



RECTORÍA

UMNG – RECTOR – OFICIG



BOGOTÁ 10 MAR 2015 07:06 P.M. UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA

DEST: RECTORIA
ASUNTO: ING EDUARDO ANTONIO HERRERA BERBEL
INFORME ENCUESTA SATISFACCION DEL
REMIENTE: ALBA CATHERINE ALVES NOREÑA
FOJOS: 1



CONSECUTIVO 1048
AL CONTESTAR CITE ESTE NO: 001548-RECTOR-OFICIG

[Enviado]

Señor mayor general
EDUARDO HERRERA BERBEL
Rector
Universidad Militar Nueva Granada
Bogotá, D.C.

Handwritten note: OficiG, venga lo Reator, por favor, with a signature.

ASUNTO: Informe Encuesta Satisfacción del Usuario 2015

Respetado señor Rector,

Con toda atención remito para su consideración, el informe final con los resultados de la encuesta de Satisfacción del Usuario en relación a los trámites y servicios ofrecidos por la UMNG, aplicada a la Comunidad Neogranadina en el mes de enero de 2015.

A continuación se exponen los resultados de la medición efectuada.

Cordialmente,

Handwritten signature of Alba Catherine Alves Noreña

Ing. ALBA CATHERINE ALVES NOREÑA
Jefe Oficina de Control Interno de Gestión

1. OBJETIVO

La encuesta tiene como objetivo principal conocer el grado de satisfacción de los usuarios, frente a los trámites, servicios, canales de información y comunicación con que cuenta la Universidad. De igual manera, adelantar acciones de mejoramiento sobre los aspectos débiles identificados por los usuarios.

2. ALCANCE

Esta encuesta se aplicó a todos los miembros de la Comunidad Neogranadina (estudiantes, docentes, personal administrativo, egresados) y estuvo disponible para los usuarios durante un tiempo de tres (3) semanas; la aplicación de la encuesta se realizó en línea mediante correo electrónico info con dominio @unimilitar.edu.co.

3. PROCEDIMIENTO

3.1 Universo:

El universo de los participantes estuvo constituido por todos los usuarios que cuentan con correo electrónico bajo el dominio @unimilitar.edu.co, a partir de la base de datos suministrada por la División de Informática.

El procedimiento para aplicar la encuesta consistió en el envío de un correo electrónico masivo a todas las personas de la base de datos citada anteriormente, invitándolos a participar de la encuesta de satisfacción, para esto, cada usuario debía ingresar en el link y dar respuesta al cuestionario de 16 preguntas.



3.2 Muestra:

De los 74.000 correos enviados, se obtuvo respuesta por parte de 367 usuarios. La muestra se comportó de la siguiente forma:

CORREOS ENVIADOS	74.000
CORREOS ABIERTOS	367
INGRESO AL LINK	367
ENCUESTAS REALIZADAS	367 0.49%

3.3 Limitaciones de la muestra:

La muestra es de carácter no probabilístico toda vez que aunque se dirigió la encuesta a todos los usuarios del dominio, sólo se obtuvo respuesta de 367 personas, lo que corresponde al 0.49% de la población objetivo.

3.4 Instrumento:

Para medir el grado de satisfacción de los usuarios, se construyó un cuestionario compuesto por dieciséis (16) preguntas con respuestas mayoritariamente cerradas, que pretendían evaluar trámites, servicios, canales de información y comunicación de la UMNG, así como los potenciales trámites que la Universidad debería implementar para responder a las necesidades de los usuarios.

3.5 Aplicación:

El proceso de aplicación consistió en la adaptación del cuestionario a la plataforma web y posterior envío masivo. La encuesta estuvo disponible para su diligenciamiento en línea entre el 8 y el 28 de enero de 2015.

4. RESULTADOS OBTENIDOS:

A continuación se presenta el análisis de los resultados obtenidos:

4.1. De acuerdo a la pregunta *¿Conoce los trámites y servicios en línea que ofrece la Universidad?*, es posible concluir que de la población encuestada, el 80% conoce los trámites y servicios en línea que ofrece la Universidad, mientras que el 20% de los encuestados no los conoce.

