

Estudio de Satisfacción III Trimestre - 2013)

Informe: 9769
Proyecto:
11540



Diciembre de 2013

DATEXCO

1. Objetivo General:

Determinar el nivel de satisfacción de aquellos afiliados que han hecho trámites para solución de vivienda y retiro de cesantías

1. Objetivos Específicos:

- Establecer el nivel de satisfacción general del servicio prestado por CAPROVIMPO a sus afiliados
- Establecer el índice de satisfacción por proceso
- Establecer el índice de satisfacción por atributo
- Identificar los puntos críticos de éxito para lograr un mejor desempeño en cada uno de los diferentes procesos
- Conocer qué factores de calidad son más relevantes para satisfacer a los afiliados
- Establecer fundamentos para el desarrollo de estrategias de mantenimiento de los afiliados a CAPROVIMPO

1. Mapa de Investigación



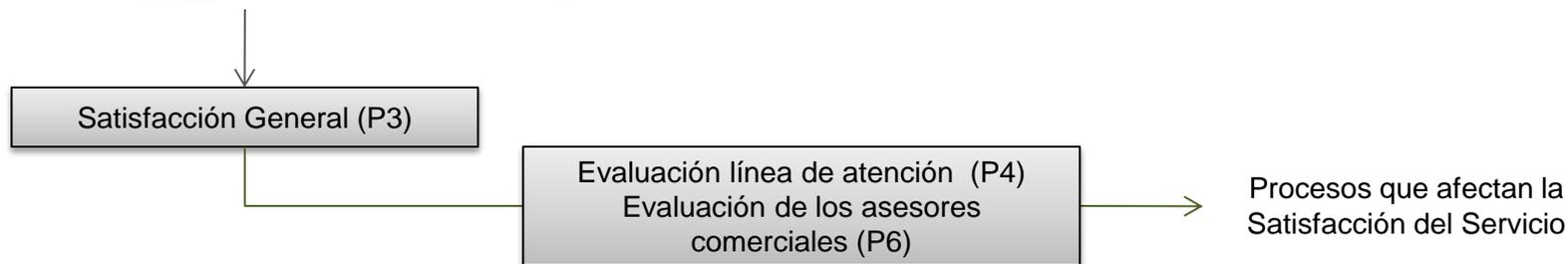
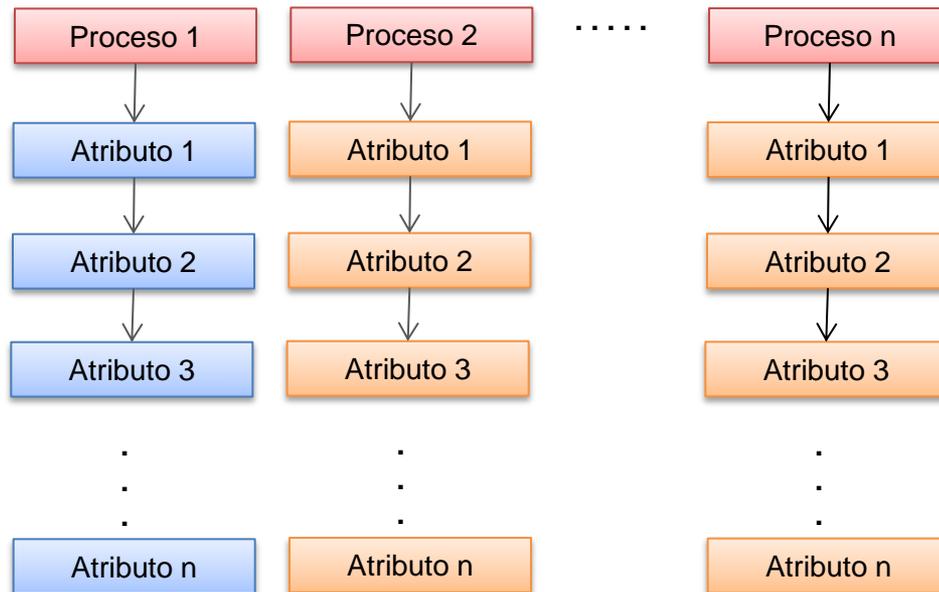
3. Ficha Técnica

Nombre del proyecto de Investigación:	Estudio de satisfacción del servicio
Firma Encuestadora:	DATEXCO COMPANY S.A
Fecha de realización de campo:	Del 14 al 28 de Noviembre de 2013
Persona natural o jurídica que la realizó:	DATEXCO COMPANY S.A
Persona natural o jurídica que la encomendó:	CAPROVIMPO
Fuente de financiación:	CAPROVIMPO
Grupo Objetivo:	Afiliados a CAPROVIMPO que hayan completado trámites de solución de vivienda y cesantías
Diseño Muestral Presencial:	Muestreo aleatorio simple
Diseño Muestral Telefónico:	Muestreo Aleatorio simple con barrido de base de datos
Marco Muestral Presencial:	Afiliados a CAPROVIMPO de las diferentes sedes de alcance del Estudio (ver muestra)
Marco Muestral Telefónico:	Base de datos provista por el cliente
Total encuestas realizadas	500
Total encuestas efectivas	500
Total encuestas base de análisis	500
Técnica de recolección:	Mixta: Presencial face 2 face y telefónica
Cobertura Geográfica:	Principales sedes de la caja: Barranquilla Ibagué, Cartagena, Bucaramanga, Girardot, Medellín, Cali, Bogotá, Venecia
Márgen de error y confiabilidad (Precisión):	4,38%
Fecha de entrega del informe:	Diciembre 3 de 2013

4. Modelo de Satisfacción

ESTUDIO DE EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL SERVICIO

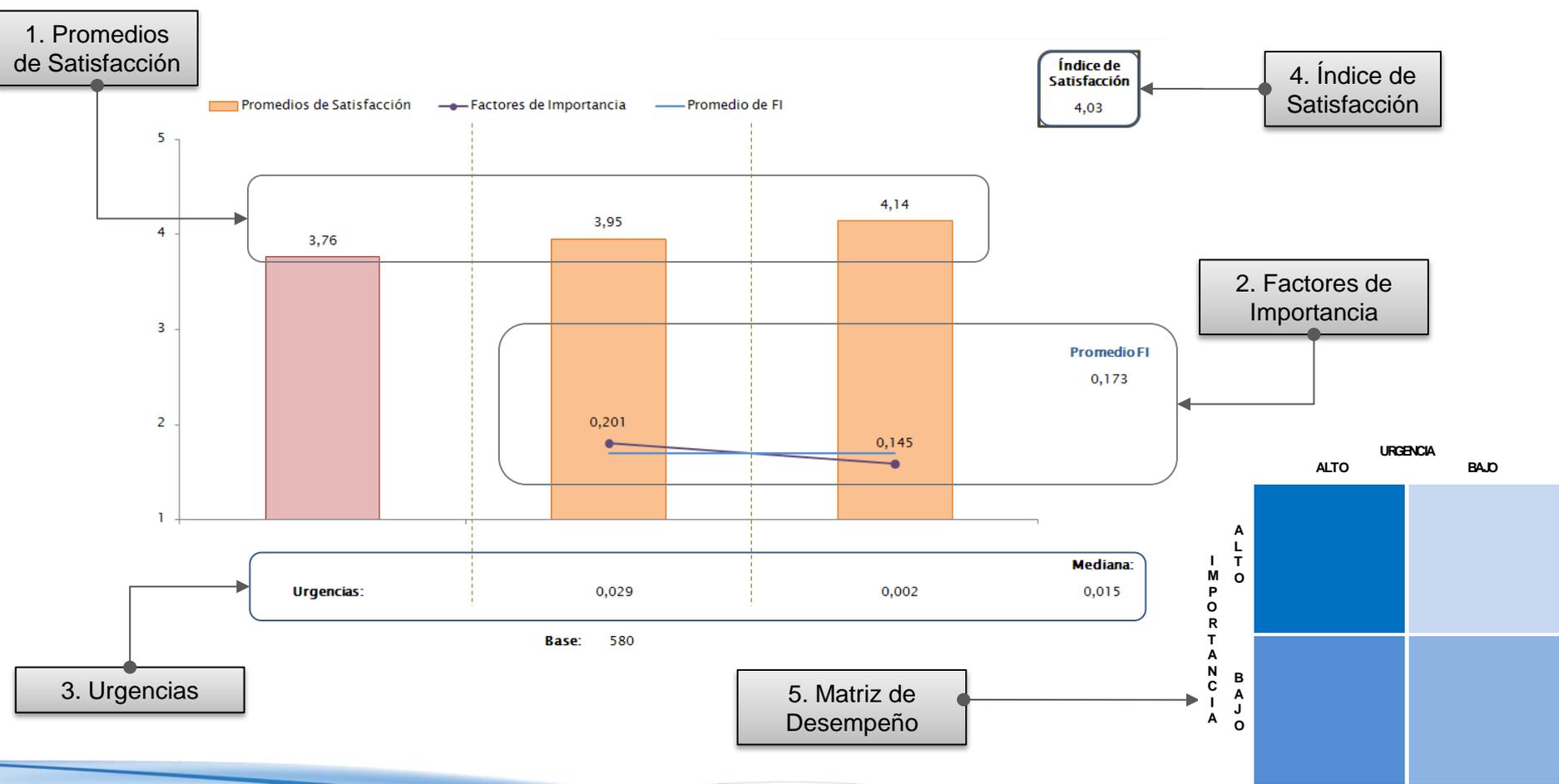
Los estudios de satisfacción se utilizan como método de evaluación de un servicio por parte de sus usuarios, este servicio es visto como un proceso en función de varios atributos. La evaluación se realiza por medio de indicadores cuya construcción depende de la importancia que cada entrevistado asigne indirectamente a los atributos que intervienen en el proceso.



4. Modelo de Satisfacción

ESTUDIO DE EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL SERVICIO

Para comprender de una manera más clara los estudios de Satisfacción, hay que tener clara la siguiente terminología:



4. Modelo de Satisfacción

1. Promedios de Satisfacción

Construcción:

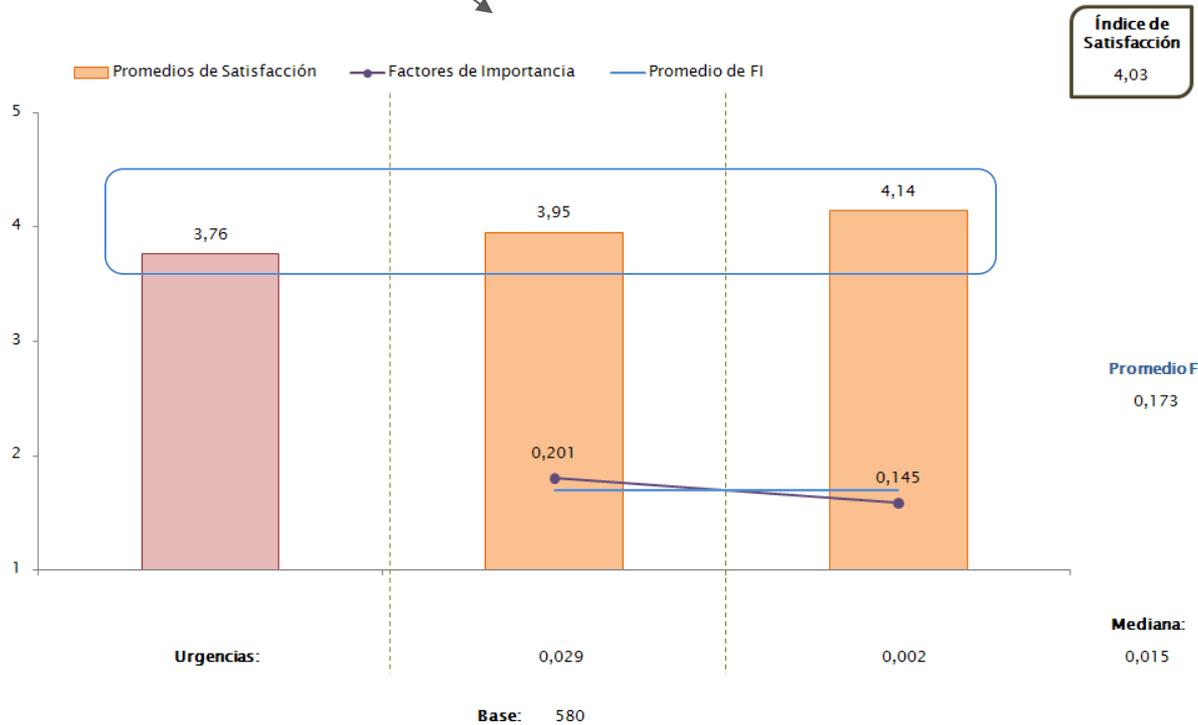
El Promedio de Satisfacción es



Suma de calificaciones de satisfacción General, del Proceso o del Atributo.

Total de personas que contestaron a esa pregunta.

Gráficamente se ubica:



Interpretación: Es el valor central de las calificaciones dadas a un servicio.

4. Modelo de Satisfacción

2. Factores de Importancia

Construcción: Se calculan las correlaciones evaluadas por el *Tau de Kendall* entre las calificaciones obtenidas para la satisfacción general de cada proceso y las calificaciones obtenidas para cada Atributo.

En el caso en que las correlaciones sean negativas se tomará el valor cero (0) para el cálculo del método.

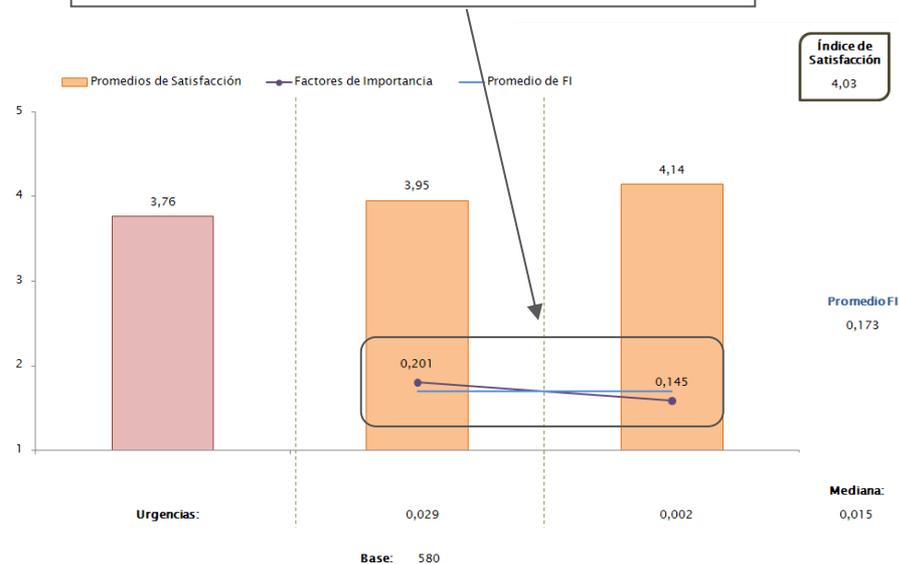
Se calcula el **promedio de las Correlaciones** (Factores de Importancia) calculados tanto por proceso como por Atributo.

Los Factores de Importancia se clasifican con la siguiente regla para analizar su Nivel de Importancia:

Regla	Nivel de Importancia
Si $X(i) \geq \bar{X}$	Alto
Si $X(i) < \bar{X}$	Bajo

Donde $X(i)$ es la i -ésima correlación (Factor de Importancia) de cada Proceso o Atributo, y \bar{X} es el Promedio de las Correlaciones (Factores de Importancia).

Gráficamente se ubica:

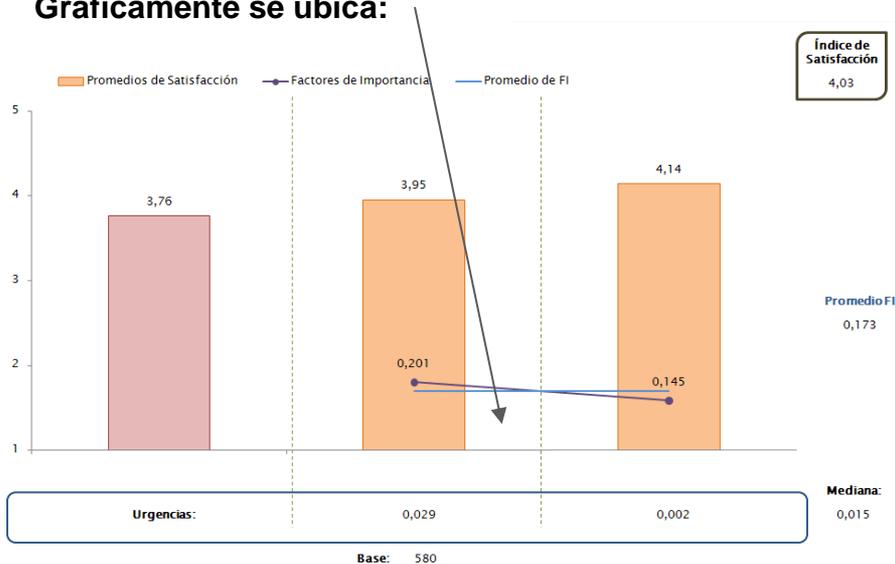


Interpretación: Aquellas correlaciones que tienen niveles Altos de Importancia son los que más contribuyen a la *Satisfacción General del Proceso evaluado*, y son los que se deben mantener, puesto que son primordiales para la construcción de la calificación general del proceso, las que están en un nivel Bajo de Importancia de igual manera se deben mantener.

4. Modelo de Satisfacción

3. Urgencias

Gráficamente se ubica:



Construcción: Se calcula el índice de Urgencia para cada Proceso y Atributo:

$$Urgencia(i) = \frac{\%B2B(i)}{\%T2B(i)}$$

Donde %B2B(i) es el Bottom Two Box (Sumatoria de los % de las dos calificaciones más bajas dentro de la escala de calificación) y %T2B(i) es el Top Two Box (Sumatoria de los % de las dos calificaciones más altas dentro de la escala de calificación) del i-ésimo Proceso o Atributo.

Si el %T2B(i) es cero (0) obtenemos una indeterminación, en esos casos se tomará el %B2B(i) como índice de urgencia para este Atributo.

Se halla la mediana de las Urgencias calculadas tanto por proceso como por Atributo.

Los Índices de Urgencia se clasifican con la siguiente regla para analizar su nivel de Urgencia:

Regla	Nivel de Importancia
Si $U(i) > Me$	Alto
Si $u(i) < Me$	Bajo

Donde U(i) es el índice de Urgencia del i-ésimo Proceso o Atributo, y Me es la Mediana de ése Índice Urgencia.

Interpretación: Aquellos Procesos o Atributos que tienen Niveles de Urgencia Altos, son los que requieren pronta atención y los que están en Niveles de Urgencia Bajos son aquellos que se deben mantener.

