


| | | |
|--|---|----------------|
|  | INFORME SATISFACCIÓN AL CLIENTE 2020 | Año 2020 |
| | Dependencia 0030 OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN | Página 1 de 12 |

TABLA DE CONTENIDO

Contenido

| | |
|---|----|
| 1. PRESENTACIÓN | 2 |
| 2. OBJETIVO DE LA MEDICIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE DE LA SIC | 2 |
| 3. METODOLOGÍA..... | 2 |
| 3.1. METODOLOGÍA PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UN SISTEMA DE MEDICIÓN DE PERCEPCIÓN | 2 |
| 4. COMPARATIVO CON LAS MEDICIONES ANTERIORES | 4 |
| 4.1 MEDICIÓN DE PERCEPCIÓN Y SU IMPACTO EN LA SIC..... | 4 |
| 5. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS Y ANÁLISIS | 6 |
| CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 11 |

1. PRESENTACIÓN

La Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) realiza la medición de la satisfacción, con el objetivo de mejorar la percepción de la satisfacción de los trámites, OPAS y servicios que ofrece la entidad a usuarios internos y externos.

Con el propósito de apoyar la definición de una nueva manera de medir la satisfacción y/o experiencia del usuario interno y externo, se estructuró y fortaleció el Programa ExperienciaSIC, así como el análisis y presentación de los resultados derivados de su aplicación.

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

Conocer la retroalimentación de usuarios, ciudadanos, grupos de valor de la entidad, tanto internos como externos.

3. METODOLOGÍA

3.1. Metodología para la construcción de un sistema de medición de percepción

El sistema de medición cuenta con una herramienta o aplicación tecnológica que permite visualizar los resultados de la percepción de la satisfacción y se convierte un aporte o insumo para el diseño y la creación de estrategias de servicio dirigidos a los usuarios, ciudadanos y grupos de interés.

El enfoque metodológico de experiencia SIC, se basa en los siguientes puntos:

1) Direccionamiento estratégico de la medición:

Se debe tener en cuenta el marco estratégico, con el cual se apalanca la medición.

a) Determinar los puntos de escucha o canales de atención:

¿Qué es un punto de escucha?

Son los puntos en donde la entidad registra el contacto con un usuario, gestiona su solicitud y responde.



Co-creación: con la participación de los líderes y enlaces para la Oficina Asesora de Planeación (OAP) de la entidad y se identifican puntos de escucha, en donde se analizan los servicios, momentos de interacción, momentos claves de procesos o cierres, etc.

2) Alineación de las áreas con el direccionamiento de medición

En reuniones con los líderes o enlaces para OAP de la SIC:

- Se comunican los resultados de la medición
- Se identifican las actividades realizadas y próximas.

3) Toma de información

Para la definición de la medición se tiene en cuenta:

- Establecer fuentes de información
- Periodicidades de las mediciones
- Análisis de los resultados

4) Visualización de los datos e indicadores

Mejoramiento de los instrumentos de medición con el fin de lograr la visualización del trabajo realizado.

Se realiza los ajustes que se consideren convenientes a las encuestas.

4. COMPARATIVO CON LAS MEDICIONES ANTERIORES

La medición ha evolucionado para el año 2020 donde se mide los atributos Calidad de la experiencia, profesionalismo y compromiso, procesos confiables y claridad de la información.

| Medición antes de 2018 a 2019 | EXPERIENCIA SIC 2020 |
|-------------------------------|------------------------------|
| Calidad general | Calidad de la experiencia |
| Competencia técnica | Profesionalismo y compromiso |
| Facilidad | Procesos confiables |
| Claridad | Claridad de la información |

Las mediciones se pueden realizar de manera permanente durante todo un año o en periodos indeterminados de tiempo, los cuales son definidos por cada líder de proceso. Experiencia SIC permite la aplicación constante de las encuestas y cuenta con acceso en línea para la consulta de los resultados.

Nota: En el mes de marzo de 2020 inicio la emergencia sanitaria a consecuencia del COVID 19.

