	ESTUDIO DE MERCADEO EVALUACIÓN SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS Y DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL	Fecha de elaboración: 2006-11-09
	Dependencia 0030 OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN	Número de Página 1 de 6

1. PRESENTACIÓN

El siguiente documento expone los resultados del diagnóstico general para determinar la percepción y el nivel de satisfacción de los usuarios institucionales, en relación con los servicios y trámites que adelanta la institución. Lo anterior permite determinar la situación actual, comparar la situación de la entidad con la medición efectuada el año 2003 y establecer acciones de mejoramiento en los aspectos que sean identificado.

2. OBJETIVO

- Identificar la percepción y el nivel de satisfacción que tienen los usuarios de la Superintendencias de Industria y Comercio sobre la imagen institucional y la prestación de los servicios.
- Identificar algunas condiciones administrativas para trazar a partir de éstas planes de acción que orienten esfuerzos para alcanzar un mayor grado de desarrollo.

3. METODOLOGÍA

Para la elaboración del diagnóstico general se tomó como base el estudio realizado en el año 2003. Las etapas desarrolladas fueron las siguientes:

Ajuste y aprobación de la encuesta. Se revisó y se ajustó la encuesta presentada en el año 2003 de acuerdo al medio de recolección de información (Personal, telefónica e Internet) y se presentó al Jefe de la Oficina de Planeación para su debida aprobación. (Ver anexo 1).

Universo. Se estableció 66.390 usuarios con base en la información de la base de datos de usuarios institucionales suministrada por la Oficina de Sistemas el día 28 de septiembre de 2006, compuesta por los usuarios de cada dependencia de la entidad.

Muestra. Se calculó con el método estadístico para poblaciones finitas, generando una muestra total de 270 encuestas. La distribución de la muestra se realizó en forma proporcional de 33% que equivale a 90 encuestas para cada medio de recolección de información.

Formula:

$$n = \frac{(Z^2) * p * q * N}{(e^2) (N - 1) + (Z^2) * p * q}$$

N = Universo

Z = Nivel de confianza

p = Probabilidad de éxito

q = Probabilidad de fracaso ($q = (1-p)$)

e = Error estimado

Para el cálculo de la muestra se tomó los siguientes datos:

- N = 66.390 usuarios de la SIC.
- Z = Nivel de confianza del 95% que corresponde a un valor normal estándar del 1.96.
- e = 6% de error estimado
- p = 0.50 (se estableció ese valor porque la explicación matemática dice que cuando p toma ese valor, el tamaño de la muestra alcanza su máximo valor).
- q = 0.50


Identificación de los usuarios. Los encuestados tuvieron una selección aleatoria acorde al medio de recolección de información de la siguiente manera:

- Encuesta Internet: Se estableció que los encuestados serían los usuarios que visitan la página de Internet de la entidad.
- Encuesta telefónica: se tomó una muestra al azar de la base de datos de usuarios institucionales distribuida en 45 encuestas a nivel Bogotá y 45 encuestas a nivel nacional.
- Encuesta personal: se seleccionó a los usuarios que acuden a los puntos de atención al usuario (Mezanine - centro de documentación e información 2° piso, grupo de atención al usuario 5° piso y Delegatura de Propiedad Industrial 7° piso).

Aplicación de la encuesta. Se aplicó la encuesta a los usuarios de la entidad vía Internet, personal y telefónicamente así:

- Encuesta Internet: se publicó en la página web de la entidad, desde el 10 de octubre hasta el 20 de octubre de 2006, y fue diligenciada por los usuarios que visitaron la página web durante ese período.
- Encuesta telefónica: se ejecutó por dos funcionarios de la Oficina de Planeación, desde el 10 de octubre hasta el 26 de octubre de 2006, utilizando la muestra aleatoria para contactar a los encuestados.
- Encuesta personal: se llevó a cabo en los puntos de atención al usuario (Mezanine - centro de documentación e información 2° piso, grupo de atención al usuario 5° piso y dependencia propiedad industrial 7° piso) a través de dos funcionarios de la Oficina de Planeación desde el 10 de octubre hasta el 20 de octubre de 2006.

Tabulación de información. Se realizó a través de una hoja de cálculo electrónica.

	ESTUDIO DE MERCADEO EVALUACIÓN SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS Y DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL	Fecha de elaboración: 2006-11-09
	Dependencia 0030 OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN	Número de Página 3 de 6

Análisis de resultados. Se tomó los resultados de la tabulación de datos en el mismo orden del cuestionario para hacer su respectivo análisis, identificando y mencionando los datos más representativos de la muestra.

