

Estudio de percepción de la calidad del servicio

Dirección Técnica de Asuntos Nucleares

Laboratorios de Ensayos

Informe Anual 2022

Dirección General

Grupo de Trabajo Participación y Atención a la Ciudadanía

marzo de 2023





Ficha técnica

NOMBRE DEL ESTUDIO: Estudio de percepción de la calidad del servicio de los Laboratorios de Ensayos

GRUPO DE TRABAJO EVALUADOR: Participación y Atención a la Ciudadanía – con información que reposa en repositorios.

TIPO DE USUARIOS: El tipo de usuario que compone el universo del estudio son los representantes de las organizaciones públicas o privadas, entidades científicas y técnicas, y los funcionarios y contratistas del SGC.

TIPO DE MUESTREO: La técnica de muestreo que se utilizó fue No Probabilístico de tipo intencional.

CANTIDAD DE ENCUESTAS: Se enviaron las encuestas a 110 usuarios, de los cuales contestaron 14 lo que representa el 10% de la población objeto del estudio.

PREGUNTAS QUE SE FORMULARON: Para el estudio se utilizaron preguntas cerradas y abiertas. Se incluyeron preguntas cerradas con seis (6) fines: a) permita determinar el tipo de usuario que contestó el instrumento, b) conocer qué servicios utilizaron, c) identificar la percepción de los usuarios encuestados con relación a la calidad del servicio prestado por el SGC, d) conocer, de acuerdo a la opinión del encuestado con relación a su última experiencia con el servicio, si éste, ha mejorado, sigue igual o ha desmejorado, e) experiencia con el servicio ofrecido mediante la página Web institucional y por último f) averiguar por medio de qué canal de comunicación tuvo contacto con el personal de los laboratorios y si fue oportuna.

Las preguntas abiertas tienen cuatro (4) propósitos: a) permiten conocer el por qué los usuarios se sintieron insatisfechos con algún servicio en específico, b) identificar por qué consideran que la información de servicios que aparece en el portal web institucional no es clara, c) averiguar qué trámites, productos o servicios necesitan que se incluyan dentro de la oferta del portafolio de la entidad y d) establecer por medio de sugerencias, las no conformidades de las personas encuestadas con los aspectos evaluados y le ofrece un espacio para que éstos mismos puedan dar a conocer sus propuestas en cómo se podría fortalecer el servicio.



Ficha técnica

TÉCNICA DE RECOLECCIÓN: Encuesta personal que se envió al correo electrónico, de forma digital, a todos los usuarios que utilizaron los servicios de los laboratorios de ensayos de la Dirección Técnica de Asuntos Nucleares durante la vigencia 2022. Las bases de datos que se utilizaron para el envío de las encuestas, fueron suministrados mensualmente por el área técnica al representante del Grupo de Trabajo de Participación Ciudadana y Comunicaciones quien se hacía cargo del envío. Los usuarios quienes conformaban las bases de datos eran las personas que habían terminado todo el ciclo del servicio en el mes anterior.

Es necesario aclarar que la encuesta se envía a los usuarios que utilizaron el servicio de los laboratorios. Esto quiere decir que si un usuario utilizó algún servicio en diferentes momentos del año, se le enviará la encuesta en varias oportunidades, por lo tanto, se puede presentar la situación que varias encuestas diligenciadas sean de un solo usuario.

COBERTURA GEOGRÁFICA: Los usuarios de los Laboratorios de Ensayos que residen en diversas zonas del territorio nacional.

PERIODO: Año 2022





Método de evaluación utilizada

Para determinar el nivel de calidad percibida por los usuarios encuestados sobre el servicio que ofrecen los Laboratorios de Ensayos, se presentaron en la encuesta opciones para que los encuestados determinaran el nivel de calidad del servicio contestando una (1) de cinco (5) opciones que son: Superior, Alta, Media, Baja e Inferior.

Para medir los resultados se asignó un valor numérico a cada nivel de calidad percibida. El valor numérico que le correspondió a la respuesta Superior fue de 4, para Alta fue 3, Media con 2, Baja con 1, e Inferior 0.

Para facilitar el entendimiento de cómo se define el nivel de calidad de un servicio evaluado, se utilizará un ejemplo que se puede apreciar a continuación:

Ejemplo:
100 personas encuestadas

Respuestas de los encuestados:

40 → Superior
20 → Alta
15 → Media
5 → Baja
10 → Inferior
10 → No aplica

Nivel de calidad	Rangos
Superior	4,00 - 3,40
Alta	3,39 - 2,80
Media	2,79 - 2,40
Baja	2,39 - 1,60
Inferior	1,59 - 0,00

Superior → 40 personas * 4 (valor numérico asignado a nivel de calidad Superior) = 160

Alta → 20 personas * 3 (valor numérico asignado a nivel de calidad Alta) = 60

Media → 15 personas * 2 (valor numérico asignado a nivel de calidad Media) = 30

Baja → 5 personas * 1 (valor numérico asignado a nivel de calidad Baja) = 5

Inferior → 10 personas * 0 (valor numérico asignado a nivel de calidad Inferior) = 0

*No se incluyen aquellas personas encuestadas quienes respondieron **No aplica**.*

Se suman los resultados → 160 + 60 + 30 + 5 + 0 = 255

Se toma éste último valor y se divide por la cantidad de personas quienes contestaron la encuesta definiendo un nivel de calidad para el servicio evaluado y en este caso sería 90 personas.

Nivel de calidad del servicio o trámite → 255 / 90 personas

= 2,83.

El Nivel de Calidad 2,83 representa en la tabla un servicio o trámite de **Alta Calidad**.



