

INFORME SEMETRAL

PRIMER PERIODO

TECNOLOGICO DE ANTIOQUIA

PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

Por:

ELIZABETH PIEDRAHITA GUIRAL

2014

PRESENTACIÓN

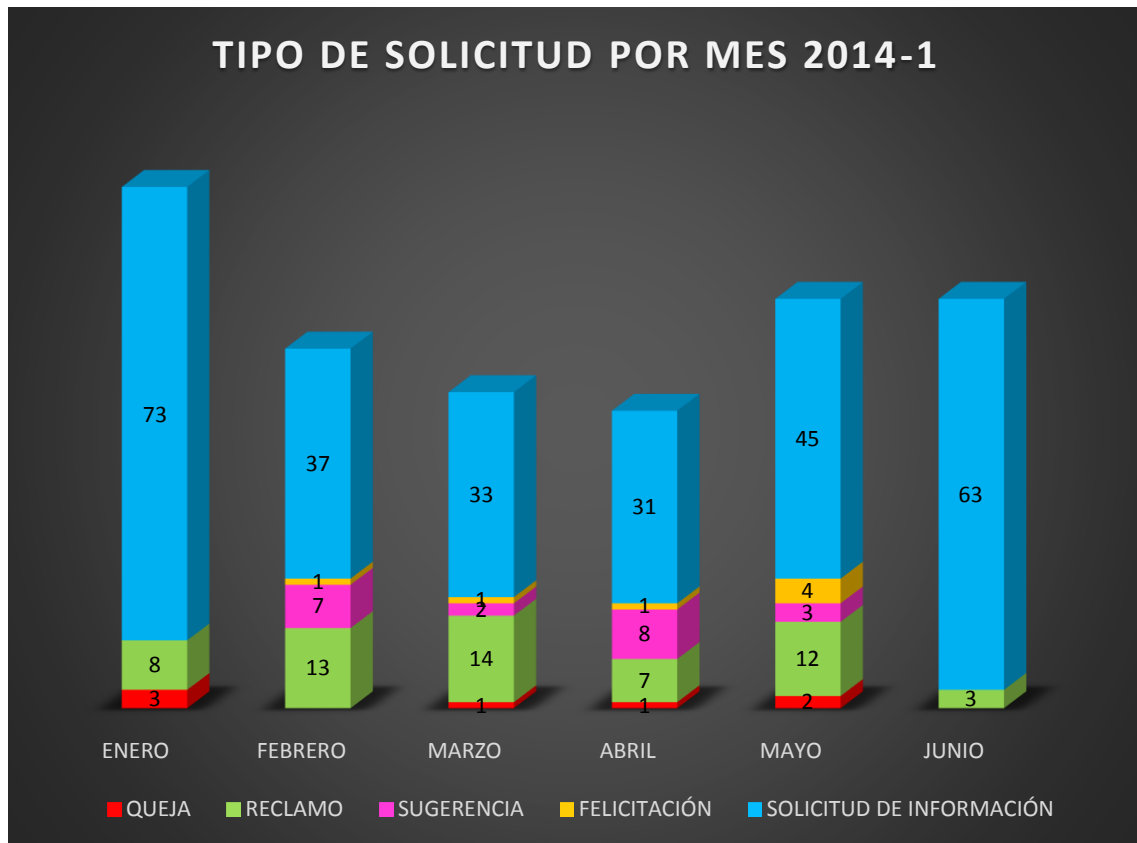
El objetivo del proceso de Atención al Cliente es atender las peticiones, quejas, reclamos, sugerencias y felicitaciones de nuestros clientes y darles trámite oportuno con el fin de mejorar la prestación del servicio. Para dar cumplimiento a dicho objetivo es importante el acompañamiento de las diferentes áreas involucradas mediante una buena disposición para brindar respuestas ágiles acordes a los requerimientos de usuario.

En este informe se presentan los resultados del proceso de Atención al Cliente correspondientes al semestre 2014- 1. Y el registro del producto no conforme por parte de los procesos misionales.

De acuerdo al resultado por cada facultad se les recomienda tomar las medidas necesarias para el mejoramiento continuo.

En el gráfico 1 se pueden observar las Quejas, Reclamos, Sugerencias, Felicitaciones y Solicitudes de información recibidas hasta el mes de Junio de 2014. Durante este primer semestre del año se han recibido 282 solicitudes de información, 7 Quejas, 57 Reclamos, 20 Sugerencias y 7 Felicitaciones, para un total de 373, de las cuales fueron atendidas en menos de 15 días hábiles 370. Para el mismo período de 2013, se obtuvo un total de 229 Q, R, S, F y Solicitud de información, de las cuales 225 fueron contestadas en menos de 15 días hábiles.

Gráfico 1: Tipo de solicitud por mes



*Fuente: Oficina de atención al cliente

El mes que registró un mayor número de Solicitud de Información fue enero con 73, seguido del mes de Junio con 63.

Causas más frecuente: Información de inscripciones, confirmación de títulos, selección de horario y pago de matrícula.

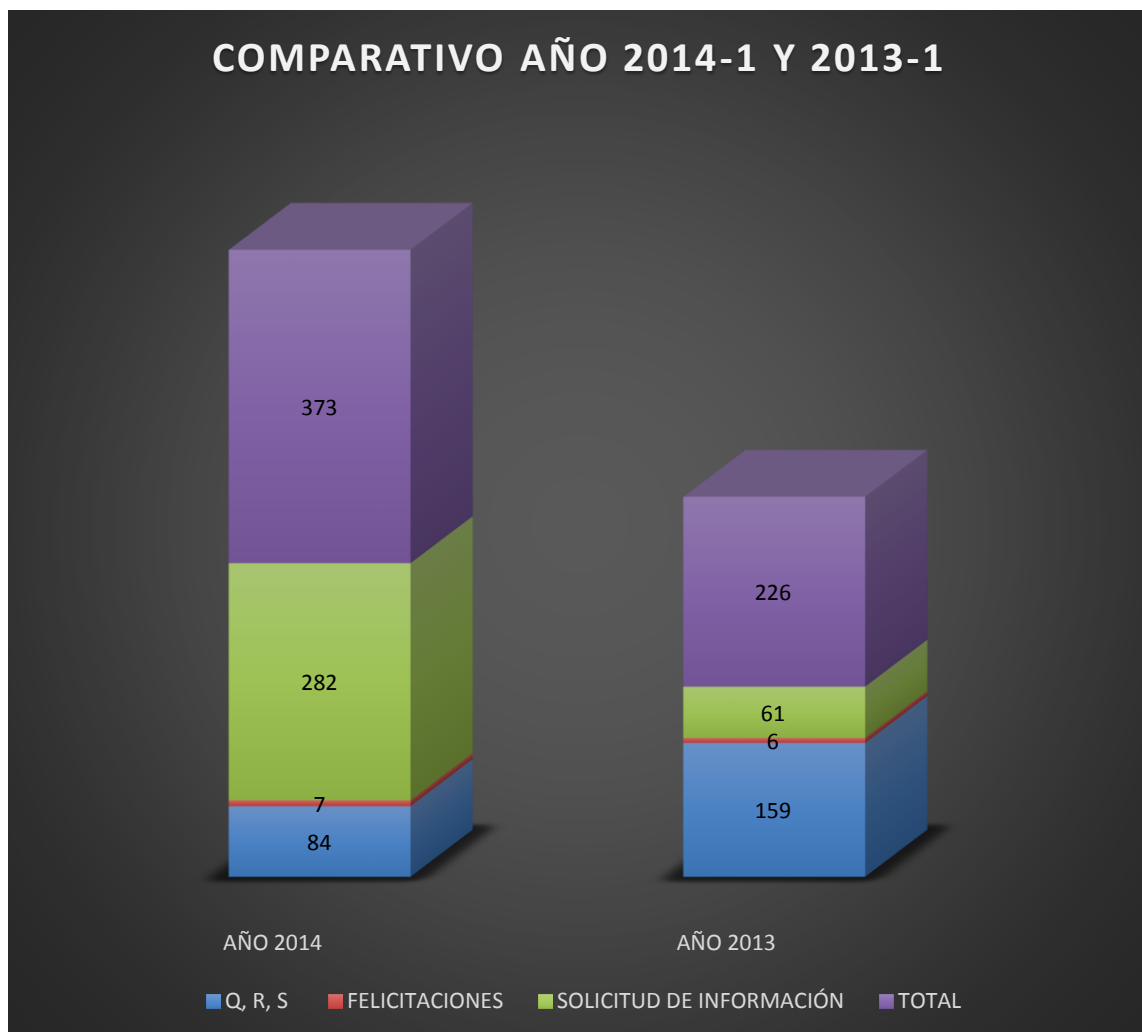
El mes que obtuvo mayor número de Reclamos fue el mes de marzo con 14 solicitudes seguido del mes de febrero con 13, y mayo con 12.

