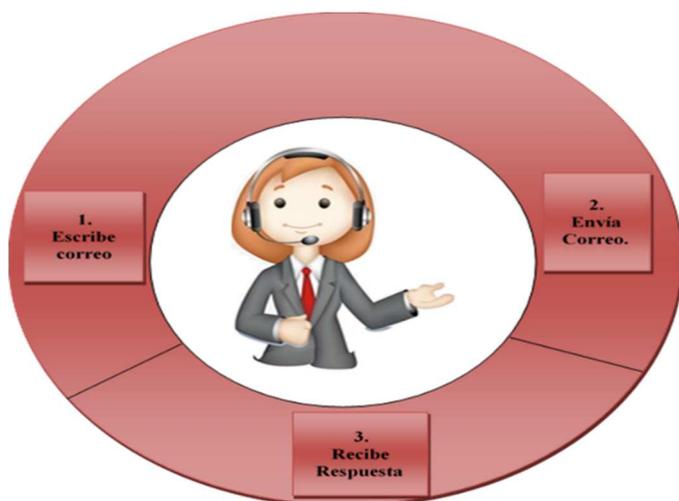


Imagen 7. Ciclo de servicio Atención virtual correo electrónico  
Fuente: (UVD Uniminuto. Servicio al usuario, 2018)

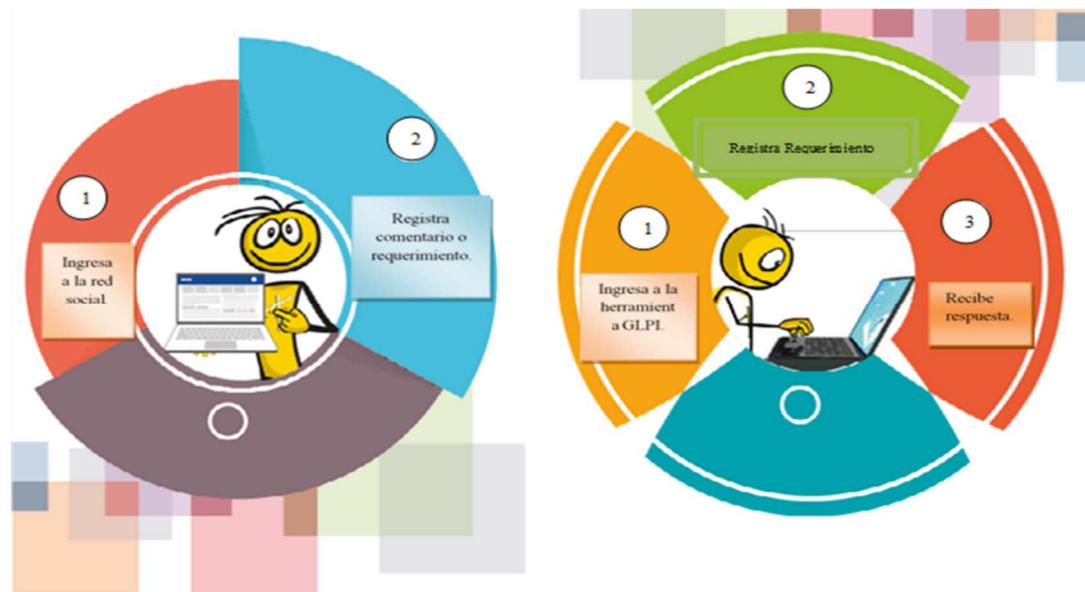


Imagen 8. y 9. Ciclo de servicio, Atención virtual redes sociales y Ciclo de servicio, Atención virtual GLPI  
Fuente: (UVD Uniminuto. Servicio al usuario, 2018)

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

### 2.3.4 Calidad del Servicio Vs Satisfacción del Cliente

Según Cronin y Taylor (1992) la calidad del servicio puede ser una consecuencia o antecedente de la satisfacción, se debe determinar si el propósito es tener clientes satisfechos en cuanto a la prestación del servicio o por el contrario brindar un máximo nivel de calidad de servicio percibida. (Gonzalez & Brea, 2016)

Por otro lado, los autores Rust y Oliver (1994) definen la calidad del servicio como un antecedente de la satisfacción de los clientes. Estos autores emplean el modelo de ecuaciones estructurales para explicar este hecho. La evaluación causal de las variables satisfacción y calidad de servicio revela que la calidad del servicio es un antecedente de la satisfacción. (Gonzalez & Brea, 2016)

Como una conclusión general Santomá (2008) señala que en la actualidad la satisfacción del cliente está representada por sus necesidades y expectativas y además de ello la opinión del cliente es más importante que la del proveedor del bien o el servicio. (Gonzalez & Brea, 2016)

### 2.3.5 Motivación y Satisfacción

La palabra motivación se deriva del vocablo latino "movere", que significa mover. Podemos definir la motivación como: "el impulso que inicia, guía y mantiene el comportamiento, hasta alcanzar la meta u objetivo deseado". Otras definiciones de Motivación:

**Dessler** lo considera como un reflejo de "el deseo que tiene una persona de satisfacer ciertas necesidades".

**Frederick Herzberg dice:** "La motivación me indica hacer algo porque resulta muy importante para mí hacerlo".

**Robbins** publica la siguiente definición de motivación: "Voluntad de llevar a cabo grandes esfuerzos para alcanzar las metas organizacionales, condicionada por la capacidad del esfuerzo

### Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

para satisfacer alguna necesidad individual". La pirámide de las necesidades quizá una de las teorías más conocidas sobre la motivación, es la de la jerarquía de necesidades humanas de Abraham Maslow, esta teoría presenta una clasificación ordenada en una escala de necesidades humanas donde a medida que se satisface un grupo de necesidades, el siguiente se vuelve dominante. Los primeros dos niveles de necesidades se consideran primarios o de orden inferior, y los siguientes tres niveles se consideran necesidades secundarias o de orden superior, ya que no adquieren importancia para el individuo hasta que puede aspirar a satisfactores internos de naturaleza psicológica.

No obstante que Maslow presenta este orden de prioridad, considerado como el orden normal o lógico; en diferentes etapas de nuestra vida y ante determinadas circunstancias, el orden puede variar; es más, sabemos casos de personas que anteponen a necesidades fisiológicas, necesidades de autorrealización, pero esto no sucede en la mayoría de los individuos y quizá tampoco en todas las circunstancias. (Cátedra de comportamiento organizacional EMI, 2014, pág. 1). De acuerdo a lo anterior se determina bajo la norma ISO 9001 lo siguiente:

#### **2.3.6 Requisitos para los productos y servicios**

*Comunicación con el cliente.* La comunicación con los clientes debe incluir:

- a) Proporcionar la información relativa a los productos y servicios;
- b) Tratar las consultas, los contratos o los pedidos, incluyendo los cambios;
- c) Obtener la retroalimentación de los clientes relativa a los productos y servicios incluyendo las quejas de los clientes;
- d) Manipular o controlar la propiedad del cliente;
- e) Establecer los requisitos específicos para las acciones de contingencia, cuando sea pertinente.

### 3. Generalidades de la Organización

#### 3.1 Características

El objeto social de Uniminuto es el de ayudar a las personas más vulnerables, ofreciendo los servicios de educación al alcance de todos. Dentro de sus principios está el de inclusión y equidad educativa que corresponde al derecho que tienen todas las personas a la educación y hacen una opción preferencial por quienes no tiene acceso a ella. Además, servir e incentivar el compromiso de servicio a la sociedad, y en especial a los más necesitados, es una responsabilidad ineludible para todos los seres humanos. (Diaz Rodriguez, 2014)

Uniminuto ha optado por un modelo educativo praxeológico centrado en la formación integral, entendida como la formación que pretende el desarrollo armónico de todas las dimensiones de la persona. El modelo se orienta a la conformación de una persona que integra el saber (theoria) con el actuar (praxis) y es diestra para articular en la sociedad el proyecto de vida y de trabajo que, en sí misma, ha realizado. (Uniminuto, Modelo Educativo, s.f.) La Corporación Minuto de Dios es reconocida por su logo y por su nombre representativo “Uniminuto” el cual se encuentra ubicado en muchos sectores del país y el que es habitual antes del inicio de la programación de las noticias de la noche. (Diaz Rodriguez, 2014)

Actualmente ofrece programas educativos diversificados a una población cercana a los 120.000 estudiantes en:

**Pregrado:** técnico profesional, tecnológico y universitario.

**Postgrado:** especializaciones universitarias y maestría.

**Articulación** con la educación media.

**Formación** para el trabajo y el desarrollo humano tanto académico como por competencias.

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

**Educación continuada:** diplomados, eventos, cursos y seminarios.

### 3.1.1 Reseña Histórica

La obra de El Minuto de Dios fue iniciada con el objetivo de promover el desarrollo integral de la persona humana y de las comunidades marginadas, tanto urbanas como rurales, y como expresión de un compromiso cristiano con los pobres, reconocidos como hijos de Dios y hermanos de los demás; también, como una exigencia de lucha solidaria por la justicia y un anhelo por lograr la igualdad y la paz. El Minuto de Dios se entiende por desarrollo integral la promoción "de todo el hombre y de todos los hombres y el paso, para cada uno y para todos, de condiciones de vida menos humanas a condiciones más humanas". (Uniminuto. Historia , 2017)

1958. El P. Rafael García Herreros funda el Colegio Minuto de Dios para la formación de comunidades humanas y cristianas que permitan el desarrollo integral de la persona.*31 de agosto de 1988. Se firma el acta de constitución de la Corporación Universitaria Minuto de Dios.* (Uniminuto. Historia , 2017)

5 de septiembre de 1988. Se inicia el proyecto de la Corporación Universitaria Minuto de Dios. La Corporación El Minuto de Dios, el Centro Carismático Minuto de Dios y la Congregación de Jesús y María (Padres Eudistas) se unieron para fundar la institución. La existencia de una institución de educación superior en El Minuto de Dios estuvo siempre presente en la mente y en los planes del padre García-Herreros. (Uniminuto. Historia , 2017)

El P. Mario Hormaza, Eudista, y un equipo calificado de profesionales, preparó los lineamientos de la filosofía institucional, de los programas que se ofrecerían, de los estatutos y reglamentos, de la organización administrativa y financiera y llevó a cabo el estudio de factibilidad de la nueva institución. Junio 27 de 1990, mediante acuerdo 062 el ICFES aprueba el estudio de factibilidad. 1 de agosto de 1990. Mediante Resolución 10345 el Ministerio de

### **Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto**

Educación Nacional reconoce la personería jurídica a la Corporación Universitaria Minuto de Dios y aprueba sus estatutos, expedidos por el Consejo de Fundadores el 31 de agosto de 1989 y reformados por el Consejo Directivo provisional el 12 de febrero de 1990, siguiendo las recomendaciones dadas por el ICFES. (Uniminuto. Historia , 2017)

Desde 1988, grupos de académicos trabajan en los programas de Ingeniería social, Licenciatura en Informática, Licenciatura en Filosofía, Licenciatura en Básica Primaria, Administración para el desarrollo social y Comunicación Social. (Uniminuto. Historia , 2017). El 18 de septiembre de 1990 se realiza la primera reunión formal del Consejo de Fundadores, donde se nombra al P. Mario Hormaza como Rector de la institución. El Consejo de Fundadores asume provisionalmente las funciones del Consejo Superior y del Consejo Académico. Se solicitan al ICFES las licencias de funcionamiento para los seis programas académicos presentados y se establecen algunas políticas provisionales para el funcionamiento administrativo, financiero y académico. (Uniminuto. Conoce las retenciones , 2017)

El 19 de julio de 1991. Mediante acuerdo 126, el ICFES concede licencia de funcionamiento a los tres programas de Licenciaturas de la Facultad de Educación. El 30 de julio, mediante Acuerdo 145, le concede licencia al programa de Administración para el Desarrollo Social. (Uniminuto. Historia , 2017). Entre 1991 y 1993 el ICFES concede licencia de funcionamiento a los programas de Licenciatura en Informática, Licenciatura en Filosofía, Licenciatura en Básica Primaria –con énfasis en Estética–, Administración, Ingeniería Civil y Comunicación Social –Periodismo–. (Uniminuto. Historia , 2017)

El énfasis de estos programas es el desarrollo social concorde con la experiencia de la obra El Minuto de Dios para formar profesionales que difundieran su filosofía social en el país. De esta manera se concretan los largos años de experiencia de la obra El Minuto de Dios, apoyándose en

### **Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto**

los saberes que dicha obra había y estaba generando. Uniminuto inicia labores en enero de 1992 con 240 estudiantes.

1992. La Corporación Universitaria Minuto de Dios inicia sus actividades educativas con algo más de 200 estudiantes. A fines de 1992 el ICFES concede la licencia de funcionamiento al programa de Ingeniería Civil (Acuerdo 233 del ICFES). Febrero de 1995. Los miembros de las juntas directivas de las instituciones de la Organización Minuto de Dios se reúnen para iniciar un camino de planeación estratégica. (Uniminuto. Historia , 2017)

1997. El P. Camilo Bernal Hadad es nombrado Rector General de Uniminuto. Se propone como prioridad la planeación estratégica de Uniminuto para los años 1997-2001, la cual se desarrolla con intensidad en los años siguientes. Este ejercicio consolida la institución en sus aspectos misionales, filosóficos, administrativos y académicos. (Uniminuto. Historia , 2017)

Se definen el Proyecto Educativo Universitario (PEU) y los PEF o Proyectos Educativos de Facultad (para los centros de gestión académicos) o Planes Estratégicos Funcionales (para los centros de gestión administrativos). Para fines de los años 90 se adoptan 5 decisiones estratégicas que han consolidado la institución:

La formación integral de sus estudiantes, con dos ideas-fuerza: los valores cristianos como sustento de la formación y el servicio social universitario, orientado a construir mejores seres humanos en contacto con la realidad del país. La búsqueda de formas innovadoras de financiación para los estudiantes y para la institución.

Continuar sirviendo a los más pobres con precios muy competitivos y ampliar la cobertura para que miles de jóvenes del país pudieran acceder a la educación superior, "como el camino más incluyente desde la perspectiva social". Se crea la cooperativa que permite hoy a miles de estudiantes financiar su educación con créditos accesibles y baratos. La búsqueda de un socio

### **Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto**

institucional, después de muchos años de búsqueda, se logró concretar con la Corporación Financiera Internacional y Uniminuto es la primera universidad privada que logra un crédito de esta naturaleza en Colombia. (Uniminuto. Historia , 2017)

La Calidad como factor principal del servicio educativo. Con el fin de asegurar el servicio educativo y mostrar a la sociedad que la oferta de valor de Uniminuto es seguir el camino de la excelencia académica. Con esto se inicia el proceso de autoevaluación con fines de acreditación de nuestros programas académicos.

Uniminuto se acerca ya a una veintena de programas acreditados y en proceso de acreditación. Esta decisión y los resultados que ha producido han logrado el reconocimiento, el aprecio y el apoyo de las mejores universidades del país a nuestro trabajo, con el subsecuente beneficio para nuestros estudiantes. La diversificación de la oferta académica y la pertinencia de nuestros programas. Se abren programas tecnológicos, y especializaciones para que nuestros estudiantes accedan a la formación por ciclos, produciendo menos años en la universidad, más retornos a la universidad y una pronta vinculación al mercado laboral Se crea el Instituto Uniminuto Virtual y Distancia, como una de las sedes del Sistema, para llegar a todos los rincones del país y como modelo de educación a distancia, fundamentado en la excelencia académica. (Uniminuto. Historia , 2017). La presencia en las regiones. Esta decisión nos ha llevado a más de 40 lugares en diferentes regiones del país. Se han estableciendo novedosas alianzas público – privadas y, con el apoyo del sector privado y de la mano con la política pública del Ministerio de Educación Nacional, se han consolidado los Centros Regionales de Educación Superior (CERES). En el 2011. Es nombrado como Rector General el Dr. Leónidas López Herrán, luego de la formidable labor de consolidación institucional, liderada por el Rector General, P. Camilo Bernal.

### **Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto**

Después de 20 años, la Corporación Universitaria Minuto de Dios –Uniminuto ha implementado una reforma integral de sus estatutos, aprobados por el Consejo de Fundadores según Acuerdo No 092 del 27 de febrero de 2009 y ratificados por el Ministerio de Educación Nacional según Resolución No 1770 de 2009, en la que se establece que Uniminuto tiene el carácter de Institución Universitaria, según lo establecido por la Ley 30 de 1992, y funciona como un Sistema Universitario.

La Corporación Universitaria es un sistema Multicampus, con una sede central, una seccional y extensiones regionales organizadas como rectorías o vicerrectorías, denominadas sedes, que operan centros regionales, centros tutoriales y Centros Regionales de Educación Superior (CERES), que se expanden en Colombia como una red que despliega docencia, investigación y proyección social a las comunidades que atiende en las diferentes regiones del país, para promover su desarrollo integral. (Uniminuto. Historia , 2017)

#### **3.1.2 Misión, Mega, Valores Corporativos de la Institución**

**Misión:** El Sistema Universitario Uniminuto, inspirado en el Evangelio, el pensamiento social de

la Iglesia, la espiritualidad Eudista y el carisma del Minuto de Dios, tiene como propósito:

Ofrecer educación superior de alta calidad y pertinente con opción preferencial para quienes no tienen oportunidades de acceder a ella, a través de un modelo innovador, integral y flexible.

Formar excelentes seres humanos, profesionales competentes, éticamente orientados y comprometidos con la transformación social y el desarrollo sostenible.

Contribuir, con nuestro compromiso y nuestro testimonio, a la construcción de una sociedad fraterna, justa, reconciliada y en paz (Uniminuto. Misión, mega y principios, s.f.).

**Mega:** En el 2019, Uniminuto es reconocida, a nivel nacional e internacional, como una institución de educación superior que, desde su modelo educativo inspirado en el Humanismo

### **Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto**

Cristiano, forma personas íntegras que, como profesionales competentes y emprendedores, abiertos a la búsqueda de Dios y al servicio del hombre, contribuyan al desarrollo de sus comunidades y de una sociedad equitativa. (Uniminuto. Misión, mega y principios)

Uniminuto se caracteriza por ser una institución incluyente y sostenible, soportada en una cultura de alta calidad, con una oferta educativa amplia y pertinente, gran cobertura, fácil acceso, uso de nuevas tecnologías, promoción de la innovación social y de iniciativas de cooperación para el desarrollo. (Uniminuto. Misión, mega y principios, s.f.)

