

**ANÁLISIS Y MEJORAMIENTO DE LOS PROCESOS DEL SERVICIO AL  
CLIENTE EN METROGAS DE COLOMBIA S.A. E.S.P. BASADO EN LA  
AUDITORIA DEL SERVICIO**

YESENIA SANTOS SÁNCHEZ

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
FACULTAD DE INGENIERÍAS FISICOMECÁNICAS  
ESCUELA DE ESTUDIOS INDUSTRIALES Y EMPRESARIALES  
BUCARAMANGA  
2005

**ANÁLISIS Y MEJORAMIENTO DE LOS PROCESOS DEL SERVICIO AL  
CLIENTE EN METROGAS DE COLOMBIA S.A. E.S.P. BASADO EN LA  
AUDITORIA DEL SERVICIO**

YESENIA SANTOS SÁNCHEZ

Director  
GUILLERMO RINCON VELANDIA.  
Economista y Administrador de Empresas

Trabajo de grado presentado  
como requisito para optar al título de:  
INGENIERA INDUSTRIAL

UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER  
FACULTAD DE INGENIERÍAS FISICOMECAÑICAS  
ESCUELA DE ESTUDIOS INDUSTRIALES Y EMPRESARIALES  
BUCARAMANGA

2005

*Agradezco a **DIOS**, por la sabiduría y fortaleza que me brindo a través de mi proceso de formación profesional y poder haber alcanzado este logro. Dedico este proyecto **a mis padres y hermano**, por su apoyo y confianza que me ofrecieron durante mi carrera, **a toda mi familia**, por creer en mí. Y a todas aquellas personas, quienes han me han acompañado y colaborado en este proceso.*

*Yesenia Santos Sánchez.*

## **AGRADECIMIENTOS**

Al economista **GUILLERMO RINCON VELANDIA**, Director del presente proyecto, por su colaboración, la disponibilidad de su tiempo, su permanente compromiso, y el soporte académico y técnico, que me brindó para hacer realidad este proyecto.

A todo el personal de METROGAS DE COLOMBIA S.A. E.S.P., por la colaboración brindada al desarrollo del proyecto, y de esta manera, obtener la elaboración e implementación de una metodología indispensable para el mejoramiento continuo de la organización.

## CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	22
1. ASPECTOS GENERALES DE METROGAS DE COLOMBIA S.A. E.S.P	24
1.1 RESEÑA HISTÓRICA Y CONSTRUCCIÓN DEL PLAN PILOTO	24
1.2 RAZÓN SOCIAL DE LA EMPRESA	25
1.3 COMPETENCIA	26
2. DEFINICIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	27
2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	27
2.2 ALCANCE	27
2.3 OBJETIVOS DE LA AUDITORIA DEL SERVICIO	28
2.3.1 Objetivo General	28
2.3.2 Objetivos Específicos	28
3. MARCO TEÓRICO DE LA AUDITORIA DEL SERVICIO	30
3.1 INTRODUCCIÓN A LA AUDITORIA DEL SERVICIO	30
3.1.1 Servicio al Cliente	30
3.1.2 Auditoria del Servicio	32
3.1.3 Metodología de la auditoria del servicio	32
4. ANÁLISIS AMBIENTAL	36
4.1 DIAGNÓSTICO INTERNO	36
4.1.1 Diagnóstico de la situación actual de Metrogas de Colombia S.A. E.S.P	36

	pág.
4.1.2 Direccionamiento estratégico	37
4.1.2.1 Misión de la empresa	37
4.1.2.2 Visión de la empresa	37
4.1.2.3 El clima laboral	37
4.1.2.4 Política general de la empresa	38
4.1.3 Estructura organizacional	38
4.1.4 Estructura de mercadeo	41
4.1.4.1 Los factores claves de éxito en las relaciones comerciales	41
4.1.4.2 La estructura de los canales de comercialización	41
4.1.4.3 La organización de mercadeo, ventas y servicio	42
4.1.4.4 Estudio de mercado	42
4.1.5 Análisis de los ciclos del servicio	43
4.1.5.1 Flujogramas y análisis de los procedimientos	43
4.1.5.1.1 Procedimiento de realizar una queja o reclamo en Metrogas de Colombia S.A. E.S.P	44
4.1.5.1.2 Procedimiento de venta de acometidas e instalaciones para suministro de gas	45
4.1.5.1.3 Procedimiento para recibir y transferir llamadas telefónicas	64
4.1.5.1.4 Procedimiento de la generación de servicios por revisión periódica	68
4.1.5.1.5 Procedimiento para la prestación de servicios técnicos adicionales	74
4.1.5.1.6 Procedimiento para la prestación de servicios administrativos	79
4.1.5.1.7 Procedimiento para el trámite de respuestas a usuarios	82

	pág.
4.1.5.1.8 Procedimiento de gestion de cartera mora 4	85
4.1.5.1.9. Procedimiento de reconexión del servicio	90
4.1.5.1.10. Procedimiento de recuperación de cartera incobrable	94
4.1.5.1.11. Procedimiento de recaudo de servicio de gas	99
4.2 DIAGNÓSTICO EXTERNO	104
4.2.1 Marco legal	105
4.2.2 Diseño de la herramienta de medición	
4.2.3 Diseño de la muestra	112
4.2.3.1 Definición de la población meta de la auditoria del servicio	112
4.2.3.2 Marco de la muestra	113
4.2.3.3 Selección de la técnica de muestreo	113
4.2.3.4 Determinación del tamaño de la muestra para la Auditoria del del servicio	113
4.2.4 Trabajo de campo	114
4.2.4.1 Plan de trabajo	114
4.2.4.2 Selección del grupo de trabajo	114
4.2.4.3 Prueba piloto	115
4.2.4.4 Procesamiento de la información	115
4.2.5 Análisis de la satisfacción de los clientes	116
4.2.5.1 Diseño de la libreta de calificaciones	116
4.2.5.2 Características de la muestra	117

	pág.
4.2.5.3 Indicadores de satisfacción	117
5. AUDITORIA DEL SERVICIO	160
5.1 OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN	160
5.1.1 Objetivo general	160
5.1.2 Objetivos específicos	160
5.2 RESULTADO DE LA MATRIZ DE NIVELES DE SATISFACCIÓN	161
6. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN Y ACTIVIDADES REALIZADAS	165
6.1 DISEÑO DE LA HERRAMIENTA DE SEGUIMIENTO Y CONTROL PARA LAS EMPRESAS QUE LE PRESTAN SU SERVICIO A METROGAS S.A. E.S.P	169
CONCLUSIONES	170
RECOMENDACIONES	172
BIBLIOGRAFÍA	174
GLOSARIO	175

## LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Organigrama de Metrogas de Colombia S.A. E.S.P.	40
Figura 2. Mapa del área de distribución del gas natural en Floridablanca y Ruitoque	42
Figura 3. Procedimiento de realizar una queja o reclamo en Metrogas de Colombia S.A. E.S.P.	45
Figura 4. Procedimiento de ventas de acometidas e instalaciones para suministro de gas	49
Figura 5. Procedimiento para recibir y transferir llamadas telefónicas	65
Figura 6. Procedimiento de la generación de servicios por revisión periódica	69
Figura 7. Procedimiento para la prestación de servicios técnicos adicionales	75
Figura 8. Procedimiento para la prestación de servicios administrativos	80
Figura 9. Procedimiento para el trámite de respuestas a usuarios	84
Figura 10. Procedimiento de gestión de cartera mora 4	88
Figura 11. Procedimiento de reconexión del servicio	92
Figura 12. Procedimiento de recuperación de cartera incobrable	95
Figura 13. Procedimiento de recaudo de servicio de gas	101
Figura 14. Pasos para el diseño de la muestra	112

## LISTA DE TABLAS

		Pág.
Tabla 1.	Relación existente entre la pregunta de la encuesta y el índice O factor evaluado	110
Tabla 2.	Matriz de Niveles de Satisfacción	112
Tabla 3.	Tabulación de los datos del servicio ofrecido por Metrogas	119
Tabla 4.	Tabulación de los datos de la amabilidad en atención a usuarios	125
Tabla 5.	Tabulación de los datos de la calidad de la información suministrada	126
Tabla 6.	Tabulación de los datos de la corrección del error	128
Tabla 7.	Tabulación de los datos de la prontitud en dar solución al problema	129
Tabla 8.	Tabulación de los datos del tiempo de espera para ser atendido en caja	131
Tabla 9.	Tabulación de los datos de la cantidad suficiente de cajeros	132
Tabla 10.	Tabulación de los datos de la amabilidad del cajero	133
Tabla 11.	Tabulación De Los Datos De La Disponibilidad De Horarios	134
Tabla 12.	Tabulación de los datos de la facilidad de comunicarse telefónicamente	138
Tabla 13.	Tabulación de los datos de la rapidez en contestar el teléfono	139
Tabla 14.	Tabulación de los datos del tiempo de transferir la llamada	140
Tabla 15.	Tabulación de los datos de la disponibilidad del funcionario	141
Tabla 16.	Tabulación de los datos de la oportunidad de la prestación del Servicio	143

	Pág.
Tabla 17. Tabulación de los datos de la agilidad en la prestación del servicio	144
Tabla 18. Tabulación de los datos de la calidad en la prestación del servicio	145
Tabla 19. Tabulación de los datos de la oportunidad de la prestación del servicio	146
Tabla 20. Tabulación de los datos del cumplimiento de lo pactado	147
Tabla 21. Tabulación de los datos de la amabilidad del personal técnico	148
Tabla 22. Tabulación de los datos de la presentación personal de los técnicos	150
Tabla 23. Tabulación de los datos del conocimiento de la labor desempeñada	151
Tabla 24. Tabulación de los datos de la solución a inquietudes por los técnicos	152
Tabla 25. Tabulación de los datos del conocimiento del servicio prestado en ventas	153
Tabla 26. Tabulación de los datos de la claridad en la explicación en ventas	154
Tabla 27. Tabulación de los datos de la amabilidad del vendedor	155
Tabla 28. Tabulación de los datos de la capacidad de asesoría del vendedor	156
Tabla 29. Resultados De La Matriz De Niveles De Satisfacción	161
Tabla 30. Porcentaje del I.E.R. al servicio prestado	161
Tabla 31. Porcentaje del I.E.R. a la amabilidad	161
Tabla 32. Porcentaje del I.E.R. al recurso humano	162

Tabla 33.	Porcentaje del I.E.R. a la agilidad en la atención	162
Tabla 34.	Porcentaje del I.E.R. a la disponibilidad de horarios	163
Tabla 36.	Porcentaje del I.E.R. a la disponibilidad del funcionario	163
Tabla 37.	Porcentaje del I.E.R. a la presentación personal	163
Tabla 38.	Porcentaje del I.E.R. a la calidad del servicio técnico prestado	164
Tabla 39.	Plan de implementación y actividades realizadas	165

## LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Características de la muestra	117
Gráfico 2. Servicio ofrecido por Metrogas	118
Gráfico 3. Problemas con el servicio	119
Gráfico 4. Entrega oportuna de la factura	120
Gráfico 5. Número de veces que la factura no ha llegado a tiempo	121
Gráfico 6. Error registrado en la factura	122
Gráfico 7. Número de veces que la factura ha llegado con errores	123
Gráfico 8. Tipo de error presentado en la factura	124
Gráfico 9. Amabilidad del funcionario en atención a usuarios	125
Gráfico 10. Calidad de la información suministrada	126
Gráfico 11. Corrección del error	127
Gráfico 12. Prontitud en dar solución al problema	128
Gráfico 13. Sitios donde los usuarios cancelan la factura del gas	129
Gráfico 14. Razones de los usuarios para cancelar su factura en la oficina de Metrogas	130
Gráfico 15. Tiempo de espera para ser atendidos los usuarios en caja	131
Gráfico 16. Cantidad suficiente de cajeros	132
Gráfico 17. Amabilidad del funcionario en el área de recaudo	133
Gráfico 18. Disponibilidad de horarios en al oficina de Metrogas	134

	Pág.
Gráfico 19. Usuarios que han tenido problemas con los puntos autorizados	135
Gráfico 20. Tipo de problemas con los puntos autorizados	136
Gráfico 21. Contacto telefónico entre el usuario y un funcionario de Metrogas	137
Gráfico 22. Facilidad de comunicación telefónica	138
Gráfico 23. Rapidez en contestar el teléfono	139
Gráfico 24. Tiempo en transferir la llamada	140
Gráfico 25. Disponibilidad del funcionario	141
Gráfico 26. Tipos de servicio que han solicitado los usuarios	142
Gráfico 27. Oportunidad en la prestación del servicio	143
Gráfico 28. Agilidad en la prestación del servicio	144
Gráfico 29. Calidad de la prestación del servicio	145
Gráfico 30. Cumplimiento de lo pactado	146
Gráfico 31. Amabilidad del personal técnico	147
Gráfico 32. Presentación personal de los técnicos	148
Gráfico 33. Conocimiento de la labor desempeñada por los técnicos	149
Gráfico 34. Solución a inquietudes ofrecidas por el personal técnico	150
Gráfico 35. Compra de las instalaciones de suministro de gas natural	151
Gráfico 36. Conocimiento del servicio prestado en ventas	152
Gráfico 37. Calidad en la explicación en ventas	153
Gráfico 38. Amabilidad del vendedor	154

	Pág.
Gráfico 39. Presentación personal del vendedor	155
Gráfico 40. Capacidad de asesoría del vendedor	156
Gráfico 41. Recomendaciones de los usuarios a Metrogas para mejorar el servicio	157

## LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Evaluación del cliente respecto a la revisión periódica	178
Anexo B. Encuesta Prueba - Piloto. Metrogas de Colombia S.A. E.S.P	179
Anexo C. Encuesta. Metrogas de Colombia S.A. E.S.P	182
Anexo D. Porcentaje de cada índice de satisfacción	185
Anexo E. Registro de evaluación del personal de facturación	186
Anexo F. Formato de evaluación de cajeros	187

## RESUMEN

### TÍTULO

**ANÁLISIS Y MEJORAMIENTO DE LOS PROCESOS DEL SERVICIO AL CLIENTE EN METROGAS DE COLOMBIA S.A. E.S.P. BASADO EN LA AUDITORIA DEL SERVICIO\***

### AUTOR

YESENIA SANTOS SÁNCHEZ\*\*

### PALABRAS CLAVES

**Auditoria del servicio.** Metodología que permite obtener y actualizar de forma periódica información acerca de la percepción y satisfacción de los clientes en cuanto a la calidad de los servicios prestados.

**Ciclo del Servicio:** Es el proceso en el cual el cliente tiene contacto con una organización desde el momento que solicita un determinado servicio hasta que éste se le presta, dando por terminado el ciclo.

**Índice de satisfacción:** Es un parámetro cuantificable que permite medir la calidad del servicio ofrecido por una organización.

### DESCRIPCIÓN

La auditoria del servicio se diseñó e implementó en Metrogas para que fuera una metodología de apoyo en el proceso de mejoramiento continuo de sus procesos en términos de calidad del servicio.

El desarrollo de la Auditoria del servicio fue la siguiente: Conocimiento de la empresa, identificación de los ciclos del servicio, definición de los factores a evaluar, diseño de la herramienta de medición y definición de los índices a evaluar. Realización del trabajo de campo, procesamiento, análisis y retroalimentación de la información, diseño de planes de mejora e implementación de las propuestas.

---

\* Proyecto de Grado

\*\* Facultad de Ingenierías Físico – Mecánicas. Programa: Ingeniería Industrial. Director: Economista y Administrador de Empresas Guillermo Rincón Velandia.

Los atributos de calidad del servicio ofrecido por Metrogas se encuentran en un *nivel aceptable*. Los resultados arrojados determinaron que Metrogas presenta falencias en cuanto al índice específico relativo al recurso humano, a la calidad del servicio técnico prestado y a la agilidad en la atención (facilidad de comunicarse, rapidez en contestar el teléfono y el tiempo de transferir la llamada). Se realizaron propuestas para los índices críticos.

## SUMMARY

### TITLE

**ANALYSIS AND IMPROVEMENT OF THE PROCESSES OF CLIENT'S SERVICE ON METROGAS OF COLOMBIA S.A. E.S.P. BASED ON THE AUDIT OF THE SERVICE<sup>†</sup>**

### AUTHOR

YESENIA SANTOS SANCHEZ \*\*

### KEY WORDS

**Audit of the service.** Methodology that allows to obtain and to update in a periodic way data about the perception and satisfaction of the clients as far as the quality of served.

**Cycle of the Service:** It is the process in which the client has contact with an organization from the moment that asks for a certain service until this one is offered to him, finishing the cycle

**Index of satisfaction:** It is a quantifiable parameter that allows to measure the quality of the service offered by an organization.

### DESCRIPTION

The audit of the service was designed and implemented in Metrogas as a methodology of support in the process of continuous improvement of his processes in terms of quality service.

The development of the Audit of the service was as follows: Knowledge of the company, identification of the service cycles, definition of the factors to evaluate, design of the tool of measurement and definition of the indices to evaluate. Accomplishment of the Field Work, processing, analysis and feedback of the information, design of improvement plans and implementation of the proposals.

---

<sup>†</sup> Proyecto de Grado

\*\* YESENIA SANTOS SÁNCHEZ

The attributes of service quality offered by Metrogas. is in an acceptable level. The results thrown determined that Metrogas presents weakness relative to the specific index relative to the human resource, to the quality of served technical and to the agility in the attention (facility to communicate, velocity in answering the telephone and the time to transfer the call). Proposals for the critical indices.

## INTRODUCCIÓN

Las empresas dentro de sus políticas siempre han tenido a los clientes como prioridad para el desarrollo y sostenimiento de la organización, pero esta estrategia sólo se ha mantenido en el papel, es decir, las compañías han trabajado para obtener altas utilidades basado en el manejo adecuado de los costos sin medir las consecuencias; desconociendo que la competencia cada vez no da tregua, por el contrario se fortalece y busca nuevas alternativas que le permitan surgir y ser los líderes en el mercado.

Los clientes en la actualidad son conscientes de su posición como negociadores y no como un simple comprador frente a las empresas, donde tiene el poder y la autonomía de decidir a quién le compra y de colocar las condiciones del servicio que desea recibir, sin conformarse con lo que le pueda ofrecer determinada organización; buscando la satisfacción de sus necesidades y exigencias en todos los aspectos que requiere un servicio.

Por lo tanto, la satisfacción de los clientes se ha convertido en una de las estrategias más significativas para las organizaciones, donde tan sólo brindar un producto con un precio razonable y una excelente calidad, ya no es suficiente.

La calidad de la prestación del servicio permite ser diferenciadores ante la competencia y es importante que los clientes puedan percibir esa virtud de la organización; buscando que la atención brindada sea acorde a sus necesidades y expectativas, esperando satisfacerlas en condiciones que supere lo esperado.

Este es un reto para la alta dirección quién debe direccionar y orientar todas las habilidades y fortalezas de sus funcionarios al logro de un objetivo en común, *“la prestación de un servicio con calidad”*.

Para lograr este reto, es necesario que las empresas diseñen una estrategia de servicio al cliente que esté basada en la percepción de las necesidades y expectativas reales y actualizadas de los clientes potenciales. El trabajo de una organización para mantenerse de forma eficiente en el mercado, puede verse afectado por la interpretación negativa del cliente, es decir, que las organizaciones realizan esfuerzos equívocos en el cual se crean métodos de acercarse al cliente con un portafolio de productos o servicios, sin tener un conocimiento exacto de lo que ellos quieren o necesitan.

Una metodología que puede evaluar y medir el nivel de calidad del servicio ofrecido a los clientes, además de conocer sus requerimientos y exigencias, es la *auditoria del servicio*; siendo esta una referencia para estimar el impacto de la

percepción del cliente respecto a la empresa y permite con los datos e información, tomar decisiones que contribuyan al mejoramiento de los procesos al interior de la organización, ayudando a crear una cultura organizacional enfocada hacia el cliente, concientizando a todos los funcionarios de la importancia de la labor que ejecutan dentro de la organización y definiendo el aporte para el logro de los objetivos, esta es la esencia de los negocios.

La información obtenida con esta herramienta, permite involucrar y comprometer a todo el personal que conforma a Metrogas de Colombia S.A. E.S.P en el mejoramiento de su desempeño en la prestación del servicio a los usuarios, facilitando la construcción de un diferenciador competitivo, donde la calidad del servicio ofrecida al cliente en términos de valor agregado, asegure la permanencia, el crecimiento y la rentabilidad en un mercado cada vez más dinámico y competitivo.

## **1. ASPECTOS GENERALES DE METROGAS DE COLOMBIA S.A. E.S.P.**

### **1.1. RESEÑA HISTORICA Y CONSTRUCCIÓN DEL PLAN PILOTO<sup>3</sup>**

Esta empresa fue constituida mediante escritura pública No. 0947 del 19 de agosto de 1981, como una empresa de servicios públicos por acciones de naturaleza privada, que está regida por las normas del código de comercio para las sociedades anónimas, destinada principalmente a satisfacer las necesidades de suministro de gas para la ciudad de Floridablanca.

En febrero de 1984, al crearse en METROGAS DE COLOMBIA S.A. E.S.P. la Gerencia Técnica y el Departamento de Ingeniería y Proyectos, se realizó una revisión de los diseños y la cuantificación de materiales ya adquiridos; encontrando que debido a la variación en algunos programas de construcción de los urbanizadores de la zona y la aparición de nuevos desarrollos urbanísticos, se debía replantear algunos detalles. Cabe anotar que transcurrieron cuatro años desde la fecha del diseño original.

Efectuados las modificaciones se iniciaron en julio de 1984 las labores de construcción, que continuaron hasta la terminación del gasoducto de acero, montaje de estaciones y puesta en servicio del Plan Piloto en agosto de 1985.

La Dirección General de Hidrocarburos del Ministerio de Minas y Energía verificó, mediante uno de sus ingenieros el final de las construcciones del gasoducto y pruebas finales. El Ministerio mediante oficio No. 560 del 22 de agosto de 1985, aprobó en forma provisional el funcionamiento del Plan Piloto, en tanto se presentaba el informe final de construcción.

Los trabajos de construcción de la red de distribución se iniciaron en julio de 1984 y terminaron en agosto de 1985, habiendo construido 5.3 km. de red de acero con diámetro de 4" y 6", una estación medidora, dos estaciones de regulación y cerca de 60 km. de redes de polietileno dando al servicio el plan piloto para los barrios lagos I, II, III y la urbanización Bucarica, para un cubrimiento de 6500 viviendas.

El 19 de mayo de 1988 se firmó con el Gobierno Nacional el contrato de concesión para Floridablanca por 50 años prorrogables por un lapso de 20 años. Posteriormente se han realizado las ampliaciones de la red de distribución con el fin de satisfacer la demanda del área de influencia, hasta llegar a tener hoy un cubrimiento del 99%, con usuarios entre domésticos, comerciales e industriales.

---

<sup>3</sup> Manual de Inducción – Metrogas de Colombia S.A. E.S.P. p. 2.

Debido a la insuficiencia en el suministro del gas domiciliario sobre todo en las horas pico para la zona de Floridablanca y sus barrios aledaños, en el año de 1996 se vio la necesidad de tomar gas de una línea de mayor capacidad y que a su vez sirviera de cierre de anillo de las redes instaladas por METROGAS DE COLOMBIA S.A. E.S.P. Se analizaron varios puntos de toma, se habló con los dueños de los predios, después de varias consultas y de analizar varias alternativas se determinó que el mejor sitio y el que menos peligro presentaba era el separador del anillo vial a la altura del cruce con la autopista.

La fecha de iniciación de las obras fue en Junio 18 de 1996 y de terminación Octubre 16 de 1996, fecha en la cual el gasoducto entro en operación.

La empresa ha alcanzado un alto cubrimiento en el área de concesión, los datos estadísticos indican una cobertura superior al 99% con un total de 45.289 usuarios instalados (Octubre de 2001), mediante una infraestructura de gasoducto conformada por:

- Tubería de 6", 4"y 3" de diámetro.
- Tubería troncal de polietileno de 1",2",3",4"y 6" de diámetro.
- Tubería de polietileno de 3/4" de diámetro
- 7 estaciones, de las cuales 6 realizan la función de regulación con capacidades de 12000 y 15000 m<sup>3</sup>/h a una presión de 60 psi. y la restante, junto con dos estaciones de regulación realizan la medición con capacidades de 5000 y 7500 m<sup>3</sup>/h a una presión de operación de 250 psi.

## **1.2. RAZÓN SOCIAL DE LA EMPRESA<sup>4</sup>**

La razón social de la empresa es prestar el servicio público esencial de comercialización, transporte y distribución de gas combustible, exploración, explotación, almacenamiento, utilización, transporte, refinación, compra, venta y distribución de hidrocarburos o sus derivados en todas sus formas y representaciones.

Las labores de ingeniería, asesoría, construcción, interventoría, fabricación y consultoría relacionados con hidrocarburos. La construcción, operación y mantenimiento de gasoductos de usos Públicos o privados, oleoductos, poliductos, plantas de almacenamiento, envase, llenado o trasiego, estaciones de licuefacción, gasificación o compresión, tanques y recipientes de cualquier naturaleza para transporte y almacenamiento, y en general todas las actividades relacionadas con la comercialización de hidrocarburos o sus derivados. La

---

<sup>4</sup> Manual de Calidad de Metrogas de Colombia S.A. E.S.P. p. 5

representación de personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras en el desarrollo o ejecución de obras de ingeniería o en la distribución, comercialización y venta de productos, equipos, materiales y servicios y demás actividades complementarias y anexas al objeto de la empresa.

### **1.3. COMPETENCIA<sup>5</sup>**

La experiencia de la empresa de más de 20 años en la construcción de instalaciones para suministro de gas, la acreditación de la División de Inspección como Organismo Inspector, la antigüedad y experiencia del personal que participa en la actividades , su continua capacitación en la normatividad y marco legal hace que sea competente para realizar estas labores . En las hojas de vida se observa la experiencia de sus funcionarios, y en los registros estadísticos se observa la experiencia de la empresa en esta actividad.

---

<sup>5</sup> Manual de Calidad de Metrogas de Colombia S.A. E.S.P. p. 7

## **2. DEFINICIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

### **2.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Metrogas de Colombia S.A. E.S.P. hoy en día no cuenta con una metodología específica que le permita identificar procesos críticos y llevar un control constante de las inconformidades presentadas con sus clientes en los diversos servicios, que le facilite tomar acciones preventivas que ayude a identificar los inconvenientes que los usuarios sufren, con el fin de darles una solución efectiva. Además, carece de una herramienta de control y cumplimiento de los objetivos y funciones asignados a las empresas prestadoras de servicios que han hecho contratos por outsourcing con la empresa METROGAS DE COLOMBIA S.A. E.S.P.

La empresa ve la necesidad de invertir tiempo y trabajo en la atención de las necesidades y requerimientos de los usuarios para brindar un servicio acorde con su razón social y ganar un reconocimiento y diferenciador en su entorno, así ésta no tenga un competidor directo. METROGAS DE COLOMBIA S.A. E.S.P se preocupa por mejorar cada día más la prestación de su servicio ya que tienen claro que sus clientes son su razón de existir.

Además, cabe resaltar que hoy en día todas las empresas para ser cada vez más competitivas, no solo basta tener la capacidad de brindar un servicio al cliente en el lugar y hora convenida, sino convertir para el cliente la compra en una experiencia de satisfacción, agrado y cumplimiento total de sus necesidades y exigencias.

### **2.2. ALCANCE**

El proyecto a desarrollar involucrará todas las áreas funcionales de la empresa donde se identifiquen los ciclos de servicio o momentos de verdad con el cliente externo.