Causas más frecuentes: Inconformidad con la expedición de certificados, Dificultad con las líneas telefónicas, Dificultad para ingresar a la plataforma, Inconformidad con el préstamo de Equipos portátiles, Dificultad para generar liquidación, inconformidad con las nuevas sillas.

Causas más frecuente en Sugerencias: Colocar sillas en el bloque 5 sistemas,

Causas más frecuentes en Felicidades: Gratitud por la atención y paciencia que obtuve en el laboratorio, Felicidades por la labor que se está realizando con las personas de seiso con la acreditación marca-T

Gráfico 2: comparativo año 2014-1 y 2013-1

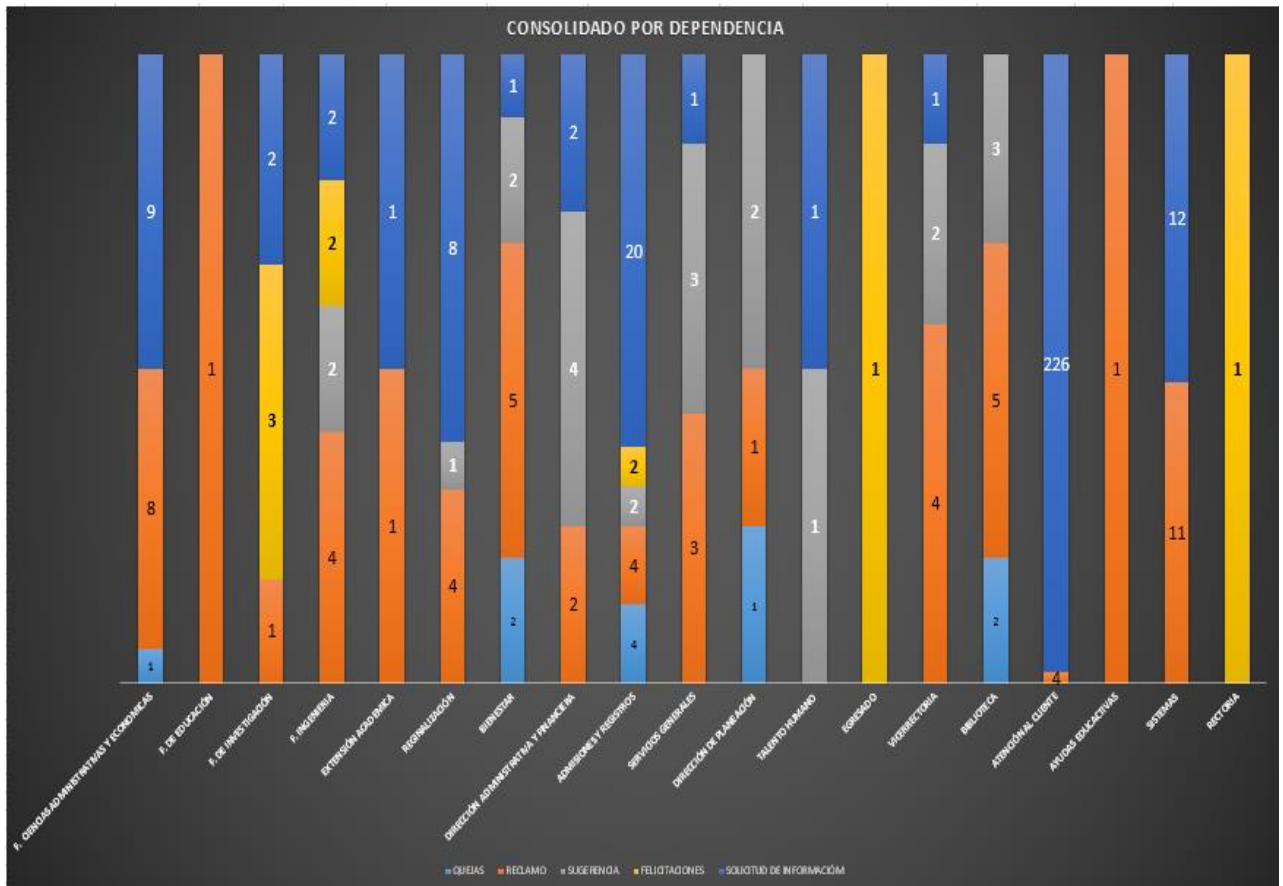


CONSOLIDADO DE QUEJAS, RECLAMOS, SUGERENCIAS Y FELICITACIONES POR DEPENDENCIA.

*Fuente: Oficina de atención al cliente

Gráfico 3: Nro. De Quejas, Reclamos, Sugerencias y Felicidades consolidado por dependencia 2014-1

*Fuente: Oficina de atención al cliente



RESULTADOS DE LAS QUEJAS, RECLAMOS, SUGERENCIAS Y FELICITACIONES POR DEPENDENCIA 2014

Gráfico 4: Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas.



