

AÑO
2019
2020

DIAGNÓSTICO DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.

ESTÁ FUNDAMENTADO EN UN ENFOQUE DESDE LA DEMANDA DEL CLIENTE POR LOS SERVICIOS Y EL RESULTADO DE LA MEDICIÓN DE SATISFACCIÓN QUE TIENE QUE VER DEFINITIVAMENTE CON LAS PERCEPCIONES QUE DICHO CLIENTE TIENE SOBRE LOS ATRIBUTOS QUE MEDIMOS.

CONTENIDO

PRESENTACIÓN.....	3
1. CONCEPTOS BASICOS.....	4
2. FORMATO PARA DETERMINAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.....	6
3. METODOLOGIA APLICADA.....	7
4. RESULTADOS.....	8
4.1 EXPECTATIVAS INSTITUCIONALES.....	8
4.2 DOCENTES.....	9
4.3 SERVICIOS RECIBIDOS.....	10
4.4 TRAMITES Y OTROS SERVICIOS ADMINISTRATIVOS.....	11
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	14

PRESENTACIÓN

En el momento, lograr la **“SATISFACCIÓN DEL CLIENTE”** es un requisito indispensable para ganarse un lugar en la mente de los clientes y por ende, en el mercado meta. Por ello, el objetivo del Instituto Nacional de Formación Técnica Profesional “INFOTEP”, es mantener *« Satisfecho a cada cliente »* para constituirse en uno de los principales objetivos de todas las áreas funcionales de la institución (Producción Académica, finanzas. Talento Humano, etc.....).

Por tal motivo, resulta de vital importancia que todas las personas que laboran en la Entidad, conozcan cuáles son los beneficios de lograr la **satisfacción del cliente**, cómo definirla, cuales son los niveles de satisfacción, cómo se forman las expectativas en los clientes y en qué consiste el rendimiento percibido, para que de esa manera, estén mejor capacitadas para coadyuvar activamente con todas las tareas que apuntan a lograr la anhelada **satisfacción del cliente**.

1. CONCEPTOS BÁSICOS

Definición de "**Satisfacción del Cliente**":

La **satisfacción del cliente** Se define como "el nivel del estado de ánimo del "**estudiante**" que resulta de comparar el rendimiento percibido del servicio académico con sus expectativas"

Elementos que Conforman la **Satisfacción del Cliente**:

Como se vio en la anterior definición, la **satisfacción del cliente** está conformada por tres elementos:

1. **El Rendimiento Percibido:** Se refiere al desempeño (en cuanto a la entrega de valor) que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir el servicio académico. Dicho de otro modo, es el "**resultado**" que el cliente "**percibe**" que obtuvo en el servicio académico que adquirió.

El rendimiento percibido tiene las siguientes características:

- Se determina desde el punto de vista del cliente, no de la institución.
- Se basa en los resultados que el cliente o estudiante obtiene con el servicio académico.
- Está basado en las percepciones del cliente, no necesariamente en la realidad.
- Sufre el impacto de las opiniones de otras personas que influyen en el cliente.
- Depende del estado de ánimo del cliente y de sus razonamientos. Dada su complejidad, el "rendimiento percibido" puede ser determinado luego de una exhaustiva investigación que comienza y termina en el "cliente".

2. **Las Expectativas:** Las expectativas son las "esperanzas" que los clientes tienen por conseguir algo. Las expectativas de los clientes se producen por el efecto de una o más de éstas cuatro situaciones:

- Promesas que hace la misma institución acerca de los beneficios que brinda el servicio educativo.
- Experiencias de los Egresados de la institución.
- Opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión.
- Promesas que ofrecen los competidores.

En la parte que depende de la Institución, ésta debe tener cuidado de establecer el nivel correcto de expectativas. Por ejemplo, si las expectativas son demasiado bajas no se atraerán suficientes clientes; pero si son muy altas, los clientes se sentirán decepcionados luego de la adquisición del servicio académico.

Un detalle muy interesante sobre este punto es que la disminución en los

Índices de **satisfacción del cliente** no siempre significa una disminución en la calidad del servicio académico; en muchos casos, es el resultado de un aumento en las expectativas del cliente [2] situación que es atribuible a las actividades de académicas (en especial, de la publicidad y las promociones académicas).

En todo caso, es de vital importancia monitorear "regularmente" las "expectativas" de los clientes para determinar lo siguiente:

- Si están dentro de lo que la institución puede proporcionarles.
- Si están a la par, por debajo o encima de las expectativas que genera la competencia.
- Si coinciden con lo que el cliente promedio espera, para animarse a vincularse a la institución.

