INSTITUTO COLOMBIANO DE GEOLOGIA Y MINERIA

INGEOMINAS

SECRETARÍA GENERAL

GRUPO DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA, COMUNICACIONES, EVENTOS Y SERVICIO AL CLIENTE

INFORME NO. 1 – GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES Y USUARIOS CON LOS SERVICIOS PRESTADOS POR INGEOMINAS

Versión 2.

Octubre de 2008

Elaborado por: Raúl Mauricio Gómez Hernández
Gina Paola Montoya Baena

Revisado por: Sandra Victoria Ortiz Ángel

Bogotá D.C. Octubre 2008

GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES Y USUARIOS CON LOS SERVICIOS PRESTADOS POR INGEOMINAS

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Definición del problema

El estudio pretende identificar el grado de satisfacción de los clientes y usuarios con los servicios prestados por INGEOMINAS.

OBJETIVOS

Objetivo General

Averiguar el grado de satisfacción de los clientes y usuarios en relación a los servicios brindados por INGEOMINAS, con el fin de proporcionarle al cliente externo una mejor atención.

Objetivo Específico

? Analizar el grado de satisfacción que tienen los clientes y usuarios de diferentes factores de servicios que se prestan por medio del personal, las instalaciones y los productos/ servicios que se ofrecen.

? Identificar qué factores de servicios están generando un grado de satisfacción que esté por debajo de la meta o que sean los menos fuertes de la organización, para saber en qué puede estar fallando la organización o qué hay por mejorar.

? Establecer cuál es el grado de satisfacción de los clientes y usuarios externos en los diferentes puntos de servicio de INGEOMINAS.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

Para conocer el Grado de Satisfacción de los clientes y usuarios con los servicios prestados por INGEOMINAS, es necesario desarrollar una metodología acorde para éste tipo de investigación.

Se requiere realizar una investigación de carácter exploratorio para reunir información que indicará el grado de satisfacción de los clientes con el servicio de los diferentes puntos de atención al cliente. Se va a analizar la calificación que los clientes le asignan a cada uno de los factores que están siendo evaluados, como los servicios prestados por los empleados, instalaciones y productos o servicios de INGEOMINAS.

Servicio al Cliente diseñó una encuesta estructurada con preguntas de tipo cuantitativo como instrumento para recoger datos e información que serán de gran beneficio tanto para los clientes como para la organización.

ETAPAS DE LA INVESTIGACIÓN

Etapa: Capacitación

El coordinador del estudio tendrá que comunicarse con las personas quienes estarán encargadas de realizar la investigación y capacitarlos en los siguientes temas:

- El propósito de realizar una encuesta
- La forma en que se debe abordar a una persona en el momento de realizar la encuesta
- Manera adecuada de llenar la encuesta
- Razones e importancia por la cual una encuesta se debe llenar correctamente
- Variables/ factores que se van a medir

Etapa: Investigación Exploratoria

En esta etapa se pretende averiguar la calificación que el cliente externo le da a los servicios prestados por INGEOMINAS por medio de una encuesta. La encuesta medirá el grado de satisfacción de las siguientes variables de servicio:

Empleados

- Conocimiento del tema
- Claridad en la comunicación
- Aclaración de dudas
- Atención telefónica
- Amabilidad
- Tiempo de respuesta
- Presentación del personal

Producto/ Servicio

- Calidad
- Precio
- Variedad
- Página Web INGEOMINAS
- Cumplimiento en los compromisos

Instalaciones

- Presentación general
- Señalización
- Baños

Esta herramienta (encuesta) le dará la posibilidad a los encuestados en dar sugerencias que serán útiles tanto para INGEOMINAS como para sus clientes, ya que son ideas que podrían generar cambios beneficiosos. Igualmente sirve para identificar en que puntos de atención al cliente INGEOMINAS puede estar débil o que no ha alcanzado la meta anual.

El Coordinador del estudio les entregará la encuesta a sus colaboradores de la sede de INGEOMINAS en Bogotá y a todas las regionales en donde la empresa está localizada.

Los colaboradores de la investigación empezarán a efectuar el estudio en cada uno de los puntos de atención. Ellos tienen la responsabilidad de repartir equitativamente la cantidad de encuestas a realizar de acuerdo a (1.) la cantidad de puntos de servicios o distribuirlo de acuerdo a la (2.) cantidad de clientes que tiene cada punto de servicio.

Para mayor control, las personas de Servicio al Cliente estarán constantemente supervisando que las encuestas se realicen de forma correcta y apoyando a las personas encuestadas en caso de que haya alguna duda que se necesite aclarar.

Los encuestadores elegirán de forma aleatoria a las personas quienes serán encuestadas para que el proceso de investigación se haga correctamente.

Universo (N)

La población esta compuesta por: Ingenieros (Minas, Geólogos, Químicos, Civiles y Petróleos), Mineros, Abogados, Inversionistas, Estudiantes (Colegio), Universitarios (Pregrado/ Postgrado), Científicos, Investigadores, Profesores, Turistas y Particulares.

Muestra (n)

El tamaño muestral de la investigación del "Grado de Satisfacción de los Clientes" para la Sede Central y los Grupos de Trabajo Regional se va a distribuir de la siguiente manera:

SEDE/ GRUPO DE TRABAJO	UNIVERSO (N)	CANTIDAD DE PUNTOS DE ATENCIÓN	MUESTRA (n)
Bogotá	30,000 Aprox.	7	130
Regional Medellín	-----	4	40
Regional Bucaramanga	2100 Aprox.	3	40
Regional Nobsa	-----	2	22
Regional Cúcuta	130 Aprox.	2	22
Regional Ibagué	-----	2	20
Regional Cali	4300 Aprox.	3	40
Regional Manizales	1200 Aprox.	2	59
Regional Popayán	260 Aprox.	2	20
Regional Pasto	-----	3	18
Regional Valledupar	-----	2	28
TOTAL			**439**

Técnica de Muestreo

Muestreo Probabilística (Muestreo Aleatorio Simple)

Las unidades de muestreo se seleccionan por casualidad. Cada elemento de la población tiene una probabilidad de selección conocida y equitativa de ser la muestra realmente seleccionada. Esto implica que cada elemento es seleccionado independientemente de los otros elementos.

Nivel de Confianza

E (Error Muestral): 5 %
Z (Desviación Estándar): 1,96
Varianza Muestral: 0,05
n (Muestra): 96
p (Proporción): 0,5
q (1 – p): 0,5

95% (Caso: Bogotá)

MATRIZ DE PROMEDIO DE CALIFICACIÓN - INGEOMINAS

	BOGOTÁ	MEDELLÍN	CALI	CÚCUTA	MANIZALES	VALLEDUPAR	BUCARAMANGA	NOBSA	IBAGUÉ	POPAYÁN	PASTO	TOTAL	PROMEDIO TOTAL
CONOCIMIENTO DEL TEMA	4,73	4,83	4,62	4,88	4,86	4,57	4,88	4,76	4,39	4,63	4,56	51,71	4,70
CLARIDAD EN LA COMUNICACIÓN	4,69	4,62	4,67	4,76	4,88	4,67	4,92	4,81	4,92	4,97	4,45	52,36	4,76
ACLARACIÓN DE DUDAS	4,64	4,66	4,55	4,72	4,81	4,57	4,92	4,73	4,71	4,91	4,61	51,83	4,71
ATENCIÓN TELEFÓNICA	4,34	4,53	4,57	4,81	4,93	4,52	4,86	4,38	4,66	4,50	4,29	50,39	4,58
AMABILIDAD	4,80	4,89	4,85	4,97	4,93	4,84	4,93	4,81	4,96	4,99	4,78	53,75	4,89
TIEMPO DE RESPUESTA	4,51	4,73	4,71	4,78	4,92	4,11	4,82	4,80	4,63	4,61	4,32	50,94	4,63
PRESENTACIÓN DEL PERSONAL	4,73	4,83	4,73	4,61	4,90	4,66	4,95	4,82	4,89	4,97	4,65	52,74	4,79
CALIDAD	4,54	4,54	4,17	5,00	4,88	4,81	4,50	4,67	4,47	4,54	4,63	50,75	4,61
PRECIO	4,05	4,40	3,17	4,78	4,42	4,10	4,33	4,50	4,31	4,42	4,00	46,48	4,23
VARIEDAD	4,21	4,28	3,50	4,42	4,63	4,17	4,27	4,67	4,24	4,59	4,18	47,16	4,29
PÁGINA WEB DE INGEOMINAS	4,01	4,38	2,95	4,67	4,48	4,58	3,39	4,65	4,07	4,50	4,10	45,78	4,16
CUMPLIMIENTO DE COMPROMISOS	4,42	4,56	3,53	4,25	4,84	4,52	4,17	4,38	4,42	4,25	4,15	47,49	4,32
PRESENTACIÓN GENERAL	4,14	4,32	4,72	4,86	4,68	4,38	4,29	4,87	4,34	4,94	3,40	48,94	4,45
SEÑALIZACIÓN	4,16	4,04	4,57	4,02	4,66	4,08	4,15	4,71	4,27	4,97	3,32	46,95	4,27
BAÑOS	4,04	4,33	4,58	4,43	4,56	4,30	3,83	4,70	4,35	4,34	3,00	46,46	4,22
TOTAL	66,01	67,94	63,89	69,96	71,38	66,88	67,21	70,26	67,63	70,13	62,44		
PROMEDIO TOTAL X PUNTO DE ATENCIÓN	4,40	4,53	4,26	4,66	4,76	4,46	4,48	4,68	4,51	4,68	4,16	49,58	4,51

