

**EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE QUE PRESTA
SURTIGAS A LA CIUDAD DE CARTAGENA**

**CARLOS DIAZGRANADOS IBAÑEZ
LUIS MIGUEL VERBEL CONTRERAS**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARTAGENA DE INDIAS D. T. Y C.**

2007

**EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE QUE PRESTA
SURTIGAS A LA CIUDAD DE CARTAGENA**

**CARLOS DIAZGRANADOS IBAÑEZ
LUIS MIGUEL VERBEL CONTRERAS**

**Monografía presentada como requisito para optar el título de Administrador
de Empresas.
Minor en Marketing Estratégico**

**Asesor
Víctor Espinosa Flórez
Economista**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARTAGENA DE INDIAS D. T. Y C.
2007**

Cartagena de Indias, Octubre de 2007.

Señores

DIRECCIÓN DE INVESTIGACIONES

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR

Ciudad.

Por medio de la presente nos permitimos hacer entrega, para su revisión y evaluación, de nuestra Monografía titulada “**EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE QUE PRESTA SURTIGAS A LA CIUDAD DE CARTAGENA**”.

Agradecemos la atención prestada, y estaremos atentos a sus sugerencias y recomendaciones, las cuales estaremos prestas a acoger.

Atentamente,

CARLOS DIAZGRANADOS IBAÑEZ

C. C. # 73.007.084

Código #03-11-402

LUIS M. VERBEL CONTRERAS

C. C. #73.213.981

Código # 03-11-900

RESUMEN

1. TÍTULO

EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE QUE PRESTA SURTIGAS A LA CIUDAD DE CARTAGENA

2. AUTORES

CARLOS DIAZGRANADOS IBAÑEZ Y LUIS MIGUEL VERBEL CONTRERAS

3. OBJETIVO GENERAL

Evaluar el sistema de servicio al cliente que presta la empresa Surtigas S.A. de la Ciudad de Cartagena de Indias, a través de un estudio de los aspectos perceptibles y comportamentales de quienes reciben este servicio directamente de la organización, que sirva para la formulación de estrategias de mejoramiento y calidad de servicio.

4. SÍNTESIS DE METODOLOGÍA

Se realizara una investigación de tipo analítico – descriptiva ya que el objetivo de estudio esta orientado a la caracterización del servicio dándole prioridad a la satisfacción del cliente, durante un periodo especifico, con el seguimiento de la elaboración estrategias que fortalezcan y hagan más competitiva a la empresa objeto de estudio; que abarque la identificación del grado de asociación de las variables implicadas en el estudio, la cual ayudara a encontrar evidencias concluyentes que garantizan la suficiente confiabilidad y precisión del estudio.

El Muestreo aplicado es el Estratificado, por estar dado en forma proporcional a la población estudio.

5. RESULTADOS

A través de la evaluación de la calidad del Servicio esperamos conocer de forma oportuna, las tendencias de la satisfacción del cliente y obtener en forma clara y concisa, cuales son los niveles de calidad en el servicio que la empresa Surtigas Cartagena, presta a sus usuarios.

De igual forma se le planteará a la empresa el uso de una herramienta práctica y confiable, y que esta sea utilizada como el punto central para la toma de decisiones, para el logro de una sostenibilidad en un mercado globalizado y, cada día, mucho más competitivo.

6. SÍNTESIS DE CONCLUSIONES

Mediante este trabajo pudimos observar que en Surtigas Cartagena, poseen una cultura organizacional que con el tiempo se ha ido orientando más hacia el cliente, estoy también lo pudimos comprobar a través de las encuestas realizadas y el análisis de las respuestas de los clientes, tanto internos como externos.

Tener una cultura organizacional orientada al cliente en una empresa es algo muy complejo y no se logra de la noche a la mañana y luego de conseguir este objetivo es mucho más difícil de mantenerse ahí, es por esto que nosotros le hemos planteado a Surtigas esta herramienta para que esta sea usada periódicamente.

A través de esto también les planteamos que se profundicen los análisis de las estrategias aplicadas a partir de los resultados obtenidos en los estudios aplicados aleatoriamente a los clientes de SURTIGAS, debido a que la meta de toda empresa que su fin sea la satisfacción del cliente, es que el nivel de satisfacción llegue al 100%.

7. ASESOR

Víctor Espinosa Flórez.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCION

0. PROPUESTA DE INVESTIGACION

0.1 IDENTIFICACION DEL PROBLEMA

0.2 OBJETIVOS

0.2.1 OBJETIVO GENERAL

0.2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

0.3 JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACION.

0.4 ANTECEDENTES DE INVESTIGACION

0.5 METODOLOGIA DEL TRABAJO

0.5.1 TIPO DE INVESTIGACION

0.5.2 TECNICAS DE RECOLECCION DE DATOS

0.6 LOGROS ESPERADOS

1. EL SERVICIO PÚBLICO DOMICILIARIO EN LA CIUDAD DE CARTAGENA

1.1 SERVICIO DE ACUEDUCTO

1.2 SERVICIO DE ALCANTARILLADO

1.3 SERVICIO DE ENERGIA

1.4 SERVICIO DE GAS NATURAL

2. SURTIGAS EN CARTAGENA

2.1 HISTORIA

2.2 MISIÓN

2.3 VALORES INSTITUCIONALES

2.4 PRINCIPIOS

2.5 POLÍTICA DE CALIDAD

2.6 VISIÓN

2.7 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

2.8 DESCRIPCIÓN DE LOS PROCESOS DEL SERVICIO
PRESTADO POR SURTIGAS S.A.

2.8 ESFUERZOS POR MEJORAR EL SERVICIO
Y LA COBERTURA EN LA CIUDAD

3. ANÁLISIS SITUACIONAL DE SURTIGAS

3.1 ANÁLISIS INTERNO

3.2 TALENTO HUMANO

3.3 PERFIL DEL EMPLEADO EN LA EMPRESA.

3.4 ANALISIS EXTERNO

3.5 PERCEPCION DE LA EMPRESA POR PARTE DE
LOS USUARIOS

3.6 ANALISIS DOFA

3.7 ANALISIS INTERNO (PCI)

3.8 ANALISIS EXTERNO (POAM)

4. PLAN ESTRATEGICO PARA EL MEJORAMIENTO DEL
SERVICIO AL CLIENTE EN SURTIGAS S.A.

5. CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFIA

ANEXOS

INTRODUCCION

En los últimos años el tema de Servicio al cliente ha sido objeto de estudio por parte de las grandes empresas y de muchos investigadores, quienes a su vez han propuesto modificar e implementar una nueva visión de las organizaciones de tal forma que se enfoquen en estrategias basadas en la gerencia de clientes. Razón por la cual las empresas han venido orientando todas sus estrategias y su esquema organizacional con base en una cultura de servicio al cliente tanto interno como externo, convirtiendo este factor en un elemento clave para su éxito.

En éste sentido Surtigas, empresa con alto reconocimiento en su zona de influencia y con una buena percepción por parte de sus clientes, según varios estudios realizados por empresas encargadas de este tipo de actividades, tiene como propósito diseñar e implementar una herramienta válida y objetiva para la medición constante de la satisfacción de sus clientes, herramienta que le servirá en la formulación de estrategias para el mejoramiento de la calidad de sus servicios.

Cada día surgen nuevas corrientes, propuestas y estilos de dirección sobre basadas en criterios de calidad en la prestación del servicio, es por esto que las empresas cada día tratan de acercarse más y más a sus clientes conscientes de la inversión que realizan para el logro de éste objetivo. Estas inversiones las realizan en crear condiciones de infraestructura física y tecnológica, mejoramiento permanente en la capacitación y formación de su talento humano y en el mejoramiento de la gestión financiera y administrativa, de tal forma que respondan a los requerimientos y expectativas de sus clientes.

Con respecto a la empresa SURTIGAS S.A, siendo una empresa prestadora de servicios, es consciente de esta realidad ya que sin la prestación de sus servicios con calidad sería imposible mantenerse posicionada en su mercado. Sin embargo,

está interesada en contar con las herramientas necesarias para implementar un sistema de evaluación de la calidad de los servicios que presta, razón por la cual a través de éste trabajo se le está recomendando utilizar los indicadores de evaluación de los niveles de satisfacción de sus clientes.

El presente trabajo se estructuró primero, exponiendo la evolución de los servicios públicos domiciliarios en los últimos años en la ciudad de Cartagena enfatizando en el progreso en cuanto al aumento de la cobertura de cada uno de estos servicios con el fin de analizar que tanto ha progresado la prestación de estos servicios a través del tiempo.

Segundo, se presenta la historia y generalidades de la empresa con el fin de mostrar el proceso de crecimiento y evolución que ha tenido SURTIGAS, a partir de su creación, también se expone todo lo la empresa maneja como organización, como son: Valores, principios, políticas, objetivos, entre otros.

En el tercer capítulo se diagnostica la empresa partiendo de los aspectos internos y externos para identificar sus debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades con miras a evaluar la percepción y expectativas de sus clientes.

Por último, se puede observar el plan estratégico para el mejoramiento del servicio al cliente, de tal forma que sirva de base para la implementación de sus estrategias de calidad con el fin de alcanzar la satisfacción de sus clientes.

0. PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN

0.1 Identificación del problema.

Cada vez los mercados son más competidos lo que hace que las exigencias de sus consumidores sean mayores, entre ellas la calidad de servicio y/o producto, su logística hasta el consumidor final, el cumplimiento de sus demandas, llenando satisfactoriamente sus expectativas de consumo y generando un calificado servicio al cliente.

Un elemento clave de éxito es la prestación de un excelente servicio al cliente, razón por la cual las empresas y en especial las de servicios públicos requieren de un sistema e indicadores que les permitan evaluar los servicios a sus clientes, de tal forma que sirva como herramienta para la formulación de estrategias que busquen la implementación de planes de mejoramiento y volcados hacia la gerencia de clientes.

Este es un reto que deben enfrentar las empresas y en especial las de servicios públicos domiciliarios ya que de esta manera se pueden anticipar y responder a las expectativas de sus clientes, de tal forma que generen en su interior una cultura de servicio inclinada hacia el consumidor, con capacidad de reaccionar oportunamente a sus exigencias. Dicho servicio permite mantener una relación con los clientes como un sistema de mantenimiento, que asegure las estabilidad, crecimiento y rentabilidad de la organización.

Por tanto, éstas empresas necesitan analizar e implementar nuevas estrategias de servicio al cliente, no solo para definir que la calidad en el servicio puede ser entendida como la acumulación de satisfacciones repetidas de un cliente con la

empresa, sino optimizar el desarrollo de las empresas de servicios públicos, que le permitan implementar una cultura de servicio al cliente de calidad, confiabilidad y sobre todo la fidelidad del cliente.

De acuerdo con este escenario, las empresas de servicios públicos, como es el caso de la empresa objeto de estudio, requiere implementar estrategias adecuadas de servicio al cliente, no solo para satisfacer las expectativas de su mercado sino para iniciar un proceso de mejoramiento continuo, buscando por medio de esta, la fidelidad de sus clientes.

0.2 Objetivos

0.2.1. General:

Evaluar el sistema de servicio al cliente que presta la empresa Surtigas S.A. de la Ciudad de Cartagena de Indias, a través de un estudio de los aspectos perceptibles y comportamentales de quienes reciben este servicio directamente de la organización, que sirva para la formulación de estrategias de mejoramiento y calidad de servicio.

0.2.2. Específicos:

- Estudiar el proceso que se ha llevado hasta el momento en la parte de Servicio al cliente en la empresa según las investigaciones anteriormente realizadas.
- Identificar las debilidades y fortalezas en términos de infraestructura física, administración, gestión, marketing y ventas, recursos humanos y financieros, que limitan o contribuyen a la prestación de un servicio al cliente bajo los estándares de calidad exigidos por estos.
- Analizar la percepción y expectativas de los clientes actuales mediante encuestas y observación directa para obtener índices de Satisfacción de clientes con el fin de medir el posicionamiento que tiene la empresa Surtigas,

de tal forma que sirva de plataforma para la formulación de estrategias de mejoramiento del servicio.

- Formular un plan estratégico que sirvan de herramienta para la toma de decisiones y definición de programas de mejoramiento de servicio al cliente para la empresa Surtigas de Cartagena.

0.3 Justificación de la Investigación

La Satisfacción del cliente es un concepto crítico en el pensamiento del Marketing y las investigaciones que se llevan a cabo para saber más a cerca de los consumidores. Se argumenta que generalmente si los consumidores están satisfechos con el producto y/o servicio, ellos tendrán una buena imagen de la empresa y comentarán a otros de su favorable experiencia con dicho producto y/o servicio. En el caso contrario, si ellos están insatisfechos, probablemente tendrán una mala imagen, lo que podría ser perjudicial para la empresa en términos económicos y publicidad.

En éste trabajo esperamos analizar la calidad y la cultura de servicio con que cuenta Surtigas S.A. de tal forma que sirva de herramienta a dicha empresa en la toma de decisiones. Igualmente, se pretende plantear posibles soluciones a los problemas que podrían presentarse al interior de la empresa.

Asimismo, servirán para los clientes, pues ésta es una oportunidad para mejorar los servicios que presta la empresa, y que también pueda servir para buscar la armonía entre la empresa y sus clientes.

Al identificar la gerencia de clientes, se deben conocer los índices de: satisfacción de clientes, conocimientos del cliente, evaluación de la calidad del servicio, seguimiento del cliente, contacto directo con el cliente y la formulación de estrategias del servicio, que permiten identificar sus fortalezas y debilidades.

Por último, se quiere resaltar que dentro del ámbito empresarial y organizacional es necesario contar con una excelente calidad y servicio al cliente, por ello es muy importante para nuestro desarrollo académico y profesional adelantar esta investigación de satisfacción de clientes para la empresa Surtigas, ya que nos permiten identificar los distintos roles que hay que desempeñar en un mercado dinámico y competitivo.