4.1 Medición de percepción y su impacto en la SIC

Las principales actividades para mejorar los servicios que reciben los usuarios son:



a) Identificación: qué y cómo mejorar

El indicador principal es usualmente conocido con las siglas CSAT (Satisfacción) y hace referencia a la calificación que le dan los usuarios a una experiencia específica en términos de satisfacción. Sin embargo, en la SIC buscar una satisfacción en cada contacto puede ser contradictorio, ya que algunos grupos de valor se identifican como vigilados, por lo que se cambia el CSAT al CXI Customer Experience Index. con la pregunta: **¿Cómo califica la experiencia?**

b) Crear la cultura correcta

Una cultura enfocada en los usuarios busca que estos tengan que invertir menos esfuerzo y en el proceso esto contribuya generar mayor valor, es así como el principal indicador para esto es el CES (Customer Effort Score). Para el caso de la SIC se traduce en la pregunta: **¿Procesos confiables o eficientes?**

c) Competencias: desarrollo de experiencias en servicio para impactar la experiencia de los usuarios.

Para lograr una cultura enfocada en los usuarios, los profesionales son el eje de las buenas relaciones. Para la Superintendencia se relaciona en la pregunta dirigida a la percepción sobre el talento humano: **¿Profesionales y competentes?**

d) Incrementar: Los principales indicadores relacionados con los objetivos específicos de una entidad pública como la SIC.

e) Encontrar nuevos “motivadores”: dentro de las áreas de la SIC

Con base en la información recolectada, cada dependencia puede encontrar nuevos motivadores, así:

- Preguntas abiertas para realizar análisis cualitativos (con base al resultado de la encuesta).

- Entrega de resultados para realizar análisis profundos (Lo que pasó) y para contribuir a cálculos analíticos (predictivos de lo que puede pasar).

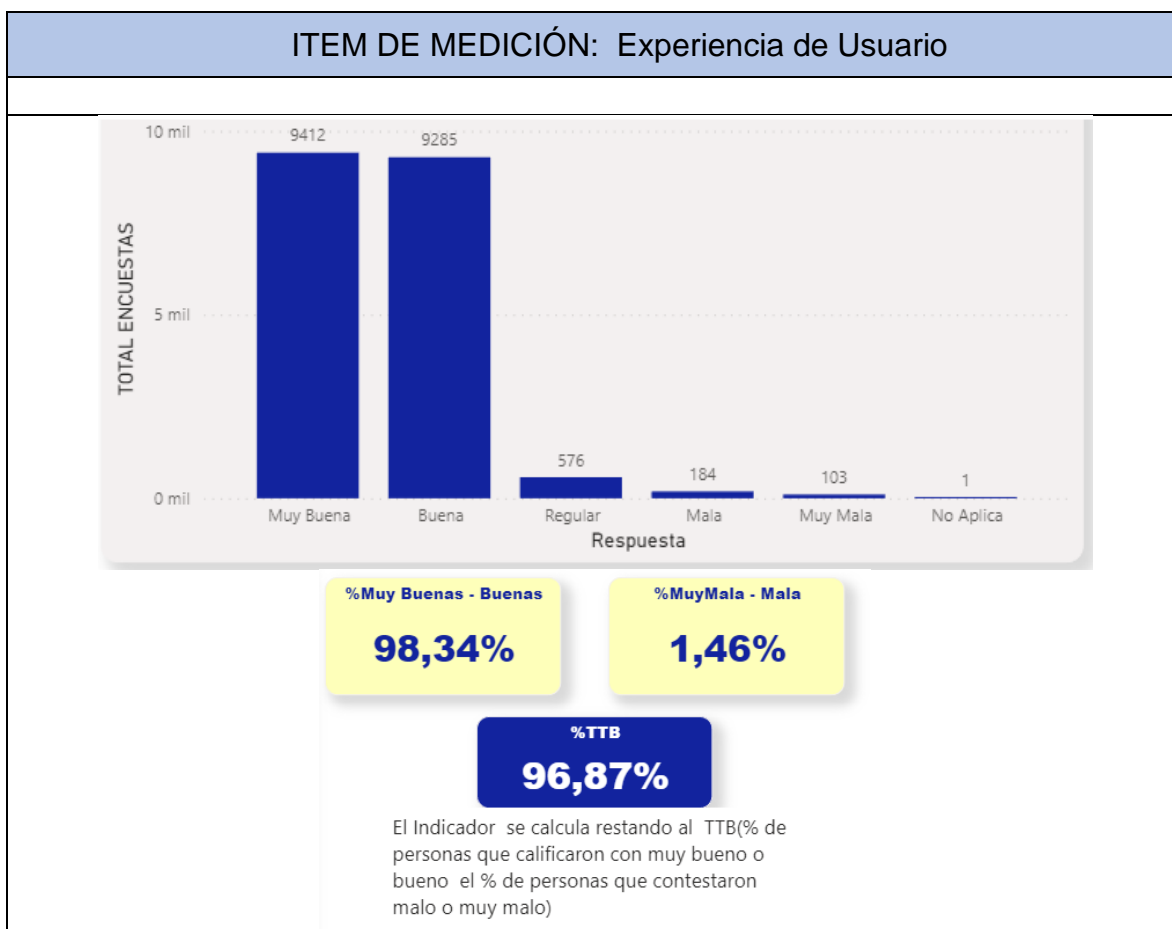
- Reuniones con el equipo para identificar lo que puede estar pasando con cada uno de los segmentos de usuarios, esto es necesario en los casos en los que se encuentren desempeños o resultados no deseados.

5. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS Y ANÁLISIS

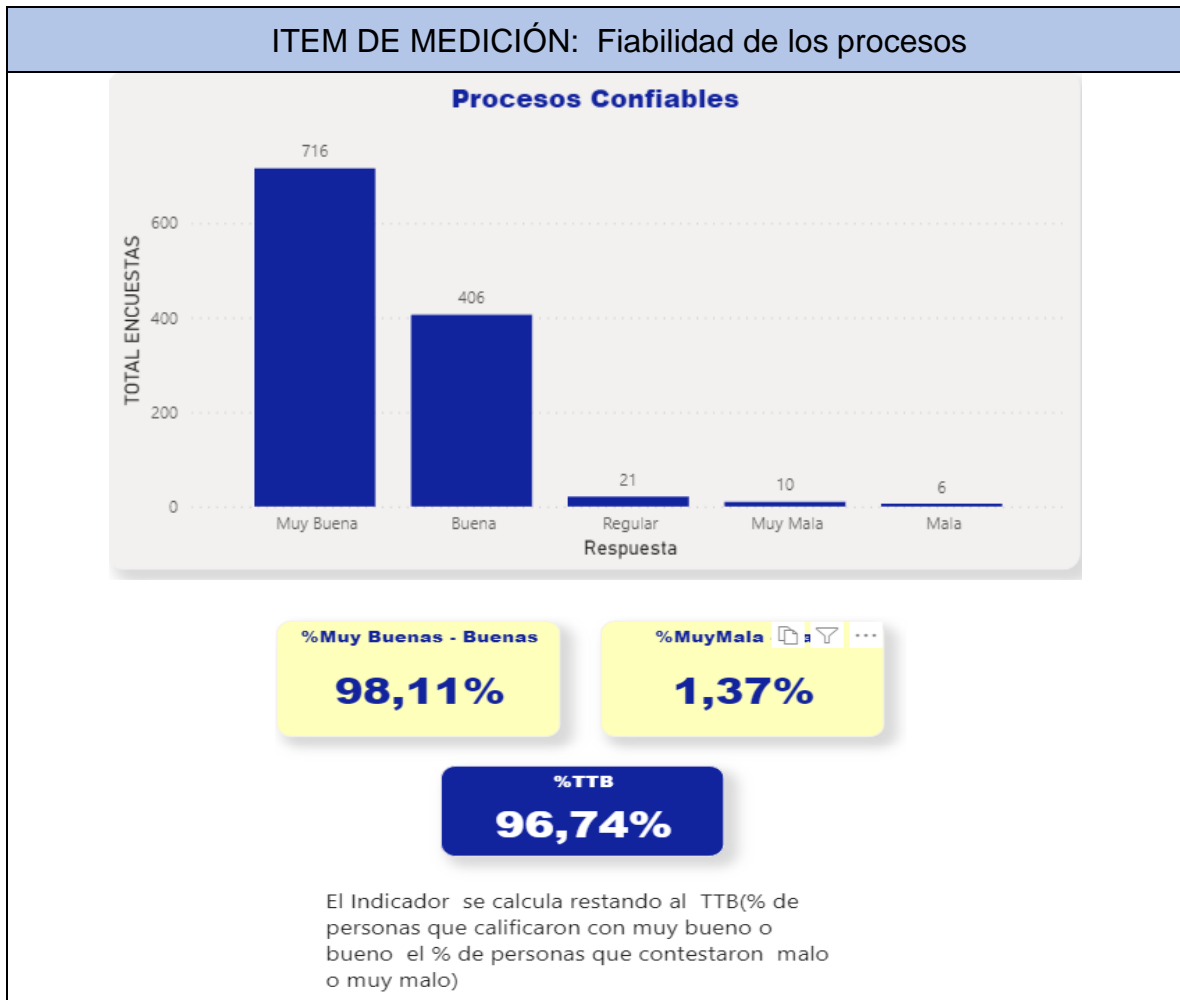
Los resultados se encuentran disponibles en para los lideres y enlaces asignados a la Oficina Asesora de Planeación.

