	INFORME SATISFACCION CLIENTE EXTERNO 2018 a 2019	Fecha de elaboración: 2020-01-28
	Dependencia 0030 OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN	Página 1 de 14

TABLA DE CONTENIDO

1. PRESENTACIÓN	2
2. OBJETIVO DE LA MEDICIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE EXTERNO DE LA SIC 2	
3. METODOLOGIA.....	2
3.1. METODOLOGÍA PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UN SISTEMA DE MEDICIÓN DE PERCEPCIÓN.....	2
3.2. DIRECCIONAMIENTO EN SERVICIO PARA UNA GESTIÓN INTEGRADA:	5
3.3. MEDICIÓN DE PERCEPCIÓN Y SU IMPACTO EN LA SIC.....	8
4. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS Y ANÁLISIS	10

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.

Con el propósito de apoyar la definición de una nueva manera de medir la satisfacción y/o experiencia del cliente 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 EXTERNO DE LA SIC

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

3. METODOLOGIA

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

El primer paso en la construcción del sistema de medición fue crear un "direccionamiento de medición" con el propósito de alinear la visión de la SIC y su marco estratégico al propósito de lo que se desea medir.

Esto hace posible la construcción de un sistema de medición, sincronizado a los puntos de escucha, que le permita a la entidad la apropiación del conocimiento y las relaciones.

El sistema de medición cuenta con una herramienta o aplicación tecnológica que permite visualizar las mediciones de percepción y se convierte en el mayor aporte para el diseño y la creación de estrategias de servicio a los usuarios, ciudadanos y grupos de interés.

El enfoque metodológico de experiencia SIC, se basa en los siguientes 4 pasos:



1) Direccionamiento estratégico de la medición:

Producto: El análisis del marco estratégico, el cual establece las reglas de juego de las mediciones y el trabajo a realizar.

a) Se revisó el marco estratégico de la entidad.

Se establecieron, entre otros:

- La escala valorativa
- Las dimensiones y sus contenidos (entre 4 y 7 dimensiones)
- Se realizaron reuniones y entrevistas con los diferentes líderes de la SIC para: Elaborar, revisar y ajustar los instrumentos de medición con base al lineamiento estratégico y ver los mejores momentos de interacción para realizar las evaluaciones
- Construir la captura de la información
- Prueba piloto de los formularios
- Realizar informes con base a lo recolectado en prueba de primer mes.
- Plan de acciones y sugerencias
- Presentación de los resultados

b) Determinar los puntos de escucha:

¿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: se hicieron varias reuniones con los líderes de la entidad y se identificaron 38 puntos de escucha, en donde se evalúan servicios, momentos de interacción, momentos claves de procesos o cierres, etc.

- c) Validación: se crearon los instrumentos de medición de percepción, la herramienta de captura y se colocaron para que los usuarios calificaran a la entidad, después de la prueba piloto.
- d) Análisis: se crearon los informes del análisis del proceso y se creó el mapa de acciones y prioridades. Se hacen las presentaciones del proyecto hasta este momento del proyecto.

2) Alineación de las áreas con el direccionamiento de medición

Producto: Indicadores de percepción y Ficha técnica de las mediciones, con lo cual se genera claridad de las mediciones a realizar.

En reuniones con los líderes de SIC:

- Se presentaron los resultados de la medición a cada uno de los líderes
- Se realizaron reuniones para verificar o mejorar:
 - La forma en que se está dando la aplicación de los instrumentos aplicados en la interacción con los usuarios, ciudadanos y grupos de interés en donde haya gestión por parte de la entidad (puntos de escucha)
 - Crear los indicadores percepción a que haya lugar, si se ve que estas mediciones aportan a la gestión

3) Creación de la arquitectura de medición

Producto: Documento con la arquitectura de las mediciones y los indicadores principales, por medio del cual se tiene claridad en los cálculos que se realizan y el uso que se va a dar a los indicadores. Disponible en la aplicación de ExperienciaSIC.