#### **Principios**

**Humanismo Cristiano:** Creemos en la persona humana, en su integralidad como hijo de Dios, digno de respeto, y por lo tanto llamada a su completo desarrollo, como individuo y como miembro de una comunidad.

**Actitud Ética:** Creemos y promovemos el comportamiento ético a partir de valores fundamentales que determinan la actuación humana; esta actitud ética nace del reconocimiento de las personas en su dignidad, responsabilidad, derechos, autonomía y libertad.

**Espíritu de Servicio:** Creemos que servir e incentivar el compromiso de servicio a la sociedad, y en especial a los más necesitados, es una responsabilidad ineludible para todos los seres humanos.

**Excelencia:** Creemos en la educación superior de excelencia en todos los aspectos de la vida universitaria.

**Inclusión y equidad educativa:** Creemos en el derecho de todas las personas a la educación. Y hacemos una opción preferencial por quienes no tienen acceso a ella.

**Sostenibilidad:** Creemos que, para el logro de los objetivos misionales, la institución debe ser un proyecto sostenible.

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

**Praxeología:** Creemos en el ejercicio de la práctica, como validación de la teoría, como método de enseñanza – aprendizaje y como fuente de conocimientos.

**Comunidad educativa:** Creemos en la construcción de una comunidad educativa sólida que ofrece apoyo mutuo y testimonio fraternal, e interactúa con las otras comunidades donde la institución universitaria ofrece sus servicios, para que ellas sean protagonistas de su desarrollo.

**Comunidad participativa:** Creemos en una comunidad participativa en donde todos tengan acceso a la información pertinente, ejerzan libremente el consenso y el disenso, respeten y sean respetados por los demás, trabajen en equipo y aprendan a resolver los conflictos y las diferencias a través del diálogo.

**Identidad Cultural:** Creemos en el amor a la patria. Respetamos sus tradiciones, y valores culturales en su diversidad, y favorecemos su integración (Uniminuto. Misión, mega y principios, s.f.)

### 3.2 Tipo de Organización y Estructura Organizacional

#### 3.2.1 Tipo de Organización

La Corporación Universitaria Minuto De Dios Uniminuto (Código: 2829), con domicilio en Bogotá D.C., es una institución de educación superior privada, de utilidad común, sin ánimo de lucro y su carácter académico es el de Institución Universitaria, con personería jurídica reconocida mediante Resolución número 10345 de 19900801, expedido(a) por Ministerio De Educación Nacional.

El organigrama de Admisiones y Registro UVD está conformado de la siguiente manera:

### Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto



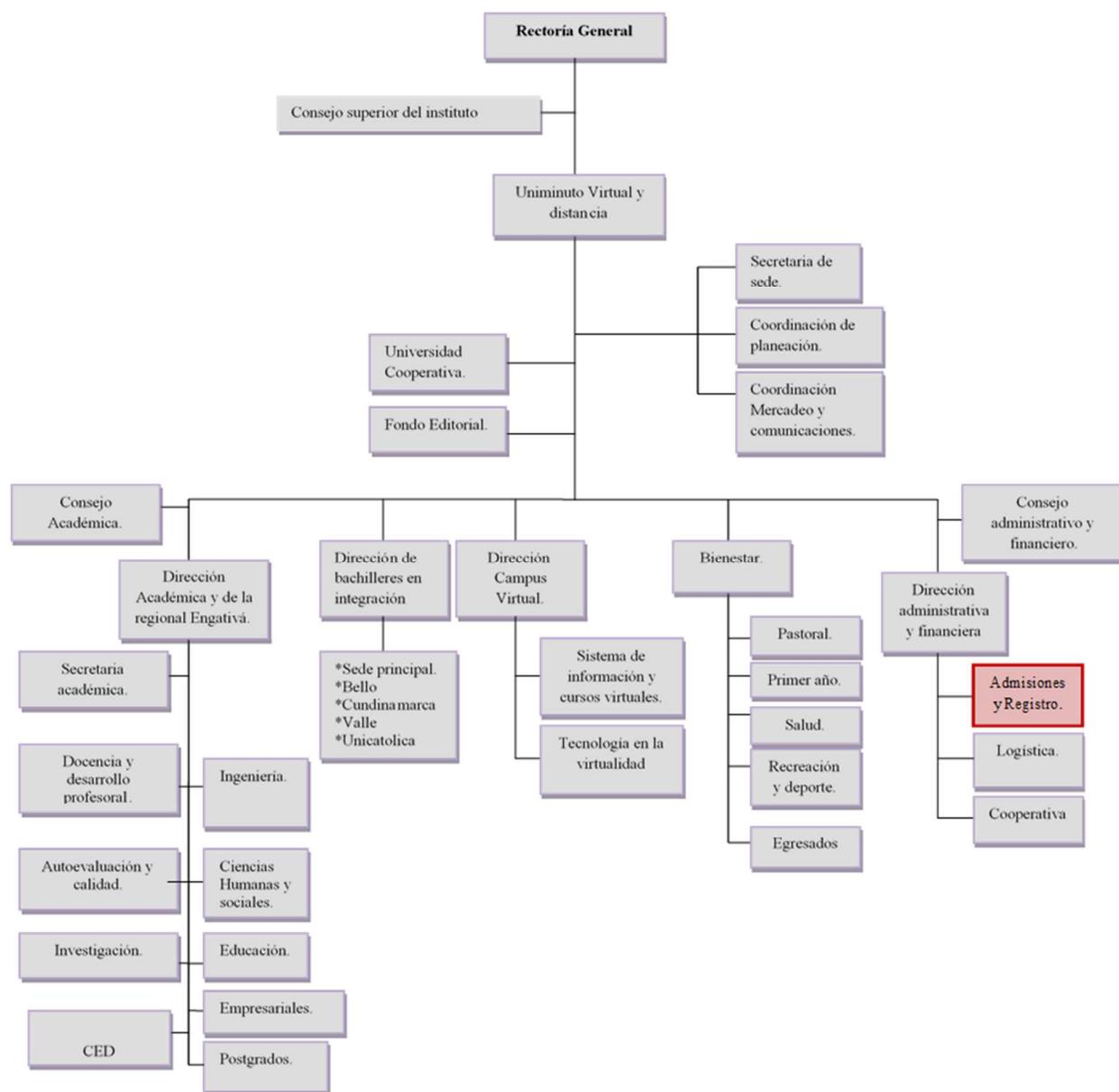
Imagen 10. Organigrama Admisiones y Registro UVD  
Fuente (UVD Uniminuto. Servicio al usuario, 2018)

Inicialmente el organigrama está representado por Fabián Enciso Benítez, Coordinador de Admisiones y Registro, quien maneja toda el área y se encarga de indicar a los funcionarios los procesos o cambios que se establecen desde la dirección financiera. Seguido de Luis Delgadillo Coordinador de servicio al usuario el cual apoya todos los procesos con el fin de disminuir tiempo y ofrecer un buen servicio. Además, el área cuenta con personal de mercadeo, Carlos Ariza como coordinador y dos auxiliares más. De este mismo modo los analistas de devoluciones y los auxiliares de facturación que dependen del representante y por último la coordinación de registro con el apoyo de la analista.

A continuación, se evidencian el Organigrama general de Uniminuto iniciando desde la Rectoría General, seguido del consejo superior y Uniminuto virtual y distancia, así mismo se identifican las demás áreas implicadas en los tramites académicos que el usuario requiere y los procesos

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

internos que se manejan para aumentar y mantener el crecimiento de la población estudiantil esto en pro de ofrecer un servicio de calidad y mejorar la sostenibilidad de la organización.



|   |                                      |   |
|---|--------------------------------------|---|
| <b>Estructura Organizacional Uniminuto.</b> | Código: ES – 09                      | Aprobado por:<br>Marelen Castillo – Rectora Uniminuto Virtual y Distancia |
| <b>UNIMINUTO Virtual y Distancia</b>        | Elaborado por: Diana Carolina Acosta | Revisado por:<br>Martha Esperanza Rodríguez. Pág. 1 Fecha: 09-nov-10      |

Imagen 11. Organigrama General Uniminuto Bogotá calle 80

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

### 4. Diagnóstico Organizacional

#### 4.1 Foda

Tabla 4. Diagnostico Organizacional Admisiones y Registro UVD.

| <b>Fortalezas</b>   | <b>Oportunidades</b>  |
|---|---|
| <p>Amplio horario de atención personalizada para los usuarios.</p> <p>Manejo y administración de la información.</p> <p>Control y seguimiento académico desde el área.</p> <p>Cuenta con una persona de soporte de servicio al usuario.</p> <p>Desarrollo de aplicativos documentales.</p> <p>Reconocimiento y posicionamiento de la marca corporativa</p>  | <p>El constante crecimiento del uso de la InternetBackup de servicio al usuario.</p> <p>Estandarizar las funciones de las áreas.</p> <p>Avances tecnológicos y de TIC's que posibilitan el desarrollo de las cátedras virtuales.</p> <p>Demanda actual de programas virtuales y a distancia</p> <p>Necesidad general de personal calificado en el ámbito laboral.</p>   |
| <b>Debilidades</b>  | <b>Amenazas</b>   |
| <p>Rotación constante de los auxiliares de facturación.</p> <p>Falta de compromiso institucional.</p> <p>Aislamiento de los puntos de atención (Facultades, admisiones, bienestar, secretaria)</p> <p>Demoras (Respuestas GLPI, solicitudes)</p> <p>Falta de capacitación a los funcionarios en servicio al usuario.</p> <p>Incumplimiento Institucional.</p> <p>Falta de autonomía en algunos procesos relacionados con el área administrativa</p> | <p>Competencia de modalidad 100% virtual.</p> <p>Factor tiempo (cronograma de trabajo)</p> <p>Inversión en medios y publicidad.</p> <p>No conocer los canales de atención.</p> <p>Constante ingreso en el mercado de programas a distancia y virtuales.</p> <p>Concepción en que la educación debe ser presencial.</p> <p>Incultura en cuanto al conocimiento de programas virtuales y a distancia y herramientas tecnológicas.</p> |

La matriz permite identificar el estado en el que se encuentra el área. Una de las debilidades es la rotación de personal lo que causa reproceso en las actividades e inconformismo por parte de los usuarios en la información, por lo tanto, es una de los factores que influye en el momento de ofrecer un mal servicio al usuario, adicional a esto la matriz permite visualizar las fortalezas y

### **Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto**

oportunidades las cuales se deben enriquecer para el mejoramiento de la empresa y la satisfacción del cliente.

La rotación constante de personal se debe a que no existe una contratación fija sino temporal lo que ocasiona que el funcionario esté en busca de una estabilidad laboral y no esté a la espera de su continuidad en la organización, así mismo se presenta la falta de compromiso por parte de los funcionarios lo que se ocasiona por la mala distribución de las tareas asignadas, el incumplimiento de los demás funcionarios con los procesos, la retroalimentación de la evaluación de desempeño y la falta de felicitaciones por el jefe inmediato.

Admisiones y registro no cuenta con una sede propia lo que genera que las facultades y otras áreas se encuentren aisladas causando así un inconformismo más alto por parte de los estudiantes. Aun así, el área también tiene sus fortalezas, realiza seguimiento académico con el fin de que el estudiante cumpla a cabalidad con sus procesos, maneja amplio horario de atención personalizada, cuenta con nuevos aplicativos documentales y cumple con el lineamiento institucional establecido en el reglamento estudiantil.

Es así cómo se identifican situaciones internas y externas que presenta el área para realizar el respectivo análisis de las situaciones y el fortalecimiento de la misma esto en pro de mantener servicios.

#### **4.1.1 Motivos de no Matricula en Pregrado2017-1**

La siguiente grafica muestra los motivos por el cual los clientes no se matriculan en la sede lo que facilita identificar en la matriz los enfoques internos y externos que se deben mejorar para que los usuarios no desistan del proceso de ingreso a la universidad.

### Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

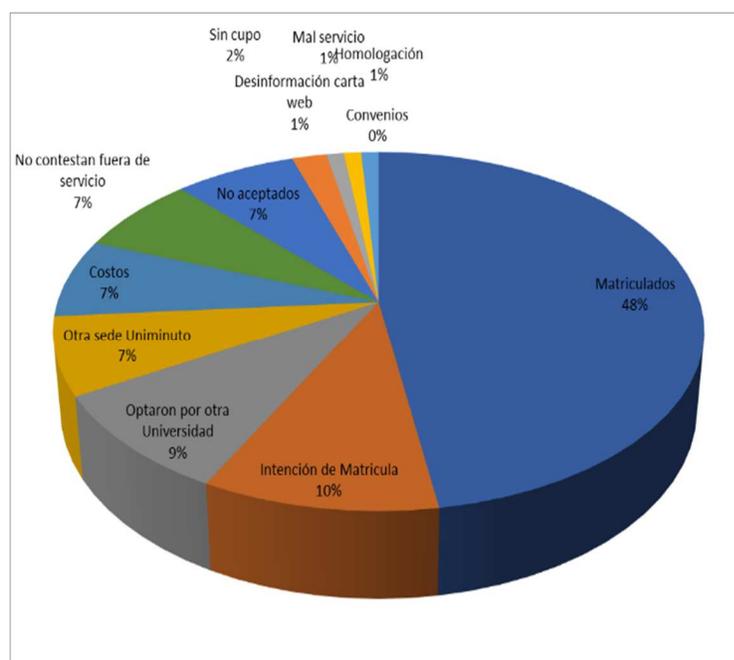


Imagen 12. Reporte no Matrícula 2017 – 45  
Fuente: Matriculas 2017-50, Dirección de Mercadeo

A continuación, se presenta la tabulación de las encuestas para los programas de Virtual y Distancia con respecto a la información brindada en fechas de inscripción y el análisis de la población.

Tabla 5. Tabulación informe de inscripciones Uniminuto Virtual y Distancia

| #              | Nombre del Programa                 | Universo   | Muestra    | Porcentaje de participación |
|----------------|-------------------------------------|------------|------------|-----------------------------|
| 1              | Administración de Empresas          | 188        | 130        | 69%                         |
| 2              | Administración en Salud Ocupacional | 121        | 93         | 77%                         |
| 3              | Administración Financiera           | 59         | 57         | 97%                         |
| 4              | Contaduría Publica                  | 192        | 72         | 38%                         |
| <b>Totales</b> |                                     | <b>560</b> | <b>352</b> | <b>63%</b>                  |

Fuente: Admisiones y Registro UVD, Servicio al Usuario, Bogotá



## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

| Área                         | Escala de Respuesta         | Pregunta 1<br>Atención y<br>servicio<br>brindado | Pregunta 2<br>Claridad en la<br>información y<br>respuestas<br>dadas por el<br>expositor | Pregunta 3<br>Información<br>brindada<br>acerca del<br>programa<br>académico de<br>interés | Pregunta 4<br>Información<br>brindada<br>acerca del<br>proceso de<br>admisión y<br>matricula | Pregunta 5<br>Calidad de las<br>instalaciones | Pregunta 6<br>Organización<br>de la<br>actividad |
|------------------------------|-----------------------------|--|--|--|--|---|--|
| Administración<br>Financiera | Totalmente en<br>Desacuerdo | 0  | 0  | 0  | 0  | 0   | 0  |
|                              | En Desacuerdo               | 0  | 1  | 1  | 0  | 0   | 0  |
|                              | Indiferente                 | 1  | 1  | 1  | 0  | 2   | 1  |
|                              | De Acuerdo                  | 14   | 15   | 14   | 17   | 10  | 13   |
|                              | Totalmente de<br>Acuerdo    | 42   | 40   | 41   | 40   | 45  | 43   |
| <b>Total</b>                 |                             | <b>57</b>  | <b>57</b>  | <b>57</b>  | <b>57</b>  | <b>57</b>                                     | <b>57</b>  |
| Contaduría<br>Publica        | Totalmente en<br>Desacuerdo | 1  | 0  | 0  | 0  | 0   | 0  |
|                              | En Desacuerdo               | 0  | 0  | 0  | 0  | 0   | 0  |
|                              | Indiferente                 | 0  | 0  | 0  | 1  | 0   | 3  |
|                              | De Acuerdo                  | 10   | 6  | 12   | 11   | 17  | 3  |
|                              | Totalmente de<br>Acuerdo    | 61   | 66   | 60   | 60   | 55  | 66   |
| <b>Total</b>                 |                             | <b>72</b>  | <b>72</b>  | <b>72</b>  | <b>72</b>  | <b>72</b>                                     | <b>72</b>  |
| <b>Total, General</b>        |                             | <b>704</b>                                       | <b>704</b>   | <b>704</b>   | <b>704</b>   | <b>704</b>                                    | <b>704</b>                                       |

Fuente: Admisiones y Registro UVD, Servicio al Usuario, Bogotá.

De acuerdo a la anterior información se plantea para el periodo analizar las novedades de la encuesta y proponer planes de acción que mejoren las inconformidades del servicio.

Las novedades más comunes son el manejo de la plataforma, para lo cual se sugiere como plan de Acción: realizar un taller práctico al inicio del semestre

La información respecto al modelo educativo a distancia y virtual para lo cual se sugiere como Plan de Acción: Clarificar en la web o por cualquier medio de publicidad que emita la universidad lo siguiente: Horarios Tutorías: sábados cuatro (4) horas disponibles en la franja horaria de 1:00 Pm a 10:00 Pm Pregrados, o los días martes de 6:00 Pm a 10:00 Pm

Especializaciones (o alguno de los 2 horarios)

### **Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto**

El contenido del Reglamento Estudiantil donde están recopilados los derechos y deberes, para lo cual se sugiere como Plan de Acción: Realizar charlas prácticas con casos reales al principio del semestre

Los estudiantes de forma general tienen una percepción positiva de evento.

A los estudiantes de primer periodo se les envió el instructivo de génesis que se encuentra insertado en la página.

A los estudiantes de primer periodo se les envió la URL con el instructivo de MOODLE que contiene indicaciones para el primer día de tutorías, acceso a Génesis, mi campus, aulas virtuales, correo electrónico, biblioteca, simuladores y soporte técnico a plataformas.