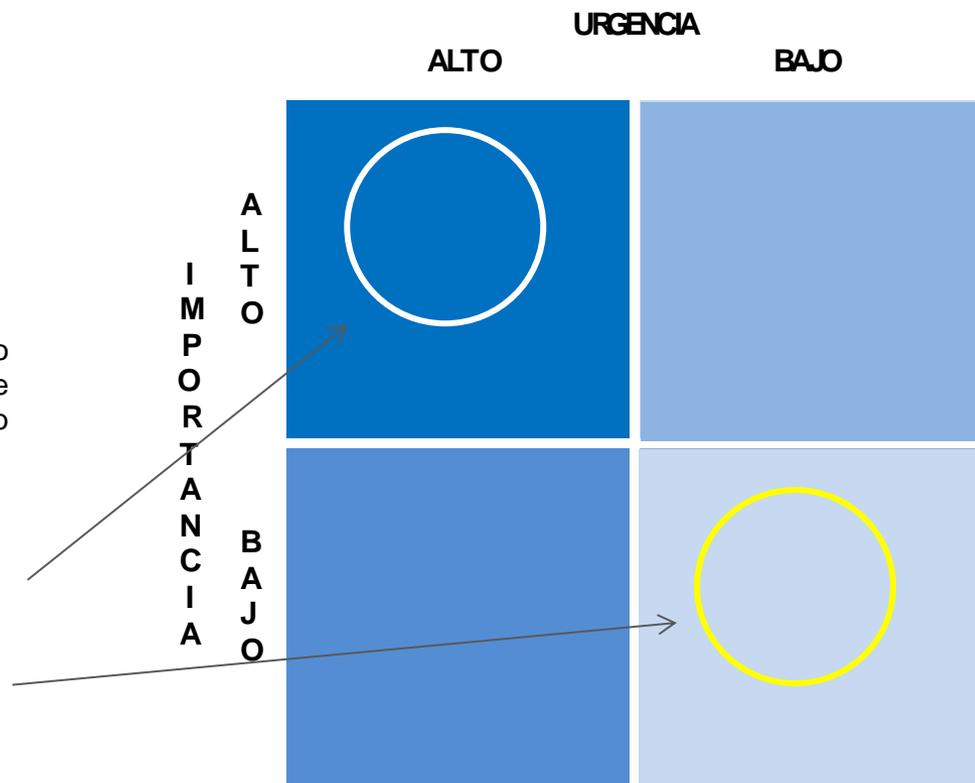
4. Modelo de Satisfacción

4. Matriz de Desempeño

Definición: Es una herramienta que permite clasificar o agrupar de forma cuantitativa y estadística los atributos de acuerdo a las respuestas obtenidas, a partir de los procesos anteriores (Importancia y urgencia).

Construcción: La importancia de cada uno de los atributos o procesos se ordenan de menor a mayor y la urgencia se ordenan de mayor a menor después se cruzan en un plano cartesiano dando como resultado la siguiente grafica.

Interpretación: Los atributos o procesos de alta IMPORTANCIA y alta URGENCIA quedan ubicados en el [cuadrante 1](#) esto indica que son las atributos o procesos críticos que primero deberán ser atendidos y así en lo sucesivo hasta llegar al [cuadrante 4](#) donde estos atributos o procesos deberán tener estrategias de mantenimiento.



4. Modelo de Satisfacción

5. Índice de satisfacción.

Construcción:

Índice de Satisfacción



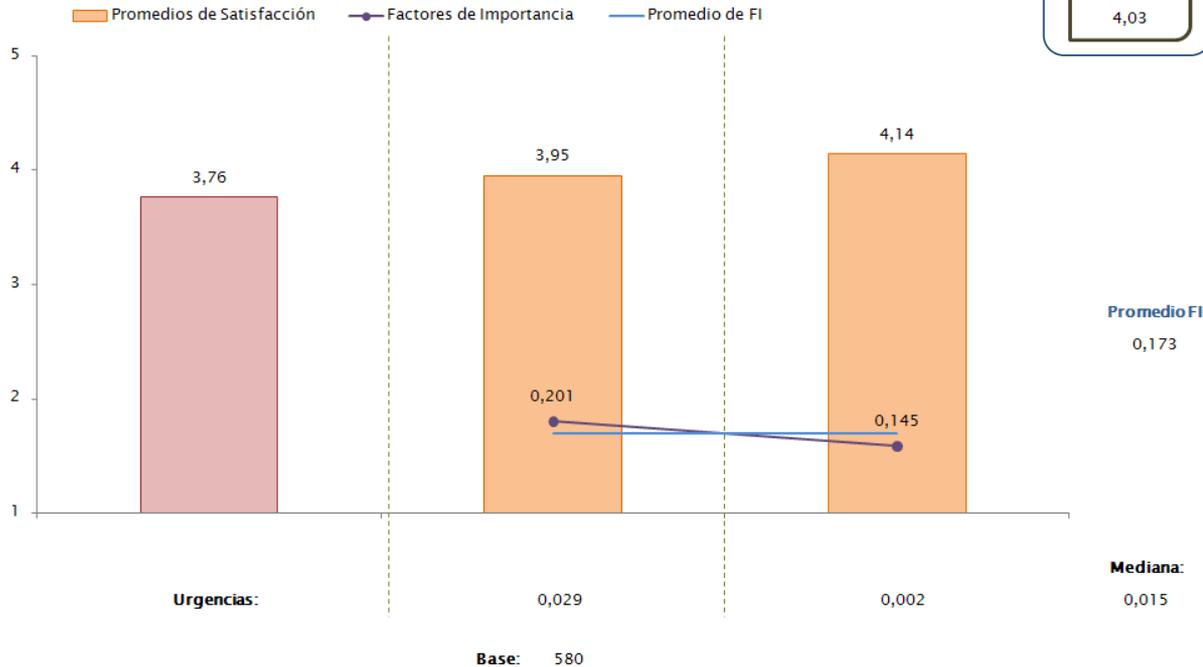
Suma Ponderada de las calificaciones de Procesos o Atributos.

Suma correlaciones de los Atributos o Procesos Asociados.

Gráficamente se ubica:



Índice de Satisfacción
4,03



Interpretación: Grado de satisfacción globalizado de los servicios evaluados.

1. Satisfacción General

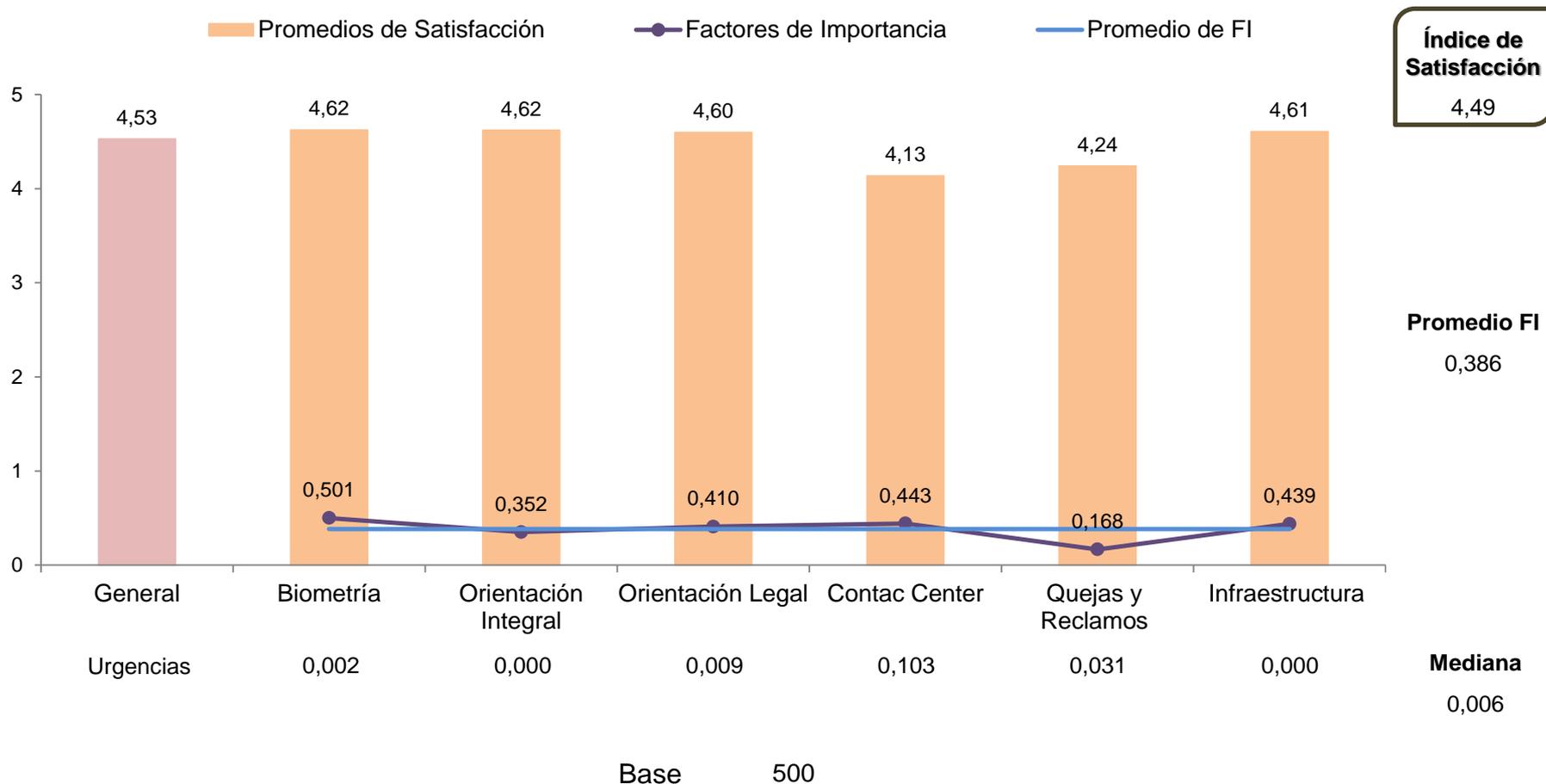
2. Descriptivos

3. Demográficos

4. Conclusiones

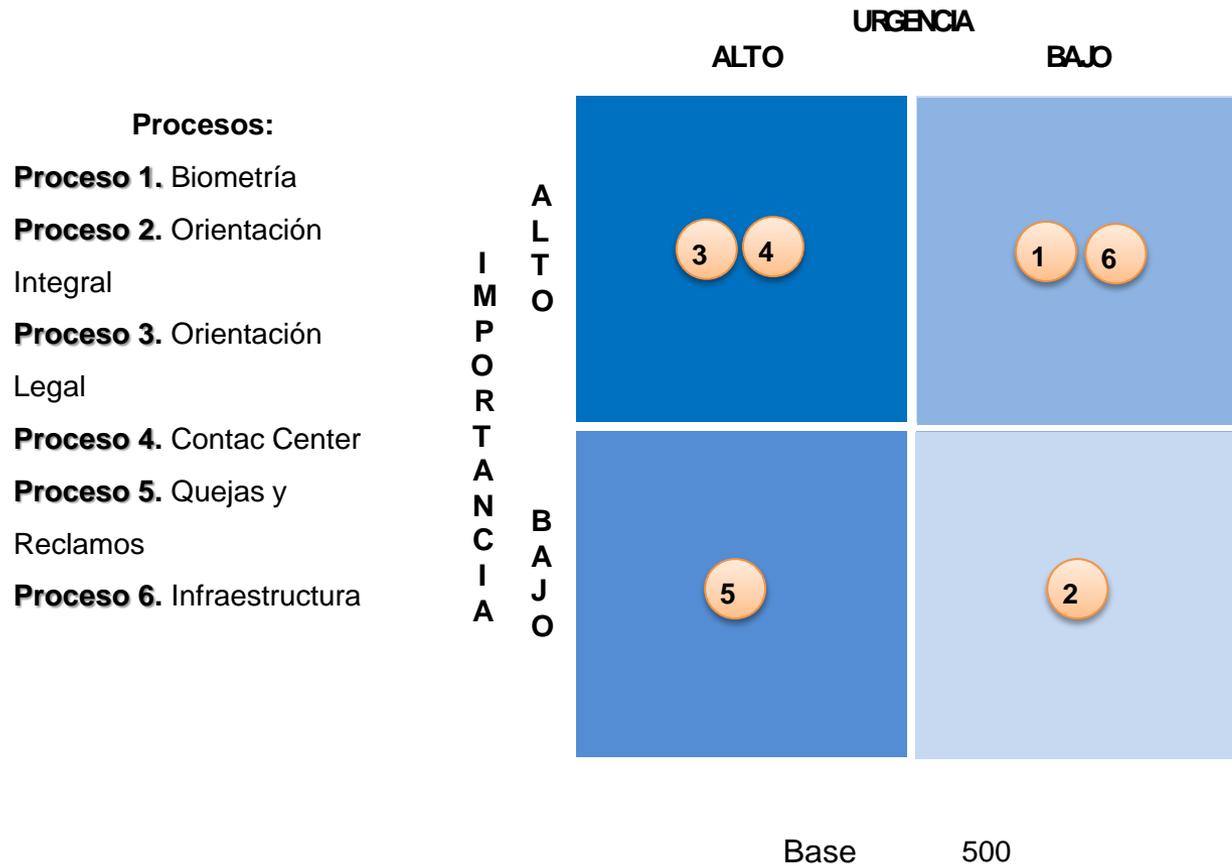
Satisfacción General

1. (i) En una escala de 1 a 5 donde 1 es pésimo y 5 es excelente, por favor califique el Servicio en general que le presta CAPROVIMPO: RU



Satisfacción General

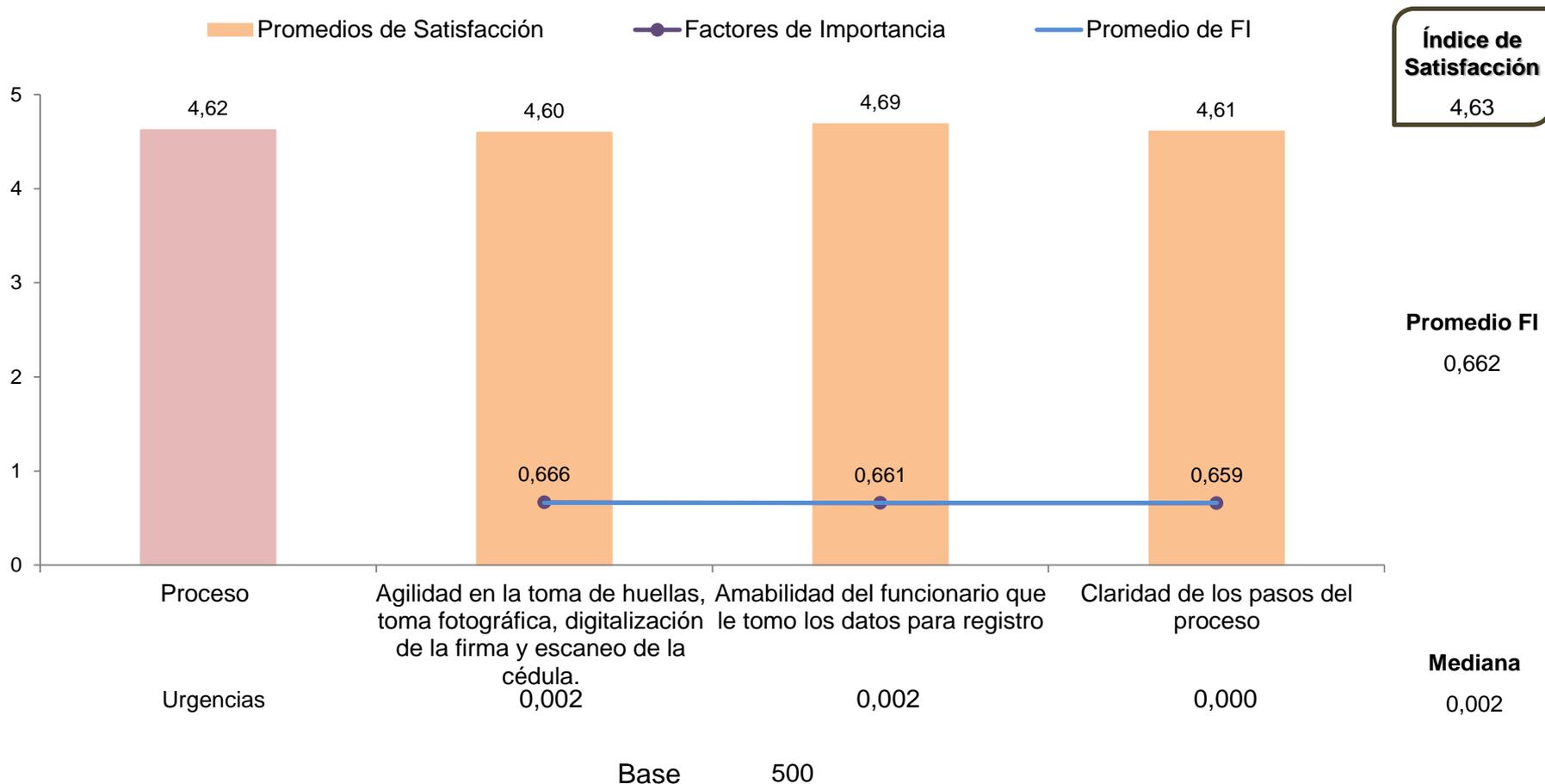
1. (i) En una escala de 1 a 5 donde 1 es pésimo y 5 es excelente, por favor califique el Servicio en general que le presta CAPROVIMPO: RU



Satisfacción General

Biometría

2. (i) En una escala de 1 a 5 donde 1 es pésimo y 5 es excelente, por favor califique el procedimiento en general relacionado con la toma de información biométrica. (RU)



Satisfacción General

Biometría

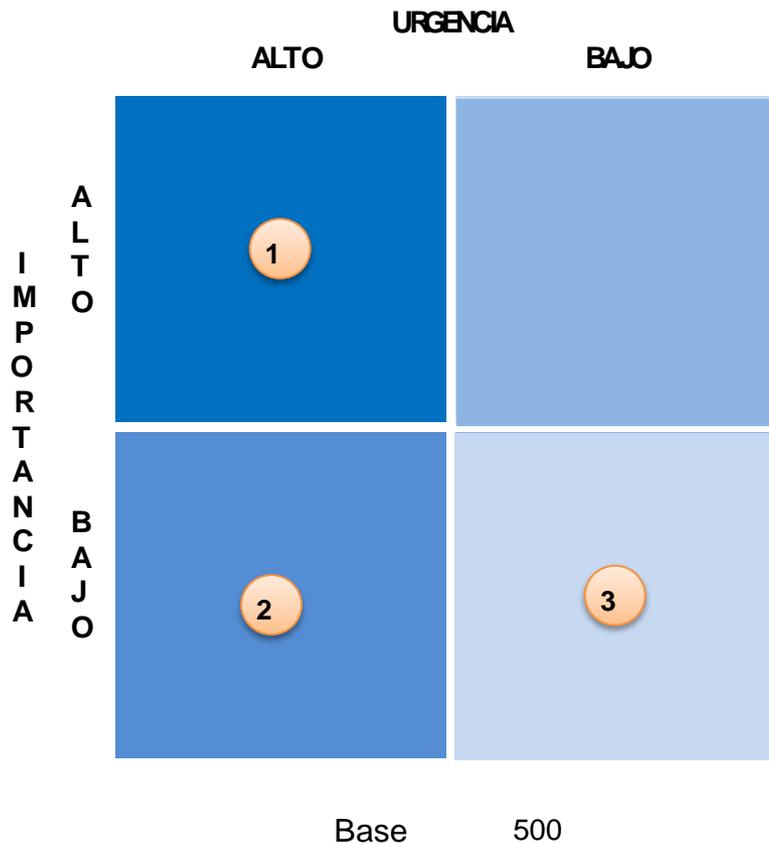
2. (i) En una escala de 1 a 5 donde 1 es pésimo y 5 es excelente, por favor califique el procedimiento en general relacionado con la toma de información biométrica. (RU)

Proceso: Biometría

Atr1. Agilidad en la toma de: huellas, toma fotográfica, digitalización de la firma y escaneo de la cédula.