Para la creación de la arquitectura de la medición se tuvo en cuenta:

- Establecer fuentes de información
- Periodicidades de las mediciones
- Plan de trabajo y cronogramas
- Cálculo de índices e indicadores

4) Visualización de los datos e indicadores

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

Se realizaron los ajustes que se consideren convenientes a:

- Los formularios
- Sugerencia de mecanismos de recolección de información u otros según se considere conveniente si es necesario mejorar el trabajo de recolección de información.
 - Diseño de encuestas multimodal (todos los canales al mismo tiempo).
 - Minería de textos y datos de información no estructurada.
 - Herramientas de inteligencia de negocio y de datos (Analytics)
 - Entre otros.
- Sensibilización a los líderes y equipos (1 hora máximo por área) para mejorar el entendimiento y uso de las herramientas de medición.

3.2. Direccionamiento en servicio para una gestión integrada:

La gestión integrada de usuarios, ciudadanos y grupos de interés que genere ventajas en dos aspectos fundamentales:

Aumento en la eficiencia en gestión:

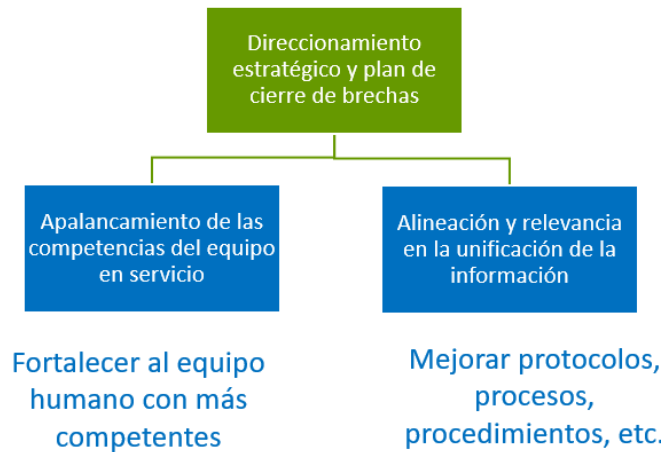
- Procesos más simples
- Alineación interna hacia los resultados

Mejor posicionamiento de la SIC:

- Aumento en la participación de ciudadanos y empresas
- Sensibilización sobre los temas de interés que se lideran
- Credibilidad y confianza en sus grupos de interés

El Direccionamiento en Servicio permita a la SIC fortalecer la gestión integrada de sus usuarios, ciudadanos y grupos de interés, en el apalancamiento de las competencias de servicio y en la alineación y relevancias de las métricas e información que lo rodean.

La forma de pensar para...



El primer pilar del Programa ExperienciaSIC, es que las mediciones se establecen de acuerdo con la Visión de la SIC:

EN LA SIC...

- Seremos reconocidos como una Entidad líder en el **control y apoyo a la actividad empresarial** y en la **defensa de los derechos del consumidor** colombiano y de la **protección de datos personales**.
- Para el efecto, se consolidará una estructura administrativa soportada en un talento humano que se distinguirá por su **profesionalismo y compromiso** y con una **clara orientación de servicio** al país y en un sistema integrado de gestión, apoyado en **procesos automatizados** que atenderán los requerimientos de los usuarios institucionales.

Se propone el análisis en tres grandes áreas:

- **Control y apoyo a la actividad empresarial**
- **Defensa de derechos del consumidor**
- **Protección de datos personales**

Las variables eje de medición para los formularios son:

- **Personas profesionales y comprometidas**
- **Orientación clara**
- **Procesos simples (y automatizados)**

Igualmente para la estructura de la medición, se incluyen los "Comportamientos Deseados", es decir, la intención de participar en los procesos de la SIC, buscar información o conocer más los temas de interés y expresar confianza y credibilidad en la SIC.

