

**Informe 2026-1**  
**Centro de Atención al Usuario**  
**Primer trimestre**

Comparativo Q1 2025 vs. Q1 2026

### **Introducción**

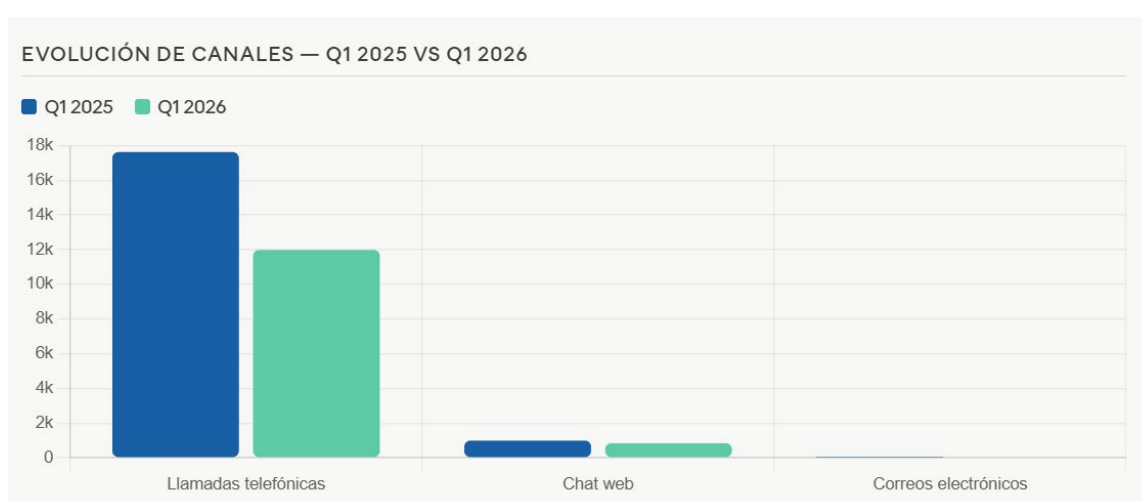
El Centro de Atención al Usuario de la Universidad Católica Luis Amigó tiene como propósito brindar acompañamiento, orientación y soluciones oportunas a estudiantes, docentes, graduados y demás integrantes de la comunidad universitaria, garantizando una atención cercana, eficiente y de calidad. Esta dependencia refleja el compromiso institucional con el fortalecimiento de la experiencia de servicio, promoviendo una comunicación efectiva y facilitando el acceso a los diferentes procesos académicos, administrativos y tecnológicos de la Universidad.

El Centro de Atención al Usuario desarrolla su labor mediante la articulación de diferentes canales de atención y el apoyo continuo de las áreas institucionales, permitiendo responder de manera ágil a las necesidades y requerimientos de los usuarios. De esta manera, se fortalece la cultura de servicio y se contribuye al bienestar y satisfacción de la comunidad universitaria, en coherencia con los principios de responsabilidad social y humanismo cristiano que orientan a la Institución.

Además de gestionar solicitudes, inquietudes y acompañamientos, el Centro de Atención al Usuario promueve estrategias de mejoramiento continuo enfocadas en optimizar la experiencia de los usuarios, superar barreras de acceso a la información y fortalecer la percepción positiva de los servicios institucionales. El presente informe detalla los avances, resultados y desafíos afrontados durante el período evaluado, con el fin de ofrecer una visión integral del impacto de esta dependencia en la atención y acompañamiento de la comunidad universitaria.

El presente informe resume las actividades desarrolladas por el Centro de Atención al Usuario de la Universidad Católica Luis Amigó durante el período correspondiente, con el objetivo de evaluar el cumplimiento de las metas

establecidas y destacar los principales logros alcanzados en materia de atención, servicio y satisfacción de los usuarios.



## Resumen ejecutivo:

Durante el período evaluado, el Centro de Atención al Usuario de la Universidad Católica Luis Amigó centró sus esfuerzos en el fortalecimiento de la experiencia de servicio, la optimización de los canales de atención y el mejoramiento de la gestión de solicitudes de la comunidad universitaria. A pesar de los retos asociados a procesos tecnológicos y financieros, se evidenció una mejora significativa en la eficiencia operativa, reflejada en una disminución del 37.3% en el volumen total de interacciones gestionadas frente al período anterior, pasando de 469 casos en 2025 a 294 en 2026.