Atr2. Amabilidad del funcionario que le tomo los datos para registro

Atr3. Claridad de los pasos del proceso



Satisfacción General

Biometría

2. (i) En una escala de 1 a 5 donde 1 es pésimo y 5 es excelente, por favor califique el procedimiento en general relacionado con la toma de información biométrica. (RU)

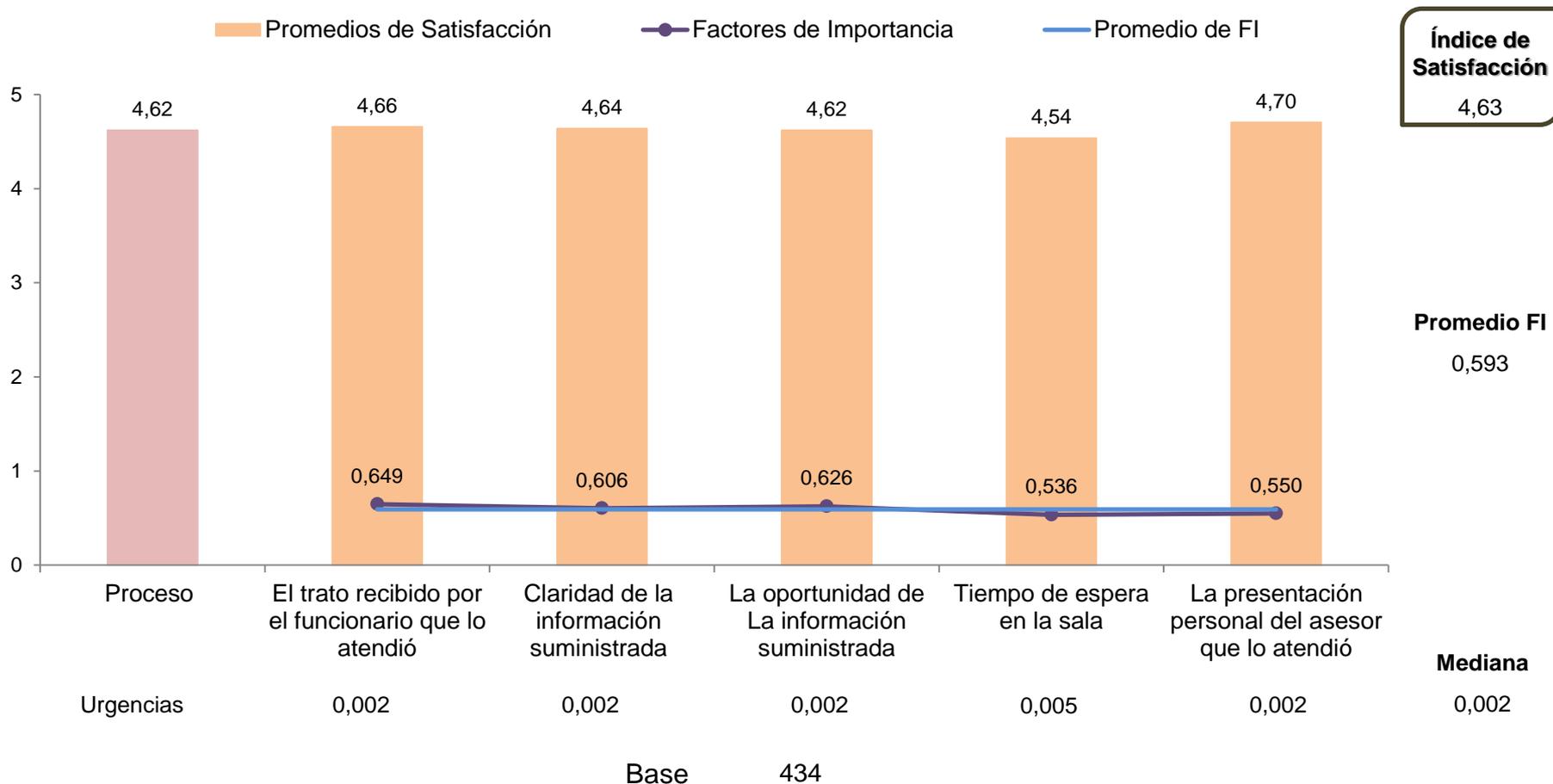
RAZONES DE INSATISFACCIÓN PARA CALIFICACIONES IGUALES O MENORES A 3

ATRIBUTO	RESPUESTAS	BASE	PORCENTAJE
Agilidad en la toma de huellas, toma fotográfica, digitalización de la firma y escaneo de la cédula.	Poca agilidad/rapidez en el proceso	11	91,7%
	Desplazamiento muy lejos	1	8,3%
	Total	12	100%
Amabilidad del funcionario que le tomo los datos para registro	Lo atendió de mala gana	5	100,0%
	Total	5	100%
Claridad de los pasos del proceso	Falta mas información	8	57,1%
	Falta de seguridad	6	42,9%
	Total	14	100%

Satisfacción General

Orientación Integral

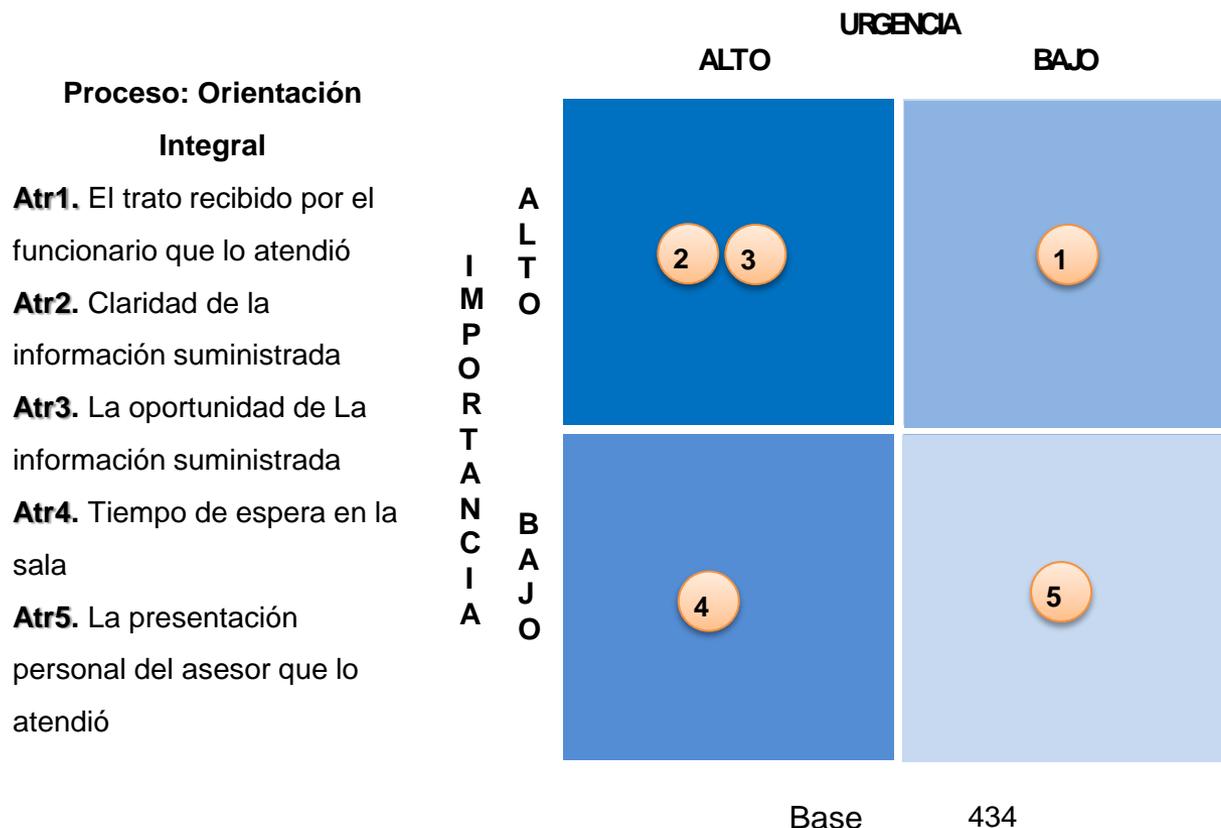
6. (i) En una escala de 1 a 5 donde 1 es pésimo y 5 es excelente, por favor califique el proceso de orientación INTEGRAL que le brinda CAROVIMPO para la ejecución de su trámite (RU).



Satisfacción General

Orientación Integral

6. (i) En una escala de 1 a 5 donde 1 es pésimo y 5 es excelente, por favor califique el proceso de orientación INTEGRAL que le brinda CAROVIMPO para la ejecución de su trámite (RU).



Satisfacción General

Orientación Integral

6. (i) En una escala de 1 a 5 donde 1 es pésimo y 5 es excelente, por favor califique el proceso de orientación INTEGRAL que le brinda CAROVIMPO para la ejecución de su trámite (RU).

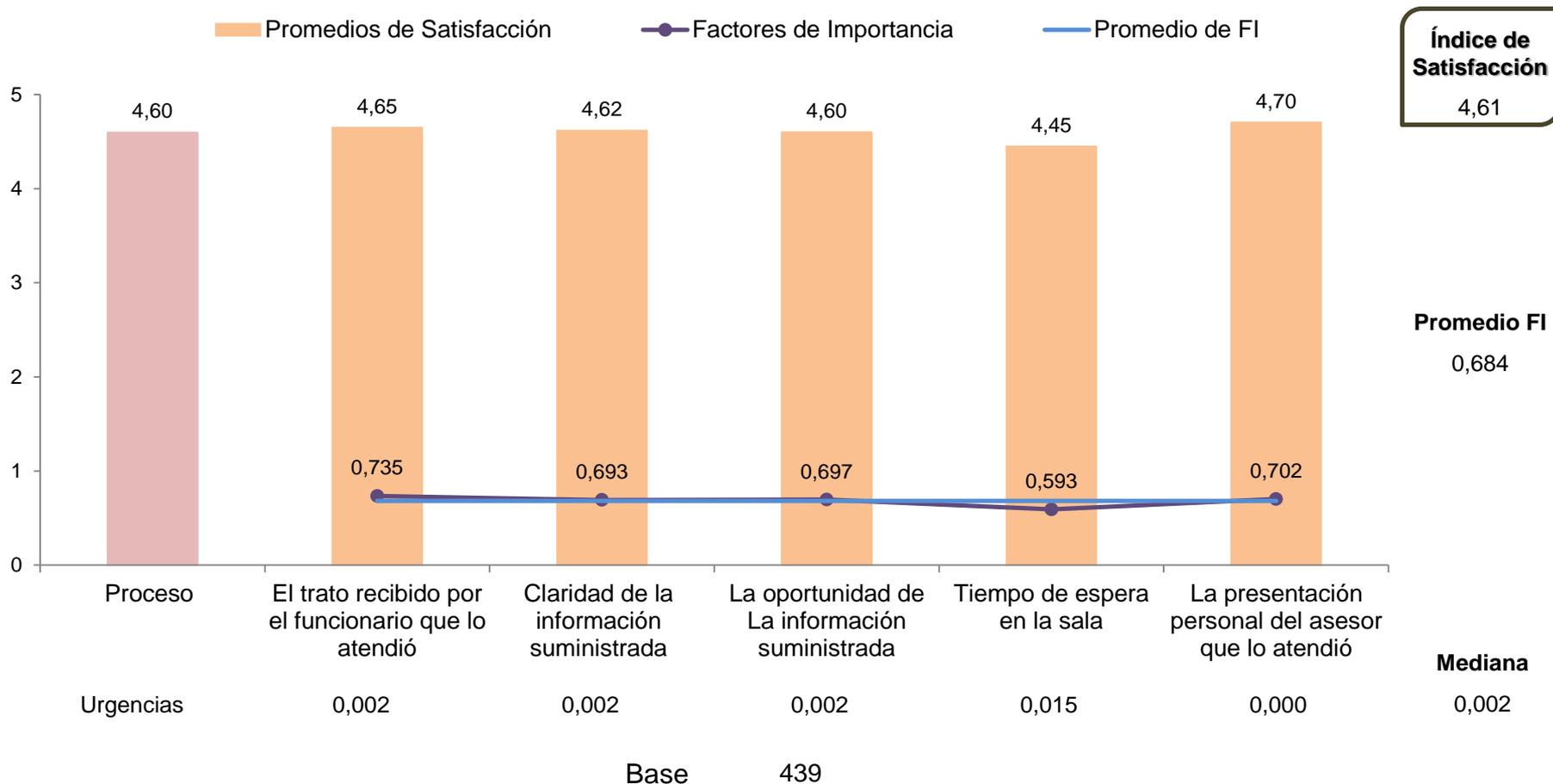
**RAZONES DE INSATISFACCIÓN
PARA CALIFICACIONES IGUALES
O MENORES A 3**

ATRIBUTO	RESPUESTAS	BASE	PORCENTAJE
El trato recibido por el funcionario que lo atendió	Falta de Amabilidad	4	100,00%
	Total	4	100%
Tiempo de espera en la sala	Mucha demora	17	85,00%
	Falta de personal	3	15,00%
	Total	20	100%
Claridad de la información suministrada	Falta de Claridad	7	100,00%
	Son demorados	0	0,00%
	Total	7	100%
La presentación personal del asesor que lo atendió	Mal presentados	1	100,00%
	Total	1	100%
La oportunidad de La información suministrada	Falta mas información	3	50,00%
	Son demorados	3	50,00%
	Total	6	100%

Satisfacción General

Orientación Legal

9. (i) En una escala de 1 a 5 donde 1 es pésimo y 5 es excelente, por favor califique el proceso de orientación LEGAL que le brinda CAROVIMPO para la ejecución de su trámite (RU).



Satisfacción General

Orientación Legal

9. (i) En una escala de 1 a 5 donde 1 es pésimo y 5 es excelente, por favor califique el proceso de orientación LEGAL que le brinda CAROVIMPO para la ejecución de su trámite (RU).

Proceso: Orientación Legal

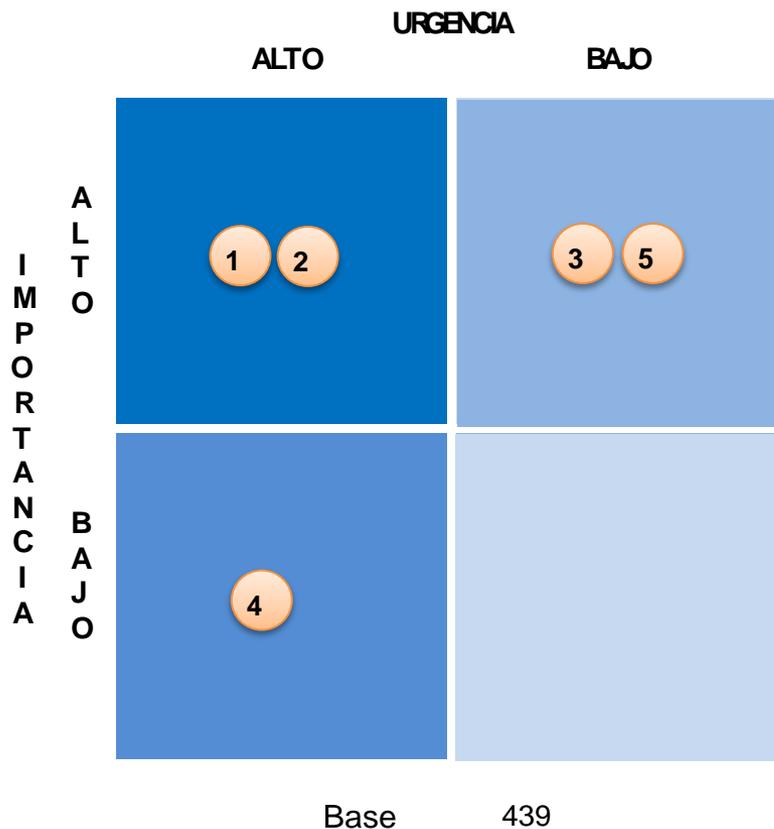
Atr1. El trato recibido por el funcionario que lo atendió

Atr2. Claridad de la información suministrada

Atr3. La oportunidad de La información suministrada

Atr4. Tiempo de espera en la sala

Atr5. La presentación personal del asesor que lo atendió



Satisfacción General

Orientación Legal

9. (i) En una escala de 1 a 5 donde 1 es pésimo y 5 es excelente, por favor califique el proceso de orientación LEGAL que le brinda CAROVIMPO para la ejecución de su trámite (RU).