PROMEDIO GENERAL DE CALIFICACIÓN – SEDE BOGOTÁ

	ATENCIÓN AL CLIENTE	MUSEO GEOLÓGICO	ATENCIÓN AL MINERO	VENTAS	SEGURIDAD NUCLEAR Y PROTECCIÓN RADIOLÓGICA	BIBLIOTECA	TESORERÍA	TOTAL	PROMEDIO TOTAL
CONOCIMIENTO DEL TEMA	4,75	4,95	4,25	4,70	4,87	4,74	4,88	33,14	4,73
CLARIDAD EN LA COMUNICACIÓN	4,85	4,90	4,30	4,70	4,64	4,74	4,69	32,82	4,69
ACLARACIÓN DE DUDAS	4,80	4,80	4,30	4,76	4,54	4,38	4,87	32,45	4,64
ATENCIÓN TELEFÓNICA	5,00	4,50	2,75	4,69	4,38	4,50	4,58	30,40	4,34
AMABILIDAD	4,89	5,00	4,40	4,90	4,80	4,63	5,00	33,62	4,80
TIEMPO DE RESPUESTA	4,89	4,85	3,74	4,70	4,21	4,71	4,50	31,60	4,51
PRESENTACIÓN DEL PERSONAL	4,88	4,70	4,55	4,75	4,79	4,78	4,69	33,14	4,73
CALIDAD	4,83	4,58	4,15	4,53	4,55	4,39	4,73	31,76	4,54
PRECIO	4,33	4,43	3,67	3,76	4,09	3,77	4,29	28,34	4,05
VARIEDAD	4,25	4,33	4,13	4,15	4,22	4,13	4,25	29,46	4,21
PÁGINA WEB DE INGEOMINAS	4,09	3,33	3,40	4,25	4,40	4,06	4,55	28,08	4,01
CUMPLIMIENTO DE COMPROMISOS	4,82	4,78	3,70	4,50	4,33	4,43	4,36	30,92	4,42
PRESENTACIÓN GENERAL	4,56	3,20	3,70	4,56	4,38	4,44	4,14	28,98	4,14
SEÑALIZACIÓN	4,44	3,56	4,06	4,47	4,21	4,50	3,87	29,11	4,16
BAÑOS	4,71	3,11	4,00	4,44	4,29	4,36	3,38	28,29	4,04
TOTAL	70,09	65,02	59,1	67,86	66,70	66,56	66,78	462,11	
PROMEDIO TOTAL X PUNTO DE ATENCIÓN	4,67	4,33	3,94	4,52	4,45	4,44	4,45	30,81	4,40

RESULTADOS BOGOTÁ

ATENCIÓN AL CLIENTE

Promedio General: 4,67

Promedio Empleados: 4,87
Promedio Producto/ Servicio: 4,46
Promedio Instalaciones: 4,57

? La fortaleza se encuentra en los Empleados que tuvieron una calificación de 4,87.

? El promedio más bajo se encuentra en el factor Producto/ Servicio que obtuvo un 4,46 que aun sigue siendo un resultado muy positivo. Este promedio se vio afectado por la calificación que tuvo la Página Web de INGEOMINAS que alcanzó un 4,09 y la Variedad de Producto/ Servicio que fue de 4,25.

? La página Web del instituto muestra ser una debilidad que no esta ligada directamente con el servicio que atiende el punto de atención al cliente pero que influyo mucho en el resultado final. El 15 % del total de las personas encuestadas calificaron éste servicio como Regular.

  Es importante tener en cuenta, que el 45% de estas personas respondieron No Sabe/ No Responde por desconocimiento que exista de la página Web. Al saber esto si se quiere ver en que porcentaje real representa el 15% de las personas quienes calificaron, los que respondieron con una calificación de Regular representaría un 27%, omitiendo aquellos quienes respondieron No Sabe/ No Responde. El 27% ya es un porcentaje muy representativo de quienes no quedaron satisfechos con sus experiencias con la página Web y se debe tener en cuenta para realizar algún tipo de mejora o correctivo de este sitio Web institucional.

? Un 10% de las personas encuestadas igualmente mostraron una inconformidad con la Señalización que existe dentro de INGEOMINAS. Es una variable que influyó poco en el resultado pero que se debe tener en cuenta.

? En las variables Calidad, Precio y Variedad del factor Producto/ Servicio, existe un alto porcentaje de personas quienes respondieron No Sabe/ No Responde (NS/ NR), lo que nos señala que existe un desconocimiento de los productos y/o servicio que vende u ofrece INGEOMINAS.

ATENCIÓN AL MINERO

Promedio General: 3,94

Promedio Empleados: 4,04
Promedio Producto/ Servicio: 3,81
Promedio Instalaciones: 3,92

? El promedio general del punto de Atención al Minero fue de 3,94. Éste fue el promedio más bajo de todos los puntos de atención en INGEOMINAS de Bogotá.

? El factor con el promedio de calificación más baja, es el del Producto/ Servicio con un 3,81.

? Las variables con peor calificación fue la de Atención Telefónica (2,75) y de la Página Web de INGEOMINAS (3,40). Estas dos variables representan lo más preocupante para el punto de atención al minero, ya que son de gran importancia. La atención telefónica sirve como herramienta de comunicación con los clientes externos en caso de que necesiten alguna aclaración de dudas, expresar inconformidades, obtener información y orientación en general. La página Web le sirve mucho a los clientes externos porque ahí es donde realizan todas sus

radicaciones. Son variable de mucho peso y necesita una atención urgente para entregarle finalmente a los clientes un mejor servicio.

? Variables que igualmente se encuentran flojas de acuerdo a la calificación que se les dio son: Precio (3,67), Cumplimiento de Compromisos (3,74), Presentación General de Instalaciones (3,70) y el Tiempo de Respuesta (3,74).

De las cuatro, Cumplimiento de Compromisos es la variable de mayor peso desde el punto de vista de servicio al cliente y es de las que más influye en la percepción de un cliente en el momento de comprar, utilizar o en éste caso de calificar. El 10% de las personas encuestadas lo calificaron de Malo, un 5% de Pésimo y otro 5% de Regular. Este es un resultado negativo que nos muestra un 20% de personas quienes sintieron que en INGEOMINAS, el cumplimiento de compromisos en el momento de entregar un producto/ servicio es débil.

El Tiempo de Respuesta es otra variable que en atención al minero le deben dar mucha importancia porque el 30% de las personas encuestadas calificaron Regular y/o Malo. Esto es un porcentaje muy elevado de personas quienes creen que el servicio que están recibiendo es muy lento.

MUSEO GEOLÓGICO JOSÉ ROYO Y GÓMEZ

Promedio General: 4,33

Promedio Empleados: 4,81
Promedio Producto/ Servicio: 4,29
Promedio Instalaciones: 3,29

? El promedio general del Museo Geológico es de 4,33, que a pesar de ser un buen resultado, es de los más bajos con el punto de Atención al Minero.

? En cuanto a los empleados del museo, el promedio de calificación fue de 4,81 que es bastante alto y nos indica que el servicio prestado directamente por las personas quienes trabajan en el museo es muy bueno.

? El factor que tuvo el promedio más bajo de calificación fueron las Instalaciones. Las tres variables que se midieron en la encuesta, mostraron tener debilidades de acuerdo a las calificaciones que recibieron por parte de las personas encuestadas.

La variable de promedio más bajo fueron los Baños (3,11), luego le siguió la Presentación General de las Instalaciones (3,20) y finalmente la Señalización (3,56). Los encuestados mostraron claramente que la presentación de las instalaciones tanto de INGEOMINAS como las del museo no llenó sus expectativas.

? La página Web igualmente muestra ser una debilidad para el instituto y afecto considerablemente el promedio de calificación del museo geológico. De las personas encuestadas quienes calificaron esta variable sin tomar en cuenta aquellos quienes respondieron No Sabe/ No Responde, un 67% contestaron que era Regular y/o Malo.

Existe un 55% de personas quienes contestaron No Sabe/ No Responde al medir la variable página Web. Este resultado es importante ya que nos indica que existe un desconocimiento del sitio Web de INGEOMINAS o que no vieron alguna información del Museo Geológico en ella.

? El ruido que hay veces se presenta en las instalaciones de INGEOMINAS ha afectado la experiencia de las personas quienes van al museo porque durante las explicaciones del guía estos no lo pueden oír o distraen su atención.

VENTAS

Promedio General: 4,52

Promedio Empleados: 4,74
Promedio Producto/ Servicio: 4,24
Promedio Instalaciones: 4,49

? El promedio general de calificación de Ventas es de 4,52, y eso no indica que las personas se sienten satisfechas con el servicio que están recibiendo en ese punto de atención.

? El factor que tuvo más bajo promedio fue el de Producto/ Servicio con un 4,24 que aun es un promedio de calificación bueno.

? La única variable que tuvo un promedio de calificación por debajo de 4 fue el Precio de los Productos/ Servicios con un 3,67. El 29% de las personas quienes calificaron el precio omitiendo aquellos que respondieron No Sabe/ No Responde, contestaron que era Regular o Pésimo.

? Existe mucho desconocimiento de la Variedad existente de los Productos/ Servicios debido a que el 35% de las personas encuestadas respondieron No Sabe/ No Responde en el momento de calificar esta variable.

? Igualmente existe un gran desconocimiento de la Página Web de INGEOMINAS ya que el 60% de las personas respondieron No Sabe/ No Responde.

SEGURIDAD NUCLEAR Y PROTECCIÓN RADIOLÓGICA

Promedio General: 4,45

Promedio Empleados: 4,60
Promedio Producto/ Servicio: 4,32
Promedio Instalaciones: 4,29

? El promedio de calificación general es de 4,45, lo que indica que las personas encuestadas están satisfechas con el servicio que han recibido en INGEOMINAS.

? El 20% de las personas encuestadas calificaron de Regular el Tiempo de Respuesta. Esto nos demuestra que aún se están demorando en responder ágilmente ante las necesidades de los clientes externos.

? Para algunas de las personas encuestadas (13%), el Precio es Regular. De acuerdo a esta calificación, se puede deducir que aun las personas lo perciben como un poco alto, de acuerdo al Producto/ Servicio que están recibiendo.

? La Página Web nuevamente muestra un alto grado de desconocimiento de un 33% por parte de las personas encuestadas.

? La variable Cumplimiento de Compromisos también ha recibido una calificación de Regular por el 13% de las personas encuestadas. Esta variable es la promesa básica que tiene la empresa con sus clientes, por lo tanto es necesario, que cualquier acuerdo que se haga con los clientes, siempre se deben cumplir.

? La Señalización es otra variable que muestra alguna debilidad. El 20% de las personas encuestadas lo calificaron de Regular o Malo, por ello se puede determinar que aún las personas no encuentran con facilidad el lugar a donde se quieren dirigir.

BIBLIOTECA

Promedio General: 4,44

Promedio Empleados: 4,64
Promedio Producto/ Servicio: 4,16
Promedio Instalaciones: 4,43

? Los promedios de calificación de la Biblioteca fueron positivos y en ningún factor que se estaba midiendo, se obtuvo menos de 4 como calificación.