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

### 5. Plan de Fortalecimiento

Luego de haber identificado las situaciones internas y externas del área podemos observar que las debilidades que se presentan se deben a los cambios constantes de personal y la falta de capacitación en el servicio, lo que ocasiona irregularidades en la información que se brinda, en los procesos que se realizan, demoras en la atención, desorientación al estudiante y re-procesos. Adicional se debe tener en cuenta que muchas de las solicitudes se realizan en otras áreas por lo que esto es una molestia adicional para el estudiante ya que la atención y el desplazamiento en cada uno de los puntos son distantes. Como se visualiza en el diagnóstico el problema surge desde el interior de la organización debido a que no existe una cultura, ni un proceso eficiente de comunicación para prevenir las reclamaciones antes de corregirlas.

Cualquier empresa debe mantener un estricto control sobre los procesos internos de atención al cliente, está comprobado que las personas que dejan de comprar un producto o servicio, renuncian a su decisión de compra debido a fallas de información de atención cuando se interrelaciona con las personas encargadas de atender y motivar a los compradores.

Ante esta realidad, se hace necesario que la atención al cliente sea de alta calidad, con información que no solo tenga una idea de un producto o servicio, sino además de la calidad del capital, humano y técnico con el que va establecer una relación comercial. (Botia Fonseca & Rivera Moreno, 2008, pág. 35)

Por tal motivo se presentan los siguientes objetivos esto en pro de fortalecer el servicio que se ofrece sobre todo cuando se generan los inconvenientes en la plataforma al momento de inscribir asignaturas o más bien en cada temporada académica.

Desde luego el Sistema de Gestión de Calidad y las normas ISO 9001 se considera que:

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

### 5.1 Enfoque al cliente.

La alta dirección debe demostrar liderazgo y compromiso con respecto al enfoque al cliente asegurándose de que:

Se determinen, se comprendan y se cumplan regularmente los requisitos del cliente, los legales y reglamentarios aplicables;

Se determinen y se consideren los riesgos y oportunidades que pueden afectar a la conformidad de los productos y servicios y a la capacidad de aumentar la satisfacción del cliente;

Se mantenga el enfoque en el aumento de la satisfacción del cliente.

### 5.2 Objetivos de la calidad y planificación para lograrlos.

La organización debe establecer objetivos de la calidad para las funciones y niveles pertinentes y los procesos necesarios para el sistema de gestión de la calidad. Los objetivos de la calidad deben:

Ser coherentes con la política de la calidad;

Ser medibles;

Tener en cuenta los requisitos aplicables;

Ser pertinentes para la conformidad de los productos y servicios y para el aumento de la satisfacción del cliente;

Ser objeto de seguimiento;

Comunicarse;

Actualizarse, Según corresponda La organización debe mantener información documentada sobre los objetivos de la calidad.

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

### 5.2.1 Objetivos de fortalecimiento en Admisiones y Registro UVD.

Capacitar a los funcionarios en las competencias de las herramientas de servicio para mejorar el desempeño laboral y enriquecer la cadena de valor.

Disminuir el tiempo de respuesta a las incidencias y GLPI para garantizar la efectividad del servicio.

Trabajar en equipo e informar a los funcionarios de los cambios que se realizan en los procesos para ofrecer información clara y precisa.

Aplicar las encuestas de bienvenida e inducción a los nuevos alumnos de los programas de Pregrado y Posgrado en modalidad Virtual y a Distancia, con el propósito de analizar el servicio y la calidad de la información brindada.

Medir el impacto de los resultados de las encuestas e inducciones, para proponer planes de acción.

El plan consta de tres elementos fundamentales a saber: capacitación a los funcionarios, procesos de retroalimentación en el área e incentivos, esto con el fin de motivar a los funcionarios y mejorar el servicio.

### 5.2.2 Capacitación a los funcionarios

Se analizan los perfiles del cargo de cada colaborador con sus respectivas funciones (ver anexos), es importante tener en cuenta que la capacitación se debe aplicar para toda el área de Admisiones y Registro UVD.

El coordinador de servicio al usuario diseña una figura que muestra el ciclo de servicio del área e identifica al cliente como el centro de la estrategia, quien radica la solicitud generando una incidencia en el sistema la cual se transfiere al analista correspondiente para verificar la documentación con el fin de aprobar o rechazar la solicitud, se comunica al estudiante y por

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

último se da el visto bueno del jefe de admisiones procediendo a las firma que corresponde por la rectoría y financiera.

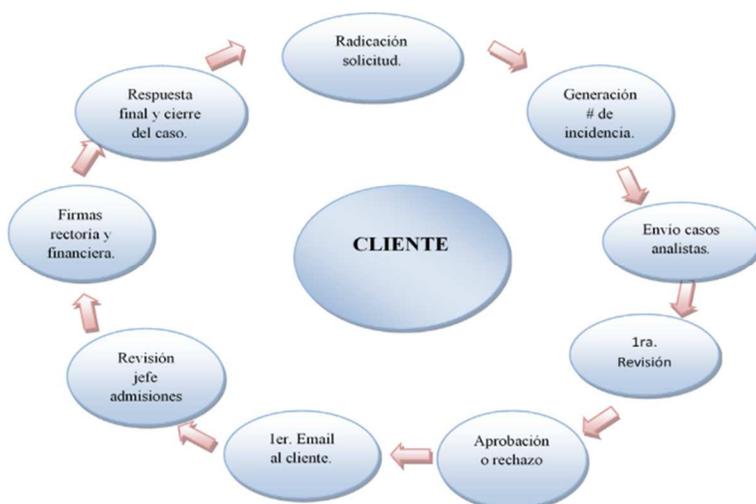


Imagen 13 Ciclo de Servicio Área de Admisiones y Registro UVD  
Fuente: Admisiones y Registro UVD, 2017

### 5.2.3 Procesos de Retroalimentación

Para que la información sea la adecuada es importante retroalimentar los cambios que se generan constantemente en el área ya sea por ampliación de fechas o procesos internos esto en pro de generar canales de información claros que agilicen el proceso académico del estudiante. Es importante fomentar la cultura e inculcar la calidad del servicio, ya que es la clave para alcanzar el éxito del área: si un cliente se siente satisfecho con el servicio esté seguirá aquí y referirá a otros lo que crea fidelización de los usuarios.

### 5.2.4 Programa de Incentivos para los Trabajadores

El apoyo de los funcionarios es esencial en Admisiones y Registro UVD debido a la continuidad laboral y al extenso horario que se maneja por la metodología utilizada. Los procesos son más exigentes por las temporadas académicas es por ello que los funcionarios esperan que estos esfuerzos sean retribuidos de alguna manera. Forero Elvira en su artículo del

### Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

periódico Portafolio habla sobre el bienestar de los empleados e indica que han surgido variados modelos organizacionales pendientes de obtener niveles de productividad más altos, generando novedades en el trabajador relacionadas con la motivación, los incentivos, la capacitación y la formación, entre otros. (Forero, 2014, pág. 1). Para Admisiones y Registro las retribuciones en este caso han sido por:

**Compensatorio:** Se da al funcionario un día compensatorio por extender su jornada laboral y en agradecimiento a su apoyo.

**Jornadas de Planeación:** Estas se realizan con el fin de que todos los funcionarios de la organización se integren y participen activamente de las actividades que bienestar programa para mejorar y mantener la cultura organizacional. Otras actividades que se realizan se efectúan solamente para el área de Admisiones y Registró estas con el fin de felicitar a los funcionarios y agradecer por su desempeño.

Las capacitaciones son propuestas por el coordinador de servicio al usuario quien se encarga de acordar las fechas en que se puedan realizar sin que se afecte la atención al usuario en el área. El apoyo generalmente lo brinda Unicorporativa quien es el encargado de gestionar las actividades en pro del desarrollo de los funcionarios de Uniminuto; cabe resaltar que el Sena también ofrece capacitaciones de servicio gratuitas y otorgan certificado.

La calificación del servicio debe ser de un 100%, en la información suministrada por los auxiliares de facturación o la persona que se le asigne el requerimiento, adicional a esto la calidad se verá reflejada en el tiempo de respuesta y en la solución concisa de la información.

Teniendo en cuenta el plan de acción para noviembre de 2017 finaliza el proceso de estudio del año, pero este es un proceso que se efectúa anualmente en el área y el cual es analizado por el Sistema de Gestión de Calidad (SGC). Los momentos oportunos para identificar las debilidades

### Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

es cuando inician las temporadas de matrículas ya que es donde se refleja el mayor flujo de usuarios en el área e incrementan las solicitudes por medio de los PQR's o incidencias.

Admisiones y registro es el lugar en que se realiza el proceso esto por ser el primer punto de información al que acude el usuario cuando presenta inquietudes, solicitudes o en tal caso seguimientos de sus procesos académicos.

Actualmente Admisiones y Registro cuentan con 7 facturadores, cada uno con su puesto de trabajo, pero es necesario solicitar un computador de mesa ya que uno de ellos trabaja con un portátil y el rendimiento no es el mismo. Este requerimiento es solicitado y analizado por el Coordinador Fabiam Enciso, adicional se implementó un digiturno el cual funciono solo en el año 2016 debido a los inconvenientes técnicos que presento se dejó de utilizar pero este es un recurso que debe ser implementado nuevamente ya que su utilidad beneficia el orden de ingreso de los clientes y adicional a esto permite el control de atención de los facturadores ya que con esta herramienta se puede analizar la cantidad de estudiantes que atienden y el tiempo que asigna a cada uno de ellos. Este recurso se propondrá para el año 2018 ya que debe estar estandarizado a nivel nacional y por lo tanto la gestión de utilizarlo para este año ya no es posible.

Por lo anterior y de acuerdo al plan de mejoramiento y al Sistema de Gestión de Calidad se aplica la Norma ISO 9001 que hace referencia a:

#### **5.2.5 No conformidad y acción correctiva.**

**Cuando ocurra una no conformidad, incluida cualquiera originada por quejas, la organización debe:**

*Reaccionar ante la no conformidad y, cuando sea aplicable:*

Tomar acciones para controlarla y corregirla;

Hacer frente a las consecuencias;

### **Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto**

*Evaluar la necesidad de acciones para eliminar las causas de la no conformidad, con el fin de que no vuelva a ocurrir ni ocurra en otra parte, mediante:*

La revisión y el análisis de la no conformidad;

La determinación de las causas de la no conformidad;

La determinación de si existen no conformidades similares, o que potencialmente puedan ocurrir;

*Implementar cualquier acción necesaria;*

*Revisar la eficacia de cualquier acción correctiva tomada;*

*Si fuera necesario, actualizar los riesgos y oportunidades determinados, durante la planificación; y*

*Si fuera necesario, hacer cambios al sistema de gestión de la calidad.*

*Las acciones correctivas deben ser apropiadas a los efectos de las no conformidades encontradas.*

#### **5.2.6 La organización debe conservar información documentada como evidencia de:**

La naturaleza de las no conformidades y cualquier acción tomada posteriormente;

Los resultados de cualquier acción correctiva.

#### **5.2.7 Mejora continua**

**La organización debe mejorar continuamente la conveniencia, adecuación y eficacia del sistema de gestión de la calidad.**

La organización debe considerar los resultados del análisis y la evaluación, y las salidas de la revisión por la dirección, para determinar si hay necesidades u oportunidades que deben considerarse como parte de la mejora continua.

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

Tabla 8. Resumen análisis de participación por programa

| Por Que Factor crítico de éxito                           | Que   |   | Como   |   | Quien  |   | Cuando  |                                      |             |
|---|---|---|--|---|--|---|---|--------------------------------------|-------------|
|   | Objetivo  | Meta  | Actividades  | Mecanismo de seguimiento  | Posibles problemas   | Soluciones  | Responsable                                     | Fecha inicial                        | Fecha Final |
| No conformidad asignación Glpi's Servicio al Usuario UVD. | Trabajar en equipo para resolver dentro de los tiempos preestablecidos por el SGC de la Universidad las PQR's (GLPI's) enviadas por nuestros clientes y usuarios. |   | Se dará prioridad a las solicitudes, quejas, reclamos y sugerencias (GLPI's) enviadas por nuestros clientes y usuarios de otras ciudades para reasignarlas con tiempo a las regionales correspondientes, según lo estipulado por el SGC de la universidad. | Se enviará correo electrónico y se llamará al funcionario de servicio de la ciudad o regional encargada.  | Las solicitudes de otras ciudades que posiblemente lleguen a servicio al usuario presencial deben ser analizadas rápidamente y redireccionadas con la ciudad y regional respectiva en su totalidad (reproceso) | De total cumplimiento y obligatoriedad.                                   | Coordinación de la experiencia del cliente UVD. | 02/01/2018                           | 02/12/2018  |
|   |   |   | Se hará una revisión rápida antes de categorizar para identificar las otras regionales (ciudades), a las cuales se deban reasignar los correspondientes casos.   | Antes de categorizar se hará una revisión inicial general de los casos (se revisará ciudad y en banner a donde pertenece el estudiante según sea el caso) |  |   | Coordinación de la experiencia del cliente UVD. | 02/01/2018                           | 02/12/2018  |
|   |   |   | Se hará un seguimiento riguroso de las asignaciones a las otras regionales (se confirmará con la regional respectiva la asignación de los casos.   | Se llamará a la regional una semana luego del plazo para cerrar el GLPI asignado.   | Alto número de incidencias radicadas a la plataforma (En Agosto Servicio al Usuario UVD recibió alrededor de 800 casos y en septiembre 700 lo que hace imposible leerlos en un mínimo de tiempo.               | De total cumplimiento y obligatoriedad.                                   | Coordinación de la experiencia del cliente UVD. | 02/01/2018                           | 02/12/2018  |
|   |   |   | Charlas, cursos y talleres para los auxiliares de Admisiones y Registro.   | Envío de correo al área para realizar las respectivas retroalimentaciones.  | Concentración y comunicación de los facturadores.  | De total cumplimiento y obligatoriedad.                                   | Coordinador de Admisiones y Registro            | 02/01/2018                           | 02/12/2018  |
|   |   |   | Crear cultura y motivar a mejorar el servicio  | Elaboración del programa de incentivos para los empleados (salidas, tiempo)   | Se realiza cronograma con Coordinador de Admisiones.   | Se efectúa siempre y cuando los empleados cumplan con los requerimientos. | Sujeto al cumplimiento.                         | Coordinador de Admisiones y Registro | 02/01/2018  |
|   |   | Capacitaciones externas SENA y/o UNICORPORATIVA | Se programa con los coordinadores de Admisiones y Registro.  | Falta de tiempo para programar las charlas.   | Sujeto a la disponibilidad del área.   | Coordinación de la experiencia del cliente UVD.                           | 02/01/2018                                      | 02/12/2018                           |             |

Fuente: Servicio al Usuario, admisiones y Registro UVD

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

Tabla 9. Presupuesto Financiamiento del Plan de Fortalecimiento

| <b>Objetivo</b>                                   | <b>Detalle</b>  | <b>Persona Responsable</b>              | <b>Valor</b>   |
|---|---|---|--|
| Incentivos para el área de Admisiones y Registro. | Salidas de planeación. Reconocimientos (Tiempo)   | Coordinador de Admisiones y Registro.   | \$2.000.000  |
| Capacitaciones Internas.                          | Charlas, cursos y talleres en el área.  | Coordinadores de admisiones y Registro. | Sin costo.   |
| Capacitaciones Unicorporativa.                    | Facilitar el servicio al cliente interno y externo de acuerdo con las políticas de la organización. | Coordinador Servicio al Usuario.        | \$ 600.000 Jornada completa la cual fue cotizada pero no aprobada debido al tiempo no disponible del área. |
| Capacitaciones externas SENA.                     | Mejorar la calidad de la información que se brinda  | Coordinador Servicio al Usuario.        | Convenio (capacitaciones gratuitas)  |
| Tramite de incidencias.                           | GLPI, PQR's, Backoffice   | Coordinador Servicio al Usuario.        | Se incluyen en el tiempo laboral.  |
| Backup de Servicio al usuario                     | Soporte de servicio a los usuarios.   | Coordinador Servicio al Usuario.        | \$ 781.242   |
| <b>Total</b>                                      |   |   | <b>\$3.381.242</b>   |

Fuente: Coordinación de Admisiones y Registro UVD

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

### 6. Desarrollo de la Propuesta

Teniendo en cuenta los objetivos del plan de fortalecimiento y el cronograma de actividades, los coordinadores de servicio al usuario y Admisiones y Registro UVD proponen la primera capacitación de servicio al usuario para el área la cual se podrá realizar después de la temporada de matrículas del segundo periodo del año 201845, esto debido a la disposición que debe haber en el área por parte de los funcionarios debido a la renovación de registros académicos de algunos programas. Por tal motivo se realizan reuniones en el área con el fin de retroalimentar la información de los cambios que se efectúen ya sea por ampliación de fechas de facturación, inscripción web, devoluciones y traslados de dinero y otros procesos internos para ofrecer calidad en la información y servicio.

Adicionalmente hasta la fecha el Coordinador de Servicio realiza seguimientos del buzón de sugerencias y procede hacer un llamado de atención de manera individual indicando la inconformidad del usuario frente al servicio brindado e interrogando al funcionario del porque la dificultad que se presentó, esto en pro de que se realicen las búsquedas necesarias para solucionar el requerimiento del usuario. Este seguimiento se lleva a cabo con el formato que se ofrece al cliente cuando se acerca en búsqueda de información el cual se califica de 1 a 5 siendo 1 (Deficiente), 2 (Malo), 3 (Aceptable), 4 (Bueno), 5(Muy bueno) y contiene como aspectos a evaluar:

Bienvenida al lugar

Amabilidad en el servicio

Conocimiento de los servicios brindados

Atención efectiva

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

Orden y limpieza en el sitio que visitó

Es importante tener en cuenta que para el 2018 se realizó la evaluación de desempeño para cada funcionario, en el que se indican las actividades que deberá realizar y en la que se calificará el cumplimiento de su desempeño frente a los objetivos propuestos por su jefe inmediato. A continuación, se muestra la evaluación que se realizó para este año a uno de los funcionarios solicitando el mejoramiento de las actividades y los objetivos del periodo 2018, la tabla de evaluación aun no presenta seguimientos de las actividades de mejoramiento ni de objetivos debido a que se realizan en el transcurso del presente año.