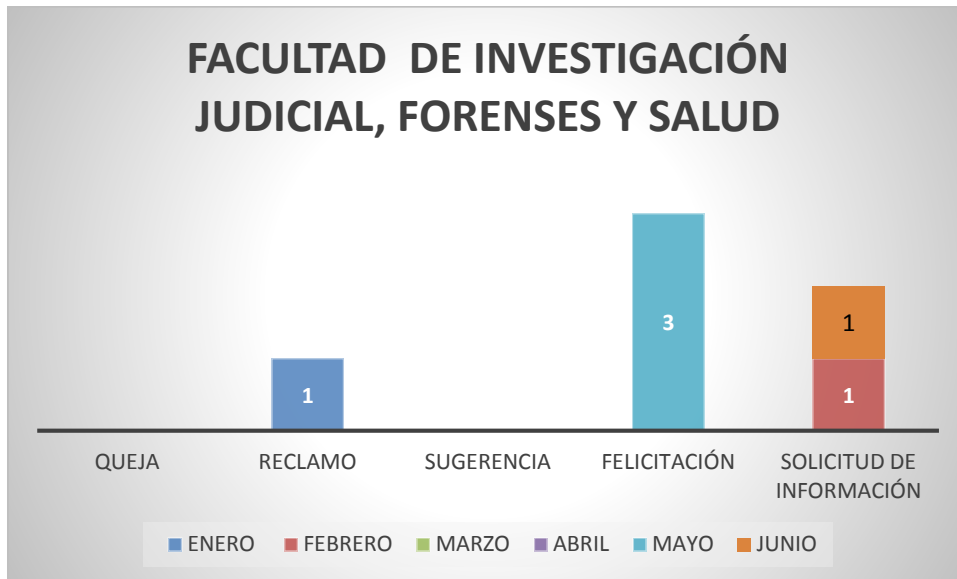
*Fuente: Oficina de atención al cliente

Gráfico 5. Facultad de Educación y Ciencias Sociales



*Fuente: Oficina de atención al cliente

Gráfico 5. Facultad de Investigación Judicial, Forenses y Salud



*Fuente: Oficina de atención al cliente

Gráfico 6. Facultad de Ingeniería



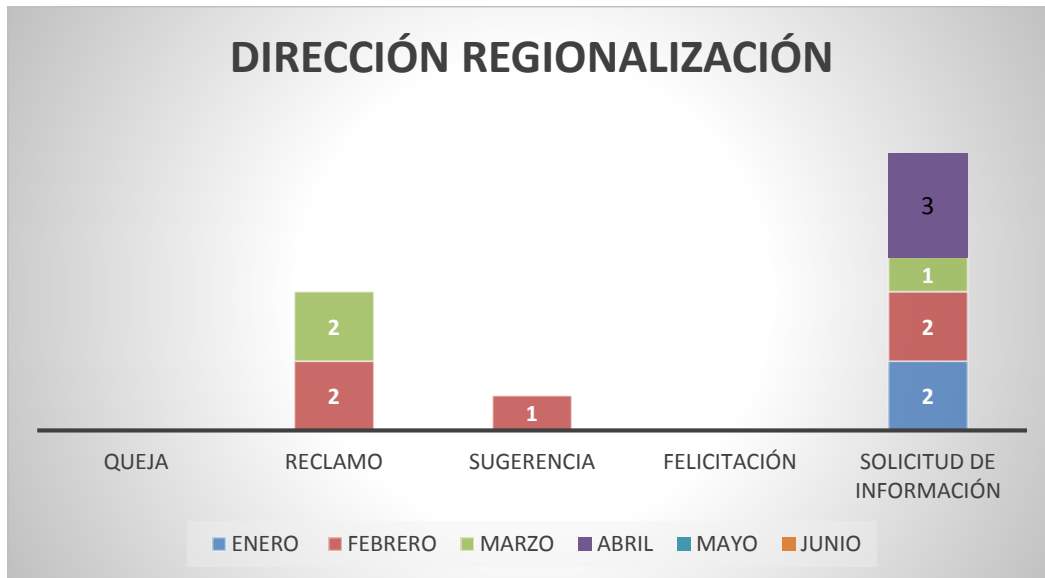
*Fuente: Oficina de atención al cliente

Gráfico 7. Extensión Académica



*Fuente: Oficina de atención al cliente

Gráfico 8. Regionalización



*Fuente: Oficina de atención al cliente

Gráfico 9. Bienestar Institucional



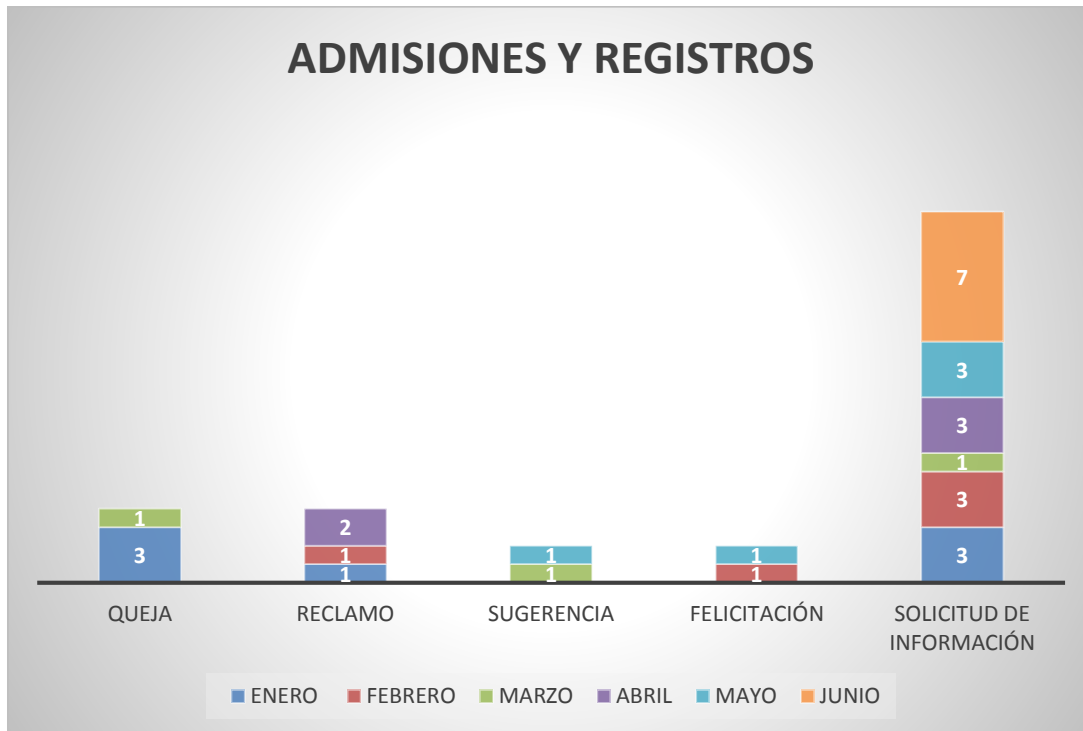
Fuente: Oficina de atención al cliente

Gráfico 10. Dirección Administrativa y Financiera



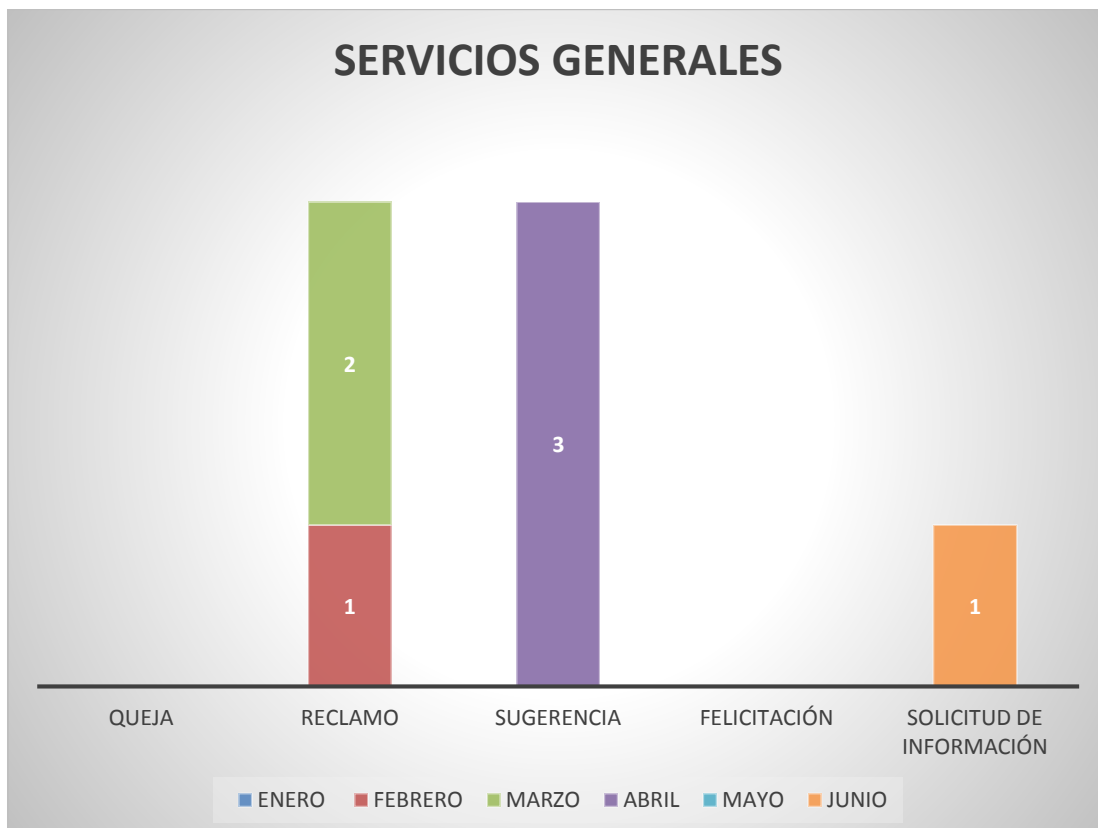