3. **Los Niveles de Satisfacción:** Luego de realizada la adquisición del servicio académico, los clientes experimentan uno de éstos tres niveles de satisfacción:

o **Muy Satisfecho:** Se produce cuando el desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.

o **Satisfecho:** Se produce cuando el desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente en un porcentaje alto no igual al cien (100).

o **Poco satisfecho:** Se produce cuando el desempeño percibido del servicio académico son alcanzados en porcentajes muy por debajo del cincuenta por ciento (50%).

o **Insatisfecho:** Se produce cuando el desempeño percibido del servicio académico no alcanza las expectativas del cliente o estudiante.

Beneficios de Lograr la Satisfacción del Cliente:

Si bien, existen diversos beneficios que toda institución u organización puede obtener al lograr la satisfacción de sus clientes, éstos pueden ser resumidos en tres grandes beneficios que brindan una idea clara acerca de la importancia de lograr la **satisfacción del cliente**:

- **Primer Beneficio:** El cliente satisfecho, por lo general, vuelve a adquirir el servicio académico. Por tanto, la institución obtiene como beneficio su lealtad y por ende, la posibilidad de venderle el mismo u otros servicios adicionales en el futuro.

- **Segundo Beneficio:** El cliente satisfecho comunica a otros sus experiencias positivas del servicio. Por tanto, la entidad obtiene como beneficio una difusión gratuita que el cliente satisfecho realiza a sus familiares, amistades y conocidos.

- **Tercer Beneficio:** El cliente satisfecho deja de lado a la competencia [2]. Por tanto, la institución obtiene como beneficio un determinado lugar (participación) en el sector.

2. FORMATO PARA DETERMINAR EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

El instrumento de recolección de información fue validado por los responsables de programas y unidades académicas. (Anexo formato de validación), frente al cual no se encontró ningún ajuste, la validación fue de constructo. Encuesta de satisfacción del cliente validada, la cual debido a la pandemia del Covid ajustada y previamente validada ya que no era posible medir la prestación de servicios como biblioteca, cafetería, fotocopiadora, transporte, servicios como el préstamo biblioteca, así como el componente de infraestructura física, debido a la virtualidad desarrollada entre 2020-1 y 2020-2 estos servicios no se están llevando a cabo.

DE MANERA SINCERA CALIFIQUE EL NIVEL DE SATISFACCIÓN FRENTE A LOS SIGUIENTES ASPECTOS			CALIFICACIÓN				
MS: Muy Satisfecho - 4 - 2		S: Satisfecho - 3 I: Insatisfecho - 1	P: Poco Satisfecho	MS	S	PS	I
No.	INDICADORES DE PERCEPCIÓN	ITEMS	4	3	2	1	
1	EXPECTATIVAS INSTITUCIONALES	1. Expectativas Académicas					
		2. Costo de la Matrícula					
		3. Medios Educativos					
2	DOCENTES	1. El Perfil del Docente Responde a las Necesidades de Formación					
		2. La Metodología del Docente es Apropiaada					
		12. La Comunicación del Docente es Asertiva					
		3. El Docente Facilita el Acompañamiento en el Trabajo Académico Independiente					
		4. Estrategias metodológicas para estudiantes discapacitados					
3	SERVICIOS RECIBIDOS	1. Responsables de Programa					
		2. Centro de Investigaciones					
		3. Bienestar Institucional					
		4. Proyección Social					
		5. Pagaduría					
		6. Atención al Ciudadano					
		7. Admisión, Registro. Certificación, Constancias					
		8. Aplicativo Académico SUIT					
4	TRAMITES Y OTROS SERVICIOS ADMINISTRATIVOS	1. Inscripción aspirantes a programas de pregrado.					
		2. Matrícula aspirantes admitidos a programas de pregrado.					
		3. certificado y constancias de estudios					
		4. Certificado de notas					
		4. Grado de pregrado y postgrado					
		5. Carnetización					

3. METODOLOGÍA APLICADA

Para la aplicación de la encuesta una vez validada fue necesario tomar una muestra del primer semestre de 2020-1 y una muestra de 2020-2 tal y como lo establece el procedimiento, a fin de conocer la percepción de los estudiantes que ingresan por primera en los dos semestres de año.

La ecuación estadística aplicada fue para muestra finita teniendo en cuenta que para el semestre 2020-1 se tubo 691 estudiantes y para 2020-2, 670 estudiantes matriculados.