0.4. Antecedentes de investigación

La Empresa Surtigas en el 2006 logró el reconocimiento como la mejor empresa prestadora de servicios públicos en las comunidades de Bolívar, Córdoba y Sucre, esto se puede confirmar en la encuesta realizada por “Cartagena como vamos”, en el que el 97% de los cartageneros tienen una imagen favorable de la empresa, califican la gestión con un puntaje de 4.2 sobre 5.

Otra encuesta realizada en éste mismo año por la Empresa Onu, que se encarga de investigar las percepciones de los usuarios en los diferentes momentos que interactúan con la Empresa, encontró que el nivel de satisfacción de los usuarios en Bolívar, Córdoba y Sucre se ubica en el rango superior con el 81.83%, calificando el suministro de Gas Natural, la calidad de atención al usuario, los procesos de instalación de servicio, facturación y solución de daños como de buena calidad.

Sin embargo, la empresa está interesada en evaluar la calidad de los servicios que presta a la comunidad de los Departamentos de su área de influencia.

Surtigas desde principios del año 2006 para poder llegar a más usuarios en los departamentos de Bolívar, Sucre y Córdoba consiguió con diferentes fondos y asociaciones subsidios para la gente de estratos más bajos. Estos constan de un

descuento para la construcción del servicio, que oscilaban entre los 300 y 400 mil pesos. Los aportes eran otorgados por el gobierno Holandés y por fondos de personas muy adineradas de Europa que su satisfacción consistía en dar este dinero para la gente más necesitada.

El resultado fue un incremento en más del 40% en las ventas del año, es decir se superaron todas las expectativas e incluso hubo un momento en el cual los inventarios de los materiales para la construcción de nuevos servicios se agotaron totalmente. Surtigas actualmente tiene más de 400 mil usuarios.

En el mes de agosto de 2006 se realizaron los sorteos PAPUN que consistían en una rifa para los usuarios que se encontraran al día cancelarles todo el saldo que tuvieran pendiente a la fecha, y también regalar bonos de \$50.000 para ser utilizados en los supermercados y almacenes de la ciudad.

Cada año Surtigas busca la manera de diversificar sus negocios y a su vez conseguir nuevos clientes. En el 2007 se comenzó el proyecto de otorgar créditos por más de 1 millón de pesos a todos los usuarios de la empresa de estratos 1, 2 y 3 que hayan tenido un buen comportamiento crediticio, es decir que hayan cancelado su recibo puntualmente mes a mes durante un periodo mayor de un año. Con este proyecto se busca mejorar la imagen de la empresa y a su vez tener mayores ganancias.

Los resultados son que mensualmente se desembolsan 2000 millones de pesos a estas personas que los bancos no son capaces de prestarles debido a su estrato, pero que Surtigas por su gran capacidad de endeudamiento si puede prestarle a los bancos y desembolsarle a estas personas y así a su vez se gana credibilidad frente a los usuarios quienes ven a este crédito no como un préstamo sino como una ayuda.

Otro proyecto que se comenzó en diciembre del 2006 fue el de comenzar a vender en los estratos 1, 2 y 3 además de gasodomésticos, también todo tipo de artículos para el hogar como colchones, televisores, neveras y otro tipo de enseres que se pueden pagar con bajos intereses a través del recibo del gas.

Los resultados consisten en las más de 8000 ventas que se registraron en el mes de diciembre y la gran felicidad que llevó la empresa Surtigas a todos los hogares de estas personas.

En conclusión Surtigas cada vez que se tiene la oportunidad pone en marcha proyectos que además de generarle un muy buen beneficio económico también le generen una mejora en su imagen frente a la comunidad.

0.5. Metodología de trabajo

0.5.1. Tipo de investigación

Se realizara una investigación de tipo analítico – descriptiva ya que el objetivo de estudio esta orientado a la caracterización del servicio dándole prioridad a la satisfacción del cliente, durante un periodo especifico, con el seguimiento de la elaboración estrategias que fortalezcan y hagan más competitiva a la empresa objeto de estudio; que abarque la identificación del grado de asociación de las variables implicadas en el estudio, la cual ayudara a encontrar evidencias concluyentes que garantizan la suficiente confiabilidad y precisión del estudio.

0.5.2 Técnicas de recolección de datos

La presentación de los datos se hará a través de cuadros, representaciones gráficas y cálculos o estimaciones realizadas por los autores, sobre la cual se trabajara posteriormente para realizar el análisis y elaboración del informe; teniendo en cuenta la evaluación de la calidad del servicio; como son la identificación de las necesidades de los clientes, planteando objetivos a desarrollar

de tal forma que se encuentren soluciones a problemas en caso dado que estos existan.

Información primaria

Para conocer y analizar la calidad del servicio que presta ésta empresa se utilizarán las siguientes técnicas: entrevistas, observaciones directas e información por quienes laboran en la entidad y por los clientes actuales.

Información secundaria

Investigaciones realizadas a la empresa, informes, textos, prensa y demás documentos que contengan la información requerida.

0.6 LOGROS ESPERADOS

A partir de este trabajo esperamos contribuir con un documento que contenga argumentos válidos con pruebas reales de la calidad del servicio que la empresa Surtigas presta a sus clientes; de igual forma se pretende dejar orientaciones claras para que genere una cultura de servicio a lo largo de la organización trabajando consistentemente en la satisfacción de los clientes como prioridad; dándole un mayor valor al servicio al cliente con el objetivo de agregar valor a la organización identificando necesidades y problemas que se le puedan presentar al cliente, con el fin de brindarles una óptima solución y proporcionar así una retroalimentación útil para el crecimiento y desarrollo de la empresa, permitiéndoles conocer los índices de satisfacción de clientes.

1. EL SERVICIO PÚBLICO DOMICILIARIO EN LA CIUDAD DE CARTAGENA

La ciudad de Cartagena, desde sus inicios hasta nuestros días, ha mostrado un crecimiento y una evolución como ciudad que puede constarle a todos sus habitantes en aspectos distintos. Entre estos aspectos se puede resaltar el crecimiento Industrial, el crecimiento Turístico y el crecimiento urbanístico, entre otros. Junto a esto, desde que se privatizaron los servicios públicos domiciliarios, las empresas que prestan estos servicios han sufrido un crecimiento tanto dentro de ellas mismas, como se puede observar en el incremento de sus índices de cobertura, datos que se verán a continuación.

Asimismo, debido al gran desarrollo que ha tenido la ciudad de Cartagena de Indias, las empresas de Servicios Públicos han tenido que implementar estrategias o planes para estar a la altura y poder suplir la gran demanda que ha venido surgiendo con los nuevos clientes, ya que la ciudad se ha ido expandiendo tanto como para la zona oriental así como también se prevé un gran proyecto urbanístico en la zona norte. Debido a todos estos cambios que va presentando el entorno, las empresas como respuesta han tenido la necesidad de invertir más para ampliar la cobertura y en el mejoramiento de la calidad de sus servicios, tanto en infraestructura como en personal y en la redefinición de su direccionamiento estratégico.

En el año 2002 los servicios públicos domiciliarios generaron controversia entre la comunidad, debido a la cantidad de inconformidades presentadas ante las empresas prestadoras y los entes de control, relacionadas con el alza en las tarifas, cobros de revisiones técnicas no solicitadas, aumentos exagerados en los consumos, imposición de multas y sanciones, en algunos casos, violando el derecho al debido proceso, entre otras.

Por esta razón, durante el 2002 fueron frecuentes los bloqueos a algunas vías por parte de usuarios del servicio de energía, descontentos con el alza en las tarifas y con racionamientos, que la empresa prestadora del servicio calificaba como mantenimientos. Lo anterior también se puede evidenciar en la información suministrada por la Personería Distrital, en cuya dependencia se recibieron en este año alrededor de 3.623 quejas relacionadas con la prestación de servicios públicos, de las cuales el 74% eran contra Electrocosta, el 15% contra Aguas de Cartagena y el 7% contra Telecartagena. Esta cifra presentó un incremento del 142% con respecto al año inmediatamente anterior, en el cual se registraron 1.496 quejas.¹

Como se puede observar a continuación, y como se mencionó anteriormente, las empresas prestadoras de servicios públicos en la ciudad lograron incrementar la cobertura y calidad de los servicios en el 2002 a pesar de las dificultades financieras que presentaron debido a la alta cartera vencida y la pérdida de producción por conexiones fraudulentas.²

Sin embargo, desde el 2002 en adelante las empresas de servicios públicos domiciliarios en Cartagena lograron aumentar su cobertura hasta tal punto que en el año 2006 alcanzaron incrementar su cubrimiento y sobrepasar el 93% de la cobertura en la ciudad.

1.1 SERVICIO DE ACUEDUCTO

En el año 2001 la empresa Aguas de Cartagena abastecía de agua potable a cerca de 120.000 usuarios, lo que representaba el 93% de la población. En el año 2002 se alcanzó la cifra de aproximadamente 130.000 lo que representaba una

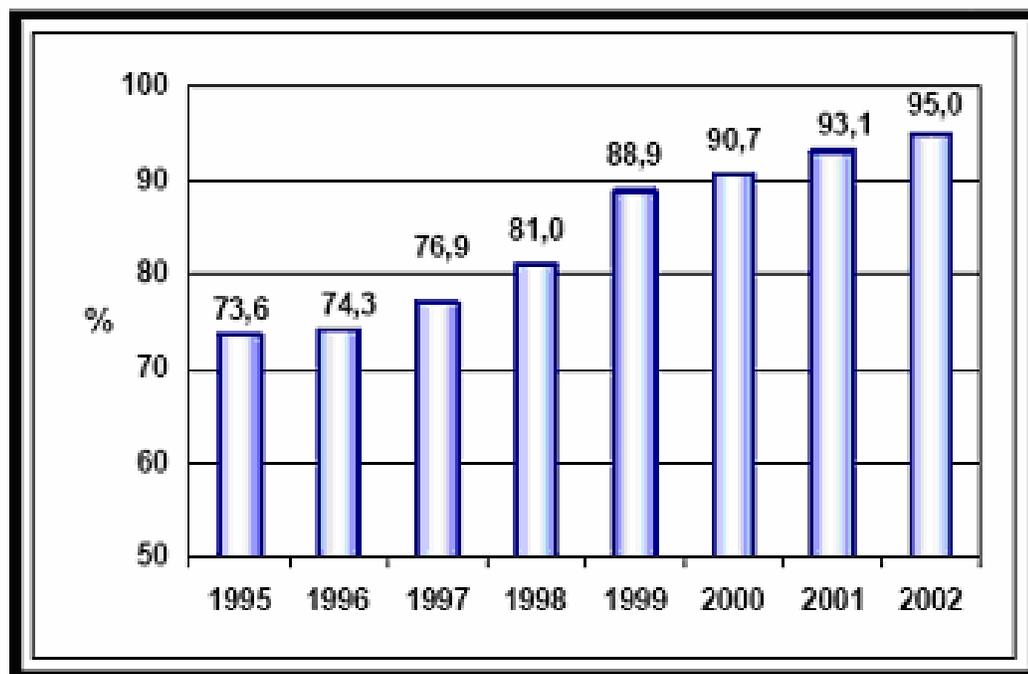
¹ Indicadores sociales de Cartagena. (Marzo de 2003)

[.http://www.banrep.gov.co/documentos/publicaciones/pdf/car_2_102.pdf](http://www.banrep.gov.co/documentos/publicaciones/pdf/car_2_102.pdf)

² El Universal. Febrero de 2003. Personería Distrital de Cartagena.

cobertura del 95%, esto es un incremento de cerca del 2% respecto del nivel de abastecimiento del año anterior. Esta cifra se acercaba a la meta de 100% de cobertura propuesta por Aguas de Cartagena, que hacia 2004 esperaba abastecer de agua potable a toda la población (ver Gráfico 1).

Gráfico 1. Evolución de la cobertura en acueducto en Cartagena, 1995 - 2002



Fuente: Aguas de Cartagena S.A. E.S.P.

Los usuarios no residenciales estaban representados principalmente en usuarios comerciales, que correspondían al 4.8% del total de usuarios. Le seguían el sector oficial con el 0.4%, la industria con el 0.2%, sector que además casi duplica el número de usuarios con respecto a 2001.

Teniendo en cuenta la cobertura alcanzada en el 2002, comparando con el año 2006, el servicio de Acueducto aumentó su cobertura en un 4% con respecto a la

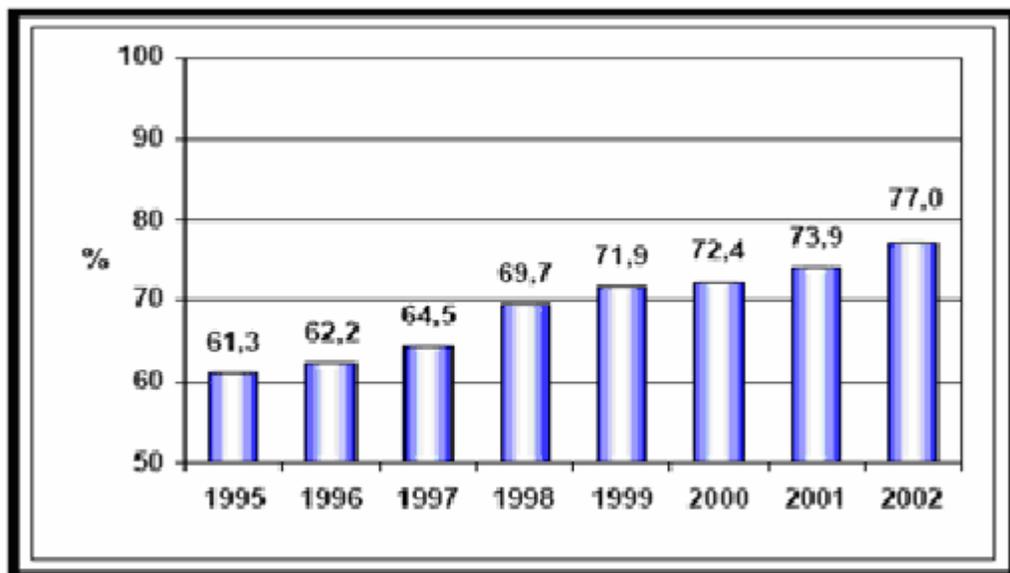
meta propuesta, llegando así al cubrimiento del 99% de la ciudad y estando a solo un 1% de alcanzar la cobertura total de la ciudad.