Las acciones desarrolladas se enfocaron en fortalecer la autogestión de información, optimizar los procesos de atención y consolidar una cultura de análisis y depuración de datos dentro del sistema CRM. La reducción del 42.2% en las peticiones evidencia una migración exitosa de los usuarios hacia canales de autoservicio e información autónoma, especialmente en procesos relacionados con programas de pregrado. Asimismo, se

identificó una transformación en el perfil del usuario, donde las consultas actuales demandan respuestas más técnicas, especializadas y con mayores niveles de oportunidad en la atención.

En el período analizado, las quejas presentaron un incremento del 33.3%, constituyéndose en el principal hallazgo estratégico del informe. Este comportamiento permitió identificar puntos críticos asociados a fallas en procesos tecnológicos de inscripción y dificultades en la gestión de saldos financieros derivados de cancelaciones académicas, situaciones que impactan directamente la percepción de transparencia y la experiencia del usuario. Frente a ello, el Centro de Atención al Usuario ha promovido estrategias de articulación con las áreas tecnológicas y financieras, buscando fortalecer la integración de los sistemas institucionales y mejorar la comunicación proactiva con los estudiantes.

De igual manera, se registró una reducción del 13.6% en los reclamos, lo que refleja una mejora moderada en la estabilidad de algunos servicios institucionales. La disminución de sugerencias y felicitaciones permitió, además, evidenciar una evolución en la madurez del proceso de tipificación y análisis de datos.

Además de los resultados cuantitativos, el Centro de Atención al Usuario avanzó significativamente en la consolidación de una cultura de servicio orientada a la escucha activa, la resolución oportuna y la mejora continua. Estos avances fortalecen la capacidad institucional para identificar necesidades emergentes, optimizar la experiencia de atención y generar relaciones más cercanas y efectivas con la comunidad universitaria.

Finalmente, expresamos un especial agradecimiento a todas las áreas institucionales y colaboradores que hicieron posible estos resultados, cuyo compromiso, disposición y trabajo articulado continúan siendo fundamentales para fortalecer la calidad del servicio y el impacto positivo del Centro de Atención al Usuario en la comunidad académica.

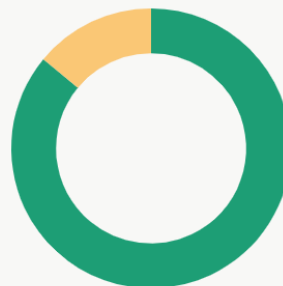


## DIAGNÓSTICO DE CAPACIDAD ABSORBENTE

Distribución de llamadas entrantes

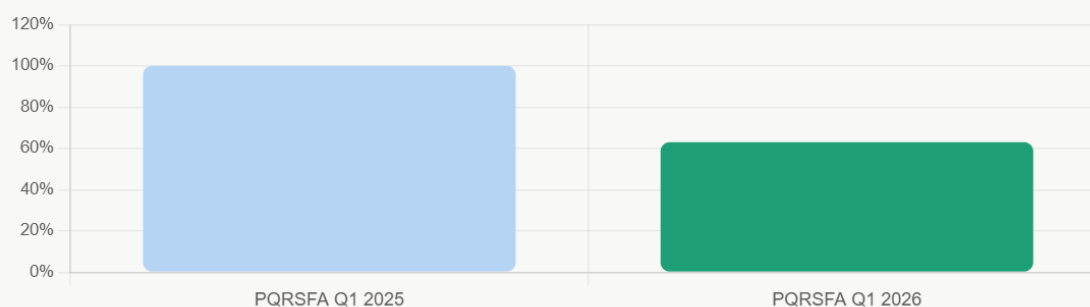


Resolución en primera interacción (FCR)