Método de evaluación utilizada

Calidad Superior: La percepción de los usuarios es positiva; no encuentran aspectos del servicio que requiera mejoras por lo tanto lo consideran un servicio de Calidad Superior.

Calidad Alta: Las experiencias de las personas con el servicio han sido generalmente positivas pero hay ciertos aspectos que opinan, se podrían fortalecer.

Calidad Media: Es un servicio que tiene aspectos positivos y negativos y es necesario realizar acciones de mejora en el corto plazo.

Calidad Baja: Un servicio de calidad baja ofrece una experiencia generalmente negativa, pero hay ciertos aspectos de éste que aún se pueden rescatar como positivos y requiere de mejoras en un periodo de tiempo inferior a seis meses.

Calidad Inferior: La percepción que tienen los usuarios que califican así el servicio valorado, plantean una experiencia negativa y requieren acciones correctivas urgentemente.

Los servicios que han sido considerados de calidad **Superior** o **Alta** muestran un resultado positivo y al relacionar el número de usuarios que hicieron estas calificaciones con el total, definen el porcentaje de

favorabilidad de calidad de servicios. Se determina que los servicios calificados con calidad **Media**, **Baja** e **Inferior**, que al sumar los porcentajes de personas que los calificaron negativamente y este resultado da igual o superior al **30%**, deben tener acciones de mejora.

Es necesario mencionar que el periodo de tiempo en que se debe realizar las acciones de mejora dependen del nivel de calidad que obtuvieron cada uno de los servicios evaluados. En cuanto el resultado haya sido más bajo, mayor será la urgencia.

Si en las gráficas circulares se observa que la suma de quienes calificaron los servicios con calidad **Baja** e **Inferior** supera el **10%**; se considerarán que estos servicios se deben fortalecer con mayor urgencia.



Método de evaluación utilizada

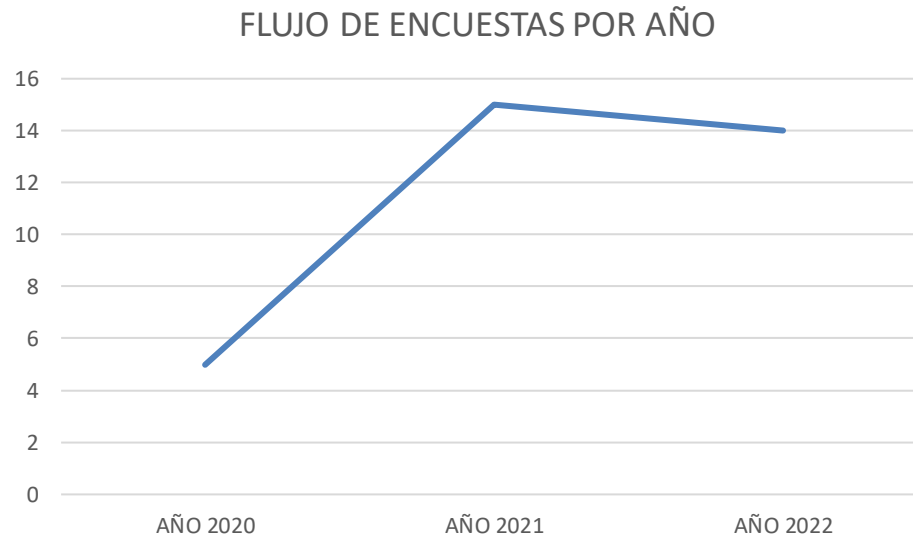
Para evaluar los aspectos del servicio no especializados por el grupo de trabajo que integran el instrumento de recolección de datos (encuesta), se determina si el resultado es positivo o negativo de acuerdo a la proporción de usuarios que seleccionaron uno de los siguientes calificativos: **Excelente**, **Bueno**, **Regular** o **Malo**; según sus experiencias y opiniones. Las primeras dos (2) representan los resultados positivos y las últimas dos (2) los negativos. En el momento de presentar estos resultados en un informe no se genera un puntaje final o se determina un nivel de calidad, sino que se analiza las proporciones porcentuales que cada calificativo tuvo por cada aspecto del servicio evaluado.

Si la sumatoria porcentual de las personas encuestadas que seleccionaron las opciones **Regular** y **Malo** es igual o supera el **25%**, es un servicio que requiere acciones de mejora urgentemente.

Para el caso de este estudio también se recomendará acciones de mejora en el corto plazo para aquellos aspectos del servicio cuyo resultado porcentual este entre el **15 – 24%**.