Los resultados que a continuación se muestran, corresponden al periodo 2020.

En este periodo se realizaron aproximadamente 19.561 encuestas, de las cuales el 85% corresponden a la Red Nacional de Protección al Consumidor, el 8% al CIGEPI, el 4% a la encuesta de Atención e Información en Talento Humano, el resto de las encuestas son de otras dependencias.

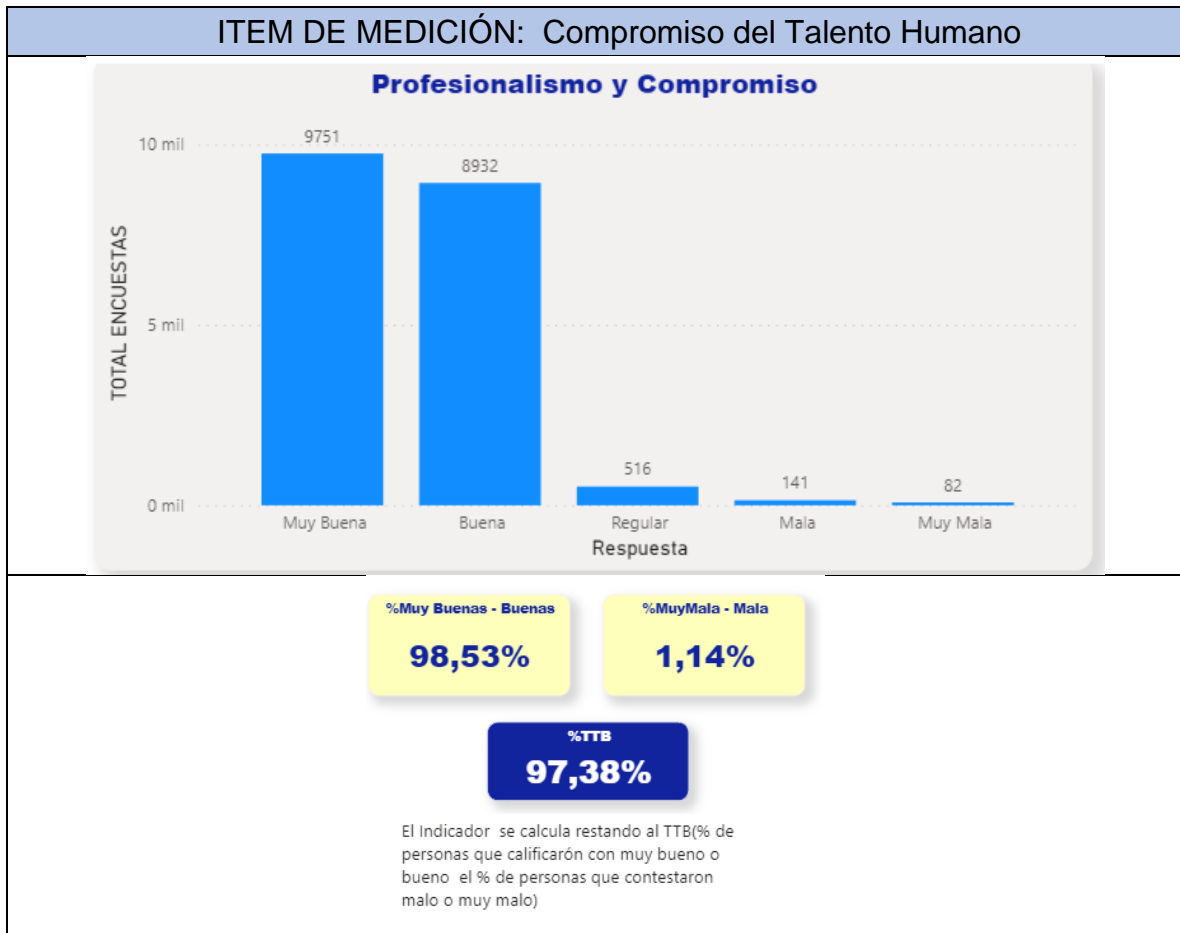


El 98,34% de los usuarios califica entre muy buena y buena la experiencia, tan solo un 1,46% considera que es muy malo y malo, sumando los resultados muy bueno y bueno y restando los muy malo y malo el indicador TTB calcula una percepción de la satisfacción de la calidad de la experiencia del 96,87%. **En el año 2019 el indicador arrojó un resultado de 93,5%, creciendo en un 3%.**