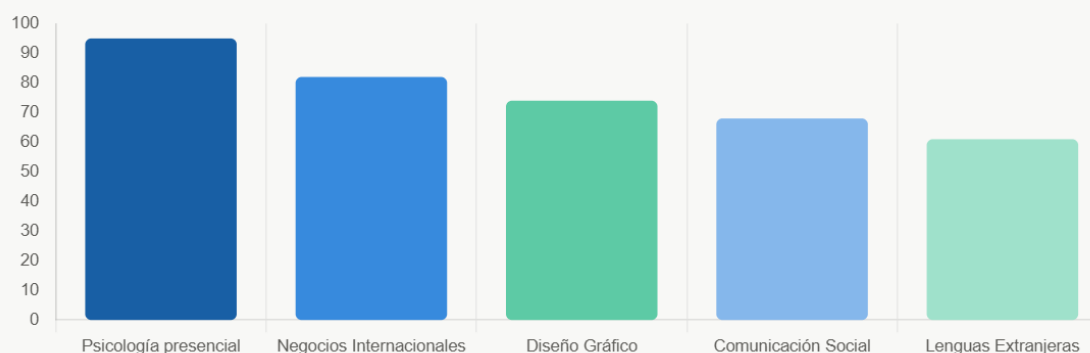


## DEFLEXIÓN DE DEMANDA — ECOSISTEMA DIGITAL

Reducción de PQRSFA gracias a micrositio e IA · Usuarios únicos micrositio: 1.306 · Sesiones: 9.311 · Recurrentes: 3.912



## CONCENTRACIÓN DE DEMANDA — PROGRAMAS DE MAYOR TRÁFICO



## FOCOS DE INSATISFACCIÓN — BACK-OFFICE (PQRSF)

| Queja recurrente                        | Tipo de falla                            | Componente afectado                         | Facultades        |
|-----------------------------------------|------------------------------------------|---------------------------------------------|-------------------|
| Demora en entrega de certificaciones    | Falla de proceso<br>SLA vencido          | Secretaría Académica / Admisiones           | Educación, Ing.   |
| Sistema expulsa al usuario en matrícula | Falla tecnológica<br>Capacidad / timeout | Infraestructura TI / Plataforma de Registro | Todas             |
| Homologaciones sin respuesta oportuna   | Falla de gestión<br>Gestión tardía       | Comités Curriculares de Facultades          | Com. Social, CCEE |

## **Análisis de hallazgos en Centros Regionales**

El análisis comparativo de los centros regionales de la Universidad Católica Luis Amigó permitió identificar comportamientos diferenciados en la gestión de atención al usuario, evidenciando avances importantes en algunos territorios y oportunidades de mejora en otros. Aunque el volumen de interacciones en las regionales es significativamente menor en comparación con la sede principal, los resultados ofrecen información estratégica para fortalecer la experiencia de servicio en cada contexto local.

La sede de Manizales continúa posicionándose como la regional con mayor nivel de actividad y, por tanto, como el principal punto de análisis operativo fuera de la sede principal. Aunque se evidenció una reducción en las quejas, pasando de dos casos en 2025 a uno en 2026, los reportes cualitativos asociados al programa de Pedagogía para No Licenciados revelan percepciones relacionadas con lentitud en procesos internos y tiempos de respuesta. Esto sugiere que, más allá de los indicadores cuantitativos, persisten oportunidades de mejora en la gestión de expectativas, comunicación y trazabilidad de los procesos académicos y administrativos.

Por su parte, la sede de Bogotá presentó un comportamiento positivo en términos de experiencia del usuario. A pesar de la temporada de cierre que ha tenido el centro sus usuarios siempre se han manifestado a través de los canales de PQRSFA.

En la sede de Apartadó se identificó una alerta temprana asociada a la aparición de un reclamo en 2026, cuando en el período anterior no se habían registrado casos de esta naturaleza. Aunque el volumen general de interacciones continúa siendo bajo, este comportamiento debe ser monitoreado preventivamente para evitar que situaciones puntuales evolucionen hacia percepciones negativas recurrentes sobre la calidad del servicio.

La regional de Montería mostró un comportamiento estable en sus indicadores generales y registró la aparición de una sugerencia por parte de un usuario. Este hallazgo es especialmente valioso, ya que refleja un mayor nivel de participación y apropiación del servicio por parte de la comunidad usuaria. La existencia de sugerencias demuestra interés en contribuir al mejoramiento institucional y fortalece la estrategia de escucha activa promovida por el Centro de Atención al Usuario.