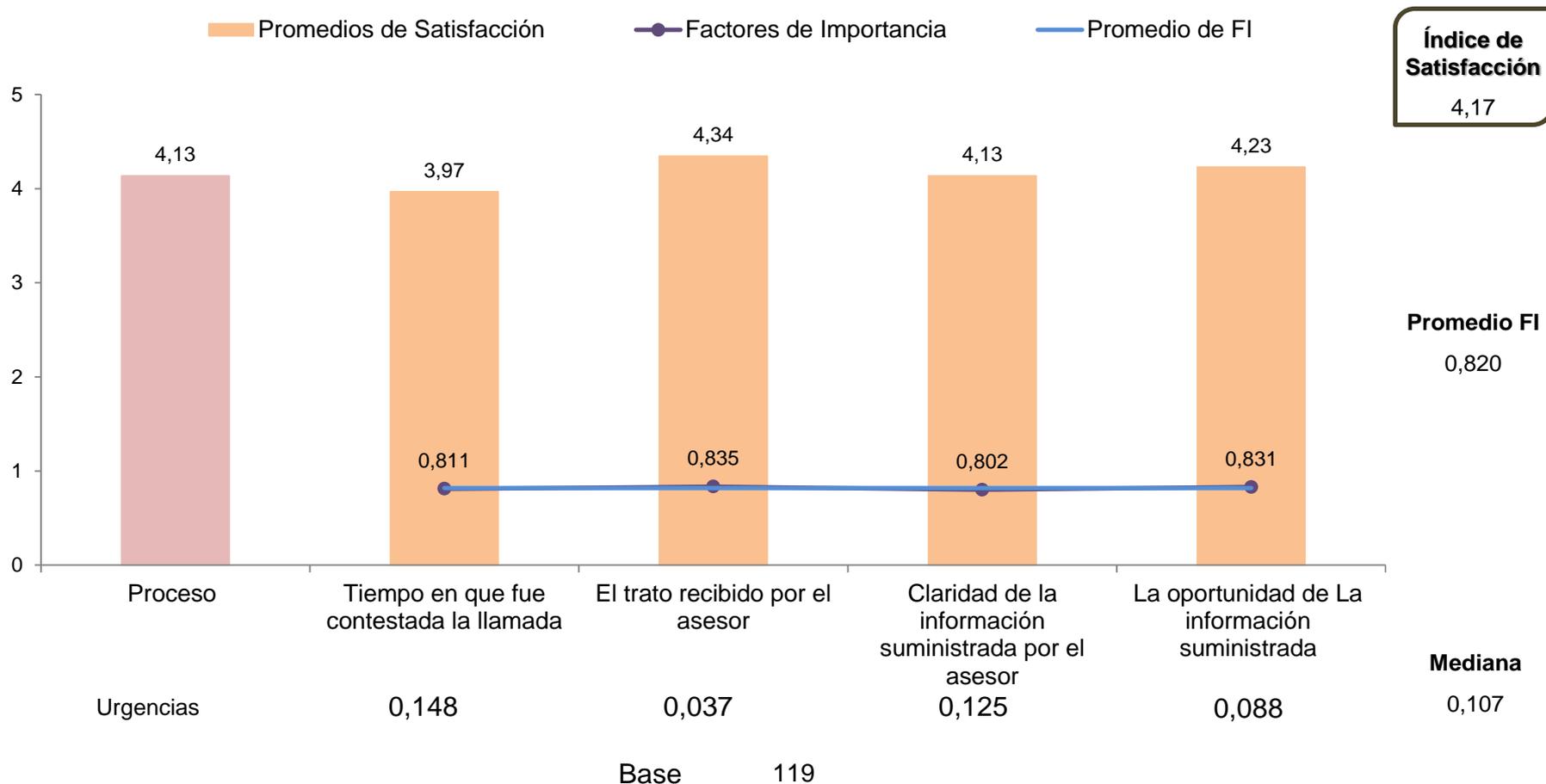
RAZONES DE INSATISFACCIÓN PARA CALIFICACIONES IGUALES O MENORES A 3

ATRIBUTO	RESPUESTAS	BASE	PORCENTAJE
El trato recibido por el funcionario que lo atendió	Amabilidad	5	100,0%
	Total	5	100%
Tiempo de espera en la sala	Falta claridad	7	77,8%
	Falta de interés	2	22,2%
	Total	9	100%
Claridad de la información suministrada	Información Incompleta	4	100,0%
	Total	4	100%
La presentación personal del asesor que lo atendió	Mucho tiempo de espera para que lo atiendan	21	75,0%
	Falta de personal para que sea mas rapido	7	25,0%
	Total	28	100%
La oportunidad de La información suministrada	Falta el uniforme	1	100,0%
	Total	1	100%

Satisfacción General

Contac Center

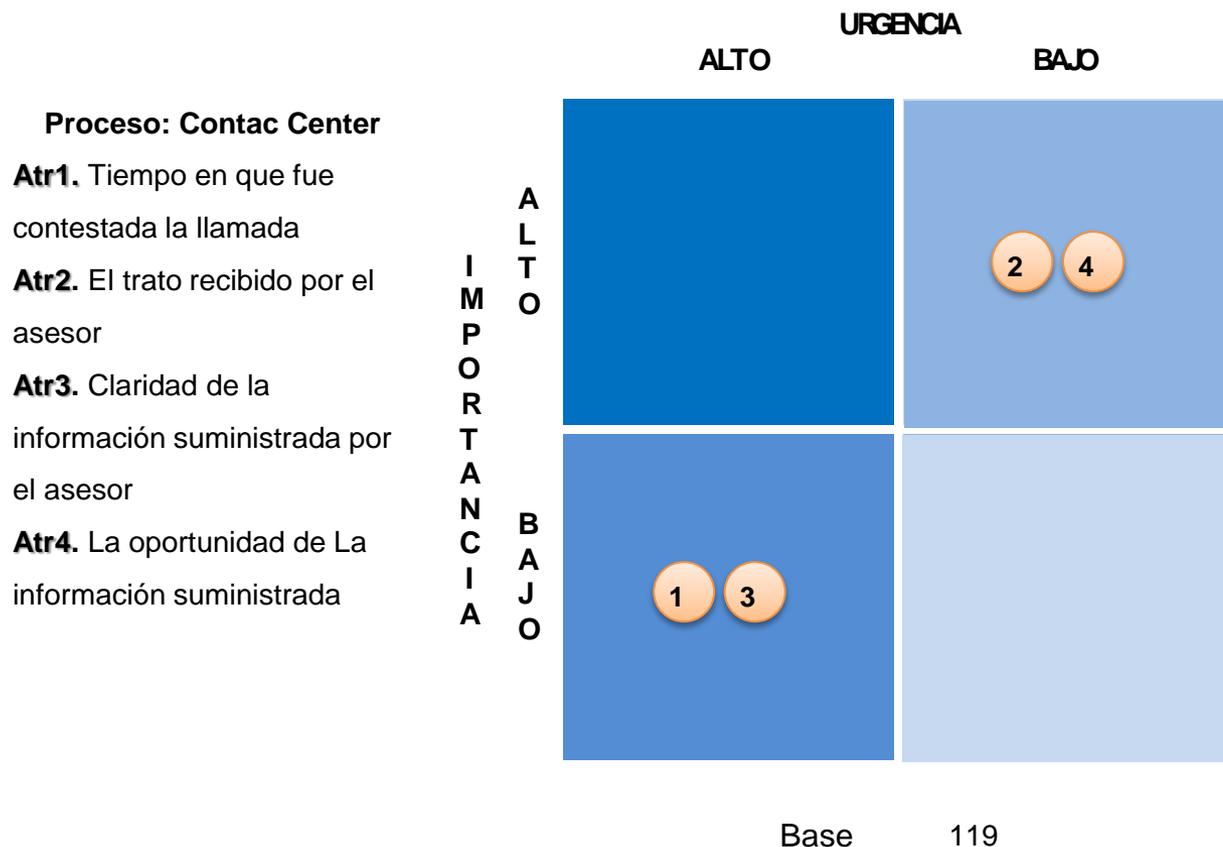
13. (i) En una escala de 1 a 5 donde 1 es pésimo y 5 es excelente, por favor califique el servicio que presta el **Contact Center (RU)**



Satisfacción General

Contac Center

13. (i) En una escala de 1 a 5 donde 1 es pésimo y 5 es excelente, por favor califique el servicio que presta el **Contact Center (RU)**



Satisfacción General

Contac Center

13. (i) En una escala de 1 a 5 donde 1 es pésimo y 5 es excelente, por favor califique el servicio que presta el **Contact Center (RU)**

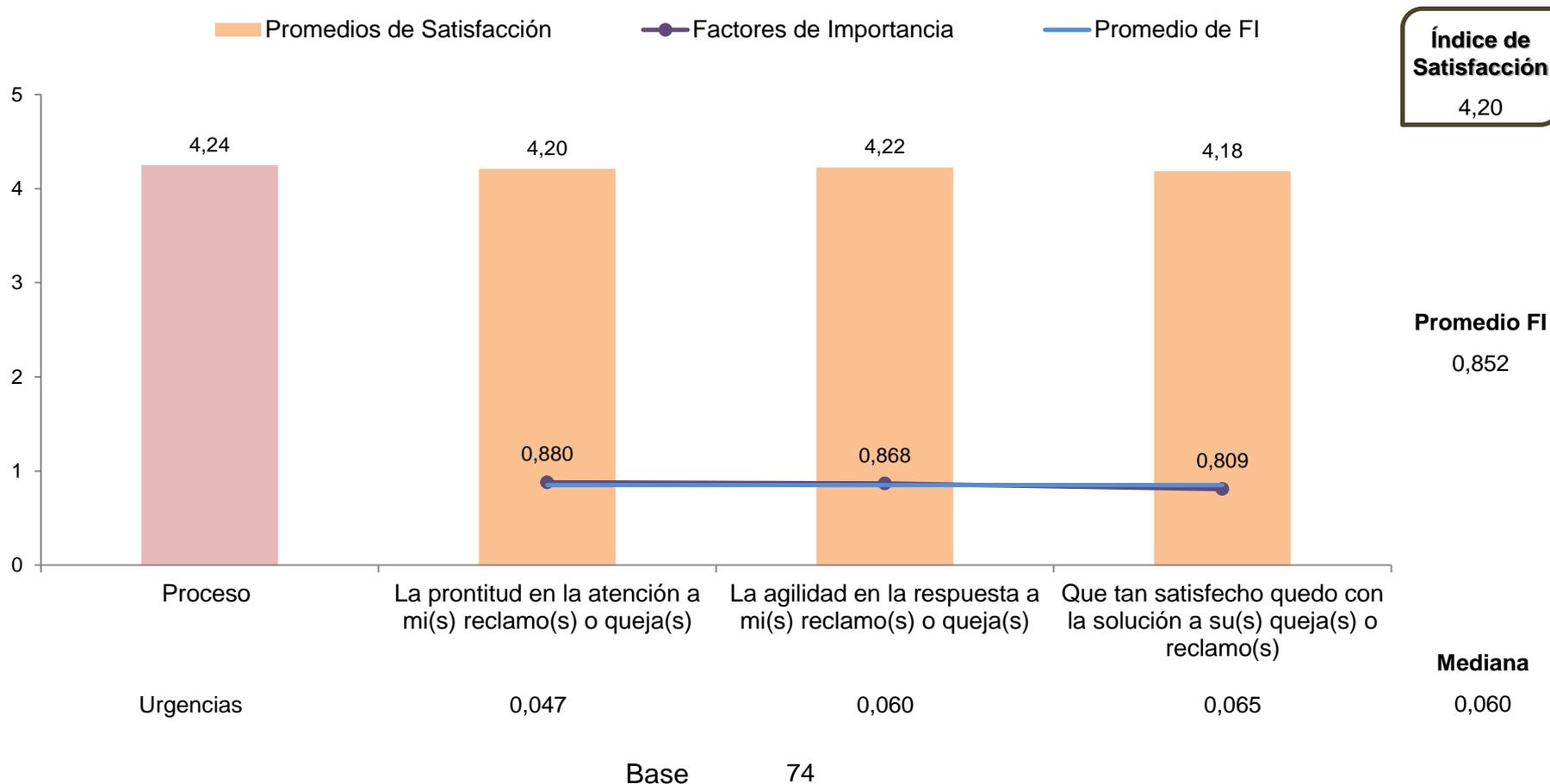
RAZONES DE INSATISFACCIÓN PARA CALIFICACIONES IGUALES O MENORES A 3

ATRIBUTO	RESPUESTAS	BASE	PORCENTAJE
Tiempo en que fue contestada la llamada	Demorado	31	100,0%
	Total	31	100%
El trato recibido por el asesor	Amabilidad	7	58,3%
	Falta de interes	5	41,7%
	Total	12	100%
Claridad de la información suministrada por el asesor	Información incompleta	12	52,2%
	Falta de interés	3	13,0%
	La informacion no es clara	8	34,8%
	Total	23	100%
La oportunidad de La información suministrada	La información no es clara	17	100,0%
	Total	17	100%

Satisfacción General

Quejas y reclamos

18. (i) En una escala de 1 a 5 donde 1 es pésimo y 5 es excelente, por favor califique el servicio de atención de **quejas y reclamos** que le brinda **CAPROVIMPO** para la ejecución de su trámite **(RU)**.



Satisfacción General

Quejas y reclamos

18. (i) En una escala de 1 a 5 donde 1 es pésimo y 5 es excelente, por favor califique el servicio de atención de **quejas y reclamos** que le brinda **CAPROVIMPO** para la ejecución de su trámite **(RU)**.

Proceso: Quejas y reclamos

Atr1. La prontitud en la atención a mi(s) reclamo(s) o queja(s)

Atr2. La agilidad en la respuesta a mi(s) reclamo(s) o queja(s)

Atr3. Que tan satisfecho quedo con la solución a su(s) queja(s) o reclamo(s)

		URGENCIA	
		ALTO	BAJO
I M P O R T A N C I A	A L T O	2	
	B A J O	3	1
		Base	74

Satisfacción General

Quejas y reclamos

18. (i) En una escala de 1 a 5 donde 1 es pésimo y 5 es excelente, por favor califique el servicio de atención de **quejas y reclamos** que le brinda **CAPROVIMPO** para la ejecución de su trámite **(RU)**.

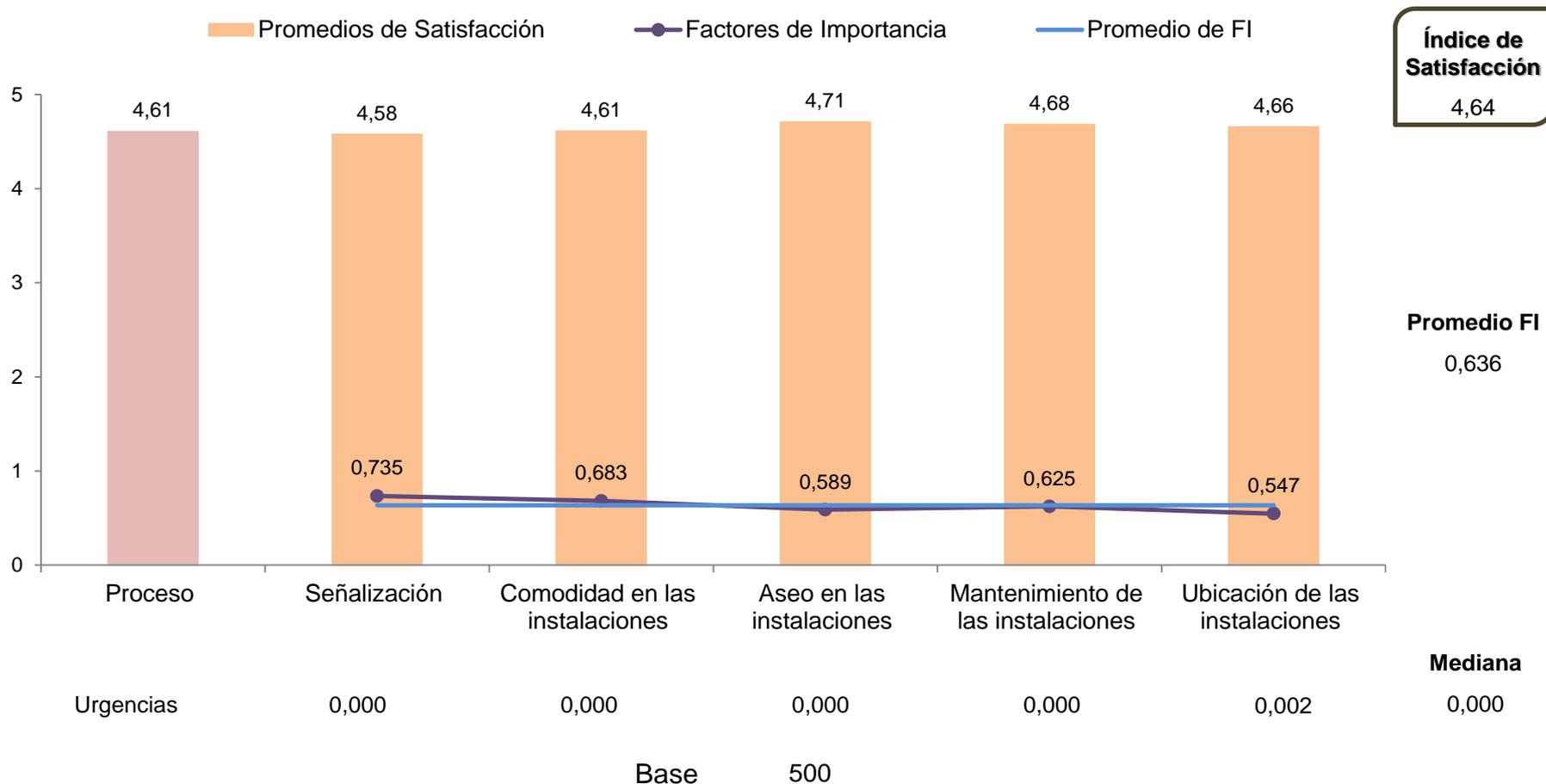
**RAZONES DE INSATISFACCIÓN
PARA CALIFICACIONES IGUALES
O MENORES A 3**

ATRIBUTO	RESPUESTAS	BASE	PORCENTAJE
Que tan satisfecho quedo con la solución a su(s) queja(s) o reclamo(s)	Asesoría inadecuada	6	60,0%
	Demorado	4	40,0%
	Total	10	100%
Que tan satisfecho quedo con la solución a su(s) queja(s) o reclamo(s)	Demorado	7	100,0%
	Total	7	100%
La agilidad en la respuesta a mi(s) reclamo(s) o queja(s)	La respuesta no fue la adecuada	5	41,7%
	Falto de informacion	3	25,0%
	Demorado	4	33,3%
	Total	12	100%

Satisfacción General

Infraestructura

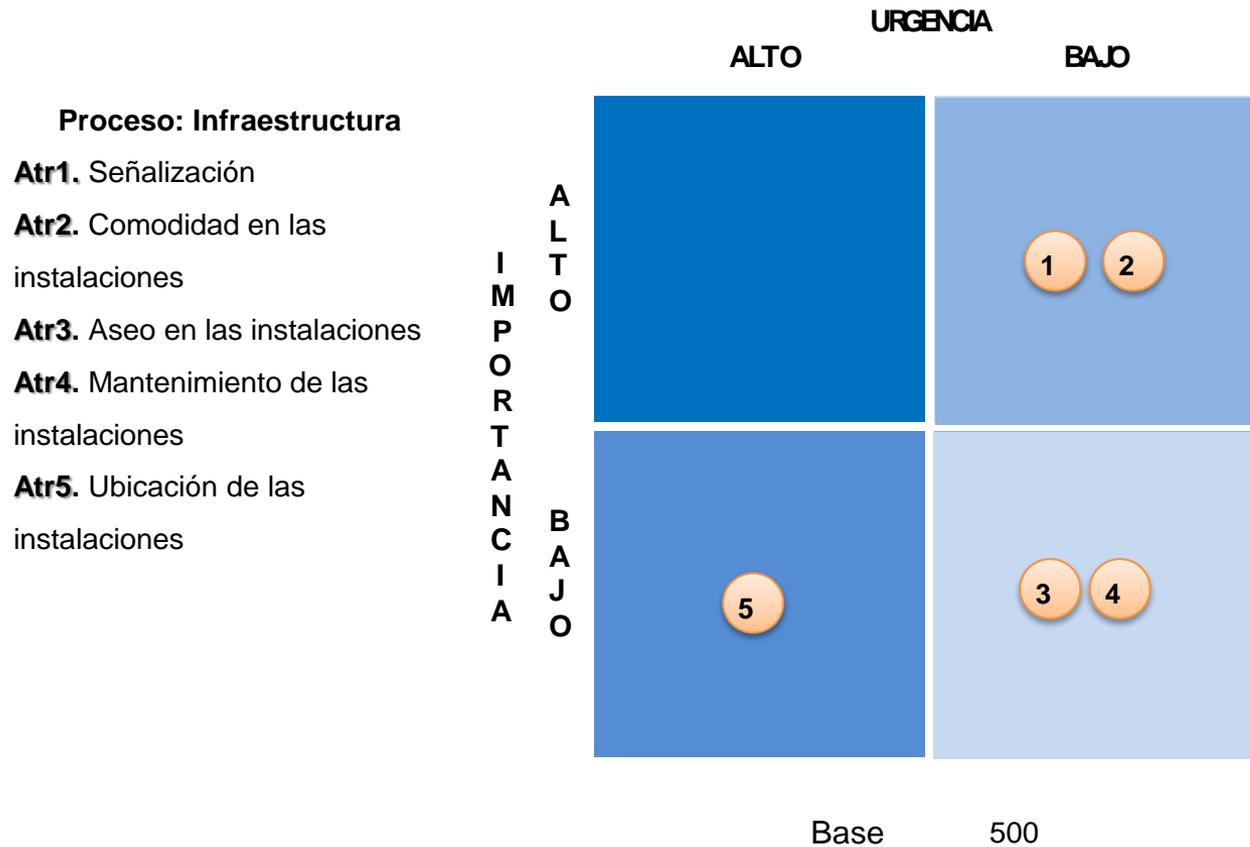
21 (i) En una escala de 1 a 5 donde 1 es pésimo y 5 es excelente, por favor califique el estado de las instalaciones físicas de la sucursal donde realizó su trámite (RU).