Tabla 10. Evaluación de Desempeño 2018

| <b>Actividad de Mejoramiento</b> |  |   |  |                             |              |
|----------------------------------|--|---|--|-----------------------------|--------------|
| <b>Seq.</b>                      | <b>Apoyo</b>   | <b>Competencia</b>  | <b>Actividad de Mejora</b>   | <b>Aplicable</b>            | <b>Fecha</b> |
| 1                                | Requiere apoyo Unicorporativa  | Actividad de mejoramiento – Curso hoja de cálculo (Excel).  | Requiere capacitación para fortalecer el manejo de la herramienta Excel.                               | Aplica                      | 30-11-2018   |
| 2                                | Requiere apoyo Unicorporativa  | Actividad de mejoramiento- Taller de comunicación asertiva. | Se solicita realizar curso para mejorar sus técnicas de servicio al usuario y de comunicación asertiva | Aplica                      | 30-11-2018   |
| <b>Objetivos para el Periodo</b> |  |   |  |                             |              |
| <b>Item</b>                      | <b>Objetivo</b>  | <b>Reto al que aporta</b>                                   | <b>Aplicable</b>   | <b>Fecha de Realización</b> |              |
| 1                                | Registrar las homologaciones en el sistema banner de acuerdo al cronograma establecido por la coordinación de admisiones y registro  | Sistema R.6 Docencia, enseñanza y aprendizaje               | Aplica   | 30-11-2018                  |              |
| 2                                | Dar trámite oportuno a las solicitudes de registro de asignaturas adicionales, extra tiempo en las fechas establecidas por la sede en el calendario académico y financiero | Sistema R.6 Docencia, enseñanza y aprendizaje               | Aplica   | 30-11-2018                  |              |

Fuente: Sistema Génesis - Gestión Humana, Bogotá.

### 6.1 Seguimiento de Incidencias y Glpi's

A continuación, se muestran las estadísticas del área en cuanto a requerimientos solicitados que comprenden desde el 02 de enero al 21 de marzo del 2018, en el que se presentó un incremento de incidencias en comparación al de los últimos cuatro meses del año 2017 (ver anexo 2 Glpi- Estadísticas 2017). Se recibieron 834 incidencias de las cuales 831son

### Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

solucionadas, seguido de 32 incidencias resueltas tarde que comprenden 4 procesos, 1) Solicitud y cambio de salones con un 87,5%, 2) Desbloques docentes y estudiantes con el 3,1%, 3) Cupo aumento con el 6.2%, 4) Apertura de periodos BANNER, por lo tanto se realiza la respectiva observación a la Coordinadora de Registro quien es la encargada de dar respuesta a estas solicitudes y nos indica que para el primer proceso la demora se presenta debido a que Virtual y Distancia no cuenta con una sede propia, por lo que se debe realizar una segunda solicitud a la sede de presencial y esperar a que informen la disponibilidad de los salones. Respecto a los otros tres procesos el desbloqueo cuenta con la opción de olvidó su contraseña para evitar que el usuario tenga que solicitar o acercarse a la sede, cupo aumento este es importante verificarlo ya que las aulas de clase deben limitarse, no deben sobrepasarse de estudiantes y por último las aperturas de los periodos que no dependen del área sino de la Vicerrectoria General Académica.

## 6.2 Resultado de Estadísticas GLP's 2018 – 40

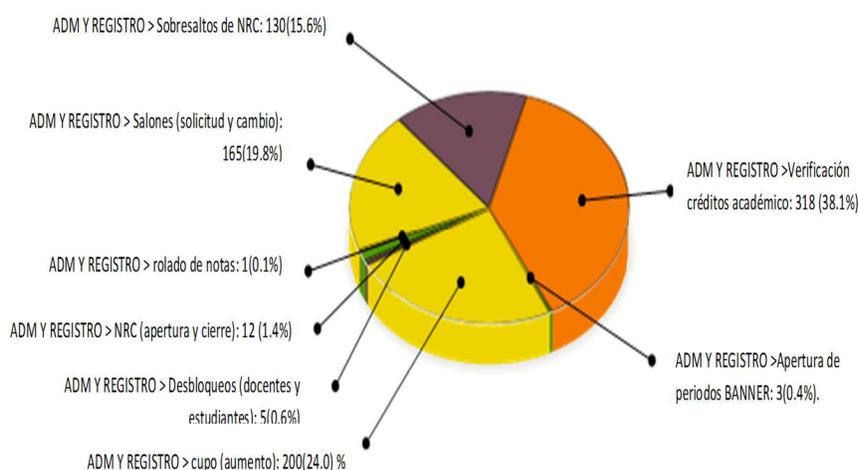


Imagen 14. Número abierto – 834 – Incidencias  
Fuente: (Uniminuto, Estadísticas Incidencias, 2018)

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

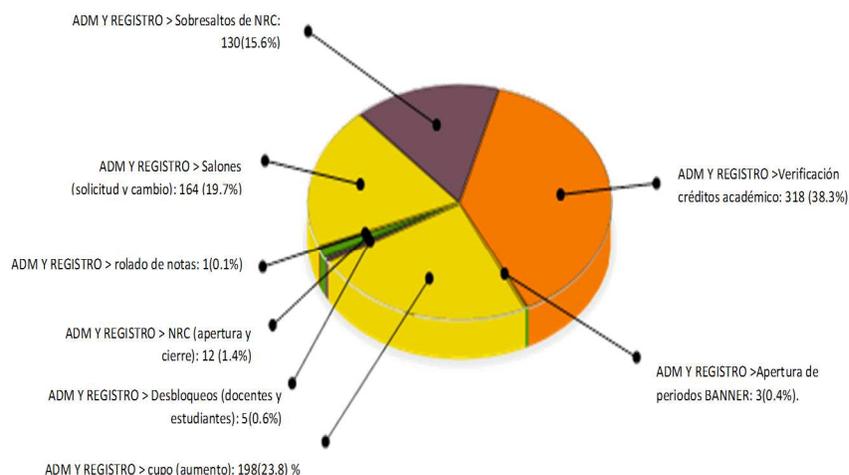


Imagen 15. Número abierto – 834 - Incidencias 201750

Fuente: (Uniminuto, Estadísticas Incidencias, 2018)

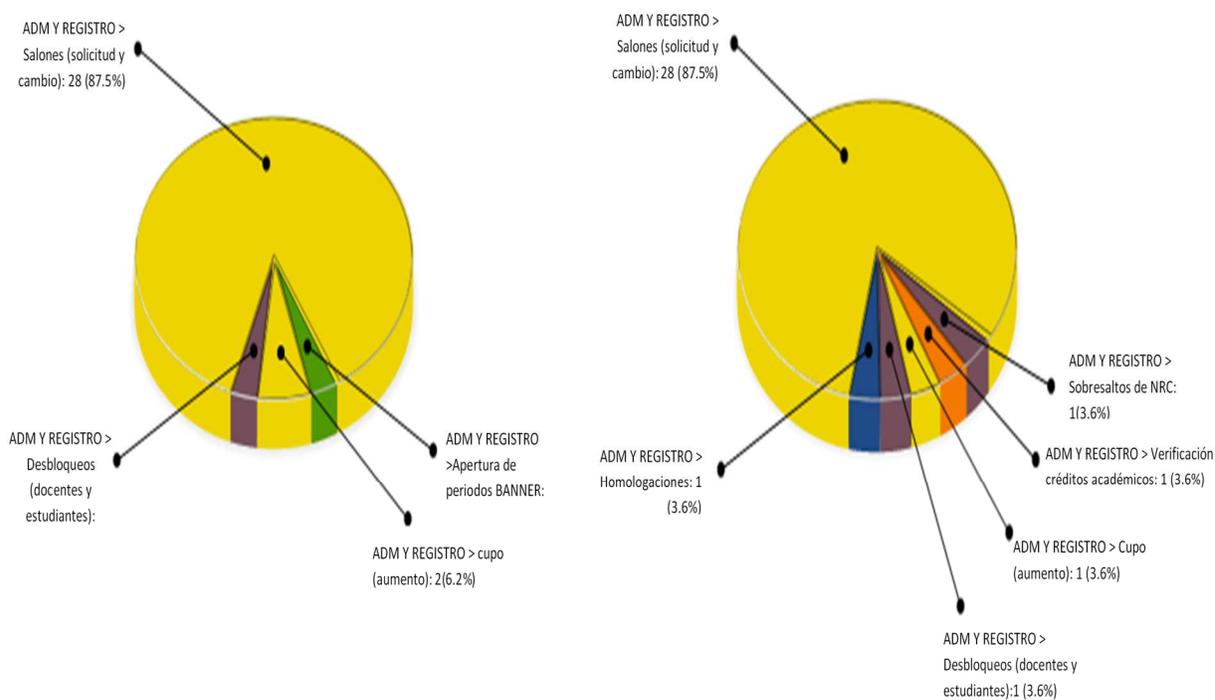


Imagen 16. Número resuelto tarde – 32 – Incidencias Enero-marzo de 2018-40 / Septiembre- diciembre 28 - 201750

Fuente: (Uniminuto, Estadísticas Incidencias, 2018)

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

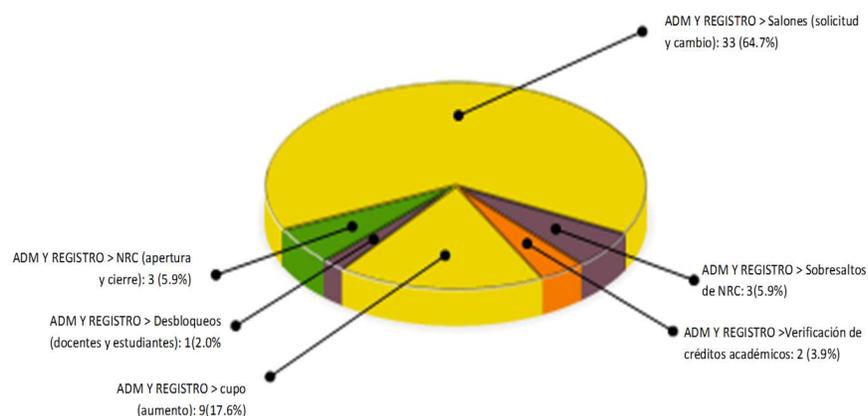


Imagen 17 Número cerrado tarde – 51 – Incidencias  
Fuente: (Uniminuto, Estadísticas Incidencias, 2018)

ADM Y REGISTRO >  
Salones (solicitud y  
cambio): 2 (100.0%)

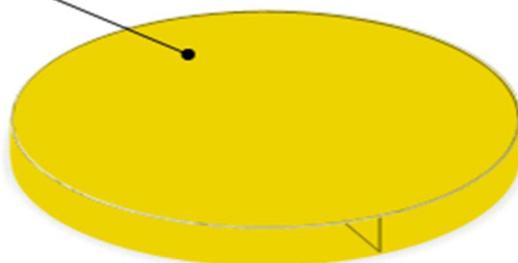


Imagen 18 Encuesta de satisfacción – 2 – Incidencias  
Fuente: (Uniminuto, Estadísticas Incidencias, 2018)

### 6.3 Aplicación de Encuestas Estudiantes Nuevos 2018 - 40

Dentro del desarrollo propuesto las encuestas se realizaron el 9, 10 y 11 de enero del presente año para los estudiantes nuevos con el objetivo de:

Aplicar las correspondientes encuestas de bienvenida e inducciones a los alumnos nuevos de los programas de pregrado y posgrado con el propósito de medir la percepción y el servicio prestado.

Analizar los resultados de las respectivas encuestas llevadas a cabo, para adelantar los planes de acción y de mejora continua, con miras a mejorar el servicio en las siguientes inducciones.

### Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

Compartir las experiencias en la realización de las bienvenidas desarrolladas con las diversas áreas de la institución, para revisar fallas en el servicio y proponer mejoras.

Escuchar las necesidades y sugerencias de los clientes para aplicar mejoras en la prestación del servicio, de acuerdo a las experiencias pasadas de los eventos realizados teniendo en cuenta el SGC.

Seguidamente se muestra la tabla de preguntas que aparecen en la encuesta y el porcentaje que se obtuvo respecto al programa de Administración de Empresas en su planeación, desarrollo y aportes. Los porcentajes son altos respecto a las preguntas por lo que podemos deducir que para el inicio de este año mejoro el servicio brindado.

Tabla 11. Encuesta Bienvenida Estudiantes Nuevos de Administración de Empresas 2018 – 40

| I. Planeación  |   |   | II. Desarrollo  |  |   |   |                                       | III. Aportes  |  |
|--|---|---|---|--|---|---|---------------------------------------|---|--|
| 1. La divulgación de la actividad, evento o servicio | 2. La actividad, evento o servicio se realizó de acuerdo con los tiempos establecidos | 3. Utilización de los recursos tecnológicos y audiovisuales | 4. La claridad en la temática o propósito de la actividad, evento o servicio. | 5. La actividad del evento o servicio promovió la participación activa de los asistentes | 6. Actitud y disponibilidad del facilitador o colaborador | 7. El manejo del tema por parte del facilitador o colaborador | 8. El lugar y sus condiciones físicas | 9. Se cumplió su expectativa frente a la actividad, evento o servicio | 10. La actividad, evento o servicio realizado aportó a su formación integral |
| 86%  | 87%   | 91%   | 86%   | 85%  | 91%   | 89%   | 90%                                   | 89%   | 88%  |

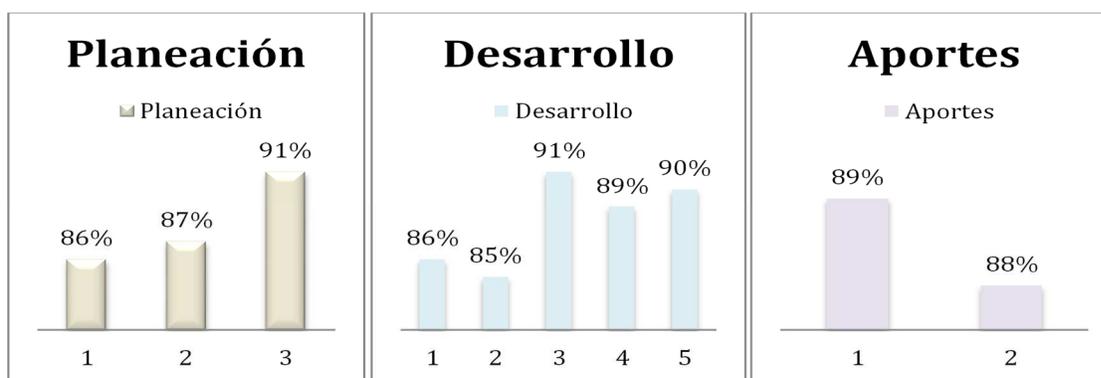


Imagen 19 Resultado Encuestas bienvenida 2018-40

Fuente: Dirección de Mercadeo UVD

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

### 6.4 Avances y Mejoras Presentadas

Las Inducciones en cuanto al uso de la plataforma por parte de los expositores fueron claras y prácticas.

Cómo mejora del Evento se corrigieron las novedades en cuanto al sonido en comparación al evento anterior en el Teatro sede principal Calle 80.

Se mejoró la presentación de los expositores en el Teatro del Buen Consejo, gracias a las nuevas pantallas y sonido instalado en el lugar

Nuevas pantallas instaladas en el teatro del Buen Consejo, lo que permitió una mayor comodidad y prestación del servicio frente a los estudiantes nuevos

Sistema de telepronter, lo que apoyo en las presentaciones de los expositores

Organización y Logística impecable por parte de Bienestar Universitario y demás áreas de la Universidad

Las bienvenidas e inducciones se realizaron según lo acordado al cronograma pre-establecido por la universidad con una asistencia del 90% aproximadamente de los nuevos estudiantes, además la organización y logística se desarrollaron dentro del marco del Sistema de Gestión de Calidad implementado por la Universidad. Respecto al análisis de las encuestas aplicadas se puede concluir que alrededor del 85 % de las personas asistentes estuvieron de acuerdo con las Instrucciones presentadas, frente a un 15 % que no estuvieron de acuerdo, es normal que los nuevos estudiantes presenten algunas dudas respecto al tema del manejo de Génesis, Correo electrónico y Aulas Virtuales, pero para lo anterior se cuenta con el apoyo de los respectivos manuales en internet y tutoriales de Youtube, además se contó con la participación de becarios en las tres jornadas programadas para los respectivos eventos, los cuales apoyaron en todo

### **Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto**

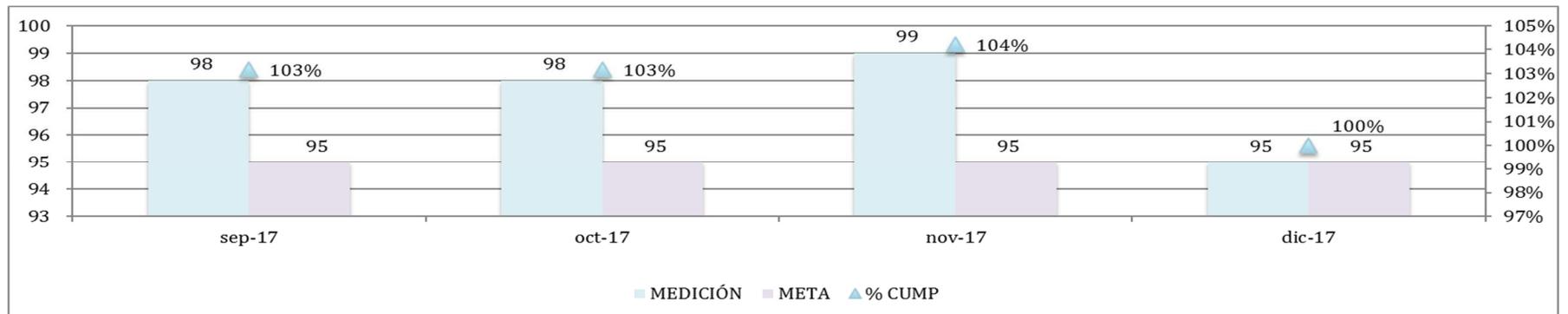
momento las actividades llevadas a cabo por Bienestar Universitario y las demás áreas de la Universidad sin ninguna novedad al respecto.