Crecimiento en el número de encuestas aplicadas

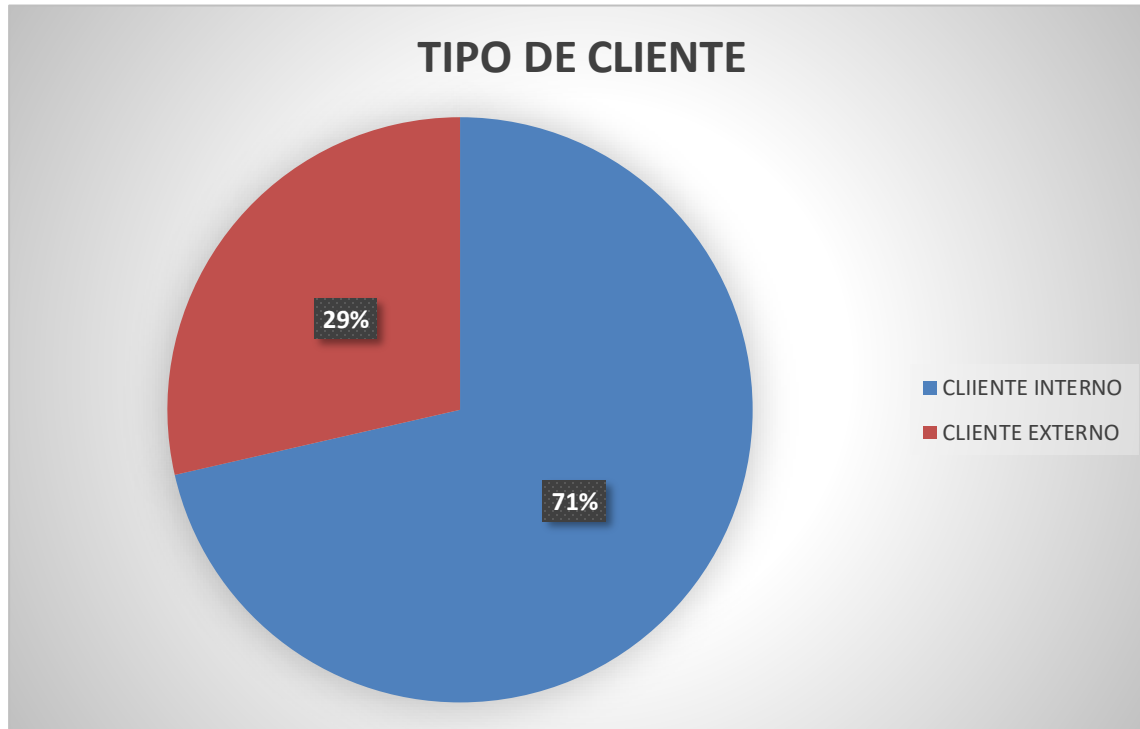


Al comparar la cantidad de encuestas diligenciadas entre las vigencias 2020, 2021 Y 2022 se puede evidenciar en la gráfica que se presentó una leve disminución en el año 2022 con relación al año inmediatamente anterior.

Desde el Equipo de participación ciudadana, estamos trabajando en la mejora y fortalecimiento de cada uno de los canales de participación ciudadana para lograr alcanzar muestras poblacionales más representativas.



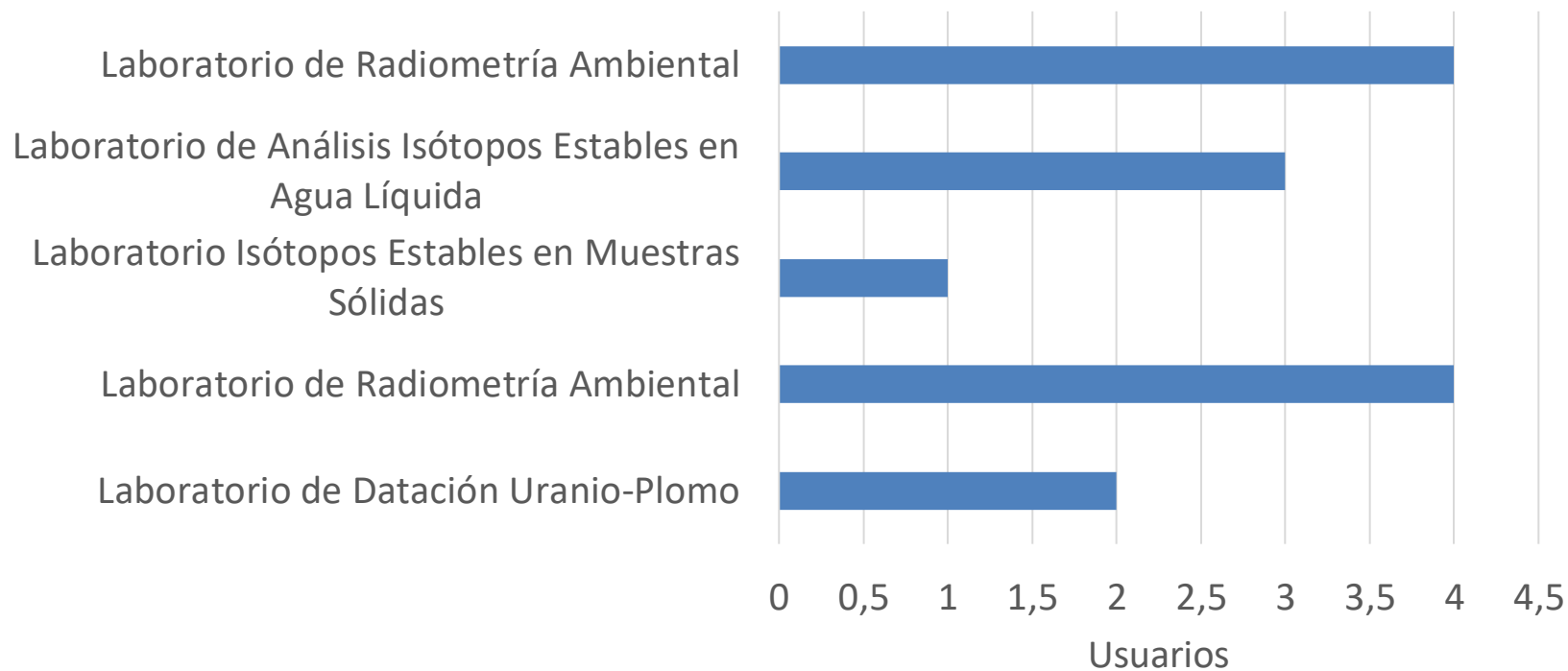
Crecimiento en el número de encuestas aplicadas



Según los resultados que se puede apreciar en la gráfica de torta, se observa que el **71%** de la muestra poblacional son usuarios internos en razón de (10) y el **29%** restante corresponde a un (4) usuario externo.