? El factor que tuvo más bajo promedio fue el de Producto/ Servicio con 4,16.

? La variable Precio mostró tener una calificación baja (Regular = 26% y Malo = 5%). La biblioteca solo cobra fotocopias y seguramente el precio para algunos de los encuestados es un poco costoso.

? Nuevamente la Página Web obtuvo resultados negativos en las encuestas ya que el 11% de las personas encuestadas le dieron una calificación de Regular y otro 11% de Malo. Una vez más se demuestra que el sitio Web del instituto muestra ser una de sus debilidades mas graves.

TESORERÍA

Promedio General: 4,45

Promedio Empleados: 4,47
Promedio Producto/ Servicio: 4,44
Promedio Instalaciones: 3,80

? El promedio general de calificación de Tesorería es de 4,45 que es un resultado positivo. Éste se vio afectado negativamente por un factor que es el de las Instalaciones (3,80).

? El 38% de las personas encuestadas quienes calificaron la variable Baños, sin tomar en cuenta aquellos que respondieron No Sabe/ No Responde, contestaron en Tesorería que los baños del instituto son Regular, Malo o Pésimo. Reiteradamente se ha denotado que esta variable es un problema que se debe mejorar.

? La presentación de las Instalaciones y la Señalización también recibieron una calificación regular y deben ser tenidos en cuenta para mejorarlos.

RECOMENDACIONES BOGOTÁ

ATENCIÓN AL CLIENTE

? Para incrementar el conocimiento de los clientes en relación con los Productos y Servicios que ofrece el Instituto, se recomienda fortalecer el material publicitario/ promocional e informativo (catálogos, afiches, CD's y brochures) con los que cuenta actualmente INGEOMINAS. Este material gráfico no sólo servirá para que el cliente real y potencial esté bien informado sino también para promover las ventas del instituto en cuánto a todos sus Productos y Servicios.

? El mapa de planchas que se encuentra ubicado en el punto de atención al cliente ya es percibido como un mapa viejo. Es recomendable sustituir el mapa que se esta utilizando, por uno más actualizado y en mejores condiciones en cuanto a su presentación.

? Es importante que la comunicación sea lo más clara y sencilla posible por la diversidad de personas quienes visitan el instituto. Esto aplica a la comunicación verbal y escrita para que haya un buen nivel de entendimiento. Para ello se requiere material informativo que lleve un contenido más sencillo para el público en general y que los funcionarios en el momento de hacer una explicación manejen un lenguaje sencillo que sea fácil de entender.

ATENCIÓN AL MINERO

? El Tiempo de Respuesta del Instituto con sus clientes debe ser siempre lo más ágil posible. Es necesario investigar qué factores influyen para que exista una demora en dar respuesta en los diferentes casos que se presentan en el punto de atención. Una vez identificados, realizar las acciones correctivas correspondientes para dar mayor agilidad.

Igualmente, es importante que el cliente desde un principio sepa que los funcionarios le están prestando toda la atención que se merece, sea cual fuere el asunto. Esto se logra a través de los diferentes medios de comunicación como el correo electrónico, llamada telefónica, fax y el correo físico. Al hacer contacto con el cliente éste inmediatamente sentirá que se le está dedicando tiempo a su caso.

? En el caso de la Atención Telefónica, es similar, debido a que se debe realizar una investigación que nos permita saber el por qué algunas de las llamadas telefónicas no están siendo contestadas.

? Se recomienda que el Coordinador, realice una reunión con su grupo de trabajo y toque el tema de Cumplimiento de Compromisos. Es necesario comunicar la importancia del cumplimiento de una promesa o un compromiso que se hace con el cliente para evitar hacer promesas que no se pueden cumplir.

Cada funcionario del grupo de trabajo de atención al minero debe tener claro todo el proceso de servicio en el punto de atención, con el propósito de que exista una comunicación certera con el cliente.

? Como el problema del Precio, se debe a la percepción que tienen las personas de que es costoso, lo que se recomienda es realizar una comunicación con propósito educativo hacia el cliente externo, que explique de forma sencilla que el precio de los Productos/ Servicio que se maneja en Atención al Minero son relativamente económicos, si se ve desde el punto de vista costo/ beneficio y que algunos van de acuerdo a lo establecido por la ley.

Es esencial comunicarle siempre al cliente qué beneficio adquiere al pagar éste precio que en un principio puede ser percibido como alto, pero educándolo, generaría un cambio de percepción.

? Trabajar en mejorar la estabilidad del Nuevo CMC por Internet ya que en muchas ocasiones se cae el sistema cuando las personas realizan su radicación y esto genera una experiencia negativa con el Instituto.

? Existen procesos, temas o términos que para algunos clientes serán difíciles de entender. Se recomienda que se utilicen herramientas informativas en el punto de atención como guías y cartillas que describan los procesos y contenga algunas definiciones de términos claves para el entendimiento. El lenguaje que se requiere para estos materiales debe ser completo y sencillo para que cualquier persona interesado en el servicio que se ofrece, entienda fácilmente el contenido. La ubicación de este material sería en la entrada de INGEOMINAS (portería) y en el punto de Atención al Minero. Habrá un ahorro de tiempo y dinero que beneficiará tanto al cliente externo como al instituto.

MUSEO GEOLÓGICO

? Se requiere de una mayor atención en cuanto al aseo y presentación general de los baños del Museo Geológico. El mantenimiento de los baños y del museo en general, transmite no sólo confianza, tranquilidad y seguridad, sino también el mismo cuidado que se le da a las cosas y en éste caso serían las rocas, minerales y los fósiles de Colombia.

? El espacio del museo es bastante estrecho y en el caso de que se presente un grupo grande de visitantes, esto puede llegar a ser una experiencia negativa tanto para ellos como para los demás quienes vienen a visitar el museo. Se requiere de un espacio más amplio o la reubicación de algunas de las vitrinas.

? De acuerdo con los comentarios de las personas encuestadas, se recomienda que se tenga en cuenta también el aseo del Museo. En este momento hay vitrinas que no tienen una buena presentación y necesitan de una limpieza.

? Algunos de los elementos que se encuentran en exposición dentro del Museo sólo tienen su clasificación o nombre científico, pero no hay un texto que contenga la descripción e información de las muestras. Las personas quisieran tener a su disposición información más detallada acerca de las rocas, fósiles y otros elementos del Museo.

Sería interesante estudiar la posibilidad de que no se afecte la exposición de los elementos, como tener varios computadores de consulta dentro del Museo, que cuente con un programa que al digitalizar el nombre científico de alguna muestra, éste inmediatamente presente el contenido de interés al usuario.

? Las personas quisieran tener más información disponible en la Web acerca del Museo. En éste momento la información que aparece en el sitio Web de INGEOMINAS es escasa. Para ello es aconsejable fortalecer la presencia del Museo Geológico, creando una sección dentro del sitio Web que promocione y contenga información acerca del Museo y los elementos que se encuentran en exposición.

Igualmente, es de vital importancia que se cuente con material que indique de la existencia de la Página Web, para quienes visitan éste punto de atención, conozcan y utilicen esta herramienta tan valiosa de comunicación del Instituto.

? El Ruido que a veces se presenta en las instalaciones de INGEOMINAS, ha afectado la experiencia de las personas quienes van al museo porque durante las explicaciones del guía, estos no lo pueden escuchar claramente o distraen su atención. Hay que buscar una forma de mejorar el servicio que se está prestando para que cada una de las personas puedan disfrutar de su visita al museo. Es de aclarar que estos ruidos son temporales por las obras que se encuentran adelantando en el Instituto.

? Se necesita una Señalización que indique fácilmente en dónde se encuentra el Museo Geológico. Esta Señalización se debe ubicar en diferentes lugares de INGEOMINAS con el fin de que los clientes externos desde cualquier punto, puedan desplazarse fácilmente al Museo.

? Se debe contar como mínimo con una persona que se encuentre permanente en el Museo, por razones de seguridad de la exposición, de las personas y para prestar una mejor atención a los clientes, debido a que algunas oportunidades, éste se encuentra sólo.

VENTAS

? Con el fin de que los clientes tengan mayor conocimiento de los productos que se venden en el Instituto, se debe fortalecer las herramientas de comunicación que se usan en la actualidad como: catálogos, afiches dentro de las instalaciones, folletos, CD's, correo electrónico, página Web y eventos.

? Para cambiar la percepción que tienen algunos clientes en relación con los Precios, ya que les parecen muy elevados. Se debe educar a los clientes, sacando un impreso (folleto) que explique el proceso, trabajo, procedimiento, el tiempo utilizado para elaborar y ofrecer un producto final y de buena calidad; con el fin de informar el valor asignado para obtener finalmente su Producto o Servicio.

SEGURIDAD NUCLEAR Y PROTECCIÓN RADIOLÓGICA

? Se debe investigar cuál puede ser la causa para que el tiempo de respuesta a los clientes sea un poco lento para determinar si es por falta de personal, equipos dañados, desorganización, etc. y hacer los correctivos que corresponden al caso para agilizar el proceso de atención.

? Hace falta una buena Señalización para que las personas se puedan orientar con facilidad.

BIBLIOTECA

? Se recomienda oscurecer las tejas con el fin de que los usuarios de la biblioteca puedan realizar sus consultas e investigaciones, sin que interfieran la luz y el calor.

? Analizar la posibilidad de hacer préstamos de material de la biblioteca.

TESORERÍA

? Se debe mejorar la Señalización en Tesorería, con el fin de que las personas ubiquen fácilmente este punto desde las diferentes partes de INGEOMINAS.

INGEOMINAS BOGOTÁ

? Se podría evaluar la posibilidad de tener otra fotocopiadora para uso del público para que los clientes externos no tengan que desplazarse tan lejos del punto de atención en donde se encuentra.

? La Señalización debe cambiarse, tanto en el diseño, como en la información y ubicación. La Señalización debe ser tan clara, que permita que cualquier persona se ubique con facilidad desde cualquier punto de atención sin que necesidad de ayuda de un funcionario de INGEOMINAS. Todas las oficinas deben tener un nombre y número que las identifique. El

diseño de la Señalización debe ser atractiva, fácil de leer y de encontrar, y estar ubicado en todas las instalaciones del instituto.