La extensión del proyecto comprenderá el diagnóstico y análisis de los procesos del servicio al cliente en Metrogas de Colombia S.A. E.S.P., el desarrollo e implementación de la metodología de la auditoría del servicio hasta el diseño y puesta en marcha de las propuestas de mejora de los procesos críticos del servicio al cliente, basado en los resultados obtenidos.

Además, se dejará un personal capacitado para la utilización de ésta metodología y actualización periódica de los datos.

Como la empresa cuenta con el servicio de outsourcing en dos áreas funcionales de la organización, se diseñará una herramienta de control y cumplimiento de los objetivos y funciones destinados a las empresas prestadoras de servicios por parte de Metrogas de Colombia S.A. E.S.P. y con base en ésta, tomar decisiones acordes a la situación presentada. La Auditoria del Servicio será una guía de seguimiento de la labor realizada por estas empresas ya que ellas representan la imagen de la organización.

### **Limitaciones**

Las limitaciones serán de tipo económico sujeto al monto de la inversión, pero METROGAS DE COLOMBIA S.A. E.S.P. esta dispuesto a otorgar recursos financieros para la puesta en marcha de la auditoria del servicio y las propuestas de mejora.

Una de las prioridades para la empresa METROGAS DE COLOMBIA S.A. E.S.P. es estar en un continuo proceso de mejora, buscando lograr ser la empresa número uno de Colombia en servicio al cliente forjando calidad de vida y ampliando la cobertura a los usuarios de gas natural en el municipio de Floridablanca.

## **2.3. OBJETIVOS DE LA AUDITORIA DEL SERVICIO**

### **2.3.1. Objetivo general**

Realizar el análisis y mejoramiento de los procesos del servicio al cliente en Metrogas de Colombia S.A. E.S.P., mediante el desarrollo e implementación de la metodología de la auditoria del servicio y el diseño y puesta en marcha de las propuestas de mejora de los procesos críticos del servicio al cliente, teniendo en cuenta el estudio previo de las condiciones actuales de la empresa.

### **2.3.2. Objetivos específicos**

- Identificar las necesidades y expectativas del cliente externo con respecto a la empresa, es decir, los criterios mínimos de calidad que ellos requieren satisfacer en los diferentes puntos de servicio al cliente.

- Evaluar y medir en la empresa METROGAS DE COLOMBIA S.A. E.S.P el nivel actual de la calidad del servicio al cliente.
- Obtener y analizar los diferentes índices de satisfacción al cliente para llevar a cabo planes de mejora.
- Obtener y proveer información sobre la satisfacción al cliente tanto a la organización como específicamente a los procesos de calidad que contribuyan al mejoramiento continuo al interior de la empresa.
- Elaborar una herramienta guía de seguimiento y control para que METROGAS DE COLOMBIA S.A. E.S.P. la aplique a las empresas contratadas por esta entidad.
- Diseñar e implementar planes de mejora.

### 3. MARCO TEÓRICO DE LA AUDITORIA DEL SERVICIO

#### 3.1. INTRODUCCIÓN A LA AUDITORIA DEL SERVICIO

Debido a los grandes cambios ocurridos en el mundo de los negocios, la globalización, el incremento de la competitividad de las empresas, el desarrollo tecnológico; las prioridades de los clientes ya no se limitan en recibir un producto y/o servicio de calidad con un bajo precio, hoy en día sus exigencias van más allá de realizar una compra o hacer contratos con algún proveedor, el cliente desea sentir que él es importante para la organización con la cual tiene contacto y que éstas se preocupan por su bienestar y por satisfacer sus necesidades.

Para poder diseñar e implementar estrategias que permitan construir una ventaja competitiva en el producto y/o servicio en un entorno cambiante, se debe partir del conocimiento real de los requerimientos de los clientes potenciales, quienes en últimas van a recibir, percibir o utilizar el producto o servicio. Por lo tanto, se debe contar con una metodología que permita recopilar y actualizar periódicamente la información y evalúe la calidad del servicio ofrecido al usuario para poder adoptar las medidas o acciones necesarias y contribuir a la mejora de dichos procesos.

El servicio al cliente surge como una alternativa, que permite a una organización generar valor agregado a su producto/servicio y ser un elemento diferenciador en el mercado.

**3.1.1. Servicio al cliente.** El Servicio al Cliente, es la definición de estrategias en una organización que permite por medio de la atención personal, telefónica o escrita, satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes.

Para orientar a la organización y tener unos lineamientos básicos acerca de la atención al cliente, es importante conocer y aplicar los siguientes aspectos:

#### **Los diez mandamientos de la Atención al Cliente<sup>6</sup>**

Las empresas, dentro de su plan estratégico, posicionan a sus clientes por encima de todo, pero muchas veces esta sentencia no se cumple.

- *El cliente por encima de todo.* Es el cliente a quien debemos tener presente antes de nada.

---

<sup>6</sup> [www.monografias.com/trabajos11/sercli/sercli.shtml](http://www.monografias.com/trabajos11/sercli/sercli.shtml) - 65k - 15 May 2005

- *No hay nada imposibles cuando se quiere.* A veces los clientes solicitan cosas casi imposibles, con un poco de esfuerzo y ganas, se puede conseguirlo lo que el desea.
- *Cumple todo lo que prometas.* Son muchas las empresas que tratan, a partir de engaños, de efectuar ventas o retener clientes, pero ¿qué pasa cuando el cliente se da cuenta?
- *Solo hay una forma de satisfacer al cliente, darle mas de lo que espera.* Cuando el cliente se siente satisfecho al recibir más de lo esperado, para lograr esto se debe conocer muy bien a los clientes, enfocándose en sus necesidades y deseos.
- *Para el cliente tu marcas la diferencia.* Las personas que tienen contacto directo con los clientes tienen un gran compromiso, pueden hacer que un cliente regrese o que jamás quiera volver, eso hace la diferencia.
- *Fallar en un punto significa fallar en todo.*
- *Un empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos.* Los empleados propios son " el primer cliente" de una empresa, si no se les satisface a ellos como se pretende satisfacer a los clientes externos, por ello las políticas de recursos deben ir de la mano de las estrategias de marketing.
- *El juicio sobre la calidad de servicio lo hace el cliente.* La única verdad es que son los clientes quienes en su mente y su sentir califican a la empresa, si es bueno vuelven y de lo contrario no regresan.
- *Por muy bueno que sea un servicio siempre se puede mejorar.* Si se logró alcanzar las metas propuestas de servicio y satisfacción del usuario, es necesario plantear nuevos objetivos.
- *Cuando se trata de satisfacer al cliente, todos somos un equipo.* Todas las personas de la organización deben estar dispuestas a trabajar en pro de la satisfacción del cliente.

Cada día las empresas se están formando, capacitando, es decir, manteniendo un constante aprendizaje en sus actividades particulares independiente si es una empresa proveedora de servicios o manufacturera, para poder responder a los desafíos y cambios que el entorno les está generando, por lo tanto están en una búsqueda de los elementos diferenciadores que les proporcionan una ventaja competitiva y así lograr satisfacer las necesidades de sus clientes.

**3.1.2. Auditoria del servicio.** La Auditoria del Servicio, es una metodología que permite obtener y actualizar de forma periódica información acerca de la percepción y satisfacción de los clientes en cuanto a la calidad de los servicios prestados por una determinada organización.

### **3.1.3. Metodología de la auditoria del servicio**

La auditoria del servicio consta en forma general de los siguientes pasos:

- **Conocer la empresa a auditar;** es el primer paso para llevar a cabo de manera eficaz esta metodología; donde se debe realizar un reconocimiento de la situación actual en la que se encuentra la organización, conocer sus directrices y políticas de calidad, misión, visión, el entorno en el cual se desarrolla, y las estrategias con las que cuentan para atender a los clientes externos.
- **Identificar los ciclos del servicio dentro de la organización;** se determinan cuales son los procesos llevados a cabo al interior de la organización donde los funcionarios tienen un contacto directo con los usuarios, teniendo como herramienta de apoyo la entrevista personal con los dueños de cada uno de los procesos y los diagramas de flujo para la obtención de información relevante para el análisis de los mismos.
- **Identificar los momentos de verdad;** consiste en determinar aquellos puntos en donde los usuarios tienen un contacto directo con la organización en el cual tiene la oportunidad de percibir y definir un criterio acerca de la misma por dicha experiencia.
- **Definir los factores a evaluar en la encuesta,** son los conceptos a tener en cuenta en el diseño de la herramienta de medición, los cuales valoran y evalúan aspectos relevantes en la prestación de un servicio.
- **Diseño de la herramienta de medición;** consiste en la elaboración y estructuración de las preguntas de la encuesta, teniendo como referencia los factores definidos en el punto anterior, en donde se determina el tipo de encuesta y de preguntas a realizar con una terminología adecuada para la población objetivo a estudiar (Ver Anexo 1 y 3).
- **Índices a evaluar;** es definir la relación existente entre la pregunta de la encuesta y el índice de satisfacción (Ver Tabla 1) que va a permitir un análisis profundo de los puntos críticos de la empresa respecto al servicio prestado al usuario y los índices son los siguientes:
- **Índice específico relativo al servicio prestado:** Mide la satisfacción de los usuarios en términos generales de los servicios ofrecidos por la organización.

Éste índice se calcula por el promedio de las valoraciones dadas por los usuarios en cada una de las opciones dadas en la encuesta (Ver Tabla 3 y 29).

- **Índice específico relativo a la amabilidad:** Este índice mide la cortesía y respeto con el que un funcionario de la empresa atiende a los usuarios y su cálculo es el promedio de los índices de amabilidad de atención a usuarios, tesorería, personal técnico y del vendedor; cada uno de ellos tiene una ponderación equitativa ya que estos índices tienen igual importancia en todos los elementos evaluados y esta valoración se determino por acuerdo entre los funcionarios de la empresa y la gerente (Ver Tabla 31).
- **Índice específico relativo al recurso humano:** Este índice determina la percepción de los usuarios con respecto a la formación, conocimientos, habilidades y experiencia que poseen los funcionarios en el momento de tener un contacto directo y su cálculo es el promedio de los siguientes factores evaluados en la encuesta y cada uno tiene una determinada ponderación acordada por medio de reuniones con los dueños de los procesos y la gerente, según el impacto e importancia que tienen para la empresa, siendo: calidad de la información suministrada, la corrección del error, prontitud en dar solución al problema, conocimiento de la labor desempeñada, solución a inquietudes, conocimiento del servicio prestado, la claridad en la explicación y la capacidad de asesoría (Ver Tabla 32).
- **Índice específico relativo a la agilidad en la atención:** Evalúa el tiempo que tienen que esperar los usuarios para ser atendidos en las diferentes modalidades. Éste índice se calcula promediando los siguientes factores y cada uno de ellos tiene una determinada ponderación acordada por medio de reuniones con los dueños de los procesos y la gerente, según el impacto e importancia que tienen para la empresa, siendo: tiempo de espera para ser atendido, facilidad de comunicarse, rapidez en contestar el teléfono y el tiempo de transferir la llamada (Ver Tabla 33).
- **Índice específico relativo a la cantidad suficiente de cajeros:** Como su nombre lo indica evalúa la conformidad de los usuarios respecto a la cantidad de cajeros disponibles para el recaudo. Éste índice se calcula por el promedio de las valoraciones dadas por los usuarios en cada una de las opciones de la encuesta (Ver Tabla 8 y 34)
- **Índice específico relativo a la disponibilidad de horarios:** Mide la satisfacción de los usuarios con respecto al horario establecido para la atención al público en general y se calcula por el promedio de las valoraciones dadas por los usuarios en cada una de las opciones de la encuesta (Ver Tabla 10 y 35).

- **Índice específico relativo a la disponibilidad de los funcionarios:** Este índice determina la disponibilidad de los funcionarios para la atender a los requerimientos o necesidades de los usuarios. Éste índice se calcula por el promedio de las valoraciones dadas por los usuarios en cada una de las opciones de la encuesta (Ver Tabla 14 y 36).
- **Índice específico relativo a la presentación personal:** Evalúa la percepción que tiene los usuarios relacionado con la apariencia y porte de los uniformes de los trabajadores y se calcula por el promedio de los factores de presentación personal del vendedor y del personal técnico (Ver Tabla 37).
- **Índice específico relativo a la calidad del servicio técnico prestado:** Este índice es el promedio de otros, los cuales reúnen las características relevantes de calidad para la prestación de un servicio técnico y mide la satisfacción de los usuarios con respecto a este servicio. Los índices promediados son:  
(Ver Tabla 38)
  - ◆ Índice específico relativo la oportunidad en la prestación del servicio
  - ◆ Índice específico relativo la agilidad en la prestación del servicio
  - ◆ Índice específico relativo la calidad en la prestación del servicio
  - ◆ Índice específico relativo al cumplimiento de lo pactado

**Trabajo de campo;** es la aplicación de la herramienta de medición con un personal calificado, realizando una prueba piloto (Ver Anexo 2) la cual permitirá hacer los ajustes necesarios a la encuesta y su posterior realización con la población objetivo.

**Procesar y analizar la información:** consiste en realizar cálculos a unos datos de entrada para obtener unos resultados o índices que permita analizar de forma sencilla esta información y poder tomar decisiones y acciones basados en este informe.

**Retroalimentación;** es comunicar la situación actual de la organización a todo el personal basados en los resultados obtenidos del estudio con el fin de reconocer las fortalezas y debilidades con que se cuenta y poder trabajar en conjunto hacia la mejora de dichas falencias.

**Definición de planes de mejora;** diseñar y plantear propuestas que permitan el mejoramiento de los procesos críticos basados en la información obtenida de la encuesta de satisfacción a los usuarios (Ver Tabla 39).

**Implementación;** es llevar a cabo los planes de mejora propuestos para cada unos de los procesos críticos (Ver Tabla 39).

**Continuidad de la Auditoria;** es la realización periódica de esta metodología, la cual permite llevar un registro actualizado de las necesidades y percepción del cliente, además se tiene un control y seguimiento sobre los procesos críticos y las mejoras llevadas a cabo.

Para Metrogas de Colombia S.A. E.S.P. se desarrollará toda la metodología descrita exceptuando el punto doce, donde le corresponde a la empresa por medio de la dirección aplicar la Auditoria en un período posterior, para apoyar el proceso de mejora continua y fortalecerse en aquellos puntos donde esta fallando actualmente.

## **4. ANÁLISIS AMBIENTAL**

Es importante conocer los elementos que tienen impacto y afectan de forma directa e indirecta el desarrollo de los procesos de servicio al cliente llevados a cabo dentro de la organización, por lo tanto se realizó en primera instancia un análisis interno y externo de Metrogas de Colombia S.A. E.S.P.

### **4.1. DIAGNÓSTICO INTERNO**

#### **4.1.1. Diagnóstico de la situación actual de Metrogas de Colombia S.A. E.S.P**

Metrogas de Colombia S.A E.S.P es la empresa que cubre el servicio de gas natural en el municipio de Floridablanca y Ritoque contando actualmente con 50.451 usuarios facturados, siendo una de las organizaciones que busca ampliar su cobertura y proyectarse a largo plazo en un proceso de mejoramiento continuo, satisfaciendo las necesidades y requerimientos de los clientes.

Características generales de la organización:

- Metrogas de Colombia S.A. E.S.P. ha sido una de las empresas pioneras en la prestación de servicio público de distribución y comercialización de gas natural para Floridablanca constituyéndose en un monopolio natural.
- En el ámbito nacional la empresa esta regulada por la Superintendencia de Servicios Públicos y la Comisión Reguladora de Energía y Gas, entidades que emiten normas y resoluciones que rigen todas las empresas dedicadas a estas actividades.
- Metrogas le compra el gas que la empresa Gases del Oriente S.A E.S.P trae desde los pozos, por tanto, la distribución de la organización depende en gran medida de la forma en que ellos han estandarizado la explotación y transporte del gas.

Pero la empresa a venido presentando unas falencias en el ámbito de la prestación del servicio al cliente, es decir, inconformidades por parte de los usuarios con respecto a la empresa por diversos motivos.

De allí nace la gran preocupación de buscar alternativas de solución a esta problemática por parte de la empresa, viendo la necesidad de tomar acciones al

respecto para brindar un servicio que vaya acorde con su razón social y ganar un reconocimiento y diferenciador en este tema en su entorno.

METROGAS DE COLOMBIA S.A. E.S.P se preocupa por mejorar cada día más la prestación de su servicio ya que tienen claro que sus clientes son su razón de existir pero no cuentan con una metodología que permita la evaluación y control permanente del servicio que se presta.

Uno de los factores que influye en estos resultados es la falta de cultura y concientización de la importancia e influencia que tiene la prestación del servicio para la empresa en los funcionarios, así estos no tengan una relación directa con los usuarios viéndose reflejada sus actitudes en el desempeño de sus labores; aunque éstos contribuyen en la determinación de las posibles causas y soluciones a las dificultades presentadas en los procesos, se presenta una baja motivación dentro del personal.

#### **4.1.2. Direccionamiento estratégico**

##### 4.1.2.1. Misión de la empresa<sup>7</sup>

*La misión de METROGAS DE COLOMBIA S.A. E.S.P. es prestar un excelente servicio público de gas domiciliario, brindando respaldo, seguridad y calidad de vida a todos nuestros usuarios.*

##### 4.1.2.2. Visión de la empresa<sup>8</sup>

*La empresa METROGAS DE COLOMBIA S.A. E.S.P se proyecta para el año 2006, estar distribuyendo a por lo menos 5 estaciones de gas natural vehicular y en el año 2007 lograr, que cada uno de nuestros clientes posea más de un gasodoméstico consumiendo gas natural.*

##### 4.1.2.3. El clima laboral

METROGAS DE COLOMBIA S.A. E.S.P es una empresa que goza de un clima laboral agradable, con funcionarios que se preocupan por el desarrollo de la organización aportando su apoyo en las diferentes áreas.

Las relaciones laborales se fundamentan en el respeto y colaboración mutua entre todos los empleados de esta organización, buscando siempre un bienestar tanto para ellos como para la empresa.

---

<sup>7</sup> Manual de Calidad de Metrogas de Colombia S.A. E.S.P. p. 6

<sup>8</sup> Ibid. p.6

Además la empresa está en una constante búsqueda de la actualización de sus procesos, capacitando a sus trabajadores no tan solo en sus áreas a fines con su desempeño sino para su vida diaria, buscando la protección y conservación saludable de sus vidas.

♦ **Valores de la organización**<sup>9</sup>: Los valores de nuestro personal son la principal herramienta de trabajo, consideramos que sin ellos no lograríamos alcanzar nuestra misión y mucho menos nuestra visión. Son los siguientes:

- Pertenencia (Compromiso con la organización)
- Vocación de Servicio (Estar siempre dispuesto a ayudar)
- Tolerancia (Aceptación del entorno)
- Autoestima (Valoración de si mismo)
- Honestidad
- Responsabilidad Social
- Autocontrol
- Confianza
- Lealtad
- Prudencia

#### 4.1.2.4. Política general de la empresa<sup>10</sup>

La empresa METROGAS DE COLOMBIA S.A. E.S.P. tiene como función la prestación de un excelente servicio público, marcado por un óptimo nivel de calidad en los diferentes procesos que maneja para suministro de gas natural.

El factor humano de la empresa METROGAS DE COLOMBIA S.A. E.S.P. es el fundamento esencial del nivel de calidad que posee la organización, por lo tanto la empresa vela por el desarrollo integral del recurso humano basado en los valores propios de la misma, para así ofrecer la calidad que caracteriza a la empresa.

#### 4.1.3. Estructura organizacional

En el organigrama se muestra la estructura organizacional de la empresa. Las actividades correspondientes a las funciones derivadas con línea punteada son subcontratadas y según sea aplicable, se controlan por el proceso correspondiente. Las actividades de construcción y de obra civil, se subcontratan solo cuando se supere la capacidad interna de METROGAS S.A. E.S.P.

---

<sup>9</sup> Manual de Calidad de Metrogas de Colombia S.A. E.S.P. p. 6

<sup>10</sup> Manual de Calidad de Metrogas de Colombia S.A. E.S.P. p. 7

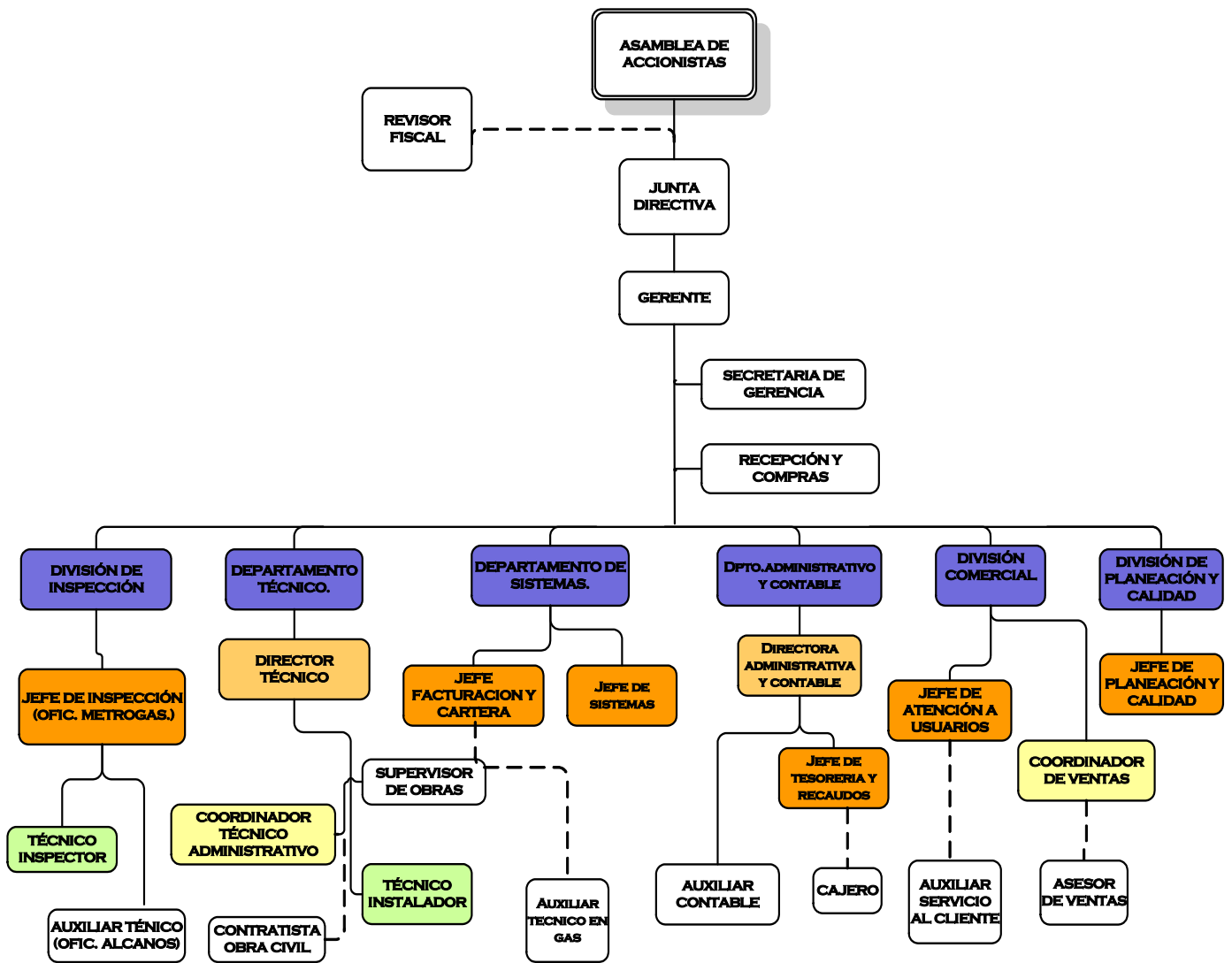
METROGAS DE COLOMBIA S.A. E.S.P. está dividida en el área funcional por dos partes fundamentales que son el área de Técnica y el área Administrativa las cuales dependen de la Gerencia.

El área de Técnica está conformada por la división de inspección, encabezada por el jefe de inspección, y el departamento Técnico por el Director Técnico.

El área Administrativa está compuesta por el departamento de sistemas, el departamento administrativo y contable, la división comercial y la división de planeación y calidad.

Las áreas que involucran contacto directo con los clientes a menor o mayor escala en sus diversas modalidades son todas, con excepción de la directora administrativa y contable, la auxiliar contable y la jefe de planeación y calidad; ya que cada uno desde sus puestos de trabajo llevan a cabo procesos que contribuyen a la atención y prestación de algún tipo de servicio a los usuarios.

Figura 1. Organigrama de Metrogas de Colombia S.A. E.S.P.



#### **4.1.4. Estructura de mercadeo**

##### 4.1.4.1. Factores claves de éxito en las relaciones comerciales

La empresa METROGAS DE COLOMBIA S.A. E.S.P tiene como factor clave de éxito el cubrimiento de todo el municipio de Floridablanca; ya que ofrece un servicio con calidad orientado a la búsqueda del mejoramiento continuo de sus procesos con respecto al usuario.

La prestación del servicio tiene como prioridad la puntualidad, programación y organización de las actividades que conlleven a la satisfacción del cliente.

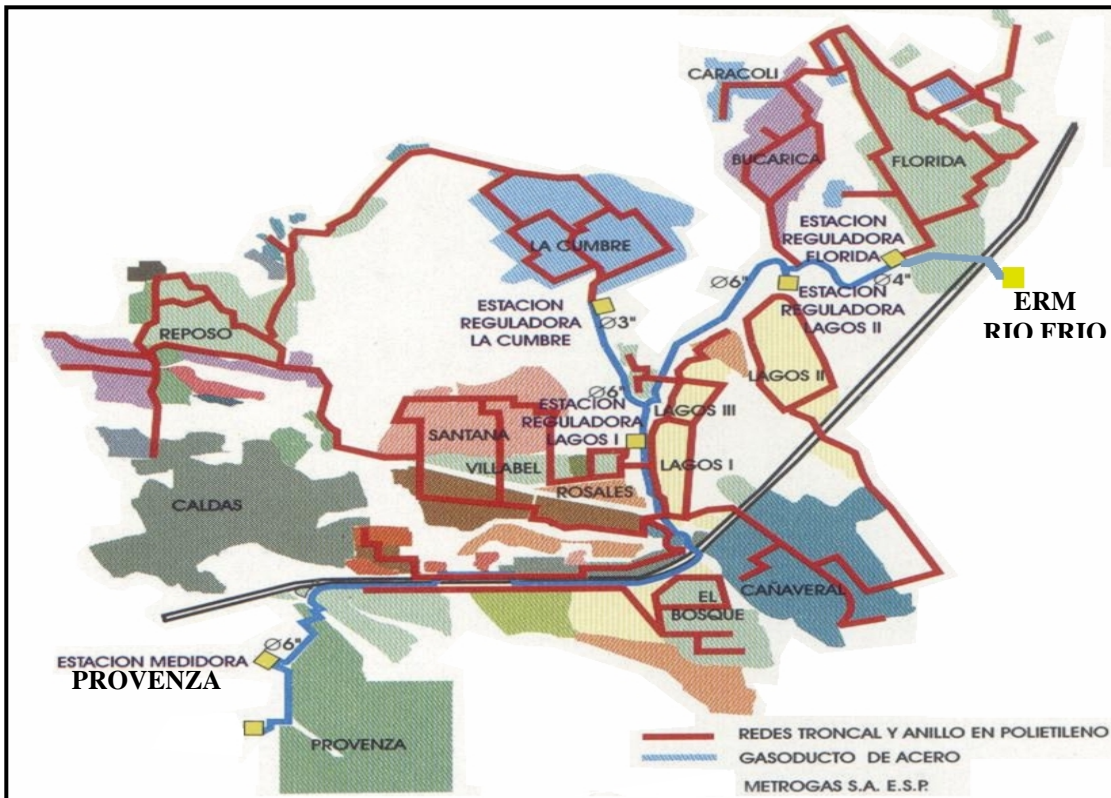
Además la contratación de los empleados en Metrogas de Colombia S.A E.S.P deben contar con las capacidades y formación suficiente para ofrecer una excelente asesoría y que el trato con el usuario sea un contacto de calidad para fortalecer la relación cliente – empresa.

