
	INFORME SATISFACCION CLIENTE EXTERNO 2015	Fecha de elaboración: 2016-02-01
	Dependencia 0030 OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN	Página 1 de 13

## TABLA DE CONTENIDO

<b>1. PRESENTACIÓN .....</b>	<b>2</b>
<b>2. OBJETIVO DE LA MEDICIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE EXTERNO DE LA SIC.....</b>	<b>2</b>
<b>3. METODOLOGIA.....</b>	<b>2</b>
3.1. PLANEACIÓN DE LA MEDICIÓN DE LA RETROALIMENTACIÓN DEL CLIENTE .....	2
3.1. MARCO TEÓRICO: .....	4
4.1 TIPO DE ESTUDIO A REALIZAR.....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
4.2 CONCEPTUALIZACIÓN .....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
4.3 SELECCIÓN DE LA MUESTRA .....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
4.4 FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA .....	6
4.5 ASESORÍA EN EL DISEÑO DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN Y PUESTA EN MARCHA .....	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.
4.6 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LOS MISMOS.....	7

	<b>INFORME SATISFACCION CLIENTE EXTERNO 2015</b>	Fecha de elaboración: 2016-02-01
	Dependencia 0030 OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN	Página 2 de 13

## 1. PRESENTACIÓN

La Superintendencia de Industria y Comercio desde el año 2011 ha realizado la medición de la satisfacción de sus usuarios, con el objetivo de mejorar la prestación de los trámites y servicios relacionados con el consumidor y el apoyo empresarial. Esta medición se hace a través de encuestas aplicadas en un periodo de tiempo determinado y de allí se establecen estrategias para mejorar aquellos aspectos que lo requieran o para mantener el nivel de servicio requerido por la ciudadanía.

Para el año 2015, se llevó a cabo el Contrato Interadministrativo 1002 de 2015 entre la SIC y la Universidad Nacional de Colombia, mediante el cual se apoyó la lectura del instrumento de medición de la satisfacción del cliente interno y externo, así como las expectativas que tiene sobre la prestación del servicio en la Superintendencia de Industria y Comercio.

El presente documento complementa los resultados presentados en desarrollo del Contrato en mención, igualmente, identifica aquellos aspectos relevantes para la ciudadanía con el fin de traducirlos en necesidades y priorizarlas, para generar así, estrategias de cambio en los procesos, los trámites, los servicios y aquellos otros temas relevantes para la ciudadanía.

## 2. OBJETIVO DE LA MEDICIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE EXTERNO DE LA SIC

Medir el nivel de satisfacción de los clientes institucionales en relación con los servicios y trámites que adelanta la entidad.

## 3. METODOLOGIA


### 3.1. Planeación de la medición de la retroalimentación del cliente

#### a) Medios de comunicación del equipo, definición de roles y responsabilidades:

El equipo de trabajo fue coordinado por un funcionario de la Oficina Asesora de Planeación quien ejerció la función de coordinar la planeación, ejecución y finalización del estudio; y un Representante de la Universidad Nacional, encargado de la facilitación técnica para la ejecución y finalización del estudio.

El equipo de trabajo de la SIC estuvo compuesto por:



- Un funcionario de la Oficina Asesora de Planeación, encargado de la planificación y seguimiento de todo el proceso de medición de la retroalimentación del cliente.
- Un funcionario de la Oficina de Tecnología e Informática, encargado de la elaboración del formato para la web.
- Un funcionario de la Oficina de Tecnología e Informática, encargado del envío de correos masivos de invitación para participar en dicha actividad. Es importante anotar que para el año 2015, según la política interna de protección de datos personales, solo se enviaron correos a las cuentas de personas jurídicas y no de personas naturales.


	INFORME SATISFACCION CLIENTE EXTERNO 2015	Fecha de elaboración: 2016-02-01
	Dependencia 0030 OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN	Página 3 de 13

- Funcionarios de la Oficina de Servicios al Consumidor y Apoyo Empresarial – Grupo de Comunicaciones, encargados de hacer la publicación en la página web y un funcionario encargado de la elaboración del material promocional para invitar a participar en el diligenciamiento de la encuesta (Banner, botón en el home y redes sociales). Del Grupo de Atención al Ciudadano, un funcionario encargado de suministrar información para los datos estadísticos que definieron la muestra de la encuesta.

- Un funcionario de Secretaría General, encargado de la publicación del material promocional para invitar a participar, en las carteleras internas.