Estos dependen de sus funciones:

- Policía administrativa (Inspección, Vigilancia y Control)

- Registro de la propiedad industrial
- Jurisdiccionales (Litigios de competencia desleal, propiedad industrial y consumidores)



Fundamentados en las tres grandes áreas:

- Control y apoyo a la actividad empresarial
- Defensa de derechos del consumidor
- Protección de datos personales

Es están enmarcados en 4 directrices de gestión:

- Calidad de la experiencia
- Profesionalismo y compromiso
- Procesos confiables
- Orientación clara

COMPARATIVO CON LAS MEDICIONES ANTERIORES

En años anteriores, la medición se asociaba a la política de calidad del Sistema Integral de Gestión Institucional, con las variables de [Amabilidad, Claridad y Oportunidad]. A continuación, el nuevo esquema:

Medición antes de 2017	EXPERIENCIA SIC 2018 a 2019
Calidad general	Calidad general
Competencia técnica	Profesionalismo y compromiso
Facilidad	Procesos confiables
Claridad	Orientación clara

Las mediciones antes de 2017 se realizaban una vez al año, con ExperienciaSIC se tiene una aplicación constante y se cuenta con acceso en línea a la información propia del programa. El primer año de aplicación de ExperienciaSIC inició en octubre de 2017 y finalizó en septiembre de 2018. Para el informe actual se tomará la medición de octubre de 2018 a septiembre de 2019.

3.3. 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 decir que buscamos una satisfacción en cada contacto puede ser contradictorio ya que algunos grupos de valor se identifican como vigilados. Es por eso 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 los usuarios tengan menos esfuerzo y en el proceso esto contribuya generando mayor valor a ellos, 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.

Siguiendo con el punto de tener 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.

El **NPS (Net Promoter Score)** es uno de los indicadores más famosos en CX – Esta pregunta es Recomienda a la SIC...



Expresar confianza

La SIC necesita apoyo de sus Usuarios especialmente en los momentos de cambio “que se dan en la industria”, (es un tipo de **pérdida/churn**).



Buscar información

El **CLI “Customer Loyalty Index”** usualmente se realiza tomando solamente la pregunta de continuar, sin embargo, los estudios internacionales (**WalkerInfo**) muestran que el componente afectivo en la relación es crucial para determinar la lealtad hacia una marca. Además se determina el valor del componente “racional” y “emocional” en la lealtad.



Participar

e) Encontrar nuevos [motivadores]: dentro de las áreas de la SIC

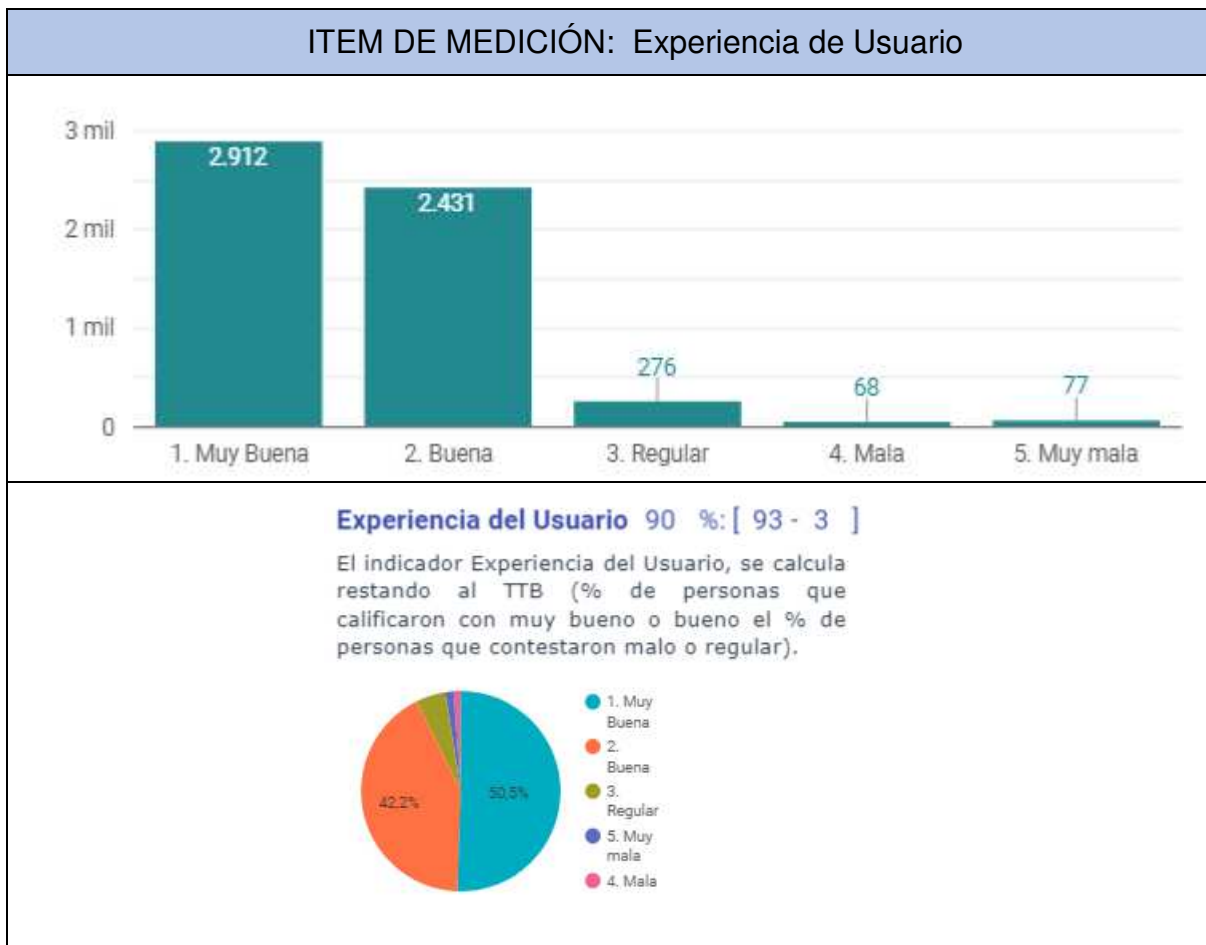
Con base a la información recolectada, cada unidad puede encontrar nuevos motivadores, así:

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

4. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS Y ANÁLISIS

Los resultados se encuentran disponibles para los líderes de proceso en la dirección: <https://sites.google.com/sic.gov.co/encuestas/inicio>

Los resultados que a continuación se muestran, corresponden al periodo de medición de Octubre de 2018 a Septiembre de 2019.

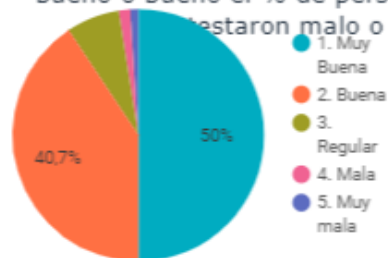


ITEM DE MEDICIÓN: Fiabilidad de los procesos

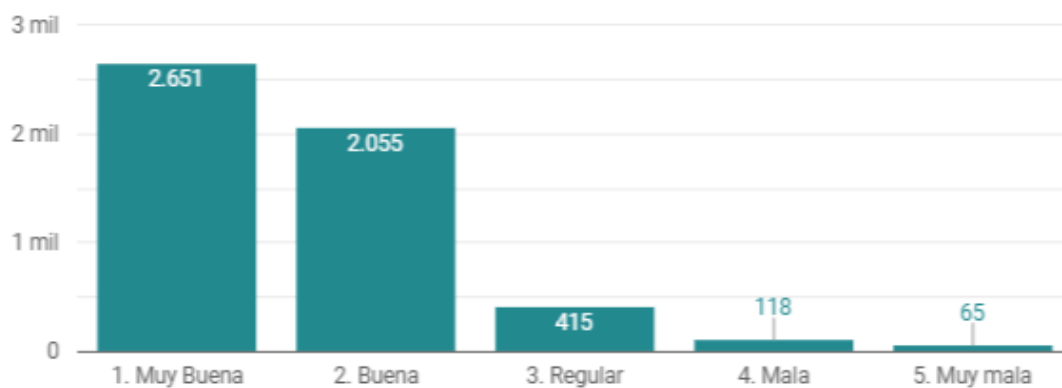


Fiabilidad 88 %: [91 - 2]

El indicador Fiabilidad, se calcula restando al TTB (% de personas que calificaron con muy bueno o bueno el % de personas que estuvieron malo o regular).