4. RESULTADOS

1. Análisis Estudio de Mercadeo Evaluación Satisfacción de los Usuarios y de la Imagen Institucional 2006

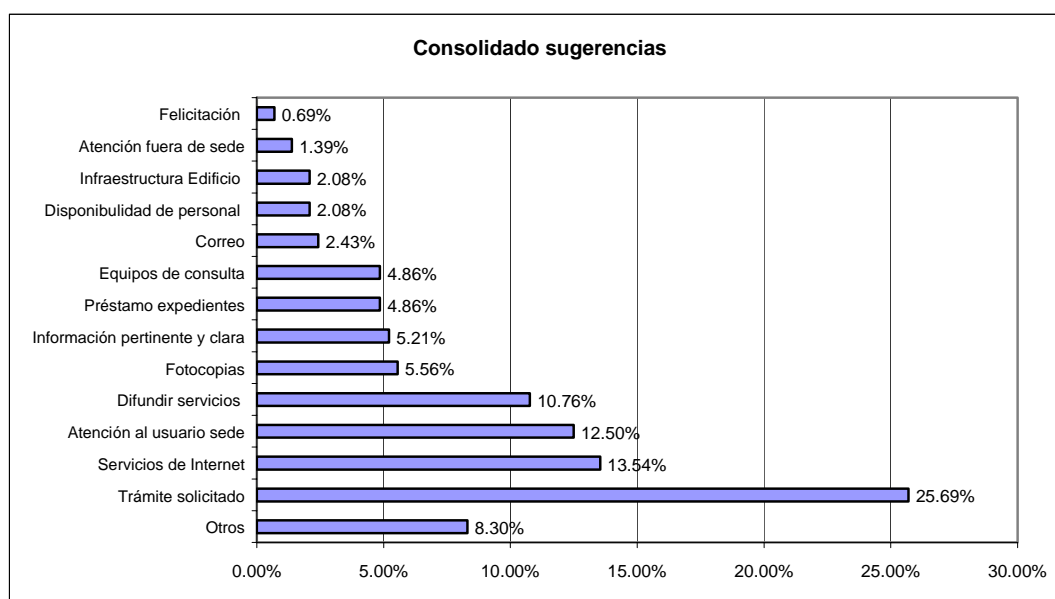
Los resultados detallados se presentan en el anexo 2 del presente documento. A nivel general se tienen las siguientes conclusiones:

- ❑ La aplicación de la encuesta suministro 306 encuestas diligenciadas, de las cuales se anulaban cinco encuestas de Internet y una encuesta personal debido a que se encontraron repetidas. La muestra tuvo una distribución así: encuesta Internet 35.9%, encuesta personal 31.7% y encuesta telefónica 30.4% para un total de 300 encuestas. El estudio se basó en un total de 300 encuestas.
- ❑ El usuario de la Superintendencia de Industria y Comercio se encuentra distribuido así: personas naturales con el 52.3% y personas jurídicas con el 46.7%
- ❑ El trámite o los trámites que los usuarios realizan en la entidad lo hacen a través de un tercero determinado por una participación del 50.8%.
- ❑ De acuerdo a los datos de la empresa se estableció que la actividad principal desarrollada por las empresas que acuden a la Superintendencia es del sector servicio con el 34%, seguido por el sector comercio con el 13.7%.
- ❑ Los usuarios de la Superintendencia se enteran de la prestación de los servicios a través de la actividad laboral con el 40.9%, Internet con el 24.3% e información de terceros con el 19%.
- ❑ El medio más utilizado por los usuarios para obtener información de los servicios que presta la entidad es vía telefónica (35.4%) y personalmente (34.5%).
- ❑ El 77% de los usuarios de la Superintendencia han solicitado su último servicio hace menos de seis meses y el 9.3% lo ha solicitado entre 6 – 12 meses, siendo los servicios más solicitados durante ese período de tiempo trámites de Propiedad Industrial con el 41.5%, trámites de Protección del Consumidor con el 14.5% y consulta - conceptos con el 11.5%.