A continuación se presenta el cronograma de trabajo planeado y ejecutado:

	<b>PROYECTO SIC: Prestación de Servicios de Profesionales para el Fortalecimiento y Apoyo del Sistema de Gestión de Calidad (SGC) de la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC)</b> <b>CONTRATO 1002 DE 2015</b>		
<b>CRONOGRAMA 2015</b>			
PRODUCTO	ACTIVIDADES	Fecha Inicio	Fecha Terminación
<b>PRODUCTO 1: Informe de Resultados de la Medición del Instrumento de Satisfacción del Cliente Interno y Externo SIC.</b>	Envío de instrumento de satisfacción y expectativas del cliente interno y externo de la SIC.	22-oct-15	29-oct-15
	Ajustes al instrumento de satisfacción y expectativas del cliente interno de la SIC.	30-oct-15	03-nov-15
	Verificación de requerimientos técnicos, pruebas previas para la ejecución de la encuesta interna (campaña de expectativa, fraseo, secuencia preguntas, ajustes de errores, etc).	03-nov-15	03-nov-15
	Ejecución del instrumento de satisfacción y expectativa del cliente interno de la SIC.	05-nov-15	11-dic-15
	Ajustes al formulario de satisfacción y expectativas del cliente externo de la SIC.	30-oct-15	03-nov-15
	Verificación del funcionamiento de la herramienta de recolección de información del instrumento de satisfacción y expectativas del cliente externo de la SIC.	03-nov-15	03-nov-15
	Ejecución del instrumento de satisfacción y expectativas del cliente externo de la SIC.	05-nov-15	21-dic-15
	Descarga y envío de información del instrumento de satisfacción del cliente interno y externo para revisión previa de la consistencia de la información.	21-dic-15	21-dic-15
	Revisión y análisis de consistencia de los datos del instrumento de satisfacción del cliente interno y externo.	03-dic-15	11-dic-15
	Informe final de resultado de la aplicación del instrumento de la satisfacción del cliente interno y externo.	21-dic-15	23-dic-15

	<b>INFORME SATISFACCION CLIENTE EXTERNO 2015</b>	Fecha de elaboración: 2016-02-01
	Dependencia 0030 OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN	Página 4 de 13

b) Estudios realizados con anterioridad en la entidad (experiencia anterior e hitos)


Una de las obligaciones del Representante de la Dirección para el Sistema de Gestión de Calidad es realizar la medición general de la satisfacción del cliente externo mediante la ponderación de la calificación de todos los trámites y servicios de la entidad resultado de la encuesta de satisfacción del cliente institucional, y hacer una categorización de las expectativas identificadas.

Las condiciones para elaborar y poner en marcha la medición de la satisfacción del cliente institucional, se basaron en experiencias anteriores, especialmente la realizada en el año 2014. Para la encuesta 2015 se hizo un cambio en la escala de medición pasando de una escala de 1 a 5, a una de 1 a 4, manteniendo siempre los resultados finales con una homologación en escala de 1 a 10. Las preguntas se mantuvieron dada la necesidad de comparar los resultados 2014 y 2015. Estas son algunas de las condiciones previas a la medición:

- En cuanto a la determinación del universo y determinación de la muestra<sup>1</sup>: en ocasiones se puede presentar, que dependiendo de los intereses particulares se puedan aplicar instrumentos de medición a la medida de los segmentos, por ejemplo, en las encuestas de propiedad industrial o del aula de propiedad industrial se pueden segmentar los clientes según sean empresarios o academia y hacer las preguntas correspondientes a cada segmento identificado. Igualmente, la encuesta estuvo en página web por lo tanto cualquier persona natural o jurídica que quisiera participar en su diligenciamiento, podía hacerlo.
- Estrategias para garantizar una muestra representativa: Se creó un link en la página web y se invitó vía correo electrónico a personas jurídicas identificadas en la base de datos del Sistema de Trámites, suministrado por la Oficina de Tecnología e Informática. Los correos de personas naturales se eliminaron de la base de datos, en cumplimiento de la Ley 1581 de 2012 Protección de Datos Personales.
- Diseño del instrumento de encuesta: Las preguntas a realizar en 2015 conservaron la misma estructura que las realizadas en 2014, aunque fue necesario hacer ajustes en los trámites de la entidad según los cambios surtidos de un año a otro. Las preguntas fueron sometidas a una validación previa y aprobaciones técnicas de los involucrados; por ejemplo, una encuesta para publicar en la Intransic o en la página web de la entidad, requiere previamente el visto bueno por parte de la Oficina de Tecnología e Informática, Secretaría General o la Oficina de Servicios al Consumidor y Apoyo Empresarial, según el caso.
- Validación - Ejecución de prueba piloto: Fase exploratoria interna para analizar el estado actual de la entidad y el ideal, a fin de tener claridad en la medición de aspectos relevantes no sólo para el líder de proceso sino que adicionalmente se involucren puntos de vista complementarios al interior de la entidad. A partir de las observaciones, se ajustó el instrumento de medición. Esta condición se cumplió antes de iniciar la publicación definitiva de las encuestas 2015 en la página web.

---

<sup>1</sup> La población es el conjunto de todas las personas naturales o jurídicas que tienen interés en los trámites que suministra la entidad, sobre los que se desea recabar la información relacionada con el fenómeno que se estudia. La muestra es el subconjunto de la población que se selecciona para el estudio, esperando que, lo que se averigüe en ésta, genere una idea sobre la población en su conjunto. Se seleccionan muestras porque normalmente no es posible (por tiempo o presupuesto) estudiar todos y cada uno de los sujetos de una población (lo que sería un censo). Por lo tanto, debe cumplir dos condiciones: ser suficientemente amplia y ser seleccionada de manera aleatoria.