El 98,11% de los usuarios califica entre muy buena y buena la Fiabilidad de los procesos, tan solo un 1,37% considera que es muy malo y malo, sumando los resultados muy bueno y bueno y restando los muy malo y malo el indicador TTB entrega una percepción de la satisfacción de los procesos confiables del 96,74. **En el año 2019 el indicador arrojó un resultado de 84,6%, por lo anterior se mejoró en un 12%.**

ITEM DE MEDICIÓN: Compromiso del Talento Humano



El 98,53% de los usuarios califica entre muy buena y buena, el Compromiso del Talento Humano, tan solo un 1,14% considera que es muy malo y malo, sumando los resultados muy bueno y bueno y restando los muy malo y malo el TTB indica una percepción del Compromiso del Talento Humano de 97,38. **En el año 2019 el indicador arrojó un resultado de 92,4%, mejorando en la medición en un 4%.**

ITEM DE MEDICIÓN: Claridad



%Muy Buenas - Buenas

98,57%

%Muy Mala - Mala

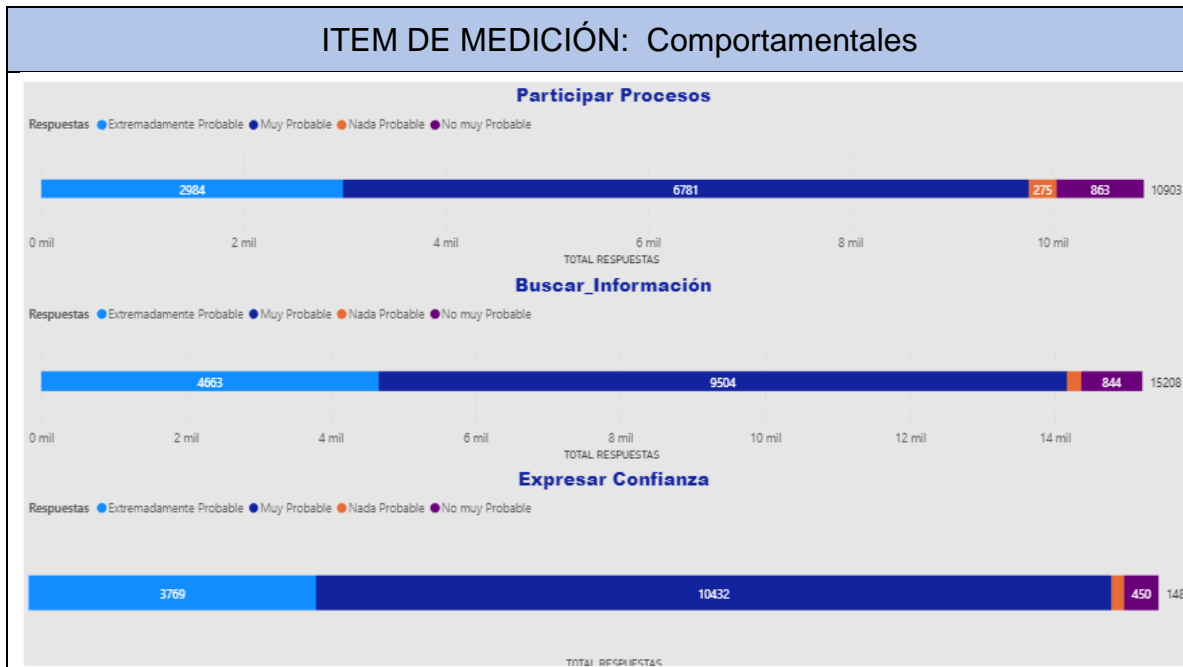
1,18%

%TTB

97,38%

El Indicador se calcula restando al TTB(% de personas que calificaron con muy bueno o bueno el % de personas que contestaron malo o muy malo)

El 98,57% de los usuarios califica entre muy buena y buena, Claridad, tan solo un 1,18% considera que es muy malo y malo, sumando los resultados muy bueno y bueno y restando los muy malo y malo el TTB indica que la percepción de la satisfacción es de 97,38%. **En el año 2019 el indicador arrojó un resultado de 95,4%, incrementando en un 1%.**



Las respuestas relacionadas con la variable participar en procesos son 10.903, las respuestas relacionadas con buscar Información 15.208 y expresar confianza en la entidad SIC 14.821, el resultado comportamental es 99% ubicando a los encuestados en interesados en conocer más y apasionados activos, localizándose en una zona de impresiones positivas, de confianza y credibilidad.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

