



Plan integral de calidad (PIC)

1. Introducción

La Unidad de Acreditación y Calidad constituye un órgano de apoyo que garantiza la idoneidad de la implementación del Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) y del Plan de Integral de Calidad. Dicho documento muestra las principales actividades que asegurarán la identificación, modelamiento y optimización de procesos a todo nivel con la finalidad de satisfacer las necesidades de nuestros usuarios. El Plan Integral de Calidad propone ejes estratégicos que se corresponden con los procesos que se llevan a cabo en nuestra universidad, y se adecúan a los lineamientos estratégicos e institucionales de la USMP.

2. Objetivo

Garantizar la implementación del Sistema de Gestión de la Calidad y los objetivos de calidad, a través de la implementación de los objetivos específicos, las acciones concretas, los responsables, los recursos, el cronograma de cumplimiento y los indicadores de seguimiento encaminados para lograr su implementación.

3. Alcance

El Plan Integral de Calidad (PIC) tiene un alcance a nivel de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología (FCCTP), institutos y centros, así como para los procesos administrativos de la Universidad de San Martín de Porres.

El PIC especifica qué procedimientos de trabajo y recursos se encuentran asociados y se deben aplicar en el proceso, asigna a los responsables que deben aplicarlos y cuándo tienen que aplicarse. Además, el Plan Integral de Calidad (PIC) proporcionan una forma de relacionar los requisitos específicos del proceso, producto, proyecto o contrato con los métodos y prácticas de trabajo que apoyan la realización del producto o servicio ofrecido.

4. Documentación Normativa

- Ley N° 28044: Ley General de Educación
- Ley N° 30220 – Ley Universitaria.
- Ley 28740 – Ley del Sistema Nacional de Evaluación, Acreditación y Certificación de la Calidad Educativa (SINEACE), su reglamento y sus modificatorias.
- Reglamento General de la Universidad de San Martín de Porres.
- Norma ISO 9001-2015.
- Condiciones Básicas de Calidad de la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria (SUNEDU).