##### 4.1.4.2. La estructura de los canales de comercialización

METROGAS DE COLOMBIA S.A. E.S.P promueve y hace llegar sus servicios a las personas interesadas por medio de la División Comercial, que tiene como objetivo captar clientes mediante la promoción y venta de nuevas instalaciones para suministro de gas brindando así, un mejor nivel de vida a los usuarios de Floridablanca y Ruitoque.

Este procedimiento es responsabilidad del coordinador de ventas y asesores, éstos programan las visitas de acuerdo a las zonas potenciales existentes y si el cliente no se acerca a la empresa, el asesor realiza la visita a los clientes según la programación de visitas.

Figura 2. Mapa del área de distribución del gas natural en Floridablanca y Ritoque



#### 4.1.4.3. La organización de mercadeo, ventas y servicio

En el ámbito del mercadeo Metrogas de Colombia S.A E.S.P lleva a cabo planes estratégicos de promociones de forma eventual durante el año y ésta estrategia va ligada al área a la cual van a incursionar teniendo en cuenta diversos factores tanto externos como internos a la empresa.

Además existe una continua búsqueda de clientes masificados para ofrecerle de manera oportuna el servicio de gas natural; teniendo conocimiento de los nichos de mercado por medio del contacto frecuente con los usuarios o cliente potenciales.

#### 4.1.4.4. Estudio de mercado

En diciembre de 2004 se realizó una investigación de mercados acerca de la satisfacción del cliente pero al nivel de todos los servicios públicos de Bucaramanga y su área Metropolitana, realizada por Mantilla, Santarelli y asociados.

#### **4.1.5. Análisis de los ciclos del servicio**

Analizar el ciclo del servicio, representa uno de los procesos más importantes de este estudio ya que de allí depende determinar cuales son los momentos de verdad en el cual el cliente tiene contacto directo con METROGAS DE COLOMBIA S.A E.S.P y de esta manera se puede identificar los conceptos o factores a evaluar en la auditoria del servicio que es el estudio de la empresa para el mejoramiento de sus procesos del servicio al cliente.

Para la identificación y análisis de los ciclos del servicio dentro de la organización se va a utilizar como herramientas de apoyo las técnicas de análisis de procesos las cuales incluyen los diagramas de flujo, entrevista personal y el análisis de las 5W y 1H. Los procedimientos de atención al cliente se analizaran en las diferentes áreas funcionales de la empresa, que se representan por medio de un diagrama de flujo donde se muestra en forma general las actividades que realiza un usuario para recibir un determinado servicio según sea su necesidad o requerimiento.

Los procedimientos de atención al cliente en sus diferentes modalidades en METROGAS DE COLOMBIA S.A E.S.P son los siguientes:

Procedimiento para realizar una queja o reclamo.

Procedimiento para realizar una venta de acometidas e instalaciones para suministro de gas.

- Procedimiento para recibir y transferir llamadas telefónicas.
- Procedimiento para la generación de servicios por revisión periódica.
- Procedimiento para generar un servicio técnico adicional.
- Procedimiento para la prestación de servicios administrativos.
- Procedimiento para el trámite de respuesta a usuarios.
- Procedimiento de gestión de cartera mora 4.
- Procedimiento de reconexión del servicio.
- Procedimiento de recuperación de cartera incobrable.
- Procedimiento de recaudo de servicio de gas.

##### **4.1.5.1 Flujogramas y análisis de los procedimientos**

Los clientes deben ser el eje principal de toda empresa, en donde el desarrollo de esta vaya acorde con la satisfacción de las necesidades de los usuarios, por lo tanto éstos se convierten en un elemento clave para la definición de la estrategia organizacional, teniendo presente que sus expectativas son progresivas y según la experiencia que se tenga con la empresa se tomará la decisión de volver o buscar otra alternativa donde les cumplan con sus requerimientos o les ofrezcan más de lo que esperan.

Dentro de una organización es importante conocer cuales son los puntos críticos de los procesos en donde se puede tener falencias frente a los usuarios para tener criterios definidos a la hora de tomar decisiones que contribuyan al mejoramiento en estos aspectos, ya que estos momentos de verdad representan la percepción e imagen que va a tener la empresa frente a los clientes.

Una de las formas para poder determinar los contactos directos que tiene un funcionario de la empresa con los usuarios ya sea por medio telefónico, personal o por carta; es definiendo los diferentes procesos por medio del diagrama de flujo donde permite observar de forma general el procedimiento llevado a cabo para cada uno de los servicios prestados por la organización.

Todos los procedimientos se examinaron en forma detallada con cada dueño del proceso donde se identificaron los momentos de verdad o puntos de contacto del cliente con Metrogas de Colombia S.A. E.S.P. y están identificados en los flujogramas con el color gris, para analizar los aspectos determinantes y prioritarios en prestación del servicio al cliente.

Toda la información se recopiló por medio de la técnica de entrevista personal con los funcionarios de Metrogas responsables de los procesos, en donde se determinaron los aspectos relevantes a tener en cuenta en los siguientes puntos analizados y se describe de forma breve el procedimiento de cada uno de los ciclos:

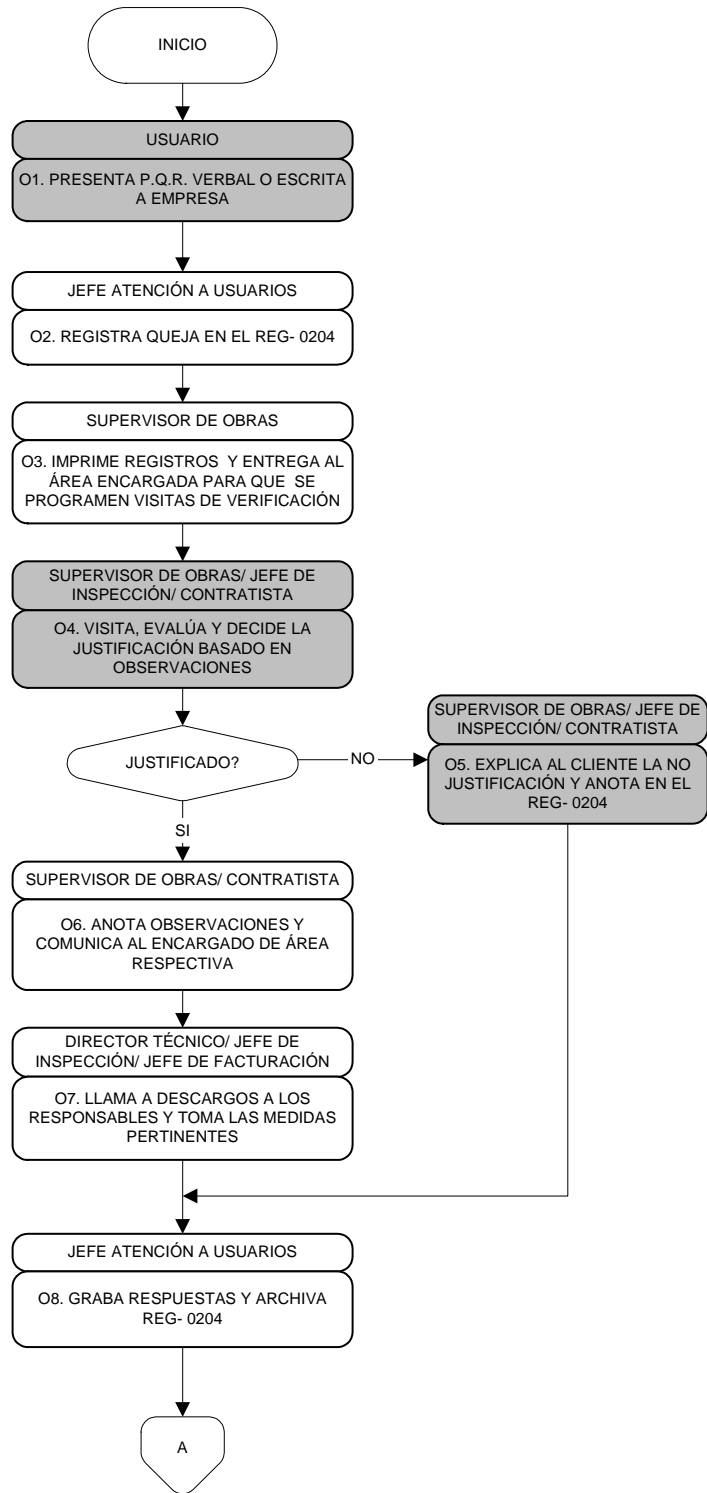
- Características de calidad en cada uno de los momentos de verdad.
- Análisis de los 5 WH.
- Conceptos por evaluar del ciclo del servicio.

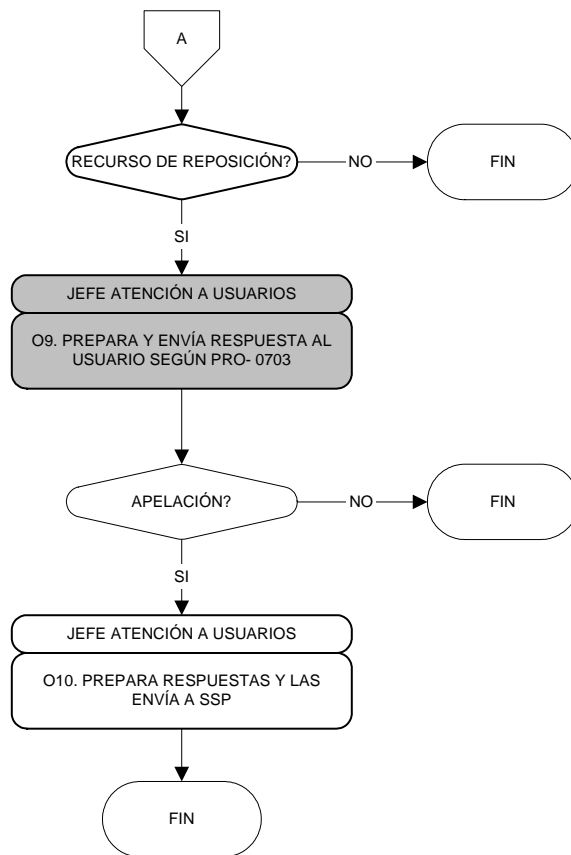
#### 4.1.5.1.1. Procedimiento de realizar una queja o reclamo en Metrogas de Colombia S.A. E.S.P

El objetivo del programa consiste en definir un procedimiento adecuado de registro de quejas y reclamos y control de información que permita cumplir con los requerimientos especificados por las políticas y el sistema de gestión de calidad. Este procedimiento debe ser aplicado por el personal encargado de atender a los usuarios bajo la responsabilidad del Jefe de Calidad de la empresa en conjunto con el Supervisor de Obras y el Director Técnico, además busca obtener un proceso optimizado para el manejo eficiente de las relaciones directas de la empresa con sus usuarios que le permita elevar sus niveles de calidad tanto al interior como al exterior de la empresa.

- **Flujograma**

**Figura 3. Procedimiento de realizar una queja o reclamo en Metrogas de Colombia S.A.**





### Características de calidad en cada uno de los momentos de verdad

- *El cliente presenta la queja o el reclamo.* Es el medio por el cual el cliente presenta en la oficina de atención al usuario de la empresa la inconformidad con el servicio prestado y éste es atendido por el jefe de atención a usuarios.
- *El supervisor de obras visita, evalúa y decide basado en observaciones.* Se realiza este procedimiento para analizar la información dada por el usuario y evaluar la situación presentada basado en aspectos técnicos.
- *El supervisor de obras explica al cliente y anota en REG. 0204.* Se realiza con el fin de determinar si la queja o reclamo es justificada o no, además se le da una explicación con claridad al cliente dejando constancia en el registro y se da por terminado el servicio prestado.
- *El jefe de atención a usuarios prepara y envía respuesta con el director técnico.* Esta operación se realiza si el usuario presenta derecho de petición por lo tanto el Jefe de Atención a Usuarios da respuesta por escrito.

## **Análisis de los 5 wh para cada punto de contacto**

### *1. El cliente presenta la queja o el reclamo.*

Quién: El jefe de atención a usuarios.

Cómo: Por escrito, personalmente o telefónicamente.

Cuándo: El usuario decide hacer la PQR (Petición, queja o reclamo) .

Dónde: En la oficina del jefe de atención a usuarios.

Para qué: Para atender y dar solución a la inconformidad que tiene el cliente con el servicio prestado por la empresa.

### *2. El supervisor de obras visita, evalúa y decide basado en observaciones.*

Quién: El supervisor de obras.

Cómo: Personalmente.

Cuándo: Durante la visita al domicilio del usuario.

Dónde: En el domicilio del cliente.

Para qué: Para determinar si la queja o reclamo es justificado o no, según su evaluación.

### *3. El supervisor de obras explica al cliente y anota en REG 0204.*

Quién: El supervisor de obras.

Cómo: Personalmente.

Cuándo: Durante la visita al domicilio del usuario.

Dónde: En el domicilio del cliente.

Para qué: Para que el usuario tenga claridad las causas del porque la PQR no es justificada y dejando constancia de la situación.

### *4. El jefe de atención a usuarios prepara y envía respuesta con el director técnico.*

Quién: El jefe de atención a usuarios.

Cómo: Por escrito.

Cuándo: El usuario presenta derecho de petición.

Dónde: En la oficina del jefe de atención a usuarios.

Para qué: Para dar respuesta a la petición realizada por el usuario.

## **• Conceptos por evaluar del ciclo del servicio**

### *• El cliente presenta la queja o el reclamo.*

- ✓ Amabilidad en la atención prestada
- ✓ Solución a inquietudes presentadas por el usuario
- ✓ Calidad de la información suministrada por parte del funcionario
- ✓ Presentación personal
- ✓ Tiempo de espera para ser atendido

### *• El supervisor de obras visita, evalúa y decide basado en observaciones.*

- ✓ El tiempo de respuesta fue rápido
- ✓ Presentación personal
- ✓ Conocimiento del trabajo a realizar

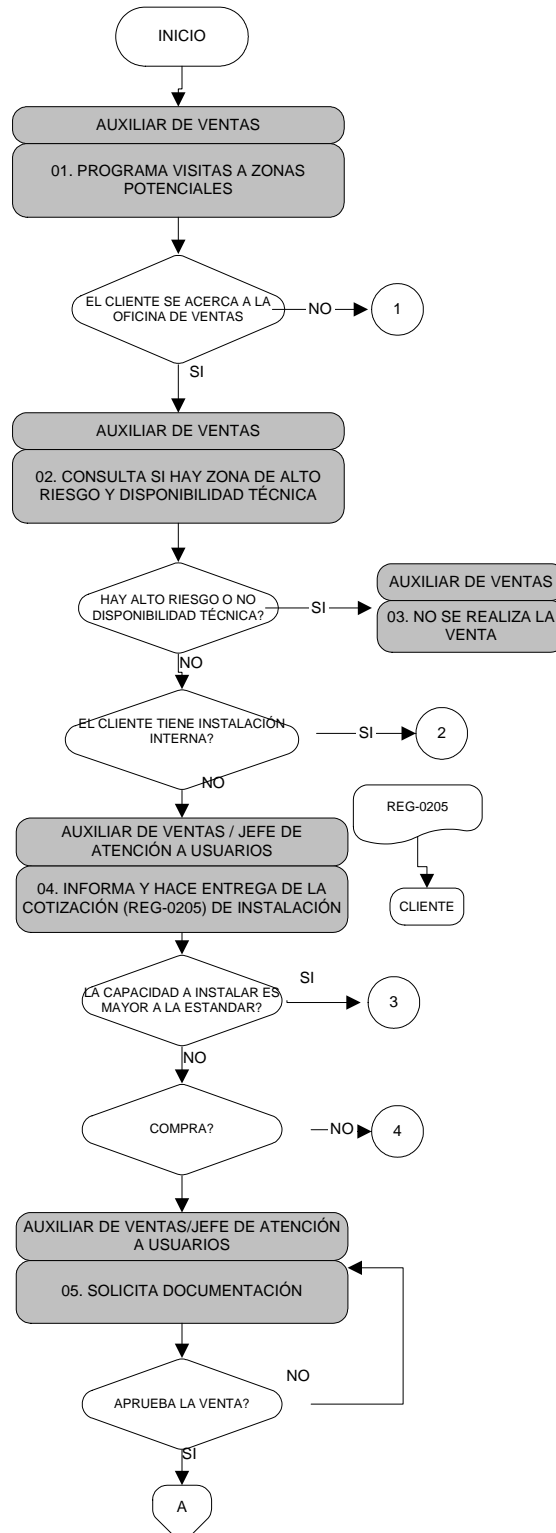
- ✓ Oportunidad en la prestación del servicio
- *El supervisor de obras explica al cliente y anota en REG 0204.*
- ✓ Claridad en la explicación de la situación
- ✓ Amabilidad el supervisor de obras mientras atiende al usuario
- *El jefe de atención a usuarios prepara y envía respuesta con el director técnico.*
- ✓ Tiempo de respuesta

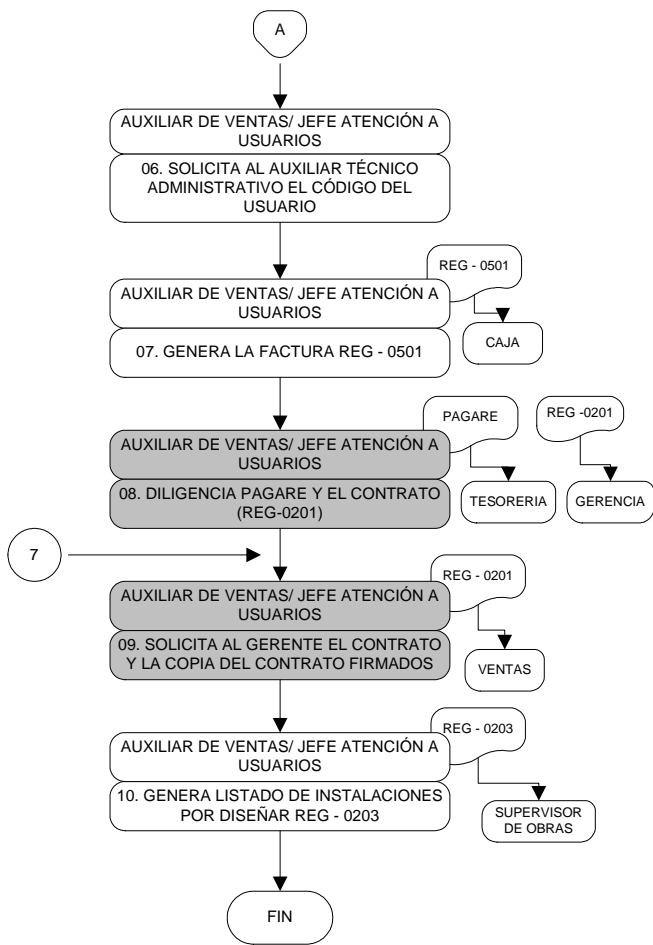
#### 4.1.5.1.2. Procedimiento de venta de acometidas e instalaciones para suministro de gas

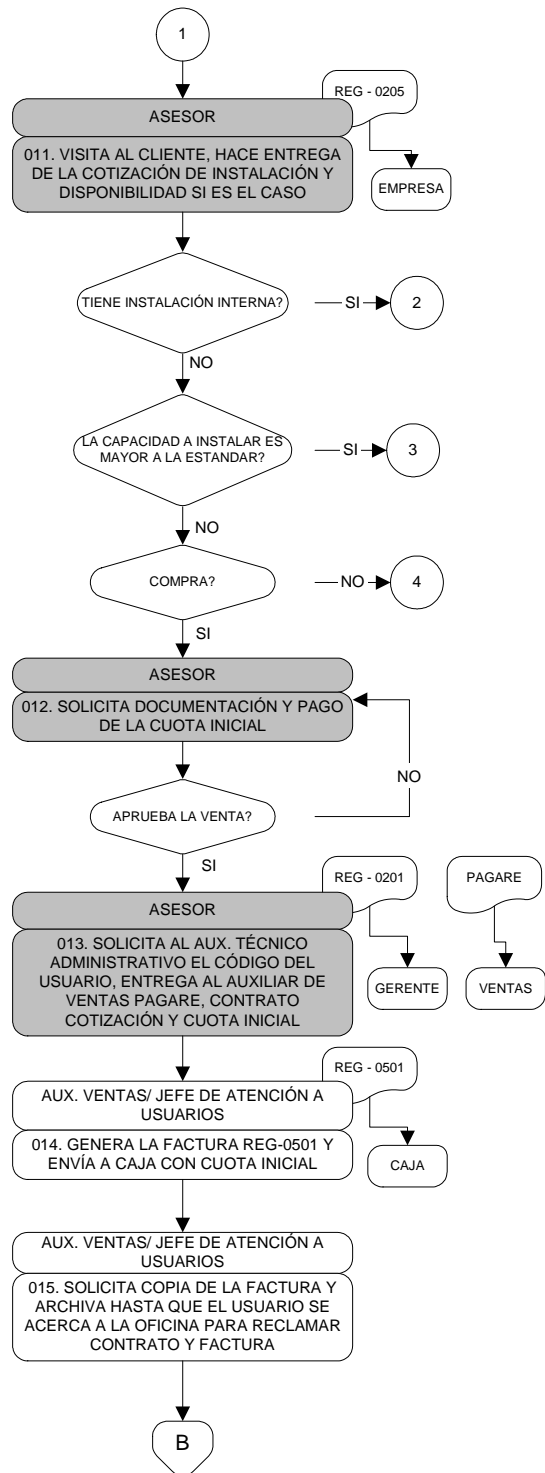
Se busca captar clientes mediante la promoción y venta de nuevas instalaciones para suministro de gas brindando así, un mejor nivel de vida a los usuarios. Este procedimiento es responsabilidad de la Coordinadora de Ventas, Auxiliar de Servicio al Cliente, asesores, deberá ser aplicado cada vez que se genere una venta para obtener una mayor cobertura de usuarios.

- Flujograma

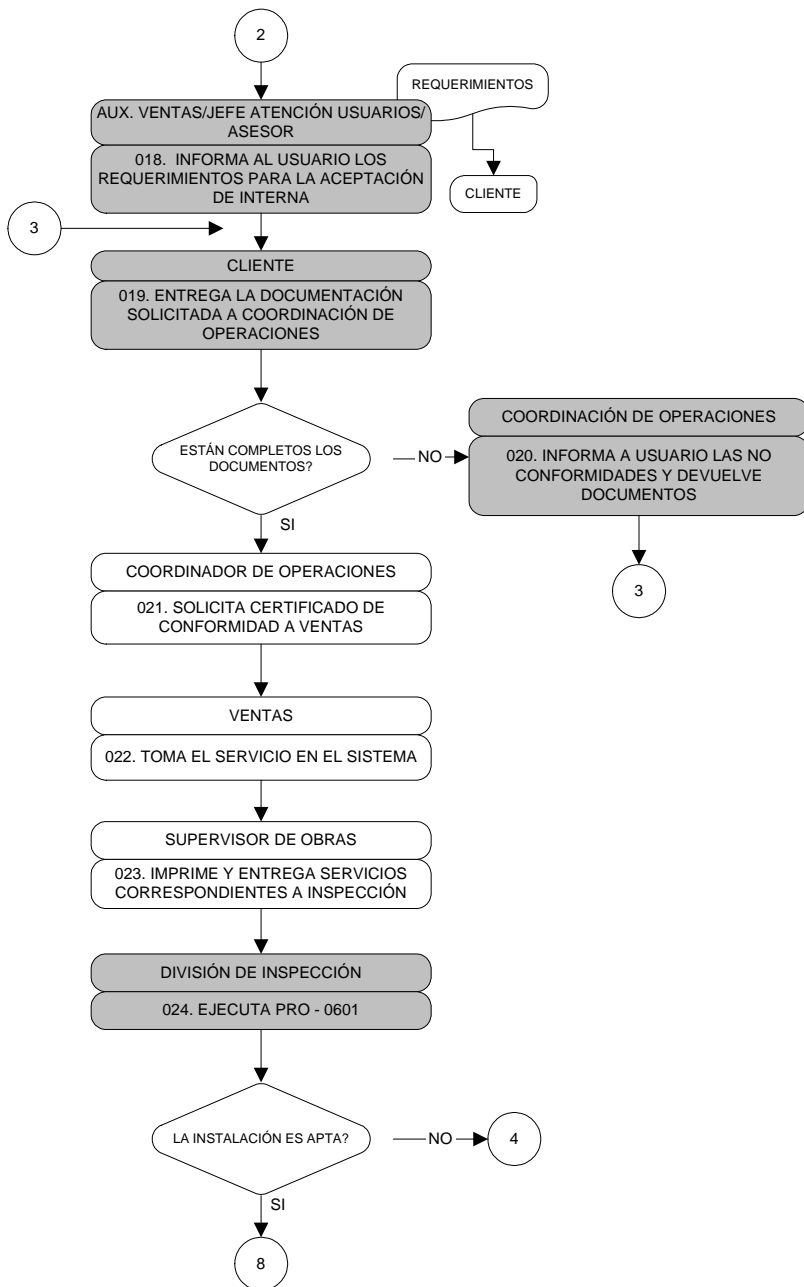
Figura 4. Procedimiento de venta de acometidas e instalaciones para suministro de gas