	INFORME SATISFACCION CLIENTE EXTERNO 2015	Fecha de elaboración: 2016-02-01
	Dependencia 0030 OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN	Página 5 de 13

- Para la medición de las encuestas 2015, no se utilizaron preguntas de respuesta abierta, igualmente, se incluyó preguntas para encontrar las características de los usuarios.
- La escala de medición de la satisfacción, a diferencia de la encuesta del año 2014 que presentaba una escala de 1 a 5, para el 2015 está compuesta por 4 opciones de respuesta,; Muy bueno, Bueno, Regular, y Malo. Las respuestas son homologadas en escala de 1 a 4, donde los datos obtenidos bajo el esquema cualitativo:
  - Muy bueno= 4
  - Bueno= 3
  - Regular=2
  - Malo=1
- La suma todos los ítems de satisfacción evidenciados en la encuesta y se pondera por el número de respuestas o encuestas realizadas. El resultado es homologado en una escala de 1 a 10.
- Los resultados de las expectativas no se tienen en cuenta para la construcción del índice de satisfacción.
- Todos aquellos ítems calificados por debajo del promedio, obligatoriamente deberán tener correctivos o acciones correctivas.
- En aquellos casos en los cuales no se identifique claramente los responsables de las acciones, se determinará que serán por defecto, aquellas áreas en las cuales el cliente externo haya calificado con un promedio inferior a la media del índice.
- La base de medición es del 75% para la encuesta de satisfacción del cliente institucional del 2011. El estudio inmediatamente anterior, realizado en 2014, concluyó que el ítem con calificación más baja era “tiempos de respuesta” para lo cual en la entidad se elaboró la corrección para: a) identificar en cada proceso que tiempos deberían medirse y b) iniciar con la medición de los tiempos en algunos de los procesos misionales. Los resultados de este estudio se muestran en el capítulo 4.

### 3.2. Marco Teórico:

- Cartilla EL CUBO – ¿Cómo implementar un programa de escucha en su entidad?<sup>2</sup>. Soporte Metodología EL CUBO - Lineamientos Técnicos para el diseño, aplicación, gestión y análisis de mediciones de satisfacción en materia de Servicio al Ciudadano, al interior de las entidades del Sistema Nacional de Servicio al Ciudadano.


- Guía metodológica para la caracterización de ciudadanos, usuarios o grupos de interés.<sup>3</sup>

- Informe de Satisfacción de Cliente Externo realizado por la Universidad Nacional<sup>4</sup>:  
*“El informe se apoya en la metodología de diseño de muestra, análisis e interpretación de los resultados para escalas de Likert ordinal, supone una distribución multinomial para variables categóricas y escalas ordinales. Más aún, cuando cada opción en la escala tiene a su vez una distribución de probabilidad binomial. Para cada ítem del instrumento del cuestionario se utilizó una escala ordinal de Likert de tamaño 4. Cada una de estas cuatro categorías son excluyentes y cada una de ellas puede ser vista como una distribución binomial, es*

<sup>2</sup> Departamento Nacional de Planeación. Esta metodología fue utilizada para la elaboración del instrumento de medición.

<sup>3</sup> Departamento Administrativo de la Función Pública, Programa Gobierno en línea, Secretaría de Transparencia, y el Departamento Nacional de Planeación.

<sup>4</sup> Contrato Interadministrativo 1002 de 2015 entre la SIC y la Universidad Nacional de Colombia.

	<b>INFORME SATISFACCION CLIENTE EXTERNO 2015</b>	Fecha de elaboración: 2016-02-01
	Dependencia 0030 OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN	Página 6 de 13

decir, el individuo puede escoger marcarla (1) o no marcarla (0). Se fija así,  $\Pi_i$  como la proporción de individuos dentro de la población que seleccionan la opción  $i$ , con  $i = 1, 2, 3, 4$  para un ítem. De igual manera, se fija  $n_i$ , la frecuencia o número de individuos de una muestra aleatoria que selecciona la opción  $i$ , de una muestra aleatoria de tamaño  $n$ . Para determinar el tamaño de muestra, se necesita que la probabilidad  $\Pi_i$ , pertenezca a un intervalo con un nivel de confianza al menos superior al 90%. Para esta muestra, se fija que el tamaño de muestra sea tal que dicha probabilidad esté en un intervalo de confianza del 95%, se toma en cuenta el factor de ajuste para una población fija ( $N$ ), y se determina el tamaño de muestra para  $\alpha = 0,05$ , es decir un nivel de confianza del 95 %;  $k = 4$ , un valor teórico de la distribución chi-cuadrado con un grado de libertad  $\chi^2_{\alpha}(1) = 3,8414$ , y una probabilidad  $\Pi_i = 0,5$ . A través de esta metodología de análisis se buscará construir un índice que permite analizar el desempeño por área y el desempeño entre las áreas. Un primer paso dentro del análisis será mantener la metodología Customer eQ desarrollada por AcNielsen o metodología de dos cajas (top two boxes) por motivos de comparación con la Encuesta Externa desarrollada en el 2014.”

### 3.3. Diseño del instrumento de medición

“El cuestionario o formulario es un instrumento o recurso de medición utilizado por el científico social, en gran medida, de la misma manera en que se usan instrumentos especializados de medición en otros campos. En él se registran las informaciones referentes a las unidades elementales de investigación de las encuestas”<sup>5</sup>.