- ❑ Se midió la frecuencia con que asisten los usuarios a la entidad obteniéndose que el 48.7% asisten en un tiempo de menos de un mes, el 17% más de seis meses y el 12.3% asisten entre 3 – 6 meses.
- ❑ Los servicios conocidos por los usuarios de la entidad son: registros signos distintivos con una importancia del 74.7%, denuncias protección al consumidor el 62.7% y concesión de nuevas creaciones el 57.7%. Los servicios menos conocidos son: servicios no domiciliarios de telecomunicaciones con el 30.3% y calibración de equipos metrológicos con el 29.3%.
- ❑ Los servicios utilizados por los usuarios en orden de importancia son: registros signos distintivos con una participación del 57.3%, denuncias protección al consumidor el 35.3%, concesión de nuevas creaciones el 32%, Los servicios menos utilizados son: servicios no domiciliarios de telecomunicaciones con el 10.3% y calibración de equipos con el 12.3%.
- ❑ Las siguientes son las calificaciones que los usuarios indicaron en cuanto a la percepción de la calidad de los servicios que presta la entidad:
 - La información suministrada es completa 72.3% entre bueno y excelente.
 - La información recibida es clara 74% entre buena y excelente.
 - La entrega de la información es oportuna 57% entre bueno y excelente, y el 26.3% la calificaron regular.
 - La atención que han recibido los usuarios por parte de los funcionarios de la entidad es de 73.7% entre bueno y excelente.
 - La gestión de la Superintendencia de Industria y Comercio frente a otras entidades de regulación y control es del 76% entre bueno y excelente.
 - El nivel de satisfacción en general que tiene los usuarios sobre los servicios que presta la entidad es del 75% entre bueno y excelente.
- ❑ Las sugerencias realizadas por los usuarios sobre los servicios que presta la Superintendencia se refieren especialmente a (Ver anexo 3):
 - Los trámites solicitados con el 24.69%, se refiere a la demora en la atención y respuesta de un trámite, y a la falta de unidad de criterios para responder al usuario.
 - Servicios de Internet con el 13.54%, hace relación a que la información de la página web es incompleta, no se encuentra actualizada, a que la programación de la página no permite la utilización de algunos links y que el tiempo de respuesta por este medio es demorado.
 - Atención al usuario sede con el 12.50%, los usuarios mencionan aspectos como falta de amabilidad, actitud displicente, desorden, ausencia de los funcionarios en sus puntos de trabajo, el tiempo que deben esperar los usuarios para ser atendidos y a la lentitud en la

atención , especialmente en radicación.

- Difundir los servicios con el 10.76%, se refiere a la falta de divulgación a nivel nacional de los servicio que presta la entidad.




2. Análisis Comparativo Estudio de Mercadeo Evaluación Satisfacción de los Usuarios y de la Imagen Institucional 2003 – 2006

A continuación se hace mención de los resultados más representativos del estudio realizado en el 2003 y el presente estudio para establecer un comparativo. (Ver Anexo 4).

Se puede observar en ambos estudios que la actividad principal de las empresas que acuden a la Superintendencia son las del sector servicio con un leve aumento del 1%. Los dos estudios establecieron que el tipo de empresa que es usuario de la entidad es privada.

En lo referente a como los usuarios se enteran de los servicios, continua en primer lugar la actividad laboral con una pequeña disminución de 5.23%, pero cabe resaltar el aumento del 13.28% que tuvo el medio de Internet.

De acuerdo al presente estudio el medio por el cual han obtenido información de los servicios que presta la entidad es telefónicamente y página de Internet sumando un 62.77%, en diferencia al estudio anterior donde primo con un 40.80% el medio personal.

	ESTUDIO DE MERCADEO EVALUACIÓN SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS Y DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL	Fecha de elaboración: 2006-11-09
	Dependencia 0030 OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN	Número de Página 6 de 6

Se identificó en los dos diagnósticos que los encuestados han solicitado sus servicios en un período igual o menor de un año representados en un 78.4% y 86.33% para el año 2003 y 2006 respectivamente.

Los dos estudios indicaron que los servicios más conocidos por parte de los usuarios de la entidad son denuncias protección del consumidor con un crecimiento del 27% teniendo en cuenta la suma de las denuncias de los servicios no domiciliarios de telecomunicaciones, registro signos distintivos con un aumento del 4.8%, concesión de nuevas creaciones mostrando un incremento del 4.9% e información tecnológica basa en patentes con un crecimiento del 8.5%.

En lo referente a la utilización de los servicios, el presente estudio mostró la misma tendencia que el estudio anterior con leves aumentos de participación, en orden de importancia registro signos distintivos, denuncias protección del consumidor y concesión de nuevas creaciones. Los demás servicios no se pudieron comparar debido a que el nuevo estudio calificó algunos de ellos independientemente.

La calificación dada por los usuarios sobre diferentes aspectos de la entidad mejoró sustancialmente respecto de los resultados obtenidos en el diagnóstico del 2003 de la siguiente manera:

- La información dada es completa presentó un 55% y 72.30%, para el año 2003 y 2006, reflejando un aumento del 17%.
- La información recibida es clara presentó un 55.30% y 74%, para el año 2003 y 2006, incrementándose en un 18.7%
- La información entregada es oportuna presentó un 46.10% y 57%, para el año 2003 y 2006, mostrando un incremento del 10.9%.
- La atención que han recibido los usuarios por parte de los funcionarios presentó un 61.70% y 73.70%, para el año 2003 y 2006, mejorando en un 12%.
- La gestión de la Superintendencia de Industria y Comercio frente a otras entidades de regulación y control presentó un 60.7% y 76%, para el año 2003 y 2006, mejorando un 15.3%.
- La satisfacción que tiene los usuarios en general sobre los servicios que presta la entidad presentó un 53.90% y 75%, para el año 2003 y 2006, incrementándose en un 21.1%

Los resultados comparados en los dos estudios en relación a la calificación que debían dar los usuarios a diferentes aspectos, suman los parámetros bueno y excelente.

Bogotá, Noviembre de 2006