Hoy en día Aguas de Cartagena presta el servicio de agua con una continuidad del 99.64% y con un nivel de calidad de agua del 99.27%.

1.2 SERVICIO DE ALCANTARILLADO

La cobertura del servicio de alcantarillado estuvo a la par del Plan Maestro de Acueducto, Alcantarillado y Gestión Ambiental. Al año 2002, la cobertura en Cartagena llegó hasta el 77%. Sin embargo, este resultado fue menor a la meta del 80% proyectada para ese mismo año (ver Gráfico 2).

Gráfico 2. Evolución de la cobertura del servicio de alcantarillado 1995-2002.



Fuente: Aguas de Cartagena S.A. E.S.P.

Los usuarios del servicio de alcantarillado subieron a 98.215 en 2002, llegando a un incremento del 4% con respecto a 2001.

En términos de cobertura, el 75.8% de los usuarios del servicio de agua potable en la ciudad contaba con el servicio de alcantarillado, principalmente en los usuarios

residenciales, que en su mayoría tenía acceso a este servicio. Sin embargo, sólo el 27.5% de los usuarios de agua potable de estrato 1 estaba cubierto por el sistema de alcantarillado.

Hacia el 2006, comparando el avance que ha tenido desde los 4 años anteriores, el servicio de Alcantarillado ha sido el que mayor crecimiento en la cobertura ha tenido, pasando del 77% a un 99% en su cobertura, lo que representa un incremento porcentual del 22% de su nivel, y se encuentra a solo un 1% de alcanzar la cobertura total de la ciudad.

1.3 SERVICIO DE ENERGÍA

El servicio público de energía eléctrica es el servicio que mayor polémica a presentado en la percepción de sus clientes, tal como se puede evidenciar en los continuos enfrentamientos ocasionados por las medidas interpuestas por Electrocosta, especialmente desde el 2002, cuya finalidad era de recuperar la cartera morosa.

Según información de esta empresa, en el año 1993 en Cartagena la cobertura del servicio de energía estaba cercana al 100%; sin embargo, examinando el departamento de Bolívar, incluida la capital, la cobertura fue ligeramente superior al 90%. De acuerdo con el censo de vivienda de este mismo año, el número de viviendas en el departamento fue de 266.953, sólo 248.340 viviendas recibieron facturación, lo que equivalió al 93%. De lo anterior se puede deducir que existe una inconsistencia en dicha información, lo que podría ser el origen de que la empresa no adelante proyectos que respondan a las necesidades reales de la población y por tanto un percepción entre la comunidad de una deficiencia en la prestación de este servicio.

No obstante, para el año 2006 el servicio de energía en la ciudad de Cartagena, alcanzó su punto meta de cobertura, es decir, el 100%. Este, además del servicio de recolección de basura, es el primer y único servicio público domiciliario que ha alcanzado este nivel.³

1.4 SERVICIO DE GAS NATURAL

De acuerdo con datos suministrados por Surtigas S.A., durante el 2002 el servicio de gas natural en Cartagena alcanzó una cobertura del 85.6%, año en que la empresa esperaba construir 2.125 nuevas redes y lograr un total de 125.000 usuarios. Sin embargo, se registraron 122.958 usuarios del servicio de gas natural, lo que representó un incremento del 4.2% con respecto al año anterior. Los usuarios residenciales fueron los que contaron con la mayor participación dentro los usuarios del servicio, con el 98.7% del total. Dentro de este grupo sobresalieron los usuarios de los estratos 1 (con 25.8%), 2 (con 31.4%) y 3 (con 24.6%) como los de mayor participación. Igualmente, dentro de los no residenciales se destacaron los usuarios comerciales, los cuales participaron con el 1.2%, y los usuarios industriales, con el 0.1%. Este último grupo registró un incremento del 6.7% en el número de usuarios con respecto a 2001.

Como consecuencia de los esfuerzos y planes desarrollados por Surtigas S.A., para el año 2006, el Gas Natural alcanzó un nivel de cobertura del 93%, subiendo un 7.4%, situación que hace que la empresa asuma el reto de conquistar el 7% restante.⁴

Para llegar hasta donde se encuentra la empresa en el día de hoy, el trayecto fue largo y complejo; según funcionarios de esta. Igualmente se piensa que es un proceso continuo de alcanzar su meta y la redefinición de la organización y de

³ Aguas de Cartagena S.A. E.S.P. Año 2002.

⁴ Proexport. Agosto 22 de 2006. <http://www.proexport.gov.co/vbecontent/NewsDetail.asp?ID=7082&IDCompany=20>

formulación de estrategias para crecer y convertirse en una organización que tiene claridad en sus propósitos y que cumple con sus principios de responsabilidad social.

Es por esto que entre sus empleados se comenta que “las cosas no se hacen de un día para otro, y mucho menos sin una razón de ser. Para poder llegar hasta donde se quiere, se necesita dedicación, esfuerzo, lucha y ganas. Hay que tener visión, y saber donde están las oportunidades que brinda el entorno”.

Por lo anterior, SURTIGAS S.A. como empresa prestadora del servicio de gas natural en las distintas poblaciones en los departamentos de Bolívar, Sucre y Córdoba, es considerada por sus usuarios como una organización seria y que con el paso del tiempo ha ganado el respeto, el cariño y buena reputación de sus usuarios, lo que se ve reflejado en la imagen que tienen de ella.

2. SURTIGAS EN CARTAGENA

2.1 HISTORIA

Surtidora de Gas del Caribe S.A. E.S.P. es una sociedad creada en el mes de agosto del año 1968, comenzó sus operaciones inicialmente con el objetivo de almacenar y distribuir gas propano en cilindros y carro tanques en las ciudades de Cartagena y Sincelejo.

En sus inicios SURTIGAS comenzó con el nombre de POCHEGAS LTDA. Luego entro el grupo COLGAS creándose mas tarde la firma SURTIGAS.

La planta de llenado estaba situada en Mamonal, donde laboraban seis llenadores, un técnico, un jefe de planta un auxiliar y una secretaria, y en el centro de la ciudad en la histórica calle del candilejo se encontraba la gerencia, las cajas de pago y el departamento de contabilidad.

Luego se construyó una sede propia en la zona industrial de mamonal. Esta estaba conformada por un edificio de dos plantas, dando los primeros pasos al Gas Natural, además contaba con una moderna planta de llenado de cilindros de propano y llenados de cisternas o carro tanque.

A finales de la década de los 70, la Compañía fue autorizada por el ministerio de minas para poner en funcionamiento un plan piloto de distribución de gas natural en la ciudad de Cartagena, en los barrios de Alto Bosque, Pie de la Popa, Bocagrande, Castillo Grande y Laguito, con tan excelentes resultados, permitiendo que el servicio se hiciera extensivo a gran parte de la ciudad de Cartagena, logrando hasta la fecha una cobertura del 87% de la población con niveles de atención a los sectores Comercial, Industrial y otros usos del gas como el relacionado con acondicionador.

A partir de 1990, SURTIGAS adelantó una campaña agresiva de extensión del servicio en gran número de 32 poblaciones de los Departamentos de Bolívar, Sucre y Córdoba, destacándose la ciudad de Montería y la agencia de Cereté y su importante sector industrial.

Desde el año 1991 la empresa se ha dedicado exclusivamente al negocio de distribución del gas natural, pues sus intereses comerciales de gas propano fueron cedidos a compañías del ramo.

En la fecha continua su objetivo de extensión de acuerdo a los lineamientos del programa de Gasoductos Regionales en los Departamentos de Bolívar, Sucre y Córdoba. El auge y desarrollo de la organización corporativa de la Empresa comienza a partir del año 1989 con implementación de modernos programas de gestión administrativa.

Desde el año 1997 han ampliado su mercado convirtiéndose en distribuidores y en comercializadores de gas natural. Aprovechando su experiencia y fortalezas, están en la búsqueda de ampliar la participación en nuevos negocios en el mercado nacional e internacional, relacionados con su Misión y Visión.

A finales de 2001 se obtuvo la certificación para su Sistema de Gestión de la Calidad bajo la norma ISO 9001 versión 2000. A finales de 2002 obtuvo la acreditación para el laboratorio Metrológico ante la Superintendencia de Industria y Comercio bajo la norma ISO 17025 garantizando el aseguramiento metrológico para las variables involucradas en la medición de gas.

Conscientes en la importancia que representa la prestación de un excelente servicio se impulsó una cultura de atención y satisfacción al cliente, enmarcada por sus valores que les permiten asumir el reto y apoyados en una verdadera cultura de pensamiento estratégico.

Se ha ido transformando la estructura de la organización buscando una mayor capacidad de adaptación y de logro de los retos que impone el mercado.

2.2 MISION

“Prestar un excelente servicio público de gas natural, que garantice la permanencia de la compañía en el tiempo, que genere bienestar en la comunidad y que retribuya la inversión de acuerdo a las expectativas de los accionistas promoviendo el desarrollo integral de los colaboradores. Incursionar en otros negocios que contribuyan a lograr un crecimiento sostenible en el tiempo, diversificando los ingresos de la compañía.”

2.3 VALORES INSTITUCIONALES

Consecuente con su Misión y su filosofía, todas las acciones de SURTIGAS S.A. están enmarcadas dentro de los siguientes valores institucionales:

- Honestidad
- Servicio
- Trabajo en equipo
- Lealtad
- Compromiso
- Disciplina

2.4 PRINCIPIOS

- En Surtigas S.A. E.S.P. están orientados a superar las expectativas de sus usuarios, tomando decisiones basadas en hechos, sentido común y agilidad.

- Proveen el bienestar y desarrollo humano, reconociendo el liderazgo, el conocimiento, talento y la experiencia de las personas como apoyo para ser cada día mejores.
- Se siente pasión por la creatividad, la flexibilidad, el mejoramiento y la calidad.
- Mantener relaciones de mutuo beneficio con los proveedores.
- Velar por la seguridad de la comunidad vía conservación del medio ambiente.
- Mantener un enfoque sistémico para la planeación de los procesos y actividades.
- Compartir los conocimientos y escuchar con actitud positiva, promoviendo los esfuerzos comunes en beneficio de la organización.

Siendo coherente con sus principios y valores institucionales, SURTIGAS tiene claramente definida la calidad como marco de referencia en todas actuaciones y decisiones organizacionales.

2.5 POLITICA DE CALIDAD

Es política de Surtigas S.A. E.S.P., satisfacer las necesidades y atender las expectativas de sus usuarios en la prestación de los servicios públicos de distribución y/o comercialización de gas natural, garantizando: seguridad, comodidad, economía y continuidad, aplicando una filosofía de mejora continua y calidad del servicio, con el uso eficiente de los recursos y una tecnología adecuada.

2.6 VISION

“En el próximo quinquenio afianzaremos nuestro liderazgo, como distribuidores y comercializadores de gas natural en nuestra zona de influencia. Participaremos

activamente en nuevas líneas de negocios, aprovechando nuestros recursos financieros, tecnológicos y humanos.

Liderazgo: Ser reconocidos como la mejor empresa de servicios públicos en nuestra zona de influencia. Nuevas líneas de negocios: Intermediación financiera, Soluciones energéticas, Puntos de recaudo, venta de gasodomésticos, y servicios de back-office.”

2.7 OBJETIVOS ESTRATEGICOS

- Mantener una rentabilidad adecuada
- Satisfacer las necesidades y atender las expectativas de nuestros usuarios.
- Maximizar el valor de La relación con el cliente y usuario.
- Lograr la excelencia operacional.
- Consolidar una organización dinámica y flexible, promoviendo el desarrollo humano de nuestros colaboradores.⁵

2.8 DESCRIPCIÓN DE LOS PROCESOS DEL SERVICIO PRESTADO POR SURTIGAS S.A.

El primer contacto que tiene una persona con la Empresa Surtigas S.A. antes de convertirse en usuario, lo tiene a través de una llamada o una visita a la sucursal de la empresa. Ahí solicita el servicio y se pone de inmediato en contacto con el departamento de ventas, quién se encarga de enviar un vendedor a la vivienda del usuario, el vendedor le realiza una cotización en la cual se explica al cliente y a técnico que posteriormente vaya a instalar el servicio por donde irá la tubería y otras especificaciones técnicas.

⁵ SURTIGAS S.A. E.S.P. 2007.

Luego de esto pasa al departamento de servicios y mantenimiento quien envía a una cuadrilla a construir e instalar el servicio al cual se le asigna un código. A partir de este momento el usuario comienza a tener vida y existencia dentro de la empresa. Esto implica que cualquier problema que tenga el usuario con el servicio de distribución de gas, escapes, reubicaciones, entre otros, el usuario debe llamar a Surtigas S.A. y este debe resolverle el inconveniente.



2.9 ESFUERZOS POR MEJORAR EL SERVICIO Y LA COBERTURA EN LA CIUDAD.

La empresa, día a día, avanza en su búsqueda de la cobertura total de la ciudad, debido a que en algunos barrios el servicio de Gas Natural no llega debido a que son barrios nuevos y no estaban contemplados dentro del plan urbanístico de la ciudad. Es ahí donde SURTIGAS comienza con toda una planeación, es decir, diseñan las redes, proyectan el número de viviendas que se pueden alimentar de una tubería principal, que presión debe existir y otras variables con las cuales deben ser muy exactos para poder cumplir con los estándares de calidad impuestos por la CREG, luego de esta planeación comienza la puesta en marcha del proyecto lo cual es lo más extenso y es donde se necesita mayor inversión tanto de personal como de tecnología e infraestructura física. Es ahí donde se han

notado los esfuerzos de SURTIGAS, la cual de la mano de los contratistas ha hecho inversiones muy altas en tecnología, en maquinaria pesada para introducir las tuberías dentro de las calles, en recursos humanos, capacitando cada vez más personas en la construcción de redes y trabajos civiles.