5. Glosario de Términos

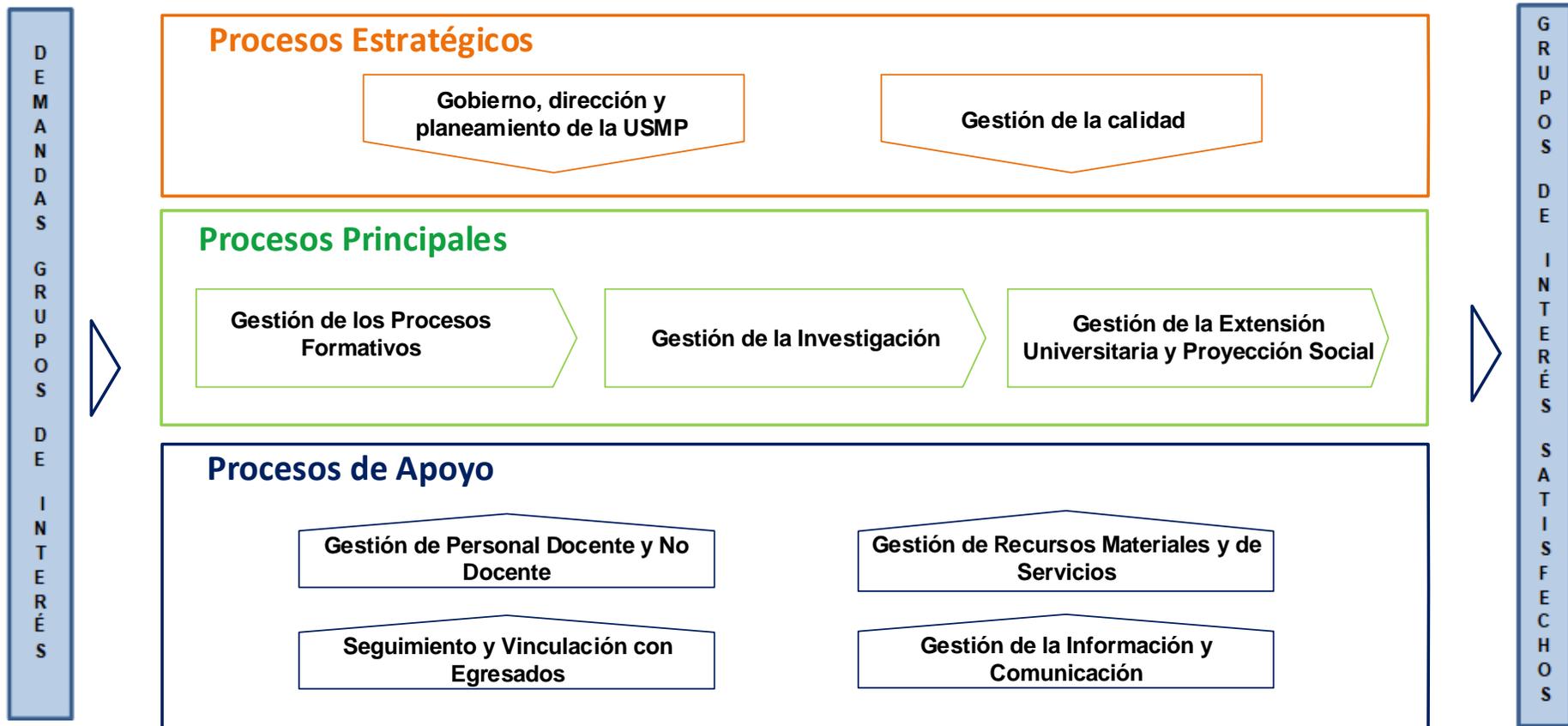
Concepto	Definición
Acreditación	Es el proceso por el que una agencia garantiza que la formación conducente a la obtención de grados y títulos de carácter oficial cumple los requisitos preestablecidos de calidad.
Documento	Información y su medio de soporte. (Norma ISO 9000:2005. Fundamentos y vocabulario).
Estrategia	Conjunto de acciones y comportamientos de las personas, del equipo o del organismo responsable, coordinados y orientados para la consecución de los objetivos establecidos.
Gestión de la Calidad	Todas aquellas actividades encaminadas a asegurar la calidad interna/externa.
Grupo de Interés	Toda aquella persona, grupo o institución que tiene interés en la USMP, en las enseñanzas o en los resultados obtenidos. Estos podrían incluir estudiantes, profesores, padres y madres, administraciones públicas, empleadores-as y sociedad en general
Mejora Continua	Concepto empleado en los modelos de gestión, que implica un esfuerzo continuado de la organización para avanzar en la calidad.
Objetivos de Calidad	Relación de aspectos, propuestas e intenciones que hay que lograr para mejorar la institución, la oferta formativa, la unidad o los servicios que se evalúan.
Política de Calidad	Intenciones globales y orientación de una organización relativas al compromiso con la calidad del servicio hacia el usuario y hacia las partes interesadas.
Procedimiento	Forma especificada para llevar a cabo una actividad o un proceso (Norma ISO 9000:2005. Fundamentos y vocabulario).
Proceso	Conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan, las cuales transforman entradas en salidas (Norma ISO 9000:2005. Fundamentos y vocabulario).
Resultados	Consecuencias de los procesos relacionados con las actividades desarrolladas por el Centro.
Sistema de Gestión de la Calidad	Conjunto de las actividades desarrolladas por la USMP para garantizar la calidad de la formación, la investigación, la extensión universitaria y la proyección social; así como la relación existente entre dichas actividades.



6. Mapa de Procesos



Mapa de Procesos Universidad San Martín de Porres





FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA

7. Grupos de Interés

La USMP, al implantar su SGC ha tomado en consideración los requisitos de calidad de los distintos grupos de interés con relación a la formación que se imparte en la universidad.

Por “grupos de interés” se entienden todas aquellas personas, instituciones u organismos que puedan tener algún tipo de interés en la USMP, en las enseñanzas impartidas por los distintos centros de esta universidad o bien en los resultados obtenidos.

El análisis de sus necesidades y expectativas es el punto de partida para el establecimiento del SGC.

A continuación, se presentan los principales grupos de interés, así como los principales aspectos a considerar para cada uno en el SGC.