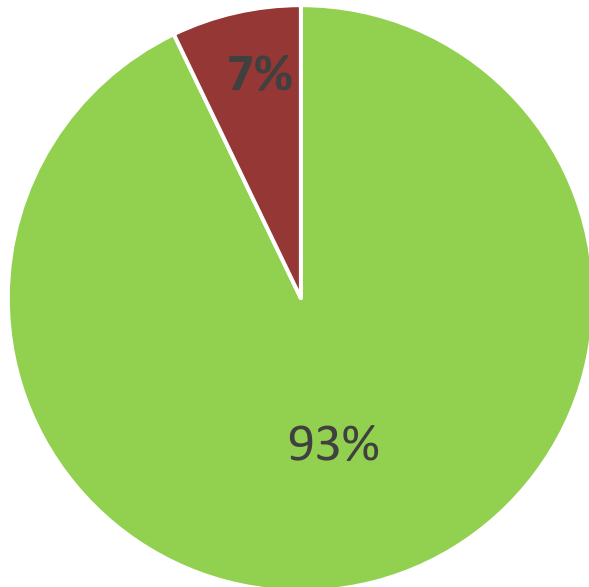
Servicios recibidos





Aspectos del servicio evaluados

¿La orientación Técnica fue clara?



■ SI ■ NO ■ N/A

Se puede apreciar en los resultados recolectados durante el año 2022 en el aspecto *Confiabilidad en la orientación técnica*, que el **93%** de los usuarios encuestados piensan que este aspecto del servicio tiene un nivel de calidad **Superior** o **Alta**. El **7%** restante hace referencia a una sola persona que responde N/A

Según los datos recolectados, no se hace necesario realizar acciones de mejora que permita fortalecer la orientación técnica dada a los usuarios que atiende la ORMS, pero si mantener el estándar de calidad.

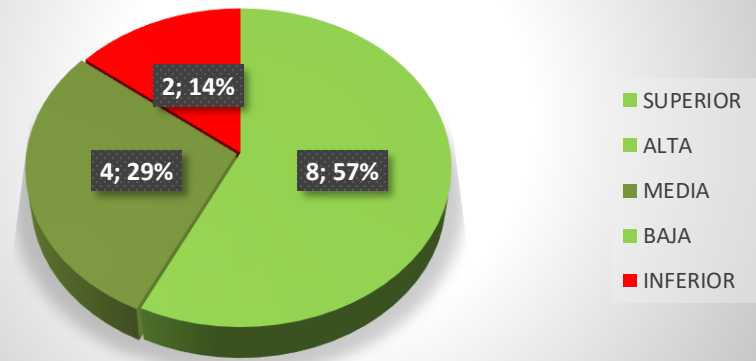


Aspectos del servicio evaluados

En la gráfica circular, se puede valorar que La *Oportunidad en la elaboración de la cotización* tuvo un resultado ubicado en una percepción de servicio de calidad MEDIO, como resultado del análisis de respuestas de los encuestados que es: el **57%** de los usuarios que respondieron la encuesta piensan que este aspecto tiene un nivel de calidad **ALTA** y el **29%** restante lo consideran de calidad **MEDIA**.

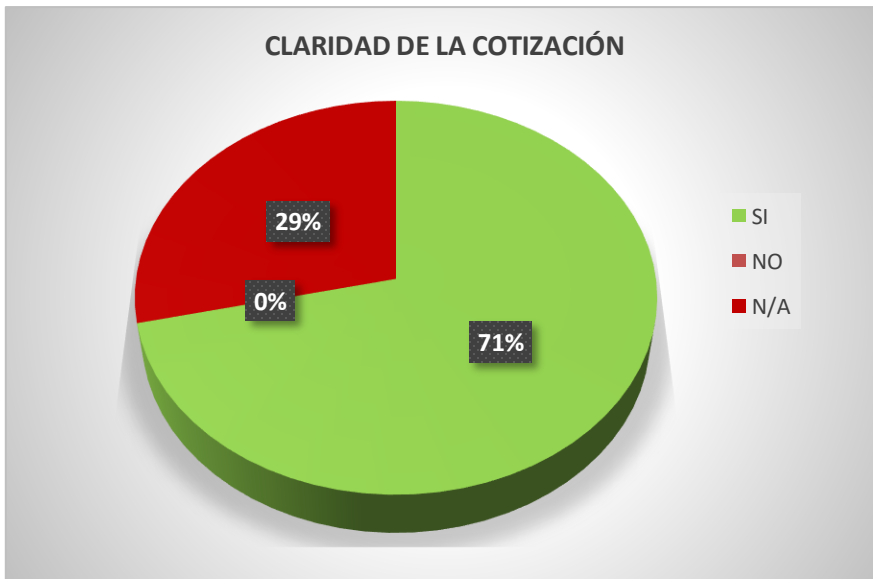
Para ello es fundamental realizar acciones de mejora que logren aumentar el estándar de calidad en la oportunidad de elaboración de la cotización, lo cual se debe lograr reduciendo los tiempos de envío de la cotización.

Oportunidad en elaboración de la cotización





Aspectos del servicio evaluados



En este caso, el aspecto *Claridad en el contenido y términos de la cotización* fue calificado por el 71% de los encuestados de manera positiva y el 29% restante manifestaron que no aplicaba.