También SURTIGAS es una empresa caracterizada por innovar e invertir en su gente, esto se demuestra en la gran cantidad de cursos, seminarios y talleres orientados a Servicio al cliente, esto para resaltar la gran importancia y lo mucho que se enfatizan en la opinión del cliente. Estas capacitaciones las realizan constantemente, y a todos y cada uno de los empleados en la empresa, estos cursos son dictados desde los técnicos hasta el gerente.

SURTIGAS S.A., tiene como política principal superar todas las expectativas de sus clientes en cuanto a la prestación del servicio del gas natural, y que mejor manera de conseguir este objetivo que aplicando estrategias de mejora continua en todos los factores de la organización, ya sean tecnológicos, humanos o físicos, sin embargo deben existir índices que le indiquen a la organización cual es el impacto de estas mejoras sobre la percepción que tienen los usuarios de la misma.

Para esto es necesario implementar una herramienta de evaluación de este factor, y no solamente implementarla esporádicamente, sino de una manera periódica, que sirva para manejar un índice de satisfacción del cliente, que será clave al momento de tomar decisiones, o implementar estrategias de mejoramiento de la calidad de los servicios prestados.

3. ANÁLISIS SITUACIONAL DE SURTIGAS S.A.

Para evaluar los niveles de satisfacción del servicio que presta Surtigas S. A. a sus clientes se hace necesario partir de un diagnóstico situacional de la empresa con el objeto de identificar las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades; de tal forma que sirva de punto de partida para detectar los recursos y condiciones que tiene la empresa para prestar sus servicios tanto a sus clientes internos como externos.

Igualmente, estos análisis son importantes a la hora de evaluar la calidad de la prestación de servicios, como es el caso de SURTIGAS S.A., pues observando las expectativas de los clientes es posible detectar los puntos en los que sea necesario mejorar para que la concepción del usuario sobre la empresa, mejore con el paso de los días.

Asimismo, al momento de prestarle un servicio a alguien, es necesario conocer al cliente y saber cuales son sus preferencias, necesidades y expectativas y así entregarle exactamente lo que espera, lo que puede lograrse a través de la utilización de indicadores que midan los niveles de satisfacción de éstos, lo que implica además, contar con mecanismos que permitan garantizar una relación directa con el cliente.

De igual manera a través de este análisis se ha podido diseñar indicadores de satisfacción de clientes, los cuales servirán para que la empresa los utilice de manera sistemática para evaluar sus procesos y la calidad de sus servicios.

3.1 ANALISIS INTERNO.

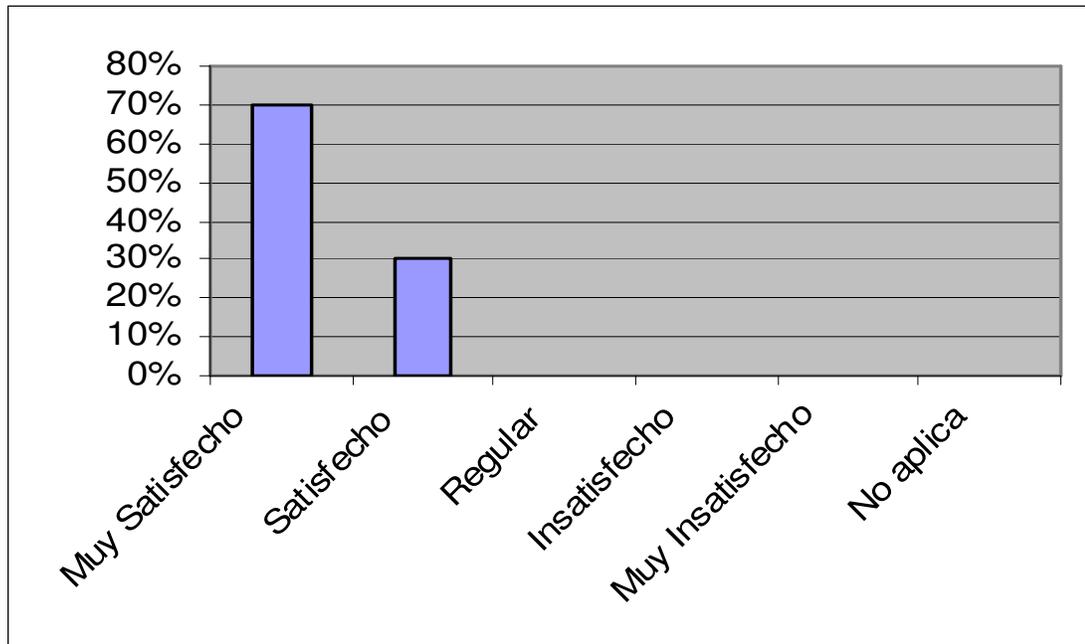
Para poder hacer un análisis interno adecuado, deben tenerse en cuenta varios aspectos de la organización que servirán posteriormente para obtener un diagnóstico el cual será clave para determinar los recursos con los que cuenta la empresa en la actualidad.

En el siguiente análisis se expondrán algunos aspectos claves para que una empresa con las características y naturaleza de SURTIGAS, pueda identificar sus fortalezas y/u oportunidades.

Antes de entrar a evaluar los aspectos que facilitan o limitan a la empresa alcanzar sus propósitos es pertinente tener en cuenta que no todas las organizaciones fijan su atención en los recursos físicos y tecnológicos sino que tienen como filosofía en que sus inversiones deben hacerlas de manera equilibrada y basadas en el desarrollo del talento humano, como es el caso de SURTIGAS.

Ejemplo de esto se pudo evidenciar al momento de observar el ambiente y la cultura organizacional en donde todas y cada una de las dependencias tienen claridad en que no es suficiente contar con equipos de alta tecnología para la identificación de fugas de gas, o con otras opciones de mejoramiento, sino que son conscientes de la importancia de invertir en su recurso humano para alcanzar sus propósitos misionales, aspecto que se puede ver en el resultado de las encuestas aplicadas en esta investigación: alto grado de satisfacción y sentido de pertenencia que tienen los empleados con la empresa. Afirmación que se ve reflejada en el 70% de ellos, quienes afirmaron estar muy satisfechos con su desempeño laboral y el 30% restante afirmaron que se encontraban satisfechos.

Gráfica 3 Niveles de satisfacción de clientes internos.



Fuente: Encuesta realizada por los Investigadores del proyecto: Evaluación de la Calidad del Servicio al Cliente que presta Surtigas a la ciudad de Cartagena. Año 2007.

Este resultado no es de asombrar, pues SURTIGAS S.A. se encuentra realizando constantemente capacitaciones, cursos, seminarios y talleres a sus empleados, y esto no lo realiza solamente a nivel gerencial sino que lo hacen en todos los niveles, pasando por técnicos, funcionarios del Call Center, gerentes y directores; es decir, no hay ningún empleado de la empresa que se quede sin capacitarse sobre temas de atención al cliente. Por esta y más razones, el estímulo que reciben estos empleados y la seguridad con la que cuentan gracias a todo esto, es que se atreven a afirmar lo anteriormente mencionado.

Asimismo, en Surtigas son muy constantes las reuniones y las charlas realizadas por el Gerente general a sus empleados para que estos se enteren de las metas a corto y largo plazo que se plantea la empresa. En estas reuniones también son

escuchadas las ideas o sugerencias de cada uno de los empleados, ya que son consideradas muy valiosas para la implementación de planes estratégicos y para que sus empleados se sientan parte importante de la organización.

En cuanto a la Junta Directiva de Surtigas S.A. E.S.P, esta es elegida por la Asamblea General de Accionistas para un período de dos (2) años. Esta está compuesta por cinco (5) miembros principales, con sus suplentes personales cada uno, elegidos por la Asamblea General de Accionistas. Además elegirá, un Presidente y un Vicepresidente.

Por otra parte, la empresa tiene establecido un proceso de selección de personal de carácter técnico-científico. Para el reclutamiento de candidatos se tendrán en cuenta, los empleados que reúnan los requisitos para el cargo. De lo contrario se optará por elegir candidatos externos. Al momento de seleccionar el personal para un cargo se basará en el perfil establecido en los manuales de descripción de cargos, que contiene los requisitos y características necesarias para cumplir adecuadamente con el objetivo o propósito del cargo.⁶

En cuanto a la infraestructura física, SURTIGAS S.A. cuenta en la sede de Cartagena con 8 vehículos dotados con todas las herramientas necesarias para controlar cualquier tipo de emergencia que se presente, ya sean domésticas o en las vías públicas. Para los demás tipos de trabajos, SURTIGAS S.A. cuenta con un grupo de contratistas. Estas empresas cuentan con técnicos certificados en el tema de la construcción y mantenimiento de instalaciones de gas.

También desde comienzos del año 2007 SURTIGAS S.A. cuenta con un moderno centro de control el cual está equipado con un sistema de GPS el cual asigna las

⁶ Código de Buen Gobierno Corporativo. Septiembre 22 de 2006.

emergencias pendientes automáticamente y que muestra la ubicación de cada una de las cuadrillas lo cual economiza tiempo y hace que la atención de emergencias sea mucho más eficiente.

La empresa cuenta también con una infraestructura con la competencia técnica acorde con exigencias nacionales e internacionales, asegurando imparcialidad, independencia, confiabilidad y calidad de los resultados emitidos. Nuestras calibraciones se realizan bajo estrictas normas de Metrología, con equipos de última tecnología, con trazabilidad a patrones nacionales e internacionales.

SURTIGAS S.A. tiene los recursos financieros necesario disponibles para desarrollar cualquier oportunidad de negocios que se le presente, lo cual se convierte en una ventaja. También cuenta con un back-office de información y de procedimientos de todas las empresas que prestan el servicio de distribución de gas en toda Colombia.

Por otro lado, hablando de la parte legal y permisiva de la empresa, SURTIGAS S.A. se encuentra acreditada por la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, primer ente fiscalizador en aspectos metrológicos en el país.

3.2 TALENTO HUMANO.

SURTIGAS S.A. como organización para lograr sus objetivos requiere cierto número de recursos, estos son elementos que siendo administrados correctamente, le permitirán o le facilitarán a la empresa a alcanzar sus objetivos. Uno de estos recursos, es el talento humano.

Este no solo consiste en el esfuerzo o la actividad humana que presentan cada uno de los integrantes de la organización, sino también otros factores que dan diversas modalidades a esa actividad: conocimientos, experiencias, motivación, intereses vocacionales, aptitudes, actitudes, habilidades, potencialidades, salud, entre otros.

3.3 PERFIL DEL EMPLEADO EN LA EMPRESA

Surtigas se enfatiza en la consecución de personas con una excelente actitud de servicio y cumplimiento de los valores de la organización. Las competencias y la experiencia adquirida gracias a su permanencia en la compañía durante muchos años han sido esenciales para el desarrollo del liderazgo empresarial.

El servicio, la honestidad, la lealtad, el trabajo en equipo, el compromiso y la disciplina son los cimientos sobre los cuales se construye una empresa dinámica y flexible al servicio de la comunidad en general.⁷

De lo anterior se puede resaltar que SURTIGAS, es una empresa que se preocupa mucho por el bienestar y crecimiento de sus empleados. Como institución se encuentra en un estado de constante evolución tanto en el factor tecnológico como en el factor humano, lo que le permite responder de una manera eficaz y eficiente a los constantes cambios que presenta el entorno.

Es por esto que a la hora de enfrentar las amenazas u obstáculos que son generados por causas externas, SURTIGAS posee la confianza necesaria y las herramientas suficientes para contrarrestar a través de la implementación de estrategias coherentes previstas con anterioridad.

⁷ SURTIGAS S.A. E.S.P. 2007.

Todo esto se da como resultado de un proceso de planeación y preparación de los integrantes de la organización, desde el más alto cargo hasta el de menor envergadura.

3.4 ANALISIS EXTERNO

A partir de este análisis se pretende identificar los aspectos del entorno que favorecen y/o limitan a la empresa alcanzar sus objetivos. A partir de las oportunidades y amenazas detectadas se pueden formular estrategias para el mejoramiento de la calidad de los servicios prestados por Surtigas S.A.

Para iniciar este análisis partiremos tomando como referencia los aspectos socioeconómicos, culturales, políticos y tecnológicos del entorno local.

Cartagena es una ciudad que está experimentando grandes cambios, uno de ellos es la expansión. Es por esto que SURTIGAS debe ir de la mano con este cambio y como consecuencia estar siempre un paso adelante con el fin de encontrarse lo suficientemente preparado para poder satisfacer las necesidades de los nuevos usuarios a la hora de que lleguen a exigir o necesitar el servicio.

SURTIGAS S.A., posee un alto índice de cartera morosa, esto se presenta debido a que más de el 70% de la población en la ciudad de Cartagena es de escasos recursos. Asimismo la cultura del pago puntual en los habitantes de la ciudad no es usual lo que genera suspensiones de servicio, los cuales no son bien tomados y generan malestar al interior de la comunidad.

La existencia de entes reguladores por parte del gobierno hace que la labor de SURTIGAS, sea mucho más compleja y cuidadosa, ya que estas organizaciones son muy rígidas y su fin ante todo es la protección del usuario.

Esto a su vez se convierte en un reto para la empresa, y esto trae como consecuencia que la empresa sea cada vez más exigente con sus empleados en cuanto a la calidad del servicio prestado.