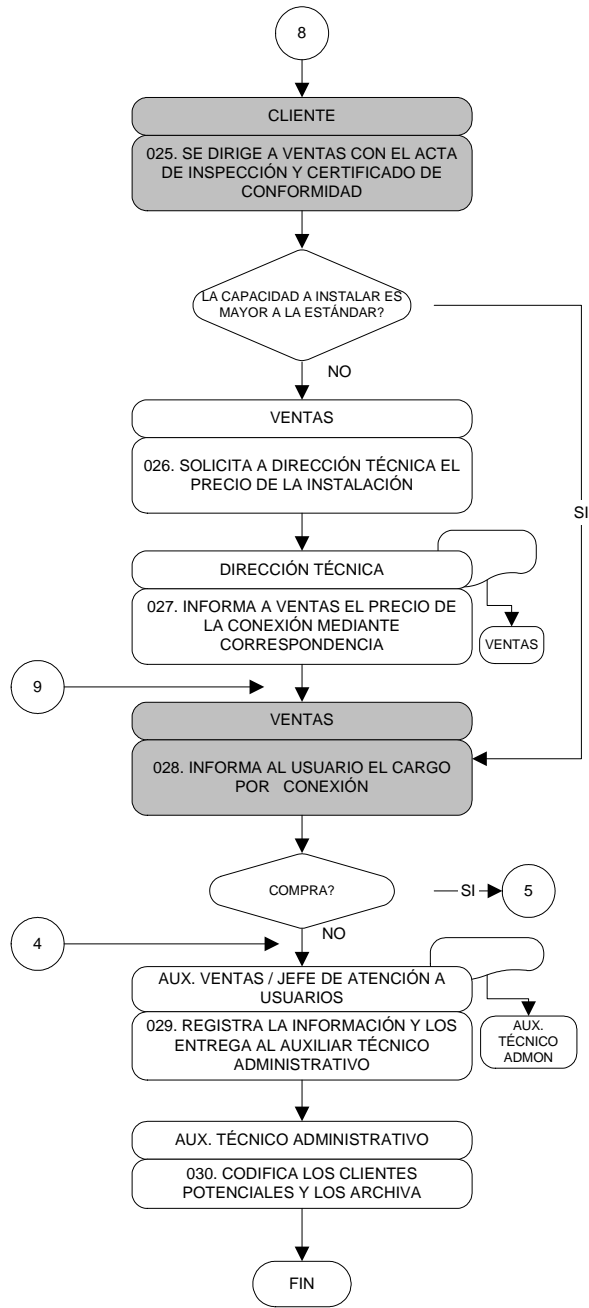


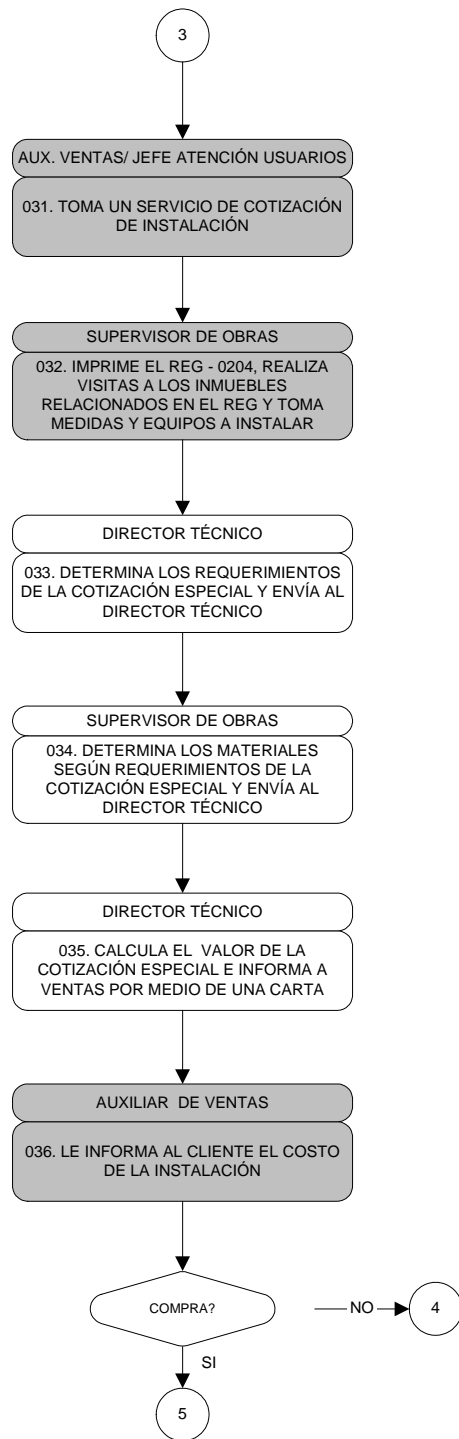












## Características de calidad en cada uno de los momentos de verdad

- *El auxiliar de ventas programa visitas a zonas potenciales.* Esta operación se realiza con el fin atraer más usuarios que requieren de la prestación del servicio de gas natural y ampliar cobertura.
- *Auxiliar de ventas consulta si hay zonas de alto riesgo y disponibilidad técnica.* Se realiza esta operación para determinar si se le puede realizar la venta al usuario por el peligro que puede existir al hacer esta instalación.
- *Auxiliar de ventas no realiza la venta.* El auxiliar de ventas informa y explica al cliente la imposibilidad de prestar el servicio y no realiza la venta
- *Auxiliar de ventas/Jefe de atención a usuarios, informa y hace entrega de la cotización de instalación.* Si el cliente no posee la instalación interna se informa sobre el servicio y se diligencia y hace entrega de la copia de la cotización de la instalación al cliente pero si éste la posee se realiza otro procedimiento
- *Auxiliar de ventas/Jefe de atención a usuarios, solicita documentación.* Se procede a solicitar los documentos al usuario cuando se confirma con el cliente que la capacidad a instalar no es mayor a la estándar y se verifica si el cliente desea comprar el servicio de instalación, se aprueba la venta si los documentos están completos.
- *Auxiliar de ventas/Jefe de atención a usuarios, diligencia pagare y el contrato (REG 0201).* Es el procedimiento legal que se ejecuta al realizar una venta, donde se diligencia el pagare y el contrato y la original del pagare es archivado en tesorería y la copia es entregada al usuario.
- *Asesor visita al cliente, hace entrega de la cotización de instalación y disponibilidad si es el caso.* Esta operación se realiza cuando el cliente no se acerca a la oficina de ventas, por lo tanto el asesor realiza las visitas según su programación, ofrece el servicio y explica todo lo referente a la venta e instalación para que el usuario cuente con la información necesaria y tome una decisión; diligenciando y haciendo entrega de la copia de la cotización de instalación del cliente y de ser necesario solicita información sobre disponibilidad.
- *Asesor solicita documentación y pago de la cuota inicial.* Se solicita la documentación requerida por la empresa, cuando el cliente no tiene instalación interna, su capacidad no es mayor a la estándar y desea comprar la instalación de gas.

- *Asesor solicita al auxiliar técnico administrativo el código del usuario, entrega al auxiliar de ventas el pagare, contrato de cotización y cuota inicial.* Esta operación se realiza para determinar si los documentos están completos, se aprueba la venta y el asesor diligencia el pagare (si va financiar el pago) y el contrato, donde el pagare junto con la cuota inicial es entregado en ventas y la copia del pagare es entregada al usuario, el contrato es enviado a gerencia en donde se le da el visto bueno.
- *Auxiliar de ventas/Jefe de atención a usuarios, cuando el usuario esta en la oficina se le entrega copia de la factura y la copia del contrato.* Se realiza por que el usuario debe tener la copia tanto de la factura como del contrato.
- *Auxiliar de ventas/Jefe de atención a usuarios/Asesor, informa al usuario los requerimientos para la aceptación de interna.* Se ejecuta cuando el usuario cuenta con la instalación interna y se le explica con claridad el porque debe cumplir con estos requisitos, haciéndole entrega al cliente del registro de requerimientos de interna la cual debe traer la información contenida en el registro.
- *El cliente entrega la documentación solicitada a coordinación de operaciones.* Esta operación se ejecuta para llevar acabo la aceptación de la interna realizada por terceros, donde el usuario entrega a coordinación de operaciones los documentos solicitados.
- *El coordinador de operaciones informa al usuario las no conformidades y devuelve los documentos.* Se ejecuta para determinar si la instalación interna que posee el usuario cumple con las condiciones estipuladas por la empresa, comprobándolo con la documentación solicitada al usuario.
- *División de inspección.* Este procedimiento se realiza con el fin de determinar si la instalación interna del usuario es apta, inspeccionando las instalaciones construidas por terceros.
- *El cliente se dirige a ventas con el acta de inspección y certificado de conformidad.* El cliente realiza esta operación cuando la instalación es apta según la división de inspección.
- *Ventas informa al cliente el cargo por conexión.* Este proceso se realiza si la capacidad a instalar no es mayor a la estándar y allí el usuario decide si realiza la compra o no.
- *Auxiliar de ventas/Jefe de atención a usuarios, toma un servicio de cotización de instalación.* Esta operación se realiza cuando la capacidad a instalar es mayor a la estándar, según parámetros de Metrogas de Colombia S.A. E.S.P.

- *Supervisor de obras imprime el REG 0204, realiza visitas a los inmuebles relacionados con el registro y toma medidas y equipo a instalar. Este procedimiento se realiza para la recolección de información acerca del inmueble y determinar los requerimientos de la cotización especial y la determinación de los materiales según la cotización.*
- *Auxiliar de ventas le informa al cliente el costo de la instalación. Se ejecuta para que el usuario tome la decisión de comprar o no la instalación con la información suministrada por parte de la empresa.*

- **Análisis de los 5 wh para cada punto de contacto**

1. *El auxiliar de ventas programa visitas a zonas potenciales.*

Quién: El asesor de ventas.

Cómo: Personalmente.

Cuándo: El asesor de ventas realiza las visitas a los domicilios de los clientes programados.

Dónde: En los domicilios de los clientes potenciales.

Para qué: Para dar a conocer el servicio y ampliar el número de usuarios.

2. *Auxiliar de ventas consulta si hay zonas de alto riesgo y disponibilidad técnica.*

Quién: El auxiliar de ventas.

Cómo: Personalmente.

Cuándo: El cliente potencial se acerca a la oficina de ventas.

Dónde: En la oficina de ventas.

Para qué: Para la adquisición de la venta de acometida o instalación para suministro de gas.

3. *Auxiliar de ventas no realiza la venta.*

Quién: El auxiliar de ventas.

Cómo: Personalmente.

Cuándo: El cliente potencial se encuentra en la oficina de ventas.

Dónde: En la oficina de ventas.

Para qué: Para explicarle al usuario potencial las razones de la imposibilidad de prestar el servicio en su domicilio.

4. *Auxiliar de ventas/Jefe de atención a usuarios, informa y hace entrega de la cotización de instalación.*

Quién: El auxiliar de ventas o el Jefe de atención a usuarios.

Cómo: Personalmente.

Cuándo: El cliente potencial se encuentra en la oficina de ventas y su domicilio no se encuentra en una zona de alto riesgo y tiene disponibilidad técnica, además el cliente no tiene la instalación interna.

Dónde: En la oficina de ventas.

Para qué: Para informarle sobre el servicio y hacerle entrega de la copia de la cotización de la instalación interna.

5. Auxiliar de ventas/Jefe de atención a usuarios, solicita documentación.

Quién: El auxiliar de ventas o el Jefe de atención a usuarios.

Cómo: Personalmente.

Cuándo: El cliente potencial está en la oficina de ventas y se ha determinado la capacidad a instalar en su domicilio no es mayor a la estándar y éste desea comprar.

Dónde: En la oficina de ventas.

Para qué: Para la realización de la compra solicitando la documentación necesaria para la empresa.

6. *Auxiliar de ventas/Jefe de atención a usuarios, diligencia pagare y el contrato (REG 0201).*

Quién: El auxiliar de ventas o el Jefe de atención a usuarios.

Cómo: Personalmente.

Cuándo: El cliente potencial se encuentra en al oficina de ventas y se ha generado la factura de venta.

Dónde: En la oficina de ventas.

Para qué: Para hacerle entrega al usuario de la copia del pagaré y del contrato.

7. *Asesor visita al cliente, hace entrega de la cotización de instalación y disponibilidad si es el caso.*

Quién: El asesor.

Cómo: Personalmente.

Cuándo: El cliente potencial no se acerca a la oficina de ventas , el asesor realiza la visita a los clientes según la programación de visitas.

Dónde: En los domicilios de los usuarios o clientes potenciales.

Para qué: Para ofrecerle el servicio y explicarle al usuario las condiciones y beneficio del servicio ofrecido; además diligencia y hace entrega de la copia de instalación al cliente.

8. *Asesor solicita documentación y pago de la cuota inicial.*

Quién: El asesor.

Cómo: Personalmente.

Cuándo: El cliente potencial no posee la instalación interna, su capacidad a instalar no es mayor a la estándar y desea realizar la compra.

Dónde: En el domicilio del usuario.

Para qué: Para proceder a realizar la compra.

9. *Asesor solicita al auxiliar técnico administrativo el código del usuario, entrega al auxiliar de ventas el pagare, contrato de cotización y cuota inicial.*

Quién: El asesor.

Cómo: Personalmente.

Cuándo: Se aprueba la venta por el cumplimiento del pago de la cuota inicial y la documentación solicitada.  
Dónde: En el domicilio del usuario.  
Para qué: Para hacerle entrega de la copia del pagaré y del contrato.

*10. Auxiliar de ventas/Jefe de atención a usuarios, cuando el usuario esta en la oficina se le entrega copia de la factura y la copia del contrato.*

Quién: El auxiliar de ventas o Jefe de atención a usuarios.  
Cómo: Personalmente.  
Cuándo: El cliente potencial se acerca a las oficinas de Metrogas de Colombia S.A E.S.P.  
Dónde: En la oficina de ventas.  
Para qué: Para hacerle entrega al usuario de la copia del contrato y de la factura.

*11. Auxiliar de ventas/Jefe de atención a usuarios/Asesor, informa al usuario los requerimientos para la aceptación de interna.*

Quién: El auxiliar de ventas o Jefe de atención a usuarios.  
Cómo: Personalmente.  
Cuándo: El cliente potencial posee la instalación interna.  
Dónde: En el domicilio del usuario o en la oficina de ventas en metrogas de Colombia S.A. E.S.P según sea el caso.  
Para qué: Para hacerle entrega al usuario el registro de requerimientos de interna e informarle que debe traer la información contenida en el registro.

*12. El cliente entrega la documentación solicitada a coordinación de operaciones.*

Quién: La coordinadora de operaciones.  
Cómo: Personalmente.  
Cuándo: El cliente potencial se acerca a la oficina de la coordinadora de operaciones.  
Dónde: En la oficina de la coordinadora de operaciones de Metrogas de Colombia S.A E.S.P .  
Para qué: Para hacer entrega de los documentos solicitados por parte de la empresa y ser revisarlos por la coordinadora de operaciones para su posterior aprobación o devolución.

*13. El coordinador de operaciones informa al usuario las no conformidades y devuelve los documentos*

Quién: La coordinadora de operaciones.  
Cómo: Personalmente.  
Cuándo: El cliente potencial no lleva los documentos completos solicitados por la empresa.

Dónde: En la oficina de la coordinadora de operaciones de Metrogas de Colombia S.A E.S.P .  
Para qué: Para explicarle al cliente potencial que los documentos no están completos e informarle de las no conformidades y se les devuelven los documentos al usuario.

*14. División de inspección.*

Quién: El técnico inspector.  
Cómo: Personalmente.  
Cuándo: La documentación solicitada por la empresa está completa y cumple con los requisitos exigidos y el técnico inspector visita el domicilio.  
Dónde: En el domicilio del usuario.  
Para qué: Para realizar el procedimiento de inspección de las instalaciones contruidas por terceros.

*15. El cliente se dirige a ventas con el acta de inspección y certificado de conformidad.*

Quién: El auxiliar de ventas o jefe de atención a usuarios.  
Cómo: Personalmente.  
Cuándo: El técnico inspector determina que la instalación es apta.  
Dónde: En la oficina de ventas.  
Para qué: Para recibir por parte del cliente el acta de inspección y el certificado de conformidad.

*16. Ventas informa al cliente el cargo por conexión.*

Quién: El auxiliar de ventas o jefe de atención a usuarios.  
Cómo: Personalmente.  
Cuándo: El cliente se encuentra en la oficina de ventas y la capacidad a instalar en su domicilio puede ser la estándar o mayor a ésta.  
Dónde: En la oficina de ventas.  
Para qué: Para informarle al cliente el cargo por conexión según sea el caso.

*17. Auxiliar de ventas/Jefe de atención a usuarios, toma un servicio de cotización de instalación.*

Quién: El auxiliar de ventas o jefe de atención a usuarios.  
Cómo: Personalmente.  
Cuándo: La capacidad a instalar en el domicilio es mayor a la estándar.  
Dónde: En la oficina de ventas.  
Para qué: Para informarle al cliente el cargo por conexión según sea el caso.

*18. Supervisor de obras imprime el REG 0204, realiza visitas a los inmuebles relacionados con el registro y toma medidas y equipo a instalar.*

Quién: El supervisor de obras.  
Cómo: Personalmente.  
Cuándo: El supervisor de obras visita el inmueble del usuario.

Dónde: En el domicilio del usuario.  
Para qué: Para tomar información de medidas y equipos a instalar en el domicilio del usuario.

*19. Auxiliar de ventas le informa al cliente el costo de la instalación.*

Quién: El auxiliar de ventas.  
Cómo: Personalmente.  
Cuándo: El cliente se encuentra en la oficina de ventas.  
Dónde: En la oficina de ventas.  
Para qué: Para informarle al cliente el costo de la conexión de la instalación según el valor calculado por el director Técnico.

**Conceptos por evaluar del ciclo del servicio**

- *El auxiliar de ventas programa visitas a zonas potenciales.*
  - ✓ Presentación personal
  - ✓ Conocimiento del servicio ofrecido
  - ✓ Solución de inquietudes
  - ✓ Capacidad de asesoría
  
- *Auxiliar de ventas consulta si hay zonas de alto riesgo y disponibilidad técnica.*
  - ✓ Amabilidad en la atención
  - ✓ Conocimiento del servicio
  - ✓ Calidad de la asesoría
  
- *Auxiliar de ventas no realiza la venta.*
  - ✓ Claridad en la explicación
  - ✓ Solución de inquietudes
  
- *Auxiliar de ventas/Jefe de atención a usuarios, informa y hace entrega de la cotización de instalación.*
  - ✓ Claridad en la explicación
  - ✓ Amabilidad del funcionario
  
- *Auxiliar de ventas/Jefe de atención a usuarios, solicita documentación.*
  - ✓ Amabilidad del funcionario
  - ✓ Conocimiento de la labor realizada
  
- *Auxiliar de ventas/Jefe de atención a usuarios, diligencia pagare y el contrato (REG 0201).*
  - ✓ Amabilidad del funcionario

- *Asesor visita al cliente, hace entrega de la cotización de instalación y disponibilidad si es el caso.*
- ✓ Presentación personal
- ✓ Conocimiento del servicio ofrecido
- ✓ Solución a inquietudes
  
- *Asesor solicita documentación y pago de la cuota inicial.*
- ✓ Claridad en la información
  
- *Asesor solicita al auxiliar técnico administrativo el código del usuario, entrega al auxiliar de ventas el pagare, contrato de cotización y cuota inicial.*
- ✓ Conocimiento de la labor realizada
- ✓ Amabilidad del funcionario en la atención
  
- *Auxiliar de ventas/Jefe de atención a usuarios, cuando el usuario esta en la oficina se le entrega copia de la factura y la copia del contrato.*
- ✓ Conocimiento de la labor realizada
- ✓ Rapidez en el servicio
- ✓ Amabilidad del funcionario en la atención
  
- *Auxiliar de ventas/Jefe de atención a usuarios/Asesor, informa al usuario los requerimientos para la aceptación de interna.*
- ✓ Conocimiento de la labor ejecutada
- ✓ Claridad en la explicación
- ✓ Solución a inquietudes
  
- *El cliente entrega la documentación solicitada a coordinación de operaciones.*
- ✓ Ambiente físico (instalaciones)
  
- *El coordinador de operaciones informa al usuario las no conformidades y devuelve los documentos*
- ✓ Claridad en la explicación
- ✓ Solución a inquietudes
- ✓ Amabilidad del funcionario
  
- *División de inspección.*
- ✓ Presentación personal
- ✓ Amabilidad del trabajador
- ✓ Conocimiento de la labor realizada
  
- *El cliente se dirige a ventas con el acta de inspección y certificado de conformidad.*
- ✓ Amabilidad del funcionario
- ✓ Conocimiento de la labor realizada

- *Ventas informa al cliente el cargo por conexión.*
- ✓ Amabilidad del funcionario
  
- *Auxiliar de ventas/Jefe de atención a usuarios, toma un servicio de cotización de instalación.*
- ✓ Conocimiento de la labor ejecutada
- ✓ Claridad en la explicación
  
- *Supervisor de Obras imprime el REG 0204, realiza visitas a los inmuebles relacionados con el registro y toma medidas y equipo a instalar.*
- ✓ Presentación personal
- ✓ Conocimiento de la labor realizada
- ✓ Amabilidad del trabajador
  
- *Auxiliar de ventas le informa al cliente el costo de la instalación.*
- ✓ Claridad en la información suministrada
- ✓ Amabilidad del funcionario

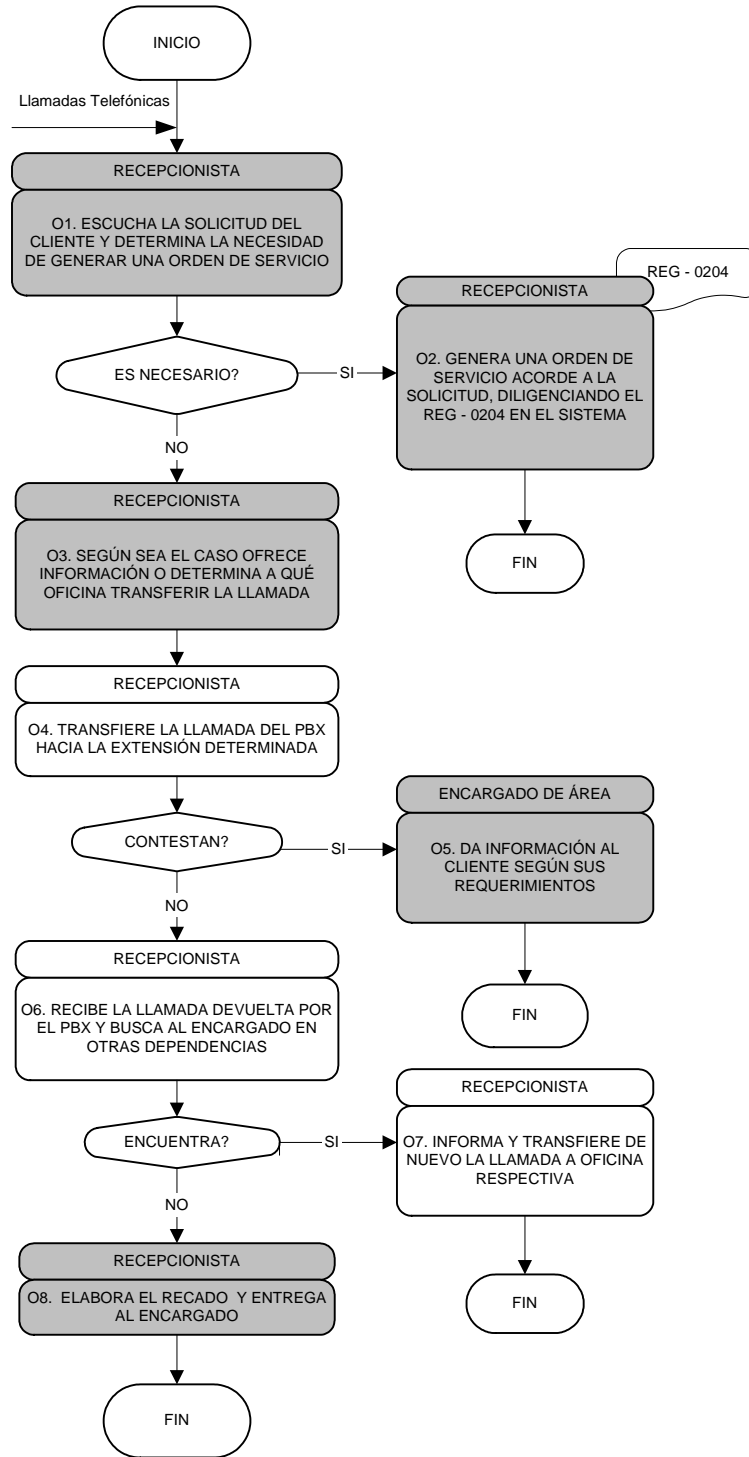
#### **4.1.5.1.3. Procedimiento para recibir y transferir llamadas telefónicas**

Es el procedimiento para la transferencia de llamadas a las distintas extensiones en METROGAS DE COLOMBIA S.A. E.S.P. de manera que se pueda establecer un proceso estandarizado.

El procedimiento definido será realizado cada vez que un usuario contacte por medio de una llamada telefónica a la empresa, está bajo la responsabilidad de la Recepcionista y busca mantener premisas de servicio en la atención prestada a las llamadas telefónicas de los usuarios en aspectos como rapidez, confiabilidad de atención y satisfacción de las expectativas.

- **Flujograma**

**Figura 5. Procedimiento para recibir y transferir llamadas telefónicas**



## **Características de calidad en cada uno de los momentos de verdad**

- *Recepcionista escucha la solicitud del cliente y determina la necesidad de generar una orden de servicio. Se realiza para atender la solicitud del cliente,*
- *determiando si es necesario generar una orden de servicio para suplir sus necesidades.*
- *Recepcionista genera una orden de servicio acorde a la solicitud, diligenciando el REG 0204 en el sistema. Se ejecuta para determinar si es necesario generar una orden de servicio, hace la toma y el reporte de servicios en el cual se ingresan los datos personales del usuario, la clase del servicio solicitado y la fecha del pedido.*
- *Recepcionista según sea el caso ofrece información o determina a que oficina transferir la llamada. Se ejecuta cuando la recepcionista determina que no es necesarios generar la orden, ésta brinda información a su alcance atendiendo la solicitud del cliente o transfiere la llamada a un funcionario que le pueda resolver sus inquietudes.*
- *Encargado de área da información al cliente según sus requerimientos. Se ejecuta para determinar que información requiere el cliente, se le brinda y finaliza el proceso.*
- *Recepcionista elabora el recado y entrega al encargado . Se realiza cuando no se le puede dar la información de forma inmediata al cliente debido a la ausencia del personal solicitado, escribiendo un recado de forma informal y entrega al encargado respectivo.*

### **• Análisis de los 5 wh para cada punto de contacto**

- *Recepcionista escucha la solicitud del cliente y determina la necesidad de generar una orden de servicio.*

Quién: La recepcionista.

Cómo: Telefónicamente.

Cuándo: En el momento en que el cliente realiza la llamada a la empresa.

Dónde: En la recepción de la empresa.

Para qué: Para atender la solicitud del cliente y determinar si es necesario generar una orden de servicio para suplir sus necesidades.

- *Recepcionista genera una orden de servicio acorde a la solicitud, diligenciando el REG 0204 en el sistema.*

Quién: La recepcionista.

Cómo: Telefónicamente.  
Cuándo: El cliente necesita una orden de servicio por la solicitud realizada.  
Dónde: En la recepción de la empresa.  
Para qué: Para atender la solicitud del cliente generándole una orden de servicio acorde a la solicitud.

- *Recepcionista según sea el caso ofrece información o determina a que oficina transferir la llamada.*

Quién: La recepcionista.  
Cómo: Telefónicamente.  
Cuándo: En el momento en que el cliente realiza la llamada a la empresa.  
Dónde: En la recepción de la empresa.  
Para qué: Para ofrecerle información a su alcance o transferirle la llamada a la dependencia que le brinda la información solicitada.

- *Encargado de área da información al cliente según sus requerimientos.*

Quién: Encargado de área.  
Cómo: Telefónicamente.  
Cuándo: Le transfiere la llamada del cliente a su oficina y éste contesta.  
Dónde: En la oficina del encargado de recibir la llamada.  
Para qué: Para brindarle la información solicitada por el cliente y finaliza el proceso.

- *Recepcionista elabora el recado y entrega al encargado .*

Quién: La recepcionista.  
Cómo: Telefónicamente.  
Cuándo: La persona solicitada por el cliente no se encuentra ni en su oficina ni en otras dependencias.  
Dónde: En la recepción de la empresa.  
Para qué: Para elaborar el recado que deja el cliente al encargado solicitado.