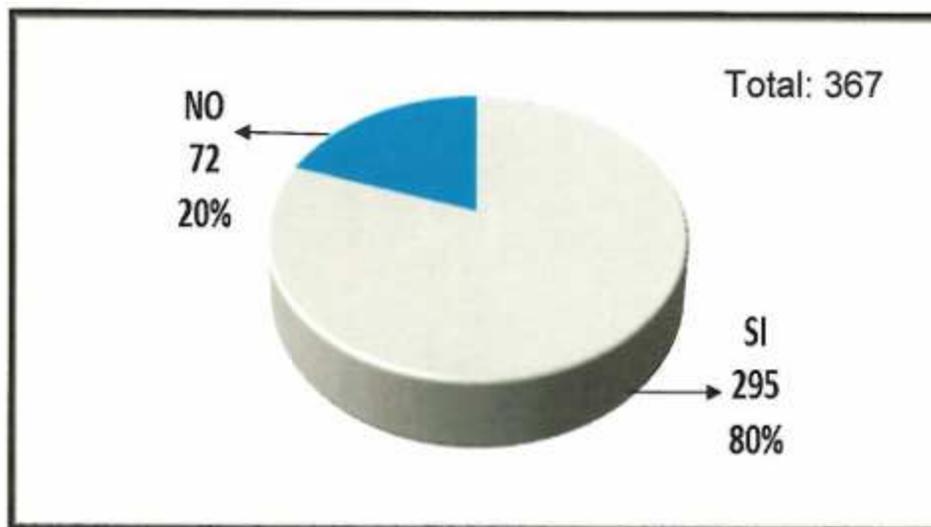


Gráfico 1. *¿Conoce los trámites y servicios en línea que ofrece la Universidad?*

4.2. Con respecto a la pregunta *¿Cuándo ingresa al portal www.umng.edu.co encuentra el trámite y/o servicio que buscaba?*, el 78% de los encuestados respondió afirmativamente, mientras que el 22% no encuentra lo que requería.

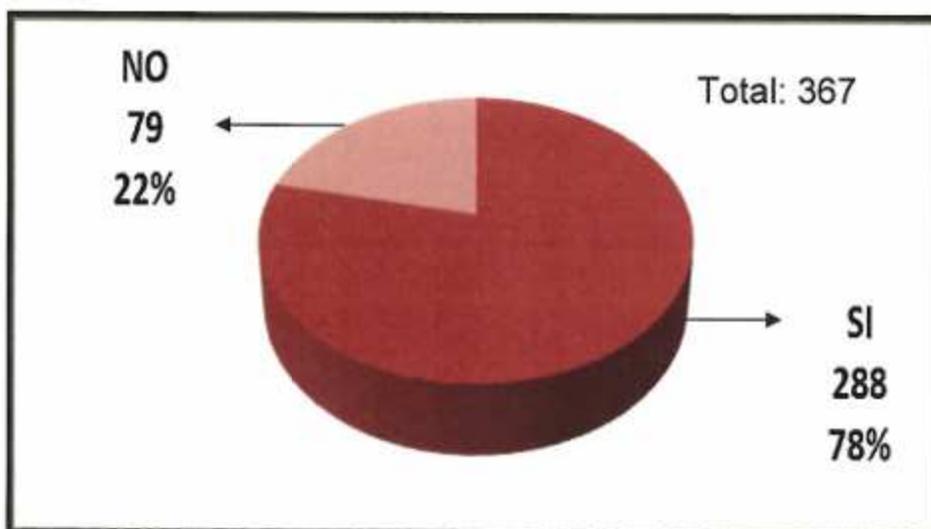


Gráfico 2. *¿Cuándo ingresa al portal www.umng.edu.co encuentra el trámite y/o servicio que buscaba?*

4.3. En cuanto a la pregunta *¿La información para realizar el trámite (pasos a seguir, requisitos, etc.) o para solicitar el servicio es clara y completa?*, el 7%% de los encuestados considera que la información es clara y completa mientras que el 5% considera que no lo es, el 88% no sabe o no responde.

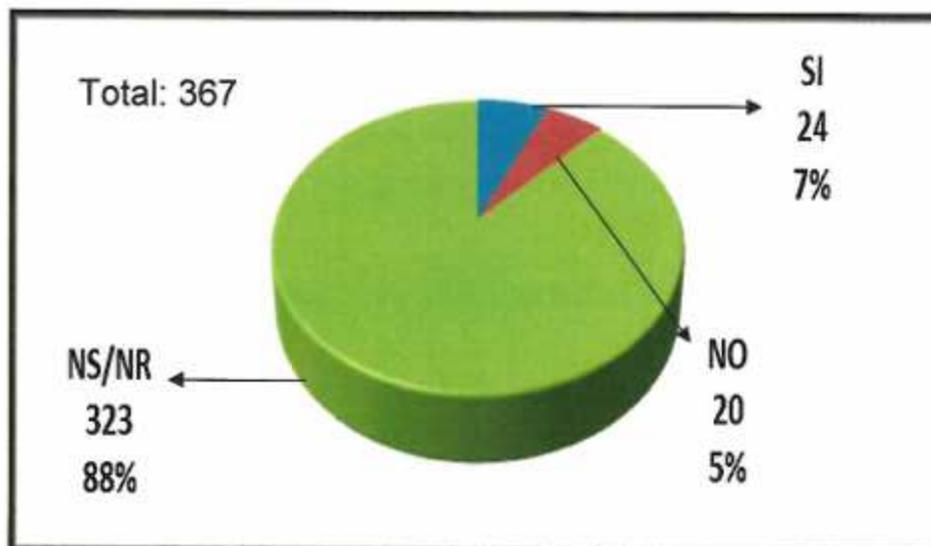


Gráfico 3. *¿La información para realizar el trámite (pasos a seguir, requisitos, etc.) o para solicitar el servicio es clara y completa?*