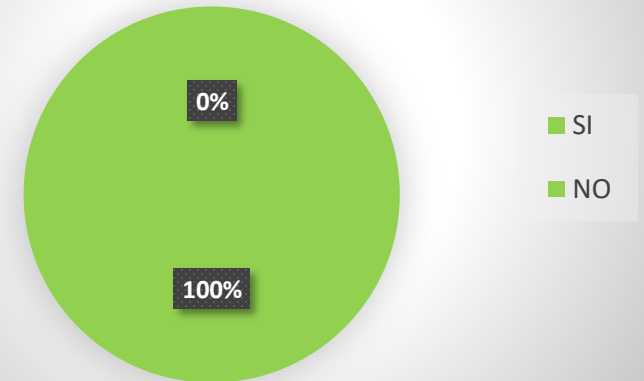
Por tanto no se requiere acción de mejora frente a la prestación del servicio, pero si se requiere el acercamiento al usuario para que de respuestas claras en las encuestas.



Aspectos del servicio evaluados

Los resultados concernientes a la *Claridad en el contenido de la orden de servicios* fueron en su totalidad positivos por lo que puede ser calificado como **ALTO**, sin generar ninguna acción de mejora.

CLARIDAD EN EL CONTENIDO DE LA ORDEN DE SERVICIOS





Aspectos del servicio evaluados



Respecto de este ítem, encontramos una mejora considerable en la percepción del usuario, pues en el año 2021, se denotaba en un gran porcentaje la insatisfacción del usuario, por el contrario este año muestra un **93%** de satisfacción por lo que muestra mejora en el proceso, que se debe sostener y superar en el presente calendario.

Frente al 7% mostrado en la gráfica, este hace alusión a tan solo un usuario que respondió no aplica en la encuesta.



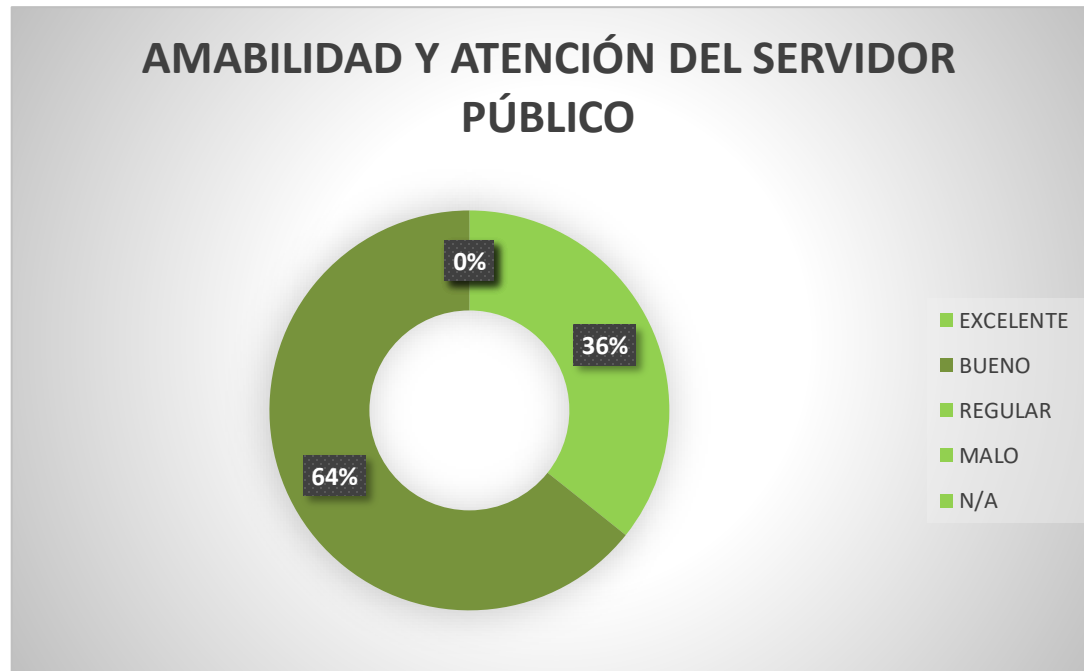
Aspectos del servicio evaluados

Los resultados concernientes a la *Claridad de los resultados suministrados* fueron en totalmente positivos porque el **100%** de la muestra consideran que el nivel de calidad de este aspecto es **SUPERIOR o ALTO**.