- **Conceptos por evaluar del ciclo del servicio**

- *Recepcionista escucha la solicitud del cliente y determina la necesidad de generar una orden de servicio.*

- ✓ Facilidad de comunicarse
- ✓ Rapidez en contestar el teléfono
- ✓ Amabilidad en la atención
- ✓ Disponibilidad de la información

- *Recepcionista genera una orden de servicio acorde a la solicitud, diligenciando el REG 1104 en el sistema.*

- ✓ Amabilidad del funcionario
- ✓ Solución a inquietudes
- ✓ Conocimiento del servicio ofrecido

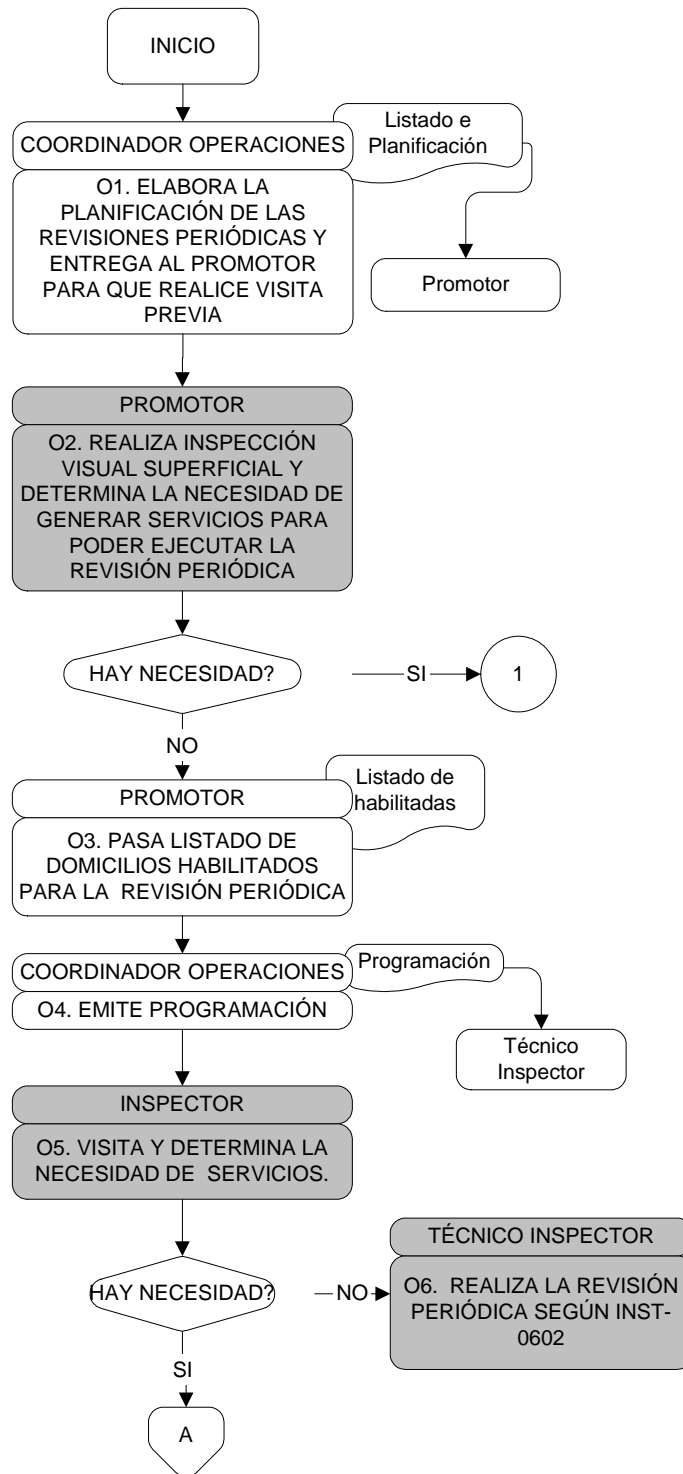
- *Recepcionista según sea el caso ofrece información o determina a que oficina transferir la llamada.*
  - ✓ Calidad de la información ofrecida
  - ✓ Tiempo en transferir la llamada
  
- *Encargado de área da información al cliente según sus requerimientos.*
  - ✓ Disponibilidad del funcionario
  - ✓ Amabilidad en la atención suministrada
  - ✓ Solución de inquietudes
  
- *Recepcionista elabora el recado y entrega al encargado .*
  - ✓ Amabilidad en la atención suministrada

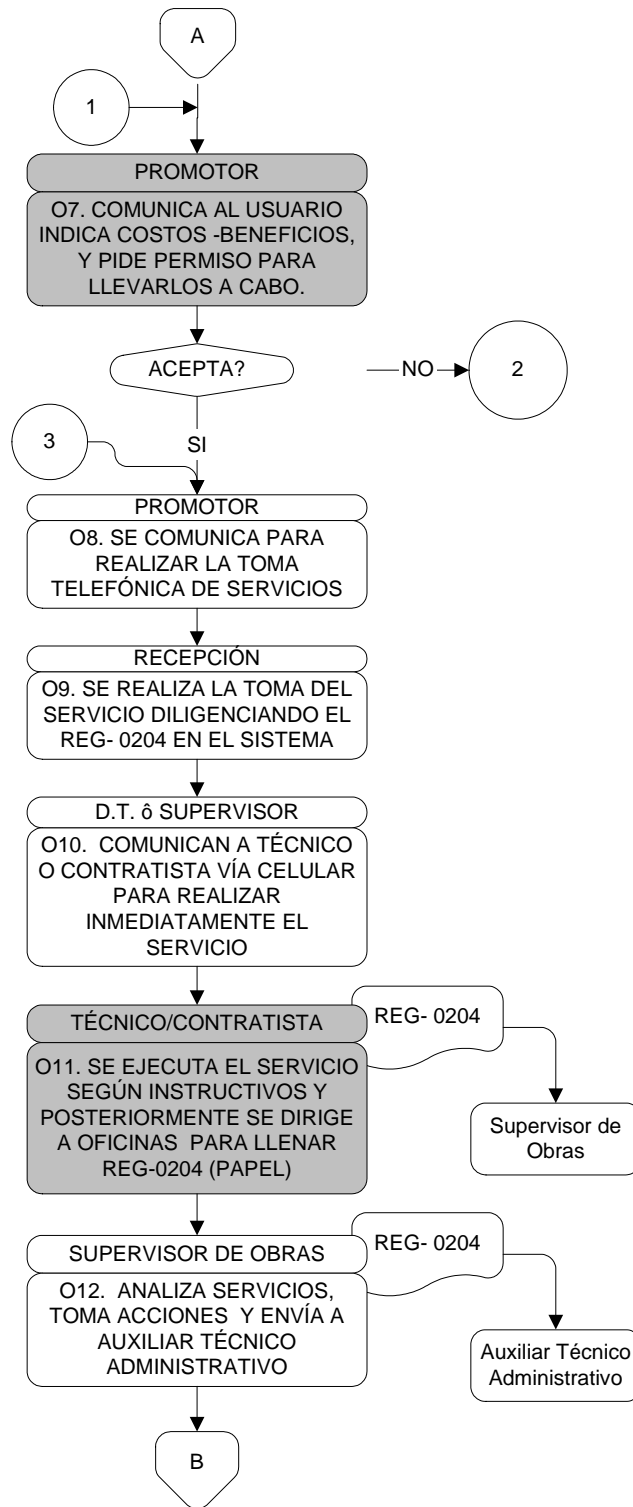
#### 4.1.5.1.4. Procedimiento de la generación de servicios por revisión periódica

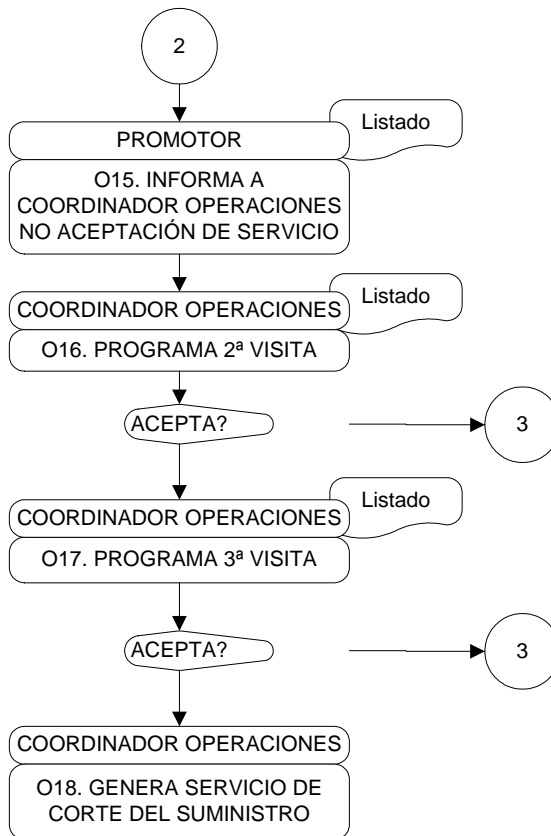
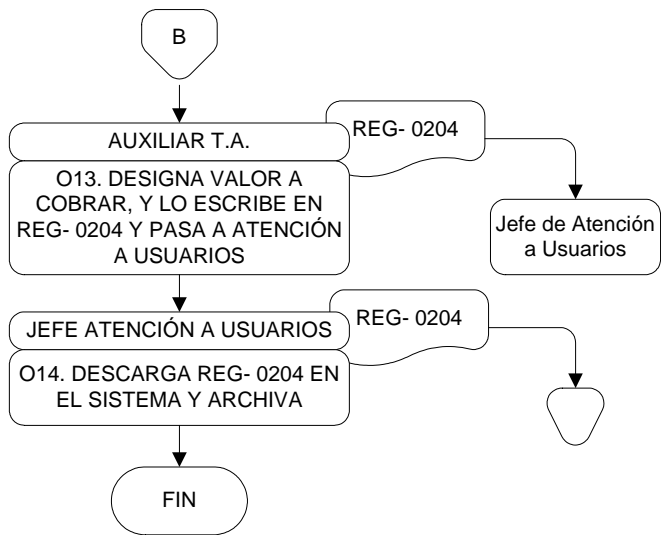
Verificar y asegurar que la condición de operación y seguridad de la acometida, centro de medición, internas, gasodoméstico y todo tipo de conexión de gas natural operen en condiciones seguras y eficientes. El procedimiento descrito es responsabilidad del Jefe de Inspección.

# FLUJOGRAMA

Figura 6. Procedimiento de la generación de servicios por revisión periodica







## **Características de calidad en cada uno de los momentos de verdad**

- *El promotor realiza inspección visual superficial y determina la necesidad de generar servicios para poder ejecutar la revisión periódica. Se realiza esta operación para que el promotor genere un listado de los domicilio habilitados para la revisión periódica y el listado de servicios.*
- *El inspector visita y determina la necesidad de servicios. Se ejecuta este procedimiento para verificar las condiciones de la instalación y si hay imposibilidad tomar el servicio para poder llevar a cabo la revisión periodica.*
- *El técnico inspector, realiza la revisión periódica según INST-0602. Se realiza la revisión periodica para certificar la instalación.*
- *El promotor/Técnico Inspector, comunica al usuario el costos-beneficios y pide permiso para llevarlos a cabo. Este procedimiento se lleva a cabo debido a la necesidad de solucionar el defecto encontrado durante la inspección, aclarándole al usuario el costo – beneficio y solicitando su aprobación.*
- *y posteriormente se dirige a oficinas para llenar REG-0204 (papel). Se ejecuta el servicio generado según los instructivos y al final de cada jornada es entregado el registro 0204 en la oficina.*

## **Análisis de los 5 wh para cada punto de contacto**

- *El promotor realiza inspección visual superficial y determina la necesidad de generar servicios para poder ejecutar la revisión periódica.*

Quién: El promotor.

Cómo: Personalmente.

Cuándo: El promotor visita el inmueble del usuario.

Dónde: En el domicilio del usuario.

Para qué: Para realizar una inspección visual superficial del inmueble y determinar la necesidad de generar servicios para poder ejecutar la revisión periódica y un listado de las instalaciones habilitadas.

- *El inspector visita y determina la necesidad de servicios.*

Quién: El Técnico Inspector.

Cómo: Personalmente.

Cuándo: El técnico verifica con el listado los domicilios habilitados para la revisión periódica y visita el inmueble.

Dónde: En el domicilio del usuario.

Para qué: Para determinar la necesidad de generar servicios y ejecutar la revisión periódica.

- *El técnico inspector, realiza la revisión periódica según INST-0602.*

Quién: El Técnico Inspector.

Cómo: Personalmente.

Cuándo: El Técnico inspector determina que no hay necesidad de generar servicios para realizar la inspección.

Dónde: En el domicilio del usuario.

Para qué: Para realizar la revisión periódica según el instructivo - 0602.

- *El promotor/Técnico Inspector, comunica al usuario, el costos-beneficios y pide permiso para llevarlos a cabo.*

Quién: El Promotor o Técnico Inspector.

Cómo: Personalmente.

Cuándo: Se determina que hay necesidad de generar servicios para realizar la inspección.

Dónde: En el domicilio del usuario.

Para qué: Para darle solución al defecto encontrado durante la revisión, aclarando al usuario el costo – beneficio y solicitar su aprobación.

- *El Técnico/Contratista, ejecuta el servicio según los instructivos y posteriormente se dirige a oficinas para llenar REG-0204 (papel).*

Quién: El Técnico Instalador o Contratista.

Cómo: Personalmente.

Cuándo: El cliente autoriza y asume el costo de los servicios.

Dónde: En el domicilio del usuario.

Para qué: Para dar solución al servicio generado.

- **Conceptos por evaluar del ciclo del servicio**

- *El promotor realiza inspección visual superficial y determina la necesidad de generar servicios para poder ejecutar la revisión periódica.*

✓ Presentación personal

✓ Conocimiento de la labor realizada

✓ Amabilidad del promotor / inspector

✓ Solución de inquietudes (Rekursivos)

- *El inspector visita y determina la necesidad de servicios.*

✓ Presentación personal

✓ Conocimiento de la labor realizada (tener propiedad)

✓ Amabilidad del promotor / inspector

✓ Solución de inquietudes (Rekursivos)

- *El técnico inspector, realiza la revisión periódica según INST-0602.*

✓ Agilidad en la revisión

✓ Calidad de la revisión

✓ Amabilidad del funcionario

- ✓ Conocimiento de la labor (tener propiedad)
- *El promotor/Técnico Inspector, comunica al usuario, indica costos-beneficios y pide permiso para llevarlos a cabo.*
  - ✓ Conocimiento de la labor realizada (el procedimiento)
  - ✓ Respeto y amabilidad por parte de los trabajadores
- *El Técnico/Contratista, se ejecuta el servicio según los instructivos y posteriormente se dirige a oficinas para llenar REG-0204 (papel).*
  - ✓ Agilidad del servicio prestado
  - ✓ Calidad del servicio prestado (limpieza, dejar el domicilio en el mismo estado)
  - ✓ Amabilidad del Técnico / Contratista
  - ✓ Presentación personal

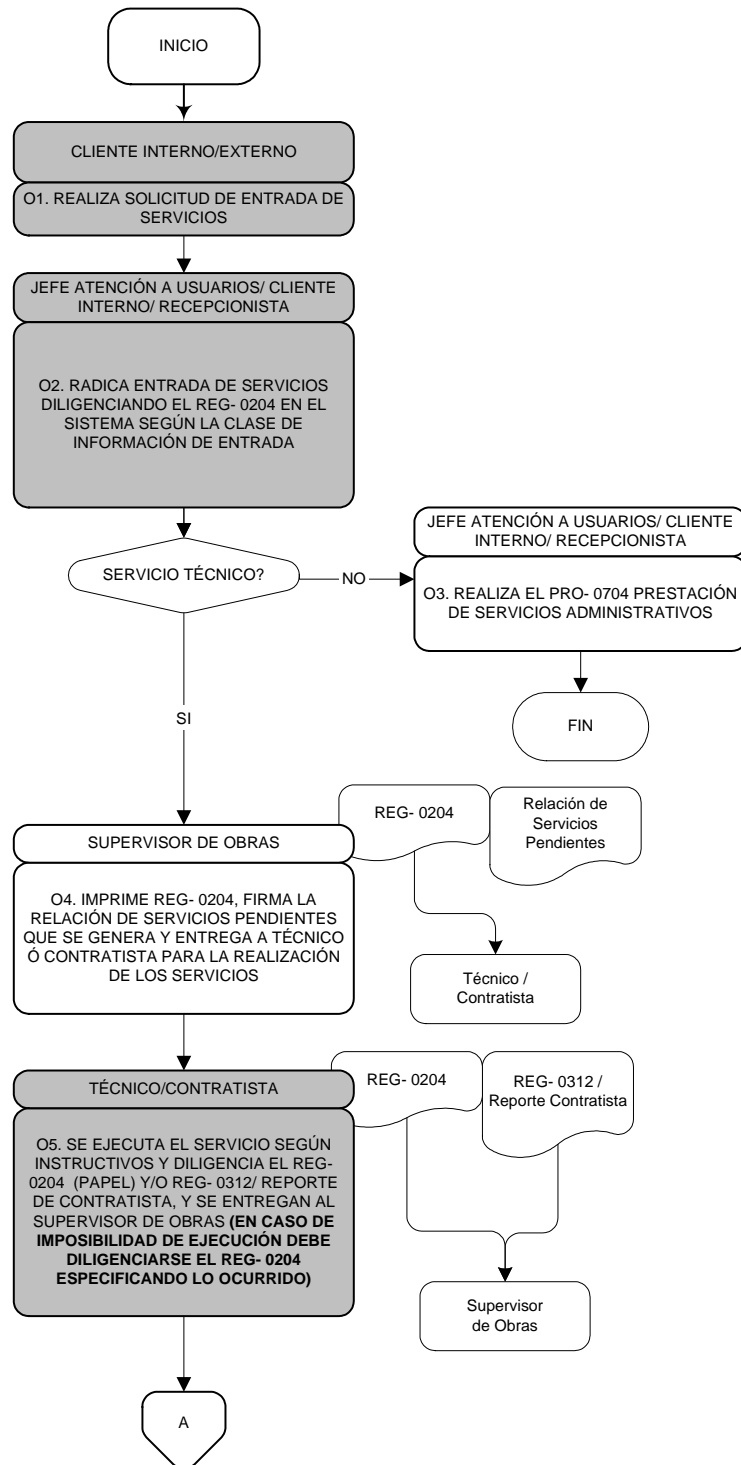
#### 4.1.5.1.5. Procedimiento para la prestación de servicios técnicos adicionales

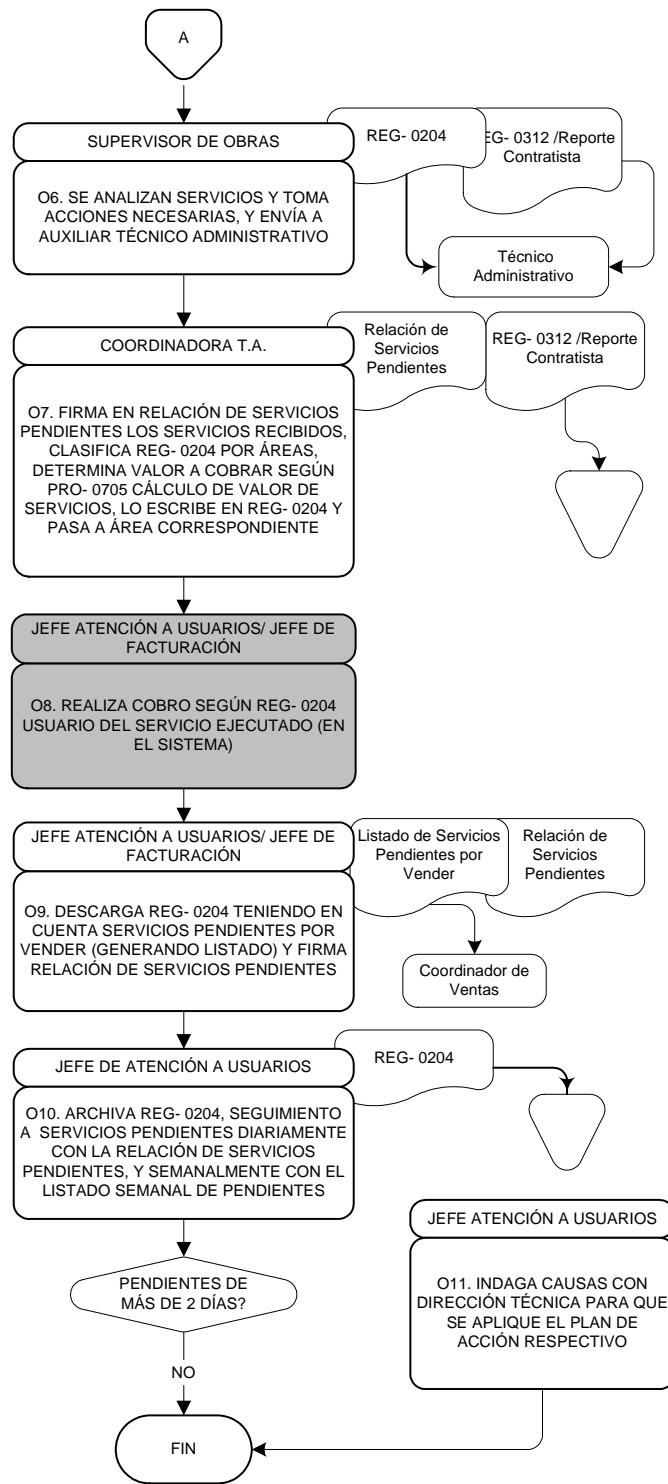
El objetivo del presente procedimiento consiste en describir los pasos para la generación de servicios a partir del cliente externo (a través de P.Q.R, llamadas telefónicas y de manera personal) y el interno (áreas de Facturación, Técnica, etc.) de forma que se lleven a cabo en la manera solicitada por los usuarios, para que las actividades se ejecuten con la mayor eficiencia posible.

Este procedimiento está bajo la responsabilidad de las Jefe de Atención a Usuarios debido a su compromiso en la satisfacción de las necesidades de los usuarios, cubriendo los servicios generados personalmente, a partir de Peticiones, Quejas, Reclamos, llamadas telefónicas y por el cliente interno (área de Facturación, Técnica, etc.) y busca controlar los mecanismos de la compañía en cuanto al nivel de respuesta en la ejecución de servicios para el cliente interno o externo, y de esta forma brindar día a día un mejor servicio.

• **Flujograma**

**Figura 7. Procedimiento para la prestación de servicios técnicos adicionales**





## Características de calidad en cada uno de los momentos de verdad

- *El cliente interno/externo, realiza solicitud de entrada de servicios. Este procedimiento se realiza para solicitar cualquier tipo de servicios según sea el requerimiento tanto por el cliente interno como el externo.*
- *El jefe de atención a usuarios/ cliente interno/ recepcionista, radica entrada de servicios diligenciando el REG-0204 en el sistema según la clase de información de entrada. Se realiza esta operación para dejar una constancia de la solicitud presentada por el usuario, además para llevar un control de estos servicios.*
- *El Técnico/ contratista, ejecuta el servicio según instructivos y diligencia el REG-0204 y/o REG-0312/ reporte del contratista y se entregan al supervisor de obras. Se ejecuta para llevar a cabo la solicitud hecha por el cliente cumpliendo con lo requerido según los procedimientos establecidos.*
- *Jefe de atención a usuarios/ Jefe de facturación, realiza cobro según REG-0204 usuario del servicio ejecutado. Se ejecuta esta operación cuando el Auxiliar Técnico Administrativo clasifica los servicios por áreas y determina el valor a cobrar por el servicio prestado.*

### • **Análisis de los 5 wh para cada punto de contacto**

- *El cliente interno/externo, realiza solicitud de entrada de servicios.*

Quién: Jefe de atención a usuarios, Recepcionista o Director Técnico.  
Cómo: Personalmente, por escrito o telefónicamente.  
Cuándo: El cliente requiere solicitar un determinado servicio.  
Dónde: En la oficina de atención a usuarios o por medio de la llamada telefónica.  
Para qué: Para atender la solicitud del cliente, ofrecerle un excelente servicio y de manera oportuna .
- *El jefe de atención a usuarios/ cliente interno/ recepcionista, radica entrada de servicios diligenciando el REG-0204 en el sistema según la clase de información de entrada.*

Quién: El jefe de atención a usuarios o Recepcionista.  
Cómo: Personalmente o telefónicamente.  
Cuándo: El cliente le suministra la información necesaria para el diligenciamiento del registro del servicio al funcionario de la empresa.  
Dónde: En la oficina de atención a usuarios o por medio de la llamada telefónica.  
Para qué: Para registrar la solicitud realizada por el cliente y llevar un control sobre los servicios generados .

1. *El Técnico/ contratista, ejecuta el servicio según instructivos y diligencia el REG-0204 y/o REG-0312/ reporte del contratista y se entregan al supervisor de obras.*

Quién: El Técnico o Contratista.

Cómo: Personalmente.

Cuándo: El personal de la empresa se encuentra en el domicilio del usuario para realizar el servicio generado.

Dónde: En el domicilio del usuario.

Para qué: Para ejecutar el servicio generado según los procedimientos.

2. *Jefe de atención a usuarios/ Jefe de facturación, realiza cobro según REG-0204 usuario del servicio ejecutado.*

Quién: Jefe de atención a usuarios o Jefe de facturación.

Cómo: Personalmente (este cobro se realiza mediante la factura).

Cuándo: El jefe de atención a usuarios o jefe de facturación cuenta en el sistema con el valor que se debe cobrar a los usuarios por la prestación del servicio de acuerdo al reporte digitado por el Coordinador técnico administrativo.

Dónde: En la oficina del funcionario de la empresa o telefónicamente.

Para qué: Para realizar el cobro designado en el REG-0204.

### **Conceptos por evaluar del ciclo del servicio**

- *El cliente interno/externo, realiza solicitud de entrada de servicios.*
  - ✓ Amabilidad del funcionario (atención)
  - ✓ Tiempo de espera para ser atendido
  - ✓ Solución a inquietudes
  - ✓ Presentación personal
  
- *El jefe de atención a usuarios/ cliente interno/ recepcionista, radica entrada de servicios diligenciando el REG-0204 en el sistema según la clase de información de entrada.*
  - ✓ Conocimiento del trabajo realizado
  - ✓ Amabilidad del funcionario
  - ✓ Disponibilidad de horarios de oficina
  
- *El Técnico/ contratista, ejecuta el servicio según instructivos y diligencia el REG-0204 y/o REG-0312/ reporte del contratista y se entregan al supervisor de obras.*
  - ✓ Presentación personal
  - ✓ Cumplimiento de lo pactado
  - ✓ Agilidad en al prestación del servicio
  - ✓ Calidad en la prestación del servicio
  - ✓ Ser oportunos en la prestación del servicio
  - ✓ Amabilidad del trabajador

- ✓ Conocimiento de la labor a realizar
- *Jefe de atención a usuarios/ Jefe de facturación, realiza cobro según REG-0204 usuario del servicio ejecutado.*
- ✓ Amabilidad del funcionario
- ✓ Información oportuna y confiable
- ✓ Solución a inquietudes

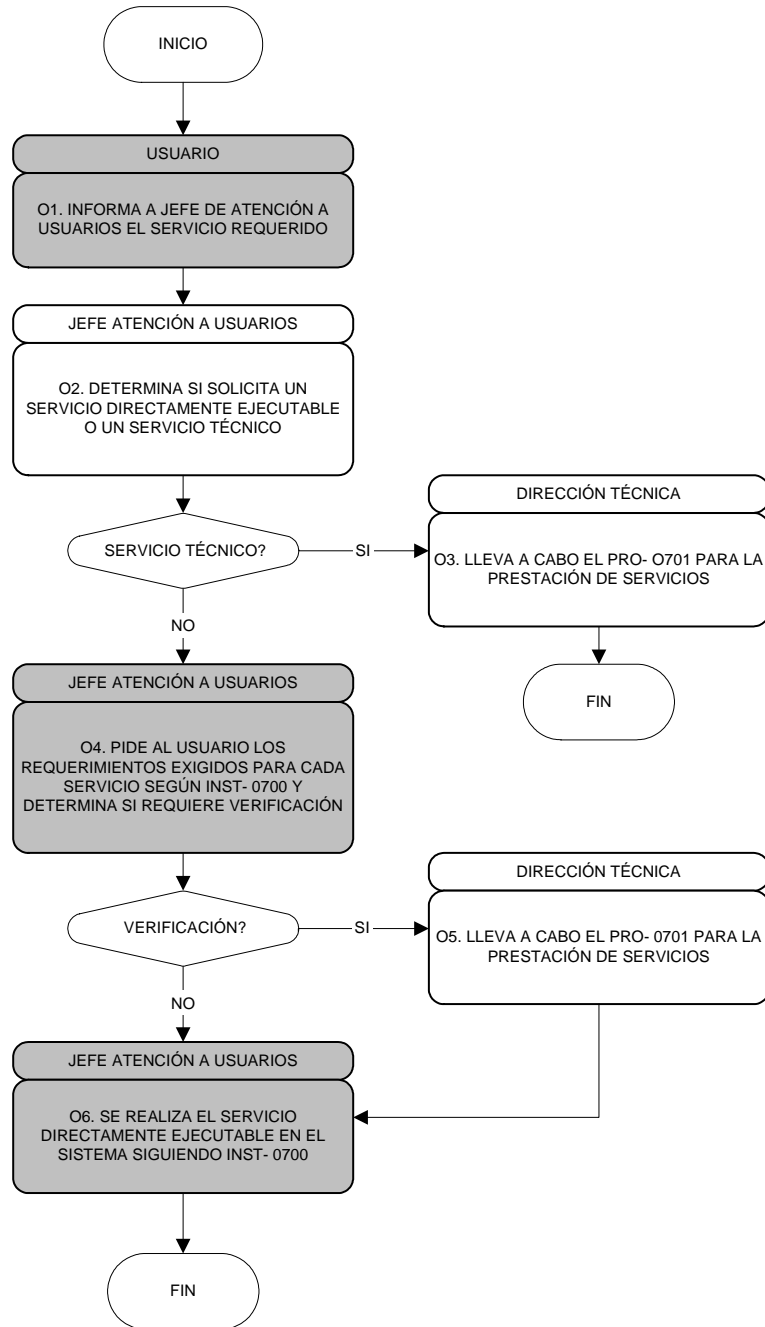
#### 4.1.5.1.6. Procedimiento para la prestación de servicios administrativos

Consiste en definir un procedimiento para prestar los servicios de carácter administrativo en METROGAS DE COLOMBIA S.A. E.S.P. de manera que se pueda dar solución eficazmente a las solicitudes de los usuarios.