4.4. Con respecto a la pregunta *¿El acceso para realizar el trámite o solicitar el servicio fue fácil y adecuado?*, el 67% de la población encuestada considera que el trámite para solicitar el servicio es fácil y adecuado mientras que el 33% considera que no lo es.

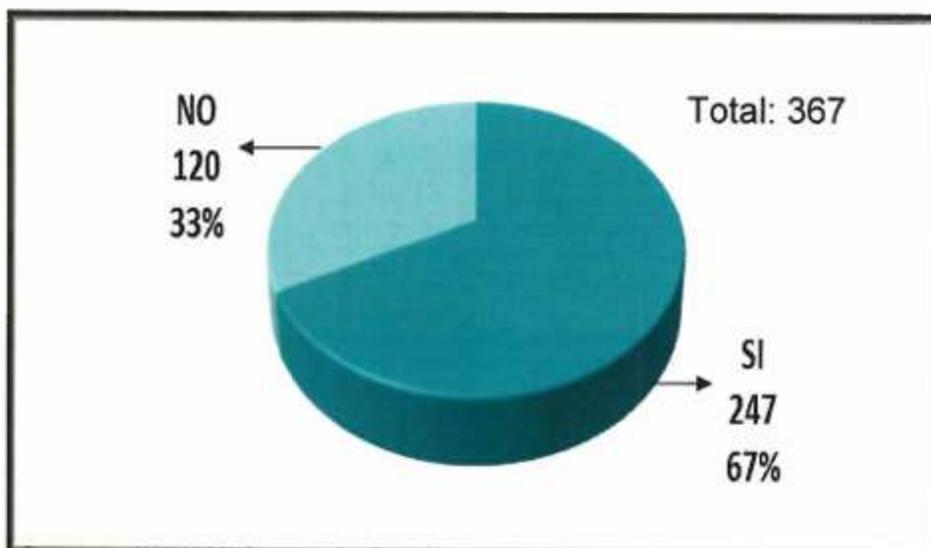


Gráfico 4. *¿El acceso para realizar el trámite o solicitar el servicio fue fácil y adecuado?*

Raw

4.5. Al indagar en la población si *¿Tuvo alguna dificultad al navegar en el portal www.umng.edu.co?*, el 27% de los encuestados manifiesta haber presentado dificultad para navegar en el portal, mientras que el 73% no tuvo dificultad.

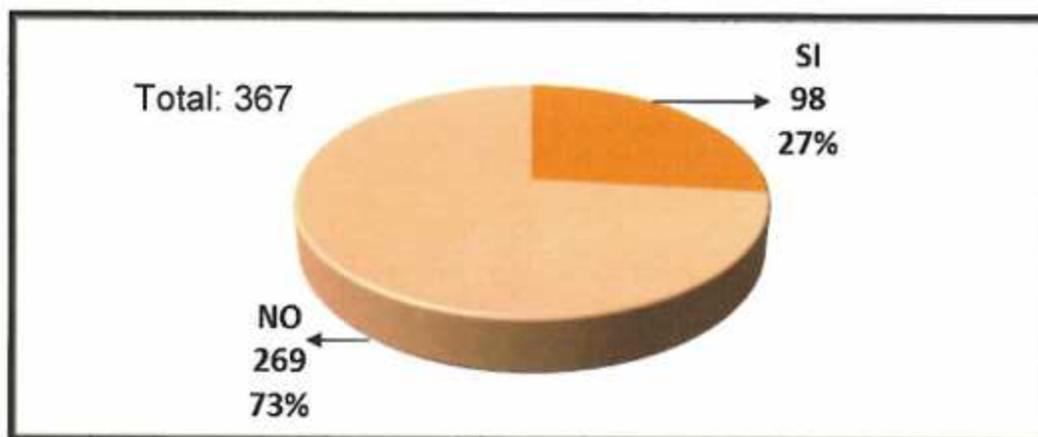


Gráfico 5. ¿Tuvo alguna dificultad al navegar en el portal www.umng.edu.co?