*Fuente: Oficina de atención al cliente

Gráfico 11. Admisiones y Registro



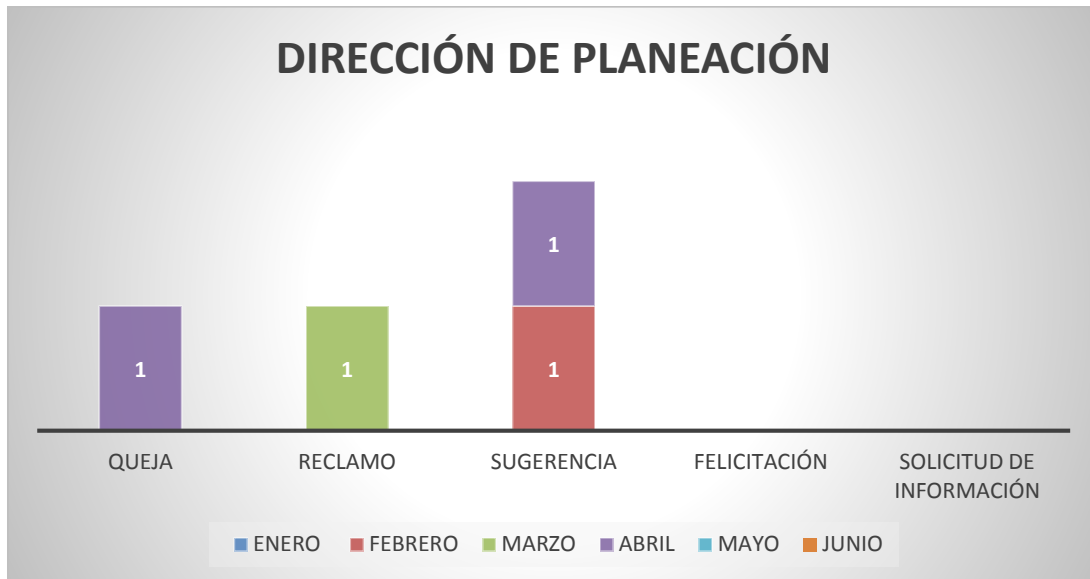
*Fuente: Oficina de atención al cliente

Gráfico 12. Servicios Generales



*Fuente: Oficina de atención al cliente

Gráfico 13. . Dirección de Planeación



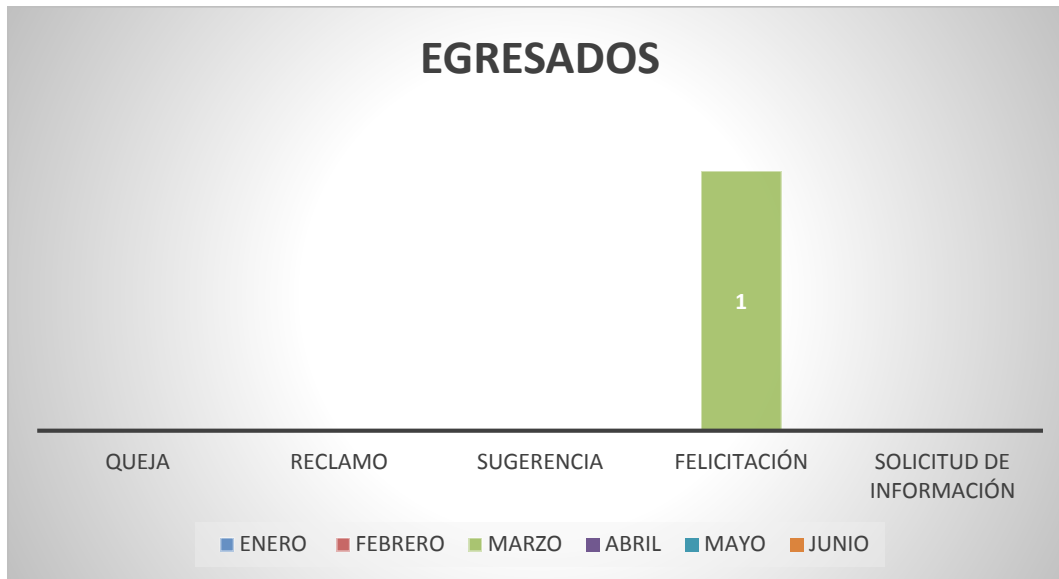
*Fuente: Oficina de atención al cliente

Gráfico 14. Dirección de Talento Humano



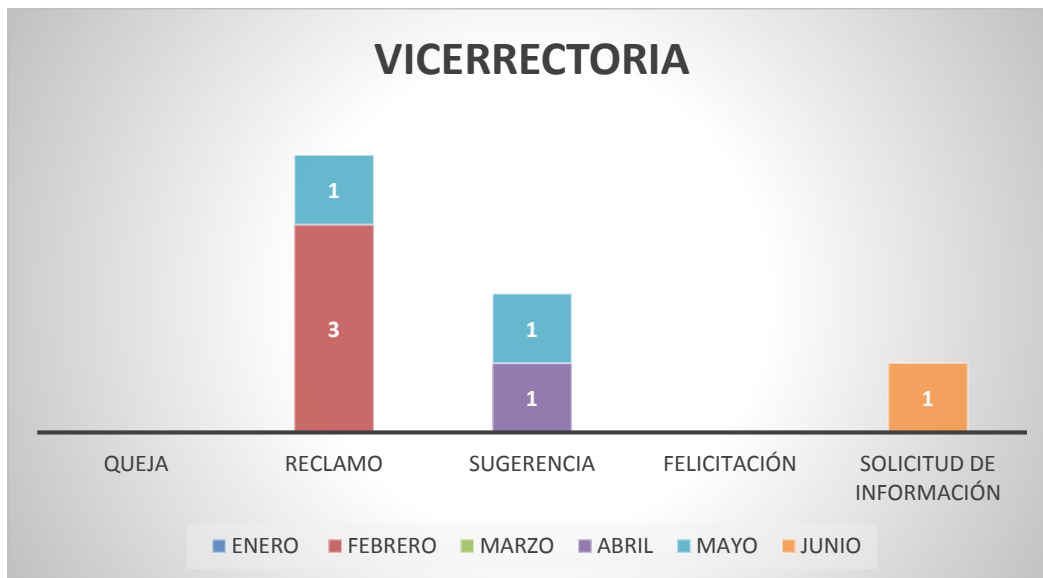
Fuente: Oficina de atención al cliente

Gráfico 15. Egresados



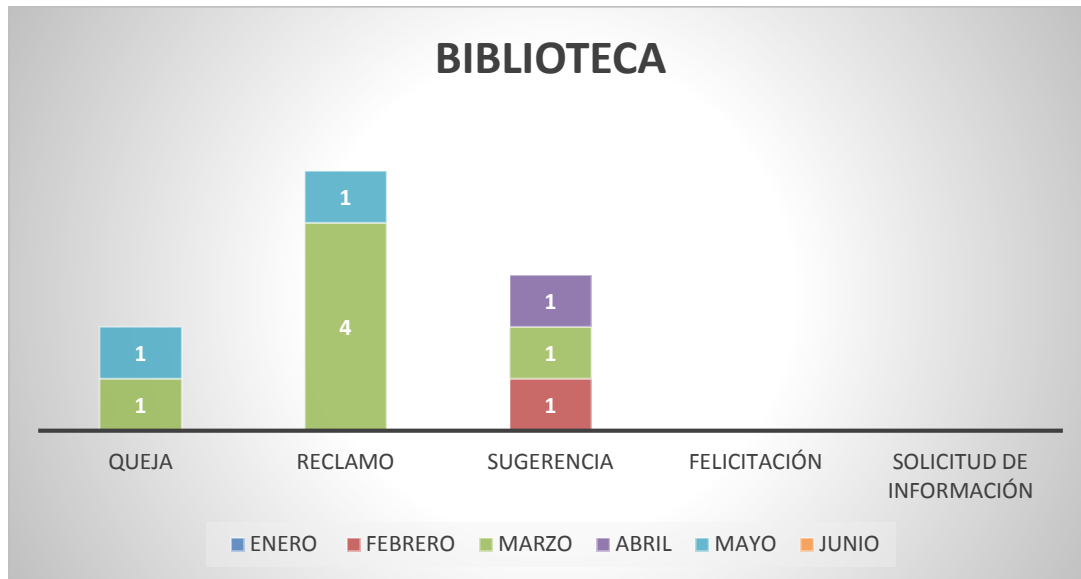
*Fuente: Oficina de atención al cliente

Gráfico 16. Vicerrectoría



*Fuente: Oficina de atención al cliente

Gráfico 17. Biblioteca



*Fuente: Oficina de atención al cliente

Gráfico 18. Atención al Cliente