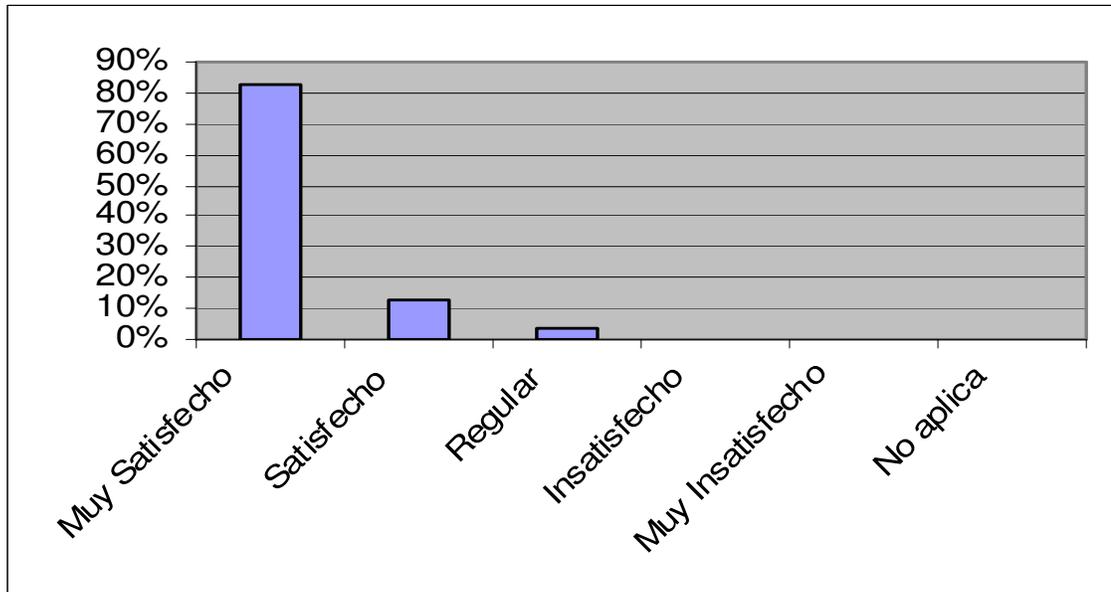
3.5 PERCEPCION DE LA EMPRESA POR PARTE DE LOS USUARIOS

SURTIGAS S.A. en Cartagena se encuentra en un buen concepto por parte de los usuarios, sin embargo siguen existiendo ciertas fallas o inconvenientes que no permiten que el total de usuarios se encuentre satisfecho con la empresa, sin importar que este sea un porcentaje no muy grande, lo ideal es tener al total de clientes contentos con el servicio.

En cuanto a las alternativas que brinda la Empresa como los son el caso de las distintas opciones de pago, ofertas, promociones, entre otros, los usuarios se encuentran muy a gusto con esto pues sienten el apoyo e interés que tiene la Empresa en ellos, haciéndolos sentir importantes y diferentes, lo que parece ser uno de los puntos más importantes a la hora de ganarse un cliente, pues en esta forma se dan los primeros pasos de la conquista de estos.

Por estas razones, es que la gente a la hora de responder si han recibido diferentes ofertas por parte de la empresa, reconocen estar muy satisfechos con las distintas alternativas que reciben, tanto que fue un total del 83% los usuarios que hacen parte de este grupo. Por otra parte un 13% se siente satisfecho y el 4% restante afirma que están un poco regulares en cuanto a esto.

Gráfica 4 Niveles de satisfacción de clientes externos.



Fuente: Encuesta realizada por los Investigadores del proyecto: Evaluación de la Calidad del Servicio al Cliente que presta Surtigas a la ciudad de Cartagena. Año 2007.

En aspectos como el servicio del Call Center y atención personalizada, donde la relación de la empresa con el cliente es directa, gracias a la buena preparación y entrenamiento de los trabajadores de SURTIGAS, se ha llegado a un grado de conformidad de los usuarios bastante alto, sin embargo, por ser este aspecto bastante delicado, es de mucha atención ver cuales son las razones de aquellas personas que no están conformes, porque en cuanto a la atención del cliente se refiere, es casi inconcebible que un empresa que busca satisfacer al cliente en un 100%, falle en cosas como estas que son muchos más fáciles de manejar que otros aspectos.

Servicios como el del Gas Natural, son muy susceptibles a presentar problemas, ya sea responsable la misma empresa o por cuestiones externas. El caso es que este índice de fallas es muy alto, y a pesar que el número de problemas resueltos

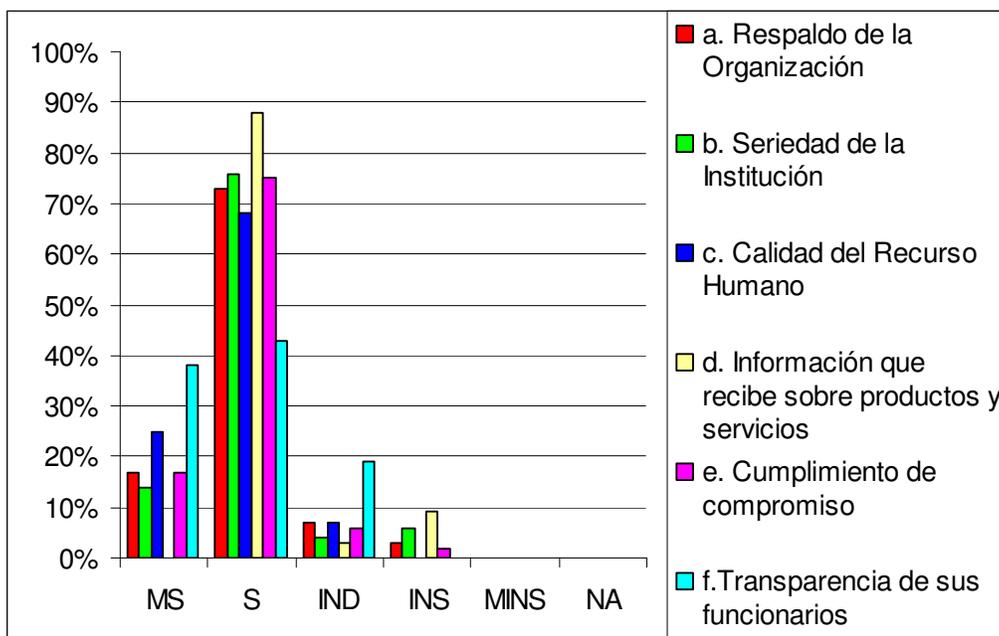
es alto, todavía quedan vacíos los cuales llenar, inquietudes pendientes y sin soluciones inmediatas, por lo que se debe procurar reforzar mucho esta parte.

Ya en el caso de procedimientos, tiempo de demora para solucionar el problema, calidad del funcionario y calidad de la solución, es algo en lo que se va trabajando arduamente para poder llegar a la satisfacción total del usuario.

En general, como resultado de este proceso, se puede afirmar que la imagen general de la Empresa en la ciudad de Cartagena (Respaldo de la organización, Seriedad de la Institución, Calidad del Recurso Humano, Información de Productos y Servicios, Cumplimiento de compromiso y Transparencia de sus funcionarios), se encuentra ubicada en un punto bueno pero todavía con oportunidad de mejorar un poco más porque siguen existiendo lagunas o vacíos en esa meta que es alcanzar en una 100% la satisfacción del usuario.

A continuación en la gráfica puede notarse lo mencionado anteriormente.

GRÁFICA 5 Niveles de satisfacción de clientes externos



Encuesta realizada por los Investigadores del proyecto: Evaluación de la Calidad del Servicio al Cliente que presta Surtigas a la ciudad de Cartagena. Año 2007.

El esfuerzo de SURTIGAS S.A. por ganar y mantener una imagen de calidad, transparencia y buen servicio, es lo que hoy en día ha llevado a esta organización a pertenecer en el status en el que actualmente se encuentra.

De igual forma los usuarios de SURTIGAS, han depositado toda su confianza en esta empresa no solo en cuanto al servicio de gas domiciliario, sino también al momento de acceder a la financiación de artículos para el hogar, entre otros.

Esto le ha permitido a la organización ofrecer un gran portafolio de servicios, y a su vez a diversificar sus negocios ya que gracias a la seriedad y compromiso de la empresa al momento de prestar el servicio, los usuarios tienen la percepción de que pueden confiar en SURTIGAS y en lo que esta organización les ofrezca.

Cabe resaltar que este es un proceso que toma su tiempo en ser desarrollado, pero que al final, traerá los beneficios suficientes para afirmar y respaldar que todo por lo que tiene que pasar una empresa para ganar lo mencionado anteriormente vale absolutamente la pena.

3.6 ANÁLISIS DOFA

El Análisis DOFA es un instrumento que permite a través de la información obtenida de los usuarios de SURTIGAS y la ciudad de Cartagena, determinar sus Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas.

Dicho análisis, se hace basado en los aspectos mencionados anteriormente. Para esto, se analizan todos los factores o variables que no pueden ser controladas directamente por la empresa y que de una u otra forma la afectan.

A partir de este análisis la empresa SURTIGAS puede llegar a realizar planes de contingencia para situaciones específicas que se le presenten durante su normal funcionamiento.

TABLA 1. Análisis DOFA

FORTALEZAS Y OPORTUNIDADES (FO)	FORTALEZAS Y AMENAZAS (FA)
<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar el crecimiento por el que esta pasando en la actualidad la ciudad de Cartagena para expandir y llevar el Servicio del Gas Natural a los nuevos Hogares, Empresas, etc. • El desempeño y manejo de costos del gasoducto, le han permitido entrar en un proceso de reducción paulatina de las tarifas, permitiéndole ofrecer tarifas bajas comparadas con los niveles nacionales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar un sistema de seguridad óptimo anunciado al público para disminuir el número de medidores robados y así disminuir la inseguridad con la que viven los usuarios. • Aplicar una actualización permanente en tecnología con el fin de mantener y mejorar la calidad en el servicio prestado.
<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar la imagen que tiene la empresa para incurrir en nuevos negocios. • Monopolio natural y baja sensibilidad de la demanda al precio, debido a la naturaleza de los servicios prestados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de cultura de pago dentro del área de influencia, lo cual lleva a la empresa a realizar promociones y concursos para promover el pago puntual.

DEBILIDADES Y AMENAZAS (DA)	DEBILIDADES Y OPORTUNIDADES (DO)
<ul style="list-style-type: none"> • Por la escasez de cobre en el mundo, este tiene un precio que crece a diario. Mientras esto sucede, en la actualidad no se ha encontrado un material más económico capaz de reemplazar la utilidad del cobre. 	<ul style="list-style-type: none"> • A raíz del elevado precio del cobre, Surtigas está realizando pruebas con un material que podría reemplazar al cobre llamado PEALPE.
<ul style="list-style-type: none"> • Algunos contratistas o técnicos no son muy gentiles, no explican lo que van a hacer en las instalaciones cuando llegan a las casas • Servicio con un alto nivel de riesgo debido a que el Gas es un elemento inflamable y la mala manipulación de este podría causar daños incalculables. 	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar constantemente talleres de servicio al cliente a todos los empleados especialmente a aquellos que están en contacto constante con el público. • Demostrar al público la importancia de tener personal capacitado para trabajar en las instalaciones de gas, mediante campañas de publicidad

Encuesta realizada por los Investigadores del proyecto: Evaluación de la Calidad del Servicio al Cliente que presta Surtigas a la ciudad de Cartagena. Año 2007.

De la matriz anterior se puede identificar las falencias y las fortalezas de la empresa, esto con el fin de poder contrarrestar con estrategias coherentes y acordes con los inconvenientes que se puedan presentar antes, durante y después de la puesta en marcha de los planes estratégicos para conseguir una mejor calidad en la prestación del servicio.

Dicha Matriz además, permite contrarrestar las amenazas y debilidades a través del aprovechamiento de las fortalezas y oportunidades.

La empresa, aprovechando la buena imagen que con el tiempo ha conseguido, ha tomado ventaja de esto aprovechando las oportunidades que el entorno les ha ofrecido. Como se puede ver anteriormente, vendrán nuevas alternativas de desarrollo para la organización, las cuales sabiendo manejar, se les podrá sacar provecho.

La expansión que vive la ciudad de Cartagena en estos días, ha permitido la inversión de capital extranjero, y por ende la introducción de futuros clientes, los cuales brindarán a SURTIGAS la oportunidad de seguir demostrando por que es la empresa con mejor imagen y percepción de los usuarios de la ciudad, y por qué el 97% de los cartageneros tienen una imagen favorable de la empresa calificando su gestión con un puntaje de 4.2 sobre 5.⁸

3.7 ANÁLISIS INTERNO (PCI)

Es un proceso que permite evaluar y fijar las fortalezas y debilidades de la organización, llevando a cabo un estudio para identificar la cantidad y calidad de los recursos y procesos con que ésta cuenta, identificando así los atributos necesarios para generar una ventaja competitiva frente a la competencia.

⁸ OTOYA GERDTS, Luis G. Editorial. La Llamita. Una publicación de SURTIGAS S. A E.S.P. (2006); p. 1.

TABLA 2. Análisis Interno (PCI)

CAPACIDAD DIRECTIVA	FORTALEZA			DEBILIDAD			IMPACTO		
	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
Imagen Corporativa	X						X		
Responsabilidad social									
Uso de planes estratégicos	X						X		
Evaluación y pronóstico medio		X					X		
Velocidad de respuesta a condiciones cambiantes		X					X		
CAPACIDAD DIRECTIVA	FORTALEZA			DEBILIDAD			IMPACTO		
	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
Flexibilidad de la Estructura Organizacional			X					X	
Comunicación y control Gerencial	X								X
Evaluación de gestión	X					X			
Acceso a capital cuando lo requiera	X							X	
Rentabilidad o retorno de inversión					X			X	
Liquidez o disponibilidad de fondos internos	X								X
Capacidad para satisfacer la demanda	X						X		
Nivel académico del Talento Humano de la Empresa		X						X	
Experiencia técnica	X						X		
Estabilidad	X						X		

Pertenencia	X							X	
Motivación	X						X		
Nivel de remuneración		X					X		
Accidentalidad						X	X		
Valor agregado al Servicio	X						X		
Nivel tecnológico		X						X	
Lealtad y satisfacción del cliente	X						X		
Costos de distribución y ventas		X					X		
Fortaleza del (los) proveedor (es) y disponibilidad de insumos					X		X		
Administración de clientes		X					X		
Portafolio de servicios	X						X		

Encuesta realizada por los Investigadores del proyecto: Evaluación de la Calidad del Servicio al Cliente que presta Surtigas a la ciudad de Cartagena. Año 2007.