Grupo de interés	Aspectos por considerar en el SGC
Alumnos	Selección y admisión de estudiantes, perfil del ingresante, perfil del egresado, organización y desarrollo de la enseñanza, sistemas de apoyo al aprendizaje, resultados de la formación e inserción laboral.
Profesores	Selección de profesores, perfil de formación, desarrollo del profesor, organización y desarrollo de la enseñanza, sistemas de apoyo al aprendizaje, recursos, sistemas de información y comunicación.
Personal no docente	Selección de personal no docente, perfil de formación, desarrollo del personal no docente, recursos, sistemas de información y comunicación.
Equipo de dirección	Oferta formativa, personal docente y personal no docente, investigación científica y tecnológica, recursos, análisis de resultados, sistemas de información y comunicación.
Empleadores	Oferta formativa, perfil de formación, calidad de la formación e inserción laboral de egresados.
Egresados	Oferta formativa, perfil de formación, calidad de la formación e inserción laboral de egresados
Centros e instituciones receptores de alumnos en prácticas	Oferta formativa, perfil de formación, calidad de la formación.
Colegios profesionales y otras instituciones académicas y profesionales	Oferta formativa, perfil de formación, calidad de la formación e inserción laboral de egresados



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA

Sociedad (empleadores, organismos gubernamentales y otros)	Oferta y demanda educativa, progreso y resultados académicos, de investigación, inserción laboral.
--	--

8. Cultura de Calidad

La política de calidad

La política de calidad se define como las directrices generales que guían a la Universidad para conseguir los objetivos de la calidad. Las políticas de la calidad se despliegan para conseguir los objetivos a través del Sistema de Gestión de la Calidad.

La Universidad tiene la misión de formar profesionales competentes, con sólidos valores humanísticos, éticos, morales y cívicos; contribuir a la creación de conocimientos a través de la investigación y promover la difusión de la ciencia, la tecnología y la cultura; así como proyectar nuestra acción a la comunidad, propiciando la construcción de una sociedad moderna y equitativa. Para conseguirlo realiza sus procesos y actividades con un nivel idóneo de calidad.

Las autoridades de la USMP entienden que la calidad es un factor de primera importancia, y enfocan su gestión desde dos perspectivas complementarias: la centrada en la satisfacción de las necesidades de los grupos de interés, y la que se basa en cumplir con las especificaciones requeridas para los productos y servicios.

Ambos enfoques son la base sobre la cual se diseña e implementa el SGC, que no es otra cosa que un sistema de gestión por procesos, a los cuales se les asignan responsabilidades en la estructura organizativa de la institución.

La Política de Calidad se incorpora de manera transversal en el Plan Estratégico de la Universidad, por medio de la Misión, la Visión, la cultura organizacional, los objetivos, las estrategias y los planes de acción.

Por último, las autoridades de la Universidad disponen que la Política de Calidad sea de conocimiento de estudiantes; personal docente, personal no docente, egresados y otros grupos de interés; y asimismo, que sea difundida a la sociedad en general, a través de la página web de la institución, y por otros medios que se considere conveniente.

Objetivos generales de la gestión de la calidad y programa de objetivos de la USMP

Son los fines que se persiguen y definen, para la mejora de la gestión de los procesos académicos y administrativos, en el marco de la planificación estratégica y de la política de calidad de la Universidad.

Los objetivos generales de calidad de la USMP son definidos y actualizados por el Consejo Directivo.



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA

En el programa de objetivos de la USMP, los objetivos generales se concretarán anualmente en el Plan de Calidad, a través de objetivos específicos, las acciones concretas, los responsables, los recursos, el cronograma de cumplimiento, y los indicadores de seguimiento encaminados a lograr su consecución.

Los objetivos generales de la USMP son los siguientes:

- a) Implementar y actualizar permanentemente el SGC como una herramienta de gestión que contribuya a la mejora continua de sus procesos y resultados.
- b) Incentivar una cultura de calidad y mejora continua en el cuerpo directivo y el personal de la institución.
- c) Lograr y mantener las acreditaciones nacionales e internacionales de la institución, sus unidades académicas y sus programas de pregrado y posgrado.
- d) Lograr una posición cada vez más relevante en los rankings universitarios internacionales.
- e) Fomentar la generación, difusión y aplicación del conocimiento a través del desarrollo de la investigación en las diferentes áreas.
- f) Alcanzar un alto nivel de satisfacción de los estudiantes, docentes, no docentes, egresados y otros grupos de interés, así como de la sociedad en general, por la calidad de los servicios que se prestan.
- g) Incrementar anualmente los resultados de los indicadores de gestión.
- h) Desarrollar actividades y programas de extensión universitaria y proyección social para las personas y grupos sociales que no forman parte de la comunidad universitaria, como una forma de contribución al desarrollo de la sociedad en el mundo globalizado.