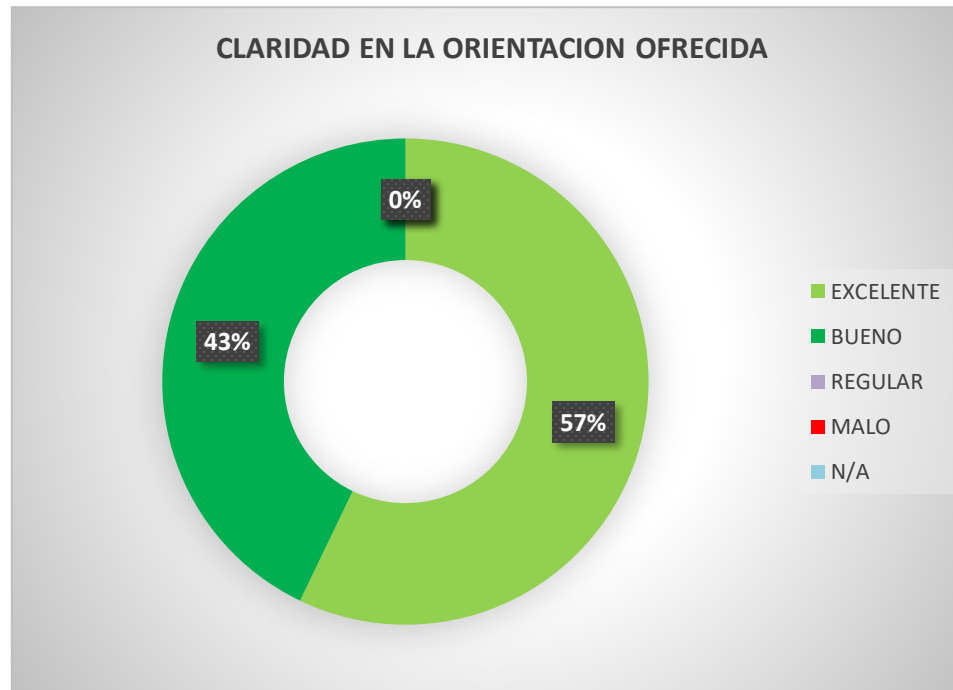
Aspectos del servicio evaluados



Se puede apreciar que la *Amabilidad y atención del servidor público* tuvo un resultado positivo debido a que el **100%** de los usuarios encuestados lo calificaron como **Excelente** o **Bueno** sin ninguna calificación negativa.



Aspectos del servicio evaluados



En cuanto a la claridad en la orientación ofrecida, este aspecto del servicio tuvo un resultado positivo debido a que el **100%** de los usuarios encuestados lo calificaron como **Excelente** o **Bueno**.



Experiencia en los laboratorios

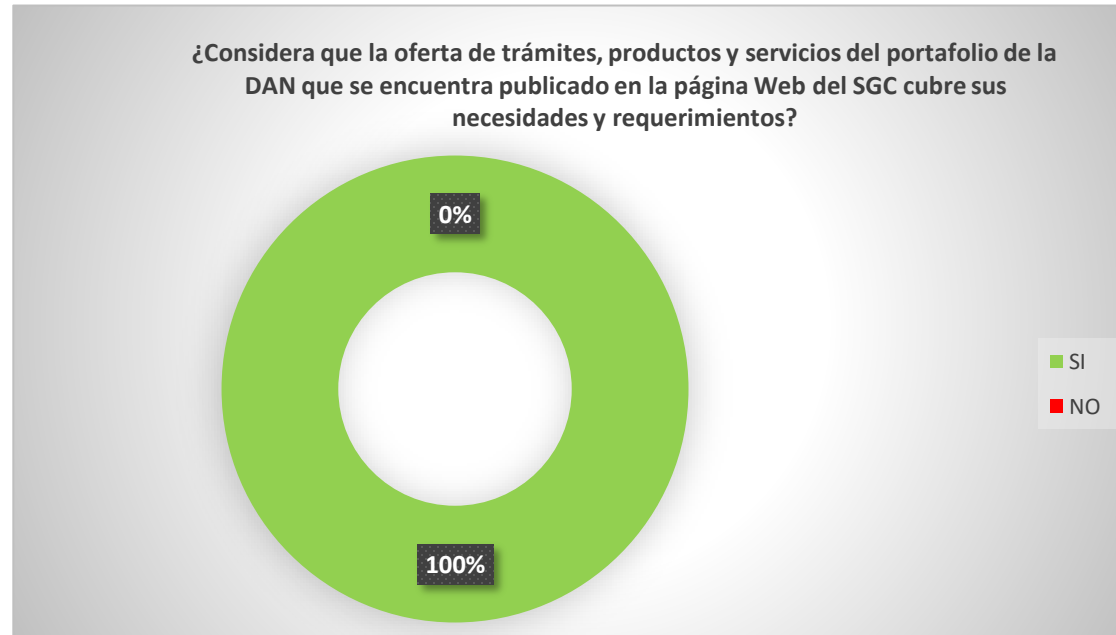


Los usuarios encuestados tuvieron la posibilidad de expresar si el servicio de acuerdo a su última experiencia ha **Mejorado**, **Sigue igual** o ha **Desmejorado**.

En la gráfica de torta, se puede observar que el **86%** de las personas encuestadas consideran que el servicio se ha **Mantenido igual**, una proporción importante de personas representados por el **80%** consideran que la calidad del servicio **Sigue igual** y un **6,67%** de las personas piensan que ha **Desmejorado**.n solo un 14% representado en 2 personas no saben.