A continuación, se muestra los seguimientos y resultados de los últimos cuatro meses del año 2017 con el fin de mostrar la mejora en cuanto a los PQR's y cumplimiento. La información es enviada por la dirección de planeación y desarrollo Uniminuto Virtual y Distancia.

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

**Uniminuto – Dirección de Planeación y Desarrollo**  
**Centro de información**  
 Ficha del seguimiento del indicador

|  |   |                 |             |               |                 |             |  |  |             |               |                 |             |               |
|--|---|-----------------|-------------|---------------|-----------------|-------------|--|--|-------------|---------------|-----------------|-------------|---------------|
| <b>1. NOMBRE DEL INDICADOR</b>   | Peticiones, quejas, reclamos felicitaciones y sugerencias   |                 |             |               |                 |             |  | <b>2. CÓDIGO:</b>                        | I-CA-03     |               |                 |             |               |
| <b>3. OBJETIVO</b>   | Medir la capacidad de gestión a las peticiones, quejas, reclamos, felicitaciones y sugerencias registradas por los grupos de interés mediante el sistema de información de Servicio al Usuario UNIMINUTO. |                 |             |               |                 |             | <b>4. RECTORÍA</b>   | Rectoría Uniminuto Virtual y a Distancia |             |               |                 |             |               |
| <b>5. RESPONSABLE DE LA MEDICIÓN Y ANÁLISIS DEL INDICADOR:</b> (Cargo que suministra la información) | Coordinación de Servicio al usuario del Sistema Responsable Servicio al Usuario y Calidad de la sede o centro regional.   |                 |             |               |                 |             | <b>6. SEDE</b>   | Rectoría Uniminuto Virtual y a Distancia |             |               |                 |             |               |
| <b>7. FORMULA</b>  | (Total de solicitudes PQRFS tramitadas en los tiempos de respuesta establecidos/Total de solicitudes registradas) *100  |                 |             |               |                 |             | <b>8. DEFINICIÓN EN EL TIEMPO</b> (Frecuencia de Medición) | MENSUAL                                  |             |               |                 |             |               |
| <b>9. INTERPRETACIÓN INDICADOR:</b>  | Entre más cercano este el porcentaje a 100% mayor nivel de atención a peticiones, quejas, reclamos, felicitaciones y sugerencias registradas por los grupos de interés UNIMINUTO                          |                 |             |               |                 |             |  |  |             |               |                 |             |               |
| <b>MEDICIÓN</b>  | <b>LÍNEA BASE</b>   | sep-17          |             |               | oct-17          |             |  | nov-17                                   |             |               | dic-17          |             |               |
|  |   | <b>MEDICIÓN</b> | <b>META</b> | <b>% CUMP</b> | <b>MEDICIÓN</b> | <b>META</b> | <b>% CUMP</b>  | <b>MEDICIÓN</b>                          | <b>META</b> | <b>% CUMP</b> | <b>MEDICIÓN</b> | <b>META</b> | <b>% CUMP</b> |
| <b>RESULTADOS</b>  |   | 98              | 95          | 103%          | 98              | 95          | 103%   | 99                                       | 95          | 104%          | 95              | 95          | 100%          |
| <b>CONSOLIDADO</b>   |   | 98              | 95          | 103%          | 98              | 95          | 103%   | 99                                       | 95          | 104%          | 95              | 95          | 100%          |



**Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto**

| <b>Periodo</b> | <b>10. SEGUIMIENTO DEL CUMPLIMIENTO- POSIBLES CAUSAS DE LA DESVIACIÓN (sea por encima o por debajo de la meta)</b>  | <b>Fecha</b><br>(DD/MM/AAAA) |
|----------------|---|------------------------------|
| sep-17         | <p><b>759</b> PQR's Tramitadas sobre un Total de <b>775</b> PQR's Recibidas = <b>98 %</b> consiguiendo un <b>103% de cumplimiento</b> frente al 95 % de la meta, refleja 30 puntos por encima del indicador mínimo ( 73% ) permitido, mostrando una vez más el trabajo en equipo y el compromiso llevado a cabo por Admisiones, Mercadeo y Servicio al Usuario, así como también de todo el grupo en general de UVD, en dónde la capacidad de reacción frente a las PQR's viene presentándose con la misma tendencia de los meses del cuatrimestre pasado, lo anterior gracias al seguimiento riguroso de las requisiciones de los clientes y de las respuestas brindadas a las mismas dentro de los tiempos preestablecidos bajo el SGC de la Universidad, cumpliendo y satisfaciendo para con ello las necesidades de nuestros clientes y grupos de interés.</p>  | 24/10/2017                   |
| oct-17         | <p><b>707</b> PQR's tramitadas sobre un Total de <b>720</b> PQR's recibidas = <b>98%</b> alcanzando de nuevo un <b>103% de cumplimiento</b> en relación al 95 % de la meta, mostrando 8 puntos porcentuales por encima de la misma, es el reflejo del trabajo en equipo de UVD ( Admisiones y Registro, Mercadeo, Servicio al Usuario y Facultades ) para responder y gestionar la Experiencia del Usuario dentro de los estándares de calidad y tiempos estipulados en el SGC de la Institución; es de aclarar que sin embargo hubo una novedad en cuanto al tema tecnológico ( Actualización plataforma: Aulas Virtuales &amp; Correo Institucional ), lo que conllevó a que Servicio al Usuario UVD reaccionará de inmediato compartiendo dichos casos con el área tecnológica, y contactando a la mayoría de los estudiantes haciendo un seguimiento personalizado de las novedades, lo que hizo que en cierto momento se incumpliera la promesa de valor; a la fecha la incurrencia se disminuyó ostensiblemente volviendo a la normalidad el servicio ofrecido, el cual se presentó intermitentemente</p> | 14/11/2017                   |
| nov-17         | <p><b>917</b> PQR's Tramitadas sobre un Total de <b>925</b> PQR's Recibidas = <b>99 %</b> consiguiendo un <b>104% de cumplimiento</b> frente al 95 % de la meta, es el reflejo de un trabajo continuo y en equipo de las áreas de UVD, en donde una vez más se demuestra el compromiso de la institución por un acompañamiento antes, durante y después de las solicitudes, quejas, reclamaciones y sugerencias de nuestros clientes de acuerdo a nuestro SGC. El hacer un seguimiento varias veces y riguroso de las novedades nos ha permitido poder reaccionar a tiempo para tramitar las mismas dentro de los tiempos previamente estipulados</p>   | 02/04/2018                   |

**Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto**

| <b>Periodo</b> | <b>10. SEGUIMIENTO DEL CUMPLIMIENTO- POSIBLES CAUSAS DE LA DESVIACIÓN (sea por encima o por debajo de la meta)</b>  | <b>Fecha<br/>(DD/MM/AAAA)</b> |
|----------------|---|-------------------------------|
| dic-17         | <b>401</b> PQR's Tramitadas sobre un Total de <b>418</b> PQR's Recibidas = <b>96 %</b> consiguiendo un <b>100% de cumplimiento</b> frente al 95 % de la meta, es el resultado final del esfuerzo y trabajo en equipo de UVD cerrando el año satisfactoriamente, habiendo tramitado las solicitudes de nuestros Clientes y Grupos de Interés dentro de las políticas y tiempos estipulados del SGC de la Institución | 02/04/2018                    |

| <b>Periodo</b>    | <b>11. PLAN DE ACCIÓN - ACCIÓN (ES) DE MEJORAMIENTO</b>   | <b>Cargo<br/>Responsable</b>  | <b>Fecha Propuesta<br/>(DD/MM/AAAA)</b> | <b>Fecha Cumplimiento<br/>(DD/MM/AAAA)</b> |
|-------------------|---|---|---|--|
| <b>15/06/2017</b> | Las Estrategias en la Gestión de la Experiencia del Cliente no solamente se limitan a contestar las solicitudes y requerimientos de las mismas, sino también a un seguimiento personalizado de los casos más puntuales en el cual se llama personalmente a los clientes y se reconfirma, se orienta, se guía, se construye y se co-crea el Servicio con ellos mismos. Es interesante ver cómo las demás áreas de UVD sienten que a los clientes se les está haciendo un seguimiento, y esto es una auditoría por parte de Servicio al Usuario y Calidad que hace parte de la trazabilidad de los casos más puntuales, y que a la vez ayuda en la construcción de la Cultura de Servicio de la Institución / (P. Rafael García Herreros: "Que nadie se quede sin Servir ")   | Coordinación<br>Gestión de la<br>Experiencia al<br>Cliente UVD                  | 24/10/2017                              | 24/11/2017                                 |
| <b>14/11/2017</b> | Servicio al Usuario, Registro y Control, Mercadeo, las Facultades y demás áreas de UVD han mostrado un compromiso importante frente a la Gestión de la Experiencia del Usuario, en donde ha primado la velocidad, la amabilidad, la calidad, el seguimiento, la normatividad, la generación de valor al Cliente entre otros, para satisfacer las necesidades y a la vez la fidelización de los mismos. Lo que busca el cliente es rapidez y efectividad en sus solicitudes y reclamaciones con calidad, amabilidad y preocupación de sus casos (Seguimiento: Antes - Durante y Después); por lo anterior Servicio al Usuario y las demás áreas están pendientes porque las estrategias que han venido funcionando se consoliden buscando un cierre positivo en lo que resta del año en curso. Por otro lado Servicio al Usuario en conjunto con Mercadeo UVD en las respuestas en general de Solicitudes de Información (GLPI's & Portafolio de | Coordinación<br>Gestión de la<br>Experiencia al<br>Cliente y<br>Mercadeo<br>UVD | 14/11/2017                              | 14/12/2017                                 |

**Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto**

| <b>Periodo</b>    | <b>11. PLAN DE ACCIÓN - ACCIÓN (ES) DE MEJORAMIENTO</b>   | <b>Cargo Responsable</b>  | <b>Fecha Propuesta (DD/MM/AAAA)</b> | <b>Fecha Cumplimiento (DD/MM/AAAA)</b> |
|-------------------|---|---|-------------------------------------|--|
|                   | Servicios Académicos ) adelantará algunos cambios en las respuestas, donde las mismas tengan un contenido más digital, invitando a los potenciales clientes a conocer más de cerca la cultura Uniminuto, e interesarlos por pertenecer a la Institución, teniendo en cuenta que Servicio al Usuario dentro de sus funciones específicas también hace parte de la fuerza vendedora e imagen estratégica de Uniminuto, fortaleciendo la construcción de marca de la misma   |   |                                     |  |
| <b>02/04/2018</b> | Servicio al Usuario, Admisiones y Registro, Mercadeo, así como las demás áreas de UVD, han mantenido una tendencia positiva frente a la resolución de las PQR's gracias a que como nos lo recomendó el Rector de la Sede el Dr. Álvaro Campo no "bajar la guardia", lo cual nos ha permitido mantener con rigurosidad los estándares de calidad estipulados en el SGC, para satisfacer las necesidades de nuestros clientes y los grupos de interés, cumpliendo con los respectivos tiempos al respecto   | Coordinación<br>Gestión de la Experiencia al Cliente y Mercadeo UVD | 30/11/2017                          | 30/12/2017                             |
| <b>21/09/2017</b> | Al finalizar el año y por cierre del mismo, efectivamente la tendencia de las solicitudes disminuyó naturalmente como lo muestran las estadísticas, y a la vez culminando el año lectivo 2.017 satisfactoriamente manteniendo las estrategias implementadas por la Coordinación de Gestión de la Experiencia del Usuario, Mercadeo y Admisiones y Registro entre otras, en donde principalmente primó la amabilidad, velocidad, calidad y seguimiento de las correspondientes solicitudes presentadas por los clientes y usuarios de la Institución, enmarcado dentro de nuestro SGC. | Coordinación<br>Gestión de la Experiencia al Cliente y Mercadeo UVD | 10/12/2018                          | 30/12/2017                             |
| <b>Periodo</b>    | <b>11. PLAN DE ACCIÓN - ACCIÓN (ES) DE MEJORAMIENTO</b>   | <b>Cargo Responsable</b>  | <b>Fecha Propuesta (DD/MM/AAAA)</b> | <b>Fecha Cumplimiento (DD/MM/AAAA)</b> |
| <b>15/06/2017</b> | Las Estrategias en la Gestión de la Experiencia del Cliente no solamente se limitan a contestar las solicitudes y requerimientos de las mismas, sino también a un seguimiento personalizado de los casos más puntuales en el cual se llama personalmente a los clientes y se reconfirma, se orienta, se guía, se construye y se co-crea el Servicio con ellos mismos. Es interesante ver cómo las demás áreas de UVD sienten que a los clientes se les está haciendo un seguimiento, y  | Coordinación<br>Gestión de la Experiencia al Cliente UVD            | 24/10/2017                          | 24/11/2017                             |

**Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto**

| <b>Periodo</b>    | <b>11. PLAN DE ACCIÓN - ACCIÓN (ES) DE MEJORAMIENTO</b>   | <b>Cargo Responsable</b>  | <b>Fecha Propuesta (DD/MM/AAAA)</b> | <b>Fecha Cumplimiento (DD/MM/AAAA)</b> |
|-------------------|---|---|-------------------------------------|--|
|                   | esto es una auditoría por parte de Servicio al Usuario y Calidad que hace parte de la trazabilidad de los casos más puntuales, y que a la vez ayuda en la construcción de la Cultura de Servicio de la Institución / (P. Rafael García Herreros: "Que nadie se quede sin Servir ")  |   |                                     |  |
| <b>14/11/2017</b> | Servicio al Usuario, Registro y Control, Mercadeo, las Facultades y demás áreas de UVD han mostrado un compromiso importante frente a la Gestión de la Experiencia del Usuario, en donde ha primado la velocidad, la amabilidad, la calidad, el seguimiento, la normatividad, la generación de valor al Cliente entre otros, para satisfacer las necesidades y a la vez la fidelización de los mismos. Lo que busca el cliente es rapidez y efectividad en sus solicitudes y reclamaciones con calidad, amabilidad y preocupación de sus casos (Seguimiento: Antes - Durante y Después); por lo anterior Servicio al Usuario y las demás áreas están pendientes porque las estrategias que han venido funcionando se consoliden buscando un cierre positivo en lo que resta del año en curso. Por otro lado Servicio al Usuario en conjunto con Mercadeo UVD en las respuestas en general de Solicitudes de Información (GLPI's & Portafolio de Servicios Académicos ) adelantará algunos cambios en las respuestas, donde las mismas tengan un contenido más digital, invitando a los potenciales clientes a conocer más de cerca la cultura Uniminuto, e interesarlos por pertenecer a la Institución, teniendo en cuenta que Servicio al Usuario dentro de sus funciones específicas también hace parte de la fuerza vendedora e imagen estratégica de Uniminuto, fortaleciendo la construcción de marca de la misma | Coordinación<br>Gestión de la Experiencia al Cliente y Mercadeo UVD | 14/11/2017                          | 14/12/2017                             |
| <b>02/04/2018</b> | Servicio al Usuario, Admisiones y Registro, Mercadeo, así como las demás áreas de UVD, han mantenido una tendencia positiva frente a la resolución de las PQR's gracias a que como nos lo recomendó el Rector de la Sede el Dr. Álvaro Campo no "bajar la guardia", lo cual nos ha permitido mantener con rigurosidad los estándares de calidad estipulados en el SGC, para satisfacer las necesidades de nuestros clientes y los grupos de interés, cumpliendo con los respectivos tiempos al respecto   | Coordinación<br>Gestión de la Experiencia al Cliente y Mercadeo UVD | 30/11/2017                          | 30/12/2017                             |

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

| Periodo    | 11. PLAN DE ACCIÓN - ACCIÓN (ES) DE MEJORAMIENTO  | Cargo Responsable  | Fecha Propuesta (DD/MM/AAAA) | Fecha Cumplimiento (DD/MM/AAAA) |
|------------|---|--|------------------------------|---------------------------------|
| 21/09/2017 | Al finalizar el año y por cierre del mismo, efectivamente la tendencia de las solicitudes disminuyó naturalmente como lo muestran las estadísticas, y a la vez culminando el año lectivo 2.017 satisfactoriamente manteniendo las estrategias implementadas por la Coordinación de Gestión de la Experiencia del Usuario, Mercadeo y Admisiones y Registro entre otras, en donde principalmente primó la amabilidad, velocidad, calidad y seguimiento de las correspondientes solicitudes presentadas por los clientes y usuarios de la Institución, enmarcado dentro de nuestro SGC. | Coordinación<br>Gestión de la Experiencia al Cliente y Mercadeo<br>UVD | 10/12/2018                   | 30/12/2017                      |

Fuente: Uniminuto Dirección de planeación y desarrollo, Ficha de seguimiento del indicador y coordinación de servicio al usuario

| 1. NOMBRE DEL INDICADOR   | Peticiones, quejas, reclamos felicitaciones y sugerencias   |          |      |   |  |      |        | 2. CÓDIGO: | I-CA-03 |        |          |      |        |
|---|---|----------|------|---|--|------|--------|------------|---------|--------|----------|------|--------|
| 3. OBJETIVO   | Medir la capacidad de gestión a las peticiones, quejas, reclamos, felicitaciones y sugerencias registradas por los grupos de interés mediante el sistema de información de Servicio al Usuario UNIMINUTO. |          |      | 4. RECTORÍA   | Rectoría Uniminuto Virtual y a Distancia |      |        |            |         |        |          |      |        |
| 5. RESPONSABLE DE LA MEDICIÓN Y ANÁLISIS DEL INDICADOR: (Cargo que suministra la información) | Coordinación de Servicio al usuario del Sistema Responsable Servicio al Usuario y Calidad de la sede o centro regional.   |          |      | 6. SEDE   | Rectoría Uniminuto Virtual y a Distancia |      |        |            |         |        |          |      |        |
| 7. FORMULA  | (Total de solicitudes PQRFS tramitadas en los tiempos de respuesta establecidos/Total de solicitudes registradas) *100  |          |      | 8. DEFINICIÓN EN EL TIEMPO (Frecuencia de Medición) | MENSUAL                                  |      |        |            |         |        |          |      |        |
| 9. INTERPRETACIÓN INDICADOR:  | Entre más cercano este el porcentaje a 100% mayor nivel de atención a peticiones, quejas, reclamos, felicitaciones y sugerencias registradas por los grupos de interés UNIMINUTO                          |          |      |   |  |      |        |            |         |        |          |      |        |
| MEDICIÓN  | LÍNEA BASE  | sep-17   |      |   | oct-17                                   |      |        | nov-17     |         |        | dic-17   |      |        |
|   |   | MEDICIÓN | META | % CUMP  | MEDICIÓN                                 | META | % CUMP | MEDICIÓN   | META    | % CUMP | MEDICIÓN | META | % CUMP |
| RESULTADOS  |   | 99       | 95   | 104%  | 99                                       | 95   | 104%   | 98         | 95      | 103%   | 95       | 0%   |        |
| CONSOLIDADO   |   | 99       | 95   | 104%  | 99                                       | 95   | 104%   | 98         | 95      | 103%   | 95       | 0%   |        |