En términos generales, los hallazgos de los centros regionales evidencian la necesidad de continuar fortaleciendo procesos homogéneos de atención, acompañamiento y seguimiento en todas las sedes, garantizando estándares de calidad alineados con la experiencia institucional. Asimismo, se destaca la importancia de combinar el análisis cuantitativo con la interpretación cualitativa de los casos, permitiendo identificar factores de percepción, confianza y satisfacción que no siempre son visibles únicamente desde los indicadores estadísticos.

### **Contexto:**

Partiendo de la premisa de que una atención oportuna, cercana y eficiente es fundamental para fortalecer la experiencia de servicio y la satisfacción de la comunidad universitaria resulta estratégico que el Centro de Atención al Usuario se encuentre ubicado cerca al ingreso principal de la Institución, ya que esto permite un contacto inmediato y accesible con la comunidad universitaria desde el primer momento de interacción con la Universidad. La cercanía física favorece la orientación inicial, la resolución rápida de inquietudes y la canalización adecuada de solicitudes, especialmente para estudiantes nuevos, aspirantes y usuarios externos que requieren acompañamiento presencial de primera mano.

Asimismo, contar con una atención directa y personalizada fortalece la percepción de confianza, empatía y respaldo institucional, permitiendo identificar necesidades de manera temprana y reducir barreras de acceso a los servicios universitarios. La presencia visible y estratégica del Centro de Atención al Usuario no solo mejora la experiencia del usuario, sino que también contribuye a optimizar los procesos institucionales, disminuir reprocesos y fortalecer la comunicación entre las diferentes dependencias académicas y administrativas.

De igual manera, el modelo de atención de primera mano facilita la escucha activa, el acompañamiento inmediato en situaciones críticas y la generación de soluciones más efectivas, consolidando una cultura organizacional centrada en el servicio, la calidad y la mejora continua. Esto permite que el Centro de Atención al Usuario se convierta en un punto de referencia clave dentro de la experiencia universitaria, aportando al bienestar, la permanencia y la satisfacción de toda la comunidad educativa.

### **Actividades realizadas:**

- Capacitación en atención al usuario a través del programa Remamos:  
Se desarrolló un proceso de formación enfocado en fortalecer las competencias de servicio, comunicación efectiva, empatía y resolución de situaciones de atención, contribuyendo a la consolidación de una cultura institucional centrada en el usuario.
- Desarrollo de dos sesiones de trabajo con centros regionales (presencial y virtual):  
Se realizaron espacios de articulación y acompañamiento con las sedes regionales para unificar criterios de atención, revisar casos críticos y fortalecer los procesos de seguimiento y servicio en cada territorio.
- Atención y priorización de casos críticos y sensibles:  
El Centro de Atención al Usuario implementó estrategias de priorización para casos relacionados con procesos académicos, financieros y tecnológicos, garantizando respuestas oportunas y acompañamiento personalizado a los usuarios.
- Levantamiento del documento de especificaciones funcionales para el nuevo CRM institucional:  
Se lideró la construcción del documento técnico y funcional requerido para el proceso de contratación del nuevo sistema CRM, identificando necesidades operativas, flujos de atención y requerimientos estratégicos de la unidad.
- Fortalecimiento de la atención a través del chat en vivo institucional:  
Durante el semestre se gestionaron 845 interacciones mediante el canal de chat en vivo, facilitando respuestas inmediatas y orientación en tiempo real para estudiantes, aspirantes y comunidad universitaria.
- Gestión y atención de llamadas telefónicas institucionales:  
El equipo atendió un total de 9.362 llamadas, brindando acompañamiento, información y direccionamiento oportuno a los diferentes servicios académicos y administrativos de la Institución.
- Gestión integral de casos registrados en el sistema de atención:  
Se atendieron 294 casos clasificados entre peticiones, quejas, reclamos, sugerencias, felicitaciones y apelaciones, fortaleciendo el seguimiento y trazabilidad de cada requerimiento.
- Optimización de los procesos de tipificación y calidad de datos:

Se realizaron acciones de revisión y depuración de registros en el CRM, mejorando la clasificación de casos y fortaleciendo la confiabilidad de la información para la toma de decisiones institucionales.

□ Articulación con áreas académicas, financieras y tecnológicas:

Se fortaleció el trabajo conjunto con diferentes dependencias institucionales para mejorar la resolución de casos asociados a matrículas, inscripciones, saldos financieros y acceso a plataformas académicas.