Fuente: Oficina de atención al cliente

Gráfica 19: Sistemas



*Fuente: Oficina de atención al cliente

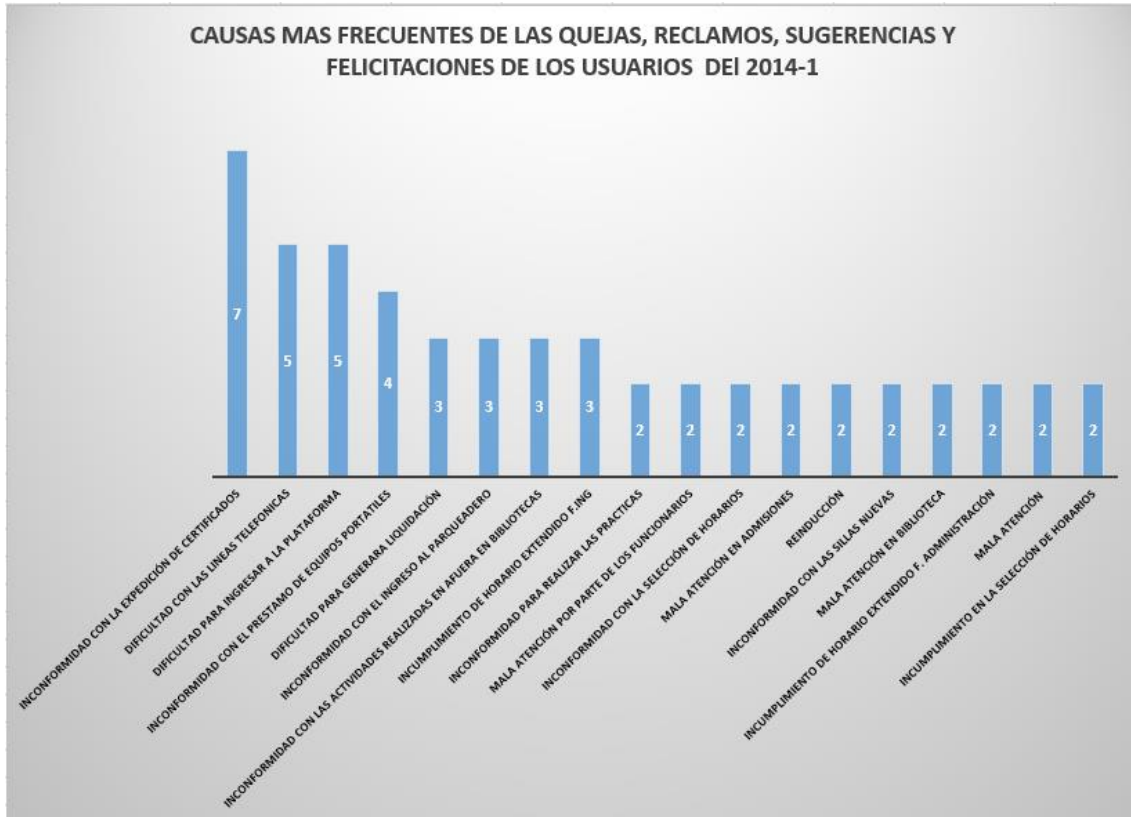
Gráfica 20: Rectoría



Causas más frecuentes registradas de Enero a Junio de 2014, por las cuales los usuarios han presentado mayores inconvenientes.

*Fuente: Oficina de atención al cliente

Gráfica 21: Causas más frecuentes de las Q,R,S y F

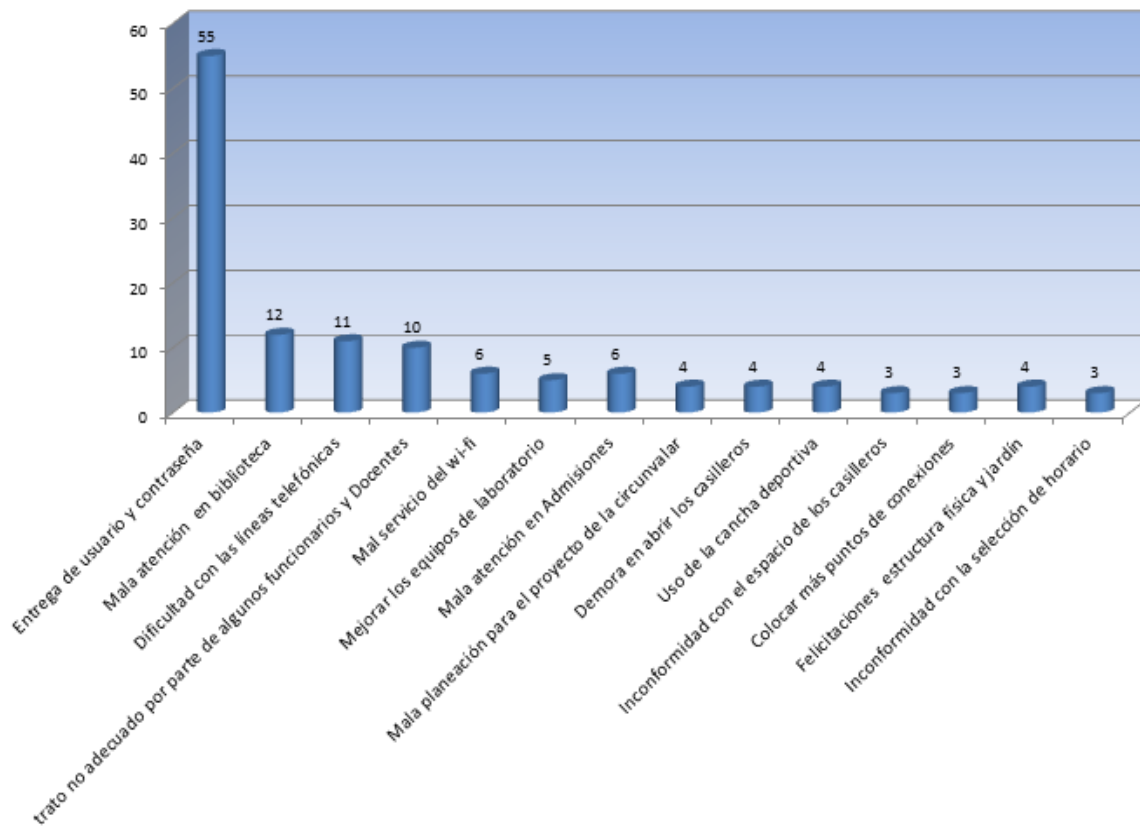


En la gráfica anterior se evidencia de manera descendiente las causas más frecuentes por las cuales los usuarios han manifestado inconformidad, por lo anterior la inconformidad con la expedición de certificados fue la que obtuvo mayor concurrencia, seguido de la dificultad de las líneas telefónicas y dificultad para ingresar a la plata forma.