? Se recomienda mejorar la presentación y funcionalidad de los Baños en general. El aseo de estos Baños debe ser constante, tener siempre disponibilidad de productos de aseo personal para los clientes externos e internos.

Las ayudas visuales que educan al público en el buen uso de los Baños deben tener un mejor diseño y no utilizar papel impreso que no se ve bien y con el tiempo adquiere una mala presentación.

? La Página Web, es de vital importancia para INGEOMINAS y para los clientes externos, ya que con ésta se obtienen grandes beneficios, pero en lugar de dar valor agregado al Instituto, ha generado malas experiencias para algunos clientes.

Se recomienda hacer algunos cambios en el sitio Web para que sea más fácil de usar para el público en general. Se sugiere un diseño atractivo, sugestivo, de gran variedad de contenidos, facilidad de uso y acceso, calidad de contenidos, actualización de estos contenidos, de gran utilidad y que sea amigable.

MATRIZ DE PROMEDIO GENERAL DE CALIFICACIÓN – GTR MEDELLIN

	ATENCIÓN AL CLIENTE	ATENCIÓN AL MINERO	SEGURIDAD NUCLEAR Y PROTECCIÓN RADIOLÓGICA	BIBLIOTECA	TOTAL	PROMEDIO TOTAL
CONOCIMIENTO DEL TEMA	5,00	4,73	4,57	5,00	19,30	**4,83**
CLARIDAD EN LA COMUNICACIÓN	4,50	4,67	4,29	5,00	18,46	**4,62**
ACLARACIÓN DE DUDAS	4,38	4,67	4,57	5,00	18,62	**4,66**
ATENCIÓN TELEFÓNICA	4,29	4,45	4,57	4,80	18,11	**4,53**
AMABILIDAD	4,75	4,81	5,00	5,00	19,56	**4,89**
TIEMPO DE RESPUESTA	4,50	4,57	4,86	5,00	18,93	**4,73**
PRESENTACIÓN DEL PERSONAL	4,75	4,56	5,00	5,00	19,31	**4,83**
CALIDAD	4,63	4,36	4,86	4,29	18,14	**4,54**
PRECIO	4,67	4,09	4,33	4,50	17,59	**4,40**
VARIEDAD	4,57	4,43	4,50	3,60	17,10	**4,28**
PÁGINA WEB DE INGEOMINAS	3,60	4,44	4,86	4,60	17,50	**4,38**
CUMPLIMIENTO DE COMPROMISOS	4,40	4,00	4,83	5,00	18,23	**4,56**
PRESENTACIÓN GENERAL	4,13	4,29	4,86	4,00	17,28	**4,32**
SEÑALIZACIÓN	4,25	4,06	4,67	3,17	16,15	**4,04**
BAÑOS	4,14	4,25	4,43	4,50	17,32	**4,33**
TOTAL	66,56	66,38	70,20	68,46	271,60	
PROMEDIO TOTAL X PUNTO DE ATENCIÓN	**4,44**	**4,43**	**4,68**	**4,56**	**18,11**	**4,53**

RESULTADOS MEDELLÍN

ATENCIÓN AL CLIENTE

Promedio General: 4,44

Promedio Empleados: 4,60
Promedio Producto/ Servicio: 4,37
Promedio Instalaciones: 4,17

? La Página Web de INGEOMINAS es una debilidad que influyó mucho en el resultado final del factor Producto/ Servicio.

  Es importante tener en cuenta, que el 38% de estas personas respondieron No Sabe/ No Responde por desconocimiento que existe de la página Web.

? En el estudio se presentó un alto porcentaje de personas quienes respondieron No Sabe/ No Responde cuando calificaron la variable Precio y Variedad del Producto/ Servicio. Éste resultado indica que existe un desconocimiento de los productos o Servicios que INGEOMINAS está ofreciendo en Medellín.

? La Señalización del instituto no debe ser suficiente para suplir las necesidades de los clientes ya que el 25% de las personas encuestadas calificaron como Regular esta variable y éste es una proporción significativa.

ATENCIÓN AL MINERO

Promedio General: 4,43

Promedio Empleados: 4,64
Promedio Producto/ Servicio: 4,26
Promedio Instalaciones: 4,20

? El Precio del Producto/ Servicio en Atención al Minero fue calificado como Regular y Muy Malo por el 18% de las personas encuestadas lo que nos señala que esta variable es percibida como costosa.

? Hay un gran desconocimiento por la Página Web del instituto (58% NS/ NR) y la Variedad de Productos/ Servicios (47% NS/ NR) que ofrece INGEOMINAS.

? Hay una proporción importante de personas quienes calificaron como Regular el Cumplimiento de Compromisos que tuvo INGEOMINAS con ellos.

SEGURIDAD NUCLEAR Y PROTECCIÓN RADIOLÓGICA

Promedio General: 4,68

Promedio Empleados: 4,69
Promedio Producto/ Servicio: 4,68
Promedio Instalaciones: 4,65

? La Variedad y el Precio del Producto/ Servicio tienen un desconocimiento del 14% debido a que las personas respondieron No Sabe/ No Responde en las encuestas.

BIBLIOTECA

Promedio General: 4,56

Promedio Empleados: 4,97
Promedio Producto/ Servicio: 4,40
Promedio Instalaciones: 3,89

? La Variedad de Productos/ Servicios que ofrece INGEOMINAS tuvo un promedio de calificación bajo de 3,60 debido a que el 37% de las personas encuestadas lo calificaron con regular. Se estima que éste resultado se debe a que exista algún desconocimiento de todos los Productos/ Servicios o que seguramente las personas encuestadas piensan que debe haber más variedad en el portafolio de Productos/ Servicios.

? Un 38% de las personas encuestadas calificaron de Regular o Malo la Señalización. Este es un porcentaje representativo que nos indica lo mal que está la sede de Medellín en cuánto a su señalización.

RECOMENDACIONES MEDELLÍN

ATENCIÓN AL CLIENTE

? Se recomienda fortalecer las herramientas de promoción que se están utilizando con material como brochures y afiches que den a conocer y promuevan las ventas de los Productos y Servicios que se ofrecen en INGEOMINAS.

ATENCIÓN AL MINERO

? Hay que informar a los clientes acerca del tema de Precios de los Productos/ Servicios. Es necesario comunicarles el costo/ beneficio que reciben por la inversión que realizan y que parte de esta inversión se debe a lo que ya está establecido por la ley.

Se busca es cambiar la percepción de las personas en el momento en que tengan que pagar por el producto o servicio ya que sabrán el beneficio que adquieren al invertir su dinero.

? En el punto de atención, es recomendable fortalecer el material informativo existente con catálogos, brochures, afiches, etc., que comunique cuáles son los Productos o Servicios que se ofrecen para que los clientes conozcan bien el portafolio.

? De igual manera se necesita dar a conocer y promocionar el uso de la Página Web del instituto. Para éste propósito el uso de material gráfico (brochures y afiches) o un video, alcanzaría éste objetivo.

? Realizar capacitaciones acerca del tema de servicio al cliente con el fin de brindar ideas innovadoras y desarrollar la creatividad de los funcionarios. Se debe concientizar a los funcionarios que todo compromiso que se adquiera con los clientes externos, se deben cumplir siempre.

? En las recomendaciones de las personas encuestadas hay una propuesta interesante que es de contratar una recepcionista que oriente a las personas quienes solicitan un servicio en éste punto de atención.

SEGURIDAD NUCLEAR Y PROTECCIÓN RADIOLÓGICA

? Dar a conocer los Productos y Servicios que ofrece éste punto de atención por medio de herramientas de comunicación como brochures y afiches.

? Un cliente recomienda que se debe mejorar la iluminación en algunas de las áreas de éste punto de atención.

BIBLIOTECA

? De acuerdo al resultado puede ser que la Biblioteca requiere de un acervo bibliográfico más completo y variado.

INGEOMINAS MEDELLÍN

? La Señalización con que cuenta las Instalaciones de INGEOMINAS en Medellín no es suficiente para que los clientes puedan ubicar con facilidad cualquier punto de atención. Hay que diseñar una nueva Señalización que sea provechoso desde cualquier punto dentro de las instalaciones.

MATRIZ DE PROMEDIO GENERAL DE CALIFICACIÓN – GTR CALI

	ATENCIÓN AL CLIENTE	ATENCIÓN AL MINERO	BIBLIOTECA	TOTAL	PROMEDIO TOTAL
CONOCIMIENTO DEL TEMA	4,50	4,70	4,67	13,87	**4,62**
CLARIDAD EN LA COMUNICACIÓN	4,50	4,70	4,80	14,00	**4,67**
ACLARACIÓN DE DUDAS	4,50	4,47	4,67	13,64	**4,55**
ATENCIÓN TELEFÓNICA	4,25	4,79	4,67	13,71	**4,57**
AMABILIDAD	4,75	4,97	4,83	14,55	**4,85**
TIEMPO DE RESPUESTA	4,50	4,79	4,83	14,12	**4,71**
PRESENTACIÓN DEL PERSONAL	4,50	4,86	4,83	14,19	**4,73**
CALIDAD	4,00	4,33	4,17	12,50	**4,17**
PRECIO	3,00	2,00	4,50	9,50	**3,17**
VARIEDAD	3,00	3,00	4,50	10,50	**3,50**
PÁGINA WEB DE INGEOMINAS	1,50	3,67	3,67	8,84	**2,95**
CUMPLIMIENTO DE COMPROMISOS	2,50	3,60	4,50	10,60	**3,53**
PRESENTACIÓN GENERAL	4,75	4,73	4,67	14,15	**4,72**
SEÑALIZACIÓN	4,50	4,70	4,50	13,70	**4,57**
BAÑOS	4,50	4,56	4,67	13,73	**4,58**
TOTAL	59,25	63,87	68,48		
PROMEDIO TOTAL X PUNTO DE ATENCIÓN	**3,95**	**4,26**	**4,57**	**12,77**	**4,26**

RESULTADOS CALI

ATENCIÓN AL CLIENTE

Promedio General: 3,95

Promedio Empleados: 4,50
Promedio Producto/ Servicio: 2,80
Promedio Instalaciones: 4,58

? El promedio más bajo se encuentra en el factor Producto/ Servicio que obtuvo un 2,80 que es un resultado negativo. Éste promedio se vio fuertemente afectado por la calificación que tuvo la Página Web de INGEOMINAS (1,50), Cumplimiento de Compromisos (2,50), Precio (3,00) y Variedad (3,00) de los Productos y Servicios.