Teniendo en cuanta que se conoce el tamaño de la población se aplicó la siguiente ecuación:

$$n_o = z^2 \times p \times q / e^2$$

2020-1 y una muestra de 2020-1

$$N^{\circ} = (1.96)^2 * 0.5 * 0.5 / (0.05)$$

$$N^{\circ} = 384.15$$

$$n = 384.15 / 1 + (384.15/691)$$

$$n = 247 \text{ para } 2020 -1$$

Para el 2020-2

$$N^{\circ} = (1.96)^2 * 0.5 * 0.5 / (0.05)$$

$$N^{\circ} = 384.15$$

$$n = 384.15 / 1 + (384.15/670)$$

$$n = 244 \text{ para } 2020 -2$$

Total muestra: 491 estudiantes a encuestar

Por lo que se tomó 149 estudiantes de los diferentes semestres y programas académicos a través de un muestreo aleatorio simple, para el semestre 2020-1 y 270 para el 2020-2.

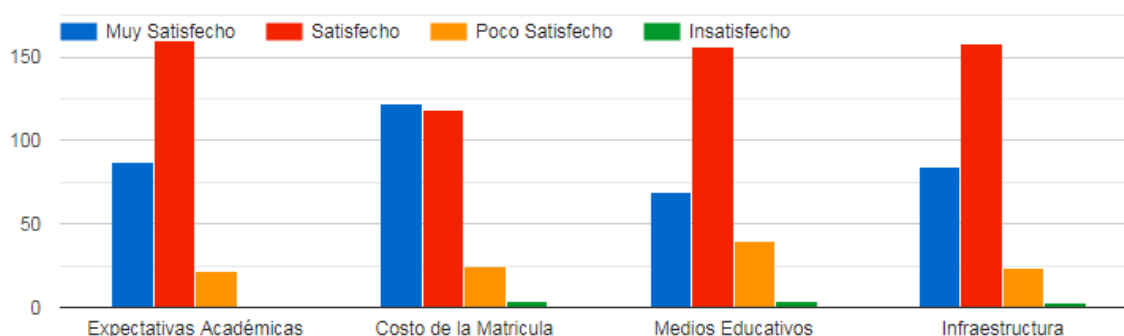
Dónde: e = error muestral n = tamaño de la muestra n = tamaño de la muestra sin corrección N = población p = probabilidad de éxito q = probabilidad de fracaso Z = Zeta crítico, determinado por el nivel de confianza.

4.RESULTADOS

TEMAS E INDICADORES QUE CONFORMAN EL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN PARA LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE:

4.1. EXPECTATIVAS INSTITUCIONALES: son todos los aspectos que se relacionan, del nivel académico que se viene impartiendo, los costos y la credibilidad percibida por el estudiante en el proceso de formación relacionada a su vez con la calidad de los docentes de la Institución.

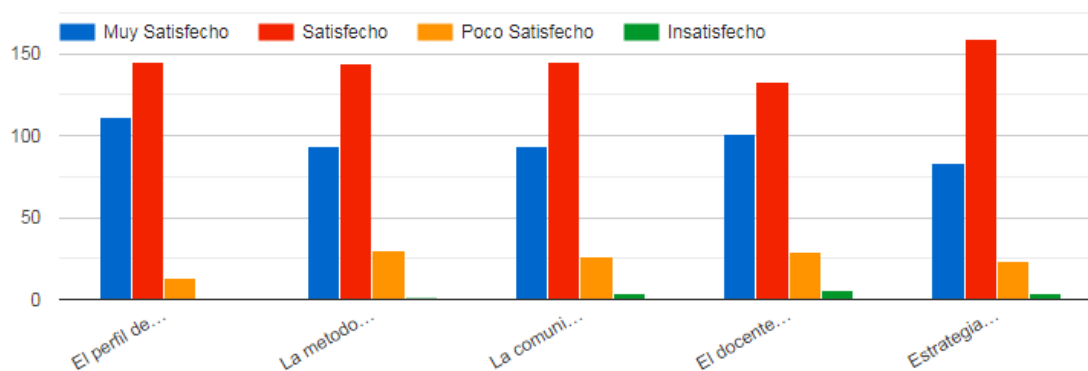
EXPECTATIVAS INSTITUCIONALES



INDICADORES DE PERCEPCIÓN	MUY SATISFECHO (%)	SATISFECHO (%)	POCO SATISFECHO (%)	INSATISFECHO (%)
Expectativas Académicas	34	58	8	0
Costo de Matricula	16	80	4	0
Medios Educativos	28	57	14	2
PROMEDIO	26	65	8,6	0,5

4.2 DOCENTES: medir la percepción con la que entra el estudiante a la institución en cuanto a expectativas y el impacto frente al cuerpo docente que dirige su formación académica (la metodología utilizada, la comunicación asertiva y la facilidad de parte del docente para el acompañamiento de los estudiantes).