De acuerdo con las inconformidades manifestadas, cada área involucrada dio respuesta y solución de manera inmediata al usuario.

En cuanto a la dificultad con las líneas telefónicas continúan siendo una debilidad a la hora de prestar el servicio, ya que por la época de Inscripciones estas se congestionan. Para mitigar la dificultad en la atención telefónica y fortalecer la comunicación interna, el área de Admisiones y Registro convoco una capacitación sobre el proceso de inscripción.

CAUSAS MAS FRECUENTES DE LAS QUEJAS DE LOS CLIENTES 2013-1

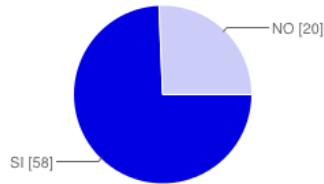


Para el año 2013-1 la dificultad más frecuente fue la entrega de usuarios y contraseñas. La acción correctiva que se aplicó para evitar que se repitiera en próximos semestres fue el envío automático de un correo electrónico institucional a cada estudiante con el usuario y contraseña, no obstante en ese mismo se les ratifico mediante un mensaje, que si poseía dificultades para ingresar a la plataforma podrían dirigirse personalmente a la facultad para realizar la activación de la misma. Además, se reiteró en las inducciones la información relacionada con la asignación de usuarios y claves.

Para mejorar la atención al usuario se ha realizado capacitaciones, campañas de servuxin por medio de correo electrónico y cartelera de Atención al usuario.

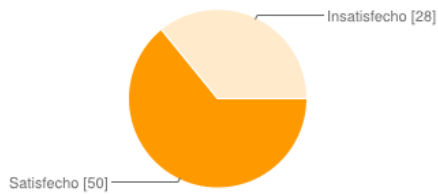
EVALUACIÓN DE SATISFACCIÓN QUEJAS, RECLAMO, SUGERENCIAS, FELICITACIONES Y SOLICITUD DE INFORMACIÓN.

1. La queja, reclamo y/o sugerencia se atendió de manera oportuna



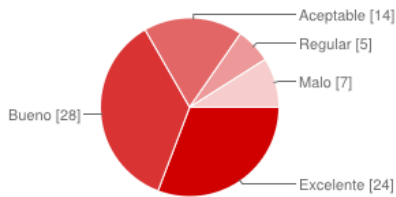
SI	58	74%
NO	20	26%
N°		%

2. La manera como se dio trámite a la queja, reclamo, sugerencia o solicitud de información lo dejó?



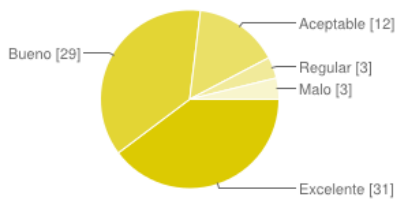
	N°	%
Satisfecho	50	64%
Insatisfecho	28	36%

3. ¿La calidad en la atención fue?



	N°	%
Excelente	24	31%
Bueno	28	36%
Aceptable	14	18%
Regular	5	6%
Malo	7	9%

4. ¿Qué percepción (imagen) tiene usted del tecnológico de Antioquia?



	N°	%
Excelente	31	40%
Bueno	29	37%
Aceptable	12	15%
Regular	3	4%
Malo	3	4%

De acuerdo a los resultados de la pregunta N°2 respecto al trámite de que se le dio a la Q, R,S, F y Solicitud de información, se obtuvo que el 36% de las personas no se encuentran satisfechas con el trámite que se le dio a la misma. Para mejorar el servicio se ha enfatizado con las diferentes áreas involucradas ir más allá de lo que el usuario busca, además suministrar respuestas justificadas.

COMENTARIOS RECIBIDOS POR MEDIO DE ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

Los empleados del tecnológico de Antioquia deben practicar la metodología de una carta a Garcia.

Excelente servicio, la solicitud de Información realizada fue atendida de manera inmediata.

Excelente grupo de trabajo, son personas muy profesionales en su trabajo, y sobre todo con una excelente calidad humana valor o virtud que se ha perdido mucho en nuestra sociedad o lugares de trabajo; Más que una sugerencia es una Felicitación a su excelente labor.

Trabaje durante los primeros meses dando clases en salones con problemas de luz se demoró mucho.

Muy ágil y oportuna su atención, en cuanto al correo electrónico, es un poco difícil la comunicación telefónica.

Hasta el momento la atención telefónica es mala.

Sugerencia: Mejorar o Cambiar el personal de Admisiones.

Muchas gracias, de las hojas de vida que me enviaron fue elegida una persona para llenar la vacante. Muchas gracias.

Quede muy insatisfecha. No volveré a estudiar allá definitivamente y no tengo cosas buenas que decir si me piden opinión de la institución. Mi insatisfacción es porque luego de pedirlo no aceptaron mi reingreso a la institución. Pero luego me entere que si aceptaron más personas. Luego de yo haberlo solicitado, debieron haberme tenido en cuenta ya que les había manifestado que no podía dejar de estudiar este semestre, pero no les importo. Igual gracias

Mi sugerencia es que se organizaran más en la parte de atención al cliente, además el servicio está muy desorganizado en cuanto a los horarios muchos de los que allí trabajan, sobre todo los de monitorias, son muy poco corteses y bastante irresolutos, nunca dan una solución en primera instancia y siempre hay que recurrir a otros medios, deben mejorar muchísimo en la parte de atención al cliente.

El personal a la atención al Público es muy malo. No solo presencial si no telefónicamente. Son como funcionarios públicos, se pasan la pelota y nadie resuelve nada.

Creo que en admisiones y registros deberían contestar las líneas telefónicas ya que aparte de ser groseros no nos prestan una buena atención y nunca contestan el teléfono. Los estudiantes a veces perdemos oportunidades por no tener una buena asesoría.

Es muy buena la atención siempre están al pendiente de todo.

Ser concretos y claros en las respuestas y por parte del tecnológico más responsables con las fechas fijas para las inscripciones.

Mis sugerencias serian dos: 1. Mejor atención telefónica ya que tienen muchas líneas disponibles pero no contestan. 2. Publicar también, en la página web cuando fuera el caso, el horario de atención para cada proceso, ejemplo, para la entrega de los documentos y reclamación del recibo de pago, no pusieron las horas lo cual, al menos para mí, era fundamental ya que trabajo y tenía que solicitar permiso o en su defecto enviar a otra persona.

Que las personas quienes atiendan en la línea de atención manejen más cortesía y que no sean tan cortantes ni déspotas y que brinden más opciones para poder acceder a los servicios que ofrece el instituto.

