

Nivel de Satisfacción de los Usuarios

Resumen ejecutivo



- Ficha técnica
- Resultados del estudios
- Prioridades de mejoramiento
- Recomendaciones
- Conclusiones



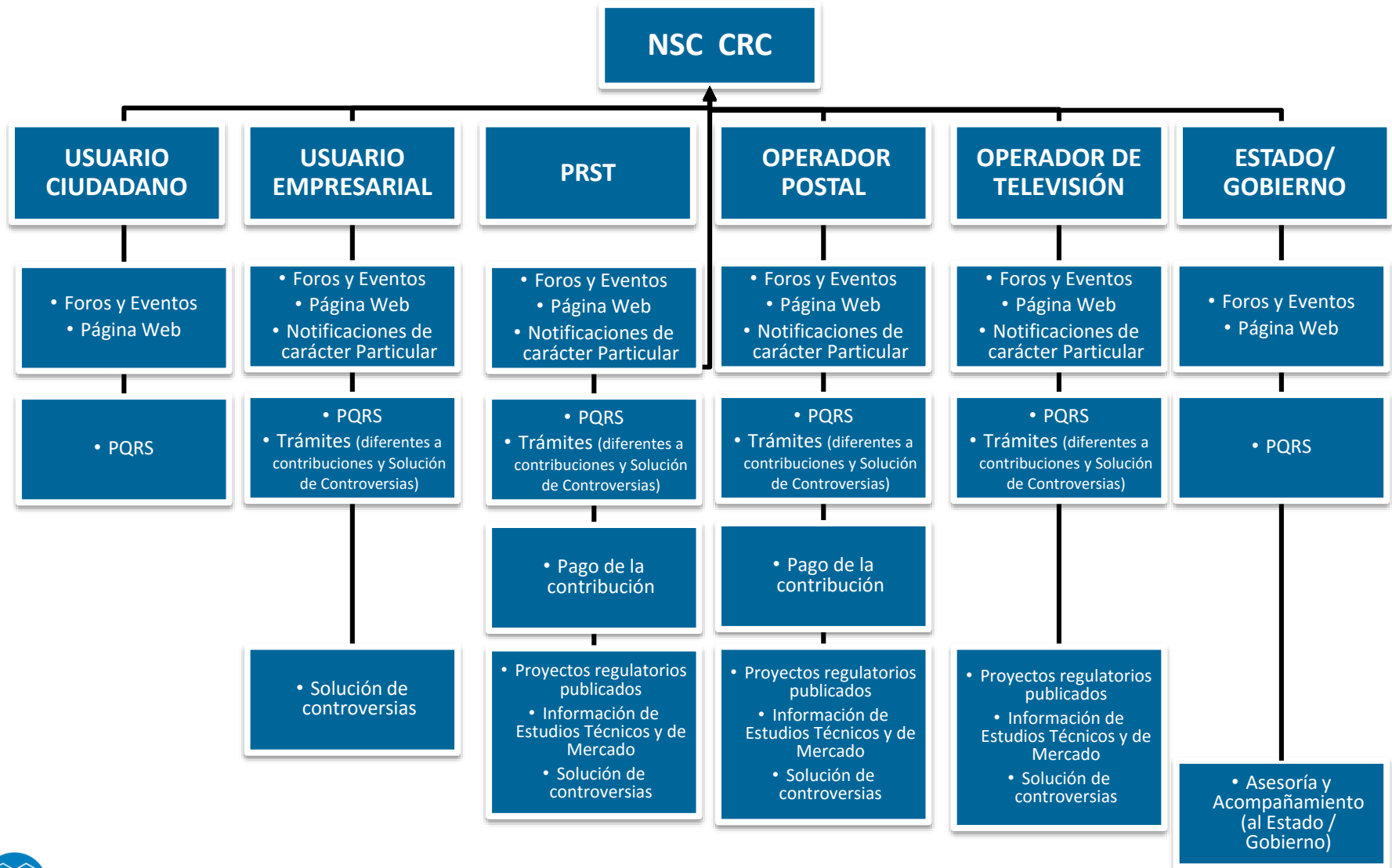
Ficha técnica



Segmentos de clientes	Marco Muestral* (Base de datos provista por la CRC)		Muestra	
	Cantidad	Distribución Proporcional	Muestra calculada	Muestra real
Usuario ciudadano*	400	40%	137	128
Usuario empresarial	107	11%	37	30
PRST	167	17%	57	63
Operador postal	225	22%	77	85
Operadores de TV	63	6%	22	24
Estado/Gobierno	44	4%	15	15
TOTAL	1006	100%	345	345

- Usuario ciudadano Incluye usuarios internacionales y periodistas
- En la presente medición, el marco muestral es igual a la población objetivo de la CRC.