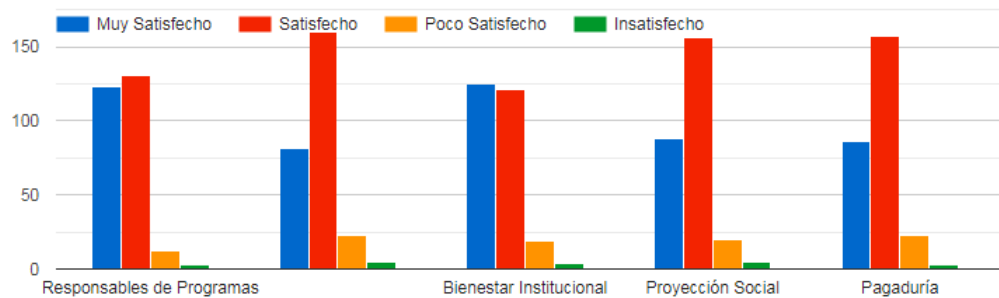
DOCENTES



INDICADORES DE PERCEPCIÓN	MUY SATISFECHO (%)	SATISFECHO (%)	POCO SATISFECHO (%)	INSATISFECHO (%)
El perfil del Docente Responde a las Necesidades de Formación	44	52	8	6
La Metodología de Docente es Apropiaada	36	54	6	4
La Comunicación de Docente es Asertiva	37	51	10	2
El Docente Facilita el acompañamiento en el trabajo académico independiente	39	52	8	1
Estrategias metodológicas para el estudiante discapacitados	34	56	7	3
PROMEDIO	38	53	7,8	3,2

4.3 SERVICIOS RECIBIDOS: Integra la percepción del servicio que tienen los estudiantes en los procesos donde existe contacto directo con los responsables de los mismos, en cada uno de las necesidades requeridas en determinado momento.

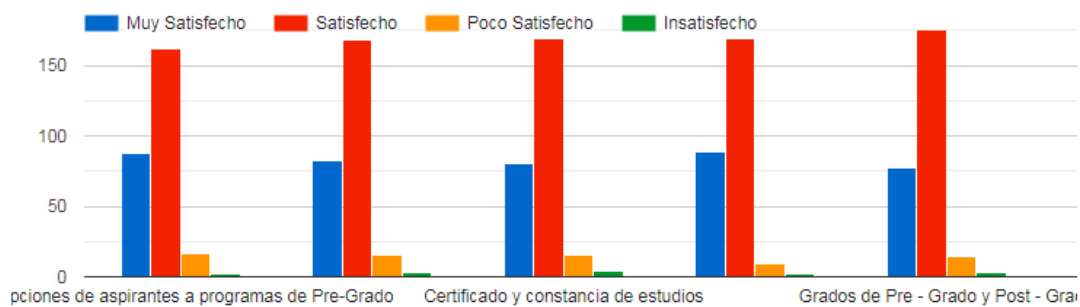
SERVICIOS RECIBIDOS



INDICADORES DE PERCEPCIÓN	MUY SATISFEC (%)	SATISFEC (%)	POCO SATISFECHO (%)	INSATISFECHO (%)
Responsables de Programa	10	87	3	0
Centro de Investigaciones	13	68,8	12	6
Bienestar Institucional	9	88	3	0
Proyección social	9	85	8	2
Pagaduría	30	69	6	0
Atención al Ciudadano	32	57	10	1
Admisión, Registro, Certificación y Constancias	13	81	6	0
Aplicativo Académico SUIT	45	48	5	2
PROMEDIO	20	73	6,6	1,4

4.4. TRÁMITE Y OTROS SERVICIOS ADMINISTRATIVOS: Integra la percepción de los trámites que requiere algunos servicios relevantes ofrecidos por la institución.