El procedimiento definido será realizado cada vez que un usuario presente una solicitud de un servicio que no requiere ejecución técnica, está bajo la responsabilidad del Jefe de Atención a usuarios. Se busca establecer un procedimiento que permita dar pronta solución a los usuarios que soliciten servicios que no requieren de ejecuciones técnicas, ya que estos servicios son directamente ejecutables y ahorran tiempo a la compañía.

- **Flujograma**

**Figura 8. Procedimiento para la prestación de servicios administrativos**



## **Características de calidad en cada uno de los momentos de verdad**

1. *El usuario informa al jefe de atención a usuarios el servicio requerido.* El cliente presenta en la oficina de atención al usuario de la empresa el servicio requerido.
2. *El jefe de atención a usuarios, pide al usuario los requerimientos exigidos para cada servicio según INST- 0700 y determina si requiere verificación.* Se realiza cuando es un servicio directamente ejecutable y se solicita al usuario los requisitos exigidos para cada servicio administrativo según sea el caso y determinar si es requerimiento de un servicio de verificación.
3. *El jefe de atención a usuarios, realiza el servicio directamente ejecutable en el sistema siguiendo INST – 0700.* Se realiza para darle solución al servicio solicitado por el cliente, ejecutándolo en el sistema directamente siguiendo el instructivo correspondiente cuando no requiere de verificación.

### **• Análisis de los 5 wh para cada punto de contacto**

1. *El usuario informa al jefe de atención a usuarios el servicio requerido.*

Quién: El Jefe de atención a usuarios.

Cómo: Personalmente.

Cuándo: El cliente se acerca a la oficina de atención a usuarios y se comunica con éste para solicitar su servicio .

Dónde: En la oficina del jefe de atención a usuarios.

Para qué: Para informar el requerimiento de cualquier sevicio.

2. *El jefe de atención a usuarios, pide al usuario los requerimientos exigidos para cada servicio según INST- 0700 y determina si requiere verificación*

Quién: El Jefe de atención a usuarios.

Cómo: Personalmente.

Cuándo: El cliente se encuentra en la oficina de atención a usuarios y no es un servicio técnico.

Dónde: En la oficina del jefe de atención a usuarios.

Para qué: Para pedirle al cliente los requerimientos exigidos por el servicio solicitado y determinar si se necesita un servicio de verificación.

3. *El jefe de atención a usuarios, realiza el servicio directamente ejecutable en el sistema siguiendo INST – 0700.*

Quién: El Jefe de atención a usuarios.

Cómo: Personalmente.

Cuándo: El cliente se encuentra en la oficina de atención a usuarios y no requiere de verificación el servicio solicitado .

Dónde: En la oficina del jefe de atención a usuarios.

Para qué: Para corregir y darle solución a la solicitud presentada por parte del cliente, ejecutándolo directamente en el sistema siguiendo el instrutivo correspondiente.

Para qué: Para corregir y darle solución a la solicitud presentada por parte del cliente, ejecutándolo directamente en el sistema siguiendo el instrutivo correspondiente.

### **Conceptos por evaluar del ciclo del servicio**

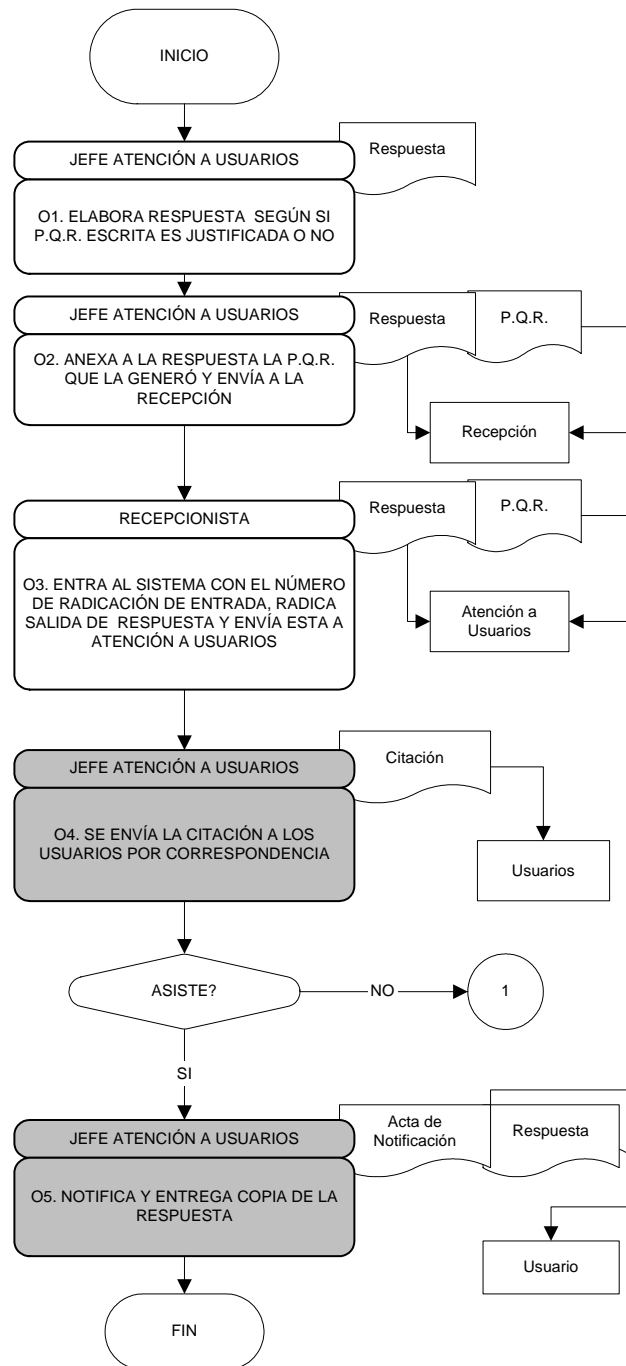
- *El usuario informa al jefe de atención a usuarios el servicio requerido.*
  - ✓ Disponibilidad de horarios de atención
  - ✓ Amabilidad en la atención prestada
  - ✓ Solución a inquietudes presentadas por el usuario
  - ✓ Presentación personal
  - ✓ Tiempo de espera para ser atendido
  
- *El jefe de atención a usuarios, pide al usuario los requerimientos exigidos para cada servicio según INST- 0700 y determina si requiere verificación*
  - ✓ Conocimiento de su labor
  - ✓ Amabilidad por parte del funcionario
  
- *El jefe de atención a usuarios, realiza el servicio directamente ejecutable en el sistema siguiendo INST – 0700.*
  - ✓ Rapidez en la ejecución
  - ✓ Eficiencia en la solución

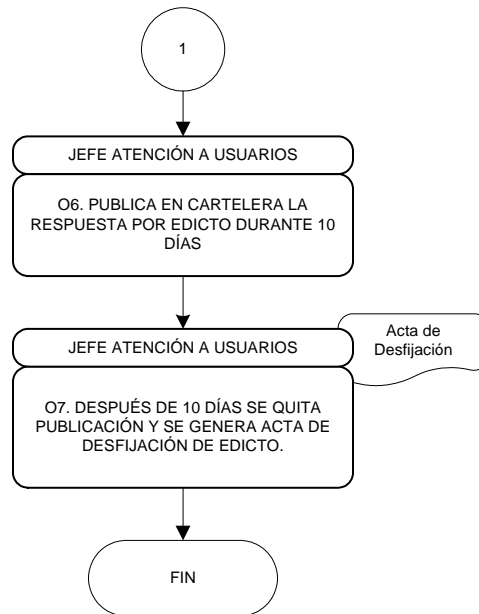
#### 4.1.5.1.7. Procedimiento para el tramite de respuestas a usuarios

Consiste en definir un procedimiento para tramitar las respuestas a los usuarios en METROGAS DE COLOMBIA S.A. E.S.P. de manera que se pueda dar solución de eficazmente a las Peticiones, Quejas y Reclamos.

El procedimiento definido será realizado cada vez que se dé respuesta a una Petición, Queja o Reclamo de un usuario, está bajo la responsabilidad de Jefe de Atención a usuarios y busca establecer un procedimiento que permita a la empresa el cumplimiento de la obligatoriedad de la generación de respuestas a los usuarios cuando estos presentan Peticiones, Quejas y Reclamos.

- **Flujograma**





**Figura 9. Procedimiento para el trámite de respuestas a usuarios**

### **Características de calidad en cada uno de los momentos de verdad**

- *El jefe de atención a usuarios le envía la citación a los usuarios por correspondencia. Se realiza este procedimiento con el fin de citar a los usuarios para que se acerquen a las oficinas de Metrogas de Colombia S.A E.S.P y ser notificados de la respuesta generada por parte de la empresa.*
- *El jefe de atención a usuarios notifica y entrega copia de la respuesta. Se realiza el procedimiento para notificar al usuario de la respuesta que generó la empresa ante la petición, queja o reclamo y entrega una copia de la respuesta al usuario.*

### **• Análisis de los 5 wh para cada punto de contacto**

1. *El jefe de atención a usuarios le envía la citación a los usuarios por correspondencia.*

Quién: El Jefe de atención a usuarios.

Cómo: Por medio de correspondencia, es decir, por escrito.

Cuándo: El cliente paso con anterioridad la petición , queja o reclamo a la empresa.

Dónde: En la oficina de atención a usuarios.

Para qué: Para citar al usuario en las oficinas de Metrogas de Colombia S.A E.S.P. y notificar la respuesta generada.

2. *El jefe de atención a usuarios notifica y entrega copia de la respuesta.*

Quién: El Jefe de atención a usuarios.

Cómo: Personalmente.

Cuándo: El cliente se encuentra en las instalaciones de la empresa.

Dónde: En la oficina del jefe de atención a usuarios.

- **Conceptos por evaluar del ciclo del servicio**

- *El jefe de atención a usuarios le envía la citación a los usuarios por correspondencia.*

- ✓ Tiempo de respuesta

- ✓ Confiabilidad en la información suministrada

- ✓ Conocimiento de la labor realizada (Marco legal)

- *El jefe de atención a usuarios notifica y entrega copia de la respuesta.*

- ✓ Amabilidad del funcionario

- ✓ Claridad en la explicación

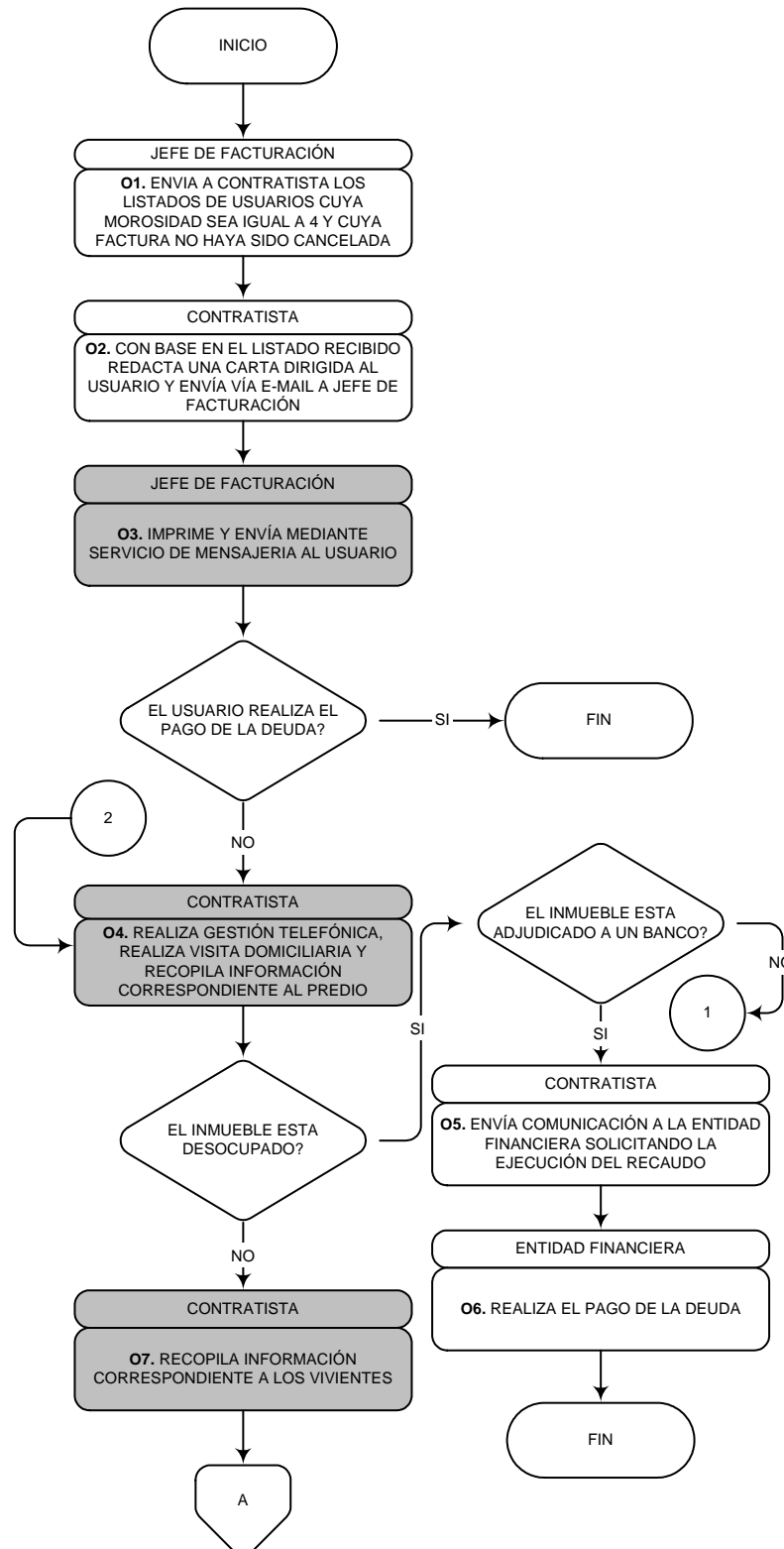
#### 4.1.5.1.8. Procedimiento de gestión de cartera mora 4

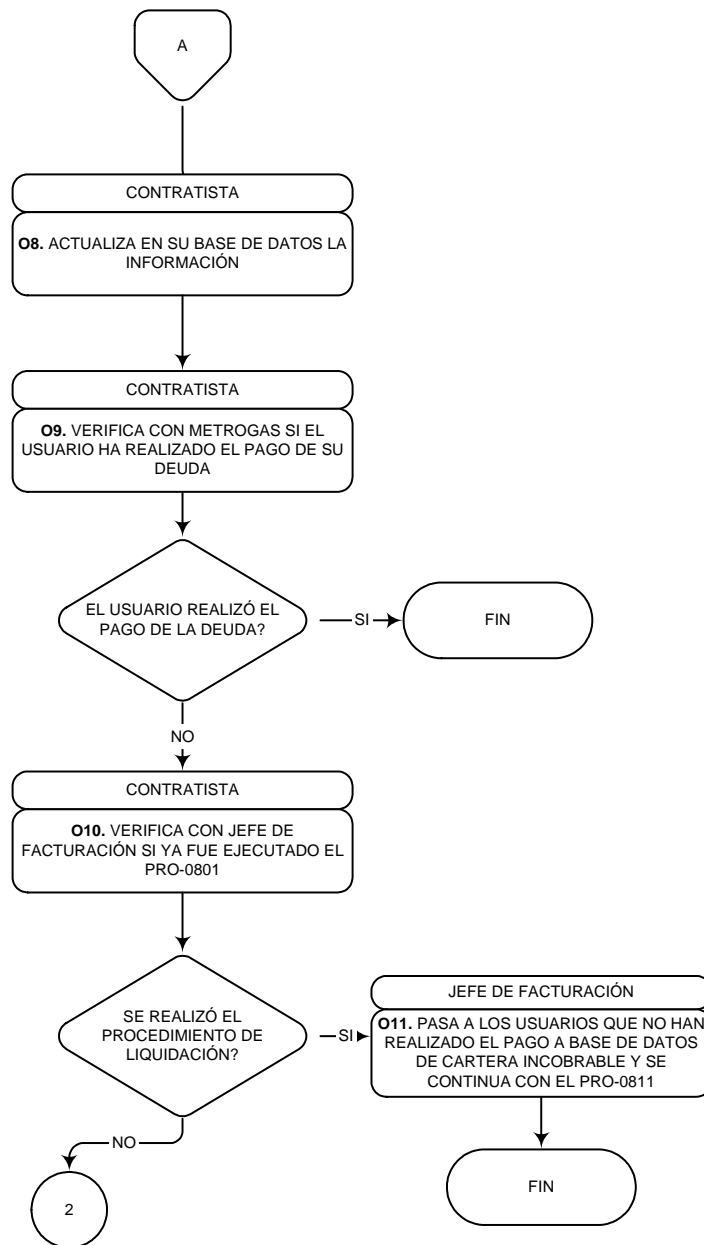
El objetivo del programa consiste en controlar a los usuarios que incurran en mora 4, buscando hacer efectivo el pago de la deuda.

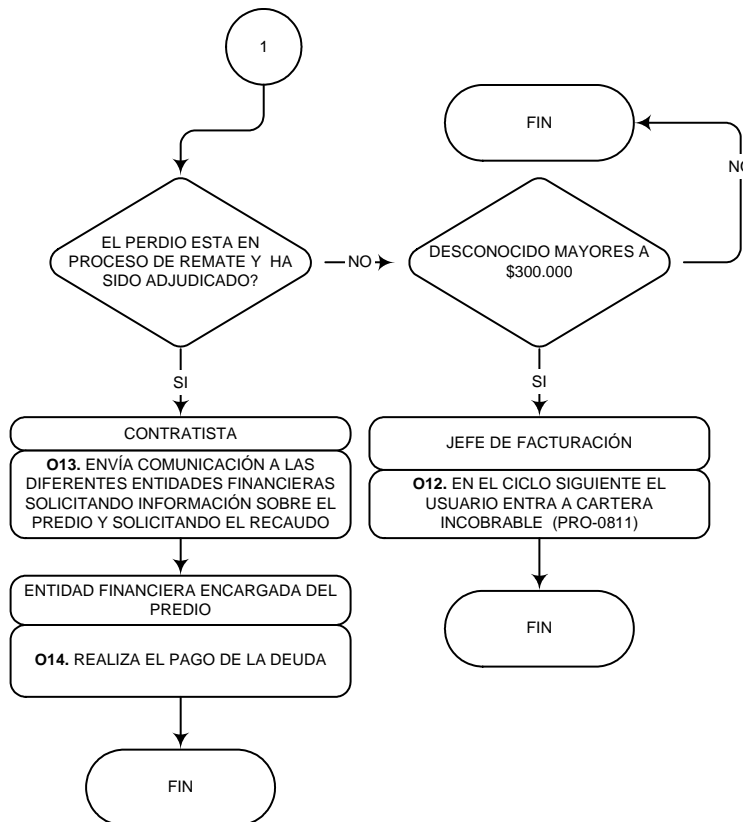
El procedimiento descrito es responsabilidad del jefe de facturación, y deberá seguirse cada vez que requiera realizar la gestión de cartera mora 4.

El resultado esperado es la recuperación efectiva de cartera y aplicación efectiva del proceso cuando lo demande.

- **Flujograma**







**Figura 10. Procedimiento de gestión de cartera mora 4**

- **Características de calidad en cada uno de los momentos de verdad**
- *Jefe de facturación, imprime y envía mediante servicio de mensajería al usuario. Se ejecuta esta operación cuando los usuarios tienen una morosidad igual a 4 , es decir, deben cancelar el valor de la factura para evitar que al siguiente mes se genere cobro jurídico.*
- *El contratista realiza gestión telefónica, visita domiciliaria y recopila información correspondiente al predio. Esta operación se ejecuta cuando el usuario no realiza el pago de la deuda una vez haya sido informado.*
- *Contratista recopila información correspondiente a los vivientes. Se determina con anterioridad si el inmueble no se encuentra desocupado para proceder a realizar esta operación de recolección de información con el usuario en mora como sus nombres, teléfonos, etc.*
- **Análisis de los 5 wh para cada punto de contacto**
- 1. *Jefe de facturación, imprime y envía mediante servicio de mensajería al usuario.*

Quién: El Jefe de atención a usuarios.  
Cómo: Por escrito.  
Cuándo: El usuario tenga una morosidad igual a 4 y cuya factura no haya sido cancelada.  
Dónde: En los predios cuya morosidad es igual a 4.  
Para qué: Para informarle al usuario que deben cancelar el valor de la factura para evitar que al siguiente mes se genere cobro jurídico.

2. *El contratista realiza gestión telefónica, visita domiciliaria y recopila información correspondiente al predio.*

Quién: El contratista.  
Cómo: Mediante la llamada telefónica y personalmente.  
Cuándo: Se determina que el usuario no ha realizado el pago de la deuda.  
Dónde: Por medio de la llamada telefónica y en el domicilio del usuario.  
Para qué: Para recopilar la información correspondiente al predio (viviendo, teléfonos, novedades, etc).

3. *Contratista recopila información correspondiente a los vivientes.*

Quién: El contratista.  
Cómo: Personalmente.  
Cuándo: Se determina que el usuario no ha realizado el pago de la deuda y el inmueble no se encuentra desocupado.  
Dónde: En el domicilio del usuario.  
Para qué: Para recopilar y/o actualizar datos e información acerca de los usuarios del inmueble, tales como nombre, teléfono, etc.

• **Conceptos por evaluar del ciclo del servicio**

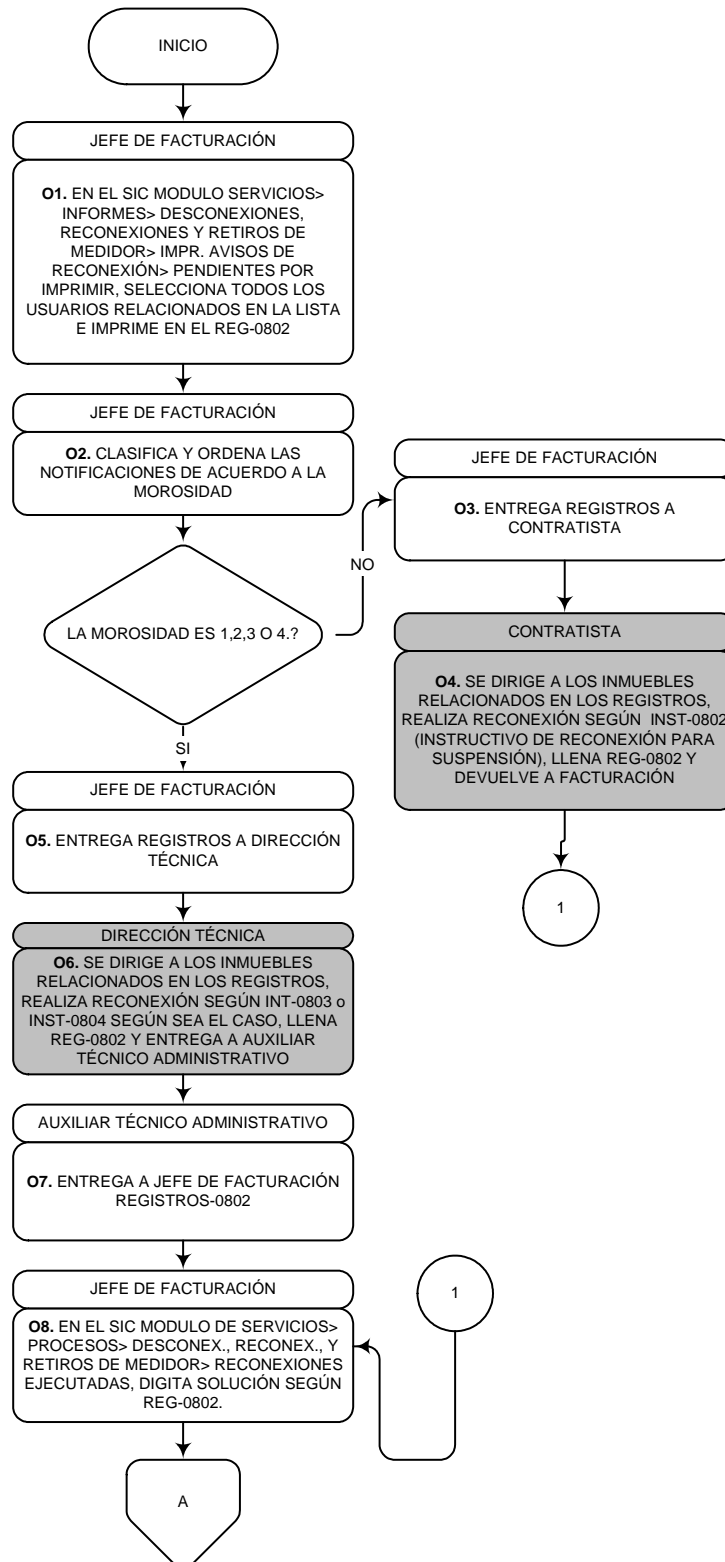
- *Jefe de facturación, imprime y envía mediante servicio de mensajería al usuario.*
  - ✓ La carta es clara, explicativa
  - ✓ La carta es respetuosa
  - ✓ Seguridad en la entrega de la carta
  
- *El contratista realiza gestión telefónica, visita domiciliaria y recopila información correspondiente al predio.*
  - ✓ Amabilidad en el contacto
  - ✓ Presentación personal
  - ✓ Solución a inquietudes
  - ✓ Cumplimiento de lo acordado
  - ✓ Conocimiento de la labor a ejecutar
  
- *Contratista recopila información correspondiente a los vivientes.*
  - ✓ Presentación personal

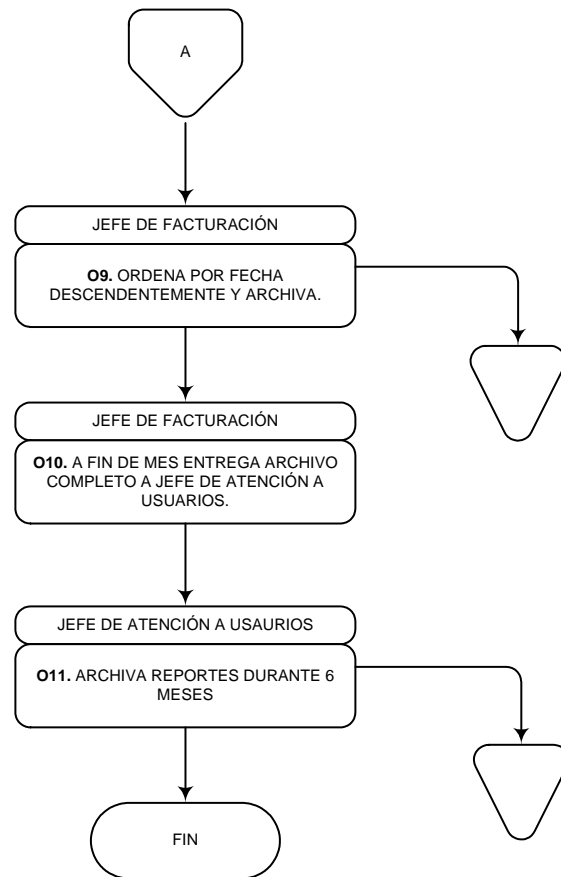
- ✓ Amabilidad y respeto en el trato con los usuarios
- ✓ Conocimiento de la labor a ejecutar

#### 4.1.5.1.9. Procedimiento de reconexión del servicio

Describe el procedimiento para realizar la reconexión del servicio a un usuario, cumpliendo con las políticas de la empresa. El procedimiento descrito es responsabilidad de la empresa contratista y los técnicos en gas y busca restablecer el servicio de gas al usuario que se le haya realizado suspensión o corte en el servicio.