- Se realizó una distribución proporcional ente los tipos o segmentos de clientes.
- Los resultados de este estudio son aplicables a la población objeto de estudio (clientes de la CRC)
- El NSC de la CRC corresponde al promedio ponderado de las calificaciones declaradas dadas por el entrevistado a los atributos evaluados por la importancia/ peso de cada atributo calculado mediante el análisis estadístico de análisis de regresión.
- Para este estudio no se utilizó la imputación de datos.





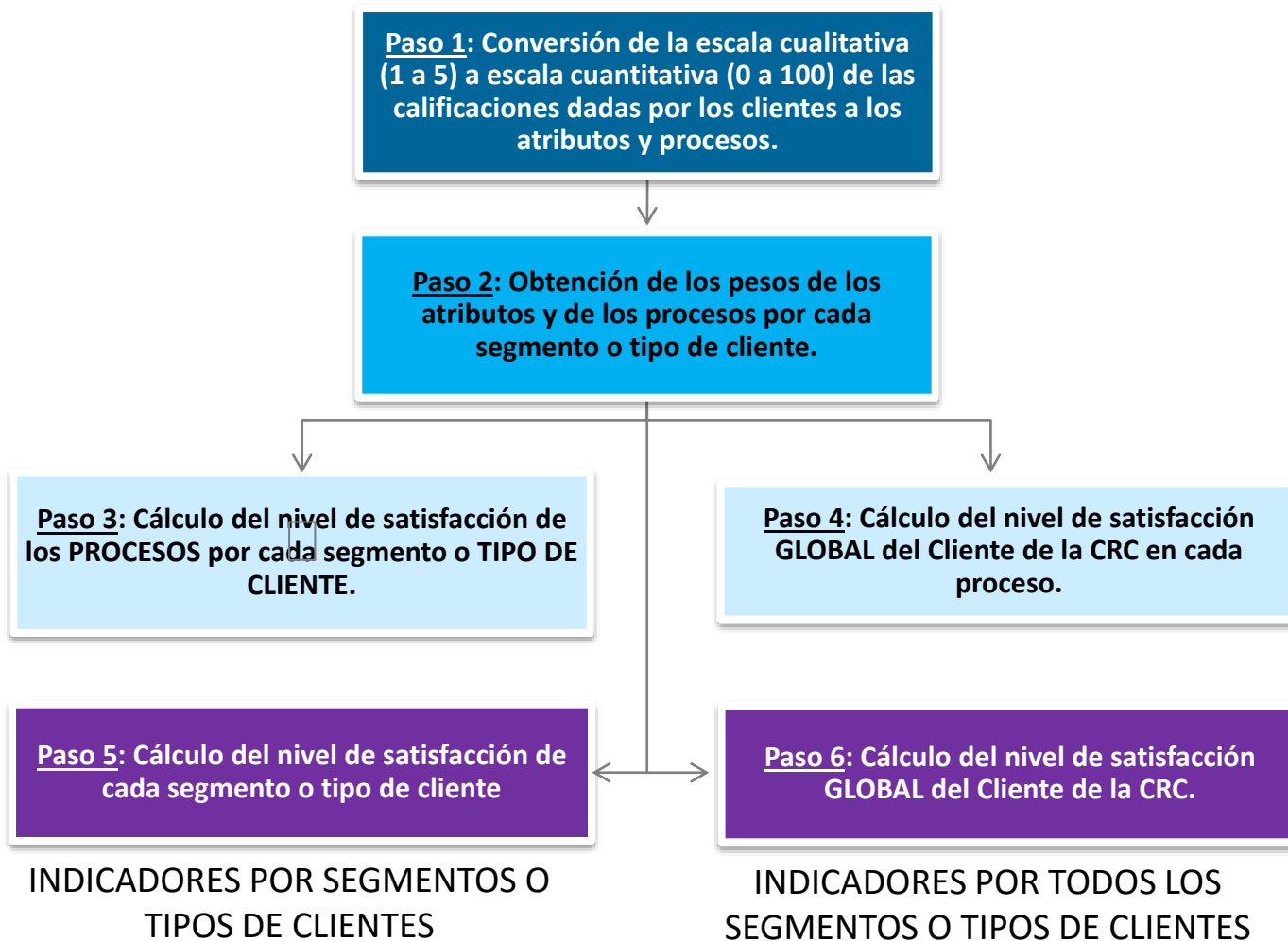
Para medir el Nivel de Satisfacción del Cliente de la CRC, los entrevistados evaluaron los atributos en una escala de 1 a 5.