ATENCIÓN AL MINERO

Promedio General: 4,26

Promedio Empleados: 4,75
Promedio Producto/ Servicio: 3,32
Promedio Instalaciones: 4,66

? Existe un desconocimiento general de los Productos y Servicios que ofrecen en el punto de atención.

? Igualmente hay un desconocimiento del 81% entre las personas encuestadas de la Página Web de INGEOMINAS.

BIBLIOTECA

Promedio General: 4,57

Promedio Empleados: 4,76
Promedio Producto/ Servicio: 4,27
Promedio Instalaciones: 4,61

? En la Biblioteca hubo una proporción amplia de personas encuestadas que les parecieron que la Calidad de los Productos/ Servicios es Regular. Se puede estimar que razones por ello es que no consiguieron mucho o nada del material de consulta que necesitaban. Puede ser que el material existe estaba desactualizado.

? Hay un gran desconocimiento de la Página Web de INGEOMINAS entre las personas encuestadas de un 49%.

De las personas quienes si conocen la Página Web del instituto, el 33% lo calificaron como Malo. Como en otras ciudades de país, la sede de INGEOMINAS de Cali, también se ha generado una percepción negativa en cuanto al sitio Web del Instituto.

Esta variable es la que ha influenciado negativamente el resultado final del factor Producto/ Servicio en el estudio.

RECOMENDACIONES CALI

ATENCIÓN AL CLIENTE

? Para el punto de atención al cliente solo se contó con 4 encuestas lo que hace que sus resultados no sean del todo confiable. Se recomienda que para el siguiente estudio que se realice, se distribuya de mejor forma las encuestas entre los puntos de atención en la sede de la ciudad de Cali.

ATENCIÓN AL MINERO

? Para incrementar el conocimiento que existe de los Productos y Servicios, el punto de atención debe apoyarse con más material que dé a conocer todo lo que se ofrece. Material informativo como los brochures y afiches son los más recomendables.

? Dentro de todo el material informativo anteriormente anunciado y por medio de comunicación verbal de los asesores en el punto de atención al minero, se dará a conocer la Página Web y los beneficios que esta ofrece para los usuarios.

? Hay que hacer una evaluación detallada de los procesos que existe en el punto de atención ya que se ha visto afectado negativamente el Tiempo de Respuesta y el Cumplimiento de Compromisos con algunos de los clientes del instituto.

Hay procesos (trámites de los otorgamientos que se hacen para las Propuestas de Contrato de Concesión) en que las regionales dependen totalmente de Bogotá y Medellín. Sería aconsejable evaluar la posibilidad de distribuir un poco más las responsabilidades en otras regionales para optimizar el tiempo de trabajo y respuesta con los clientes.

BIBLIOTECA

? Crear un formato sencillo en el cual el visitante a la biblioteca tendrá la posibilidad de sugerir qué material de consulta le gustaría encontrar o realizar comentarios/ sugerencias para el mejoramiento del servicio y sus datos básicos para que el funcionario de INGEOMINAS se pueda comunicar directamente con él/ ella y le comente acerca del material de consulta que necesitaba y agradecer por su colaboración en hacer que el servicio prestado sea cada vez mejor.

MATRIZ DE PROMEDIO DE CALIFICACIÓN – GTR CÚCUTA

	ATENCIÓN AL CLIENTE	ATENCIÓN AL MINERO	TOTAL	PROMEDIO TOTAL
CONOCIMIENTO DEL TEMA	5,00	4,75	9,75	**4,88**
CLARIDAD EN LA COMUNICACIÓN	4,76	4,75	9,51	**4,76**
ACLARACIÓN DE DUDAS	4,69	4,75	9,44	**4,72**
ATENCIÓN TELEFÓNICA	4,86	4,75	9,61	**4,81**
AMABILIDAD	4,94	5,00	9,94	**4,97**
TIEMPO DE RESPUESTA	4,80	4,75	9,55	**4,78**
PRESENTACIÓN DEL PERSONAL	4,71	4,50	9,21	**4,61**
CALIDAD	5,00	5,00	10,00	**5,00**
PRECIO	4,56	5,00	9,56	**4,78**
VARIEDAD	4,83	4,00	8,83	**4,42**
PÁGINA WEB DE INGEOMINAS	4,33	5,00	9,33	**4,67**
CUMPLIMIENTO DE COMPROMISOS	4,50	4,00	8,50	**4,25**
PRESENTACIÓN GENERAL	4,72	5,00	9,72	**4,86**
SEÑALIZACIÓN	4,53	3,50	8,03	**4,02**
BAÑOS	4,86	4,00	8,86	**4,43**
TOTAL	71,09	68,75		
PROMEDIO TOTAL X PUNTO DE ATENCIÓN	**4,74**	**4,58**	**9,32**	**4,66**

RESULTADOS CÚCUTA

ATENCIÓN AL CLIENTE

Promedio General: 4,74

Promedio Empleados: 4,82
Promedio Producto/ Servicio: 4,64
Promedio Instalaciones: 4,70

- El 17% de las personas encuestadas calificaron la Señalización como Regular lo que indica que las personas aun no se pueden ubicar con gran facilidad con la Señalización con que cuenta en éste momento INGEOMINAS de Cúcuta.

- Existe un desconocimiento de la Página Web del Instituto.

- De igual forma hay un desconocimiento de los Productos/ Servicios que ofrece el instituto.

ATENCIÓN AL MINERO

Promedio General: 4,58

Promedio Empleados: 4,75
Promedio Producto/ Servicio: 4,60
Promedio Instalaciones: 4,17

- En Calidad y Variedad del Producto/ Servicio la mayoría de los encuestados respondieron No Sabe/ No Responde, lo que indica que hay un desconocimiento de los Productos y Servicios que ofrece INGEOMINAS en Cúcuta.

- La Señalización fue la única variable que no obtuvo un buen promedio de calificación y se evidencia nuevamente que es una debilidad para el Instituto.

RECOMENDACIONES CÚCUTA

ATENCIÓN AL CLIENTE

? Evaluar los procesos de certificación para que sean más eficientes y se entreguen los resultados en el menor tiempo posible.

? Hay que fortalecer el material informativo y promocional que dé a conocer y motive a que los clientes externos compren los diferentes Productos/ Servicios que ofrece el Instituto en Cúcuta. El uso de afiches, CD's, brochures, catálogos, etc., generaría el conocimiento de lo que hace INGEOMINAS y de lo que ofrece al público interesado.

ATENCIÓN AL MINERO

? Diseñar un formato para que los clientes expresen qué Productos y Servicios desean que INGEOMINAS incluya en su portafolio de Productos y Servicios y luego hacer un estudio de factibilidad de estos para poder sacarlos al mercado.

? En cuanto a la solicitud del registro minero, es importante agilizar el proceso, establecer cuál de las etapas del proceso están fallando que hacen que se demoren los resultados.

? Para mejorar el conocimiento y oferta que se tiene de los Productos y Servicios que se ofrece en el punto de atención, se podría fortalecer el material gráfico con que se cuenta actualmente con afiches y brochures.

INGEOMINAS CÚCUTA

? Evaluar la Señalización que se está utilizando en la sede de Cúcuta y luego hacer los cambios necesarios para que los clientes externos puedan ubicarse con mayor facilidad dentro de las instalaciones.

? Para dar a conocer la Página Web del instituto, es necesario promocionarlo por medio de afiches distribuidos por las instalaciones, que señalen sus beneficios que ésta ofrece y de apoyo puede haber algún material P.O.P. que contenga la dirección del sitio Web para que las personas lo conozcan. En el caso de que haya algún computador para uso del público éste debe siempre tener abierto la ventana con la página Web de INGEOMINAS para que los visitantes y usuarios lo puedan ver claramente.

MATRIZ DE PROMEDIO GENERAL DE CALIFICACIÓN- GTR MANIZALES

	ATENCIÓN AL CLIENTE	BIBLIOTECA	TOTAL	PROMEDIO TOTAL
CONOCIMIENTO DEL TEMA	4,97	4,75	9,72	**4,86**
CLARIDAD EN LA COMUNICACIÓN	4,90	4,85	9,75	**4,88**
ACLARACIÓN DE DUDAS	4,82	4,80	9,62	**4,81**
ATENCIÓN TELEFÓNICA	4,85	5,00	9,85	**4,93**
AMABILIDAD	4,97	4,89	9,86	**4,93**
TIEMPO DE RESPUESTA	4,95	4,89	9,84	**4,92**
PRESENTACIÓN DEL PERSONAL	4,92	4,88	9,80	**4,90**
CALIDAD	4,92	4,83	9,75	**4,88**
PRECIO	4,50	4,33	8,83	**4,42**
VARIEDAD	5,00	4,25	9,25	**4,63**
PÁGINA WEB DE INGEOMINAS	4,86	4,09	8,95	**4,48**
CUMPLIMIENTO DE COMPROMISOS	4,86	4,82	9,68	**4,84**
PRESENTACIÓN GENERAL	4,79	4,56	9,35	**4,68**
SEÑALIZACIÓN	4,88	4,44	9,32	**4,66**
BAÑOS	4,40	4,71	9,11	**4,56**
TOTAL	72,59	70,09		
PROMEDIO TOTAL X PUNTO DE ATENCIÓN	**4,84**	**4,67**	**9,51**	**4,76**

RESULTADOS MANIZALES

ATENCIÓN AL CLIENTE

Promedio General: 4,8

Promedio Empleados: 4,91
Promedio Producto/ Servicio: 4,83
Promedio Instalaciones: 4,69

- Hay un desconocimiento del Precio de los Productos/ Servicios, en un alto porcentaje de las personas encuestadas (94%).

- En la Variedad de Producto/ Servicio, los clientes contestaron en un 95% No Sabe/ No Responde, mostrando que los encuestados no conocen los productos que ofrece el Instituto.

- La Página Web en un porcentaje menor contestaron que les parecían Regular, argumentaron la demora en el acceso a ella.