4.6. Al consultar *¿Cuál de los trámites les causó mayor dificultad?*, se pudo establecer que "Realizar el cargue académico" ocupa el primer lugar con un 3.81%, seguido por "La página se cae constantemente" con un 3.26%, "La página es demasiado enredada" con un 2.99%. Es importante mencionar que el 73.02% no respondió a esta pregunta.



Gráfico 6. ¿Cuál trámite le generó mayor dificultad al navegar en el portal www.umng.edu.co?

4.7. Al consultar a la población encuestada sobre *¿Cuáles de las siguientes razones justifican el hecho de que haya tenido que acercarse más de una vez a la Universidad para realizar un mismo trámite?*, 94 usuarios (25.61%) afirmaron que debieron acercarse a la Universidad porque la información proporcionada fue imprecisa o incompleta, 36 usuarios (9.80%), afirmaron que por demora en el trámite y 118 usuarios, (32.15%) afirmaron que no han tenido que volver a la Universidad para realizar el mismo trámite.



Grafico 7. *¿Cuáles de las siguientes razones justifican el hecho de que usted haya tenido que acercarse más de una vez a la Universidad para realizar un mismo trámite?*

4.8. Al consultar a la población si *¿Considera que la UMNG debe implementar nuevos tramites vía web?*, el 49% de los encuestados manifestó que si, mientras que el 51% manifestó que no.

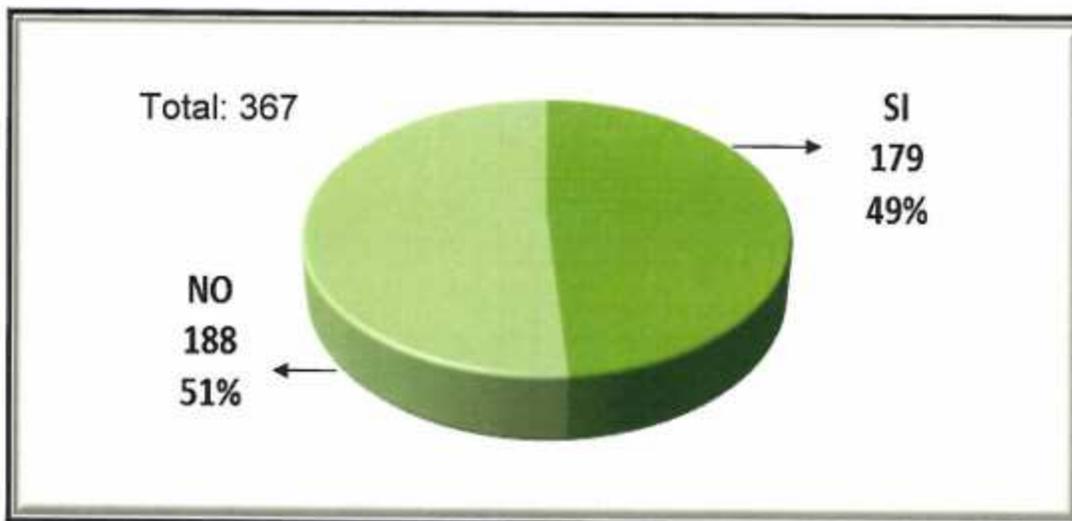


Grafico 8 *¿Considera usted que la UMNG debe implementar nuevos tramites vía web?*

UMNG

4.9. Se consultó a la población sobre *¿Cuáles Trámites vía web debería implementar la Universidad?*, a lo que la población respondió en primer lugar los certificados de estudio y los certificados laborales con un 7.34%, un 65.98% manifestó interés por otros trámites diferentes como el registro de materias adicionales, la renovación de crédito icetex, la inscripción como aspirante y el registro de notas, entre otros; se encuentran entre las principales necesidades de los encuestados, tramites como pago en línea 1.90%, activación del chat, 2.17% y no saben o no responden con un 3.81%. Finalmente, el 18.80% considera que no es necesario implementar nuevos trámites online.