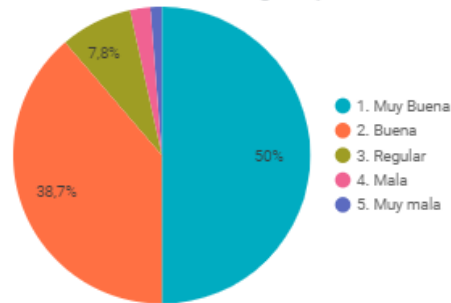


ITEM DE MEDICIÓN: Compromiso del Talento Humano

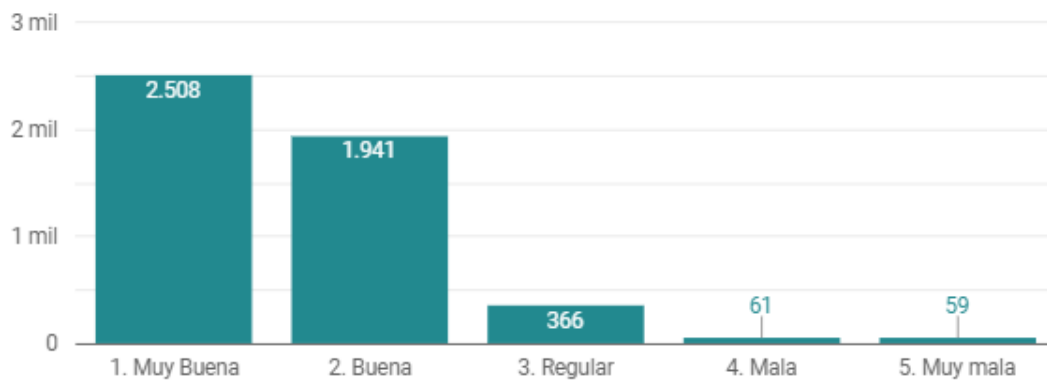


Compromiso 85 %: [89 - 3]

El indicador Compromiso TH se calcula restando al TTB (% de personas que calificaron con muy bueno o bueno el % de personas que contestaron malo o regular).

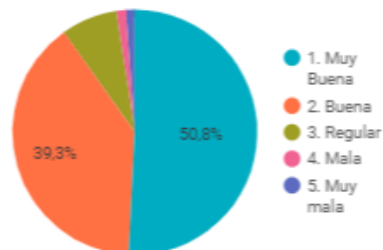


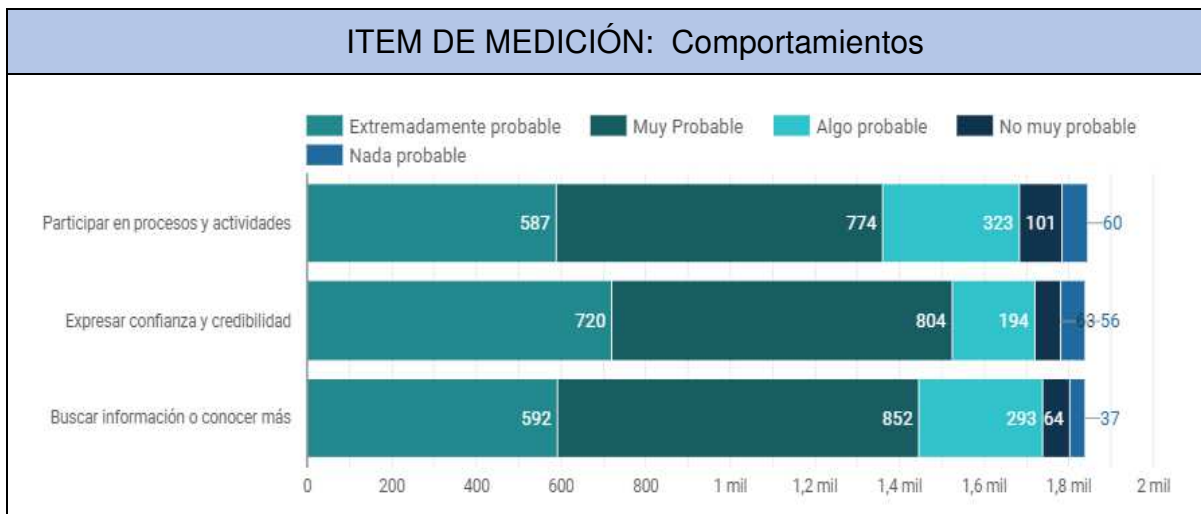
ITEM DE MEDICIÓN: Claridad



Claridad 88 %: [90 - 2]