Satisfacción General

Infraestructura

21 (i) En una escala de 1 a 5 donde 1 es pésimo y 5 es excelente, por favor califique el estado de las instalaciones físicas de la sucursal donde realizó su trámite (RU).



Satisfacción General

Infraestructura

21 (i) En una escala de 1 a 5 donde 1 es pésimo y 5 es excelente, por favor califique el estado de las instalaciones físicas de la sucursal donde realizó su trámite (RU).

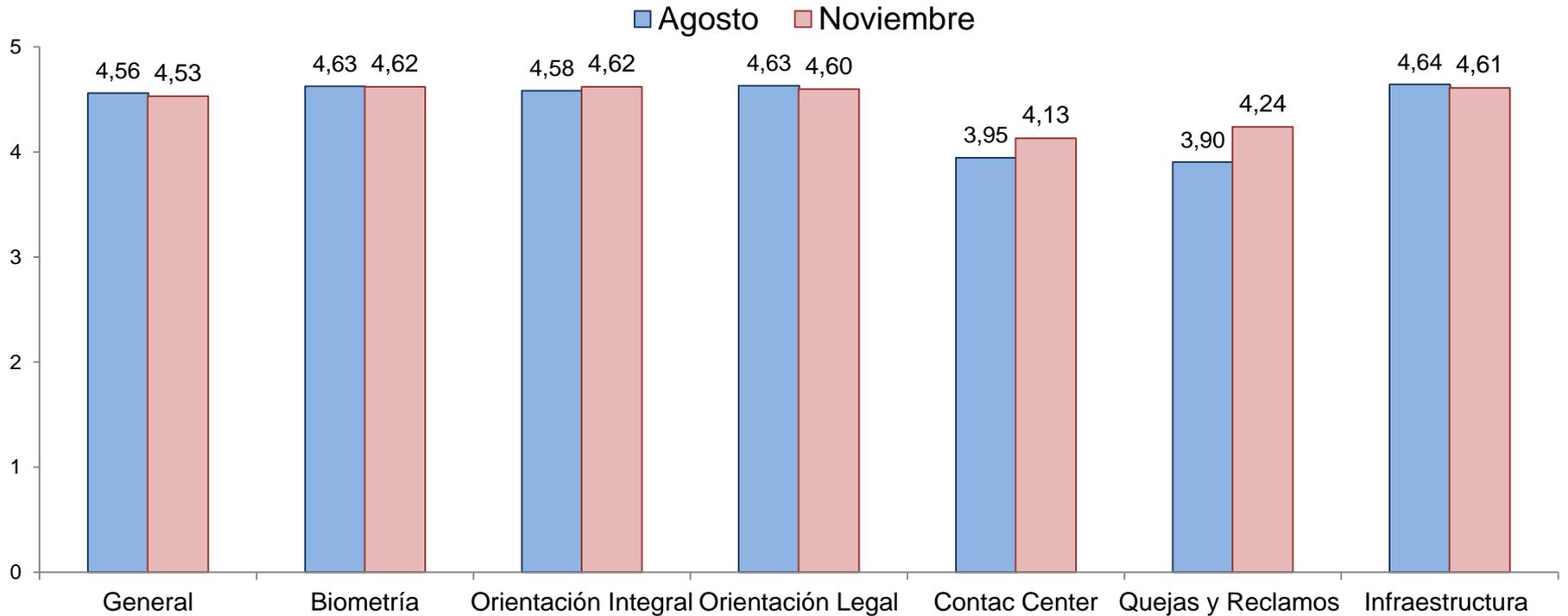
**RAZONES DE INSATISFACCIÓN
PARA CALIFICACIONES IGUALES
O MENORES A 3**

ATRIBUTO	RESPUESTAS	BASE	PORCENTAJE
Señalización	Falta de señalización	3	100,0%
	Total	3	100%
Comodidad en las instalaciones	Falta de espacio en las instalaciones	3	50,0%
	Faltan sillas/Sofas	3	50,0%
	Total	6	100%
Aseo en las instalaciones	Aseo de los baños	2	100,0%
	Total	2	100%
Mantenimiento de las instalaciones	Pocas sedes	1	50,0%
	Sillas rotas	1	50,0%
	Total	2	100%
Ubicación de las instalaciones	Pocas sedes	4	36,4%
	Son muy retiradas/lejos	5	45,5%
	Falta seguridad	2	18,2%
	Total	11	100%

1. General

Satisfacción General por proceso

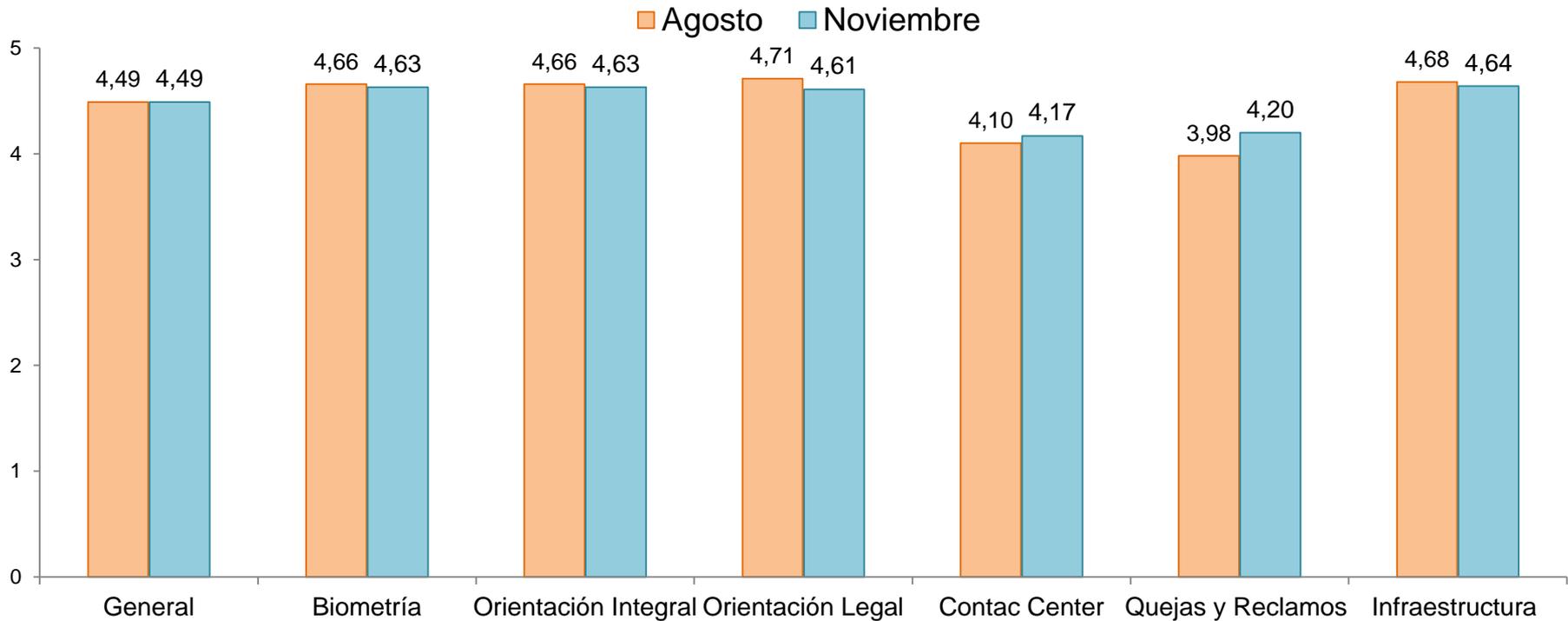
Comparativo Promedio de satisfacción



1. General

Satisfacción General por proceso

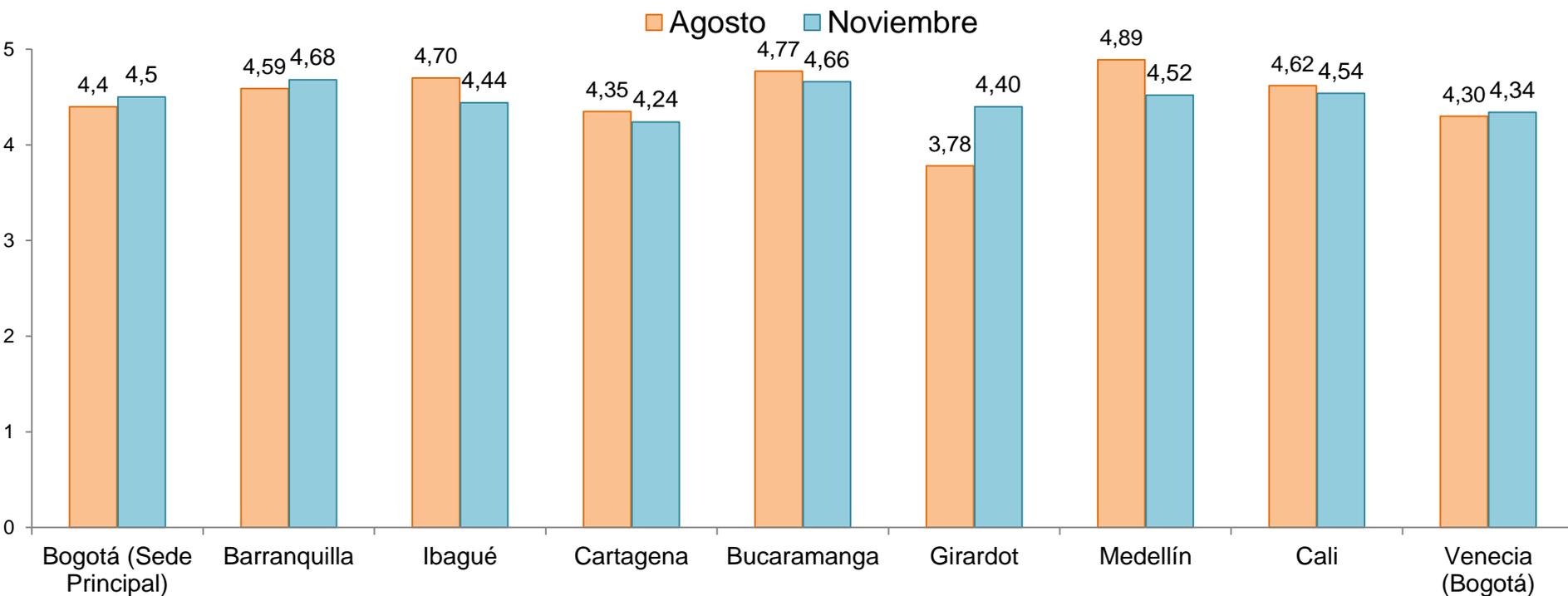
Comparativo Índice de satisfacción



1. General

Satisfacción General por sede

Comparativo Índice de satisfacción



1. General

Satisfacción General

PROCESOS	PROMEDIO	INDICE
General	4,53	4,49
Biometría	4,62	4,63
Orientación Integral	4,62	4,63
Orientación Legal	4,60	4,61
Contac Center	4,13	4,17
Quejas y Reclamos	4,24	4,20
Infraestructura	4,61	4,64

1. Satisfacción General

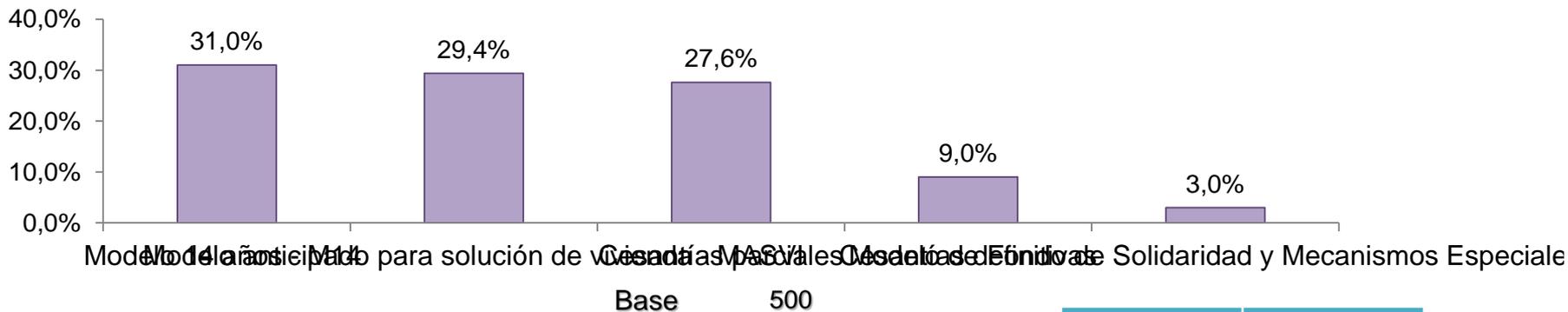
2. Descriptivos

3. Demográficos

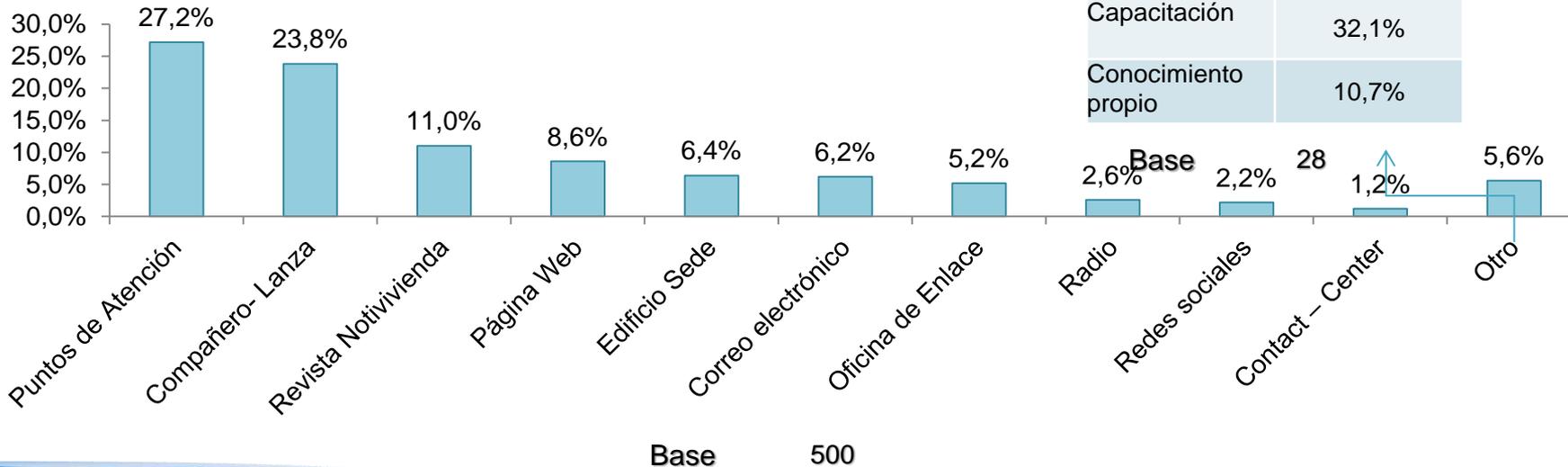
4. Conclusiones

Descriptivos

¿De los siguientes modelos o servicios cual fue el último que gestionó usted ante CAPROVIMPO?



P25 ¿Por qué medio se enteró usted sobre este modelo o servicio?

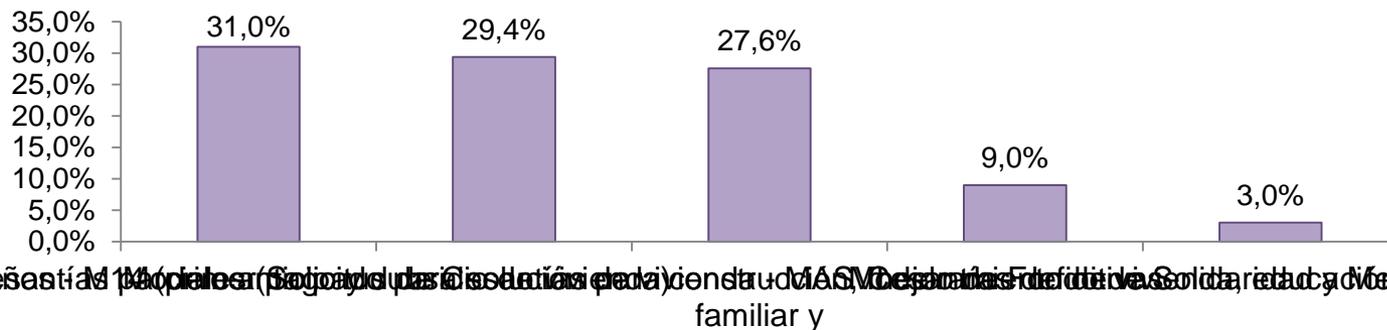


OTROS	%
Institución	57,1%
Capacitación	32,1%
Conocimiento propio	10,7%

Base 28

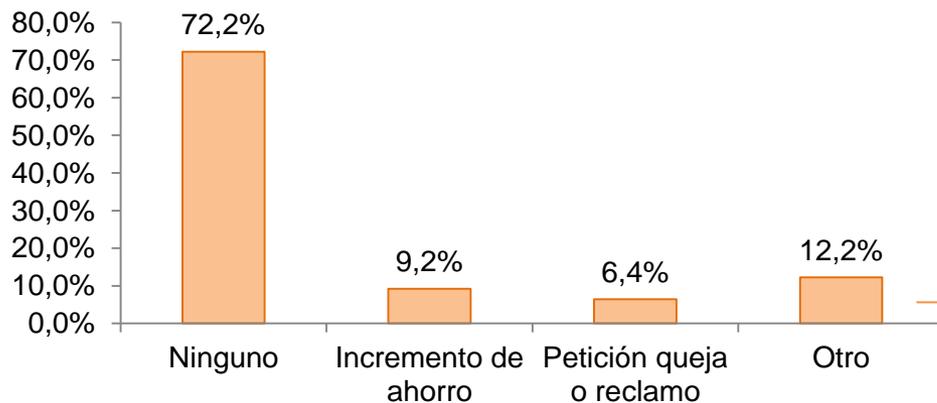
Descriptivos

¿De los siguientes modelos o servicios cual fue el último que gestionó usted ante CAPROVIMPO?