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

| Periodo | 10. SEGUIMIENTO DEL CUMPLIMIENTO- POSIBLES CAUSAS DE LA DESVIACIÓN (sea por encima o por debajo de la meta)   | Fecha<br>(DD/MM/AAAA) |
|---------|---|-----------------------|
| ene-18  | <b>104 % de Cumplimiento</b> correspondiente a <b>578 PQR's</b> tramitadas sobre un total de <b>584 PQR's</b> Recibidas = <b>99 %</b> frente al <b>95 %</b> de la meta, significa el inicio del primer cuatrimestre del año 2.018 con un seguimiento riguroso de las solicitudes de los clientes en un trabajo en equipo y continuo de Admisiones, Mercadeo y Servicio al Usuario de la mano con las demás áreas de UVD, como es costumbre, enmarcado en nuestro SGC para satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros Clientes y Grupos de Interés  | 09/04/2018            |
| feb-18  | <b>824 PQR's</b> tramitadas sobre un Total de <b>829 PQR's</b> recibidas = <b>99%</b> alcanzando de nuevo un <b>104% de cumplimiento</b> en relación al <b>95 %</b> de la meta, es el reflejo de la consolidación en el seguimiento y tratamiento riguroso de las PQR's atendidas, en donde prima crucialmente el acompañamiento a nuestros Clientes y Usuarios antes, durante y después en el trámite oportuno de PQR's recibidas y cerradas satisfactoriamente  | 09/04/2018            |
| mar-18  | Del total de las <b>719 PQR's</b> recibidas se tramitaron <b>705</b> de ellas dentro de los tiempos predeterminados satisfactoriamente alcanzando para con ello un <b>98 %</b> , reflejado en un <b>103 % de cumplimiento</b> frente a la meta del <b>95 %</b> establecida, es el esfuerzo de la planeación de las diversas áreas de UVD en el que el trabajo en equipo. El trabajo fuerte y compromiso demuestran una vez más el interés de la Institución por mantener unos altos estándares de calidad en la satisfacción de las necesidades y expectativas de nuestros clientes y grupos de interés; lo anterior demuestra que nuestro mayor objetivo es seguir construyendo un Servicio de Avanzada en donde prime la velocidad, amabilidad y calidad en cada uno de nuestros procesos y procedimientos respaldados por nuestro SGC, buscando mejorar los mismos día a día consolidando la construcción de marca de Uniminuto, generando valor a nuestros clientes y grupos de interés | 09/04/2018            |

Fuente: Uniminuto Dirección de planeación y desarrollo, Ficha de seguimiento del indicador y coordinación de servicio al usuario

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

### 7. Conclusiones

La organización no solo se enfoca en inculcar al trabajador a ofrecer un buen servicio sino en buscar diferentes beneficios, como los valores agregados que de ella puedan obtener así mismo el compromiso y la importancia de dar una excelente imagen al cliente.

En principio se quería un plan de mejoramiento en cuanto al tiempo de respuesta de las incidencias y de las solicitudes que hicieran los clientes, pero se llegó a la conclusión de que el problema no solo radicaba en los tiempos de respuesta sino en alta rotación de personal de los auxiliares de facturación y el corto tiempo de capacitación que tienen al llegar e iniciar con los procesos del área en temporadas de matrícula.

La motivación hacia los empleados influye mucho en la eficiencia del servicio, el reconocimiento de su trabajo hace que se sientan comprometidos con la institución y busquen dar soluciones a las necesidades del cliente.

Se efectúan encuestas que permiten evaluar el desempeño de los funcionarios en atención, calidad en el trato, comunicación, presentación y actitud. Se establecen indicadores de satisfacción entre los rangos Aceptable (entre el 90% y 94%), bueno (entre el 95% y 99%) y excelente (100%).

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

### 8. Recomendaciones

Los planes de capacitación se realizan en los periodos que comprenden el año 2018 y estos deben involucrar a todo el personal de la empresa, pero es necesario dar prioridad y enfocarse a los empleados que tienen contacto con el cliente.

También es necesario evaluar las necesidades de capacitación del personal, pues no solo el servicio al cliente se refiere a calidad y calidez en la atención, sino el conocimiento de la empresa, el conocimiento del servicio que se ofrece.

A la hora de realizar un plan de acción hacer los seguimientos continuos para observar los resultados y de esta manera detectar a tiempo las falencias y problemáticas que puedan existir.

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

### Referencias

- Álvarez C., G. M. (2012). Obtenido de <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAS3832.pdf>
- Barrera, M. N. (1908). La cidra papa, chayote o guatila. Una especie del mundo que debemos rescatar para Colombia. En M. N. Barrera, *La cidra papa, chayote o guatila. Una especie del mundo que debemos rescatar para Colombia* (págs. 1-4). Palmira, Valle Del Cauca, Colombia: UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA.
- Botia Fonseca, O., & Rivera Moreno, D. P. (2008). *PROPUESTA DE MEJORAMIENTO PARA EL SERVICIO AL CLIENTE DEL*(Archivo PDF). Obtenido de Recuperado de <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/4111/T11.08%20B657p.pdf?sequence=1.pdf>
- Carreno, C. J. (29 de Junio de 2017). *La historia del servicio de atención al cliente en 500 palabras*. Recuperado el 22 de Febrero de 2018, de <https://www.brandembassy.com/resources/blog/la-historia-del-servicio-de-atenci%C3%B3n-al-cliente>
- Cátedra de comportamiento organizacional EMI. (2014). *Motivacion y Satisfacción*. Recuperado el 13 de Diciembre de 2017, de <file:///E:/Datos/Institucional/Nueva%20carpeta/105498505.CO-MOTIV-SATISF.pdf>
- Colciencias. (s.f.). *laguatilla.es.tl*. Recuperado el 01 de 03 de 2015, de [laguatilla.es.tl](http://laguatilla.es.tl): <http://laguatilla.es.tl/Home.htm>
- Diaz Rodriguez, A. A. (2014). *PLAN DE DESARROLLO 2013-2019*. Recuperado el 2017 de Noviembre de 2017, de [http://www.uniminuto.edu/documents/941377/1441551/resumen\\_ejecutivo\\_completo\\_umd.pdf/d9ace7ea-dbf1-4e82-a2a3-5268814d09b5](http://www.uniminuto.edu/documents/941377/1441551/resumen_ejecutivo_completo_umd.pdf/d9ace7ea-dbf1-4e82-a2a3-5268814d09b5)
- Educación, M. d. (25 de Octubre de 2016). Recuperado el 02 de Noviembre de 2017, de <http://www.mineducacion.gov.co/1759/w3-article-324533.html>
- Estratégica, O. (2014). *Uniminuto - Plan de Desarrollo 2013-2019*. Recuperado el 23 de Octubre de 2017, de [http://www.uniminuto.edu/documents/941377/1441551/resumen\\_ejecutivo\\_completo\\_umd.pdf/d9ace7ea-dbf1-4e82-a2a3-5268814d09b5](http://www.uniminuto.edu/documents/941377/1441551/resumen_ejecutivo_completo_umd.pdf/d9ace7ea-dbf1-4e82-a2a3-5268814d09b5)
- Farigua Valero, A., Ladino Muñoz, L. S., Ortega Muñoz, S. E., & Parra Borda, A. M. (2014). Desarrollo de procesos cognitivos en niños y niñas a través del contacto con los animales domésticos. Bogotá, Colombia.
- Forero, E. (08 de 31 de 2014). *El bienestar de los empleados*.
- Franklin B., E. (2004). *Organización de empresas* (Segunda edición ed.). Mc Graw Hill.

### Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

- Gaither, T. (. (1983). *Creative Customer Service*.
- García, A. (2015). *Las cifras mas importantes alrededor del cuidado de una mascota*. Botogá: Falabella Pro.
- Gómez G, L. F., Atehortua H, C. G., & Orozco P, S. C. (2007). La influencia de las mascotas en la vida Humana. *La influencia de las mascotas en la vida Humana*. Medellín, Colombia: Revista Colombiana de Ciencias Pecuarias - Universidad de Antioquia.
- Gomez, M. C. (s.f.). *Algunos Modelos de Planeacion*. Recuperado el 18 de Mayo de 2016, de uv.mx: <http://www.uv.mx/iiesca/files/2012/12/modelos2008-2.pdf>
- González Hernández, D. (2005). El enfoque cualitativo. *Red revista eletrónica de investigación culitativa*, 7(002), 4.
- Gonzalez, A., & Brea, F. (2016). *Relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del consumidor*. Recuperado el 20 de Enero de 2018, de file:///E:/Datos/Institucional/Nueva%20c arpeta/Dialnet-RelacionEntreLaCalidadDeServicioYLaSatisfaccionDel-2010932.pdf
- González, C. (12 de Mayo de 2015). *Antecedentes fundamentales del Servicio al Cliente*. Recuperado el 15 de Enero de 2018, de <https://prezi.com/kvqvvhsh4ktg/antecedentes-fundamentales-del-servicio-al-cliente/>
- Gutierrez, G., Granados, D. R., & Piar, N. (2007). Interacciones humano animal: características e implicaciones para el bienestar de los humanos. *Revista Colombiana de Psicología 16a Edición*, 163-184.
- Horovitz, J. (1990). *La calidad del servicio*. Madrid: McGraw-Hill Interamericana.
- Jordán Buenaventura, Ingrid Lizette .(2013). *Marco teórico y estado del arte sobre modelos de medición*. Recuperado el 8 de Noviembre de 2017, de <https://red.uao.edu.co/bitstream/10614/4838/1/TAD01277.pdf>
- Juliao, C. Á. (2014). *Diseño de un plan estratégico para mejorar eñ servicio a los clientes, fortaleciendo las competencias y la motivación de los empleados de la empresa Partner media cali*. Recuperado el 2017, de <https://red.uao.edu.co/bitstream/10614/5765/1/T03796.pdf>
- Lead. (s.f.). *¿Qué Es ISO 9001?* Recuperado el 5 de Noviembre de 2017, de <https://co.lead.bureauveritas.com/que-es-lead>

### Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

- Mejía Flores, V. M. (2017). *Compromiso organizacional y satisfacción laboral de los docentes de la Red 21 Ugel N° 02 Los Olivos, 2016*. Obtenido de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/8385/Mej%C3%ADa\\_FVM.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/8385/Mej%C3%ADa_FVM.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Milagros Cano Flores, y. D. (s.f.). *Algunos modelos de planeación...* Recuperado el 18 de mayo de 2016, de uv.mx: <http://www.uv.mx/iiesca/files/2012/12/modelos2008-2.pdf>
- Nudel, S. K. (16 de Julio de 2009). *Opinión: La importancia del servicio al cliente*. Recuperado el 26 de Noviembre de 2017, de [http://expansion.mx/opinion/2009/07/15/la-importancia-del-servicio-al-cliente?internal\\_source=PLAYLIST](http://expansion.mx/opinion/2009/07/15/la-importancia-del-servicio-al-cliente?internal_source=PLAYLIST)
- Occidente, A. d. (2015). *Aprico.org*. Recuperado el 02 de 03 de 2015, de Aprico.org: <http://aprico.org/index.php/la-cana-de-azucar/11-informacion-sobre-la-cana>
- Oropesa Roblejo, P., García Wilson, I., Puente Sani, V., & Matute Gainza, Y. (2009). Terapia asistida con animales como fuente de recurso en el tratamiento rehabilitador. *Medisan*, 6 - 13.
- Peel, M. (1991). *El servicio al cliente: guía para mejorar la atención y la asistencia*. . España: Ediciones Deusto.
- Perales, X. (3 de Octubre de 2014). *El ciclo del servicio y los momentos de verdad*. Recuperado el 10 de Enero de 2018, de <http://semanario.info/gerencia-negocios/2381-el-ciclo-del-servicio-y-los-momentos-de-verdad/>
- Perez, E. (14 de 09 de 2010). *Wapa Magazine*. Recuperado el 28 de 02 de 2015, de Wapa Magazine: <http://mujerwapa.com/Salud-y-Nutricion/la-canela-y-sus-propiedades-beneficiosas.html>
- Plazas Rojas, F. (2011). Alcance investigativo. En F. Plazas Rojas, *Investigación de mercados: Un enfoque gerencial 2da. Edición* (pág. 172). Bogotá, colombia: Ediciones de la U.
- Ministerio de salud y protección. 2015 *Que es un plan de Accion*. (s.f.). Recuperado el 01 de Noviembre de 2017, de <https://www.minsalud.gov.co/Documentos%20y%20Publicaciones/Plan%20de%20acci%C3%B3n.pdf>
- UC, C. d. (s.f.). *¿Qué hace el Consejero Académico?* Recuperado el 22 de Febrero de 2018, de <http://cequif.weebly.com/consejero-acadeacutemico.html>
- UNAD, U. N. (2013). <http://datateca.unad.edu.co>. Obtenido de <http://datateca.unad.edu.co>: [http://datateca.unad.edu.co/contenidos/301105/Archivos-2013-2/Reconocimiento/301105\\_LECTURA\\_Revision\\_de\\_Presaberes.pdf](http://datateca.unad.edu.co/contenidos/301105/Archivos-2013-2/Reconocimiento/301105_LECTURA_Revision_de_Presaberes.pdf)

### Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

- Uniminuto . (2014). *Plan de Desarrollo 2013-2019*. Obtenido de [http://www.uniminuto.edu/documents/941377/1441551/resumen\\_ejecutivo\\_completo\\_umd.pdf/d9ace7ea-dbf1-4e82-a2a3-5268814d09b5](http://www.uniminuto.edu/documents/941377/1441551/resumen_ejecutivo_completo_umd.pdf/d9ace7ea-dbf1-4e82-a2a3-5268814d09b5)
- Uniminuto. (2018). *Estadísticas Incidencias*. Bogotá.
- Uniminuto Admision y Registro UVD. (2018). *Admision y Registro UVD*. Bogotá: Uniminuto.
- Uniminuto. (s.f.). *Modelo Educativo*. Recuperado el 22 de Septiembre de 2017, de [http://www.uniminuto.edu/sistema-universitario/-/asset\\_publisher/0pu4OTH02TP2/content/modelo-educativo?inheritRedirect=false&redirect=http%3A%2F%2Fwww.uniminuto.edu%2Fsistema-universitario%3Fp\\_p\\_id%3D101\\_INSTANCE\\_0pu4OTH02TP2%26p\\_p\\_lifecycle%3D0%26p\\_p\\_sta](http://www.uniminuto.edu/sistema-universitario/-/asset_publisher/0pu4OTH02TP2/content/modelo-educativo?inheritRedirect=false&redirect=http%3A%2F%2Fwww.uniminuto.edu%2Fsistema-universitario%3Fp_p_id%3D101_INSTANCE_0pu4OTH02TP2%26p_p_lifecycle%3D0%26p_p_sta)
- Uniminuto. (s.f.). *Banner Contacto Bienestar*. Obtenido de [http://www.uniminuto.edu/web/lanos/bienestar-universitario1/-/asset\\_publisher/HDtOtiTvGY7/content/banner-contacto-bienestar?inheritRedirect=false](http://www.uniminuto.edu/web/lanos/bienestar-universitario1/-/asset_publisher/HDtOtiTvGY7/content/banner-contacto-bienestar?inheritRedirect=false)
- Uniminuto. Conoce las retenciones . (2017). *Conoce las retenciones*. Recuperado el 22 de Febrero de 2018, de <http://www.uniminuto.edu/web/tolima/-/conoce-las-retenciones-y-que-puedes-hacer-para-levantarlas-?inheritRedirect=true>
- Uniminuto. Historia . (2017). *Historia*. Recuperado el Noviembre de 2017, de <http://www.uniminuto.edu/historia>
- Uniminuto. Misión, mega y principios. (s.f.). *Misión, mega y principios*. Recuperado el 15 de Noviembre de 2017, de <http://www.uniminuto.edu/mision-mega-principios>
- UVD Uniminuto. Servicio al usuario. (enero de 2018). *Servicio al Usuario*. Obtenido de <https://www.uniminuto.edu/web/calidad/servicio-al-usuario>

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

## Anexo A.

## Evaluación de Desempeño

|   |  |
|---|--|
| <b>Periodo:</b> 201800                        | <b>Rectoría:</b> UVD                               |
| <b>Sede:</b> IEV-VIRTUAL-DISTANCIA            | <b>Area/Programa:</b> 23008150-                    |
| <b>Lider:</b> FABIAM ALEXANDER ENCISO BENITEZ | <b>Colaborador:</b> ERIKA RAMIREZ SAENZ            |
| <b>Cargo lider:</b> Coordinador               | <b>Cargo del colaborador:</b> Analista de Registro |

**>> Evaluacion cualitativa**

|  |  |
|--|--|
| <b>Fortalezas</b><br>Responsable<br>Persuasiva<br>Colaboradora | <b>Oportunidades de mejora</b><br>Aprender a escuchar a los demás<br>Concentración en las tareas asignadas<br>Ser más organizada |
|--|--|

| Competencia   | Nivel Objetivo  | Línea Base      |
|---|-----------------|-----------------|
| Competencia Misional-Compromiso misional                  | Alto desarrollo | Buen desarrollo |
| Competencia Misional-Innovación emprendedora              | Alto desarrollo | Buen desarrollo |
| Competencia Misional-Espíritu de servicio                 | Alto desarrollo | Buen desarrollo |
| Competencia Nivel 3-Experticia técnica                    | Alto desarrollo | Buen desarrollo |
| Competencia Nivel 3-Trabajo en equipo                     | Alto desarrollo | Buen desarrollo |
| Competencia Nivel 3-Capacidad de atención y concentración | Alto desarrollo | Buen desarrollo |
| Competencia Nivel 3-Relaciones interpersonales            | Alto desarrollo | Buen desarrollo |

| Evaluación de Capacitaciones   | Respuesta |
|--|-----------|
| Las capacitaciones recibidas han mejorado su desempeño   |           |
| Aplica las competencias obtenidas en las capacitaciones recibidas, de forma apropiada y pertinente |           |
| Las capacitaciones recibidas han contribuido al desarrollo de su área.                             |           |