En el análisis Interno (PCI) se tienen en cuenta la capacidad directiva, financiera, tecnológica, competitiva y del Talento Humano de SURTIGAS S.A.

En ella se puede determinar que esta empresa, posee una imagen corporativa, que es proyectada a nivel local y regional, con una Gerencia Estratégica, que posee metas y objetivos, que le permite ofrecerle nuevos servicios a los clientes con estrategias de mercadeo, promoción y publicidad acordes a las necesidades de cada uno de los clientes potenciales, es así como dentro de sus planes estratégicos, han ido creciendo en infraestructura, atención y servicios, buscando cada día personal altamente calificado, al cual motivan y evalúan en forma permanente, hasta lograr la satisfacción del cliente externo.

La capacidad financiera de SURTIGAS S.A. ha ido incrementando ante las estrategias y acciones trazadas por la empresa recuperar la cartera morosa y

también ofreciendo nuevos planes de financiación, lo que a su vez le ha permitido mejorar y ampliar su infraestructura y servicios.

3.8 ANÁLISIS EXTERNO (POAM): El análisis externo, permite identificar y fijar las oportunidades y amenazas que el entorno puede presentarle a una organización, evaluando la información económica, social, cultural, política, tecnológica y competitiva.

TABLA 3. Análisis Externo (POAM)

Calificación Factores	OPORTUNIDADES			AMENAZAS			IMPACTO		
	ALT ○	MEDI ○	BAJ ○	ALT ○	MEDI ○	BAJ ○	ALT ○	MEDI ○	BAJ ○
Económicas -Situación económica de la ciudad. -Escasez de insumos.				X				X	
Políticas -Leyes de protección al usuario -Entes reguladores			X					X	
SOCIALES -Mano de obra calificada -Cultura de pago puntual	X				X		X	X	

Tecnológicos									
- Tecnología de punta	X						X		
- Desarrollo tecnológico		X					X		
Geográficos									
Ubicación e infraestructura	X						X		

Encuesta realizada por los Investigadores del proyecto: Evaluación de la Calidad del Servicio al Cliente que presta Surtigas a la ciudad de Cartagena. Año 2007

En el análisis Externo (POAM) se tienen en cuenta aspectos como el económico, social, cultural, político y tecnológico. En este se puede determinar que SURTIGAS S.A. como empresa, posee un número de oportunidades que le brinda el entorno, las cuales son provechosas para la empresa.

La tecnología juega un papel muy importante, pues de esta depende la distribución y seguridad de la manipulación a la hora de distribuir el Gas Natural, por eso es favorable que los avances tecnológicos en el entorno evolucionen constantemente y de manera rápida.

Por otra parte, la situación económica de la ciudad desafortunadamente no es la mejor, y este aspecto afecta a la empresa, al igual que la cultura de pago puntual de los usuarios que es casi nula. Frente a esto se han tomado medidas, más es un proceso cuyos resultados se ven a largo plazo por su complejidad, pues cambiar la mentalidad y la costumbre de las personas, no es trabajo fácil y muchos menos de un día para otro.

Asimismo, la empresa cruza por un inconveniente en cuanto al insumo utilizado, pues el cobre, elemento que utilizan para la realización de tuberías internas, está en estado de escasez, lo que causa un alza en el costo de este.

4. PLAN ESTRATÉGICO PARA EL MEJORAMIENTO DEL SERVICIO AL CLIENTE EN SURTIGAS S.A.

MISIÓN

Prestarles a los usuarios el mejor servicio de gas natural, realizando mejoras continuas en los procesos de atención al cliente, generando bienestar en la comunidad y contribuyendo a que obtengan un mejor estilo de vida.

VISIÓN

Ser reconocidos como la mejor empresa prestadora de Servicios Domiciliarios y en la cual el cliente se sienta totalmente satisfecho y a gusto con la calidad del servicio prestado, tanto a nivel local como nacional.

OBJETIVOS

- Expandir la cobertura del servicio de a medida que va creciendo la ciudad.
- Mejorar el índice de satisfacción de los clientes.
- Optimizar el proceso de atención de quejas y reclamos de los usuarios.
- Aumentar positivamente la percepción que tienen los usuarios con respecto a la empresa.
- Reducir el número de daños al gasoducto por errores de cálculo de las demás empresas de servicios públicos que a su vez generen emergencias que representan peligros para la comunidad.

INICIATIVAS ESTRATÉGICAS

- Implementar planes de desarrollo, proyectados hacia el futuro, teniendo en cuenta el número de clientes potenciales que surgirán a raíz de dicha expansión. Estos planes deberán estar basados en la infraestructura física

y tecnológica con la cual cuenta la empresa, estando así a la vanguardia de los cambios que se presenten.

- Promocionar el nombre de SURTIGAS, en diferentes medios de comunicación haciendo énfasis en mejoramiento a la calidad del servicio al cliente en la empresa, para que los usuarios estén enterados del compromiso que tiene la empresa con ellos.
- Desarrollar un programa de calificación del personal de atención al cliente, como manera de resaltar dentro de la empresa a los empleados de mejor calificación, incitándolos a prestar cada vez un mejor servicio y llevando a la empresa al alcance del objetivo planteado.
- Utilizar una herramienta de medición del índice de satisfacción del cliente de una manera constante, esto con el fin de conocer de manera ágil, cuales son las fallas que se están presentando en la prestación del servicio, este seguimiento con el fin de responder y solucionar a tiempo cualquier clase de inconformidad existente.
- Invertir constantemente en programas y cursos de capacitación para los empleados, con el objetivo de crear una cultura basada en el servicio al cliente.

- Se buscará el mejoramiento en los tiempos de atención a las quejas, realizando seguimientos a los tiempos para poder medir y determinar un lapso promedio de solución de estas. No esperar a que los clientes recurran a los entes de protección al usuario.
- A través de reuniones con los ingenieros de las demás empresas de servicios públicos realizar un cronograma de actividades donde todas las empresas de servicios domiciliarios que tienen tuberías principales en puntos críticos de la ciudad sepan los días y horas exactos para preparar planes de contingencia que sean acordes a las emergencias que puedan llegarse a presentar.
- Atendiendo los problemas y las solicitudes de los usuarios antes del tiempo estipulado por la Superintendencia de servicios, se le demostrará al usuario el interés por parte de la empresa por solucionar sus problemas lo más pronto posible.
- Promocionar a SURTIGAS, como una empresa con un alto sentido de responsabilidad social, la cual no solo se preocupa por beneficiarse a si misma, sino también por devolverle algo a la comunidad. Mostrar una faceta en la que demuestre las intenciones de consentir a sus clientes, utilizando el medio de campaña que se crea necesario.

5. CONCLUSIONES

En Cartagena, los servicios públicos han alcanzado un alto nivel de cobertura, es decir, cada vez existen más clientes, y sus exigencias cada vez son mayores, es decir, una empresa que preste cualquier tipo de estos servicios debe contar con una los mejores recursos de todo tipo, ya sea humano, tecnológico, de capital, para poder cumplir con las expectativas mínimas de satisfacción de sus clientes.

Es por esto que se hace necesario el estar realizando constantemente inversiones en todos estos recursos, aunque el mercado sea monopólico y estas empresas sean las únicas que prestan este tipo de servicios, el estado posee varios organismos que regulan la prestación de estos, la que se encarga de todos los servicios públicos en general es la SUPERINTENDENCIA de Servicios Públicos, en el caso específico de SURTIGAS, la empresa reguladora, se denomina CREG (Comisión de Regulación de Energía y Gas), estas empresas son las encargadas de velar de que el cliente sea tratado como lo merece, y también tiene la potestad de imponer sanciones a aquellas empresas que no atiendan de manera correcta las quejas y reclamos de sus usuarios.

Se cree conveniente por ende, utilizar una herramienta de medición y análisis del usuario de manera periódica, pues se considera un factor clave para conocer el verdadero pensamiento del cliente hacia la empresa. A pesar de ser un trabajo bastante complejo y sobre todo extenso, es muy necesario.

Existe precisamente un detalle que es el que más complica las cosas, pero que a la larga va a ser lo que lleve a alcanzar el éxito en uno de sus mayores puntos, y es uno de los puntos clave del Marketing, "Cliente como persona única o individual".

A raíz de las encuestas, se brindó la oportunidad de conocer y escuchar muchos de los problemas o razones por lo cuales las personas no estaban del todo conformes con la empresa, y si algo se puede concluir de esto, es que cada uno

tiene por lo general un motivo distinto. Para soportar esto y mostrar lo importante que es brindarle la importancia requerida al cliente, citamos un artículo encontrado en el periódico El Tiempo titulado “**Empresas de servicios públicos son mudas y sordas ante las quejas de los usuarios**”, que se vio el día 7 de Julio del presente año. (Ver anexos).

Entre más corto sea el lapso de tiempo en el que se realice un estudio de otro, mejor resultados obtendrá la empresa pues sabrá en que mejorar y tendrá mayor posibilidad de corregir sus errores en un menor tiempo que será beneficioso tanto para la empresa como para el usuario.

Se ha pensado en una propuesta que probablemente facilitará la manera en el que la empresa pueda encuestar a sus usuarios cada vez que lo considere necesario. La propuesta consiste en que SURTIGAS envíe una encuesta junto con el recibo del Gas, que esta será recogida con previo aviso en la próxima entrega del recibo. Llenar una encuesta para muchos es una cuestión poco llamativa, pero por eso hemos pensado en una forma de incentivar a los usuarios premiándolos con una rifa en la que participarán aquellas personas que realicen la encuesta. Le recomendamos a SURTIGAS, seguir fomentando la lealtad y la buena imagen que tienen sus clientes de la manera como lo ha venido haciendo, con regalos, promociones, créditos, rifas, facilidades de pago, las cuales son las formas más claras y concisas de superar las expectativas del usuario quien espera la prestación de un excelente servicio, y si se le da mucho más de lo que espera pues así se logrará el objetivo antes mencionado.

En aspectos como el servicio del Call Center y atención personalizada, donde la relación de la empresa con el cliente es directa, y por ser este parte bastante delicada, es de mucha atención ver cuales son las razones de aquellas personas que no están conformes, ya que aquí es cuando más tienden los usuarios a resentirse con la empresa, además con una sola mala atendida de alguno de estos personas, se puede llegar a opacar toda la labor de la organización.

BIBLIOGRAFÍA

- Humberto Serna Gómez, Como obtener índices de satisfacción al cliente, Teoría, estrategias y metodología.
- HOROVIT, J. (1997) La Calidad del Servicio a la Conquista del Cliente. Editorial Mc Graw Hill.
- WELLINGTON, P. (1997). Como Brindar un Servicio Integral de Atención al Cliente. Editorial Mc Graw Hill.
- Alberto Acosta Tobón. Módulo Marketing Estratégico. Universidad Tecnológica de Bolívar. Minor en Marketing Estratégico 2006.
- James H. Gilmore y B. Joseph Pine II, Marketing 1x1. Harvard Business Review, Editorial Norma 2000.
- Jean Jacques Lambin, Marketing Estratégico, McGraw Hill, 3ra Edición, 1995.
- Michael Treacy y Fred Wiersema, La Disciplina de los Líderes del Mercado, Editorial Norma 2004.

ANEXOS

ARTÍCULO PERIÓDICO EL TIEMPO

“Empresas de servicios públicos son mudas y sordas ante las quejas de los usuarios

En Bogotá, cada día hay un promedio de 1.425 usuarios que presentan derechos de petición o reclamos.

Son dirigidos a la Empresa de Telecomunicaciones de Bogotá (ETB), Empresa de Acueducto y Alcantarillado de Bogotá (EAAB), Codensa y Gas Natural.

En el 2006, hubo 520.417 quejas y derechos de petición dirigidos a estas empresas, según sus propios registros. Esto significa que los reclamos y peticiones aumentaron el año pasado un 35 por ciento, frente a los presentados en el 2005, cuando contabilizaron 385.359.

Es una cantidad de quejas excesivamente elevada. Sin embargo, la directora General Territorial de la Superintendencia de Servicios Públicos, Luz Mary Peñaranda, dijo que esas cifras resultan relativamente inferiores frente a otras empresas del país, si se tiene en cuenta que las compañías capitalinas tienen más suscriptores (superan el millón y medio cada una). "La proporción de reclamos está dentro de los indicadores aceptables", agregó.

¿Por qué los usuarios reclaman? Principalmente por los errores en la facturación, cobros excesivos, saltos abruptos en los consumos y suspensiones del servicio.

Pero luego de que los usuarios han reclamado, muchos de ellos se han sentido "burlados" y hasta "agredidos" por algunas de las prestadoras de servicios. Esto debido a que a la gente "la someten a miles de esfuerzos para presentar las

quejas y peticiones y después las empresas hallan la manera para no darle la razón al usuario", manifestó Libardo Espitia, director de servicios de la Red de Veedurías Colombia.

El personero de Bogotá delegado para Infraestructura y Servicios, Alirio Rodríguez, dijo, a su vez, que: "Hay empresas que son sordas, ciegas o se quedan mudas ante los reclamos, porque son tantos los requerimientos que les hacen, que no tienen la capacidad operativa para responderlos oportunamente. O la calidad de sus respuestas no es aceptable. Por si fuera poco, hay centros de atención donde ponen a los usuarios a hacer largas colas y turnos que solo les hacen perder tiempo y eso tiene un costo".