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





CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Al analizar el universo de encuestas realizadas, en total 5764 con corte a septiembre de 2019, se obtuvo una calificación así:

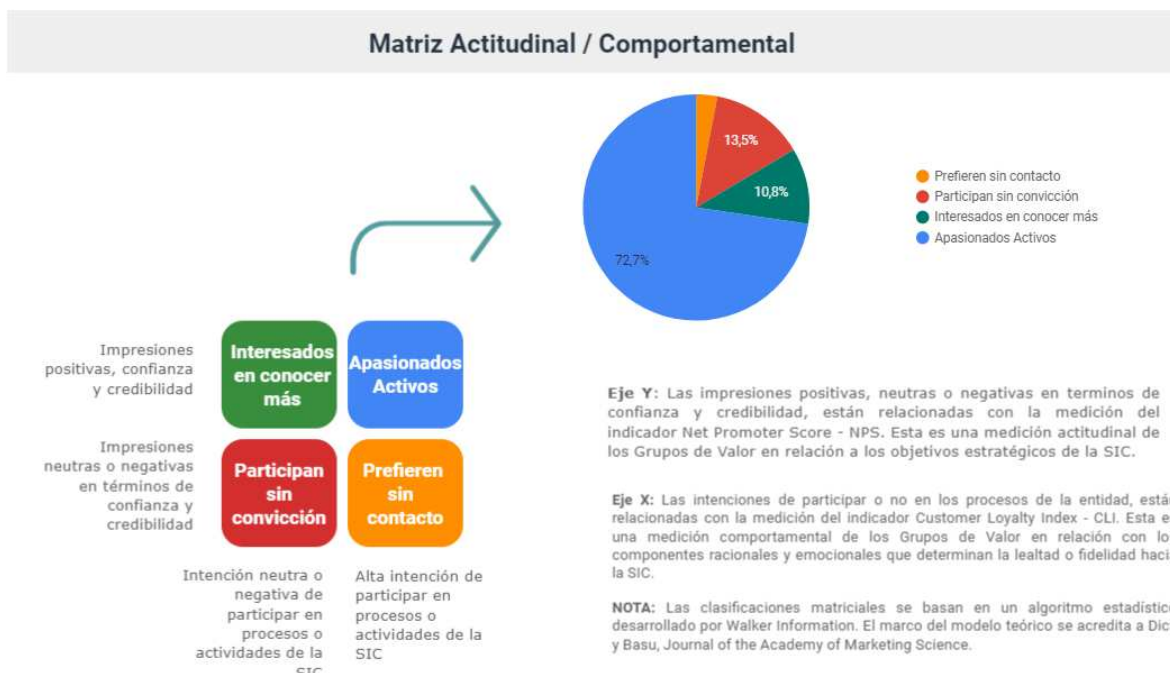
ITEM	INDICADOR (muy bueno + bueno) □ (malo + muy malo)
Experiencia de Usuario	(93%-3%) = 90%
Fiabilidad de los procesos	(91%-2%) = 88%
Compromiso del Talento Humano	(89%-3%) = 85%
Claridad	(90%-2%) = 88%

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 se considera como la capacidad de generar confianza y credibilidad.
- b) La SIC necesita apoyo de los ciudadanos especialmente en los momentos en donde toma decisiones importantes, sanciones u otros. Por lo que es importante que las personas quieran sensibilizarse sobre temas de interés a través de los medios y canales que tiene la entidad. Esto indica la posibilidad de pérdida o caída en la percepción de la SIC, por eso se pregunta por la intención de buscar información o conocer más de la SIC y su contexto.

- c) El eje de cualquier entidad del estado es 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:



- La mayoría de los encuestados, el 72.7% en el segundo año de medición son apasionados activos, es decir, tienen impresiones positivas en cuanto a confianza y credibilidad, y además tienen una alta intención de participar en procesos o actividades de la SIC. Este indicador ha disminuido en comparación a la anterior medición que fue del 85,5% en el primer año de medición.
- Solo un 13.5% 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 es negativa o neutra. Este indicador aumentó en comparación a la anterior medición que fue del 5,9% en el primer año de medición.

Fin del documento