□ Fortalecimiento de estrategias de atención centradas en la experiencia del usuario:

Se promovieron acciones orientadas a la escucha activa, el acompañamiento cercano y la mejora continua del servicio, buscando optimizar la percepción de calidad y satisfacción de la comunidad universitaria frente a los canales de atención institucional.

## Dashboard Comparativo de Rendimiento

El volumen total de interacciones disminuyó un 37.3%, lo cual es un indicador positivo de eficiencia operativa y una posible mejora en la resolución en primer contacto (FCR).

| Tipificación   | 2025 | 2026 | Variación % | Impacto en CX                                            |
|----------------|------|------|-------------|----------------------------------------------------------|
| Peticiones     | 412  | 238  | -42.2%      | Alta eficiencia en autogestión de información básica.    |
| Quejas         | 21   | 28   | +33.3%      | Alerta: Fricción técnica en procesos críticos.           |
| Reclamos       | 22   | 19   | -13.6%      | Reducción moderada en fallos de servicio.                |
| Sugerencias    | 9    | 4    | -55.5%      | Baja proactividad del usuario en la mejora del servicio. |
| Felicitaciones | 5    | 4*   | -20.0%      | Nota: Re-tipificadas al 100% como procesos informativos. |
| Apelaciones    | 0    | 1    | N/A         | Emergencia de una cultura de defensa del usuario.        |
| TOTAL          | 469  | 294  | -37.3%      | Tendencia a la optimización del canal.                   |



### Oportunidades de mejora:

1. Fortalecer la integración tecnológica entre el CRM y los sistemas institucionales  
Implementar la integración del nuevo CRM con las plataformas académicas y financieras para automatizar notificaciones, trazabilidad de solicitudes y seguimiento en tiempo real de casos relacionados con matrículas, saldos y procesos de inscripción.
2. Implementar protocolos de atención prioritaria para casos críticos  
Diseñar rutas de escalamiento y tiempos de respuesta diferenciados para situaciones de alto impacto en la experiencia estudiantil, especialmente en procesos académicos, tecnológicos y financieros que afectan la permanencia y continuidad del estudiante.
3. Ampliar las estrategias de autoservicio y autogestión digital  
Fortalecer los canales de información institucional mediante bases de conocimiento, preguntas frecuentes, tutoriales y asistentes virtuales, con el fin de disminuir reprocesos y mejorar la eficiencia en la resolución de solicitudes básicas.
4. Desarrollar un plan permanente de formación en experiencia del usuario  
Consolidar un programa continuo de capacitación para el personal de atención enfocado en servicio humanizado, comunicación asertiva, manejo de usuarios difíciles, resolución de conflictos y atención multicanal.
5. Fortalecer el seguimiento y análisis de indicadores de satisfacción  
Implementar mediciones periódicas de experiencia del usuario mediante encuestas cortas posteriores a la atención, permitiendo identificar oportunidades de mejora y monitorear la percepción del servicio en tiempo real.
6. Estandarizar procesos de atención en centros regionales  
Diseñar lineamientos institucionales unificados para todas las sedes regionales, garantizando criterios homogéneos de atención, seguimiento de casos y calidad en el servicio, independientemente de la ubicación geográfica.
7. Mejorar la comunicación preventiva y proactiva con los usuarios  
Generar campañas informativas anticipadas sobre procesos académicos, financieros y tecnológicos críticos, especialmente en temporadas de matrícula e inscripciones, disminuyendo incertidumbre y volumen de quejas.
8. Fortalecer la cultura de escucha activa y mejora continua  
Promover espacios periódicos de análisis de casos, revisión de sugerencias y socialización de buenas prácticas, permitiendo que las experiencias de los

usuarios se conviertan en oportunidades de innovación y optimización institucional dentro de la Universidad Católica Luis Amigó.

#### RECOMENDACIONES ESTRATÉGICAS

##### Separación de canales

Urgente

Eliminar la simultaneidad voz + chat en horas pico. Crear células especializadas o franjas horarias diferenciadas para reducir la tasa de abandono del 28%.

##### Plataforma omnicanal

Alto impacto

Centralizar WhatsApp de Mercadeo, Postgrados y Extensión en un CRM único (HubSpot, Zendesk o Salesforce) para recuperar trazabilidad y medir el impacto real de la migración.