En la fase de procesamiento estadístico esta escala fue convertida como se ilustra a continuación, con el fin de calcular las calificaciones promedio.

	Escala original	Escalamiento cuantitativo
Muy Bueno	5	100
Bueno	4	75
Regular	3	50
Malo	2	25
Muy Malo	1	0

- **CALIFICACIÓN DECLARADA:** Corresponde al promedio de las calificaciones (en una escala de 0 a 100) expresamente declaradas por los clientes frente al aspecto evaluado.
- **Nivel de Satisfacción:** Corresponde al promedio de las calificaciones declaradas de los atributos multiplicado por la importancia/ peso de cada atributo derivado del procedimiento estadístico (análisis de regresión).
- **Nota:** Dado que para la CRC cada tipo de cliente tiene el mismo peso (importancia), los valores globales corresponden al promedio simple de los valores de sus segmentos o tipos de clientes.

Obtención del Indicador Nivel de Satisfacción del Cliente





Satisfacción con la CRC



Nivel de Satisfacción Calculada

Nivel de Satisfacción con la atención y los servicios prestados
por la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC)

- Mayor al NSC Total CRC
- Igual al NSC Total CRC
- Menor al NSC Total CRC

- ↑ Dato estadísticamente mayor al 2013
- = Sin diferencia significativa vs 2013
- ↓ Dato estadísticamente menor al 2013

Tipo de cliente	2014	2013
NSC GLOBAL CRC	74,3	77,4
Gobierno/ Estado	80,0 ● ↑	74,1
Usuario Empresarial	79,8 ● =	80,2
Operador Postal	74,9 ● =	76,5
PRST	73,0 ● =	75,7
Operador de televisión	72,0 ● ↓	77,3
Usuario / Ciudadano	66,4 ● ↓	75,7

NSC periodistas 79.2

NSC usuarios internacionales 91.6

- **NSC GLOBAL CRC:** Corresponde al promedio ponderado de las calificaciones declaradas dadas por el entrevistado a los atributos evaluados por la importancia/ peso de cada atributo calculado mediante el análisis estadístico de análisis de regresión.