El equipo de trabajo revisó y ajustó las preguntas de la encuesta de satisfacción, dejando el modelo resultante de este ejercicio aprobado por las instancias correspondientes.

El instrumento definitivo se remitió a la Oficina de Tecnología e Informática de la SIC para que se publicara en la plataforma SurveyMonkey. Una vez validado el instrumento, y publicitado en página web, por correos electrónicos a los usuarios identificados como personas jurídicas, y a los líderes de los puntos de atención a nivel nacional, se publicó en la página web el link correspondiente para habilitar la recepción de datos vía web.

### 3.4. Ficha Técnica de la Encuesta

FICHA TÉCNICA	
<b>UNIVERSO REPRESENTADO:</b>	Universo se define en esta encuesta como el número de usuarios mensuales que hacen trámites en la SIC. Un estimativo del número de trámites al mes es de 58.000
<b>POBLACIÓN OBJETIVO:</b>	Usuarios de los servicios que prestan las dependencias misionales de la SIC, a ciudadanos (personas naturales y jurídicas). Para una población de 58.000 personas (naturales y jurídicas) se esperaba un tamaño de muestra de 476 encuestas para un nivel de confianza del 95%. Se aplicaron 761 encuestas, y se eliminaron 332 por falta de diligenciamiento del total de la misma. Es así como la información procesada corresponde a 429 encuestas, para un nivel de confianza del 94% y un margen de error del 6%.

<sup>5</sup> Azofeifa Villalobos Ana Georgina. Banco Central de Costa Rica - Pautas para la construcción de un cuestionario estadístico. 1994.

	<b>INFORME SATISFACCION CLIENTE EXTERNO 2015</b>	Fecha de elaboración: 2016-02-01
	Dependencia 0030 OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN	Página 7 de 13

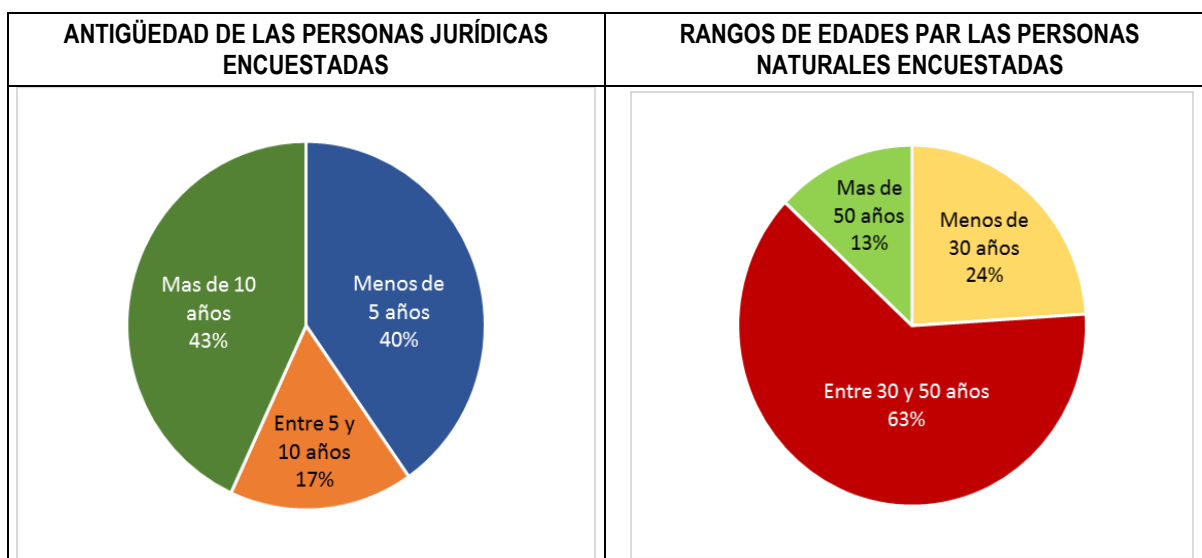
<b>DISEÑO MUESTRAL:</b>	Se utilizó el muestreo aleatorio simple. La muestra incluyó a personas naturales y jurídicas.
<b>TÉCNICA:</b>	Encuesta individual.
<b>MÉTODO:</b>	Diligenciamiento electrónico a través de herramienta SIC survey monkey.
<b>TAMAÑO DE LA MUESTRA:</b>	429 encuestas
<b>MOMENTO ESTADÍSTICO:</b>	Noviembre 5 a Diciembre 21 de 2015.
<b>NIVEL DE CONFIANZA:</b>	94%.
<b>MARGEN DE ERROR</b>	6%