##### ANS con facultades

Estructural

Definir SLA estrictos para homologaciones y certificados mediante workflows automatizados, especialmente en Educación, Comunicación Social, Ingeniería y CCEE.

##### Optimizar plataforma TI

TI

Pruebas de carga en el portal de matrículas y revisión de políticas de timeout para mitigar las expulsiones de sesión reportadas por usuarios durante periodos de alta demanda.

Aquí tienes el análisis ejecutivo completo. Estos son los hallazgos más relevantes para la toma de decisiones estratégicas:

#### Lo que está funcionando bien

El centro demuestra una salud operativa interna sobresaliente. Un FCR del 86% (252 de 294 casos resueltos en el primer contacto) indica que el equipo es altamente competente y resolutivo. La caída del 37% en PQRSFA no es una señal de abandono por parte del usuario, sino el resultado directo del trabajo del micrositio y los modelos de IA que actúan como filtro antes de que llegue un ticket al centro.

#### El problema crítico que requiere acción inmediata

La paradoja más preocupante del trimestre: el centro recibe un 32% menos de llamadas que el año pasado, pero aun así pierde el 28% de ellas. Esto significa que el problema no es de demanda, sino de capacidad concurrente. Los agentes que atienden simultáneamente voz y chat en vivo generan un "cuello cognitivo" que bloquea el distribuidor automático de llamadas. Separar esas funciones en franjas horarias o células especializadas es la intervención con mayor retorno inmediato.



#### **El riesgo sistémico que se subestima**

La proliferación de WhatsApp sectoriales (Mercadeo, Extensión, Graduados, Postgrados) está absorbiendo tráfico que antes iba al centro, lo cual explica parte de la caída en llamadas. Pero si esos canales no están en un CRM centralizado, la organización está perdiendo datos de experiencia del usuario de forma silenciosa. Ese tráfico "invisible" es información estratégica que hoy no se puede medir ni gestionar.

#### **Dónde está el verdadero cuello de botella**

El 14% de casos no resueltos y las quejas recurrentes no son fallas del equipo de atención; son fallas de los procesos del Back-Office institucional. El centro es el mensajero de problemas que ocurren en Secretaría Académica, TI y los comités de facultad. Sin ANS formales con esas unidades, el indicador de satisfacción seguirá siendo rehén de decisiones que el centro no puede controlar.

### **Conclusiones:**

En conclusión, durante el período evaluado, el Centro de Atención al Usuario de la Universidad Católica Luis Amigó consolidó avances significativos en el fortalecimiento de la experiencia de servicio, la optimización de los canales de atención y el acompañamiento oportuno a la comunidad universitaria. Los resultados obtenidos evidencian una mejora en la eficiencia operativa, reflejada en la disminución del volumen de solicitudes repetitivas gracias al fortalecimiento de estrategias de autogestión y orientación institucional.

Asimismo, el análisis de los casos atendidos permitió identificar oportunidades importantes de mejora en procesos tecnológicos, financieros y de comunicación, especialmente en situaciones relacionadas con inscripciones, matrículas y trazabilidad de solicitudes. Estos hallazgos se convierten en insumos estratégicos para continuar fortaleciendo la articulación entre dependencias y garantizar respuestas más ágiles, transparentes y centradas en las necesidades de los usuarios.

De igual manera, el trabajo desarrollado con los centros regionales, las acciones de capacitación en atención al usuario, el fortalecimiento de los canales de contacto y la construcción de especificaciones funcionales para el nuevo CRM institucional evidencian el compromiso permanente de la unidad con la mejora continua y la transformación del servicio institucional.

El Centro de Atención al Usuario continúa consolidándose como un punto estratégico de acompañamiento y orientación para estudiantes, docentes, graduados y comunidad en general, promoviendo una atención cercana, humanizada y eficiente. Finalmente, se reafirma el compromiso institucional de seguir fortaleciendo la calidad del servicio, la escucha activa y la experiencia de los usuarios, contribuyendo al bienestar, la permanencia y la satisfacción de toda la comunidad universitaria.



**CARLOS HERNANDO ZAPATA SEPÚLVEDA**  
Coordinador de Atención al Usuario