**>> Actividades de mejoramiento**

| Seq | Apoyo          | Competencia                  | Actividad de Mejora  | Aplicable | Fecha     |
|-----|----------------|------------------------------|--|-----------|-----------|
| 1   | Requiere apoyo | Actividad de mejoramiento-Cu | Requiere capacitación para fortalecer el manejo de la herramienta excel                                | Aplica    | 30-NOV-18 |
| 2   | Requiere apoyo | Actividad de mejoramiento-Ta | Se solicita realizar curso para mejorar sus técnicas de servicio al usuario y de comunicación asertiva | Aplica    | 30-MAY-18 |

**>>Seguimiento a las actividades de mejoramiento**

| Item | Comentario | Fecha de seguimiento | Calificación de seguimiento | Calificación final |
|------|------------|----------------------|-----------------------------|--------------------|
|------|------------|----------------------|-----------------------------|--------------------|

**>> Objetivos para el periodo**

| Item | Objetivo  | Reto al que aporta                              | Aplicable | Fecha de realización |
|------|---|---|-----------|----------------------|
| 1    | Registrar las homologaciones en el sistema banner de acuerdo al cronograma establecido por la coordinación de admisiones y registro                                       | Sistema R. 6. Docencia, enseñanza y aprendizaje | Aplica    | 2018-11-30           |
| 2    | Dar trámite oportuno a las solicitudes de registro de asignaturas adicionales, extratiempo en las fechas establecidas por la sede en el calendario académico y financiero | Sistema R. 6. Docencia, enseñanza y aprendizaje | Aplica    | 2018-11-30           |

**>> Seguimiento de objetivos**

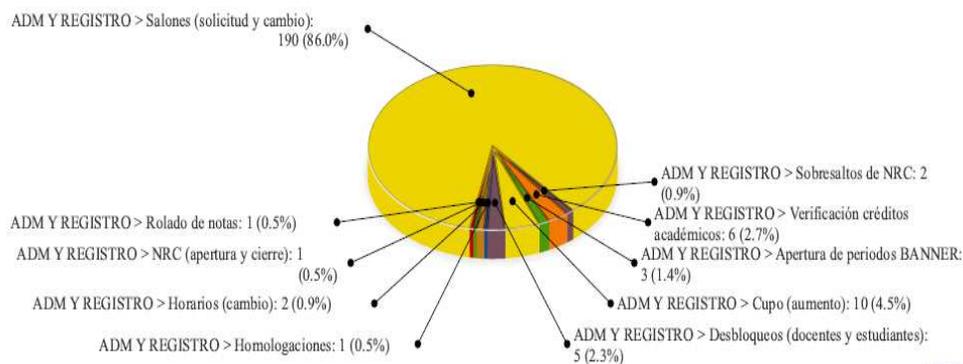
| Item | Comentario | Fecha de seguimiento | Calificación de seguimiento | Calificación final |
|------|------------|----------------------|-----------------------------|--------------------|
|------|------------|----------------------|-----------------------------|--------------------|

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

### Anexo B.

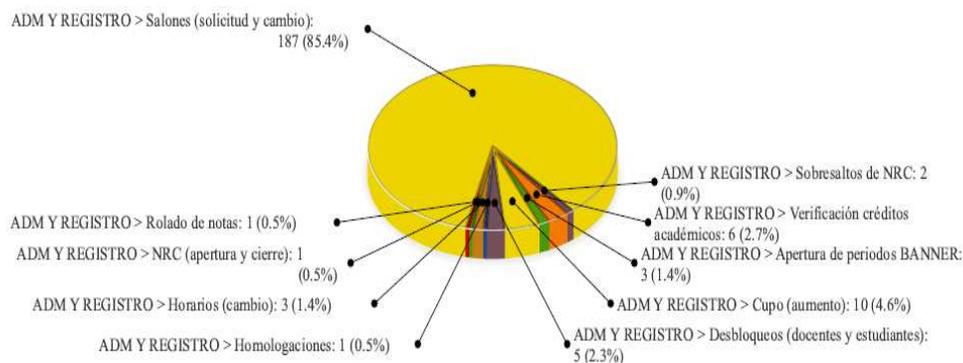
### Estadísticas Incidencias periodo 201750

Numero abierto - 221 - Incidencias

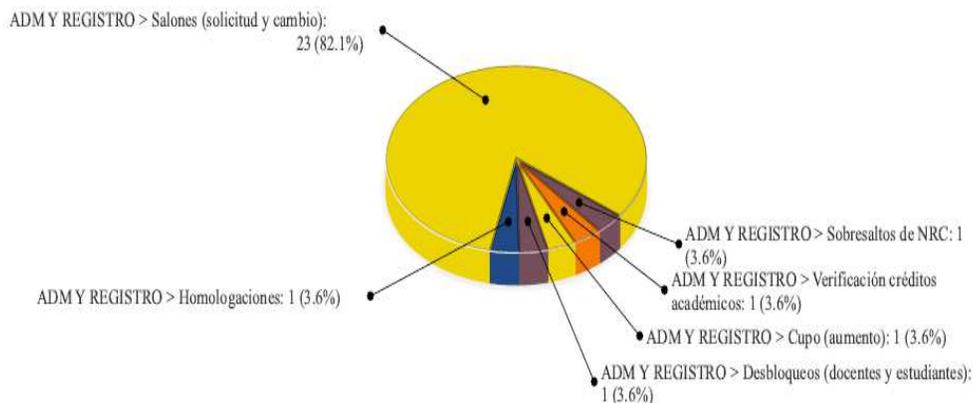


PNG / CSV

Numero solucionado - 219 - Incidencias



Numero resuelto tarde - 28 - Incidencias

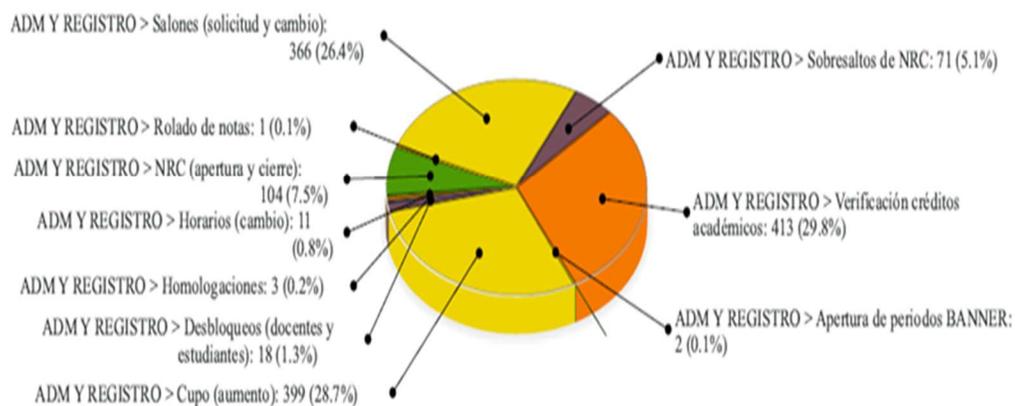


PNG / CSV

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

PNG / CSV

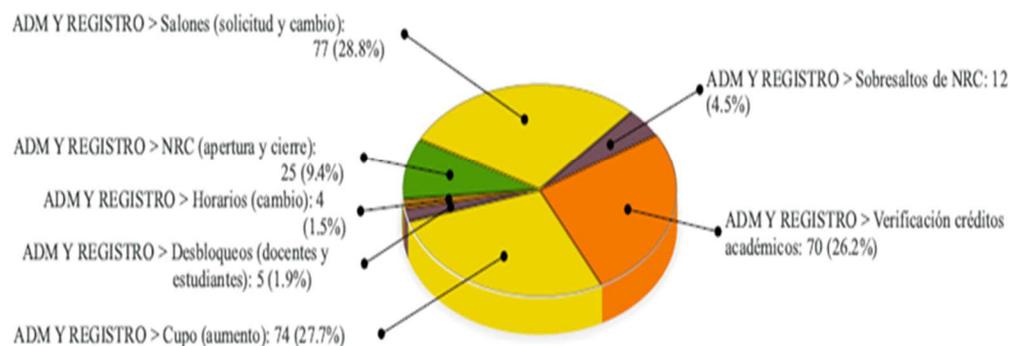
Numero cerrado - 1388 - Incidencias



22/3/2018

GLPI - Estadísticas

Encuesta de satisfacción - 267 - Incidencias



## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

## Anexo C.

## Formato Encuesta Estudiantes Nuevos.

|                                       |                         |                    |                      |                                 |
|---------------------------------------|-------------------------|--------------------|----------------------|---------------------------------|
| Totalmente<br>en<br>Desacuerdo<br>(1) | En<br>Desacuerdo<br>(2) | Indiferente<br>(3) | De<br>Acuerdo<br>(4) | Totalmente<br>de Acuerdo<br>(5) |
|---------------------------------------|-------------------------|--------------------|----------------------|---------------------------------|

| <b>Afirmaciones</b>   | <b>1</b> | <b>2</b> | <b>3</b> | <b>4</b> | <b>5</b> |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|
| Obtuve la información necesaria para manejar adecuadamente la plataforma virtual ( Aulas virtuales, Mi campus y Génesis)  |          |          |          |          |          |
| Comprendí claramente el modelo educativo a distancia y virtual  |          |          |          |          |          |
| Comprendí los derechos y deberes ( Reglamento estudiantil ) que tengo como estudiante de Uniminuto Virtual y a Distancia UVD  |          |          |          |          |          |
| Recibí la información sobre todos los beneficios que me ofrece bienestar Universitario al ser estudiante de UVD   |          |          |          |          |          |
| Fueron claras las fechas e indicaciones para adquirir mi carnet y los libros  |          |          |          |          |          |
| Siento que aproveché el tiempo con esta inducción para aclarar mis dudas y tener un adecuado desenvolvimiento a lo largo de mi proceso académico en Uniminuto           |          |          |          |          |          |
| <b>En caso de haber dado una respuesta negativa en alguno de los aspectos calificados, explíquenos “por qué” para seguir mejorando nuestro servicio, Gracias:</b> _____ |          |          |          |          |          |
| _____   |          |          |          |          |          |
| _____   |          |          |          |          |          |

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

**Anexo D.**  
**Perfiles y Funciones de los funcionarios Uniminuto**

|   |  |   |                            |
|---|--|---|----------------------------|
| <b>Perfiles, Funciones Y Competencias</b>   |  | Versión:                                    | 3.0                        |
|   |  | Código:                                     | FR-TH-PGH-08               |
|   |  | Fecha:                                      | 30-ago-13                  |
| <b>Reclutamiento y Selección de Personal</b>  |  |   |                            |
| <b>1. CARGO</b>   |  |   |                            |
| Macroproceso  | Gestión Financiera y Gestión Administrativa    |   |                            |
| Dependencia   | Dirección Administrativa y Financiera          |   |                            |
| Departamento/Área   | Administrativa y Financiera                    |   |                            |
| Nombre del Cargo  | <b>Coordinador(a) de Admisiones y Registro</b> |   |                            |
| Nivel del cargo**   | __ Nivel 1                                     | <input checked="" type="checkbox"/> Nivel 2 | __ Nivel 3      __ Nivel 4 |
| Cargo del líder Inmediato   | Director(a) Administrativo y Financiero UVD    |   |                            |
| Fecha de elaboración del perfil   | Agosto 2014                                    |   |                            |
| <b>1.1 Misión del cargo</b>   |  |   |                            |
| <b>Resumen del propósito básico del cargo expresado en términos de:<br/>Que hace el cargo y Para que lo hace. (Como agrega valor al Macroproceso)</b>   |  |   |                            |
| Responder por los procesos relacionados con la inscripción, selección, inducción y registro de los estudiantes que ingresan como nuevos, antiguos, por reingreso, traslado o transferencia a los diferentes programas de pregrado y postgrado que se ofrece conforme a la normatividad vigente. Con el fin de garantizar la fiabilidad y transparencia de los registros académicos de los estudiantes de la institución mediante la actualización, archivo y custodia de los elementos. |  |   |                            |
| <b>1.2 Principales funciones y responsabilidades del cargo</b>  |  |   |                            |
| <b>Función o acción principal<br/>¿Qué hace?</b>  |  |   |                            |
| Preparar el material de instrucción para aspirantes que deseen ingresar a la Universidad.   |  |   |                            |
| Velar por la oportuna apertura del periodo académico para ingreso de la información de aspirantes nuevos, antiguos e información académica.   |  |   |                            |
| Realizar la aplicación de exenciones, becas y convenios reglamentarios para efectos de matrícula financiera.  |  |   |                            |
| Generar informes estadísticos históricos, cuatrimestrales y semestrales sobre inscripción, matrícula, discriminados por programa.   |  |   |                            |
| Verificar la legalidad de la documentación exigida para la vinculación de los estudiantes e informar a las pertinentes.   |  |   |                            |
| Realizar la parametrización para proceso de grados.   |  |   |                            |
| Velar que los estudiantes cumplan con los requisitos de ingreso.  |  |   |                            |
| Cuidar los recursos físicos y de información que le sean asignados, buscando su adecuada administración ante posibles riesgos que los afecten.  |  |   |                            |
| Las demás que les sean asignadas por autoridad competente, de acuerdo con el área de desempeño.   |  |   |                            |
| <b>1.3 Relaciones Internas</b>  |  |   |                            |
| Hace referencia a los contactos que, por razones de las funciones del cargo, debe tener con personal interno no perteneciente a la misma dependencia, es decir que no reporte directa ni indirectamente al mismo Líder. Favor no especificar nombres de personas.   |  |   |                            |

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

| ¿Con quién?  | ¿Para qué?  | Frecuencia<br>(Permanente, Diario,<br>Semanal u ocasional) |
|--|---|--|
| Estudiantes - Tesorería<br>Administrativos.  | Manejar temas administrativos de admisión   | Permanente   |
| <b>1.4 Relaciones Externas</b>   |   |  |
| Hace referencia a los contactos que, por razones de las funciones del cargo, debe tener con personal externo no perteneciente a la misma dependencia, es decir que no reporte directa ni indirectamente al mismo Líder. Favor no especificar nombres de personas.  |   |  |
| ¿Con quién?  | ¿Para qué?  | Frecuencia<br>(Permanente, Diario,<br>Semanal u ocasional) |
| Entidades -<br>Gubernamentales<br>Empresas Privadas  | Establecer convenios establecidos para apoyo educativo a los<br>estudiantes   | Ocasional  |
| <b>1.5 Perfil del cargo</b>  |   |  |
| <b>Educación</b>   |   |  |
| <b>Se indica el tipo y título requerido y, si aplica, un número mínimo de semestres aprobados.</b>   |   |  |
| Título de formación profesional en áreas de administración de empresas, ingeniería industrial o afines   |   |  |
| <b>Formación y Conocimientos</b>   |   |  |
| <b>(Diplomados, cursos técnicos específicos, certificaciones y otros. De no tener certificaciones, los conocimientos requeridos serán evidenciados a través de la prueba técnica)</b>  |   |  |
| <b>Nombre</b>  | <b>Indispensable</b>  | <b>Deseable</b>  |
| SAP  |   | <b>X</b>   |
| Servicio al Cliente  |   | <b>X</b>   |
| Educación virtual  | <b>X</b>  |  |
| <b>Experiencia Laboral - (Especificar en años)</b>   |   |  |
| <b>Experiencia total</b>   | <b>Experiencia específica o relacionada en cargos similares<br/>(Esta experiencia hace parte de la experiencia total)</b> |  |
| 2 años   | 1 año   |  |
| <b>Nivel de Supervisión</b>  |   |  |
| Cargos que le reportan <b>directamente</b> al cargo  |   | No. de ocupantes   |
| Analista de Registro<br>Auxiliar Admisiones y Registro   |   | 2  |
| Cargos que le reportan <b>indirectamente</b> al cargo  |   | No. de ocupantes   |
| Ninguno  |   | 0  |
| <b>Responsabilidad Presupuestal</b>  |   |  |
| <b>Cifras anuales representadas en ingresos o egresos por las que responden y afecta directa o indirectamente el cargo. Está dado por la libertad para actuar y su contribución a los resultados finales de la organización (no es la ejecución del dinero, sino la toma de decisiones finales sobre la destinación del Recurso)</b> |   |  |
|  | <b>Marque con una X</b>   | <b>Monto en SMMLV</b>                                      |
| Si es el responsable del área, por<br>ingresos   | NO    X    SI   |  |
| Si es el responsable del área, por<br>egresos  | NO    X    SI   |  |
| <b>1.6 Competencias del cargo</b>  |   |  |
| <b>Misionales</b>  |   |  |
| <b>Competencia</b>   | <b>Nivel (*)</b>  |  |
| Compromiso Misional  | <b>B</b>  |  |