#### 4. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS Y ANÁLISIS DE LOS MISMOS

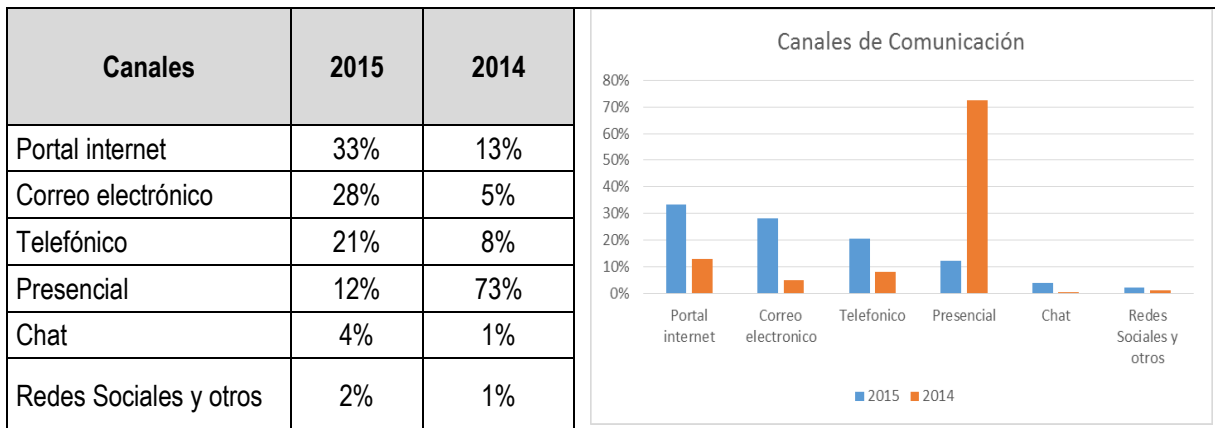
##### 4.1. CARACTERÍSTICAS DE LOS ENCUESTADOS:

Las siguientes cifras y gráficas muestran algunas características de los encuestados, las cuales son más informativas que concluyentes en esta etapa del análisis:

- El 66% correspondió a personas jurídicas que tramitan sus requerimientos ante la SIC. El 41%, corresponden a empresas de reciente creación o constitución legal (menores de cinco años) y el 39% a empresas con más de 10 años de creación.
- El 34% representan sus intereses como personas naturales ante la SIC. El 42% correspondió al género femenino y el 58% al género masculino. El 36% con edades entre los 30 y 50 años y casi un 50% no respondió a la pregunta.



Comparando la información de 2014 y 2015, se identifica que los canales de comunicación preferidos por los encuestados han variado, siendo el Portal en internet y el correo electrónico, los canales preferidos por los encuestados:

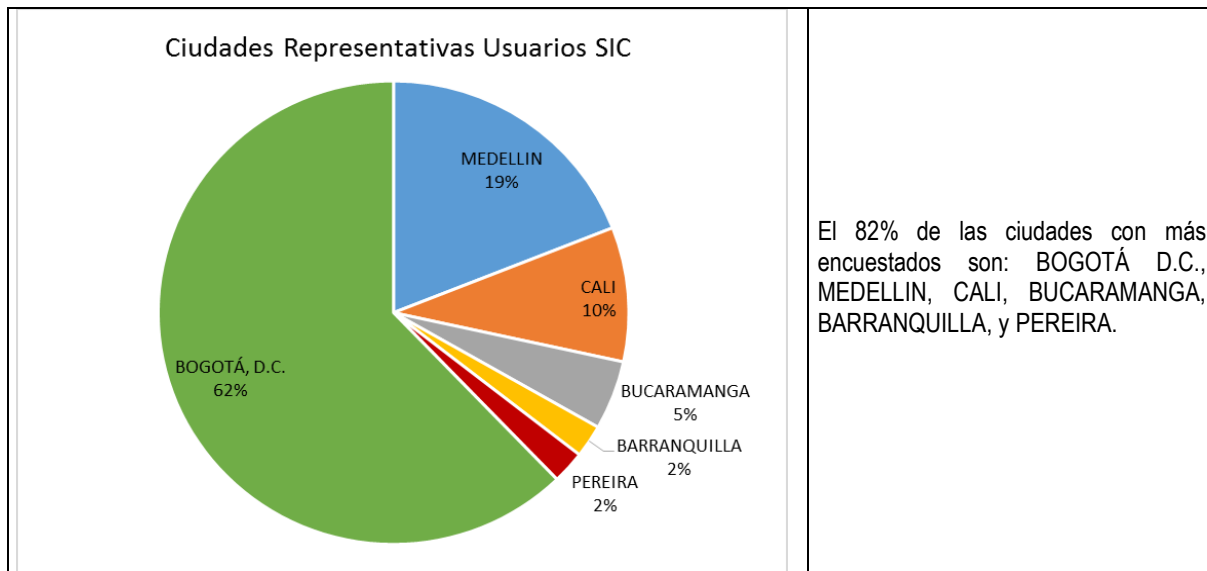


De las 429 encuestas, una se recibió fuera de Colombia y otra no fue identificado el lugar de procedencia. Las restantes 427 están distribuidas por departamentos de Colombia así:

DEPARTAMENTO	ENCUESTADOS	PORCENTAJE	DEPARTAMENTO	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
BOGOTÁ, D.C.	219	51,3%	ARAUCA, ARCHIPIÉLAGO DE SAN ANDRÉS, PROVIDENCIA Y SANTA CATALINA, CAQUETÁ, CHOCÓ, GUAINÍA, GUAVIARE, MAGDALENA, VAUPÉS, y VICHADA	0	0%
ANTIOQUIA	72	16,9%			
VALLE DEL CAUCA	44	10,3%			
SANTANDER	23	5,4%			
ATLÁNTICO	9	2,1%			
RISARALDA	9	2,1%			
CUNDINAMARCA	8	1,9%			
TOLIMA	6	1,4%			
CASANARE	4	0,9%			
META	4	0,9%			
NORTE DE SANTANDER	4	0,9%			
QUINDIO	4	0,9%			
CALDAS	3	0,7%			
HUILA	3	0,7%			
SUCRE	3	0,7%			
BOYACÁ	2	0,5%			
CESAR	2	0,5%			
NARIÑO	2	0,5%			
AMAZONAS	1	0,2%			
BOLÍVAR	1	0,2%			
CAUCA	1	0,2%			
CÓRDOBA	1	0,2%			
GUAJIRA	1	0,2%			
PUTUMAYO	1	0,2%			

A partir de la distribución de las encuestas por Departamento, se tomaron las ciudades asociadas a cada uno de los departamentos más representativos con el fin de identificar cuáles de ellas tendrían más representación en las encuestas. Ver gráfica a continuación:






#### 4.2. IDENTIFICACIÓN DE TRÁMITES Y SERVICIOS

Los trámites y servicios más utilizados por la ciudadanía encuestada, relacionados con las temáticas o áreas de interés:

TEMÁTICA O ÁREA	PORCENTAJE	TRÁMITE MAS SOLICITADO
PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR	31,99%	Denuncias por violaciones a las normas de Protección al Consumidor y Denuncias contra operadores que prestan el servicio de telecomunicaciones
PROPIEDAD INDUSTRIAL	29,30%	Solicitud de Registro de Signos Distintivos de Marca, Lemas y Denominaciones de Origen
CÁMARAS DE COMERCIO	11,02%	Consulta de Normativa, Consulta del Reporte de Actas de Juntas y Certificaciones, Creación Cámara de Comercio y Otros.
ASUNTOS JURISDICCIONALES	7,53%	Reclamos sobre efectividad de la Garantía
REGLAMENTOS TÉCNICOS Y METROLOGÍA LEGAL	6,99%	Inscripción en Registro de Productores e Importadores de productos sometidos al cumplimiento de Reglamentos Técnicos
ASUNTOS DE CARÁCTER GENERAL	6,72%	Petición de Información, consultas o conceptos Jurídicos, Consulta Circular única y Otros.
PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES (HABEAS DATA)	3,76%	Presentación de quejas en materia de datos personales y Denuncia por presunta violación a las disposiciones legales relacionadas con habeas data y el manejo de la información contenida en bases de datos personales
PROTECCIÓN DE LA COMPETENCIA	2,15%	Consulta del estado de una solicitud
ESTUDIOS ECONÓMICOS	0,54%	Petición de información

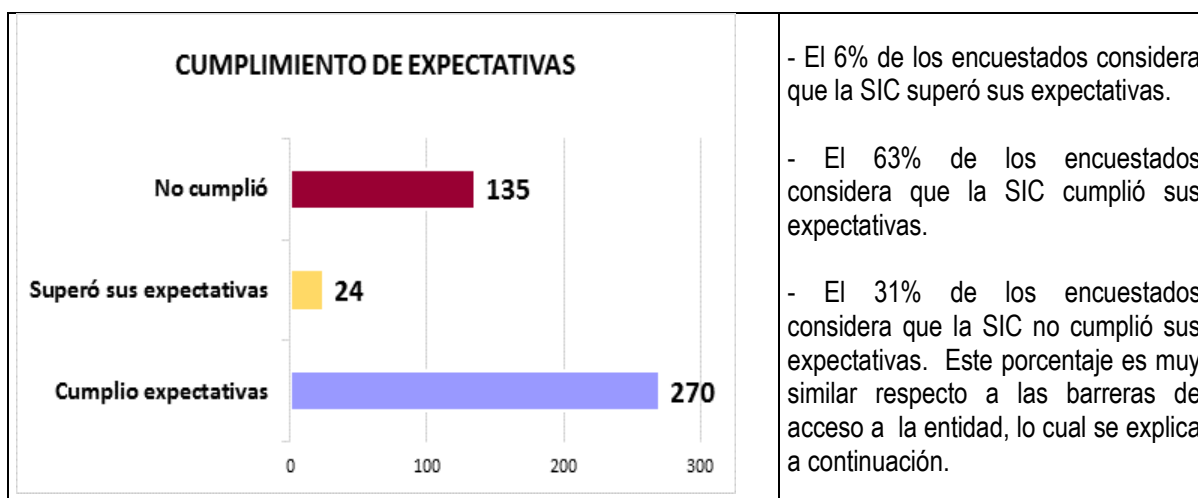
	<b>INFORME SATISFACCION CLIENTE EXTERNO 2015</b>	Fecha de elaboración: 2016-02-01
	Dependencia 0030 OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN	Página 10 de 13

Se resalta el hecho que según los resultados de las encuestas 2014<sup>6</sup>, en el cual las dos primeras áreas o temáticas identificadas como las más demandadas por la ciudadanía eran Consumidor y Propiedad Industrial, y para los resultados identificados en la anterior tabla, se identifica que siguen estando en primer lugar. Anexo se presenta un resumen por área o temática, a fin de detallar en cada uno de ellos el trámite de mayor interés de los usuarios de la SIC encuestados.