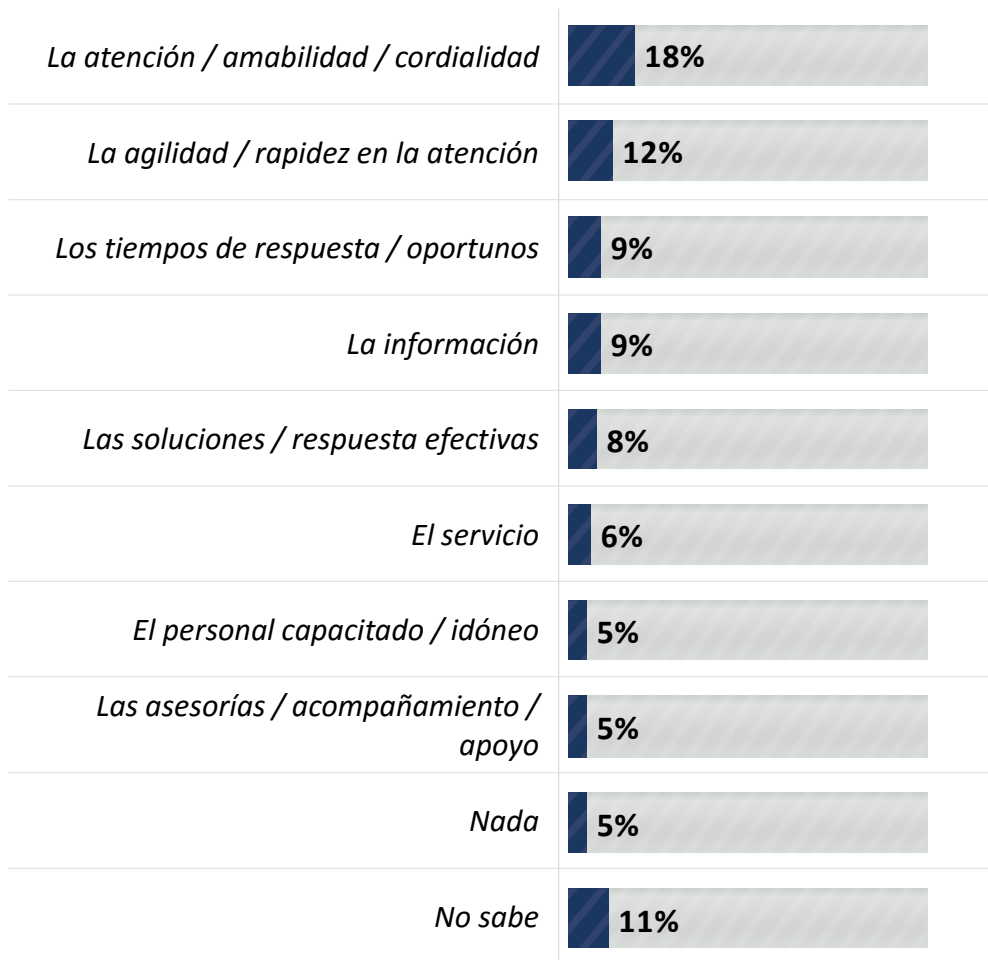


¿Cuál es su nivel de satisfacción con la atención y los servicios prestados por la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC)?

Satisfacción total calculada

Procesos		USUARIO CIUDADANO	USUARIO EMPRESARIAL	PRST	OPERADOR POSTAL	OPERADOR DE TELEVISIÓN	ESTADO/ GOBIERNO
Total	2014	66,4	79,8	73,0	72,0	74,9	80,0
	2013	75,7	80,2	80,9	76,5	77,3	74,1
Foros o eventos	2014	69,6	=	77,2	=	70,0	=
	2013	72,8	=	85,6	70,2	76,3	=
Página Web	2014	52,9	78,1	68,0	71,2	77,5	75,3
	2013	79,3	74,7	82,8	75,1	80,3	68,2
Notificaciones de carácter particular	2014	=	81,2	73,8	73,4	74,0	=
	2013	=	83,5	83,3	78,5	=	=
Pago de la contribución	2014	=	=	65,5	71,0	=	=
	2013	=	=	76,5	76,2	=	=
Trámites	2014	=	79,1	71,0	=	76,8	=
	2013	=	87,6	82,1	75,0	=	=
Atención y respuesta a PQRS	2014	76,7	80,8	72,2	72,5	72,8	=
	2013	71,0	84,3	81,4	75,8	79,0	=
Proyectos Regulatorios publicados	2014	=	=	69,2	=	75,0	=
	2013	=	=	71,8	=	=	=
Información de estudios técnicos o de mercado	2014	=	=	81,4	=	78,1	=
	2013	=	=	84,3	=	=	=
Solución de controversias	2014	=	=	78,2	=	=	=
	2013	=	=	87,5	=	=	=
Asesoría y acompañamiento	2014	=	=	=	=	=	83,5
	2013	=	=	=	=	=	83,4

