

**UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA****FICHA TÉCNICA DE INDICADORES - HOJA DE VIDA DEL INDICADOR**
**CÓDIGO:**  
 FPIN-018  
**VERSIÓN:** 06  
**EMISIÓN:**  
 25/05/2017  
**PÁGINA**  
 1 DE 1

<b>PROCESO:</b>	Comunicaciones	Fecha de Diligenciamiento	18/07/2017
-----------------	----------------	---------------------------	------------

<b>NOMBRE DEL INDICADOR:</b>	Índice de Satisfacción del Cliente
------------------------------	------------------------------------

<b>TIPO</b>	Eficiencia <input type="checkbox"/> Eficacia <input checked="" type="checkbox"/> Efectividad <input type="checkbox"/>
-------------	---

**OBJETIVO DEL PROCESO U OBJETIVO DE CALIDAD DEL SIGEC**

Informar de manera oportuna, veraz y entendible el quehacer institucional para establecer vínculos comunicativos en la comunidad universitaria; así como proyectar y fortalecer la imagen de la Institución a la sociedad en general.

**PROPÓSITO DEL INDICADOR**

Medir el grado de satisfacción que los clientes internos y externos del Proceso de Comunicaciones tienen hacia los servicios prestados

**RESPONSABLE**

Líder Proceso de Comunicación

**FÓRMULA DE CÁLCULO**

Calificación total obtenida / calificación total esperada por 100

**VARIABLES Y DATOS**

<b>FUENTES DE INFORMACIÓN</b>	Clientes internos y externos
<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	Porcentaje
<b>FRECUENCIA DE TOMA DE DATOS</b>	Semanal
<b>FRECUENCIA DE MEDICIÓN</b>	Semestral

<b>TENDENCIA</b>	<b>META</b>			<b>NIVEL DE DESAGREGACIÓN</b>
	Mínima	Satisfactoria	Sobresaliente	
	80%	90%	95%	N.A

<b>DOCUMENTOS DE SOPORTE</b>	<b>USUARIOS</b>
Formato Encuesta de Satisfacción	proceso de Comunicaciones, Seguimiento y Control, Planeación Institucional, Gestión de la Calidad

**VOCABULARIO**

No aplica

**INTERPRETACIÓN / ANÁLISIS**

Este porcentaje representa le nivel de satisfacción de los usuarios que solicitaron los servicios de la Unidad de Comunicaciones de acuerdo a lo establecido en el formato FCOM:012

**OBSERVACIONES**

El instrumento para medir este indicador se hace a través del formato FCOM:012