BIBLIOTECA

Promedio General: 4,7

Promedio Empleados: 4,87
Promedio Producto/ Servicio: 4,46
Promedio Instalaciones: 4,57

- En cuanto a la Atención Telefónica, el 75% contesto No Sabe/No responde, revelando que la mayoría de los clientes van personalmente a la sede y no llaman por teléfono.

- El 70% de los encuestados en la Biblioteca de Manizales contesto que no conocían los Precios de los Productos/ Servicios, este porcentaje es muy alto, corroborando que hay desconocimiento de los productos.

- La Variedad en los Productos / Servicios, en un porcentaje importante fue contestado como No Sabe/ No Responde, ilustrando que los clientes de INGEOMINAS, no saben los portafolios de que maneja el Instituto.

- En la evaluación de la Página Web, el 10% respondió Regular y un alto porcentaje No Sabe/ No Responde, mostrando que los clientes no conocen la Página.

RECOMENDACIONES MANIZALES

ATENCIÓN AL CLIENTE

? Para que los clientes tengan mayor conocimiento de los Productos y Servicios que ofrece la institución y la Página Web, se debe fortalecer la difusión del material informativo y promocional que se está utilizando actualmente para que no solo dé a conocer b que se ofrece, sino también qué beneficios ofrece y en dónde lo puede adquirir. Para ello, se recomienda el uso de material P.O.P., catálogos, afiches, CD's y brochures.

Los computadores que están a disposición del público, debe tener abierta siempre la ventana en donde aparece el sitio Web de INGEOMINAS para que los usuarios que tienen acceso a éste servicio, siempre lo vean al inicio y lo tengan para tal fin.

BIBLIOTECA

? Evaluar la presentación que tiene la Biblioteca para determinar si ésta requiere de mayor organización.

? Para dar a conocer la Variedad y los Precios en la Biblioteca, se podría colocar afiches informativos y un catálogo en donde el cliente externo pueda encontrar los diferentes Productos y Servicios que ofrece el Instituto.

MATRIZ DE PROMEDIO DE CALIFICACIÓN – GTR VALLEDUPAR

	ATENCIÓN AL CLIENTE	ATENCIÓN AL MINERO	TOTAL	PROMEDIO TOTAL
CONOCIMIENTO DEL TEMA	4,38	4,76	9,14	**4,57**
CLARIDAD EN LA COMUNICACIÓN	4,33	5,00	9,33	**4,67**
ACLARACIÓN DE DUDAS	4,30	4,83	9,13	**4,57**
ATENCIÓN TELEFÓNICA	4,43	4,60	9,03	**4,52**
AMABILIDAD	4,80	4,88	9,68	**4,84**
TIEMPO DE RESPUESTA	4,00	4,22	8,22	**4,11**
PRESENTACIÓN DEL PERSONAL	4,60	4,71	9,31	**4,66**
CALIDAD	4,75	4,86	9,61	**4,81**
PRECIO	4,00	4,20	8,20	**4,10**
VARIEDAD	4,00	4,33	8,33	**4,17**
PÁGINA WEB DE INGEOMINAS	4,40	4,75	9,15	**4,58**
CUMPLIMIENTO DE COMPROMISOS	4,33	4,70	9,03	**4,52**
PRESENTACIÓN GENERAL	4,11	4,65	8,76	**4,38**
SEÑALIZACIÓN	3,78	4,38	8,16	**4,08**
BAÑOS	4,14	4,45	8,59	**4,30**
TOTAL	64,35	69,32		
PROMEDIO TOTAL X PUNTO DE ATENCIÓN	**4,29**	**4,62**	**8,91**	**4,46**

RESULTADOS VALLEDUPAR

ATENCIÓN AL CLIENTE

Promedio General: 4,29

Promedio Empleados: 4,41
Promedio Producto/ Servicio: 4,30
Promedio Instalaciones: 4,01

- Hay un % significativo de personas encuestadas quienes contestaron No Sabe / No Responde en cuanto al Precio, Calidad y Variedad de los Productos o Servicios que se ofrece en el Instituto. Lo que muestra que hay un amplio desconocimiento por el valor y las existencias de los Productos y Servicios que INGEOMINAS ofrece a sus clientes externos.

- La Señalización con que cuenta el instituto no esta bien percibida ya que el 20% de las personas encuestadas lo calificaron como Regular o Malo.

- En el Tiempo de Respuesta el 20% de los encuestados contestaron Regular, lo que nos indica que hay demora en la entrega de información a los clientes.

- La Página Web de INGEOMINAS presenta un amplio desconocimiento de su existencia entre las personas encuestadas.

ATENCIÓN AL MINERO

Promedio General: 4,62

Promedio Empleados: 4,71
Promedio Producto/ Servicio: 4,57
Promedio Instalaciones: 4,49

- La Señalización del instituto no debe ser suficiente para suplir las necesidades y expectativas de los clientes ya que el 17% de las personas encuestadas calificaron como Regular esta variable.

- Debido a que un gran porcentaje de personas encuestadas respondieron No Sabe/ No Responde, lo que indica que hay desconocimiento de los Productos/ Servicios y sus Precios en el punto de atención al minero.

- Nuevamente en este punto de atención se evidencia un desconocimiento por la Página Web del instituto.

RECOMENDACIONES VALLEDUPAR

ATENCIÓN AL CLIENTE

? Con el fin de dar a conocer los Productos y Servicios que ofrece el Instituto, el punto de Atención al Cliente, debería apoyarse con material informativo y promocional como: CD's, afiches, brochures y catálogos..

? Los clientes se registran en la oficina de atención al cliente y luego son remitidos al área que necesitan, por orden de llegada. Para mejorar éste sistema se recomienda colocar un Digiturno que facilite la organización y la atención al cliente.

ATENCIÓN AL MINERO

? Para dar a conocer todos los Productos y Servicios que ofrece el punto de atención al minero, se debe fortalecer aun más el material gráfico con que cuenta el punto de atención con brochures y afiches que le informarán a los clientes externos qué Productos y Servicios se ofrecen y que beneficios obtendrán por medio de estos.

INGEOMINAS VALLEDUPAR

? Se recomienda diseñar una nueva Señalización para la Sede, con el propósito de que los clientes externos se puedan ubicar y orientar con mayor facilidad.

? La Página Web debe contar con un material promocional en los puntos de atención alrededor de la sede, afiches que informen de su existencia y sus beneficios, y por último que los computadores que son para uso del cliente siempre tenga abierta en la pantalla la Página Web de INGEOMINAS.

MATRIZ DE PROMEDIO GENERAL DE CALIFICACIÓN – GTR BUCARAMANGA

	ATENCIÓN AL CLIENTE	ATENCIÓN AL MINERO	BIBLIOTECA	TOTAL	PROMEDIO TOTAL
CONOCIMIENTO DEL TEMA	4,90	4,86	4,89	14,65	**4,88**
CLARIDAD EN LA COMUNICACIÓN	4,90	4,86	5,00	14,76	**4,92**
ACLARACIÓN DE DUDAS	4,90	4,86	5,00	14,76	**4,92**
ATENCIÓN TELEFÓNICA	4,89	4,89	4,80	14,58	**4,86**
AMABILIDAD	4,90	4,90	5,00	14,80	**4,93**
TIEMPO DE RESPUESTA	4,80	4,65	5,00	14,45	**4,82**
PRESENTACIÓN DEL PERSONAL	4,90	4,95	5,00	14,85	**4,95**
CALIDAD	4,50	4,57	4,44	13,51	**4,50**
PRECIO	4,40	4,71	3,88	12,99	**4,33**
VARIEDAD	4,17	4,50	4,13	12,80	**4,27**
PÁGINA WEB DE INGEOMINAS	3,56	3,60	3,00	10,16	**3,39**
CUMPLIMIENTO DE COMPROMISOS	4,00	4,12	4,40	12,52	**4,17**
PRESENTACIÓN GENERAL	4,20	4,33	4,33	12,86	**4,29**
SEÑALIZACIÓN	4,20	4,10	4,14	12,44	**4,15**
BAÑOS	3,86	3,63	4,00	11,49	**3,83**
TOTAL	67,08	67,53	67,01		67,21
PROMEDIO TOTAL X PUNTO DE ATENCIÓN	**4,47**	**4,50**	**4,47**		**4,48**

RESULTADOS BUCARAMANGA

ATENCIÓN AL CLIENTE

Promedio General: 4,47

Promedio Empleados: 4,88
Promedio Producto/ Servicio: 4,13
Promedio Instalaciones: 4,09

- El promedio más bajo se encuentra en el factor Instalaciones que obtuvo un 4,09 que aun sigue siendo un resultado positivo, pero aun hay varias personas quienes piensan que las variables que compone este factor es Regular. Éste promedio se vio fuertemente afectado por la calificación que tuvo los Baños de INGEOMINAS, variable que obtuvo un 3,86.

- El 60% de las personas quienes respondieron la encuesta calificaron el sitio Web de INGEOMINAS con una calificación de Regular lo que nos indica que hay una insatisfacción general en el momento de utilizar la Página Web del instituto.

- Las variables Calidad, Precio y Variedad del factor Producto/ Servicio, existe una alta proporción de personas quienes respondieron No Sabe/ No Responde (NS/ NR), lo que nos señala que existe un desconocimiento de los productos y/o servicio que vende u ofrece INGEOMINAS.

- El Cumplimiento de Compromisos es una variable que a pesar de tener un promedio de calificación de 4,00, éste es un resultado que se aproxima mucho a tener un promedio de calificación que no es aceptable para los objetivos de INGEOMINAS.

ATENCIÓN AL MINERO

Promedio General: 4,50

Promedio Empleados: 4,85
Promedio Producto/ Servicio: 4,30
Promedio Instalaciones: 4,02

- De todas las variables la Página Web de INGEOMINAS obtuvo el promedio de calificación más bajo en éste punto de atención. Éste resultado indica nuevamente la mala opinión que genera el sitio Web del instituto.

- Los Baños con un promedio de 3,63, fue la variable que más afecto el promedio de calificación del factor Instalaciones. El 19% del las personas encuestadas calificaron esta variable como Regular y un 5% como Muy Malo, lo que indica que el estado en que se encuentra los Baños del instituto nos es el más favorable para las necesidades de los clientes.

- En el punto de atención al minero, la Calidad, Precio y Variedad del Producto/ Servicio mostró tener un amplio desconocimiento entre las personas encuestadas.