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

|  |                  |
|--|------------------|
| Espíritu de Servicio   | <b>B</b>         |
| Innovación Emprendedora  | <b>B</b>         |
| <b>Específicas del Cargo (**)</b>                              |                  |
| <b>Competencia</b>   | <b>Nivel (*)</b> |
| Experticia Profesional   | <b>A</b>         |
| Relaciones Interpersonales                                     | <b>A</b>         |
| Trabajo en equipo y colaboración                               | <b>A</b>         |
| (*) Nivel requerido, según el diccionario de Competencias      |                  |
| (**) Ver Diccionario de Competencias (Perfil por competencias) |                  |

|   |  |   |              |
|---|--|---|--------------|
| <b>PERFIL, Funciones Y Competencias</b>   |  | VERSIÓN:  | 4.0          |
|   |  | CÓDIGO:   | FR-TH-PGH-08 |
|   |  | FECHA:  | 27-feb-15    |
| <b>Reclutamiento y Selección de Personal</b>  |  |   |              |
| <b>1. CARGO</b>   |  |   |              |
| Macroproceso  | Formación  |   |              |
| Dependencia   | Coordinación de Admisiones y Registro UVD                  |   |              |
| Departamento/Área   | Administrativa y Financiera                                |   |              |
| Nombre del Cargo  | <b>Auxiliar de facturación</b>                             |   |              |
| Nivel del cargo**   | ___ Nivel 1    ___ Nivel 2    ___ Nivel 3 <u>X</u> Nivel 4 |   |              |
| Cargo del líder Inmediato   | Coordinador(a) de Admisiones y Registro UVD                |   |              |
| Fecha de elaboración del perfil   | Febrero de 2015  |   |              |
| <b>1.1 Misión del cargo</b>   |  |   |              |
| <b>Resumen del propósito básico del cargo expresado en términos de:<br/>QUE HACE el cargo y PARA QUE LO HACE. (Como agrega valor al Macroproceso)</b>   |  |   |              |
| Generar los diferentes recibos de pago de acuerdo a los procedimientos establecidos en la Institución y atender con oportunidad a los estudiantes   |  |   |              |
| <b>1.2 Principales funciones y responsabilidades del cargo</b>  |  |   |              |
| <b>Función o acción principal<br/>¿QUÉ HACE?</b>  |  |   |              |
| Apoyar al área realizando labores propias de asistencia administrativa, encaminadas a facilitar el desarrollo y ejecución de las actividades del área de desempeño cumpliendo con los procedimientos establecidos.  |  |   |              |
| Orientar a los usuarios y suministrar la información que le sea solicitada, de conformidad con los procedimientos establecidos.   |  |   |              |
| Realizar la documentación administrativa necesaria de acuerdo a los requerimientos.   |  |   |              |
| Realizar la aplicación en los sistemas de información para validar el cumplimiento de requisitos y expedición de recibos.   |  |   |              |
| Cuidar los recursos físicos y de información que le sean asignados, buscando su adecuada administración ante posibles riesgos que los afecten.  |  |   |              |
| Las demás que les sean asignadas por autoridad competente, de acuerdo con el área de desempeño.   |  |   |              |
| <b>1.3 Relaciones Internas</b>  |  |   |              |
| Hace referencia a los contactos que, por razones de las funciones del cargo, debe tener con personal interno no perteneciente a la misma dependencia, es decir que no reporte directa ni indirectamente al mismo Líder. Favor no especificar nombres de personas. |  |   |              |
| <b>¿Con quién?</b>  | <b>¿Para qué?</b>  | <b>Frecuencia<br/>(Permanente, Diario,<br/>Semanal u ocasional)</b> |              |
| Coordinación nacional de matrículas   | Solicitar los certificados de pago                         | Permanente  |              |
| <b>1.4 Relaciones Externas</b>  |  |   |              |
| Hace referencia a los contactos que, por razones de las funciones del cargo, debe tener con personal externo no perteneciente a la misma dependencia, es decir que no reporte directa ni indirectamente al mismo Líder. Favor no especificar nombres de personas. |  |   |              |

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

| ¿Con quién?  | ¿Para qué?  | Frecuencia<br>(Permanente, Diario,<br>Semanal u ocasional) |                       |
|--|---|--|-----------------------|
| Estudiantes  | Atender requerimientos y brindar información  | Permanente   |                       |
| <b>1.5 Perfil del cargo</b>  |   |  |                       |
| <b>EDUCACIÓN</b>   |   |  |                       |
| <b>Se indica el tipo y título requerido y, si aplica, un número mínimo de semestres aprobados.</b>   |   |  |                       |
| Título de formación técnica o tecnológica en carreras administrativas, financieras, ingenierías, afines o mínimo sexto semestre en carreras administrativas, ciencias económicas, ingenierías industriales o de sistemas y/o afines.   |   |  |                       |
| <b>FORMACIÓN Y CONOCIMIENTOS</b>   |   |  |                       |
| <b>(Diplomados, cursos técnicos específicos, certificaciones y otros. De no tener certificaciones, los conocimientos requeridos serán evidenciados a través de la prueba técnica)</b>  |   |  |                       |
| <b>Nombre</b>  | <b>Indispensable</b>  | <b>Deseable</b>  |                       |
| Manejo de herramientas ofimáticas  | <b>X</b>  |  |                       |
| <b>EXPERIENCIA LABORAL (Especificar en años)</b>   |   |  |                       |
| <b>Experiencia total</b>   | <b>Experiencia específica o relacionada en cargos similares<br/>(Esta experiencia hace parte de la experiencia total)</b> |  |                       |
| 1 año  | 6 meses   |  |                       |
| <b>NIVEL DE SUPERVISIÓN</b>  |   |  |                       |
| Cargos que le reportan <b>directamente</b> al cargo  | No. de ocupantes  |  |                       |
| Ninguno  |   |  |                       |
| Cargos que le reportan <b>indirectamente</b> al cargo  | No. de ocupantes  |  |                       |
| Ninguno  |   |  |                       |
| <b>RESPONSABILIDAD PRESUPUESTAL</b>  |   |  |                       |
| <b>Cifras anuales representadas en ingresos o egresos por las que responden y afecta directa o indirectamente el cargo. Está dado por la libertad para actuar y su contribución a los resultados finales de la organización (no es la ejecución del dinero, sino la toma de decisiones finales sobre la destinación del Recurso)</b> |   |  |                       |
|  | <b>Maque con una X</b>  |  | <b>Monto en SMMLV</b> |
| Si es el responsable del área, por ingresos  | NO  | SI   | N/A                   |
| Si es el responsable del área, por egresos   | NO  | SI   | N/A                   |
| <b>1.6 COMPETENCIAS DEL CARGO</b>  |   |  |                       |
| <b>MISIONALES</b>  |   |  |                       |
| <b>Competencia</b>   | <b>Nivel (*)</b>  |  |                       |
| Compromiso Misional  | <b>B</b>  |  |                       |
| Espíritu de Servicio   | <b>B</b>  |  |                       |
| Innovación Emprendedora  | <b>B</b>  |  |                       |
| <b>ESPECÍFICAS DEL CARGO (**)</b>  |   |  |                       |
| <b>Competencia</b>   | <b>Nivel (*)</b>  |  |                       |
| Adaptación al cambio   | <b>A</b>  |  |                       |
| Colaboración   | <b>A</b>  |  |                       |
| Capacidad de atención y concentración.   | <b>A</b>  |  |                       |
| (*) Nivel requerido, según el diccionario de Competencias  |   |  |                       |
| (**) Ver Perfil por Competencias   |   |  |                       |

## Mejoramiento de Servicio al Cliente en el Área de Admisiones y Registro de Uniminuto

## Anexo E.

## Formato Encuesta Especializaciones.

| UNIMINUTO<br>Corporación Universitaria Minuto de Dios<br>Educación de calidad al alcance de todos  |   | Sede Virtual y a Distancia |   | SGS |   |         |   |   |   |   |   |                         |  |  |  |  |  |                      |  |  |  |  |  |            |  |  |  |  |  |          |  |  |  |  |  |             |  |  |  |  |  |                       |  |  |  |  |  |   |  |  |  |  |  |         |   |   |   |   |   |                         |  |  |  |  |  |                      |  |  |  |  |  |            |  |  |  |  |  |          |  |  |  |  |  |             |  |  |  |  |  |                       |  |  |  |  |  |
|--|---|----------------------------|---|-----|---|---------|---|---|---|---|---|-------------------------|--|--|--|--|--|----------------------|--|--|--|--|--|------------|--|--|--|--|--|----------|--|--|--|--|--|-------------|--|--|--|--|--|-----------------------|--|--|--|--|--|---|--|--|--|--|--|---------|---|---|---|---|---|-------------------------|--|--|--|--|--|----------------------|--|--|--|--|--|------------|--|--|--|--|--|----------|--|--|--|--|--|-------------|--|--|--|--|--|-----------------------|--|--|--|--|--|
| <p><b>¡ESPECIALIZACION GERENCIA FINANCIERA UVD</b></p> <p>Solicitamos su amable colaboración diligenciando el siguiente cuestionario, a fin de conocer su interés frente a continuar sus estudios en la línea de la Especialización en Gerencia Financiera</p> <p><b>Nombre del programa:</b> _____</p> <p>1. Le interesa el contenido del programa en Gerencia Financiera<br/>SI ___ NO ___ ¿Por qué?<br/>_____</p> <p>2. Valore los siguientes aspectos del 1 al 5 según su opinión, donde uno es la calificación más baja y 5 la más alta:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Aspecto</th> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Descuento Egresados.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>2. Malla Curricular.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>3. Precio.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>4. Sede.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>5. Horario.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>6. Opciones de Grado.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>3. En su opinión, ¿Recomendaría la Especialización? Si ___ No. _____</p> <p>4. ¿De lo que conoce; qué le gustaría que se incluyera en el programa para su desempeño profesional (Eje: Normas Niff, Excel Financiero, Juego de Bolsa, etc.) ?<br/>_____</p> <p>5. ¿Qué comentarios o sugerencias tiene respecto del programa? _____</p> <p style="text-align: right;">¡Muchas gracias!</p> |   |                            |   |     |   | Aspecto | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1. Descuento Egresados. |  |  |  |  |  | 2. Malla Curricular. |  |  |  |  |  | 3. Precio. |  |  |  |  |  | 4. Sede. |  |  |  |  |  | 5. Horario. |  |  |  |  |  | 6. Opciones de Grado. |  |  |  |  |  | <p><b>¡ESPECIALIZACION GERENCIA FINANCIERA UVD</b></p> <p>Solicitamos su amable colaboración diligenciando el siguiente cuestionario, a fin de conocer su interés frente a continuar sus estudios en la línea de la Especialización en Gerencia Financiera</p> <p><b>Nombre del programa:</b> _____</p> <p>1. Le interesa el contenido del programa en Gerencia Financiera Si ___ No. ___ Por que _____</p> <p>2. Valore los siguientes aspectos del 1 al 5 según su opinión, donde uno es la calificación más baja y 5 la más alta:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Aspecto</th> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1. Descuento Egresados.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>2. Malla Curricular.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>3. Precio.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>4. Sede.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>5. Horario.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>6. Opciones de Grado.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>3. En su opinión, ¿Recomendaría la Especialización?<br/>Si ___ No. _____</p> <p>4. ¿De lo que conoce; qué le gustaría que se incluyera en el programa para su desempeño profesional (Eje: Normas Niff, Excel Financiero, Juego de Bolsa, etc.) ?<br/>_____</p> <p style="text-align: right;">¡Muchas gracias!</p> |  |  |  |  |  | Aspecto | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1. Descuento Egresados. |  |  |  |  |  | 2. Malla Curricular. |  |  |  |  |  | 3. Precio. |  |  |  |  |  | 4. Sede. |  |  |  |  |  | 5. Horario. |  |  |  |  |  | 6. Opciones de Grado. |  |  |  |  |  |
| Aspecto  | 1 | 2                          | 3 | 4   | 5 |         |   |   |   |   |   |                         |  |  |  |  |  |                      |  |  |  |  |  |            |  |  |  |  |  |          |  |  |  |  |  |             |  |  |  |  |  |                       |  |  |  |  |  |   |  |  |  |  |  |         |   |   |   |   |   |                         |  |  |  |  |  |                      |  |  |  |  |  |            |  |  |  |  |  |          |  |  |  |  |  |             |  |  |  |  |  |                       |  |  |  |  |  |
| 1. Descuento Egresados.  |   |                            |   |     |   |         |   |   |   |   |   |                         |  |  |  |  |  |                      |  |  |  |  |  |            |  |  |  |  |  |          |  |  |  |  |  |             |  |  |  |  |  |                       |  |  |  |  |  |   |  |  |  |  |  |         |   |   |   |   |   |                         |  |  |  |  |  |                      |  |  |  |  |  |            |  |  |  |  |  |          |  |  |  |  |  |             |  |  |  |  |  |                       |  |  |  |  |  |
| 2. Malla Curricular.   |   |                            |   |     |   |         |   |   |   |   |   |                         |  |  |  |  |  |                      |  |  |  |  |  |            |  |  |  |  |  |          |  |  |  |  |  |             |  |  |  |  |  |                       |  |  |  |  |  |   |  |  |  |  |  |         |   |   |   |   |   |                         |  |  |  |  |  |                      |  |  |  |  |  |            |  |  |  |  |  |          |  |  |  |  |  |             |  |  |  |  |  |                       |  |  |  |  |  |
| 3. Precio.   |   |                            |   |     |   |         |   |   |   |   |   |                         |  |  |  |  |  |                      |  |  |  |  |  |            |  |  |  |  |  |          |  |  |  |  |  |             |  |  |  |  |  |                       |  |  |  |  |  |   |  |  |  |  |  |         |   |   |   |   |   |                         |  |  |  |  |  |                      |  |  |  |  |  |            |  |  |  |  |  |          |  |  |  |  |  |             |  |  |  |  |  |                       |  |  |  |  |  |
| 4. Sede.   |   |                            |   |     |   |         |   |   |   |   |   |                         |  |  |  |  |  |                      |  |  |  |  |  |            |  |  |  |  |  |          |  |  |  |  |  |             |  |  |  |  |  |                       |  |  |  |  |  |   |  |  |  |  |  |         |   |   |   |   |   |                         |  |  |  |  |  |                      |  |  |  |  |  |            |  |  |  |  |  |          |  |  |  |  |  |             |  |  |  |  |  |                       |  |  |  |  |  |
| 5. Horario.  |   |                            |   |     |   |         |   |   |   |   |   |                         |  |  |  |  |  |                      |  |  |  |  |  |            |  |  |  |  |  |          |  |  |  |  |  |             |  |  |  |  |  |                       |  |  |  |  |  |   |  |  |  |  |  |         |   |   |   |   |   |                         |  |  |  |  |  |                      |  |  |  |  |  |            |  |  |  |  |  |          |  |  |  |  |  |             |  |  |  |  |  |                       |  |  |  |  |  |
| 6. Opciones de Grado.  |   |                            |   |     |   |         |   |   |   |   |   |                         |  |  |  |  |  |                      |  |  |  |  |  |            |  |  |  |  |  |          |  |  |  |  |  |             |  |  |  |  |  |                       |  |  |  |  |  |   |  |  |  |  |  |         |   |   |   |   |   |                         |  |  |  |  |  |                      |  |  |  |  |  |            |  |  |  |  |  |          |  |  |  |  |  |             |  |  |  |  |  |                       |  |  |  |  |  |
| Aspecto  | 1 | 2                          | 3 | 4   | 5 |         |   |   |   |   |   |                         |  |  |  |  |  |                      |  |  |  |  |  |            |  |  |  |  |  |          |  |  |  |  |  |             |  |  |  |  |  |                       |  |  |  |  |  |   |  |  |  |  |  |         |   |   |   |   |   |                         |  |  |  |  |  |                      |  |  |  |  |  |            |  |  |  |  |  |          |  |  |  |  |  |             |  |  |  |  |  |                       |  |  |  |  |  |
| 1. Descuento Egresados.  |   |                            |   |     |   |         |   |   |   |   |   |                         |  |  |  |  |  |                      |  |  |  |  |  |            |  |  |  |  |  |          |  |  |  |  |  |             |  |  |  |  |  |                       |  |  |  |  |  |   |  |  |  |  |  |         |   |   |   |   |   |                         |  |  |  |  |  |                      |  |  |  |  |  |            |  |  |  |  |  |          |  |  |  |  |  |             |  |  |  |  |  |                       |  |  |  |  |  |
| 2. Malla Curricular.   |   |                            |   |     |   |         |   |   |   |   |   |                         |  |  |  |  |  |                      |  |  |  |  |  |            |  |  |  |  |  |          |  |  |  |  |  |             |  |  |  |  |  |                       |  |  |  |  |  |   |  |  |  |  |  |         |   |   |   |   |   |                         |  |  |  |  |  |                      |  |  |  |  |  |            |  |  |  |  |  |          |  |  |  |  |  |             |  |  |  |  |  |                       |  |  |  |  |  |
| 3. Precio.   |   |                            |   |     |   |         |   |   |   |   |   |                         |  |  |  |  |  |                      |  |  |  |  |  |            |  |  |  |  |  |          |  |  |  |  |  |             |  |  |  |  |  |                       |  |  |  |  |  |   |  |  |  |  |  |         |   |   |   |   |   |                         |  |  |  |  |  |                      |  |  |  |  |  |            |  |  |  |  |  |          |  |  |  |  |  |             |  |  |  |  |  |                       |  |  |  |  |  |
| 4. Sede.   |   |                            |   |     |   |         |   |   |   |   |   |                         |  |  |  |  |  |                      |  |  |  |  |  |            |  |  |  |  |  |          |  |  |  |  |  |             |  |  |  |  |  |                       |  |  |  |  |  |   |  |  |  |  |  |         |   |   |   |   |   |                         |  |  |  |  |  |                      |  |  |  |  |  |            |  |  |  |  |  |          |  |  |  |  |  |             |  |  |  |  |  |                       |  |  |  |  |  |
| 5. Horario.  |   |                            |   |     |   |         |   |   |   |   |   |                         |  |  |  |  |  |                      |  |  |  |  |  |            |  |  |  |  |  |          |  |  |  |  |  |             |  |  |  |  |  |                       |  |  |  |  |  |   |  |  |  |  |  |         |   |   |   |   |   |                         |  |  |  |  |  |                      |  |  |  |  |  |            |  |  |  |  |  |          |  |  |  |  |  |             |  |  |  |  |  |                       |  |  |  |  |  |
| 6. Opciones de Grado.  |   |                            |   |     |   |         |   |   |   |   |   |                         |  |  |  |  |  |                      |  |  |  |  |  |            |  |  |  |  |  |          |  |  |  |  |  |             |  |  |  |  |  |                       |  |  |  |  |  |   |  |  |  |  |  |         |   |   |   |   |   |                         |  |  |  |  |  |                      |  |  |  |  |  |            |  |  |  |  |  |          |  |  |  |  |  |             |  |  |  |  |  |                       |  |  |  |  |  |