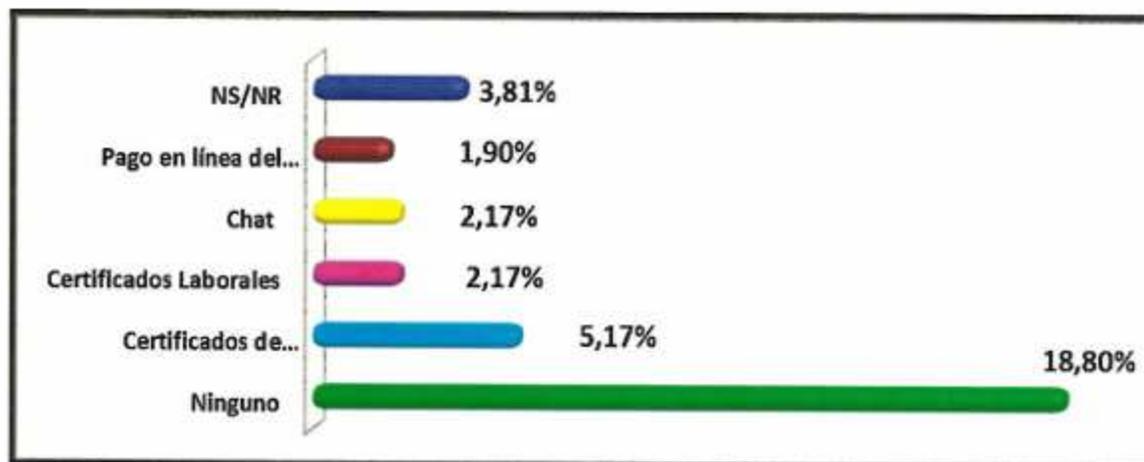


Gráfico 9 ¿Cuáles Trámites vía web debería implementar la Universidad?

4.10. Por otro lado al consultar a la población encuestada sobre los canales de información (página web, pantallas, carteleras, etc.) con que cuenta la Universidad, el 25% manifestó que son insuficientes, el 26.7%% afirmó que son suficientes y el 30.7% opina que son oportunos.

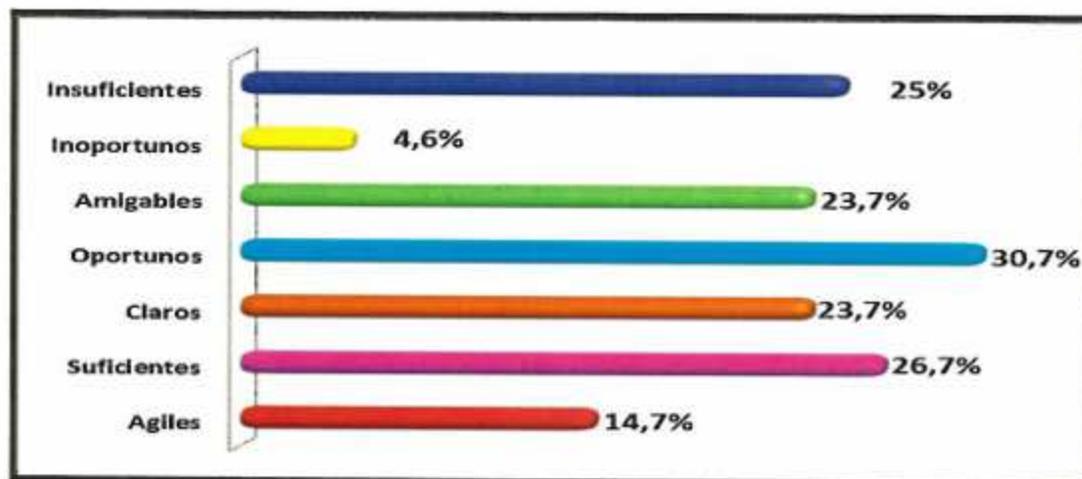


Gráfico 10 ¿Los canales de Información (página web, pantallas, carteleras, etc.) con que cuenta la Universidad son?

4.11. En la misma vía al consultar sobre los canales de atención (ventanillas, buzones, PQR, etc.) con que cuenta la Universidad, el 18.54% de los encuestados manifestó que son insuficientes, el 16.96% opina que son lentos y el 20.11% considera que son apropiados.

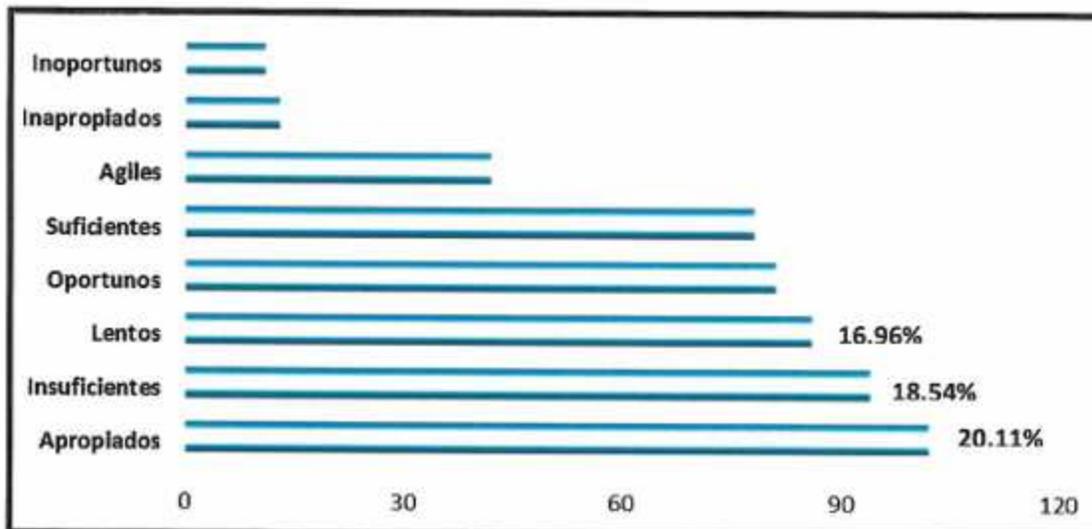


Gráfico 11 ¿Los canales de atención (ventanillas, buzones, PQR, etc.) con que cuenta la Universidad son?