BIBLIOTECA

Promedio General: 4,47

Promedio Empleados: 4,96
Promedio Producto/ Servicio: 3,97
Promedio Instalaciones: 4,16

- En la Biblioteca hubo una proporción amplia de personas encuestadas que les parecieron que la Variedad de los Productos/ Servicios era entre Regular y Malo.

- Hay un gran desconocimiento de la Página Web de INGEOMINAS entre las personas encuestadas y de los pocos que sí la conocían, el 67% lo calificaron de Malo (omitiendo aquellas personas quienes respondieron No Sabe/ No Responde).

RECOMENDACIONES BUCARAMANGA

ATENCIÓN AL CLIENTE

? Para formar mayor conocimiento de los Productos/ Servicios que existe, se recomienda dar a conocer los Productos y Servicios de INGEOMINAS Bucaramanga por medio de material informativo y promocional como: catálogos de productos, afiches, folletos y CD's. Estas herramientas deben llevar fotografías, precios, clasificación de Productos/ Servicios, descripción (usos, beneficios, año, presentación, etc.).

? Con fines educativos, se recomienda enviar una presentación en PowerPoint, con el cual se trate el tema de Servicio al Cliente, enfatizando la importancia del cumplimiento de compromisos.

ATENCIÓN AL MINERO

? Con el uso de material promocional e informativo como los afiches y folletos, se puede comunicar qué es lo que ofrece el punto de atención.

BIBLIOTECA

? Crear un formato sencillo para que los visitantes de la sala de Biblioteca puedan responder a unas preguntas como: ¿Qué tipo de material de consulta les gustaría tener disponible? Y ¿Qué recomendaciones dan para mejorar el servicio de la Biblioteca?

INGEOMINAS BUCARAMANGA

? Es recomendable evaluar la presentación, aseo y disponibilidad de Productos de aseo personal que tiene los Baños en la sede.

? Para la Página Web de INGEOMINAS, se recomienda que se hagan cambios en el sitio Web para que éste sea más fácil de usar/ navegar, que tenga un diseño atractivo, calidad de contenidos, amigable y más cómodo para los clientes externos. Es importante que el contenido se actualice constantemente para cumplir con las expectativas de los clientes.

MATRIZ DE PROMEDIO DE CALIFICACIÓN – GTR NOBSA

	ATENCIÓN AL CLIENTE	ATENCIÓN AL MINERO	TOTAL	PROMEDIO TOTAL
CONOCIMIENTO DEL TEMA	4,70	4,82	9,52	**4,76**
CLARIDAD EN LA COMUNICACIÓN	4,78	4,83	9,61	**4,81**
ACLARACIÓN DE DUDAS	4,64	4,82	9,46	**4,73**
ATENCIÓN TELEFÓNICA	4,20	4,56	8,76	**4,38**
AMABILIDAD	4,80	4,82	9,62	**4,81**
TIEMPO DE RESPUESTA	4,80	4,80	9,60	**4,80**
PRESENTACIÓN DEL PERSONAL	4,80	4,83	9,63	**4,82**
CALIDAD	4,67	4,67	9,34	**4,67**
PRECIO	4,67	4,33	9,00	**4,50**
VARIEDAD	5,00	4,33	9,33	**4,67**
PÁGINA WEB DE INGEOMINAS	5,00	4,29	9,29	**4,65**
CUMPLIMIENTO DE COMPROMISOS	4,25	4,50	8,75	**4,38**
PRESENTACIÓN GENERAL	4,82	4,91	9,73	**4,87**
SEÑALIZACIÓN	4,60	4,82	9,42	**4,71**
BAÑOS	4,60	4,80	9,40	**4,70**
TOTAL	70,33	70,13		
PROMEDIO TOTAL X PUNTO DE ATENCIÓN	**4,69**	**4,68**	**9,36**	**4,68**

RESULTADOS NOBSA

ATENCIÓN AL CLIENTE

Promedio General: 4,69

Promedio Empleados: 4,67
Promedio Producto/ Servicio: 4,72
Promedio Instalaciones: 4,67

? Hay un desconocimiento por parte de los encuestados en cuanto a la Calidad, Precio y la Variedad de Productos y Servicios que se ofrece en la sede de INGEOMINAS en Nobsa.

? Igualmente existe un desconocimiento acerca de la Página Web de INGEOMINAS.

ATENCIÓN AL MINERO

Promedio General: 4,68

Promedio Empleados: 4,78
Promedio Producto/ Servicio: 4,42
Promedio Instalaciones: 4,84

? El Precio y Variedad, la Atención al Minero hay un desconocimiento del portafolio de Productos/ Servicios de INGEOMINAS.

? La Página Web, fue calificada como Malo por el 8% de los encuestados, otro porcentaje significativo contestaron No Sabe/ No Responde. Lo que muestra que hay un desconocimiento de la Página Web en los clientes externos.

RECOMENDACIONES NOBSA

ATENCIÓN AL CLIENTE

? Con el uso de material promocional e informativo (folletos, catálogos, CD's y afiches), se puede fortalecer el conocimiento que tienen los clientes externos acerca de los Productos y Servicios que ofrece INGEOMINAS en la Sede Nobsa.

ATENCIÓN AL MINERO

? Utilizar material promocional e informativo (folletos y afiches) para dar a conocer y promover la compra y el uso de los Productos y Servicios que se ofrece en la sede Nobsa.

INGEOMINAS NOBSA

? Se debe de colocar una fotocopiadora en INGEOMINAS Nobsa, ya que no hay éste servicio y los clientes tienen que caminar un trayecto largo para poder sacar las fotocopias.

? Con el apoyo de material informativo (folletos, afiches, pendones, catálogos, etc.), se podría dar a conocer la Página Web de INGEOMINAS.

MATRIZ DE PROMEDIO DE CALIFICACIÓN – GTR IBAGUÉ

	ATENCIÓN AL CLIENTE	ATENCIÓN AL MINERO	TOTAL	PROMEDIO TOTAL
CONOCIMIENTO DEL TEMA	4,00	4,77	8,77	**4,39**
CLARIDAD EN LA COMUNICACIÓN	5,00	4,83	9,83	**4,92**
ACLARACIÓN DE DUDAS	4,67	4,75	9,42	**4,71**
ATENCIÓN TELEFÓNICA	4,67	4,64	9,31	**4,66**
AMABILIDAD	5,00	4,92	9,92	**4,96**
TIEMPO DE RESPUESTA	4,83	4,42	9,25	**4,63**
PRESENTACIÓN DEL PERSONAL	5,00	4,77	9,77	**4,89**
CALIDAD	4,67	4,27	8,94	**4,47**
PRECIO	4,33	4,29	8,62	**4,31**
VARIEDAD	4,33	4,14	8,47	**4,24**
PÁGINA WEB DE INGEOMINAS	4,00	4,13	8,13	**4,07**
CUMPLIMIENTO DE COMPROMISOS	4,33	4,50	8,83	**4,42**
PRESENTACIÓN GENERAL	4,17	4,50	8,67	**4,34**
SEÑALIZACIÓN	4,20	4,33	8,53	**4,27**
BAÑOS	4,33	4,36	8,69	**4,35**
TOTAL	67,53	67,62		
PROMEDIO TOTAL X PUNTO DE ATENCIÓN	**4,50**	**4,51**	**9,01**	**4,51**

RESULTADOS IBAGUÉ

ATENCIÓN AL CLIENTE

Promedio General: 4,50

Promedio Empleados: 4,74
Promedio Producto/ Servicio: 4,33
Promedio Instalaciones: 4,23

- En el Precio, Calidad y Variedad hay desconocimiento por parte de los encuestados, ya que la mayoría de ellos contestaron No Sabe/ No Responde. Esto indica que no conocen todo el portafolio de Productos y Servicios que tiene INGEOMINAS en Ibagué.

- La Presentación General de las Instalaciones, el 14% de los encuestados contestaron Regular, lo que indica que hay inconformidad en las Instalaciones de Ibagué, por parte de los clientes.

- La Página Web, la calificaron en el 14% como Regular, también se aprecia el desconocimiento de los clientes en un porcentaje significativo.

- En el Cumplimiento de Compromisos el 14% contestaron Regular, lo que indica que no se están entregando los productos o servicios en el tiempo estipulado por los funcionarios, generando inconformidad en los clientes.

ATENCIÓN AL MINERO

Promedio General: 4,51

Promedio Empleados: 4,73
Promedio Producto/ Servicio: 4,27
Promedio Instalaciones: 4,40

- La Página Web muestra un desconocimiento significativo por parte de los clientes y el 8% de los encuestados contestaron que era Regular. Lo que confirma que hay cosas que mejorar en el sitio Web del instituto.

- Igualmente hay un desconocimiento de los Productos y Servicios debido a que la mayoría de los encuestados respondieron No Sabe/ No Responde en las variables Calidad, Precio y Variedad.

RECOMENDACIONES IBAGUÉ

ATENCIÓN AL CLIENTE

? Se recomienda diseñar algún tipo de formato con el cual el cliente externo, pueda expresar sus necesidades y gustos en relación con los Productos o Servicios que les gustaría encontrar en el Instituto.

? Fortalecer el uso de material divulgativo que dé a conocer al cliente, todos los Productos y Servicios que puede encontrar en INGEOMINAS como: folletos, catálogos, CD's y afiches.

? Evaluar qué posibilidades hay para mejorar el aspecto físico de las Instalaciones con el fin de hacerlas agradables a la vista de los clientes en el momento en que hacen su visita a la sede de INGEOMINAS en Ibagué.

ATENCIÓN AL MINERO

? Diseñar una vitrina donde se muestren todos los Productos del servicio minero, las publicaciones sobre minería y todo lo concerniente a éste tema para que los clientes puedan conocer los diferentes Productos que se ofrecen.

Como apoyo también el punto de atención debe fortalecer el material gráfico que tiene para informar y promocionar los diferentes Productos y Servicio que se ofrecen. Se recomienda el uso de brochures, CD's, catálogos y afiches.

? Los clientes de atención al minero son los que más utilizan la Página Web de INGEOMINAS, debido a que las radicaciones del Catastro Minero se realizan por medio de ésta. Debido a esto recomendamos que se activen diferentes links para facilitar el uso de esta herramienta en el momento en el cual el cliente hace su radicación.