Precisamente por no responder las quejas, reclamos o derechos de petición en los tiempos establecidos por la ley -15 días hábiles- (lo cual da origen a los llamados técnicamente silencios administrativos positivos a favor de los usuarios), la Superintendencia de Servicios Públicos sancionó el año pasado a todas las empresas de servicios bogotanas: las multas sumaron cerca de 434 millones de pesos.

Hoy, la preocupación que ronda a Ana María y a otros ciudadanos que han reclamado ante las empresas sin mayor éxito, es que a la gente la están casi obligando a conseguir un abogado para que les redacte los derechos de petición y les defienda sus quejas ante las empresas, dado que estas "buscan legalmente cómo no darle la razón al usuario".⁹

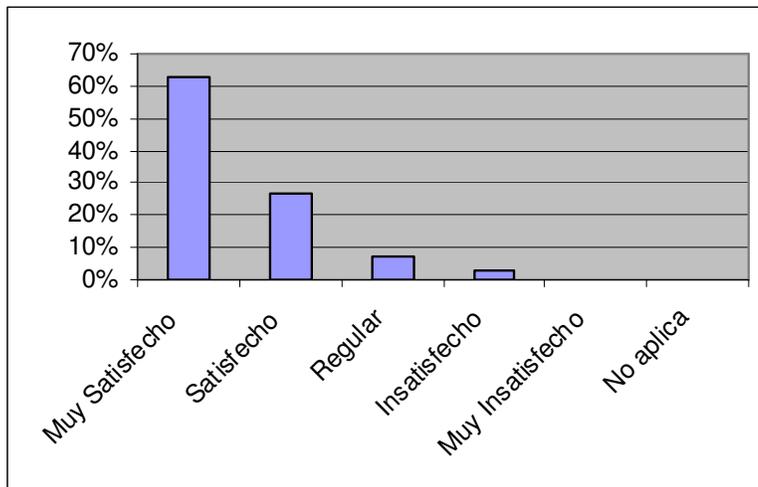
⁹ GÓMEZ E., Lucevín. Empresas de servicios públicos son mudas y sordas ante las quejas de los usuarios. EL TIEMPO, Bogotá (7, Julio, 2007).

ENCUESTAS

TABULACIÓN CLIENTE EXTERNO

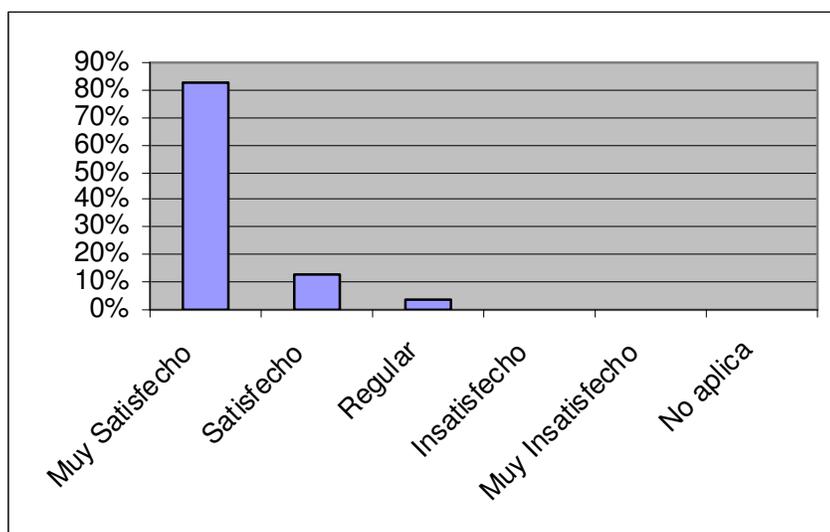
a. ¿De acuerdo con la experiencia que usted ha tenido con **SURTIGAS** cuál es su nivel de satisfacción con respecto al servicio que en general le ofrece esta empresa?

Muy Satisfecho	63%
Satisfecho	27%
Regular	7%
Insatisfecho	3%
Muy Insatisfecho	
No aplica	



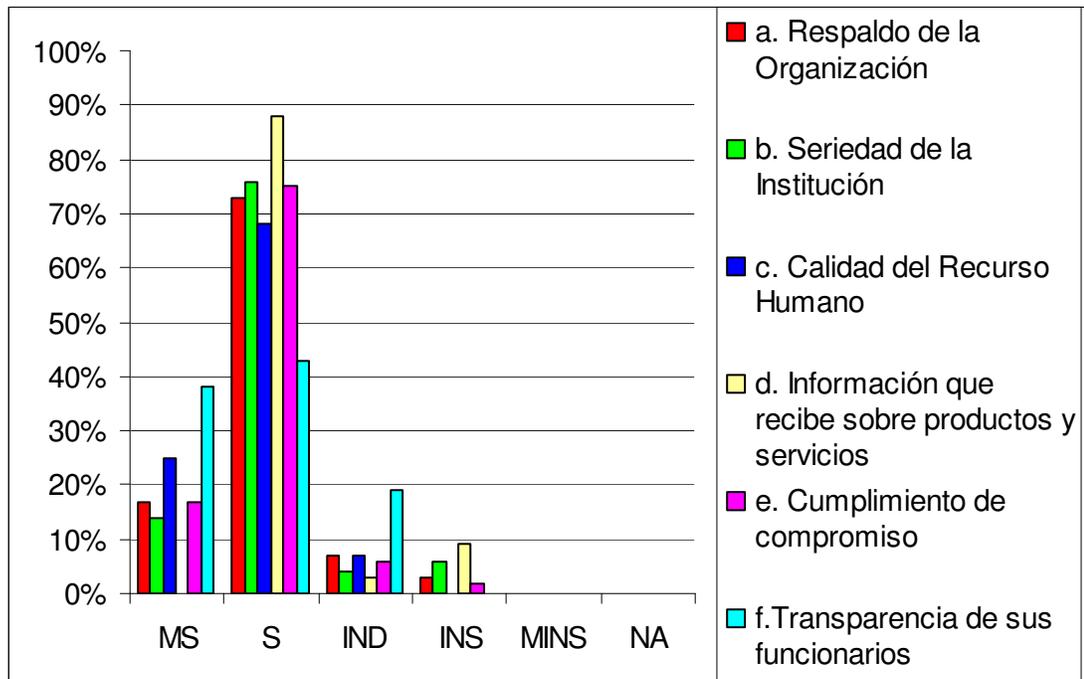
b. ¿Después de que usted inició su relación con **SURTIGAS** le ha ofrecido servicios o productos diferentes?

Muy Satisfecho	83%
Satisfecho	13%
Regular	4%
Insatisfecho	
Muy Insatisfecho	
No aplica	



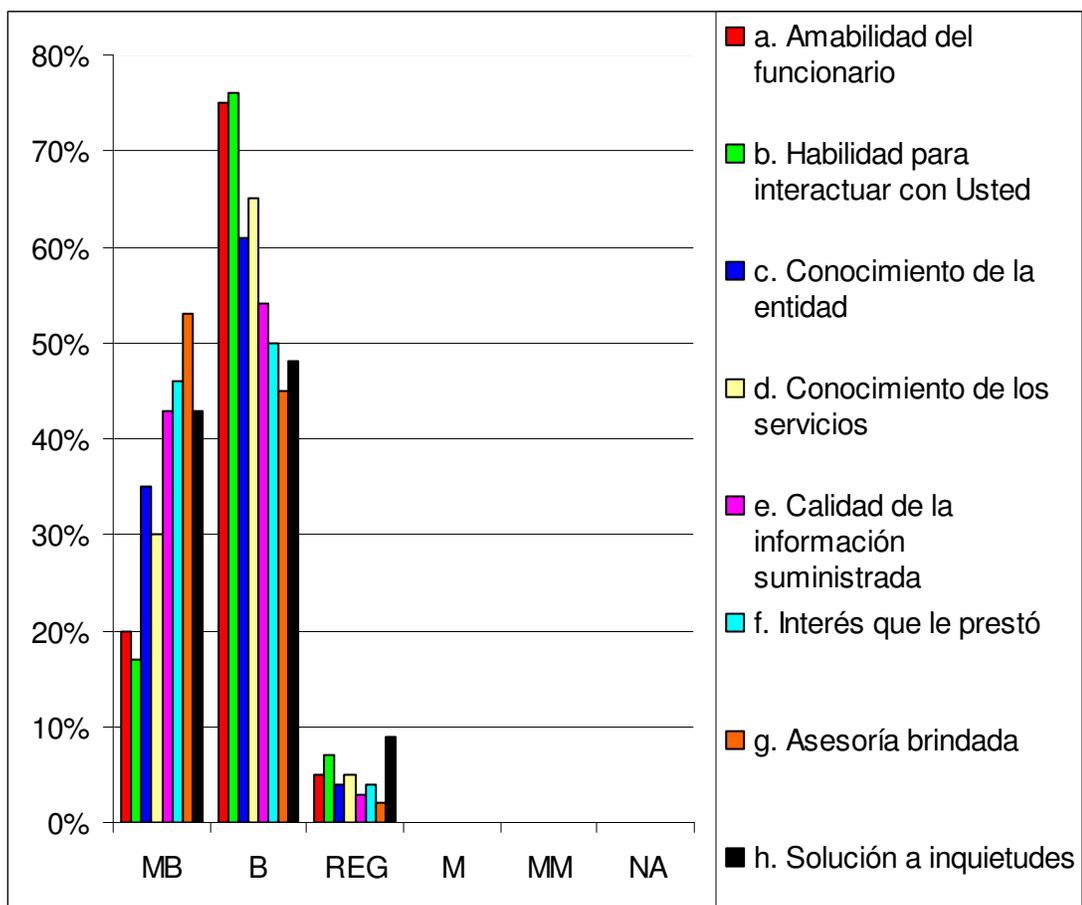
c. Cuál es su nivel de satisfacción con la imagen en general de **SURTIGAS**, en relación con:

	MS	S	IND	INS	MINS	NA
a. Respaldo de la Organización	17%	73%	7%	3%		
b. Seriedad de la Institución	14%	76%	4%	6%		
c. Calidad del Recurso Humano	25%	68%	7%			
d. Información que recibe sobre productos y servicios		88%	3%	9%		
e. Cumplimiento de compromiso	17%	75%	6%	2%		
f. Transparencia de sus funcionarios	38%	43%	19%			



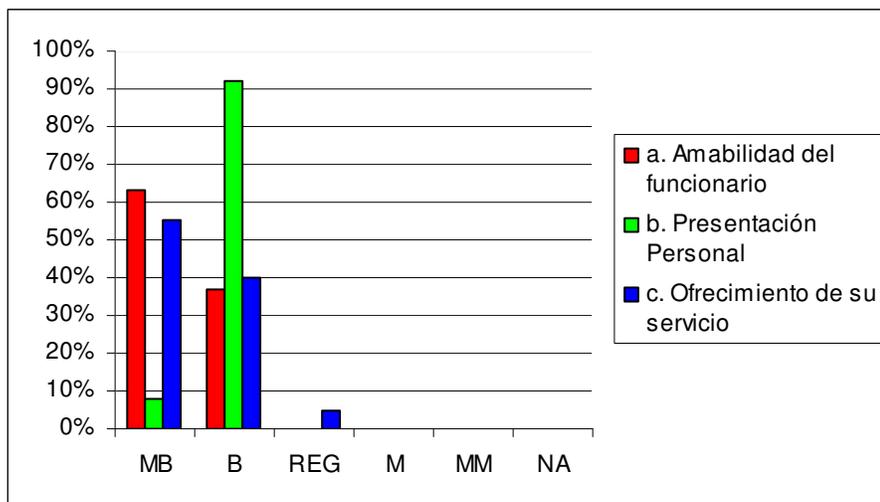
c.1. Funcionario que lo atendió en el Call Center

	MB	B	REG	M	MM	NA
a. Amabilidad del funcionario	20%	75%	5%			
b. Habilidad para interactuar con Usted	17%	76%	7%			
c. Conocimiento de la entidad	35%	61%	4%			
d. Conocimiento de los servicios	30%	65%	5%			
e. Calidad de la información suministrada	43%	54%	3%			
f. Interés que le prestó	46%	50%	4%			
g. Asesoría brindada	53%	45%	2%			
h. Solución a inquietudes	43%	48%	9%			



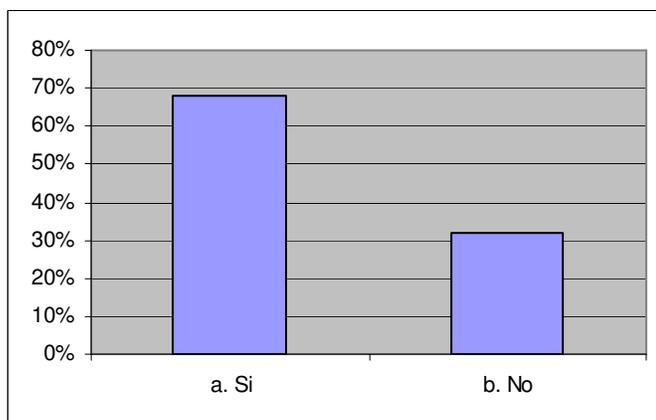
c.2. Funcionario de Atención Personalizada

	MB	B	REG	M	MM	NA
a. Amabilidad del funcionario	63%	37%				
b. Presentación Personal	8%	92%				
c. Ofrecimiento de su servicio	55%	40%	5%			