Base 500

P26 Además de... que otro trámite ha realizado usted ante Caprovimpo?

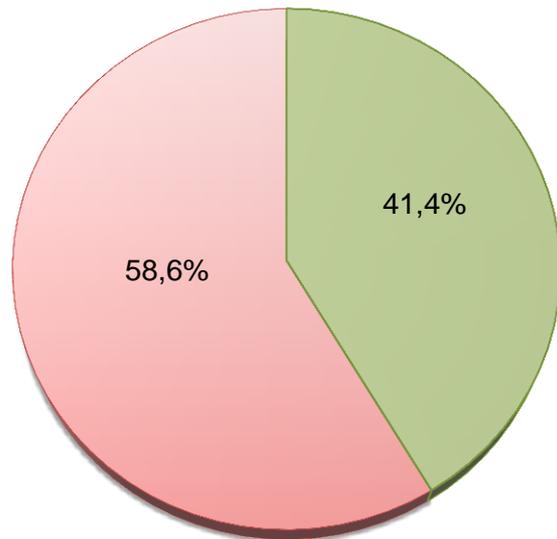


Base 500

OTROS	%
Vivienda	60,7%
Cesantías	39,3%
Base	61

Descriptivos

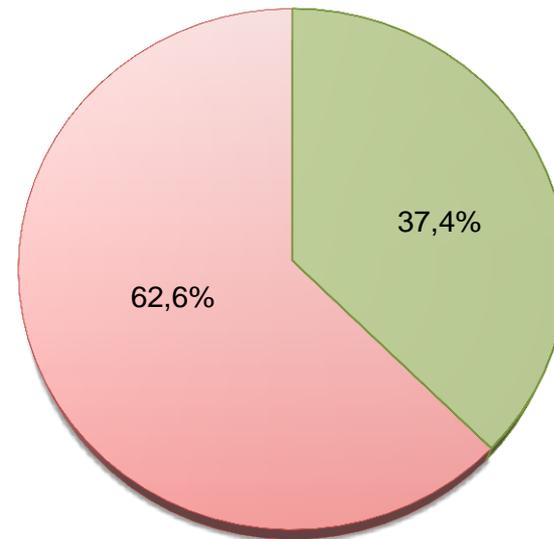
27. (e) ¿Estaría dispuesto a aumentar el porcentaje de ahorro voluntario? RU



■ Si ■ No

Base 454

28. (e) ¿Estaría dispuesto a aumentar en un 10% su ahorro obligatorio? RU

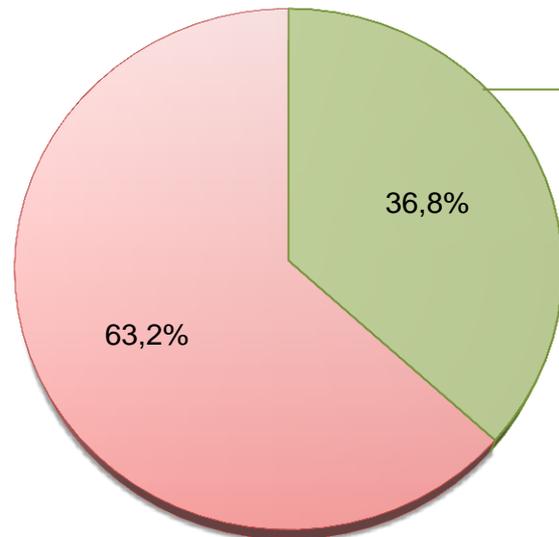


■ Si ■ No

Base 454

Descriptivos

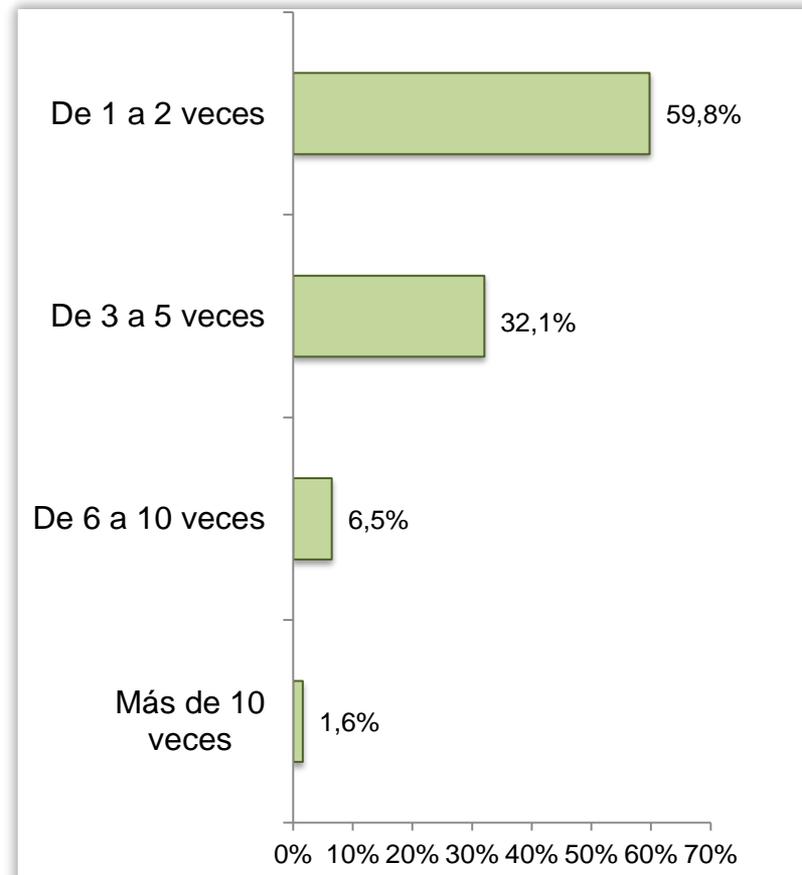
29. (e) ¿Ha recibido el extracto de su cuenta de aportes o cesantías? RU



■ Si ■ No

Base 500

30. (e) ¿Cuántas veces ha recibido el extracto? RU

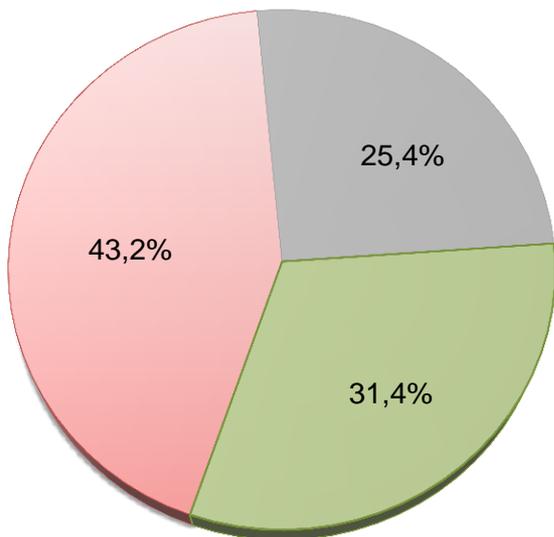


Base 184

Descriptivos

31. (e) ¿Está interesado en adquirir vivienda en planos? RU

■ Si ■ No ■ No aplica

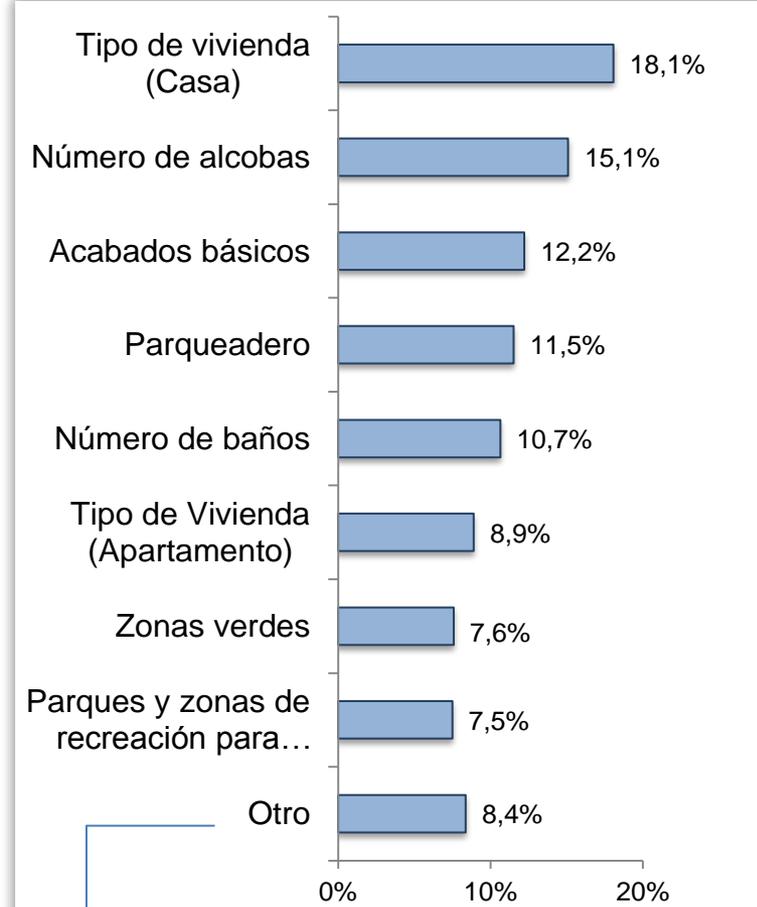


Base 500

Otros	%
Ubicación	65,6%
Precio	19,8%
Que le guste	11,5%
Comodidad	3,1%

Base 96

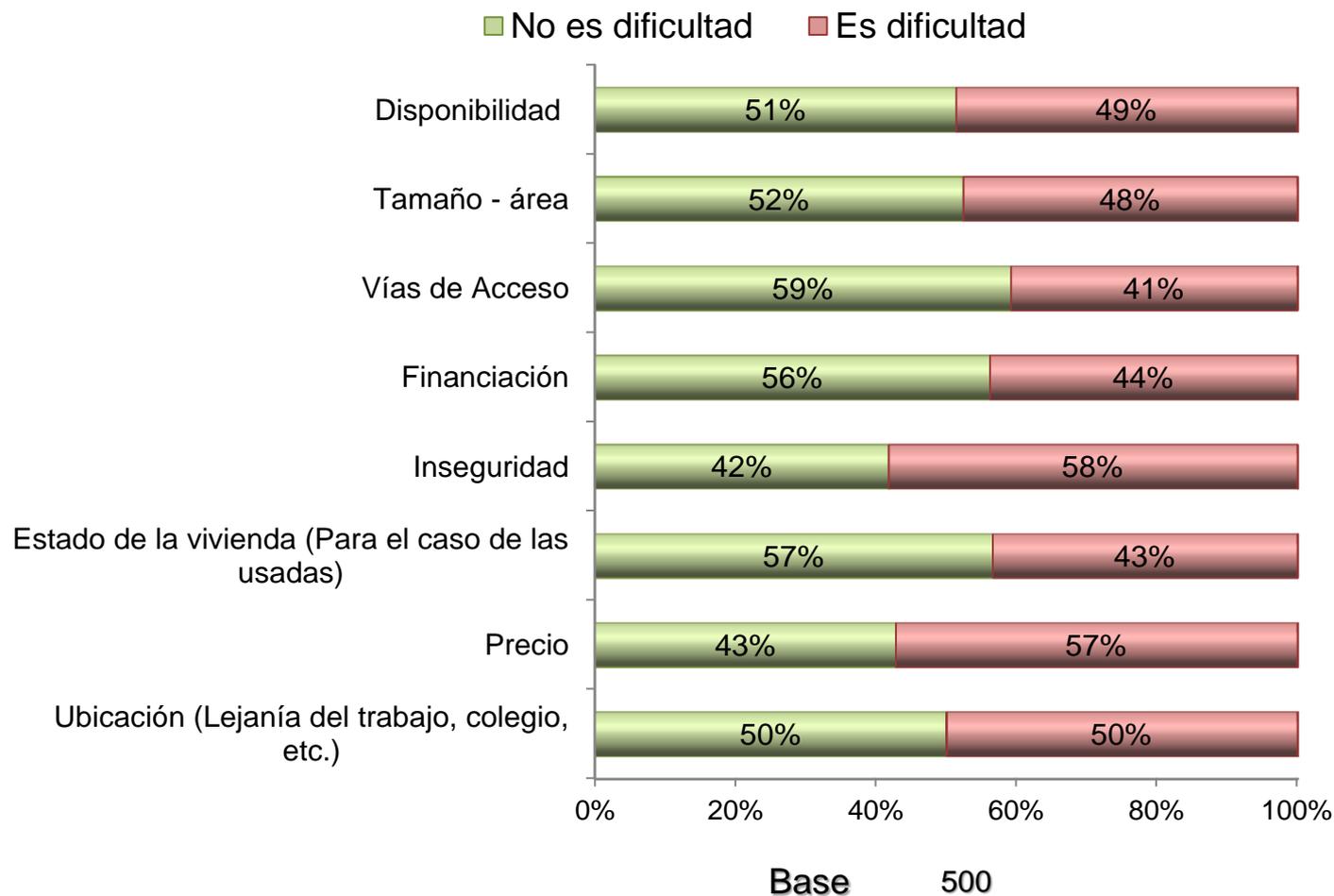
32. (e) ¿Cuáles son los aspectos más importantes que usted tiene en cuenta al momento de elegir la vivienda que va a comprar RM



Base 1.145

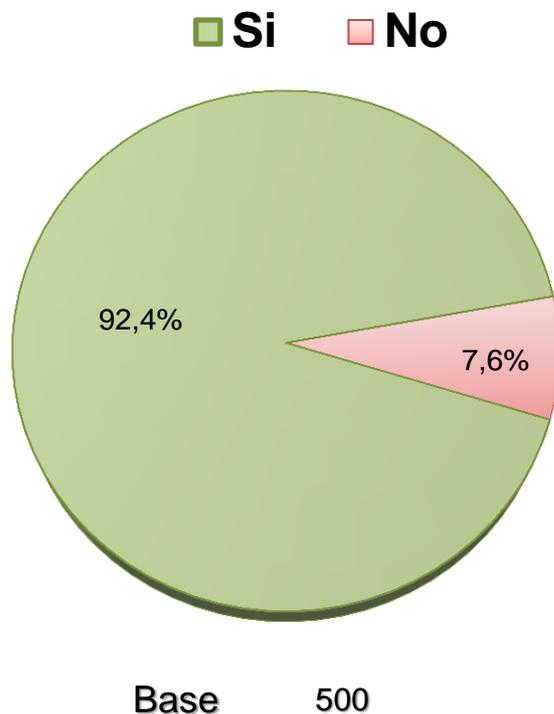
Descriptivos

33. (e) De las opciones que le voy a mencionar ¿dígame cual considera y cuáles no, son las principales dificultades al momento de conseguir vivienda nueva o usada? RU



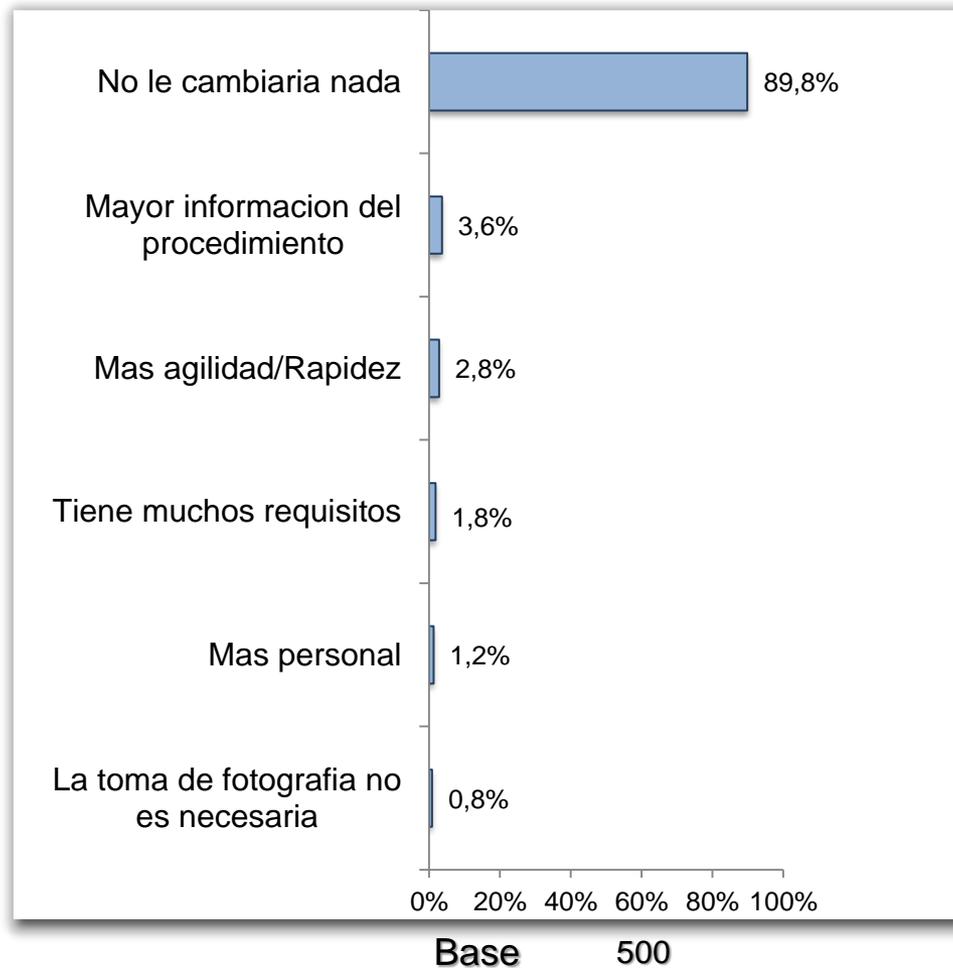
Descriptivos

4. (e) ¿Usted entiende la importancia del proceso biométrico? (RU)



Biometría

5. (e) hablando del proceso de toma de información y registro de huella (biometría) usted que le cambiaría a este para que se sienta más satisfecho (RU).