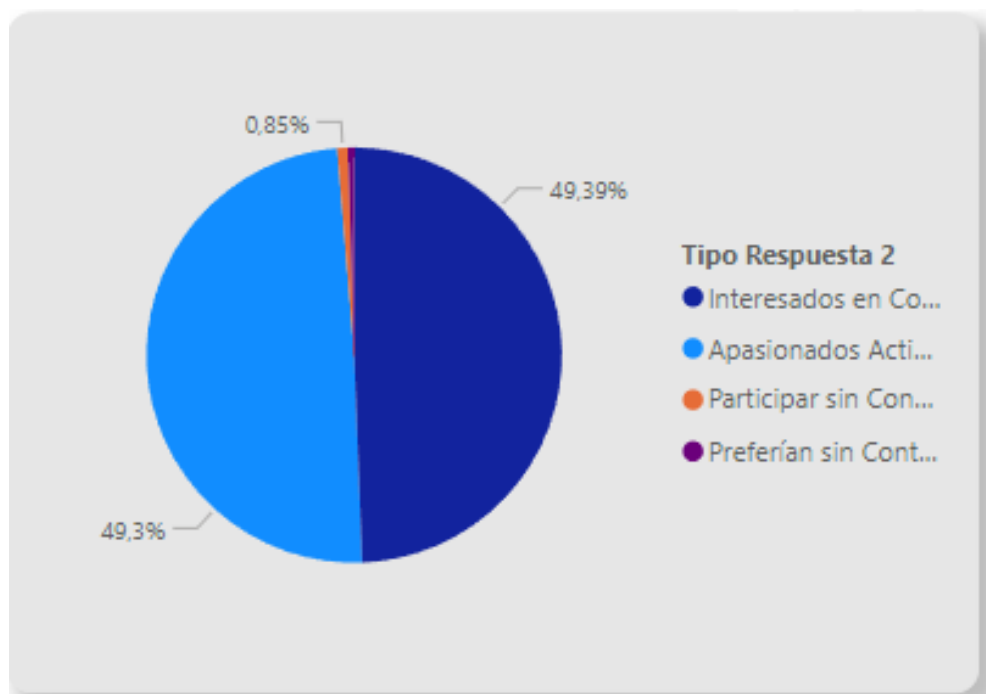
Al analizar el universo de encuestas realizadas, en total 19.561 en el año 2020, se obtuvo una calificación así:

| ITEM | INDICADOR (muy bueno + bueno) – (malo + muy malo) |
|-------------------------------|--|
| Experiencia de Usuario | (98,3%-1,4%) = 96,8% |
| Fiabilidad de los procesos | (98,11%-1,37%) = 96,7% |
| Compromiso del Talento Humano | (98,53%-1,14%) = 97,3% |
| Claridad | (98,5%-1,1%) = 97,3% |

De esta medición se puede inferir:

- a) El NPS (Net Promoter Score) es uno de los indicadores más importantes, para el caso de una entidad como la SIC, este indicador mide la capacidad de generar confianza y credibilidad.
- b) Es deseable para la Entidad contar con una buena reputación, teniendo en cuenta el carácter mediático de las decisiones en que virtud de su misión debe tomar con son las sanciones administrativas, rechazar o inadmitir procesos, entre otros. Por lo tanto, es importante que los ciudadanos quieran sensibilizarse sobre temas de interés a través de los medios y canales que tiene la SIC.
- c) Una apuesta de las entidades públicas es poder aumentar la participación de los usuarios, ciudadanos y grupos de interés, por esta razón se pregunta por la intención de participar en procesos y actividades en términos de continuar usando los servicios o buscar la oportunidad de relacionarse más con lo que hace la SIC.

A partir de ello se obtiene:



- El resultado de la medición para este periodo evidencia que el 49.39% de los encuestados están interesados en conocer más y el 49,3% son apasionados activos, sumando las dos categorías se obtiene el 99,6% de los encuestados son apasionados activos e interesados en conocer más, es decir, tienen impresiones positivas en cuanto a confianza y credibilidad, además tienen una alta intención de participar en procesos o actividades de la SIC. Esta medición creció en comparación con el año 2019 que fue del 72.7%.
- Solo un 0.85% de los encuestados tuvieron impresiones negativas o neutras en términos de confianza y credibilidad, al igual que su intención de participar en procesos o actividades de la SIC. Este indicador disminuyó en comparación a la medición anterior.

Fin del documento