• **Flujograma**





**Figura 11. Procedimiento de reconexión del servicio**

### **Características de calidad en cada uno de los momentos de verdad**

- *El contratista se dirige a los inmuebles relacionados en los registros, realiza la reconexión según INST-0802, lo diligencia y devuelve a facturación.* Este proceso se realiza cuando los usuarios presentan morosidad igual a 0 y su factura ha sido cancelada, notificando la reconexión del servicio a la empresa contratista.
- *Dirección Técnica se dirige a los inmuebles relacionados en los registros, realiza reconexión según INST-0803 o 0804 según sea el caso, lo diligencia y hace entrega a Coordinador Técnico Administrativo.* Este proceso se realiza cuando los usuarios presentan morosidad igual a 1, 2, 3 o 4 y si factura ha sido cancelada, notificando la reconexión del servicio a Dirección Técnica.

## **Análisis de los 5 wh para cada punto de contacto**

1. *El contratista se dirige a los inmuebles relacionados en los registros, realiza la reconexión según INST-0802, lo diligencia y devuelve a facturación*

Quién: El contratista.

Cómo: Personalmente.

Cuándo: La morosidad del usuario es de cero y el Jefe de facturación hace entrega de los registros al contratista.

Dónde: En el domicilio del usuario.

Para qué: Para realizar la reconexión del servicio según el instructivo, en el inmueble notificado en el registro.

2. *Dirección Técnica se dirige a los inmuebles relacionados en los registros, realiza reconexión según INST-0803 o 0804 según sea el caso, lo diligencia y hace entrega a Coordinador Técnico Administrativo.*

Quién: Técnicos.

Cómo: Personalmente.

Cuándo: La morosidad del usuario es de 1, 2, 3 o 4 y el Jefe de facturación hace entrega de los registros a Dirección Técnica.

Dónde: En el domicilio del usuario.

Para qué: Para realizar la reconexión del servicio según el instructivo, en el inmueble notificado en el registro.

## **Conceptos por evaluar del ciclo del servicio**

- *El contratista se dirige a los inmuebles relacionados en los registros, realiza la reconexión según INST-0802, lo diligencia y devuelve a facturación*

Contratistas:

- ✓ Presentación personal
- ✓ Conocimiento de la labor realizada
- ✓ Agilidad en la reconexión
- ✓ Cumplimiento de lo pactado
- ✓ Calidad del servicio
- ✓ Amabilidad en el servicio
- ✓ Realización de los procesos en las jornada destinadas

- *Dirección Técnica se dirige a los inmuebles relacionados en los registros, realiza reconexión según INST-0803 o 0804 según sea el caso, lo diligencia y hace entrega a Coordinador Técnico Administrativo.*

Técnicos:

- ✓ Presentación personal
- ✓ Conocimiento de la labor realizada
- ✓ Cumplimiento de lo pactado

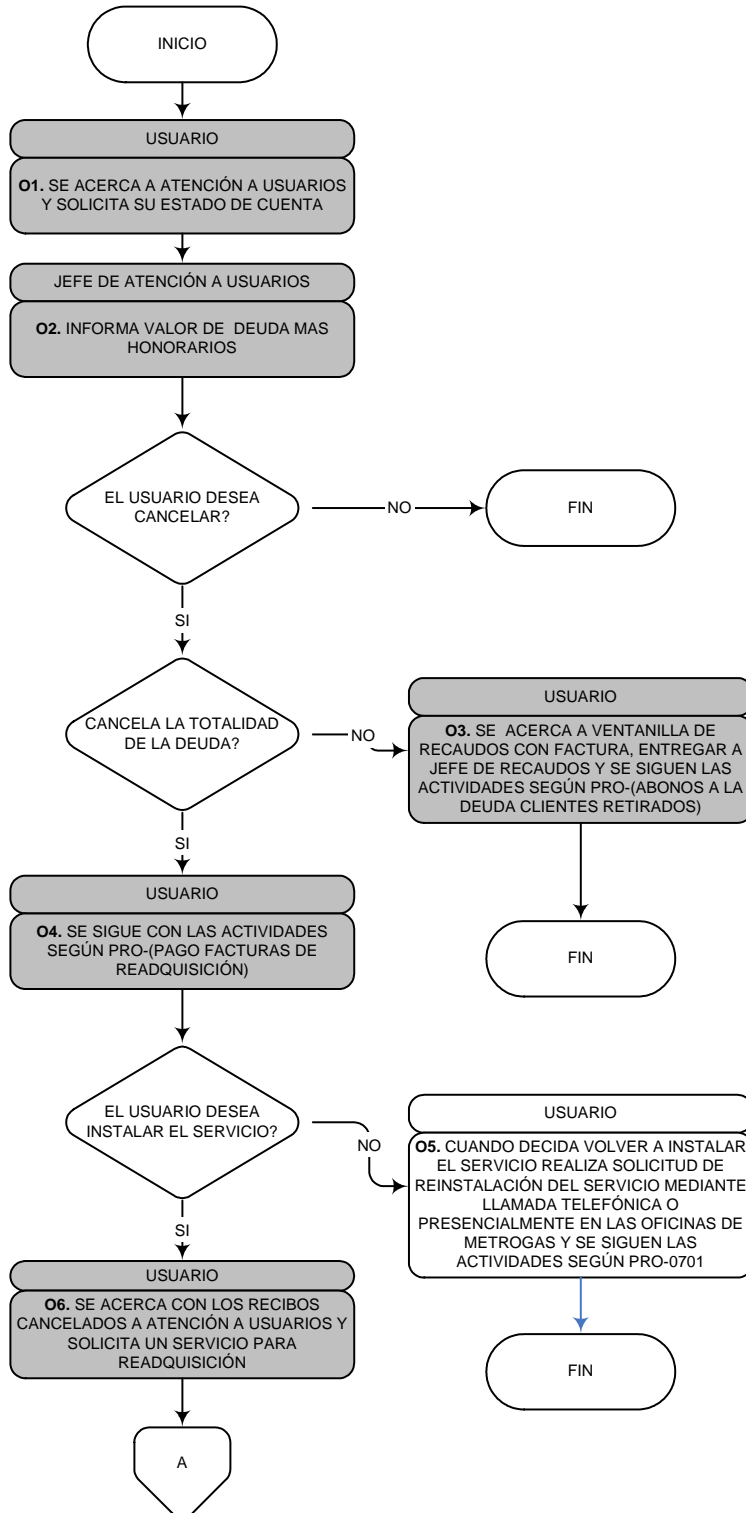
- ✓ Calidad del servicio
- ✓ Amabilidad en el servicio

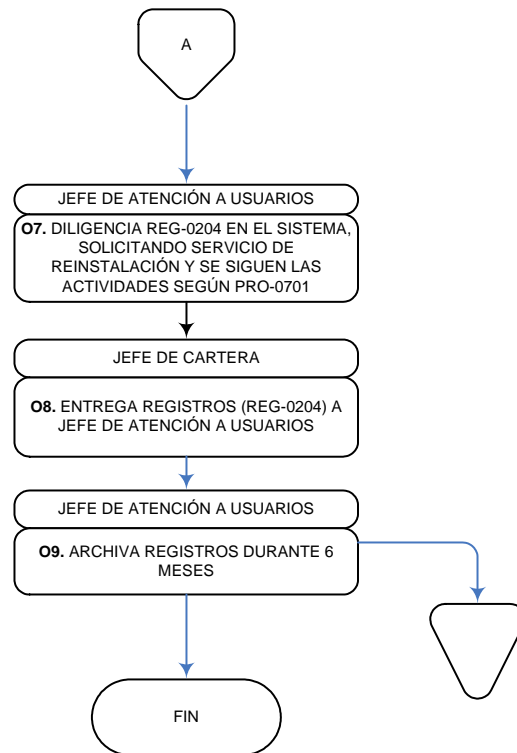
#### 4.1.5.1.10. Procedimiento de recuperación de cartera incobrable

Describe el procedimiento de cómo se realiza la recuperación de cartera incobrable, cuando el usuario decide realizar el pago parcial o total de la deuda. El procedimiento descrito es responsabilidad del jefe de facturación y cartera, y deberá seguirse cada vez que requiera realizar la suspensión del servicio a un usuario.

• **Flujograma**

**Figura 12. Procedimiento de recuperación de cartera incobrable**





### Características de calidad en cada uno de los momentos de verdad

- *El usuario se acerca a atención a usuarios y solicita su estado de cuenta.* Esta operación se ejecuta cuando el usuario va realizar la venta del inmueble o lo van habitar nuevamente y desea conocer su estado de cuenta porque no realizó el pago de la deuda ya que su registro se encuentra en la base de datos de cartera incobrable.
- *El Jefe de atención a usuarios informa valor de deuda mas honorarios.* Se realiza con el fin de atender al cliente suministrándole la información solicitada por el usuario.
- *El usuario se acerca a ventanilla de recaudos para realizar el abono a la deuda y se siguen las actividades según procedimiento.* Se ejecuta este proceso cuando el usuario va a cancelar la deuda. El jefe de recaudos realiza unas actividades según procedimiento, que son abonos a la deuda de clientes retirados cuando el usuario se acerca a la ventanilla.

- *El usuario, se sigue con las actividades según procedimiento. Se ejecuta esta operación cuando el usuario va a cancelar la deuda y el jefe de facturación realiza las actividades según procedimiento que el pago de facturas de readquisición.*
- *El usuarios se acerca con los recibos cancelados a Atención a usuarios y solicita un servicio para readquisición. Se ejecuta cuando el usuario desea volver a instalar el servicio inmediatamente.*
- *El usuario cuando decida volver a instalar el servicio realiza solicitud de reinstalación mediante llamada telefónica o presencialmente y se siguen las actividades según PRO-0701. Se presenta cuando el usuario no desea instalar inmediatamente el servicio y lo solicita en el momento que lo necesite mediante llamada telefónica o personalmente en las oficinas de Metrogas de Colombia S.A E.S.P*

### **Análisis de los 5 wh para cada punto de contacto**

#### *1. El usuario se acerca a atención a usuarios y solicita su estado de cuenta.*

Quién: Jefe de atención a usuarios.  
 Cómo: Personalmente.  
 Cuándo: El usuario desea conocer el estado de su cuenta.  
 Dónde: En la oficina del Jefe de atención a usuarios.  
 Para qué: Para atender al cliente y ofrecerle la información solicitada.

#### *2. El Jefe de atención a usuarios informa valor de deuda mas honorarios.*

Quién: Jefe de atención a usuarios.  
 Cómo: Personalmente.  
 Cuándo: En el momento de la solicitud por parte del cliente.  
 Dónde: En la oficina del Jefe de atención a usuarios.  
 Para qué: Para mantener informado al cliente sobre su estado de cuenta.

#### *3. El usuario se acerca a ventanilla de recaudos para realizar el abono a la deuda y se siguen las actividades según procedimiento.*

Quién: Jefe de recaudos.  
 Cómo: Personalmente.  
 Cuándo: El cliente se acerca a la oficina de recaudos para realizar abonos a la deuda.  
 Dónde: En la ventanilla del Jefe de recaudos.  
 Para qué: Para realizar abonos a la deuda siguiendo las actividades según PRO- ABONOS a la deuda de clientes retirados.

#### *4. El usuario, se sigue con las actividades según procedimiento.*

Quién: Jefe de recaudos.

Cómo: Personalmente.  
Cuándo: El cliente se acerca a la oficina de recaudos con la factura para cancelar la totalidad de la deuda.  
Dónde: En la ventanilla del Jefe de recaudos.  
Para qué: Para cancelar parte de la deuda siguiendo las actividades según PRO- PAGO de facturas de readquisición.

5. *El usuario se acerca con los recibos cancelados a atención a usuarios y solicita un servicio para readquisición*

Quién: Jefe de atención a usuarios.  
Cómo: Personalmente.  
Cuándo: El cliente se acerca a la empresa para solicitar el servicio de readquisición.  
Dónde: En la oficina del Jefe de atención a usuarios.  
Para qué: Para solicitar el servicio de readquisición, llevando los recibos cancelados a la oficina de atención a usuarios.

### **Conceptos por evaluar del ciclo del servicio**

- *El usuario se acerca a atención a usuarios y solicita su estado de cuenta.*
  - ✓ Presentación personal
  - ✓ Amabilidad del funcionario
  - ✓ Ambient físico (instalaciones)
  - ✓ Conocimiento de la labor ejecutada
  - ✓ Solución a inquietudes
  
- *El Jefe de atención a usuarios informa valor de deuda mas honorarios.*
  - ✓ Disponibilidad de tiempo
  - ✓ Amabilidad en la atención
  - ✓ Calidad del contacto y la información
  
- *El usuario se acerca a ventanilla de recaudos con factura, entrega a Jefe de recaudos y se siguen las actividades según procedimiento.*
  - ✓ Amabilidad del funcionario
  - ✓ Presentación personal
  - ✓ Rapidez en la atención
  - ✓ Facilidad de pago (Financiación)
  
- *El usuario, se sigue con las actividades según procedimiento.*
  - ✓ Amabilidad del funcionario
  - ✓ Presentación personal
  - ✓ Conocimiento de la labor ejecutada
  - ✓ Disponibilidad de horarios de atención

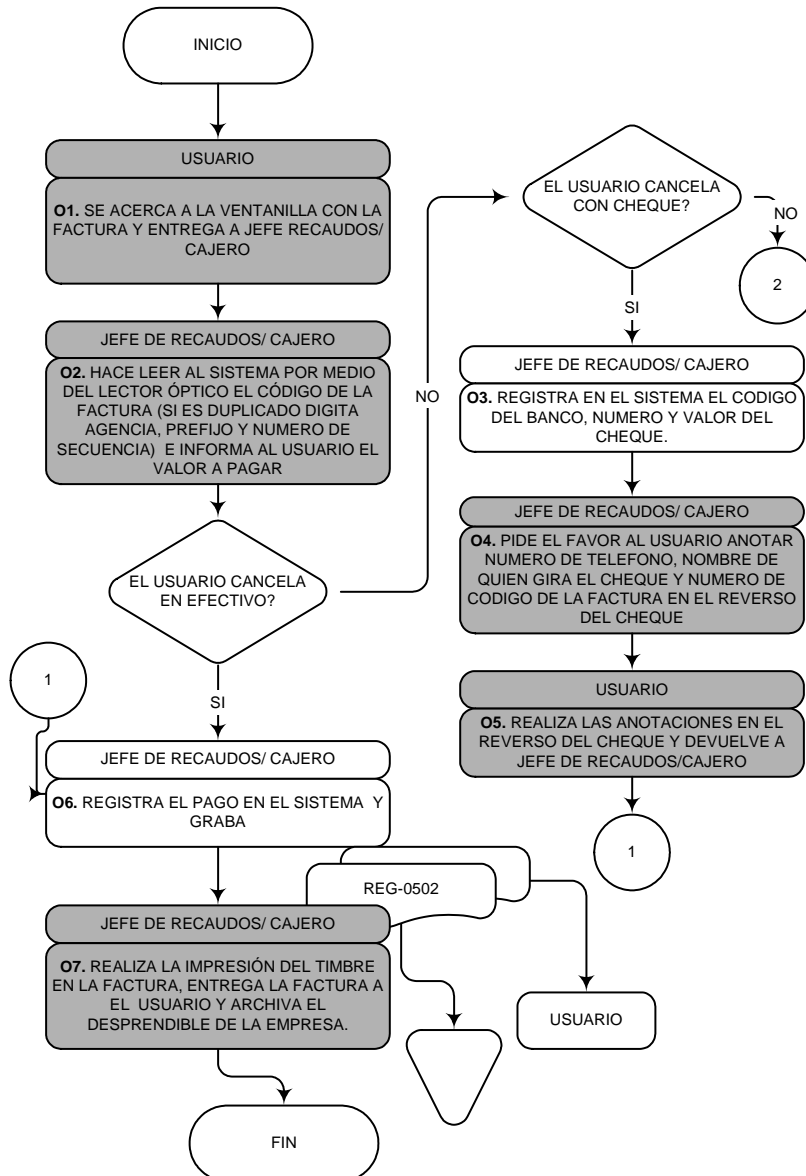
- *El usuarios se acerca con los recibos cancelados a atención a usuarios y solicita un servicio para readquisición*
- ✓ Tiempo en la prestación del servicio
- ✓ Agilidad y calidad en el servicio de readquisición
- ✓ Amabilidad del funcionario

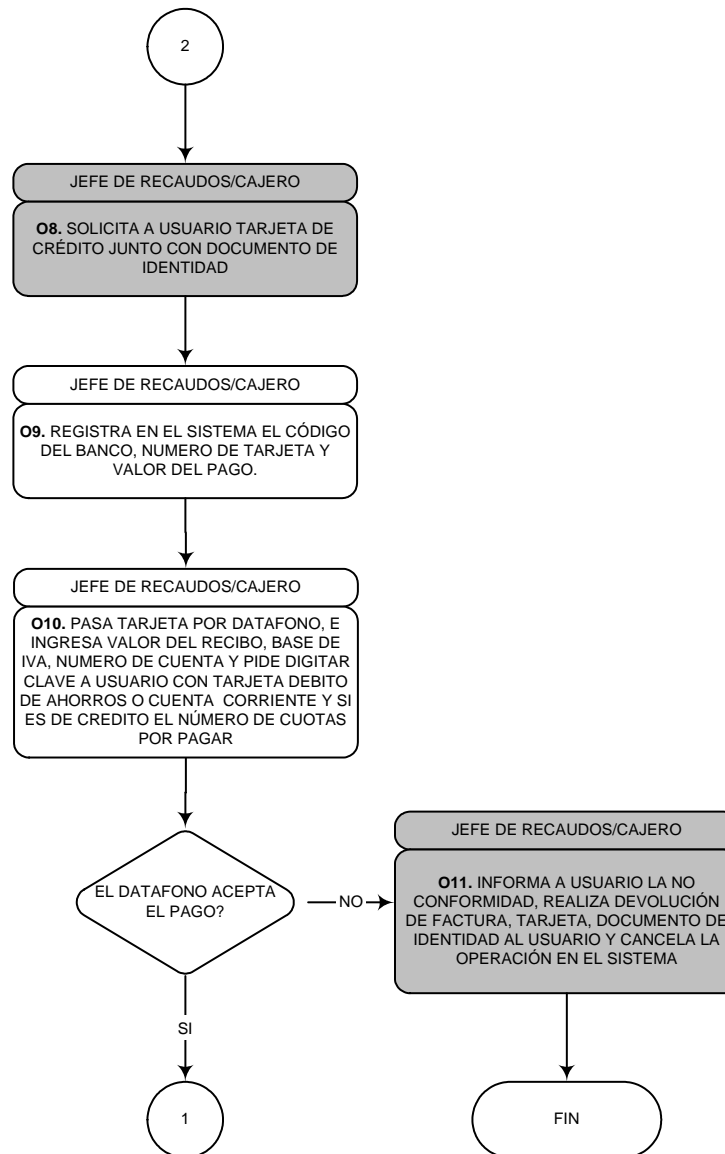
#### 4.1.5.1.11. Procedimiento de recaudo de servicio de gas

El objetivo del programa consiste realizar el recaudo de servicio de gas de forma estandarizada evitando de esta manera improvisaciones que puedan dar lugar a problemas.

El procedimiento descrito es responsabilidad del jefe de tesorería y recaudos y del cajero, y deberá seguirse cada vez que requiera realizar el recaudo de servicio de gas.

• **Flujograma**





**Figura 13. Procedimiento de recaudo de servicio de gas**

- **Características de calidad en cada uno de los momentos de verdad**

1. *El usuario se acerca a la ventanilla con la factura y entrega a Jefe de Recaudos / Cajero. Esta operación se realiza con el fin de que el usuario cancele el valor de la factura por el suministro de gas natural prestado por la empresa y se mantenga al día para evitar posteriores suspensiones del servicio.*
2. *El Jefe de Recaudo / Cajero hace leer al sistema por medio del lector óptico el código de la factura e informa al usuario el valor a pagar. Es el procedimiento estandarizado por el cual se realiza la cancelación del valor de la factura por parte del usuario para quedar al día con la empresa.*

3. *El Jefe de Recaudos / Cajero realiza la impresión del timbre en la factura, entrega la factura al usuario y archiva el desprendible de la empresa. Es el proceso para dejar constancia del pago de la factura tanto para el usuario como para la empresa.*
4. *El Jefe de Recaudo / Cajero, pide el favor al usuario anotar número de teléfono, nombre de quien gira el cheque y número de código de la factura en el reverso del cheque. Este procedimiento se realiza cuando el usuario desea cancelar con cheque el valor de la factura.*
5. *El usuario realiza las anotaciones en el reverso del cheque y devuelve a Jefe de Recaudos / Cajero. Este es el proceso para llevar a cabo la cancelación de la factura por medio de un cheque, dejando consignada la información necesaria para realización del pago.*
6. *El Jefe de Recaudos / Cajero, solicita al usuario la tarjeta de crédito junto con el documento de identidad. Este procedimiento es otra alternativa que tiene el usuario para cancelar el valor de la factura.*
7. *El Jefe de Recaudos / Cajero, informa al usuario la no-conformidad, realiza la devolución de la factura, tarjeta y documento de identidad al usuario y cancela la operación en el sistema. Se da este procedimiento cuando el datafono no acepta el pago por medio de la tarjeta, por lo tanto no se puede ejecutar el pago de la factura por parte del usuario.*

- **Análisis de los 5 wh para cada punto de contacto**

1. *El usuario se acerca a la ventanilla con la factura y entrega a Jefe de Recaudo / Cajero.*

Quién: El jefe de Recaudo / Cajero.

Cómo: Personalmente.

Cuándo: El usuario llega a las instalaciones de la empresa a cancelar la factura.

Dónde: En la ventanilla de la caja.

Para qué: Para realizar el proceso de cancelación de la factura por parte del usuario.

2. *El Jefe de Recaudos / Cajero, hace leer al sistema por medio del lector óptico el código de la factura e informa al usuario el valor a pagar.*

Quién: El jefe de Recaudo / Cajero.

Cómo: Personalmente.

Cuándo: El usuario hace entrega de la fatura en la ventanilla de la caja.

Dónde: En la ventanilla de la caja.

Para qué: Para informarle al cliente el valor de la factura que debe cancelar.

3. *El Jefe de Recaudos / Cajero realiza la impresión del timbre en la factura, entrega la factura al usuario y archiva el desprendible de la empresa.*

Quién: El jefe de Recaudo / Cajero.

Cómo: Personalmente.

Cuándo: El usuario cancela el valor de la factura en caja.

Dónde: En la ventanilla de la caja.

Para qué: Para dejar constancia por medio de la impresión del timbre del pago de la factura tanto para el usuario como para la empresa, en caso de algún inconveniente.

4. *El Jefe de Recaudo / Cajero, pide el favor al usuario anotar número de teléfono, nombre de quien gira el cheque y número de código de la factura en el reverso del cheque.*

Quién: El jefe de Recaudo / Cajero.

Cómo: Personalmente.

Cuándo: El usuario desea cancelar la factura por medio de un cheque.

Dónde: En la ventanilla de la caja.

Para qué: Para solicitarle al usuario la información necesaria correspondiente al pago de la factura por medio de un cheque.

5. *El usuario realiza las anotaciones en el reverso del cheque y devuelve a Jefe de Recaudos / Cajero.*

Quién: El jefe de Recaudo / Cajero.

Cómo: Personalmente.

Cuándo: El usuario realiza la consignación de la información solicitada por parte del Jefe de Recaudo / Cajero.

Dónde: En la ventanilla de la caja.

Para qué: Para hacer entrega del cheque con la información solicitada por el funcionario de Metrogas S.A. E.S.P escrita al respaldo.

6. *El Jefe de Recaudos / Cajero, solicita al usuario la tarjeta de crédito junto con el documento de identidad.*

Quién: El jefe de Recaudo / Cajero.

Cómo: Personalmente.

Cuándo: El usuario desea cancelar el valor de la factura por medio de su tarjeta de crédito.

Dónde: En la ventanilla de la caja.

Para qué: Para la realización del pago de la factura.

7. *El Jefe de Recaudos / Cajero, informa al usuario la no-conformidad, realiza la devolución de la factura, tarjeta y documento de identidad al usuario y cancela la operación en el sistema.*

Quién: El jefe de Recaudo / Cajero.

Cómo: Personalmente.

Cuándo: El datafono no acepta el pago de la factura por medio de la tarjeta de crédito del usuario.  
Dónde: En la ventanilla de la caja.  
Para qué: Para informarle al usuario la no conformidad de la transacción y devolverle sus documentos.

- **Conceptos por evaluar del ciclo del servicio**

- *El usuario se acerca a la ventanilla con la factura y entrega a Jefe de Recaudo / Cajero.*
  - ✓ Tiempo de espera para ser atendido
  - ✓ Amabilidad del cajero
  - ✓ Disponibilidad de horarios
  - ✓ Cantidad suficiente de cajeros
- *El Jefe de Recaudos / Cajero, hace leer al sistema por medio del lector óptico el código de la factura e informa al usuario el valor a pagar.*
  - ✓ Solución a inquietudes
  - ✓ Conocimiento de la labor ejecutada
- *El Jefe de Recaudos / Cajero realiza la impresión del timbre en la factura, entrega la factura al usuario y archiva el desprendible de la empresa.*
  - ✓ Amabilidad del cajero
- *El Jefe de Recaudo / Cajero, pide el favor al usuario anotar número de teléfono, nombre de quien gira el cheque y número de código de la factura en el reverso del cheque.*
  - ✓ Amabilidad del cajero
  - ✓ Conocimiento de la labor ejecutada
- *El usuario realiza las anotaciones en el reverso del cheque y devuelve a Jefe de Recaudos / Cajero.*
  - ✓ Rapidez en recibir el cheque y ejecutar la operación
- *El Jefe de Recaudos / Cajero, solicita al usuario la tarjeta de crédito junto con el documento de identidad.*
  - ✓ Conocimiento de la labor realizada
  - ✓ Amabilidad del funcionario
  - ✓ Solución a inquietudes
- *El Jefe de Recaudos / Cajero, informa al usuario la no-conformidad, realiza la devolución de la factura, tarjeta y documento de identidad al usuario y cancela la operación en el sistema.*
  - ✓ Amabilidad del funcionario durante la atención del usuario

## **4.2. DIAGNÓSTICO EXTERNO**

Se tuvo en cuenta la legislación que rige las condiciones mínimas de calidad de servicio que debe ofrecer Metrogas de Colombia S.A. E.S.P., por la condición de ser una empresa que presta un servicio público domiciliario además del análisis y percepción de los usuarios acerca de la compañía, para tener una visión más clara de todo lo que rodea los procesos llevados a cabo al interior de la empresa y de esta manera poderlos mejorar.