Lo que más les gusta del servicio ofrecido por la CRC



Menos de 4% de menciones

La atención telefónica	4%
La pagina web	3%
El cumplimiento de la regulación	3%
La claridad en el manejo de los procesos	3%
El control / vigilancia a las entidades	2%
La atención personalizada	2%
Las instalaciones	1%
Las capacitaciones	1%
La parte técnica	1%
La transparencia	1%
Otra	1%

Base: Total Encuestados 345



Lo que menos les gusta del servicio de la CRC

<i>Difícil acceso a la comunicación</i>	10%	35 personas
<i>Demora en las respuestas / soluciones</i>	9%	31 personas
<i>La información es confusa / incompleta</i>	4%	14 personas
<i>Se presentan fallas en la página Web</i>	4%	14 personas
<i>Falta de contacto / no envían correos</i>	4%	14 personas
<i>La tramitología</i>	3%	10 personas
<i>Demora en la atención telefónica</i>	3%	10 personas
<i>Falta más control / vigilancia</i>	3%	10 personas
<i>No dan respuestas / soluciones</i>	3%	10 personas
<i>Otra</i>	7%	24 personas
<i>Nada</i>	26%	90 personas
<i>No sabe</i>	10%	35 personas

Menos de 2% de menciones

No hay agilidad en la atención	2%	7 personas
Las respuestas no son efectivas	2%	7 personas
Mal servicio	2%	7 personas
No se dan a conocer / les falta publicidad	2%	7 personas
No hay atención personalizada	2%	7 personas
Exceso de regulación	2%	7 personas
No hay capacitaciones	2%	7 personas
No hay asesoría / acompañamiento / apoyo	2%	7 personas
El envío del informe trimestral	1%	4 personas

Base: Total Encuestados 345



1.3. ¿Qué es lo negativo o lo que menos les gusta del servicio ofrecido por la CRC? ¿En qué aspectos debe mejorar la CRC? Profundizar. ¿Algo más?

Promedio (0 – 100)

	2014		2013
Que cuenta con personal idóneo	75,1	=	76,5
Que vela por la protección de los derechos de los usuarios	74,4	=	77,8
Que aporta al crecimiento y desarrollo del país	73,3	=	73,9
Confiable respecto a las regulaciones que expide, a los conceptos que emite, a la información que entrega o publica	73	↓	78
Transparente	72,7	↓	76,9
Que toma decisiones basadas en criterios técnicos	71,8	↓	77,6
Que contribuye a impulsar y fortalecer la competitividad del sector de las TIC	70,7	↓	76,3
Que se constituye en un referente dentro del sector de las TIC a nivel internacional	70,6	=	69,5
Que promueve espacios de participación de todos los actores del sector	67,7	=	69,7
Innovadora y de vanguardia	66,6	↓	70,8

Base: Total Encuestados 345

Base: Total Encuestados 356



Voy a leerle unas afirmaciones acerca de la CRC, para que usted me diga su nivel de acuerdo con ellas

Matriz de prioridades

Importancia



• Dada su baja satisfacción y alto impacto, ésta área define todos aquellos **atributos críticos** que **requieren acciones inmediatas, decididas, novedosas y sostenidas para lograr el incremento en la satisfacción de los clientes.**

Al ser de alto impacto y alta satisfacción, ésta área define todos aquellos atributos sobre los cuales la organización **debe sostener, dinamizar y potencializar** la imagen global y la percepción de calidad del servicio.