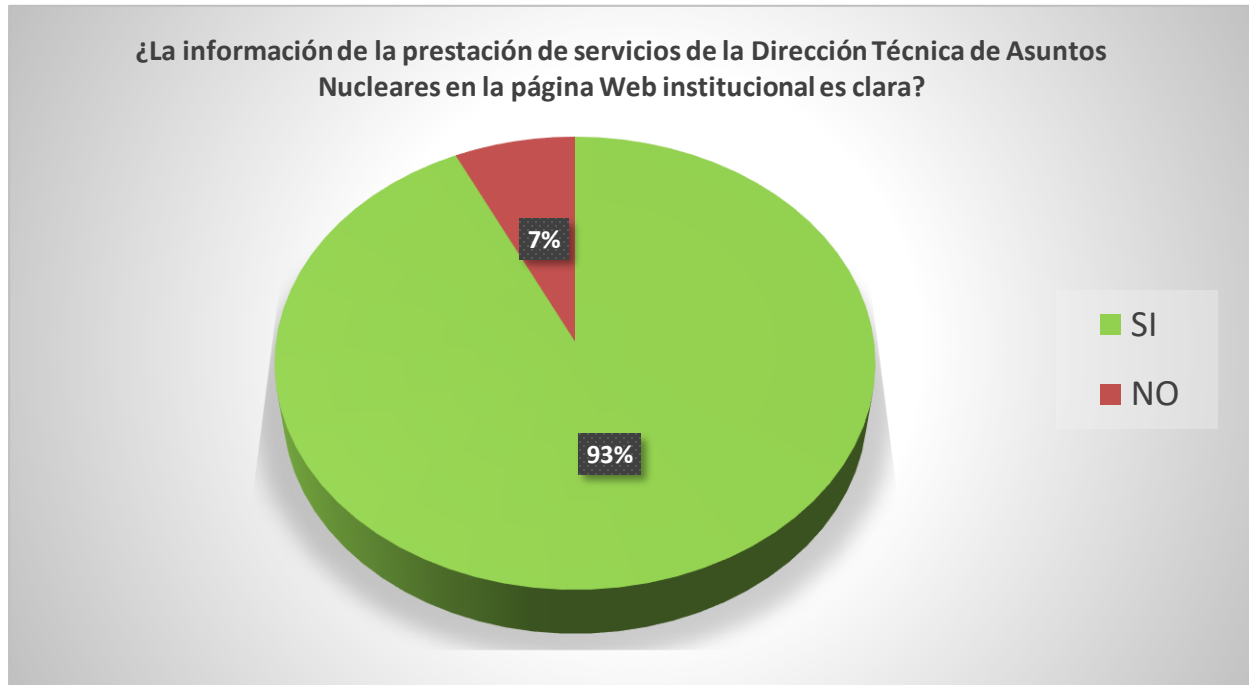
Portafolio del DAN



La oferta de trámites, productos y servicios del portafolio de la DAN cubre las necesidades y requerimientos de la totalidad de los encuestados con un (100%) de satisfacción. Este resultado nos lleva a mantener los estándares de calidad para que podamos mantener este porcentaje de satisfacción en 100%



Información de servicios



El **93%** de los encuestados consideran que la *información de servicios de la Dirección de Asuntos Nucleares en la página Web institucional* es clara.

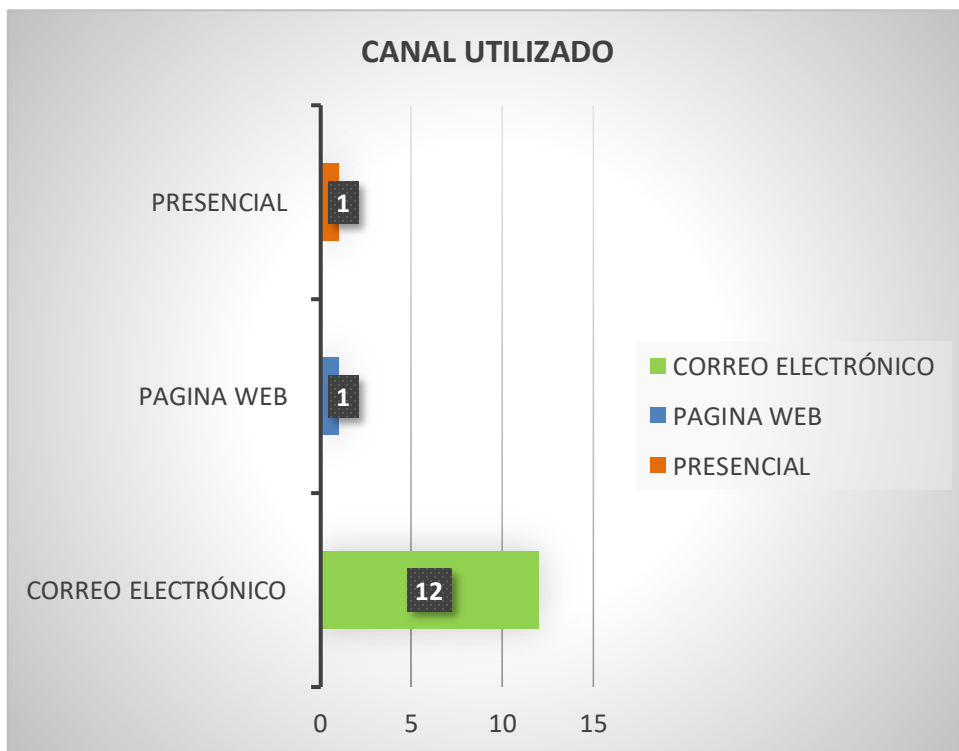
El 7% esta representado en 1 persona que indica que la información no es clara e indica su inconformidad de la siguiente manera:

“No es claro prestan servicio de análisis de isótopos estables en líquidos externamente”

Por lo anterior y en aras de dar claridad al usuario se requiere un análisis de la información en el sentido mencionado.



Canales de comunicación



El canal de comunicación más utilizado por los encuestados para contactar al personal de la ORMS fue el correo electrónico, seguido por la página web institucional y la atención presencial brindada en la sede CAN.