TRÁMITES Y OTROS SERVICIOS ADMINISTRATIVOS



INDICADORES DE PERCEPCIÓN	MUY SATISFECHO (%)	SATISFECHO (%)	POCO SATISFECHO (%)	INSATISFECHO (%)
Inscripción aspirantes a programas de Pregrado	30	63	6	1
Matricula aspirante admitidos a programas de pregrado	28	64	6	2
Certificado y Constancias de estudios	30	66	3	1
Certificado de Notas	32	64	2	2
Grado de Pregrado y Posgrado	25	68	5	1
Cartelización	25	20	13	5
PROMEDIO	28	57	5	2

4.5. COMPARATIVO ENTRE EL AÑO ACTUAL Y EL INMEDIATAMENTE ANTERIOR POR INDICADORES DE PERCEPCIÓN

INDICADORES DE PERCEPCIÓN	AÑO ANTERIOR (2019) SATISFECHO (%)	AÑO ACTUAL (2020) SATISFECHO (%)
Expectativas institucionales	62,67	65
Docentes	60,4	53
Servicios recibidos	55,5	54

4.6. COMPARATIVO ENTRE EL AÑO ACTUAL Y EL INMEDIATAMENTE ANTERIOR POR ITEMS

EXPECTATIVAS INTITUCIONALES

ITEMS	AÑO ANTERIOR (2019) SATISFECHO (%)	AÑO ACTUAL (2020) (%)
Expectativas Académicas-Nivel académico	56,3	58
Costos de Matricula	45,5	80

DOCENTES

ITEMS	SATISFECHO (%) AÑO ACTUAL (2019)	AÑO ANTERIOR (2020) (%)
El perfil del Docente responde a las necesidades de formación	48,9	52
La metodología del Docente es apropiada	43,2	54
La comunicación del Docente es asertiva	41,5	51
El docente facilita el acompañamiento en el trabajo académico independiente	51,5	52

SERVICIOS RECIBIDOS

ITEMS	AÑO ANTERIOR (2019) SATISFECHO (%)	(%)AÑO ACTUAL (2020)
Responsables de Programa	86,9	87
Centro de Investigaciones	67	68,8
Bienestar Institucional	89,8	88
Proyección Social	83,5	85
Biblioteca	59,7	69
Pagaduría	82,4	57
Admisión, Registro, Certificación y Constancias	79,5	81
Aplicativo Académico SUIT	71	48

4.8 LOS ITEMS CON MAYOR INSATISFACCIÓN DE ACUERDO A LOS INDICADORES DE PERCEPCIÓN COMPARTIVO ENTRE EL AÑO 2019-2020

ITEMS	INSATISFECHO (%)AÑO ACTUAL (2020)
El docente facilita el acompañamiento en el trabajo académico independiente	6
Medios educativos	2,0
Centro de investigación	6,0
Carnetización	5

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Una vez aplicada la encuesta de satisfacción del cliente, se logró concluir que a pesar del proceso de pandemia por el que se atraviesa a nivel mundial, existe una buena percepción en cada uno de los indicadores a nivel general, bajo la salvedad que fue necesario la modificación del instrumento de recolección ya que la institución durante el tiempo que ha transcurrido del año 2020, ha desarrollado su proceso de enseñanza de manera virtual.

Cabe resaltar que la muestra fue tomada bajo un criterio de muestreo aleatorio simple, en el cual se buscó que cada programa tuviera participación, de tal manera que el programa de procesos informático participó con el 17%, Operaciones mineras con el 41%, Prevención de Riesgos laborales 44%, Operaciones de sistemas de manejo ambiental 32%, Producción agroindustrial de alimentos 37% Seguridad industrial 43% y procesos y gestión contable 28.8%.

Sumado a lo anterior la satisfacción entre 2019 y 2020 alcanzó una mejora del 21% aproximadamente, logrando para el 2019 un 59,5% para el 2020 y un 73% de satisfacción del cliente, donde criterios de percepción como docentes, servicios recibidos y tramites que es un criterio nuevo alcanzaron un porcentaje de satisfacción importante.

Dentro de los criterios consultados los programas que se repitieron los aspectos con mayor insatisfacción están:

Medios educativos: procesos contables

Acompañamiento para el trabajo independiente con el estudiante: operaciones mineras, prevención de riesgos laborales, seguridad industrial

Centro de investigación: operaciones mineras, prevención de riesgos laborales, seguridad industrial, manejo ambiental

Carnetización: todos los programas

Dentro de los ítems con mayor porcentaje de insatisfacción están: medios educativos, el criterio sobre el acompañamiento en el trabajo académico independiente, servicios prestados en el centro de investigación, carnetización, para lo cual este diagnóstico estará acompañado de un plan de mejoramiento, en que tendremos acciones concretas que permitirán una mejora más significativa en cada uno de estos aspectos.

Finalmente recomendar que cada vez exista mayor participación de cada uno de los programas académicos para conocer con objetividad la percepción del programa como tal.