• Esta área define todos aquellos atributos que -aún siendo poco satisfactorios- no tienen el potencial para incidir de manera importante en la percepción general de la calidad del servicio ofrecido. Trabajar en ellos **no es prioritario y puede no conducir a un mejoramiento sustancial del NSC.**

Ésta área define todos aquellos atributos de bajo impacto que están siendo satisfechos en la actualidad. Requieren **acciones de mantenimiento que permitan** prevenir o controlar (i) potenciales disminuciones en la satisfacción o (ii) potenciales incrementos en la importancia percibida.

Desempeño

Matriz de prioridades

Asesoría y acompañamiento

ATRIBUTOS Asesoría y acompañamiento	CIUDADANO/ USUARIO	USUARIO EMPRESARIAL	PRST	OPERADOR DE POSTAL	OPERADOR DE TELEVISIÓN	GOBIERNO ESTADO
La facilidad para solicitar el servicio de asesoría o acompañamiento de la CRC						Fortaleza
La actitud o disposición del personal de la CRC para atender y dar respuesta a su solicitud						Fortaleza
La consistencia de las respuestas o conceptos dados en relación con lo solicitado						Fortaleza
La confiabilidad de la información presentada						Fortaleza
La información solicitada comparada con la entregada por la CRC, es decir lo completa que fue la respuesta a su solicitud						Fortaleza
El cumplimiento de los tiempos de Ley para dar una respuesta						Fortaleza
El tiempo de respuesta en comparación con los dados por otras entidades públicas						Fortaleza
El tiempo de respuesta en comparación con otras Entidades Públicas del sector de telecomunicaciones						Fortaleza



Matriz de prioridades Foros y eventos

ATRIBUTOS Foros y eventos	CIUDADANO/ USUARIO	USUARIO EMPRESARIAL	PRST	OPERADOR DE POSTAL	OPERADOR DE TELEVISIÓN	GOBIERNO ESTADO
La divulgación que hace la CRC de sus foros y eventos	Inerte		Inerte			
La facilidad para participar en los foros y eventos	Inerte		Inerte			
El grado en que la CRC propicia la participación de los actores del sector en la definición de los temas a tratar en los foros o eventos	Crítica		Inerte			
El análisis y consideración de las observaciones presentadas por los diferentes actores del sector	Inerte		Crítico			
La pertinencia de los temas seleccionados para empresas como la suya/ personas como usted (según tipo de cliente)	Mantenimiento		Inerte			
La idoneidad de los expositores	Mantenimiento		Fortaleza			
La logística de foros y eventos	Mantenimiento		Inerte			
Las metodologías de trabajo utilizadas	Inerte		Inerte			
El grado de participación que permiten durante su realización	Crítica		Inerte			

Matriz construida a partir de las matrices por cada tipo de cliente. Ver matriz de prioridades por tipo de cliente.



Matriz de prioridades

Página web

ATRIBUTOS Página Web	CIUDADANO/ USUARIO	USUARIO EMPRESARIAL	PRST	OPERADOR DE POSTAL	OPERADOR DE TELEVISIÓN	GOBIERNO ESTADO
Conocimiento de la página web de la CRC	crítico	Fortaleza	Crítico	Inerte	Inerte	
El nuevo diseño de la página web	Mantenimiento	Inerte	Inerte	Crítico	Inerte	
La separación de públicos objetivo de la nueva página web: usuarios, industria, prensa.	Mantenimiento	Inerte	Crítico	Inerte	Inerte	
Los contenidos del portal o sección de usuarios de la CRC	Inerte	crítico	Inerte	Inerte	Inerte	
La disponibilidad de la página web	Fortaleza	Inerte	Crítico	Inerte	Mantenimiento	
La utilidad de la información de la página web de la CRC	Fortaleza	Inerte	Inerte	Crítico	Fortaleza	
La cantidad de tiempo que perduran las noticias en la página principal de la CRC	Inerte	Inerte	Inerte	Inerte	Crítico	
Las nuevas funciones de la página web para comparar tarifas de planes o interponer quejas directamente al operador	Fortaleza	crítico	Crítico	Crítico	Inerte	