Misión, Visión y Cultura Institucional

Misión

Formar profesionales competentes, con sólidos valores humanísticos, éticos, morales y cívicos.

Contribuir a la creación de conocimientos a través de la investigación y promover la difusión de la ciencia, la tecnología y la cultura.

Proyectar nuestra acción a la comunidad, propiciando la construcción de una sociedad moderna y equitativa.

Visión

Figurar en el ranking Quacquarelli Symonds entre las 100 mejores universidades del mundo o entre las 10 mejores de América Latina para el año 2021.

Cultura Institucional

La Universidad de San Martín de Porres promueve los siguientes valores, que considera son parte esencial y permanente de la cultura de la Institución, contribuyen a darle un claro sentido de identidad que trasciende a los cambios del entorno y sirven de guía de acción de nuestra casa de estudios.



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA

- a) Respeto a la persona
- b) Búsqueda de la verdad
- c) Integridad (Honestidad, equidad, justicia, solidaridad y vocación de servicio)
- d) Búsqueda de la excelencia
- e) Liderazgo (académico, tecnológico y otros)
- f) Actitud innovadora y emprendedora
- g) Conservación ambiental
- h) Trabajo en equipo
- i) Comunicación efectiva
- j) Compromiso con el desarrollo del país

9. Ejes de Calidad

Objetivo de Calidad	Indicadores de Calidad
Implementar y actualizar permanentemente el SGC como una herramienta de gestión que contribuya a la mejora continua de sus procesos y resultados.	% de implementación del SGC % de Desempeño Docente
Incentivar una cultura de calidad y mejora continua en el cuerpo directivo y el personal de la institución.	% de generación de planes de operativos % de implementación de planes de mejora
Lograr y mantener las acreditaciones nacionales e internacionales de la institución, sus unidades académicas y sus programas de pregrado y posgrado.	N° de acreditaciones nacionales N° de acreditaciones internacionales
Lograr una posición cada vez más relevante en los rankings universitarios internacionales.	% de Mejora en los rankings universitarios internacionales
Alcanzar un alto nivel de satisfacción de los estudiantes, docentes, no docentes, egresados y otros grupos de interés, así como de la sociedad en general, por la calidad de los servicios que se prestan.	Grado de satisfacción de grupos de interés Grado de satisfacción de estudiantes Grado de satisfacción de egresados Grado de satisfacción de docentes Grado de satisfacción de administrativos
Incrementar anualmente los resultados de los indicadores de gestión.	% de implementación de indicadores de gestión % de mejora en el desempeño de los indicadores



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA

	Evaluación de resultados de acciones en el ranking universitario internacional.	Responsable de la UAC / Directores												X	X
Alcanzar un alto nivel de satisfacción de los estudiantes, docentes, no docentes, egresados y otros grupos de interés, así como de la sociedad en general, por la calidad de los servicios que se prestan.	Aprobación de metodología de evaluación para la toma de encuestas.	Responsable de la UAC									X				
	Generación del Plan de sensibilización para la toma de encuestas.	Responsable de la UAC										X			
	Realización de la toma de encuestas a grupos de interés.	Responsable de la UAC										X			
	Procesamiento y entrega de resultados.	Responsable de la UAC												X	X
Incrementar anualmente los resultados de los indicadores de gestión.	Adaptación de indicadores a los requerimientos de las acreditadoras de la FCCTP.	Responsable de la UAC	X												
	Plan de socialización de indicadores de gestión.	Responsable de la UAC		X											
	Construcción del árbol y caracterización de indicadores.	Responsable de la UAC		X	X										
	Identificación y aplicación de mecanismos de medición y control de los indicadores de gestión.	Responsable de la UAC			X	X					X	X			