Descriptivos

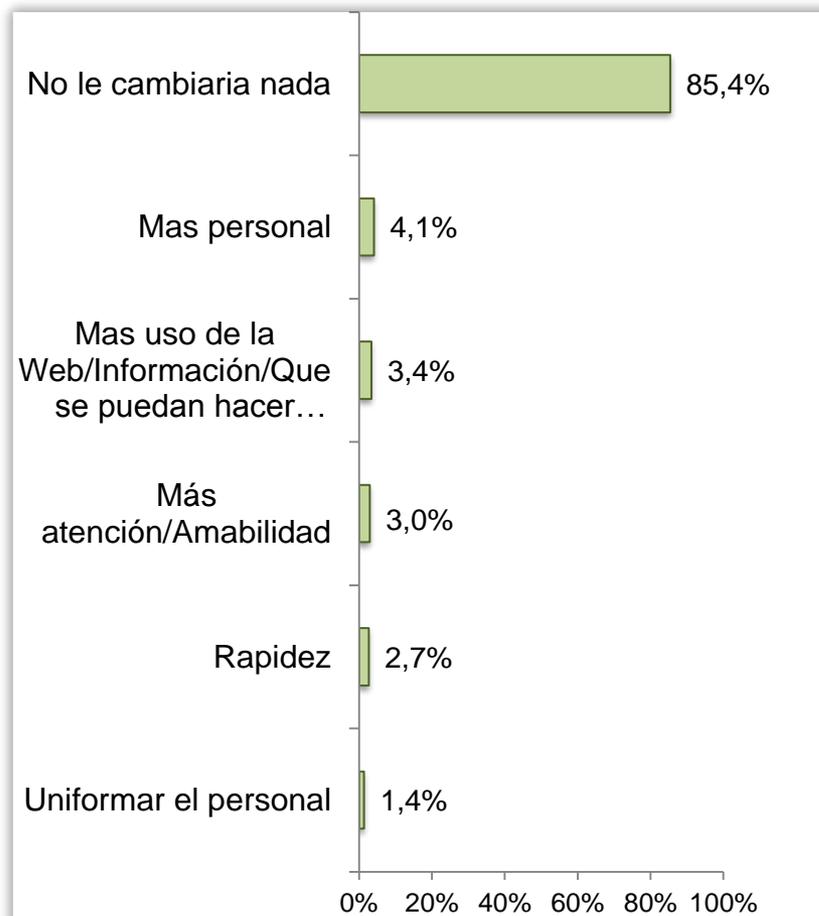
Orientación Integral

P8 Hablando del proceso de Orientación Integral usted qué le cambiaría para que se sienta más satisfecho



Base 434

P11 Hablando del proceso de Orientación legal usted qué le cambiaría para que se sienta más satisfecho

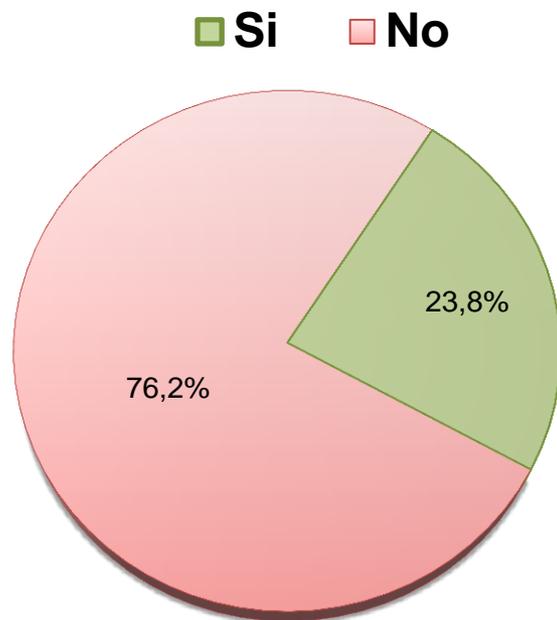


Base 439

Descriptivos

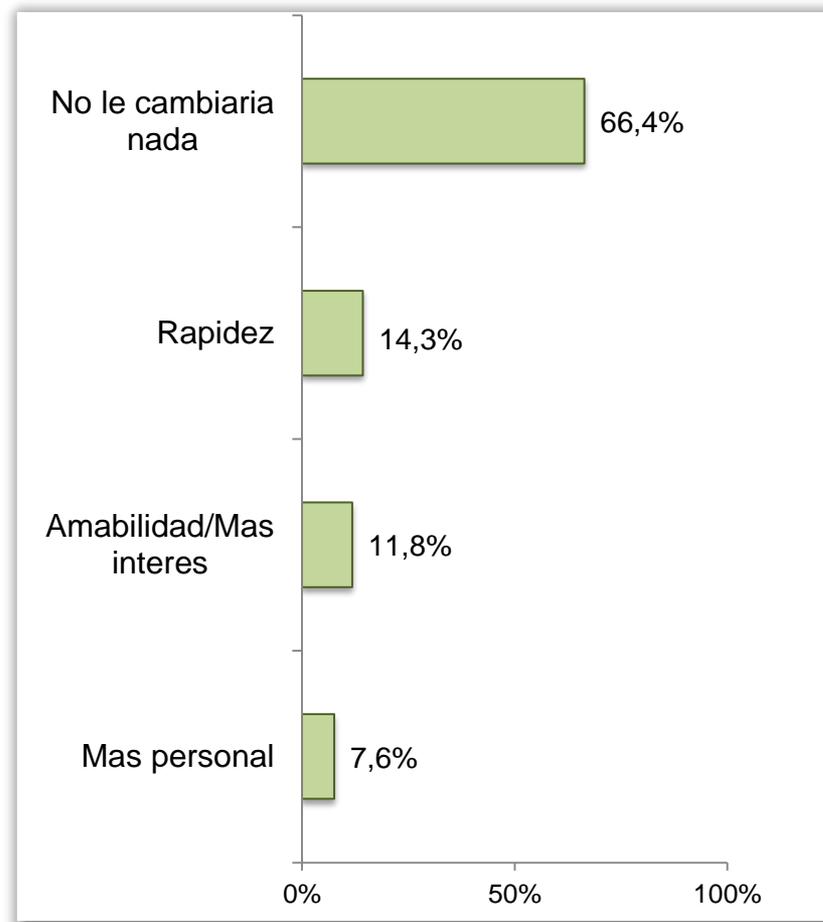
Contac Center

P12 ¿Usted ha utilizado los servicios del CONTACT CENTER DE CAPROVIMPO?



Base 500

15. (e) Que le cambiaria al Contact Center para que se sienta mas satisfecho(a) con el servicio que le presta (RM).



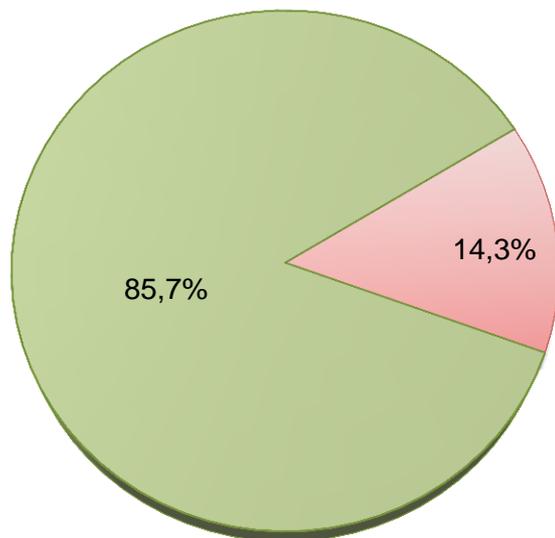
Base 119

Descriptivos

Contac Center

P16 Usted considera que los documentos solicitados en el Contac center son los mismos que los solicitados en la orientación integral y /o Legal

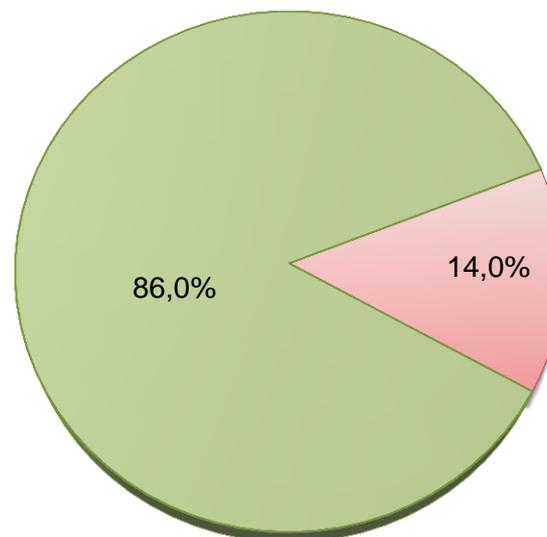
■ Si ■ No



Base 119*

P17 El ¿tiempo de su trámite desde que radicó el formulario único de pago hasta recibir el desembolso estuvo dentro de los 15 días hábiles?

■ Si ■ No



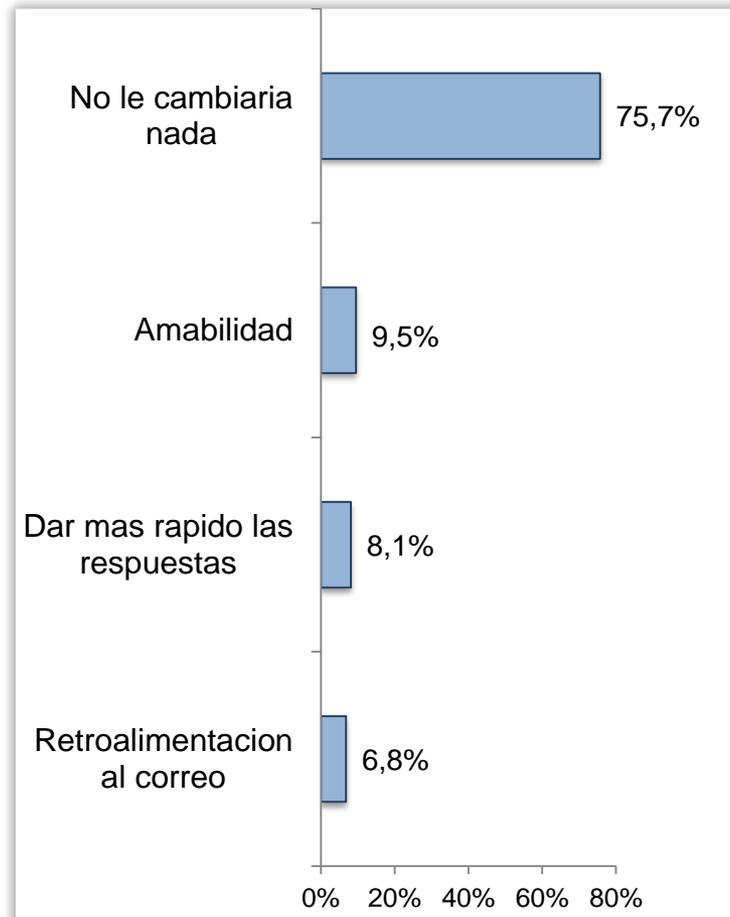
Base 500

*La base de análisis esta asociada a aquellas personas que aseguraron usar el servicio de Contac Center

Descriptivos

Quejas y reclamos

P19_4 Que le cambiaria al servicio de atención de quejas y reclamos para que se sienta mas satisfecho(a)

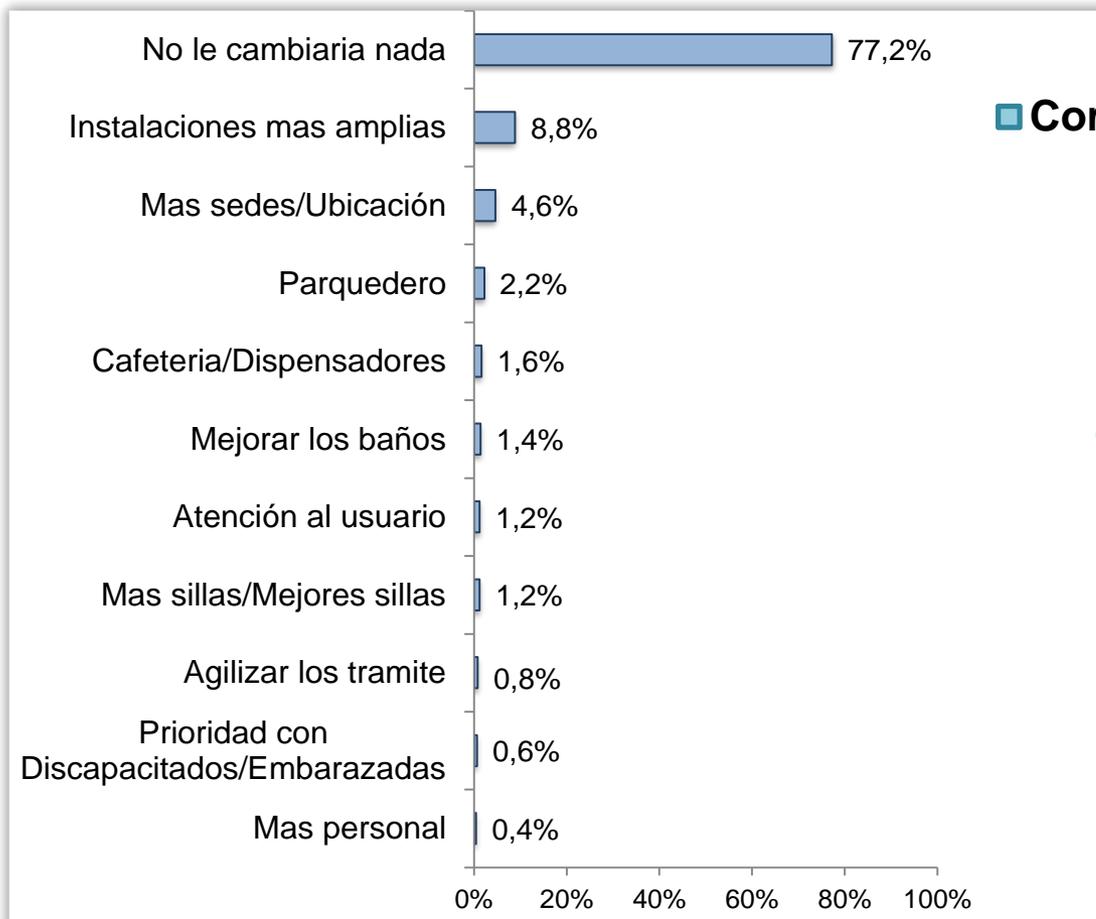


Base 74

Descriptivos

Infraestructura

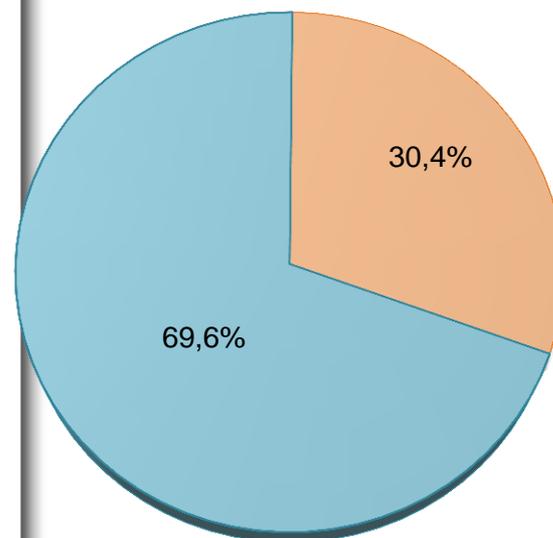
P23 Hablando de las instalaciones físicas, usted que le cambiaría a para que se sienta más satisfecho)



Base 500

P24 ¿Cómo le gustaría recibir la información de cesantías y ahorros?

