

BASES
CONCURSO ATENCIÓN AL
CLIENTE 2015





CONCURSO DE ATENCIÓN AL USUARIO

“Orgullosos de nuestro talento” busca mejorar la motivación a través del reconocimiento, tu aporte y mejoras en tu Facultad y área son muy importantes. Mejora tus procesos trabajando en equipo.

El Concurso está orientado a la gestión eficiente del servicio al cliente externo e interno, enfatizando este año el lema **“PON TU CREATIVIDAD EN ACCIÓN”** mejora la motivación y el compromiso organizacional.

La Universidad de San Martín de Porres en su Sede de Lima y Chiclayo iniciará el concurso el **9 de febrero y finalizará el 9 de noviembre de 2015.**

El concurso tiene por objetivo, brindar un servicio integral a nuestros usuarios: alumnos, padres de familia, docentes, proveedores y compañeros. Este año nuestro desafío es consolidar el compromiso para disminuir la rotación.

Los instrumentos de medición se aplicarán de manera continua por las Facultades para las acciones correctivas.

Los comités del concurso serán activos participantes durante todo el proceso del Concurso de Atención al Usuario. Necesariamente el comité del concurso estará conformado por los participantes en la Universidad Interna 2013-2014. La relación del Comité del Concurso será enviado hasta el día 16 de febrero para ser publicado en la pestaña **COMITÉ DEL CONCURSO.**



Los puntos Sanmartinianos serán otorgados por los evaluadores, según la siguiente tabla:

| Actividades | Puntos San Martinianos | Frecuencia | Aplicación de mejoras |
|---|------------------------|-------------------------------|---|
| Encuestas a alumnos | 50 | 2 veces al año | Presentar informe de mejora/ agosto 2015 |
| Encuestas a docentes | 20 | 2 veces al año | Presentar informe de mejora / agosto 2015 |
| Encuesta a colaboradores por área | 30 | 1 vez al año | Disminución de rotación |
| Grabación del Video –Inducción Virtual | 20 | 1 vez al año | Culminado en febrero 2015 |
| Participación en los cursos de la Universidad Interna | 50 | Universidad Interna Diplomado | Mínimo el 30% de la Facultad (incluyendo los Jefes Administrativos y Jefes de área. |

La Universidad de San Martín de Porres crea valor mediante la implementación de nuevas ideas. Para incentivar el talento y el trabajo en equipo en todas las Facultades, incluyendo Oficina de admisión, Centro Pre Universitario, Unidad de Categorización. Centro de Idiomas y USMP Virtual.

Concursos durante el presente año:

Marzo: “Mi video innovador de servicio”.

Los colaboradores volcarán su imaginación, creatividad, proactividad, perseverancia, colaboración, trabajo en equipo, fuerza de voluntad, coraje para atreverse a hacer las cosas de manera diferente promocionando los servicios, beneficios, impacto en la sociedad (Cuidado del medio ambiente).

(Estructura: Simple –Entretenido-Mensajes subliminales/ Duración: 5 minutos como máximo).

Julio: “Show de Talentos”

Cada Facultad invitará a inscribirse a sus colaboradores de la manera más ingeniosa, mientras mayor difusión y comunicación eficaz utilicen mejores resultados tendrán.

Octubre: “Pasacalle”

En el mes de octubre se llevará a cabo el Pasacalle II entre Facultades en la Ciudad Universitaria.

Las actividades serán subidas en la Pestaña **CONCURSOS**.

El presente concurso nos diferencia de las demás Universidades. Dicho compromiso es tarea de todos, por eso te invitamos a que participes con entusiasmo y responsabilidad en donde tú podrías ser el ganador, tu área o tu Facultad.

Las evaluaciones se realizarán mediante un equipo denominado **“Evaluadores del servicio”**.

Las siguientes bases regulan el presente concurso **“Atención al usuario 2015”**.

BASES

1. Alcance y Objetivo :

Todas las Facultades, Oficina de Admisión, Centro Pre Universitario, Unidad de Categorización, Centro de Idiomas y USMP Virtual en la Sede Lima y Chiclayo están automáticamente inscritas.

Se busca la mejora de los procesos a través del trabajo en equipo, la participación entre los colaboradores sobre aspectos de calidad de servicio de nuestro cliente externo e interno. Igualmente, buscamos que se desarrollen las actividades con eficiencia en un marco de mejora continua.

La Universidad Interna brindará cursos especializados y de atención al cliente para lograr los objetivos.

El compromiso de todos es brindar un servicio con Calidad, identificándose con la Institución, practicando los Valores Institucionales.

Finalmente, buscamos promover una cultura de calidad y servicio en todos los colaboradores, frente a los nuevos retos que se plantea la Universidad de San Martín de Porres, mejorando su competitividad para el desarrollo del servicio excepcional al cliente, acorde con las exigencias impuestas a las instituciones con estándares de calidad internacional.

Objetivos en relación al usuario:

- Identificar sus necesidades y expectativas.
- Conocer su percepción sobre el servicio.
- Medir su nivel de satisfacción : atención de áreas (Encuestas)
- Mejorar la comunicación efectiva y escucha al cliente.
- Orientar la organización hacia el cliente.

Objetivos en relación a la mejora de procesos:

- Identificar oportunidades de mejora en el área de trabajo y mediante la aplicación de la metodología lograr mejores resultados en la gestión.
- Fomentar una Cultura de Calidad entre los miembros de la Universidad de San Martín de Porres en las relaciones académicas, sociales y personales entre profesores, estudiantes, graduados, personal administrativo y todo aquel que forme parte de su entorno social.

2. ¿Quiénes participan?

Todos los colaboradores de las Facultades, Oficina de Admisión, Centro Pre Universitario, Unidad de Categorización, Centro de Idiomas y Usmp Virtual en las Sedes Lima y Chiclayo.