4.12. Al indagar sobre la experiencia obtenida en la atención ofrecida por la Universidad, el 28.30% de la población encuestada manifiesta que el tiempo es el factor más crítico y prioritario para mejorar, seguido por el número de los funcionarios disponibles con un 19.54% y la agilidad en la respuesta con un 17.53%.



Gráfico 12 ¿De acuerdo a su experiencia en la atención ofrecida por los funcionarios de la Universidad Militar Nueva Granada, cuáles de los siguientes aspectos es necesario mejorar?

4.13. Con respecto a las cualidades del personal en las oficinas el 78% de la población encuestada encuentra al personal amable, capacitado, dispuesto a colaborarle de forma respetuosa, mientras que el 22% está en desacuerdo.

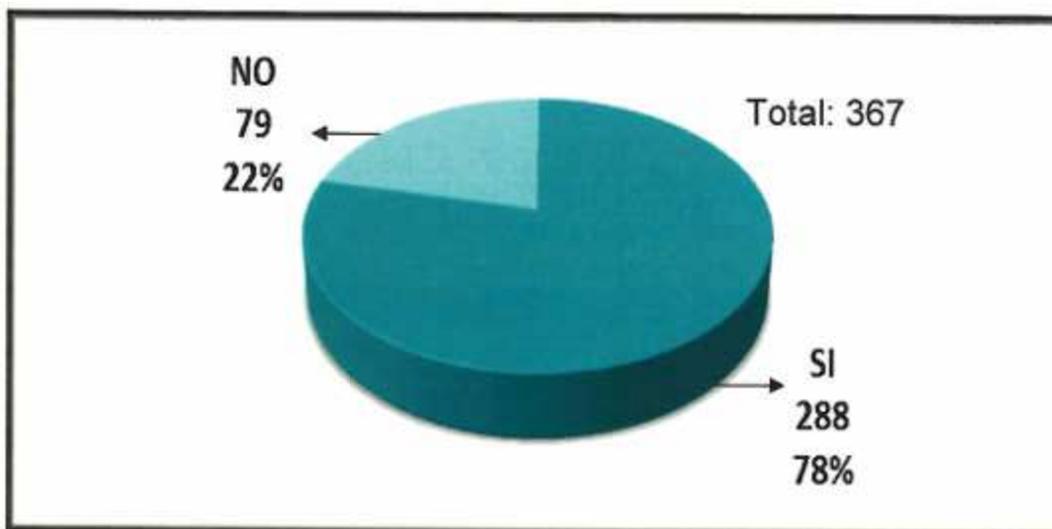


Gráfico 13 ¿Cuándo se acerca a nuestras oficinas encuentra al personal amable, capacitado, dispuesto a colaborarle de forma respetuosa?

4.14. Al consultar sobre los horarios de atención al público, el 76% de los encuestados considera que son puntuales, adecuados y respetados, mientras que el 24% considera que no lo son.