INGEOMINAS IBAGUÉ

? Para fortalecer el conocimiento que existe de la Página Web, se recomienda utilizar material informativo que dé a conocer sus usos, beneficios, dirección, etc. Los computadores que son de uso exclusivo de los clientes, debe de tener abierta la ventana del sitio Web del Instituto.

MATRIZ DE PROMEDIO DE CALIFICACIÓN – OBS. POPAYÁN

	ATENCIÓN AL MINERO	BIBLIOTECA	TOTAL	PROMEDIO TOTAL
CONOCIMIENTO DEL TEMA	4,67	4,59	9,26	**4,63**
CLARIDAD EN LA COMUNICACIÓN	5,00	4,94	9,94	**4,97**
ACLARACIÓN DE DUDAS	5,00	4,82	9,82	**4,91**
ATENCIÓN TELEFÓNICA	4,33	4,67	9,00	**4,50**
AMABILIDAD	5,00	4,97	9,97	**4,99**
TIEMPO DE RESPUESTA	4,33	4,88	9,21	**4,61**
PRESENTACIÓN DEL PERSONAL	5,00	4,94	9,94	**4,97**
CALIDAD	4,67	4,40	9,07	**4,54**
PRECIO	4,50	4,33	8,83	**4,42**
VARIEDAD	4,50	4,67	9,17	**4,59**
PÁGINA WEB DE INGEOMINAS	4,50	4,50	9,00	**4,50**
CUMPLIMIENTO DE COMPROMISOS	4,00	4,50	8,50	**4,25**
PRESENTACIÓN GENERAL	5,00	4,88	9,88	**4,94**
SEÑALIZACIÓN	5,00	4,93	9,93	**4,97**
BAÑOS	3,67	5,00	8,67	**4,34**
TOTAL	69,17	71,02		
PROMEDIO TOTAL X PUNTO DE ATENCIÓN	**4,61**	**4,73**	**9,35**	**4,67**

RESULTADOS POPAYÁN

ATENCIÓN AL MINERO

Promedio General: 4,61

Promedio Empleados: 4,76
Promedio Producto/ Servicio: 4,43
Promedio Instalaciones: 4.56

- Los Baños en un 33% los clientes los calificaron como Regular, lo que hizo que afectara el promedio de las Instalaciones en Popayán.

BIBLIOTECA

Promedio General: 4,73

Promedio Empleados: 4,83
Promedio Producto/ Servicio: 4,48
Promedio Instalaciones: 4,94

- Existe un desconocimiento de la Página Web por la mayoría de las personas encuestadas ya que el 88% respondieron No Sabe/ No Responde.

- Igualmente hay un desconocimiento de los Productos/ Servicios que se ofrece en el instituto.

RECOMENDACIONES POPAYÁN

ATENCIÓN AL MINERO

? Evaluar las condiciones en que se encuentran los Baños, para poder prestar un mejor servicio a los clientes.

BIBLIOTECA

? Para ofrecerle mayor comodidad a los clientes externos, se recomienda la creación de una sala de ventas en donde las personas puedan pedir y comprar los Productos.

? Se recomienda, que el personal que atiende público en el Observatorio, conozca primero el portafolio de Productos y Servicios que ofrece INGEOMINAS, el material informativo y promocional (catálogos, CD's, afiches y brochures) con el fin de darlos a conocer y poder hablar de ellos con propiedad.

INGEOMINAS POPAYÀN

? Los Baños, al igual que el resto de dependencias, deberían contar con una Señalización propia que permita que los clientes los encuentren y los identifiquen con mayor facilidad.

? La sede en Popayán debe contar con material que promueva el uso de la Página Web de INGEOMINAS. Este material debe tener la dirección, beneficios, Productos y Servicios, usos, etc. que puede ofrecer el sitio Web a los clientes externos.

Se recomienda que los computadores que son de uso público siempre tenga abierta la ventana del sitio Web del Instituto para que los clientes de entrada lo vean, conozcan y lo utilicen.

MATRIZ DE PROMEDIO DE CALIFICACIÓN – OBS. PASTO

	ATENCIÓN AL CLIENTE	ATENCIÓN AL MINERO	BIBLIOTECA	TOTAL	PROMEDIO TOTAL
CONOCIMIENTO DEL TEMA	4,40	4,78	4,50	13,68	**4,56**
CLARIDAD EN LA COMUNICACIÓN	4,20	4,89	4,25	13,34	**4,45**
ACLARACIÓN DE DUDAS	4,20	4,88	4,75	13,83	**4,61**
ATENCIÓN TELEFÓNICA	4,00	4,88	4,00	12,88	**4,29**
AMABILIDAD	4,60	5,00	4,75	14,35	**4,78**
TIEMPO DE RESPUESTA	4,20	4,50	4,25	12,95	**4,32**
PRESENTACIÓN DEL PERSONAL	4,50	4,71	4,75	13,96	**4,65**
CALIDAD	4,40	4,50	5,00	13,90	**4,63**
PRECIO	4,50	4,00	3,50	12,00	**4,00**
VARIEDAD	4,67	3,86	4,00	12,53	**4,18**
PÁGINA WEB DE INGEOMINAS	4,33	3,63	4,33	12,29	**4,10**
CUMPLIMIENTO DE COMPROMISOS	4,50	3,63	4,33	12,46	**4,15**
PRESENTACIÓN GENERAL	4,00	3,44	2,75	10,19	**3,40**
SEÑALIZACIÓN	4,00	3,22	2,75	9,97	**3,32**
BAÑOS	4,33	3,00	1,67	9,00	**3,00**
TOTAL	64,83	62,90	59,58		
PROMEDIO TOTAL X PUNTO DE ATENCIÓN	**4,32**	**4,19**	**3,97**	**12,48**	**4,16**

RESULTADOS PASTO

ATENCIÓN AL CLIENTE

Promedio General: 4,32

Promedio Empleados: 4,30
Promedio Producto/ Servicio: 4,48
Promedio Instalaciones: 4,11

? La Atención Telefónica en el Grupo de Trabajo Regional Pasto fue calificada entre Excelente y Bueno por el 80% de las personas encuestadas y 20% restante lo calificaron como Malo, indicando que se puede mejorar el servicio telefónico.

? En el Tiempo de Respuesta, el 80% de las personas encuestadas lo calificaron entre Excelente y Bueno y el 20% restante respondieron Malo, indicando que se puede mejorar el tiempo de respuesta para los usuarios.

ATENCIÓN AL MINERO

Promedio General: 4,19

Promedio Empleados: 4,80
Promedio Producto/ Servicio: 3,92
Promedio Instalaciones: 3.22

? El 77% de las personas encuestadas calificaron el servicio de la Página Web entre Excelente y Bueno y un 22% lo calificaron como Malo, lo que nos indica que se que se puede fortalecer la Página Web Institucional; ésta observación es a nivel nacional y por lo tanto la actividad para la mejora de la percepción de los usuarios debe manejarse de igual forma.

? En cuanto al Cumplimiento de Compromisos, el 56% de los encuestados lo calificaron como Excelente o Bueno y un 22% lo calificó como Regular y otro 11% como Muy Malo. Muchos de los trámites, especialmente en el Servicio Minero, dependen de la respuesta de otras sedes o de la sede central. Por lo tanto los tiempos de entrega y respuesta se deben mejorar a nivel de procesos a nivel nacional.

? El 33% de las personas encuestadas calificaron entre Excelente y Bueno la Presentación General de las Instalaciones y el 67% restante lo calificaron como Regular.

? Hay clientes quienes se quejan sobre el espacio de las Instalaciones, sugiriendo que no es el adecuado para atender de forma idónea a todos los usuarios quienes requieren de un Servicio o Producto.

? En general la Señalización (Excelente = 11%, Bueno = 22%, Regular = 45% y Malo = 22%) y los Baños (Excelente = 11%, Bueno = 11%, Regular = 34% y Malo = 33%) de la sede actual del Observatorio en Pasto, no fueron bien calificadas. Estas dos variables son esenciales para facilitar al cliente su ubicación/ orientación dentro de las Instalaciones y la buena prestación del servicio a nivel general

BIBLIOTECA

Promedio General: 3,97

Promedio Empleados: 4,46
Promedio Producto/ Servicio: 4,23
Promedio Instalaciones: 2,39

- El factor Instalaciones tuvo el promedio de calificación más bajo y en cuanto a las variables del estudio (Presentación General de las Instalaciones, Señalización y los Baños), todas tuvieron un promedio de calificación malo.

- En una de la sugerencias de los encuestados, éste comenta que la Biblioteca no cuenta con suficiente espacio para atender de forma cómoda las necesidades de quienes la visitan y utilizan sus servicios.

- Los Precios que se manejan para la compra de los Productos/ Servicios, no es bien percibido por el 50% de las personas quienes contestaron la encuesta.

RECOMENDACIONES PASTO

ATENCIÓN AL CLIENTE

? Se recomienda que por medio de capacitaciones permanentes en el tema de servicio al cliente se fortalezcan las competencias y habilidades en este tema, por parte del Grupo de Trabajo. Esta estrategia debe ser implementada a nivel nacional, coordinada por la Sede Central.

ATENCIÓN AL MINERO

? Para mejorar la atención al cliente, se sugiere realizar capacitaciones que brinden herramientas para la prestación del servicio en el OVS de Pasto; estos entrenamientos obedecen a una estrategia y gestiones institucionales. Al igual es importante seguir fortaleciendo la infraestructura para la prestación del servicio.

BIBLIOTECA

? Con el fin de mejorar la percepción que tienen los clientes acerca del los Precios, se piensa implementar una estrategia a nivel nacional de concientización utilizando material informativo y educativo que les comunique a nuestros clientes los beneficios que recibirían al adquirir los Productos o Servicios en INGEOMINAS.

INGEOMINAS PASTO

? Teniendo en cuenta el cambio de sede del Observatorio, el cual traerá consigo el mejoramiento de la percepción de los clientes, en cuanto al confort general e instalaciones del Observatorio, se debe seguir fortaleciendo por ahora todas las acciones para la mejora en el servicio al cliente, en la sede actual.

? Es recomendable que se mejore la Señalización con el fin de que los clientes externos puedan orientarse con mayor facilidad dentro de las Instalaciones; se espera que para el año entrante éste proyecto se realice a nivel nacional.