#### 4.3. MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN DE CLIENTES INSTITUCIONALES:

La satisfacción de usuarios, está relacionada en la percepción de la ciudadanía frente a los trámites y servicios en los cuales la entidad tuvo relación con ellos.


Aunque para la construcción del índice de satisfacción no se tiene en cuenta los resultados de las expectativas, resulta muy importante saber que el 69% de los encuestados perciben que sus expectativas se cumplieron, el resultado a continuación:



Frente a la pregunta “*Ha encontrado dificultades para acceder a los servicios que presta la SIC?*”, el 31% de los encuestados contestaron afirmativamente y registraron las siguientes causas:

- La página de internet de la SIC:
  - No facilita el acceso a la información.
  - Se cae frecuentemente (durante la redacción de quejas o demandas, seguimiento a SIPI)
  - Problemas en el restablecimiento de contraseñas
  
- La asesoría telefónica SIC:
  - Las líneas telefónicas no son atendidas con prontitud.
  - La información del Call Center se escala siempre (aunque sea sencilla).
  - La información suministrada por teléfono es la misma que conoce el ciudadano en página web.
  - En caso de inquietudes específicas, no hay claridad.
  
- Los trámites de la SIC:
  - Son muy demorados (pasan de un año).

<sup>6</sup> Informe de Satisfacción de cliente Externo 2014. Fuente: Oficina Asesora de Planeación –SIC.

	INFORME SATISFACCION CLIENTE EXTERNO 2015	Fecha de elaboración: 2016-02-01
	Dependencia 0030 OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN	Página 11 de 13

- En las regiones se percibe la atención como deficiente
- La opción de SIC Facilita aún presenta deficiencias
- Las respuestas muy técnicas no son claras. La ciudadanía al no entender el vocabulario desiste en los trámites.

- Los asesores de la SIC:
  - No hay unificación de criterio, se contradicen al asesorar al ciudadano.
  - No cuentan con el conocimiento necesario, percepción de falta de capacitación para que asesoren mejor al ciudadano.
  - Las personas naturales manifiestan la falta de acompañamiento en temas jurídicos, en especial al interponer una demanda.

En la siguiente tabla se puede evidenciar la importancia de los factores que la ciudadanía percibe en orden de importancia.<sup>7</sup>

Resulta interesante que el factor “Tiempo de Respuesta” que para el año 2014 fue el más importante<sup>8</sup>, pasa en 2015 a un tercer lugar, y cobra más importancia la Información Suministrada y en segundo lugar la Disponibilidad de los canales de comunicación:


CUÁL ES EL FACTOR MAS IMPORTANTE POR LA CIUDADANÍA?	Nivel de importancia (Donde 1 es el más importante y 6 el menos importante)	Índice Normalizado
Información suministrada	1	61,4%
Disponibilidad de los canales de comunicación	2	56,3%
Tiempos de respuesta	3	55,2%
Atención brindada	4	48,8%
Cercanía de la Entidad con la Ciudadanía	5	39,4%
Nivel general de servicio	6	38,9%

La siguiente tabla muestra la percepción de la ciudadanía frente a los aspectos que considera más relevantes en la relación Superintendencia – Ciudadanía, igualmente, haciendo una interpretación cualitativa de los datos en escala de 1 a 4, identificando Muy bueno con 4, Bueno con 3, Regular con 2, Malo con 1.<sup>9</sup> Se tendría la siguiente calificación de la percepción del servicio, para cada uno de los ítems evaluados, en orden de menor a mayor:

<sup>7</sup> Se utilizó un ranking de la priorización de los factores preguntados en escala inversa (Asignación de puntos a la máxima respuesta es decir 1 se le asignan 6 puntos y a la mínima respuesta es decir 6 se le asigna 1 punto) y se normalizó en términos porcentuales de acuerdo al número total de usuarios que respondieron. El índice se normalizó (La fórmula para el índice fue: Índice-factor(j) = (puntaje - puntaje mínimo)/(puntaje máximo – puntaje mínimo) de tal manera que le máximo puntaje, si todos los encuestados priorizaron tiempos de respuesta como el factor más importante, sería de 100%. De igual manera, si para todos los encuestados, el nivel general de servicio fue lo menos importante, su calificación sería de 0%.

<sup>8</sup> Informe de Satisfacción de cliente Externo 2014. Fuente: Oficina Asesora de Planeación –SIC.

<sup>9</sup> La metodología “TWO BOXES” expuesta en el punto 3.2 de este documento, toma los dos puntajes más altos, y los más bajos para la construcción de la tabla.