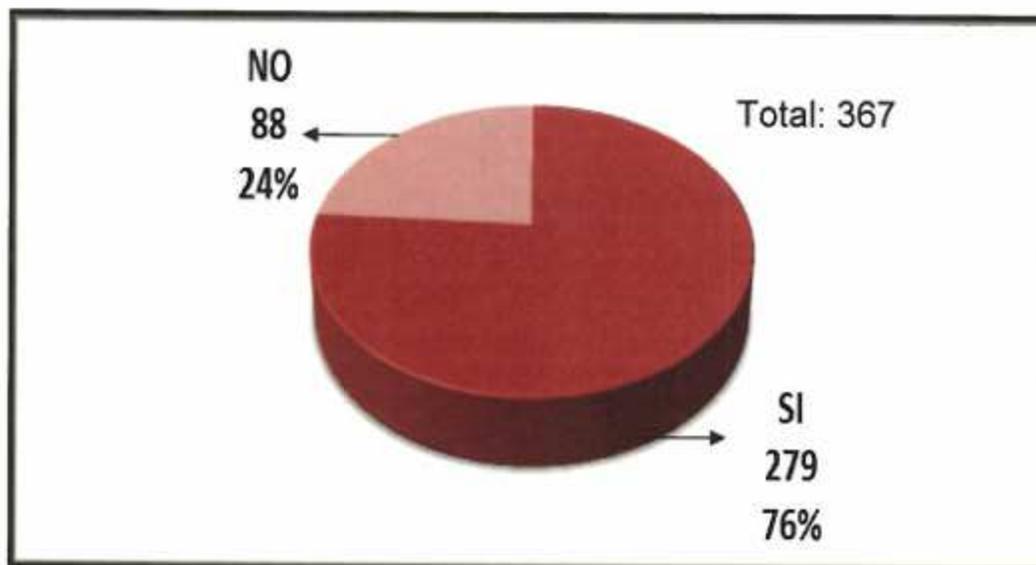


Gráfico 14 ¿Los horarios de atención al público son puntuales, adecuados y respetados?

4.15. Con relación a la atención brindada telefónicamente, el 49.6% de los encuestados considera que el servicio es amable, puntual y eficiente, mientras que el 50.4% considera que no lo es.

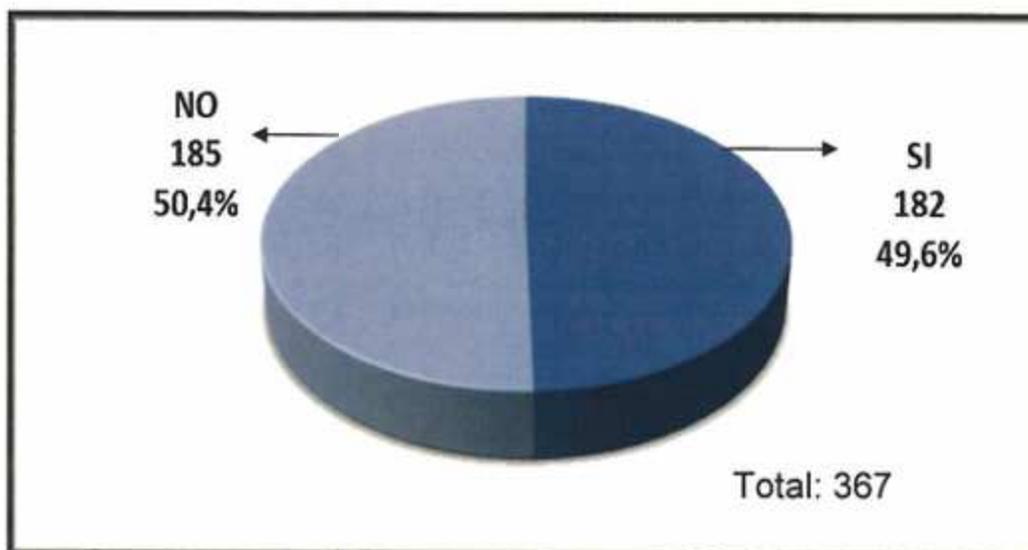


Gráfico 15 ¿Telefónicamente el servicio es amable, puntual y eficiente?

4.16. Finalmente al consultar sobre los espacios de atención al usuario el 90% manifestó que están aseados, ventilados y en el nivel ruido adecuado, mientras que el 10% considera que no lo están.