Debería capacitar a los de admisiones y la parte administrativa de cada facultad en brindar un excelente servicio al cliente, y retroalimentarlos porque definitivamente parece uno mendigando un servicio el cual estoy pagando y como estudiante tengo derechos y ustedes deberes que cumplir. Falta mucha calidad de servicio de todos.

REGISTRO DEL PRODUCTO O SERVICIO NO CONFORME EN LOS PROCESOS MISIONALES DEL TECNOLÓGICO DE ANTIOQUIA

El producto o servicio no conforme son los productos y/o servicios que no cumplen con los requisitos de calidad fijados por la institución, por tanto se deben identificar y controlar para prevenir su uso o entrega no intencionada.

Dado que el producto no conforme se origina en la prestación del servicio, su identificación, tratamiento y registro tiene lugar en los procesos misionales, que en el caso del Tecnológico de Antioquia responden a los procesos de Docencia, Investigación y Extensión, los cuales constituyen la razón de ser de la Institución y son los que prestan el servicio a los usuarios.

La identificación y el tratamiento de los productos no conformes representan una oportunidad de mejora fundamental, ya que permiten conocer en qué está fallando la Institución, y las acciones a implementar para optimizar la prestación del servicio y lograr la satisfacción de los clientes (Estudiantes, egresados, empleados, comunidad en general).

Se presentará en este informe el consolidado de los productos no conformes identificados por cada área de gestión (asociadas a actividades de los procesos misionales) 2014-1, señalando las causas de los mismos.

Los datos presentados se obtienen de las Facultades, Admisiones y Registro, Talento Humano, Atención al Cliente, Ayudas Educativas, Oficina de Extensión, Dirección de Investigación, dependencias que hacen parte de los procesos misionales.

Los productos no conforme más repetitivos durante 2013 se relacionan con la contratación docente (modalidad cátedra), y las demoras en la asignación de usuarios y claves a los estudiantes. Esto indica que se debe mejorar la planeación de la contratación de las horas cátedra y actividades anexas a la docencia, pues se presenta de forma reiterada el retiro de asignaturas ya asignadas, renunciadas de los docentes al contrato, incompatibilidad en horas asignadas, y retiro de horas.

Con respecto a la asignación de usuarios y claves, se realizó un análisis de causas y se estableció un plan de mejoramiento liderado por la Oficina de admisiones y registro, a través del cual, durante la inducción de los estudiantes para el período 2014-1 la oficina de Admisiones y Registro expuso los aspectos a tener en cuenta para una correcta

asignación de usuarios y claves y además se dio una explicación detallada de como ingresar al sistema académico de estudiantes y de su funcionamiento. Por otro lado, se les informo a los estudiantes el conducto regular para solicitar los diferentes trámites que se realizan desde la dependencia. Se implementará un sistema de asignación de turnos para evitar largas filas a los estudiantes.

Otro aspecto que se debe fortalecer es el control al cumplimiento del horario por parte de los docentes de cátedra, pues en 33 ocasiones se registraron productos no conformes relacionados con la inasistencia de docentes.

MES	AREA DE GESTIÓN	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO NO CONFORME	N° PNC REGISTRADOS
ENERO			3
	Admisiones y Registro		
		Dificultad generación liquidación de matrícula en línea	1
	Bienestar Institucional		
		Demora en reporte de nota ACUDE	2
FEBRERO			6
	Admisiones y Registro		1
		Inconformidad de estudiantes por incumplimiento de horario de atención	1
	F. Ciencias Administrativas y Económicas		2
		Inconformidad de estudiantes por grupo demasiado grande (60-70 estudiantes)	1
		Inconformidad de estudiante por cambio de sede para ver asignatura	1
	Regionalización		2
		Inconformidad de estudiante por demora en entrega de certificado	2
	Sistemas		
		Inconformidad servicio de wi-fi	1
MARZO			6
	Admisiones y Registro		1
		Inconformidad de estudiante que no aparece en listados, pese a haber pagado la matrícula	1
	Biblioteca		1
		Inconformidad por paros en el servicio de préstamo de portátiles	1
	Extensión Académica		1
		Inconformidad por no entrega de certificados de cursos	1
	F. Ciencias Administrativas y Económicas		1
		Ausentismo del docente, reubicación de aula de clase.	1
	Regionalización		2
		Demora en entrega de certificado	1
		Demora en envío de liquidación de matrícula	1
ABRIL			1

MES	AREA DE GESTIÓN	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO NO CONFORME	N° PNC REGISTRADOS
	F. Ingeniería	Inconformidad por incumplimiento de horario de atención durante la noche	1
			1
MAYO			2
	F. Ciencias Administrativas y Económicas		2
		Inconformidad por cancelación de asignatura no atendida a tiempo	1
		Inconformidad por incumplimiento de horario de atención durante la noche	1
TOTAL			18

Resumen de productos no conforme durante 2014-1:

Descripción	N° PNC REGISTRADOS
Ausentismo del docente, reubicación de aula de clase.	1
Demora en entrega de certificado	1
Demora en envío de liquidación de matrícula	1
Demora en reporte de nota ACUDE	2
Dificultad generación liquidación de matrícula en línea	1
Inconformidad de estudiante por cambio de sede para ver asignatura	1
Inconformidad de estudiante por demora en entrega de certificado	2
Inconformidad de estudiante que no aparece en listados, pese a haber pagado la matrícula	1
Inconformidad de estudiantes por grupo demasiado grande (60-70 estudiantes)	1
Inconformidad de estudiantes por incumplimiento de horario de atención	1
Inconformidad por cancelación de asignatura no atendida a tiempo	1
Inconformidad por incumplimiento de horario de atención durante la noche	2
Inconformidad por no entrega de certificados de cursos	1
Inconformidad por paros en el servicio de préstamo de portátiles	1
Inconformidad servicio de wi-fi	1
Total general	18

Los productos no conformes presentados para el período 2014-1 corresponden a quejas identificadas a través de quejas reportadas a la Oficina de Atención al Cliente, pues durante el semestre 2014-1, no se han registrado los productos no conformes en las diferentes dependencias con actividades asociadas a los procesos misionales, pese al seguimiento semanal que se realiza en cada una de las facultades. Para 2014-1 está pendiente además los productos no conformes relacionados con la contratación docente, los cuales son reportados por la Oficina de Talento Humano.