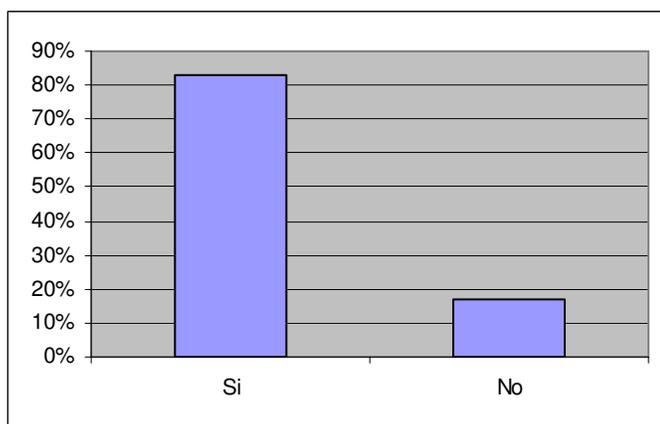
d. ¿Se le ha presentado algún problema?

a. Si	68%
b. No	32%



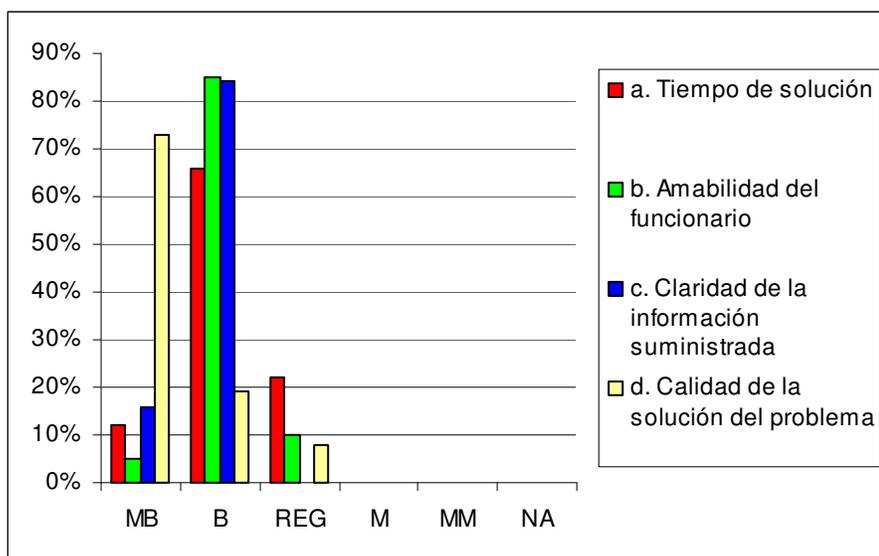
e. ¿Le fue solucionado el problema?

Si	83%
No	17%



f. Cómo califica usted el proceso de solución de su problema, en cuanto a:

	MB	B	REG	M	MM	NA
a. Tiempo de solución	12%	66%	22%			
b. Amabilidad del funcionario	5%	85%	10%			
c. Claridad de la información suministrada	16%	84%				
d. Calidad de la solución del problema	73%	19%	8%			

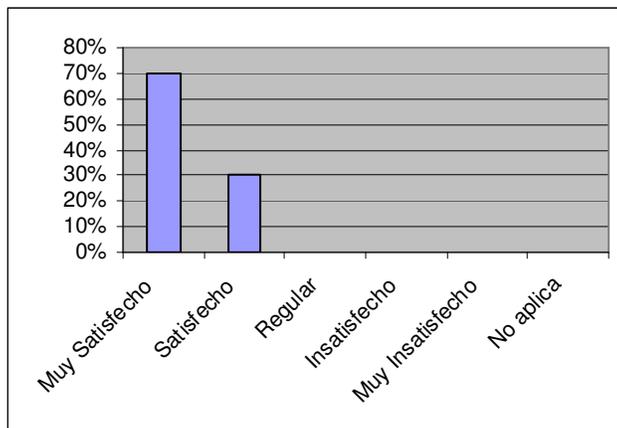


Nota: MB= Muy Buena B= Buena REG= Regular M= Mala MM= Muy Mala
NA= No Aplica.

TABULACIÓN CLIENTE INTERNO

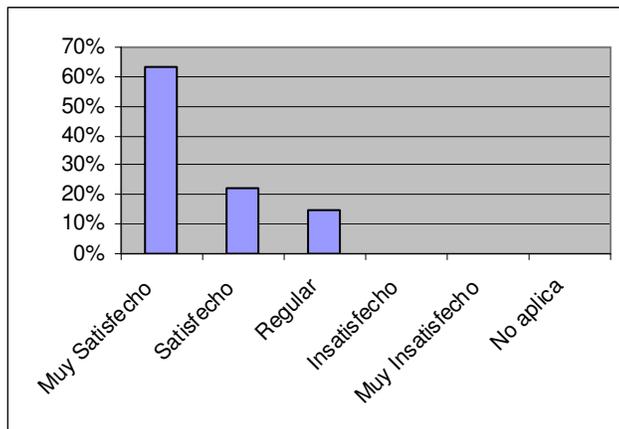
a. ¿Como se sienten desempeñándose laboralmente en **SURTIGAS**?

Muy Satisfecho	70%
Satisfecho	30%
Regular	
Insatisfecho	
Muy Insatisfecho	
No aplica	



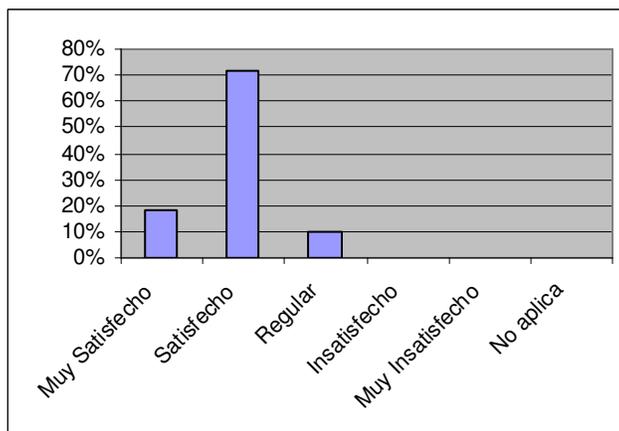
b. ¿Cuál es el nivel de satisfacción frente al proceso de comunicación que se lleva en sus áreas de trabajo?

Muy Satisfecho	63%
Satisfecho	22%
Regular	15%
Insatisfecho	
Muy Insatisfecho	
No aplica	



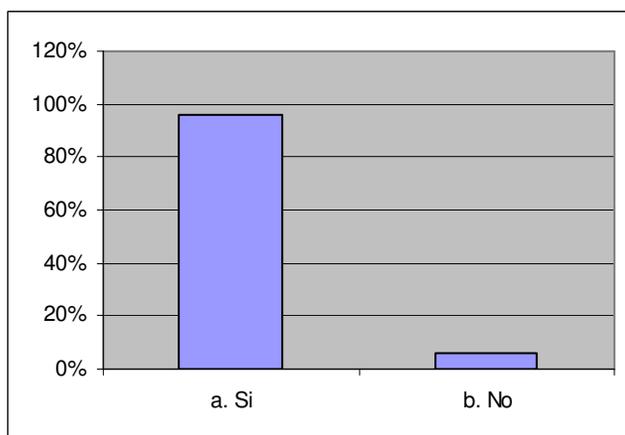
c. ¿Cuáles son las posibilidades de ascenso en la empresa para los diferentes empleados?

Muy Satisfecho	18%
Satisfecho	72%
Regular	10%
Insatisfecho	
Muy Insatisfecho	
No aplica	



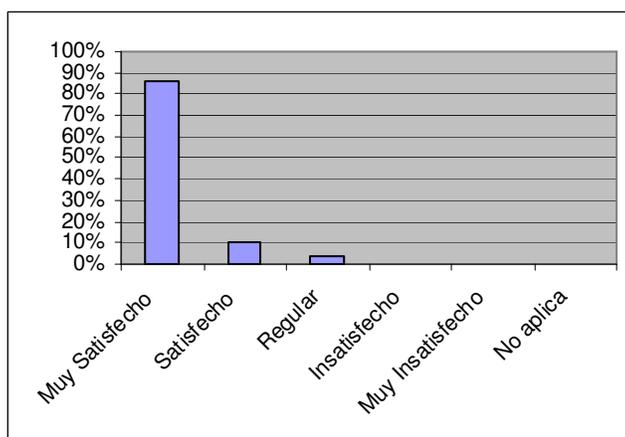
d. ¿Hace la empresa reconocimiento con respecto a sus metas y logros?

a. Si	96%
b. No	6%



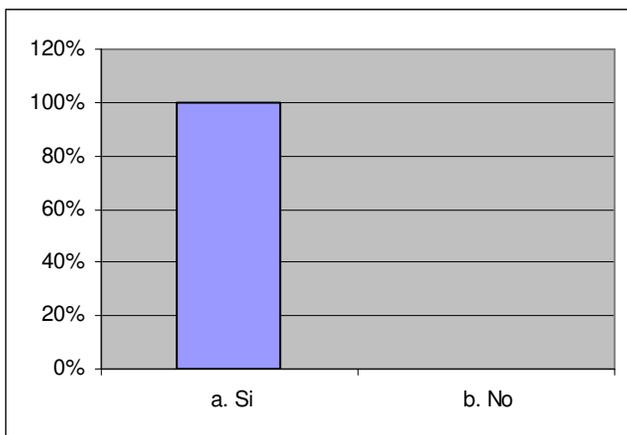
e. En cuanto a la seguridad, ¿Cuál es su nivel de seguridad del puesto de trabajo?

Muy Satisfecho	86%
Satisfecho	10%
Regular	4%
Insatisfecho	
Muy Insatisfecho	
No aplica	



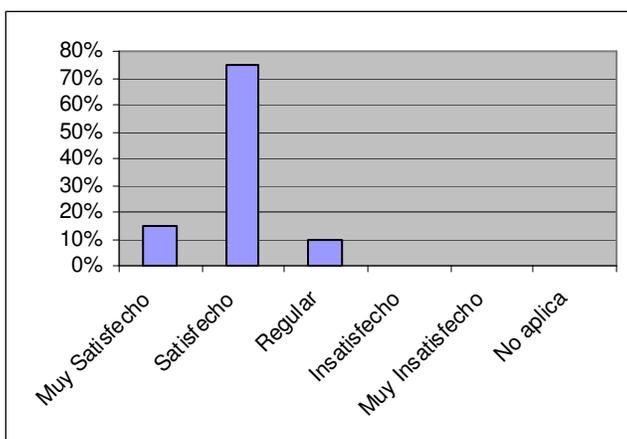
f. ¿Existe un plan de acciones para realizar las actividades en la empresa?

a. Si	100%
b. No	0%



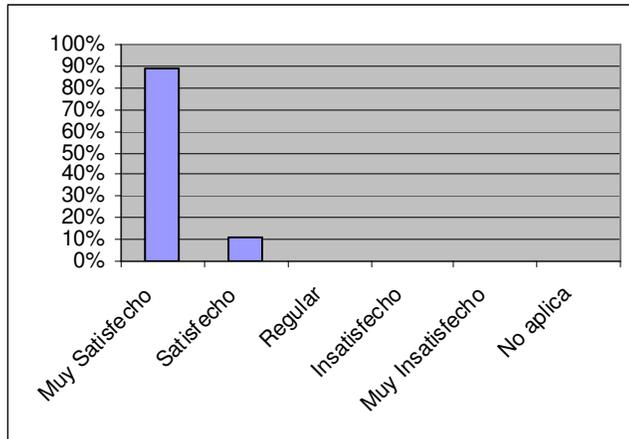
g. ¿Cual es su nivel de satisfacción frente a la importancia que le da la Empresa a sus opiniones al momento de realizar las actividades de la empresa?

Muy Satisfecho	15%
Satisfecho	75%
Regular	10%
Insatisfecho	
Muy Insatisfecho	
No aplica	



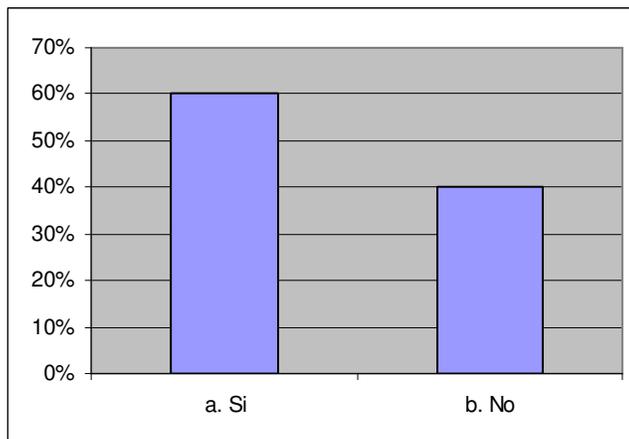
h. ¿Cómo percibe el ejercicio del liderazgo por parte de la gerencia?

Muy Satisfecho	89%
Satisfecho	11%
Regular	
Insatisfecho	
Muy Insatisfecho	
No aplica	



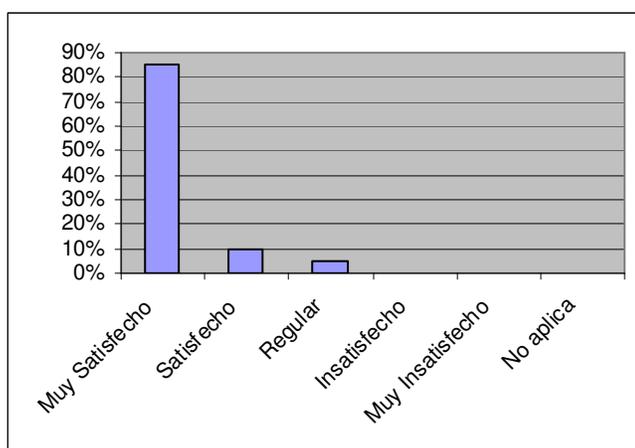
i. ¿Participa la gerencia en la asesoría a empleados y la coordinación de las actividades que se realizan en el área?

a. Si	60%
b. No	40%



j. ¿Cómo considera los recursos con los que cuenta para la prestación del servicio?

Muy Satisfecho	85%
Satisfecho	10%
Regular	5%
Insatisfecho	
Muy Insatisfecho	
No aplica	



NOTA: Estos resultados fueron aproximados a número enteros.