	INFORME SATISFACCION CLIENTE EXTERNO 2015	Fecha de elaboración: 2016-02-01
	Dependencia 0030 OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN	Página 12 de 13


COMO CALIFICA EL SERVICIO EN CUANTO A:	Muy bueno / Bueno	Regular / Malo	Sin respuesta
1. Cumplimiento de tiempos de respuesta a la solicitud	58%	40%	2%
2. Competencia técnica o asesoramiento brindado por los servidores públicos	63%	30%	7%
3. Claridad de la información	67%	31%	2%
4. Facilidad para acceder a la Información según el canal de contacto preferido por usted	75%	25%	0%
5. Amabilidad de los servidores públicos y sus comunicaciones	77%	18%	5%

Haciendo una interpretación cualitativa de los datos, identificando Muy bueno con 4, Bueno con 3, Regular con 2, Malo con 1, en escala de 1 a 4, y luego normalizando los resultados a una escala de 1 a 10 siendo 1 Malo o muy deficiente y 10 Muy Bueno, se tendría la siguiente calificación para cada uno de los ítems evaluados, en orden de menor a mayor calificación promedio obtenida:

COMO CALIFICA EL SERVICIO EN CUANTO A:	2015	2014
<b><i>Cumplimiento de tiempos de respuesta a la solicitud</i></b>	<b>6.4</b>	6.8
Competencia técnica o asesoramiento brindado por los servidores públicos	6.7	8.2
Claridad de la información	6.8	8.2
Amabilidad de los servidores públicos y sus comunicaciones	7.6	8.4
<b><i>PROMEDIO DE LA CALIFICACIÓN</i></b>	<b>6.8</b>	<b>7.9</b>

Si bien el promedio es de **6.8** para todos los atributos de calidad en el servicio que se midieron, resulta importante anotar que el "***Cumplimiento de tiempos de respuesta a la solicitud***" continúa con la calificación más baja (igual posición en el año 2014) y adicionalmente está varios puntos por debajo del promedio, razón por la cual, este informe se centrará en estudiar éste ítem por área, con el fin de identificar cuál de ellas presenta resultados representativos:

CUMPLIMIENTO DE TIEMPOS DE RESPUESTA A LA SOLICITUD	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	No responde	PROMEDIO (escala de 1 a 10)
Protección de Datos Personales	0	4	6	4	1	5.0
Protección del Consumidor	18	31	27	55	2	5.2
Asuntos Jurisdiccionales	5	13	6	9	0	6.1
Estudios Económicos	0	1	1	0	0	6.3
Reglamentos Técnicos y Metrología Legal	4	17	8	5	2	6.5

	INFORME SATISFACCION CLIENTE EXTERNO 2015	Fecha de elaboración: 2016-02-01
	Dependencia 0030 OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN	Página 13 de 13

CUMPLIMIENTO DE TIEMPOS DE RESPUESTA A LA SOLICITUD	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	No responde	PROMEDIO (escala de 1 a 10)
Asuntos de Carácter General	4	16	4	3	0	6.9
Propiedad Industrial	27	61	17	17	3	7.0
Protección a la Competencia	4	4	1	1	0	7.8
Cámaras de Comercio	14	24	6	1	3	7.8
<b>TOTALES</b>	<b>76</b>	<b>171</b>	<b>76</b>	<b>95</b>	<b>11</b>	<b>6.4</b>

Se observa según la tabla anterior, que el promedio obtenido frente a la calificación de “Cumplimiento de tiempos de respuesta a la solicitud”, está por debajo del promedio en la Delegatura para Protección de Datos Personales, para la Delegatura de Protección al Consumidor, para la Delegatura de Asuntos Jurisdiccionales y el Grupo de Estudios Económicos.

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Al analizar el universo de encuestas realizadas, en total 429, se obtuvo una calificación de 6.8 en escala de 1 a 10, en la satisfacción de los usuarios, calificación que bajó respecto a la vigencia 2014. Adicionalmente, se encontró:

- La mayoría de las personas naturales que se acercan a la entidad están en el rango de edades entre 30 y 50 años, igualmente, para las personas jurídicas tienen menos de cinco años de estar constituidas o más de 10 años. No se tiene variación del resultado respecto a la vigencia 2014.
- Las ciudades donde respondieron más encuestas fue desde Bogotá, Cali, Medellín y Bucaramanga. No se tiene variación del resultado respecto a la vigencia 2014.
- Los canales de comunicación preferidos son el portal internet con el 33% y el correo electrónico con el 28%. Se identifica un cambio notorio en la preferencia de los encuestados, ya que el canal preferido del año 2014 era el canal presencial. Las sugerencias de mejora relacionadas con el portal internet, se enfocan a mejorar el acceso a la información (incluyendo el restablecimiento de contraseñas y como tal lo publicado en la página web).
- En la relación SIC- Ciudadano: Para el 2014 el factor más importante fue “Tiempos de Respuesta” y para 2015 pasa a ser “Información suministrada”. En cuanto al factor al que menos importancia se da es “Nivel general de servicio” en 2015, frente al de “Cercanía de la Entidad con la Ciudadanía” que fue el de menor importancia en 2014.
- El ítem con más baja calificación fue “Cumplimiento de tiempos de respuesta a la solicitud”. Las Delegaturas que más bajo tienen éste parámetro son Protección de Datos Personales, Protección de Consumidor y, Asuntos Jurisdiccionales. Se debería establecer un plan de mejoramiento en las Delegaturas mencionadas.