Matriz de prioridades

Notificaciones de carácter particular

ATRIBUTOS Notificaciones de carácter particular	CIUDADANO/ USUARIO	USUARIO EMPRESARIAL	PRST	OPERADOR DE POSTAL	OPERADOR DE TELEVISIÓN	GOBIERNO ESTADO
Las facilidades que le brinda la CRC para realizar el proceso de notificación		Fortaleza	Crítico	Inerte		
La actitud o disposición de servicio del personal de la CRC responsable de las notificaciones		Mantenimiento	Inerte	Mantenimiento		
El cumplimiento de los términos de Ley para las notificaciones que le han hecho		Inerte	Crítico	Crítico		



Matriz de prioridades Atención a PQRS

ATRIBUTOS PQRS	CIUDADANO/ USUARIO	USUARIO EMPRESARIAL	PRST	OPERADOR DE POSTAL	OPERADOR DE TELEVISIÓN	GOBIERNO ESTADO
La variedad de canales o medios para hacer la solicitud, consulta o presentar la queja, reclamo o requerimiento	Mantenimiento	Fortaleza	Inerte	Inerte	Inerte	Mantenimiento
La claridad acerca del procedimiento a seguir	Inerte	Mantenimiento	Crítico	Inerte	Inerte	Fortaleza
La actitud o disposición del personal de la CRC para atender y darle respuesta	Fortaleza	Mantenimiento	Inerte	Crítico	Crítico	Mantenimiento
La información recibida comparada con la solicitada . Lo completa que fue la respuesta	Crítico	Mantenimiento	Inerte	Inerte	Crítico	Inerte
La claridad de la respuesta	Crítico	Mantenimiento	Crítico	Crítico	Inerte	crítico
El cumplimiento de los tiempos de respuesta establecidos por la Ley	Inerte	Mantenimiento	Inerte	Inerte	Inerte	Mantenimiento
El tiempo de respuesta en comparación con otras entidades públicas	Mantenimiento	Mantenimiento	Inerte	Crítico	Inerte	Mantenimiento
El tiempo de respuesta en comparación con otras Entidades Públicas del sector	Fortaleza	Mantenimiento	Crítico	Inerte	Inerte	Fortaleza



Matriz de prioridades Trámites

ATRIBUTOS Trámites	CIUDADANO/ USUARIO	USUARIO EMPRESARIAL	PRST	OPERADOR DE POSTAL	OPERADOR DE TELEVISIÓN	GOBIERNO ESTADO
La facilidad para solicitar el trámite		Mantenimiento	Crítico		Inerte	
La claridad acerca del procedimiento a seguir para realizar el trámite		Crítico	Crítico		Inerte	
La actitud o disposición del personal de la CRC para atender y dar respuesta		Fortaleza	Inerte		Crítico	
La información recibida comparada con la solicitada . Lo completa que fue la respuesta		Mantenimiento	Crítico		Inerte	
El cumplimiento de los tiempos para dar una respuesta		Crítico	Inerte		Inerte	
El tiempo de respuesta en comparación con los datos por otras entidades públicas		Crítico	Inerte		Inerte	
El tiempo de respuesta en comparación con otras empresas del sector de telecomunicaciones		Mantenimiento	Inerte		Inerte	



Matriz de prioridades Pago de la contribución

ATRIBUTOS Pago de la contribución	CIUDADANO/ USUARIO	USUARIO EMPRESARIAL	PRST	OPERADOR DE POSTAL	OPERADOR DE TELEVISIÓN	GOBIERNO ESTADO
La claridad acerca del procedimiento a seguir para realizar el pago de la contribución a la CRC			Inerte	Crítico		
Los mecanismos de pago dispuestos por la CRC para realizar el pago de la contribución			Crítico	Crítico		
La facilidad para realizar el pago de la contribución a la CRC			Crítico	Crítico		
La actitud o disposición del personal de la CRC para atender y dar respuesta a consultas o inquietudes relacionadas el pago de la contribución			Inerte	Inerte		