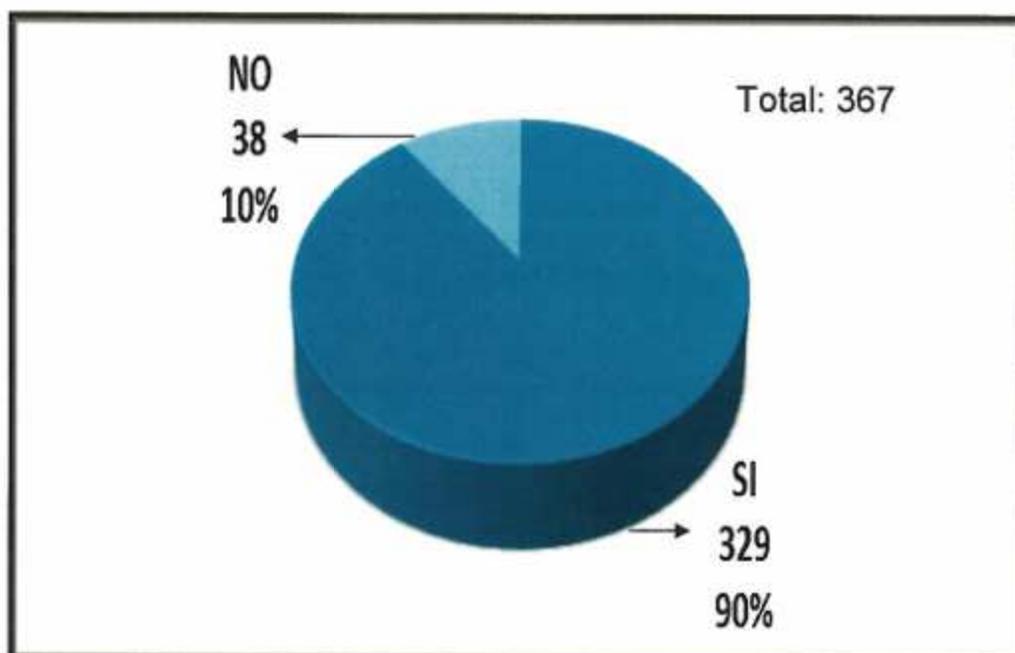


Gráfico 16 ¿Los espacios de atención al usuario están aseados, ventilados y en el nivel ruido adecuado?

5. FICHA TÉCNICA

NO.	PREGUNTA	SI	NO	NS/NR	TOTAL
1	¿Conoce los trámites y servicios en línea que ofrece la Universidad?	80%	20%	-	100%
2	¿Cuándo ingresa al portal www.umng.edu.co encuentra el trámite y/o servicio que buscaba?	78%	22%	-	100%
3	¿La información para realizar el trámite (pasos a seguir, requisitos, etc.) o para solicitar el servicio es clara y completa?	7%	5%	88%	100%
4	¿El acceso para realizar el trámite o solicitar el servicio fue fácil y adecuado?	67%	33%	-	100%
5	¿Tuvo alguna dificultad al navegar en el portal www.umng.edu.co ?	27%	73%	-	100%
6	¿Cuál?	PREGUNTA ABIERTA			
7	¿Cuáles de las siguientes razones justifican el hecho de que usted haya tenido que acercarse más de una vez a la Universidad para realizar un mismo trámite?	PREGUNTA ABIERTA			
8	¿Considera usted que la UMNG debe implementar nuevos tramites vía web?	49%	51%	-	100%
9	¿Cuáles trámites?	PREGUNTA ABIERTA			
10	¿Los canales de Información (página web, pantallas, carteleras, etc.) con que cuenta la Universidad son?	PREGUNTA ABIERTA			
11	¿Los canales de atención (ventanillas, buzones, PQR, etc.) con que cuenta la Universidad son?	PREGUNTA ABIERTA			
12	¿De acuerdo a su experiencia en la atención ofrecida por los funcionarios de la Universidad Militar Nueva Granada, cuáles de los siguientes aspectos es necesario mejorar?	PREGUNTA ABIERTA			
13	¿Cuándo se acerca a nuestras oficinas encuentra al personal amable, capacitado, dispuesto a colaborar y respetuoso?	78%	22%	-	10%
14	¿Los horarios de atención al público son puntuales, adecuados y respetados?	76%	24%	-	100%

15	¿Telefónicamente el servicio es amable, puntual y eficiente?	49.6%	50.4%	-	100%
16	¿Los espacios de atención al usuario están aseados, ventilados y en el nivel ruido adecuado?	90%	10%	-	100%

6. CONCLUSIONES.

1. Con respecto a la encuesta aplicada en la vigencia 2014, se evidencia que pese a la disminución de la muestra, aumentó la percepción positiva por parte de los usuarios, frente a los trámites y servicios que ofrece la Universidad.
2. Los usuarios resaltan una mejora en la navegabilidad del portal web con respecto al año anterior, así como la accesibilidad a los servicios en línea ofrecidos.
3. Es necesario mencionar que la percepción de los usuarios frente a la atención recibida por parte de los funcionarios de la UMNG, tanto vía telefónica como presencial, incrementó positivamente con respecto a la encuesta aplicada en la vigencia 2014.

7. RECOMENDACIONES:

1. Dar cumplimiento integral al plan de incentivos de la Universidad fijado para la vigencia 2015, en el sentido de otorgar incentivos a los funcionarios que tienen contacto directo con el usuario.
2. Garantizar que la información puesta a disposición de los usuarios tanto vía telefónica como presencial, así como la que es publicada en la página web, sea clara y oportuna y sé de cumplimiento a la Ley 1712 de 2014 (Acceso y transparencia de la información).
3. Evaluar la posibilidad de mejorar los aspectos evidenciados en la encuesta, con relación a la navegabilidad en la página web de la Universidad, con el objetivo de disminuir la lentitud y los errores constantes del sitio web.
4. Implementar el trámite de solicitud de certificados laborales vía web, con el propósito de disminuir el número de trámites presenciales en la Universidad.


Ing. ALBA CATHERINE ALVES NOREÑA
 Jefe Oficina de Control Interno de Gestión

Elaboró: AZR