■ **Correo electrónico** ■ **Medio físico**



Base 500

1. Satisfacción General

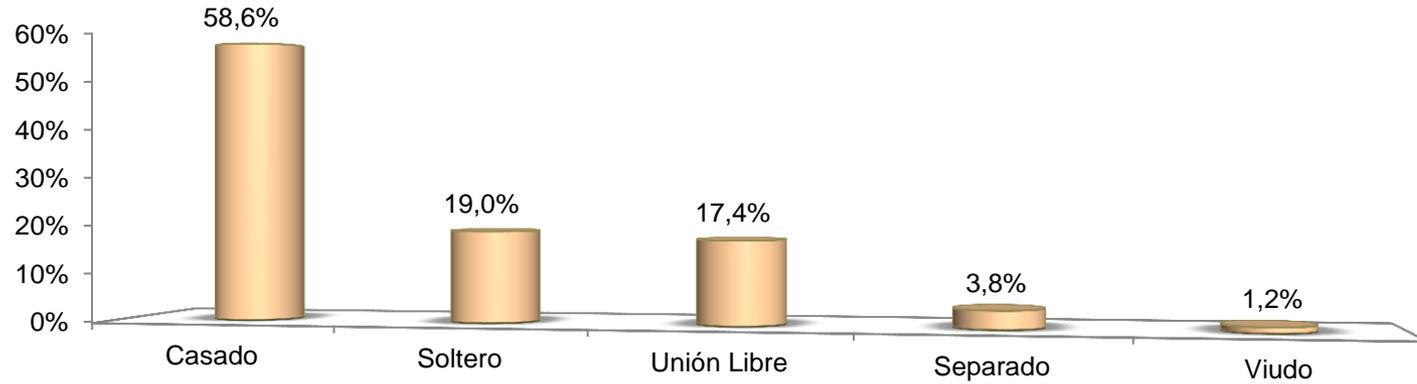
2. Descriptivos

3. Demográficos

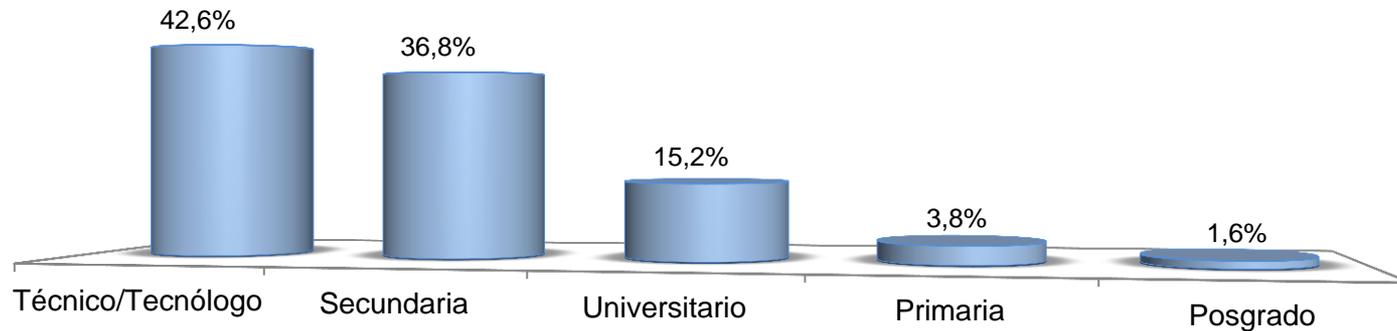
4. Conclusiones

Demográficos

Estado Civil

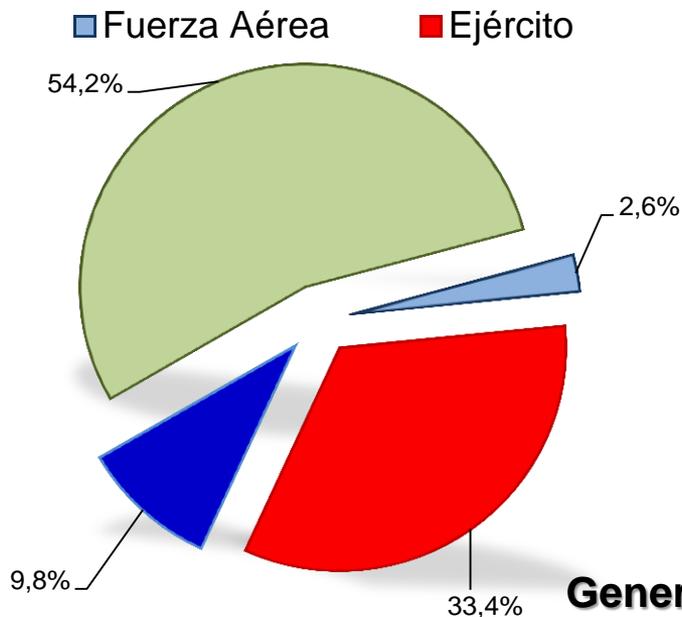


Escolaridad

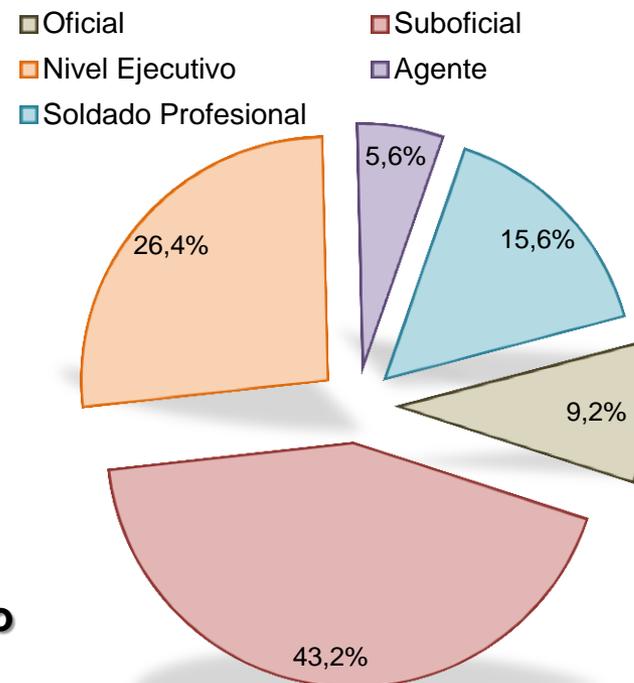


3. Demográficos

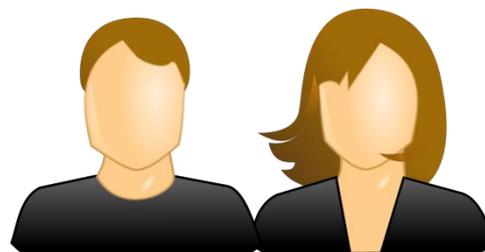
Fuerza a la que pertenece



A que categoría pertenece



Genero del encuestado



Masculino
91,6%

Femenino
8,4%

1. Satisfacción General

10. Descriptivos

11. Demográficos

12. Conclusiones

12. Conclusiones

Conclusiones y recomendaciones Modelo de Satisfacción General

La segunda medición del estudio de satisfacción mantuvo en general las cifras evidenciadas en la realizada con los clientes del primer trimestre de 2013, la investigación evidenció que el índice general de satisfacción se sostuvo y arrojó para esta segunda medición 4.49, es decir; el mismo identificado en los resultados de los clientes evaluados en el primer trimestre del año. Teniendo en cuenta que las escalas utilizadas en el instrumento son de 1 a 5, siendo la calificación más y baja y 5 la más alta, el índice genera sigue siendo teniendo en cuenta su cercanía a la mejor calificación posible.

Teniendo en cuenta que dentro del esquema del modelo de satisfacción se diferencia el promedio del índice como herramienta de análisis para identificar la satisfacción percibida (promedio) y la satisfacción real (índice), la evaluación para este tercer trimestre arrojó un promedio general de 4,53, que se encuentra muy cercano al índice general calculado (4,49), pues solo se distancian en 0,04 puntos, esto indica que los usuarios están percibiendo los esfuerzos y los planes implementados de la Caja para mejorar la experiencia de los beneficiarios en cada uno de los procesos que construyen de manera integral el servicio.

12. Conclusiones

Dos de los procesos evaluados se encuentran con alta urgencia y alta importancia por estas por encima de la mediana y por encima del promedio (FI), dichos procesos son La Orientación Legal y Quejas y reclamos, tal y como lo describe el modelo de satisfacción de Datexco, estos son los procesos que requieren de atención prioritaria si se quiere aumentar la satisfacción del servicio y son los que más están impactando ella, a pesar de estar muy bien posicionados, pues sus índices están por encima de 4 como se revisará más adelante, estadísticamente se reconocen como los primeros que se deben trabajar para mejorar la satisfacción de los beneficiarios de la caja.

La infraestructura de las instalaciones se destaca como el proceso a mantener, es decir; que todas las planes y programas de mejora están dando sus frutos dentro de este proceso, aquí identifican buenas prácticas dentro de la construcción del servicio y es el que debe mantenerse para seguir satisfaciendo a los usuarios de la Caja, pues dentro del plano se identificó como un proceso de urgencia baja e importancia baja.

12. Conclusiones

Para la elaboración del instrumento, se identificaron 6 procesos con los cuales se estructura la prestación del servicio de la caja:

- Biometría
- Orientación Integral
- Orientación Legal
- Contact Center
- Quejas y Reclamos
- Infraestructura

Siendo **Biometría** el primer proceso evaluado dentro del cuestionario, se identifica un muy buen índice de satisfacción, reconociendo que la escala es de 1 a 5, el índice que arrojó este proceso en particular para la medición del 2 trimestre del 2013 fue de 4,63, compartiendo con Orientación integral, el segundo más alto dentro de los 6 procesos evaluados y aportando de manera positiva a la satisfacción general.

Dentro del proceso se identifican niveles bajos de insatisfacción, siendo el atributo “claridad de los pasos del proceso” el que genera mayor insatisfacción dentro del proceso, sin tener un impacto importante, pues tan solo 14 personas de las 500 entrevistadas le asignaron a esta calificación baja.

12. Conclusiones

En cuanto a la **Orientación Integral**, se concluye que su índice de satisfacción es muy bueno, y se posesiona, junto con el de Biometría; como el segundo más alto dentro de los 6 procesos evaluados, arrojando 4,63 para la medición del segundo trimestre.

Dentro del proceso se encuentran bajos niveles de insatisfacción, siendo el tributo “Tiempo de Espera en la Sala” el de mayor impacto dentro del proceso, el cual 20 de los 434 usuarios que aseguran utilizarlo le asignaron calificaciones entre 1 y 3.

La **Orientación Legal** muestra un índice general de 4,61 para la medición del segundo trimestre, experimentando una disminución de 0,1 puntos con respecto a la medición del primer trimestre (4,71), en general los atributos de este proceso experimentaron una baja leve en los promedios entre una medición a otra pero se mantuvieron de manera general.

Las razones de insatisfacción de este proceso se concentraron en “La Presentación personal del asesor” sin embargo esto se vio sopesado con el alto promedio de calificaciones positivas asignadas dentro del atributo.

12. Conclusiones

El **Contact Center** fue el proceso que obtuvo el índice de satisfacción más bajo de todos los evaluados en la investigación con 4,17 para la medición del tercer trimestre del año, sin embargo se evidenciaron esfuerzos para mejorar la satisfacción con respecto a la medición inmediatamente anterior ya que el índice experimento un aumento de leve de 0,07 puntos en comparación de la evaluación del primer trimestre, es de resaltar que la base de análisis de este proceso es la segunda más baja de todos, pues tan solo 119 de las personas encuestadas utilizan este medio, lo que significa un mayor margen de error dentro de los datos arrojados.

La mayor cantidad de calificaciones bajas que dieron como resultados las razones de insatisfacción se concentraron en el atributo “Tiempo en que fue contestada la llamada”, pues 31 de los 119 encuestados le asignaron calificaciones entre 1 y 3 a este.

Quejas y Reclamos fue el segundo índice con puntaje más bajo dentro de la medición del tercer trimestre con 4,20; pero el que experimento el aumento más importante entre una medición y otra, ya que en la evaluación llevada a cabo a usuarios del primer trimestre arrojó un índice de 3,98. Es de resaltar que este proceso fue el que obtuvo la base de análisis más baja de la investigación con 74 personas evaluadas, lo que permite concluir que es el de margen de error más alto de todos los procesos evaluados.

12. Conclusiones

En cuanto a las razones de insatisfacción, estas se concentraron en el atributo “agilidad en las respuestas a mis reclamos o quejas”, pues las 74 personas encuestadas, 12 asignaron a este calificaciones entre 1 y 3, es decir; las más bajas.

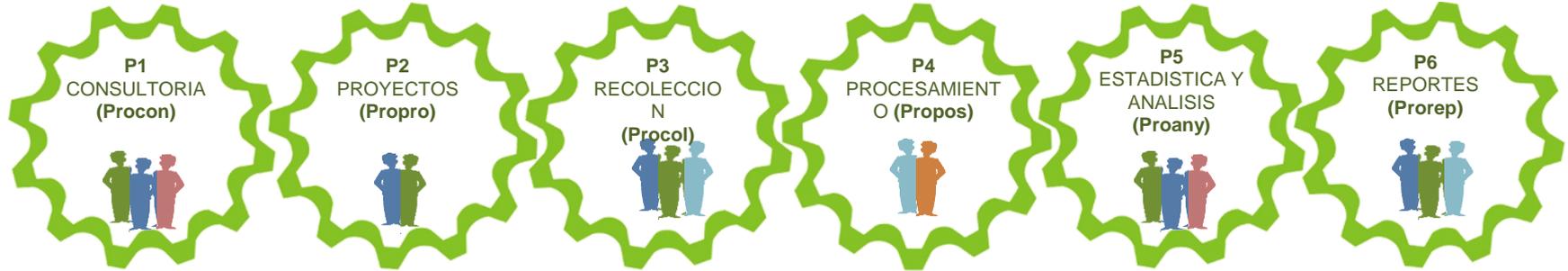
Finalmente el proceso **Infraestructura** experimentó una disminución leve en el índice de satisfacción, pasando de 4,68 arrojado en la investigación del primer trimestre a 4,64 en la medición del segundo trimestre con una diferencia leve de 0,04; lo que en términos generales se mantuvo y siendo un muy buen resultado teniendo en cuenta que las escalas de calificación del estudio van de 1 a 5.

Dentro de las razones de insatisfacción la de mayor impacto fue el tributo “Ubicación de las instalaciones” la cual 11 de los 500 encuestados le asignaron calificaciones entre 1 y 3 en la escala del instrumento.

De manera general los promedios de cada proceso se mantuvieron constantes de una medición a otra, los más bajos se concentran en los procesos de Contac Center (4,13) y Quejas y Reclamos (4,24), sin embargo para esta medición aumentaron en comparación con la realizada con los clientes del primer trimestre.

Finalmente dentro del modelo de satisfacción se puede concluir que para cada proceso hay un equilibrio generalizado entre la satisfacción percibida (promedios de satisfacción) y la satisfacción real (índice de satisfacción), pues en general las cifras arrojadas entre los promedios y los índices son valores muy cercanos entre sí, lo que quiere decir que la los esfuerzos que realiza la caja en cada uno de ellos están siendo percibidos y comunicados de manera correcta a sus beneficiarios, de acá se destaca el proceso de quejas y reclamos.

1. ISO 9001 – 2008 Procesos



P1
CONSULTORIA
(Procon)

P2
PROYECTOS
(Propro)

P3
RECOLECCIO
N
(Procol)

P4
PROCESAMIENT
O (Propos)

P5
ESTADISTICA Y
ANALISIS
(Proany)

P6
REPORTES
(Prorep)

- Conceptualización.
- Negociación.
- Formalización.
- Master Plan.
- Plan Financiero (Pre-presupuesto)
- Costeo de Recolección.
- Presupuesto.
- Instrumento.
- Piloto.
- Citas.
- Recolección.
- Back Check.
- Critica.
- Informe Status.
- Validación DB.
- Formato procesamiento.
- Digitación.
- Codificación .
- Plan análisis.
- Muestreo.
- Confrontar resultados.
- Montaje .
- Pre-presentación.
- Presentación preliminar.
- Presentación final.
- Entrega.



P7
CONTROL
CALIDAD
(Proqal)

P8
TECNOLOGÍA
(Protec)

P9
RECURSOS
HUMANOS
(Prohum)

P10
ADMINISTRATIVA
(Proadm)

P11
FINANCIERA
(Profin)

**Especialis
ta externo**

Especialista

Profesional

**Tecnólogo o
Técnico Profesional**

Técnico

2. Equipo de trabajo

Cantidad de participantes para el desarrollo del proyecto

Total 26



3



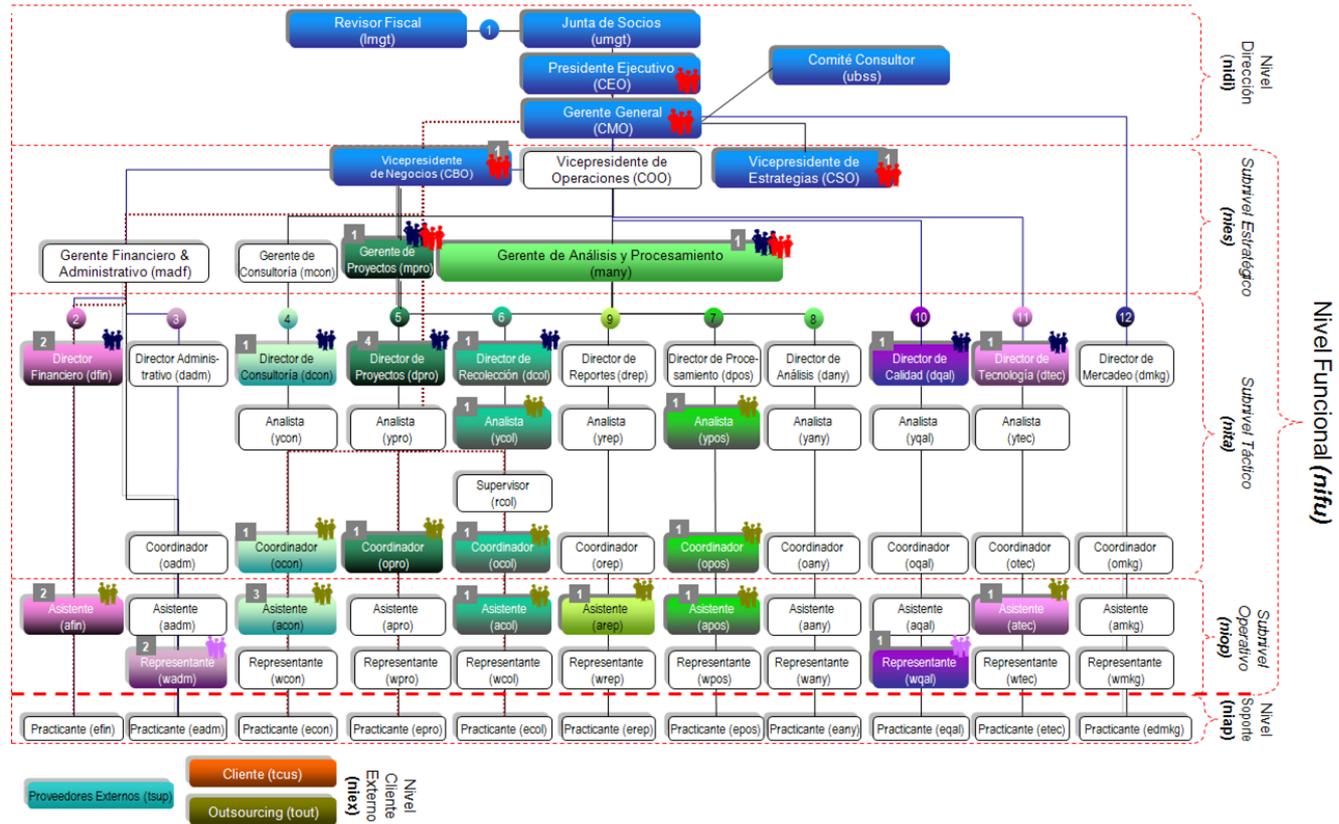
4



4



15



Especialistas



Profesionales



Tecnólogos y Técnicos Profesionales

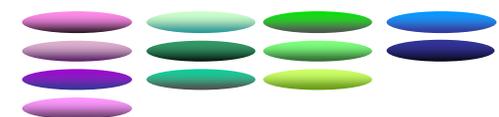


Técnicos (entrenados)

Support

Operative

Conduction



3. Company Profile

Razón Social:	Datexco Company S.A.
Marcas:	Datexco® Opinómetro® Hispanómetro®
NIT:	830.012.785-6
Actividad Económica:	7413
IVA:	Régimen Común
Teléfono / Fax Colombia:	(5)(71) 407 388 99- (5)(71) 746 0560
Dirección Colombia:	Transversal 59 N 104B - 65
	Bogotá - Colombia
Ciudad:	
Sitio Web:	www.datexco.com
Correo Electrónico:	servicio@datexco.com sales@datexco.net

Todas las marcas Datexco®, Opinómetro®, Hispanómetro® registradas, son propiedad de Datexco Corp.

4. Derechos.

Datexco Company S.A., reconoce y protege los derechos de propiedad de la información desarrollada mediante esta investigación y aquí contenida especialmente para CAPROVIMPO.

La propiedad intelectual de las técnicas de análisis y los desarrollos metodológicos específicos utilizados en el desarrollo del presente proyecto son de propiedad y autoría exclusiva de Datexco Company S.A., de sus filiales o matriz.

5. Confidencialidad.

DATEXCO, manifiesta expresamente su compromiso (Acuerdo de Confidencialidad) de mantener estricta reserva y en confidencialidad absoluta, de toda la información aquí contenida.

Por acuerdo expreso o tácito o solicitud de CAPROVIMPO, este informe y apartes de este serán enviados a CAPROVIMPO, a través de medios electrónicos o publicada en nuestra página Web, en estos casos DATEXCO solo se hace responsable por actuaciones dolosas o negligentes.

Aunque no nos encontramos exentos de violaciones o intromisiones en nuestras comunicaciones o en nuestra página Web, realizamos controles y auditorías de acceso a nuestra página dentro de la mayor diligencia posible con nuestras capacidades.

6. Transparencia.

Para DATEXCO, es fundamental, mantener procesos y procedimientos en conocimiento permanente de CAPROVIMPO por esta razón, nuestra política, es invitar al cliente para que valide y participe en cualquiera de los procesos a los que la investigación ha estado expuesta.



No es solamente un proyecto, son personas...

No es solamente información, es conocimiento...

No es solamente un cliente, es un compromiso...

No es solamente desempeño, es método, experiencia y profesionalismo.



Para verificar la autenticidad de éste informe, Ingrese a:

www.datexco.com