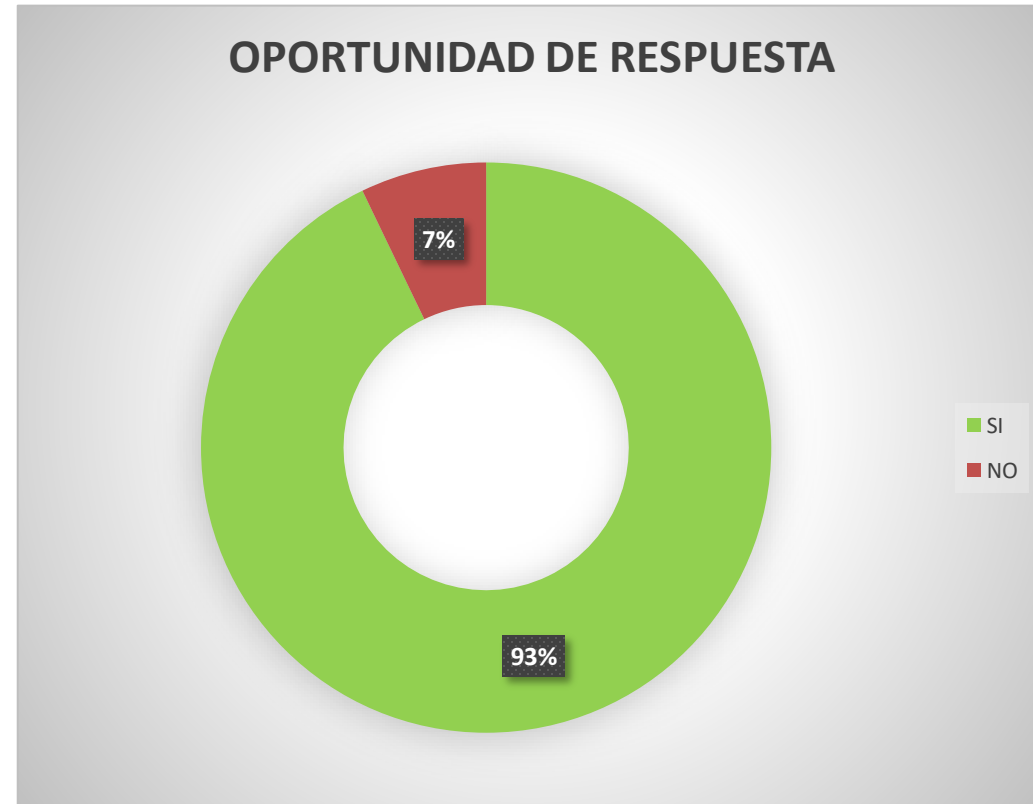
Esto muestra claramente la importancia del correo electrónico para las comunicaciones entre la entidad y sus usuarios.



Canales de comunicación

Se puede observar en la gráfica de torta que el **93%** de los usuarios consideran que las respuestas por los canales de atención del SGC fueron oportunas, pero por el contrario, el **7%** restante opinaron que se debe agilizar aún más.

La persona que respondió negativamente mencionó que: ***“Aun no recibo respuesta para la asignación de una cita para analizar unos frotis, se envió hace aproximadamente 3 semanas.”***





Conclusiones y recomendaciones

El estudio de percepción realizado sobre los servicios ofrecidos a los usuarios de los Laboratorios de Ensayos determinó que el nivel de calidad es de **3,2 sobre 4,0**, definiendo la calidad como **ALTA**. Lo que denota una mejora en los puntos críticos que presente la labor para el año 2021, se debe buscar un mayor fortalecimiento frente a temas de calidad en el servicio a fin de mantener o mejorar la percepción de los ciudadanos.

1. El estudio de percepción realizado durante la vigencia 2022 tuvo una pequeña disminución en cuanto a participación de usuarios, con relación a la realizada en el año 2021, lo que da como resultado un estudio que debe plantear la mejora en sus niveles de confiabilidad.
2. Hubo aspectos del servicio detectados que requieren según los resultados, realizar acciones de mejora en el corto plazo que permitan fortalecer la **Información dispuesta en la Pagina Web**.
3. La percepción de los aspectos del servicio no especializados fue en general positiva y no requiere acciones de mejora .
4. Aunque se detectó aspectos del servicio que requieren mejoras, también se ha podido evidenciar un porcentaje importante de personas quienes reconocen que los servicios ofrecidos por los laboratorios de ensayos **Sigue igual**, por lo que se debe continuar en la búsqueda de la mejora continua de la prestación de los servicios, para mejorar los estándares de calidad.



Conclusiones y recomendaciones

Es necesario que este estudio de percepción se continúe realizando de forma continua durante las siguientes vigencias para aumentar la muestra poblacional, hacer el seguimiento del servicio ofrecido durante todo el año, poder realizar acciones de mejora de manera más oportuna, detectar oportunidades de mejora, entre otras cualidades que brinda realizar este tipo de evaluaciones.

Para lograr aumentar el nivel de confiabilidad de los estudios realizados se recomienda realizar las siguientes acciones:

- i. Ubicar piezas impresas con códigos QR en los puntos de atención, con el fin de ofrecer la posibilidad a los usuarios quienes han finalizado el ciclo del servicio y se encuentran presencialmente en la entidad, el acceso directo y en tiempo real a la encuesta.
- ii. Revisar el contenido de las encuestas para que proporcionen preguntas mucho mas claras y así mismo reducir la cantidad de cuestionamientos a fin de poder atraer al encuestado.
- iii. Manejar opciones de respuesta que permitan una medición mas clara y contundente.
- iv. Con el propósito de hacer partícipe a los usuarios, se sugiere enviar a la población objeto del estudio el informe con los resultados, incluyendo las acciones de mejora que propone realizar la DAN.
- v. Elaborar un artículo que se divulgará mediante el boletín externo (Geoflash), redes sociales y correos electrónicos en el cual la dirección comunica las acciones de mejora que ha realizado, el aporte de estos en el fortalecimiento del servicio ofrecido y los beneficios que podrán recibir los usuarios a futuro.



Conclusiones y recomendaciones

- VI. Producir y divulgar un video en el cual se comunica la importancia y utilidad de los estudios de percepción. Se busca sensibilizar e informar a los usuarios la importancia de su participación en el diligenciamiento de las encuestas.

Los estudios de percepción son de gran utilidad para el Servicio Geológico Colombiano, permiten generar datos e información que apoyan la gestión y toma de decisiones de las áreas técnicas, y el fortalecimiento del nivel de calidad del servicio.