Recomendaciones



- Se sugiere simplificar la metodología y trabajar únicamente con un dato, es decir, el nivel de satisfacción calculado o el declarado, no los dos, ya que se presta para confusiones en la interpretación y no se considera aporte mayor valor a la CRC
- Dentro del cambio de metodología sugerido, proponemos también no trabajar con promedios sino con % de personas que responden en las diferentes opciones de respuesta, lo cual consideramos permitirá a la CRC explorar en qué % de clientes se superan las expectativas, en qué % se cumplen y en dónde hay insatisfacciones
- Se recomienda a la CRC que la aplicación de las encuestas no se de en el último trimestre, dado que los informantes están en cierre de año y vacaciones, lo cual dificulta y alarga el trabajo de recolección de la información
- Las preguntas relacionadas con oportunidad se sugiere modificarlas por cumplimiento, dado que la oportunidad involucra las expectativas de los informantes en la evaluación mientras que el cumplimiento es una variable controlable por la CRC
- Se sugiere cambiar la palabra encaminamiento por enrutamiento





Conclusiones



Se perciben dos fenómenos en las evaluaciones:

- Las variables relacionadas con la amabilidad del personal son las que tienen las mejores evaluaciones
- Promover espacios de participación o lo relacionado con interactuar con el grupo objetivo son las menores evaluaciones

En la medición del año 2014 el nivel de satisfacción por los diferentes servicios ofrecidos por la CRC en los diferentes segmentos evaluados se percibe entre 66.4 y 80. Con respecto al 2013 aquellos valores evaluados que son estadísticamente menores corresponden a los segmentos entrevistados de: Usuario Ciudadano (66.4%) y Operador de Televisión(72). La evaluación del nivel de satisfacción del resto de los segmentos se encuentra sobre el valor del nivel de satisfacción global de la CRC (74.3)

Ahora bien, la evaluación de cada uno de los servicios que presta la CRC fueron evaluados a nivel general positivamente. Aquellos servicios que fueron mejor evaluados fueron los servicios de asesoría y acompañamiento (84.4) y los foros y/o eventos desarrollados por la CRC (77.3). En comparación con el año pasado se nota una disminución general en el nivel de satisfacción global de todos los servicios. Uno de los únicos que en comparación con el año anterior ha mejorado por cinco puntos porcentuales es el servicio de proyectos regulatorios publicados.

Se perciben oportunidades de mejora en los procesos de solución de controversias, pago de la contribución y página web, los cuales presentan una disminución de la satisfacción en relación a la evaluación realizada en el 2013.



Los elementos positivos del servicio ofrecido por la CRC en el 2014 para todos los servicios son la atención, cordialidad, amabilidad y agilidad en la atención por parte del personal de la CRC el cual en términos generales es considerado como un personal idóneo el cual en la institución vela por los derechos de los usuarios y aporta al crecimiento y desarrollo del país desde el sector de las TIC's, pero es necesario que la CRC se dé a conocer.

En cuanto a la Calidad percibida de la comunicación de la CRC, la atención al cliente y la actividad reguladora de la CRC se resalta la evaluación positiva en la calidad de la atención y la disposición del servicio y se recomienda:

- Una mayor difusión de la información sobre los eventos.
- Que la página web de la CRC se más funcional y más amigable en su contenido
- Que haya una mayor eficiencia en el proceso de notificaciones de carácter particular
- Mayor agilidad en los tiempos de respuesta de las PQRS y en los diferentes trámites que se agencian en la CRC.

En la mayoría de los servicios a nivel de percepción el 44% de los encuestados consideran que la CRC ha mejorado puesto que han visto un cambio positivo en el servicio prestado por la institución.