3. Reconocimientos:

Se premiará de la siguiente manera:

- **Facultad destacada:**

Se otorgará un trofeo a la Facultad ganadora, en la clausura de la Universidad Interna.

- **Área destacada:**

Se premiará al área destacada que haya ocupado el primer lugar por sobresalir en la ambientación de su área e involucramiento de sus colaboradores.

- **Trabajadores destacados:**

Se otorgará diplomas y premios a los tres mejores participantes del concurso que hayan sobresalido en atención al usuario externo e interno, participado activamente en los cursos de la Universidad Interna y que haya destacado en el trabajo en equipo.

4. Premios:

Los premios serán entregados en la Clausura de la Universidad interna, **jueves 10 de diciembre 2015.**

Concursos:

- **Marzo:** Mi video innovador de servicio
- **Julio:** Show de Talentos
- **Octubre:** Pasacalle

5. Duración del concurso:

El concurso comenzará el 9 de febrero y finalizará el 09 de noviembre 2014.

6. Metodología de la Evaluación:

Se utilizará un proceso activo, participativo e interactivo que promueva la observación y evaluación de los participantes, de manera permanente a través de un Plan de Visitas debidamente estructurado.

El equipo evaluador está conformado por:

- Evaluadores directos (Docentes, padres de familia y alumnos).
- Evaluadores responsables del concurso (6 Psicólogos).
- Comité designado por cada Facultad (Incorporar a los destacados de la Universidad interna 2014- mínimo 2 participantes).

7. Criterio de evaluación:

- EXCELENCIA EN EL SERVICIO

I. CALIDAD EN EL SERVICIO 40%

| CRITERIO | INDICADORES |
|-------------------------|--|
| BUEN ANFITRIÓN | Saluda cálidamente con una sonrisa. |
| | Acompaña al cliente a las diferentes áreas que desconoce y agradece la visita. |
| | Informa al cliente si habrá una demora en la atención. |
| | Suministra Feedback. |
| SER PROACTIVO | Se muestra atento a los requerimientos del cliente tratando de superar sus expectativas. |
| | Toma iniciativa mostrando interés en el cliente. |
| | Ofrece una pronta respuesta y demuestra voluntad de ayudar a los clientes. |
| BUEN ASESOR DE SERVICIO | Orienta y brinda soluciones a los clientes. |
| | Recomienda el buen uso de nuestros servicios. |
| | Es confiable, presta el servicio con exactitud y seriedad |

II. IMPLEMENTACIÓN DE MEJORAS DE PROCESOS 20%

| | |
|----------|--|
| INFORME | <ul style="list-style-type: none">▪ La Facultad y/o área informará sobre la mejora en su proceso / Especificar los detalles de la contribución . |
| ENCUESTA | <ul style="list-style-type: none">▪ Medible mediante encuesta inicial Vs. encuesta posterior. |

III. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN 20%

El plazo para la publicidad vence el 23 de marzo 2015. Responsable

Directo: Comité Evaluador de cada Facultad.

| CRITERIO | |
|---|--------------------------|
| 1. Publicidad externa e interna | ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN |
| 2. Aportes de los colaboradores, docentes y alumnos | |
| 3. Organización de eventos y/o concursos | |
| 4. Difusión de trabajos | |
| 5. Impacto interno de las estrategias de difusión | |
| 6. Impacto externo de las estrategias de difusión | |

No olvidar que tu Promoción debe tener los siguientes indicadores:

| | |
|--------------------------------|--|
| CREATIVIDAD | Forma, diseño, colores que emplearán para sus paneles publicitarios. |
| ORIGINALIDAD | Estrategias diseñadas por los propios trabajadores. |
| IMPACTO PUBLICITARIO | Mensajes o frases empleadas en sus estrategias publicitarias. |
| PARTICIPACIÓN | Involucramiento de cada uno de los trabajadores de la Facultad. Plan de acción del Concurso que involucra capacitaciones internas realizadas por las Facultades y que sean verificables (fotos, CD). |
| ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN | Gigantografías, banner, afiches, trípticos, dípticos, volantes, entre otros. |

IV. CAPACIDAD DE ORGANIZACIÓN 20%

| CRITERIO | |
|--|---------------------------|
| 1. Formación de comités de trabajo | CAPACIDAD DE ORGANIZACIÓN |
| 2. Plan de trabajo | |
| 3. Apoyo entre áreas y sedes | |
| 4. Participación en talleres Universidad Interna | |

- **EQUIPO DE EVALUADORES INTERNO:**
Conformado por el comité evaluador de cada Facultad. Se les solicitará mínimo una reunión mensual con los colaboradores. Requisito indispensable hacer llegar a Recursos Humanos el listado de asistencia de las reuniones (**mínimo de asistencia el 40% de los colaboradores**).

8. Periodo de evaluación:

- **Duración del concurso:** 9 de febrero al 9 de noviembre
- **Visitas por sede:** 3 veces por semana
- **Horas de observación semanal:** 12 horas de observación y evaluación.

9. Resultado del Concurso:

El día 17 de noviembre se reunirán los Evaluadores responsables del concurso, quienes previamente han recopilado los resultados del comité evaluador.

El análisis de los resultados finales comprenderá:

- **Informe Final:** Ponderación de los colaboradores destacados por Facultad (Entregado por los evaluadores responsables del concurso).
- **Encuesta realizada por las Facultades:** Usuarios (alumnos, docentes, proveedores, compañeros) Percepción del servicio.
- **Evidencias:** Banderolas, afiches, publicidad, reuniones constantes, videos, ambientación de aulas, etc.
- **Mejora de Procesos:** Informe del Comité de Calidad.