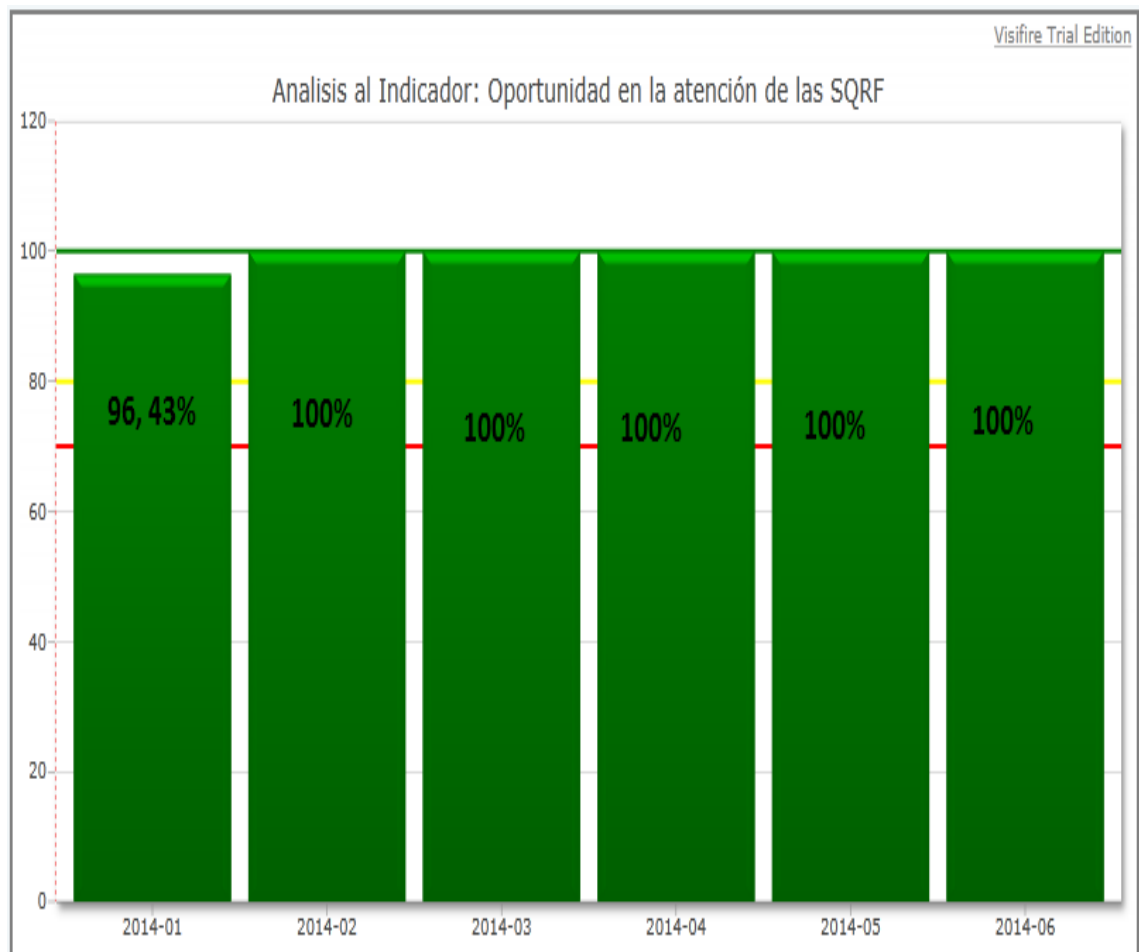
A los líderes de los procesos misionales y a su equipo de trabajo, se les reitera la importancia de identificar, registrar, dar tratamiento o solución y reportar los productos y/o servicios que no sean conformes con los requisitos de calidad establecidos por la institución. Como responsables de los procesos misionales, resulta fundamental su compromiso con la cultura del mejoramiento continuo y el mantenimiento de altos estándares de calidad que contribuyan a garantizar la satisfacción del cliente y la efectividad de los procesos institucionales.

INFORME INDICADORES DE GESTION DEL PROCESO

1. Oportunidad en la atención 2014

Variable: No. de solicitudes atendidas en 15 días o menos/N° de solicitudes recibidas * 100

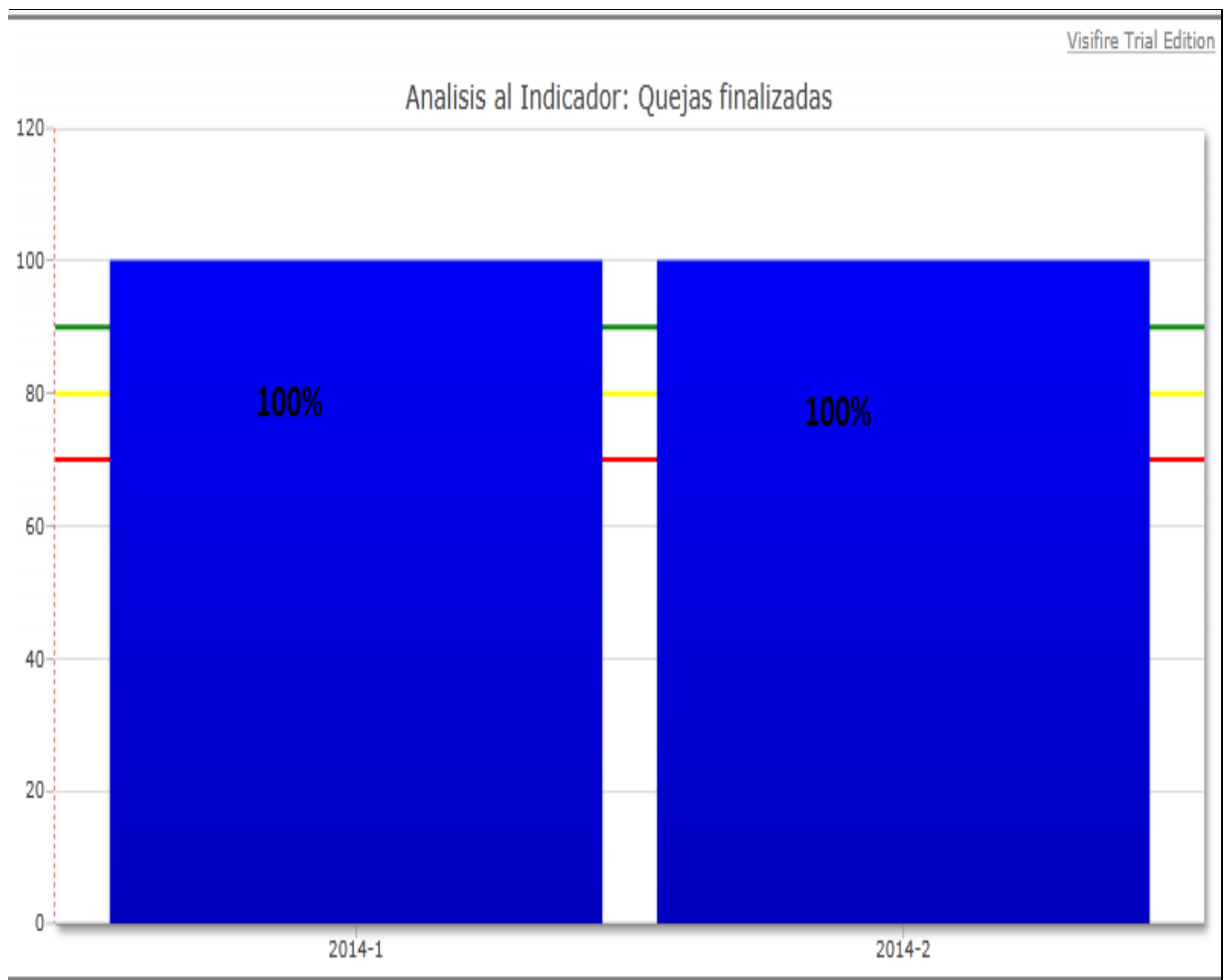
Para este primer semestre del año se evidencia un resultado por encima de la meta objetiva. La comunidad Institucional se ha comprometido con el proceso de atención al cliente y ha tomado consciencia que la calidad y el proceso es de todos.



2. Quejas finalizadas

Variable: Quejas finalizadas sobre quejas recibidas + quejas pendientes de periodos anteriores.

Se observa el compromiso de todas áreas involucradas para dar respuesta dentro el tiempo estipulado. Por ello, el indicador presenta un resultado por encima de la meta objetiva.



RECOMENDACIONES

De acuerdo a los comentarios mencionados anteriormente se ha venido realizando retroalimentación en la atención al usuario en las diferentes áreas donde se presenta la mayor afluencia de usuarios como: Admisiones y registros, Biblioteca y Facultades.

No obstante se recomienda reforzar de manera permanente el compromiso con la buena atención en términos de oportunidad amabilidad y eficiencia.

Es importante resaltar que el proceso de atención al cliente es relevante para evaluarnos y poder identificar aspectos por mejorar.