### **4.2.1. Marco legal**

#### **Marco de regulación del sector gas en Colombia**

A partir de 1948 se comenzó a legislar sobre gas en Colombia, las primeras regulaciones fueron sobre la forma de distribución, manejo y almacenamiento de gases del petróleo.

Dentro de la legislación Colombiana, hasta nuestros días se ha venido reglamentando la exploración, transporte, almacenamiento, manejo, distribución, seguridad para gasoductos troncales y urbanos en materia de gas natural.

Los aspectos legales pertinentes al sector del gas natural están definidos hoy en día principalmente por la Ley de Servicios Públicos Domiciliarios, 142 de Julio de 1994, por la Ley 286 de Julio de 1996 que modificó parcialmente a la Ley 142/94, por la resolución CREG-057 de julio 30 de 1996 y por la Resolución CREG-067/95 mediante la cual la Comisión expidió el Código de Distribución de Gas Combustible por redes.

#### **◆ Ley de Servicios Públicos Domiciliarios (Ley 142 de 1994)**

Mediante la ley 142 se regula la distribución de gas combustible así como las actividades complementarias de producción, comercialización, y transporte. Con esta ley además se propicia la competencia que permite el establecimiento de un régimen tarifario de transporte y ordena una reestructuración institucional de las empresas, con nuevos esquemas de participación.

De igual manera se definen criterios de confiabilidad, calidad y continuidad en el servicio y se crea la superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios SSPD, como organismo de control y vigilancia de funcionamiento del sistema.

Finalmente como ente encargado de regular todos los aspectos que tiene que ver con energía eléctrica y gas, se crea por disposición de la ley 153 de junio de 1994 la Comisión de Regulación de Energía y Gas CREG.

◆ Comisión de Regulación de Energía y Gas

La CREG tiene entre otras las siguientes funciones y facultades:

- Regular el ejercicio de las actividades de los sectores de energía y gas combustible para asegurar la disponibilidad de una oferta energética eficiente, propiciar la competencia en el sector de minas y energía y proponer la adopción de las medidas necesarias para impedir abusos de posición dominante y buscar la liberación gradual de los mercados hacia la libre competencia. La comisión podrá adoptar reglas de comportamiento diferencial, según la posición de las empresas en el mercado.
- Promover el uso eficiente de energía y gas combustible por parte de los consumidores.
- Establecer el reglamento de operación para realizar el planeamiento y la coordinación de la operación del sistema interconectado nacional (gas y electricidad) y para regular el funcionamiento del mercado mayorista de energía y gas combustible.
- Fijar las tarifas de venta de electricidad y gas combustible o delegar en las empresas distribuidoras, cuando sea conveniente dentro de los propósitos de esta ley, bajo el régimen que ella disponga, la facultad de fijar estas tarifas.

La CREG ha emitido varias resoluciones para el sector del gas natural, entre las que se tiene:

- Resolución 057 En julio 30 de 1996, la CREG expidió la Resolución 057, que compendia todas las resoluciones de gas natural expedidas por la comisión a la fecha. Esta labor se realizó con el fin de facilitar la divulgación de la normatividad existente en la materia, y también permitió hacer algunas aclaraciones en algunos puntos de las Resoluciones existentes.
- Separación de actividades. El nuevo esquema regulatorio del gas, divide al sector en diferentes niveles: Productores, Transportadores, Distribuidores y Comercializadores. La labor de la CREG se ha centrado en reglamentar las relaciones entre cada uno de estos niveles, y al interior de ellos mismos. Es así como la Resolución 057 del 30 de julio de 1996, en el Capítulo II, fija las reglas que definen la participación accionaria máxima permitida entre las diferentes empresas del sector.

De esta forma, un transportador de gas natural no podrá realizar de manera directa actividades de producción, comercialización o distribución, ni tener interés económico en empresas que tengan por objeto la realización de estas

actividades. Se considerará interés económico cuando una empresa productora, comercializadora o distribuidora tiene acciones, cuotas o partes de interés de capital en una transportadora en un porcentaje superior al 25% del capital social. Igualmente, hay interés económico cuando una empresa transportadora tiene acciones, cuotas o partes de interés de capital en una empresa comercializadora, distribuidora o gran consumidora de gas natural, en un porcentaje superior al 25% del total del capital social.

- Distribución. Adicionalmente en el Capítulo VI de la resolución CREG-057 de 1996, se establecen las reglas a que deben acogerse los distribuidores de gas, entendiéndose como tales a aquellos que operen redes urbanas de distribución de gas combustible
- Resolución CREG-067/95. La Comisión expidió el Código de Distribución de Gas Combustible por redes, cuyo propósito principal es el de definir los derechos y responsabilidades entre los distribuidores, comercializadores y usuarios, y los criterios de expansión, seguridad y calidad del servicio de distribución.

La industria de distribución de gas natural en Colombia está regida por este Código de Distribución de Gas Combustible por Red, adoptado por la Comisión de Regulación de Energía y Gas según resolución 0067 del 21 de diciembre de 1995

Para los efectos pertinentes a la aplicación del Código de Distribución de Gas Combustible por Redes, todo distribuidor o usuario del sistema de distribución, deberá cumplir como mínimo con las Normas Técnicas Colombianas expedidas para el efecto.

En caso de no existir normas Colombianas, se emplearán normas de reconocido prestigio internacional y aceptadas por el Ministerio de Minas y Energía.

En materia de seguridad, deberá acogerse al Código de Normas Técnicas y de Seguridad en Gas Combustible, compilado por el Ministerio de Minas y Energía y a toda la reglamentación que en la materia expida dicho Ministerio y la Comisión de Regulación de Energía y Gas.

**II. CRITERIOS GENERALES SOBRE PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE LOS USUARIOS<sup>11</sup>:** Las relaciones que surgen del presente contrato se desarrollan de los principios consagrados en las Leyes 142 de 1994, la Ley 689 de 2001 y la Resolución 108 de 1997 siempre que no contradigan dichas leyes, con sujeción a los siguientes criterios generales.

---

<sup>11</sup> Contrato de prestación de servicio público domiciliario de gas natural, pág. 11

- **De los Derechos y Garantías Mínimas.** Los derechos y garantías mínimas consagradas en las Leyes 142 de 1994, en las normas de carácter general expedidas por la CREG, y además autoridades competentes, así como en las normas que las complementen, adicionen, modifiquen o sustituyan que consagren derechos a favor de los usuarios, constituyan el mínimo de derechos y garantías de los usuarios y no podrán ser vulnerados ni desconocidos por la empresa en la ejecución del presente contrato.
- **De acceso al servicio.** Quienes de conformidad con las disposiciones legales puedan celebrar el contrato de servicios públicos, y se sujeten a las condiciones técnicas exigibles, para la conexión del servicio, tendrán derecho a recibir el servicio, sin perjuicio de que la empresa pueda acordar estipulaciones especiales con uno o algunos usuarios.
- **De libre elección del prestador del Servicio.** Todo usuario tiene derecho a escoger el prestador del servicio dentro de las alternativas, según sus necesidades y requerimiento de suministro, al igual que el proveedor de los bienes o servicios que nos tengan relación directa con el objeto del contrato.
- **De calidad y Seguridad del Servicio.** La empresa, debe suministrar el servicio con calidad y seguridad, conforme a las condiciones técnicas y términos definidos en el presente contrato.
- **De Racionalidad.** La empresa velará porque se preste de manera racional, con estricta sujeción a las condiciones técnicas y de uso definidas para el servicio e igualmente desarrollará programas educativos tendientes a crear una cultura de uso razonable del servicio.
- **De Neutralidad.** La empresa dará un tratamiento igual a sus suscriptores y/o usuarios, sin discriminaciones diferentes a las derivadas de las condiciones y características técnicas del servicio y/o las que consagren la ley.
- **De Buena Fe.** Tanto la empresa como sus suscriptores y/o usuarios deberán actuar en la ejecución del presente contrato con lealtad, rectitud y honestidad.
- **De Obligatoriedad del Contrato.** El presente contrato es Ley para las partes. La empresa está obligada no sólo a las disposiciones expresamente pactadas, sino también a las que emanan de la naturaleza del contrato, a las que de manera uniforme se apliquen a la prestación del servicio y a las que surjan de los reglamentos expedidos por los organismos competentes.
- **De no Abuso de posición Dominante.** Las empresas deberán abstenerse de abusar de su posición dominante, cuando tengan esa posición, de acuerdo a lo establecido en el Art. 33 de la Ley 142 de 1994.

- **De no Abuso del Derecho.** Los derechos originados en razón del presente contrato, no podrán ser ejercidos con la intención de causar daño a la otra parte contratante ni con fin distinto señalado por las normas.
- **De Información y Transparencia.** Los suscriptores o usuarios podrán solicitar y obtener información completa, precisa y oportuna, sobre todas las actividades y operaciones directas o indirectas que realicen para la prestación del servicio público, siempre y cuando no se trate de información calificada como secreta y reservada por la Ley y se cumplan con los requisitos y condiciones establecidas por la Superintendencia de acuerdo con lo dispuesto en el numeral 14, artículo 9 de la Ley 142 de 1994.
- **De Queja y Reclamo.** La empresa deberá atender, tramitar y solucionar en forma oportuna, las quejas, peticiones y recursos que sean presentados por los suscriptores o usuarios.
- **De Facturación Oportuna.** Los suscriptores o usuarios tienen derecho a conocer oportunamente los valores que deban pagar en razón del suministro y de los demás servicios inherente que le sean prestados. Las partes podrán acordar que el envío de la factura se efectúe por medios electrónicos.
- **De Obligatoriedad del pago.** Los suscriptores o usuarios pagarán en los términos definidos en la Ley en el presente contrato, la factura de servicio presentada por la empresa por la prestación del servicio, pena de hacerse acreedores de las sanciones consagradas en la ley y este contrato.
- **De Participación.** Los suscriptores o usuarios podrán participar en la gestión y fiscalización de las empresas, en los términos previstos en la Ley 142 de 1994, 689 de 2001 y las normas que la desarrollen.
- **De Agilidad y Economía en los Trámites.** La empresa deberá abstenerse de imponer a los suscriptores o usuarios trámites que se acuerdo con las normas vigentes están prohibidos o que según la naturaleza de la solicitud sean innecesarios, o de exigirles documentos o requisitos que puedan verificar en sus archivos.
- **De Responsabilidad.** Las partes en el presente contrato responderán por los daños o indemnizarán los perjuicios causados, de acuerdo con la Ley.

#### **4.2.2. Diseño de la herramienta de medición**

Para el diseño de la encuesta se tuvo como base el análisis realizado a los diferentes ciclos de servicio que se llevan a cabo en Metrogas de Colombia S.A.

E.S.P., donde se determinaron los factores a evaluar a partir de cada uno de los momentos de verdad y se definieron los elementos críticos e importantes para tener en cuenta en la encuesta (Ver Anexo 3).

La encuesta se realizará de forma personal, donde se tuvo la oportunidad de interactuar frente a frente, el usuario con el entrevistador y poder observar las reacciones o actitudes por parte del encuestado a la hora de responder las preguntas, por otra parte se descartó la utilización de la encuesta por teléfono ya que la empresa Metrogas de Colombia S.A. E.S.P. ha tenido experiencias no muy enriquecedoras con este tipo de entrevista ya que no ha producido resultados satisfactorios.

Las preguntas se diseñaron para la encuesta de forma estructurada ya que especifican el grupo de alternativas de respuesta y el formato de respuesta presenta los diferentes estilos como preguntas de opción múltiple, preguntas dicotómica y a escala.

La mayoría de las preguntas realizadas en la encuesta tiene asociado un indicador evaluado en la Matriz de Niveles de Satisfacción que va a permitir un análisis profundo de los puntos críticos de la empresa respecto al servicio prestado al usuario.

A continuación se mostrará la relación existente entre la pregunta de la encuesta y el índice o factor evaluado.

**Tabla 1. Relación existente entre la pregunta de la encuesta y el índice o factor evaluado.**

<b>PREGUNTA</b>	<b>INDICE O FACTOR EVALUADO</b>
1	Índice específico relativo al servicio prestado
1.1	Principales problemas con el servicio ofrecido por Metrogas
2	Entrega oportuna de la factura en los domicilios de los usuarios
2.1	Número de veces que la factura no ha llegado a tiempo
3	Nivel de error registrado en la factura por parte del área de facturación
3.1	Número de veces que la factura ha llegado con errores
4	Tipo de error presentado en la factura
5	a) Índice específico relativo a la amabilidad b) Índice específico relativo al recurso humano c) Índice específico relativo al recurso humano d) Índice específico relativo al recurso humano
6	Lugares donde los usuarios cancelan la factura del gas
7	Razones por las cuales los usuarios cancelan la factura en la oficina de Metrogas
8	a) Índice específico relativo a la agilidad en la atención

	<ul style="list-style-type: none"> <li>b) Índice específico relativo a la cantidad suficiente de cajeros</li> <li>c) Índice específico relativo a la amabilidad</li> <li>d) Índice específico relativo a la disponibilidad de horarios</li> </ul>
9	Determinar si los usuarios han tenido problemas con los puntos autorizados
9.1	Tipos de problemas que han tenido los usuarios con los puntos autorizados
10	Determinación si ha existido algún contacto entre el usuario y un funcionario de Metrogas
10.1	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Índice específico relativo a la agilidad en la atención</li> <li>b) Índice específico relativo a la agilidad en la atención</li> <li>c) Índice específico relativo a la agilidad en la atención</li> <li>d) Índice específico relativo a la disponibilidad del funcionario</li> </ul>
11	Tipos de servicios que han solicitado los usuarios a Metrogas
12	<p><b>Índice específico relativo a la calidad del servicio técnico prestado</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Índice específico relativo la oportunidad de la prestación del servicio</li> <li>b) Índice específico relativo a la agilidad de la prestación del servicio</li> <li>c) Índice específico relativo a la calidad de la prestación del servicio</li> <li>d) Índice específico relativo al cumplimiento de lo pactado</li> </ul>
13	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Índice específico relativo a la amabilidad</li> <li>b) Índice específico relativo a la presentación personal</li> <li>c) Índice específico relativo al recurso humano</li> <li>d) Índice específico relativo al recurso humano</li> </ul>
14	Nivel de compra de los usuarios de las instalaciones de suministro de gas natural para sus viviendas
15	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Índice específico relativo al recurso humano</li> <li>b) Índice específico relativo al recurso humano</li> <li>c) Índice específico relativo a la amabilidad</li> <li>d) Índice específico relativo a la presentación personal</li> <li>e) Índice específico relativo al recurso humano</li> </ul>
16	Recomendaciones de los usuarios de Metrogas para mejorar el servicio que actualmente ofrece

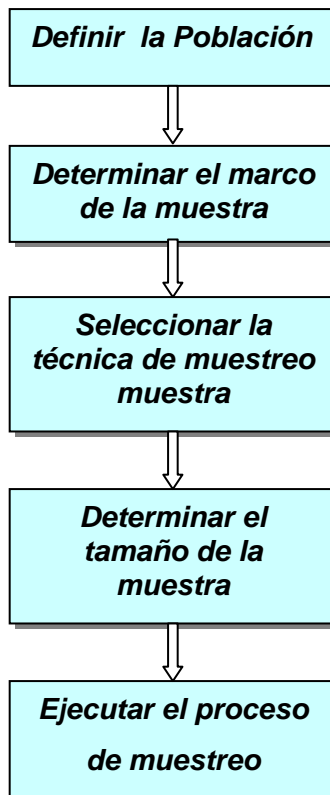
El ciclo de servicio de la Revisión periódica al cual se le realizó su respectivo análisis, no se incluyó en el diseño de la encuesta ya que es una actividad que se realiza periódicamente y a intervalos no superiores a cinco años determinados por el contrato de condiciones uniformes, por lo tanto, muchos de los usuarios pueden no haber estado en la última revisión por que son inquilinos nuevos o simplemente no recuerdan el servicio prestado por el tiempo transcurrido. Debido a esta situación se realizó el diseño de un formato de este proceso de forma independiente buscando evaluar las actuales revisiones periódicas con cada uno de los usuarios correspondientes a esta fecha, que han cumplido su periodo de

tiempo, y se ha dejado al dueño de este proceso la operación de aplicar dicho formato (Ver Anexo 1).

#### **4.2.3. Diseño de la muestra**

El proceso de diseño de la muestra incluye cinco pasos que están estrechamente interrelacionados y son relevantes para todos los aspectos de la Auditoria del Servicio, los cuales son:

**Figura 14. Pasos para el diseño de la muestra**



##### **4.2.3.1. Definición de la población meta de la auditoria del servicio**

La población meta que se tendrá en cuenta en este proyecto serán todos los usuarios a los cuales se le presta el servicio de gas natural de la empresa Metrogas de Colombia S.A. E.S.P.; en las modalidades residencial, comercial e industrial pertenecientes a Floridablanca y Ritoque.

**Elemento:** Hombres o mujeres encargados del manejo de los trámites correspondientes del servicio público de gas.

**Unidad de la muestra:** Usuarios mayores de 15 años que utilizan el servicio de gas natural.

**Extensión:** Floridablanca y Ruitoque  
**Tiempo:** 2005

#### 4.2.3.2. Marco de la muestra

El marco de la muestra se tomará de la base de datos existente en Metrogas de Colombia S.A. E.S.P., ya que contienen la información necesaria sobre los usuarios como nombres y apellidos, direcciones, teléfonos, etc.

#### 4.2.3.3. Selección de la técnica de muestreo

La técnica de muestreo a utilizar es probabilística ya que cada usuarios de Metrogas tiene la misma probabilidad de ser seleccionado en la muestra. El muestreo probabilístico se va a llevar acabo por Muestreo Aleatorio Simple, el método utilizado para seleccionar un usuario de Metrogas es aleatorio sin reemplazo donde en el cual cada miembro de la población puede elegirse una sola vez.

#### 4.2.3.4. Determinación del tamaño de la muestra para la Auditoria del Servicio

Como se conoce el tamaño de la población objetivo, se usará el siguiente procedimiento que permitirá determinar el tamaño de la muestra.

Sean:

N= Tamaño de la población (Número total de usuarios facturados en el mes de agosto de la empresa de Metrogas de Colombia)

B= Error de estimación (5%)

D= Ajuste del error de estimación

p= Probabilidad a favor de la muestra

q= Probabilidad en contra de la muestra

n= Tamaño de la muestra

Para efectos de producir el mayor tamaño posible de la muestra se utiliza p igual a 0.5; como  $p+q = 1$ , entonces  $p=0.5$  y  $q=0.5$

$$n = \frac{Npq}{(N-1)D + pq}$$

$$D = \frac{B^2}{4}$$

El nivel de confianza (Z) con el cual se va a trabajar es del 95%; por lo tanto el error de estimación (B) es del 5%.

$$D = \frac{B^2}{4} = \frac{(0.05)^2}{4} = \frac{0.0025}{4} = 0.000625$$

Entonces,

$$n = \frac{(50.451) * (0.5) * (0.5)}{(50.451 - 1) * 0.000625 + (0.5) * (0.5)} = 396.861 = 397 \text{ personas}$$

El tamaño de la muestra para la realización de este estudio será de 397 usuarios, quienes serán los encargados de responder las preguntas de la encuesta y ser los representantes de la población objetivo de la empresa Metrogas de Colombia S.A. E.S.P.

#### **4.2.4. Trabajo de campo**

##### 4.2.4.1. Plan de trabajo

En el proceso de recolección de información por parte del personal responsable del trabajo de campo resulta básico disponer de un adecuado plan de trabajo, el cual facilite la obtención de la percepción del cliente sobre la calidad del servicio ofrecido por Metrogas de Colombia S.A. E.S.P.

##### 4.2.4.2. Selección del grupo de trabajo

Es importante determinar las características y especificaciones que deben cumplir el grupo de trabajo que se va a encargar de la recolección de la información, ya que de allí depende en gran medida el éxito de la aplicación de la metodología de la auditoría del servicio; tales personas deben contar con las cualidades tales como:

- *Comunicativo*, es decir, que tengan la habilidad tanto de hablar como de escuchar al usuario para que este sienta que su colaboración y aporte es importante para el mejoramiento de los procesos de la empresa.
- *Sociable*, que sea capaz de hacer sentir al usuario cómodo y en confianza con en el momento de la aplicación la encuesta y se vea reflejado en la calidad de las respuestas dadas.

- *Buena presentación personal y ser educados*, la apariencia debe ser agradable con el fin de causar una buena impresión y debe tener la habilidad de leer, para que el usuario entienda sin dificultad las preguntas y de redacción al consignar las recomendaciones dadas por el encuestado.
- *Honesto y neutral*, es decir, que la información recopilada sea correcta y verdadera, además debe ser imparcial con los comentarios dados por los usuarios evitando la tendencia ya sea favorable o desfavorable para la empresa de las respuestas dadas por los usuarios.

En esta parte del estudio se involucran diferentes variables que pueden afectar las respuestas obtenidas por parte de los usuarios, puesto que el contacto directo con el usuario lo está efectuando la persona encargada de tomar los datos, que en este caso se llama encuestador; por lo tanto se explicaron ciertas pautas para llevar a cabo la aplicación de la encuesta desde el contacto inicial con los usuarios, la forma de realizar las preguntas, el registro de las respuestas hasta la finalización de la misma.

Estas personas recibieron la capacitación adecuada acerca de los diferentes ciclos del servicio analizados en Metrogas de Colombia S.A. E.S.P. y de la Auditoria del servicio para que el trabajo realizado se vea reflejado en la calidad de los datos recopilados, además se busca la utilización de las encuestas en forma estandarizada para que la información sea uniforme.

#### .2.4.3. Prueba piloto

La encuesta es aplicada con anterioridad a un grupo de usuarios para determinar las posibles falencias del diseño y poder adecuar las preguntas y su secuencia para un fácil entendimiento de la misma; teniendo en cuenta desde la redacción, el vocabulario utilizado hasta la estructura del cuestionario (Ver Anexo 4).

Teniendo presente este procedimiento se realizaron los ajustes necesarios donde se definió la estructura de la encuesta final de la Auditoria el Servicio en Metrogas de Colombia S.A. E.S.P.

#### 4.2.4.4. Procesamiento de la información

Para procesar la información se utilizó un programa de Excel donde permitió ver de forma detallada los resultados de los datos recolectados por los encuestadores de acuerdo a la satisfacción de los usuarios con respecto al servicio recibido por parte de Metrogas de Colombia S.A. E.S.P.

En el programa se requiere ingresar los datos tabulados de acuerdo a las preguntas y la calificación dada por los usuarios, arrojando la siguiente información:


- Los porcentajes de cada respuesta
- El índice específico al cual pertenece cada pregunta
- El índice de satisfacción con cada uno de los factores evaluados en las preguntas.
- Promedio final de cada índice de satisfacción, teniendo en cuenta la ponderación de las preguntas que pertenecen a dicho índice.
- Atributos de calidad del servicio para Metrogas de Colombia S.A. E.S.P. promediando todos los índices de satisfacción.

#### 4.2.5. Análisis de la satisfacción de los clientes

##### 4.2.5.1. Diseño de la libreta de calificaciones

Para observar y analizar de manera sencilla los resultados arrojados por la auditoria del servicio y mantener un registro de la calidad del servicio ofrecido por Metrogas a sus usuarios, se ha diseñado la libreta de calificaciones del cliente, donde se presenta de forma acumulada los resultados de cada uno de los índices específicos de satisfacción. Por lo tanto, la libreta de calificaciones es una matriz que contiene dicha información y para este caso es la Matriz de Niveles de Satisfacción.

Tabla 2. Matriz de niveles de satisfacción

	<b>METROGAS DE COLOMBIA S.A. E.S.P</b> <b>AUDITORIA DEL SERVICIO</b> <b>Matriz de niveles de satisfacción</b> <b>Producto: Servicio al cliente</b> <b>Fecha: ___/___/___</b>			
	BAJO (0 – 80%)	ACEPTABLE (81 – 90%)	BUENO (91 – 95%)	EXCELENTE (96 – 100%)
<b>Servicio prestado</b>				
<b>Amabilidad</b>				
<b>Recurso humano</b>				
<b>Agilidad en la atención</b>				
<b>Cantidad suficiente de cajeros</b>				
<b>Disponibilidad de horarios</b>				
<b>Disponibilidad de funcionarios</b>				
<b>Presentación personal</b>				
<b>Calidad del Serv. Téc. Prestado</b>				
<b>FACTOR</b>	<b>CRÍTICO</b>	<b>ESTABLE</b>	<b>DIFERENCIADOR</b>	

En esta matriz se va a resumir la información recolectada por medio de la Auditoria del Servicio permitiendo conocer cuales son las fortalezas y debilidades de Metrogas de cada uno de los factores e índices evaluados en la encuesta.

Siendo esta un elemento base para tomar decisiones y acciones correctivas respecto a los factores críticos que arrojen los resultados.

#### 4.2.5.2. Características de la muestra

Gráfico1. Característica de la muestra

### CARACTERÍSTICA DE LA MUESTRA: GÉNERO ANÁLISIS SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES METROGAS

Cuadro 1

DETALLE	ESTRATOS SOCIOECONOMICOS								FLORIDA	
	Estrato 1		Estrato 2		Estrato 3		Estrato 4-5		F	%
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Masculino	7	25%	40	27%	39	32%	17	27%	103	28%
Femenino	21	75%	110	73%	83	68%	46	73%	260	72%

A 3D bar chart illustrating the gender distribution of the sample. The vertical axis represents percentages from 0% to 100%. The horizontal axis shows two categories: 'Masculino' and 'Femenino'. The 'Masculino' bar is blue and reaches the 28% mark. The 'Femenino' bar is purple and reaches the 72% mark.

TOTAL	28	-	150	-	122	-	63	-	363	-
PARTICIPACIÓN	8%		41%		34%		17%		100%	
ENCUESTADOS	28		150		122		63		363	

INVESTIGADORA: YESENIA SANTOS S. SEPTIEMBRE 2005

Los usuarios de Metrogas S.A. E.S.P. se concentran y tienen mayor participación principalmente en los estratos 2 y 3 y se observa que en el momento de realizar la encuesta el 72% de la población son mujeres en donde no existe distinción entre los estratos, ya que en cada uno de ellos los porcentajes del sexo femenino fue en promedio el doble del masculino mostrándonos así las estadísticas de los datos procesados.

#### 4.2.5.3. Indicadores de satisfacción

El procesamiento de los datos recopilados por medio de la encuesta, facilita observar la información y los resultados de manera detallada, permitiendo analizar cada uno de los índices y factores evaluados en dicho cuestionario.

La mayoría de las preguntas refleja un índice de satisfacción y las otras evalúa un determinado factor dentro de la organización, donde se determina cuales son los procesos en los cuales los usuarios se encuentran inconformes con la prestación de un servicio, estos se pueden apreciar en los gráficos de las preguntas donde se identifican los procedimientos que se encuentran en un estado crítico, estable y diferenciador por los porcentajes pertenecientes a cada índice y de esta manera poder tomar decisiones y acciones correctivas al respecto.

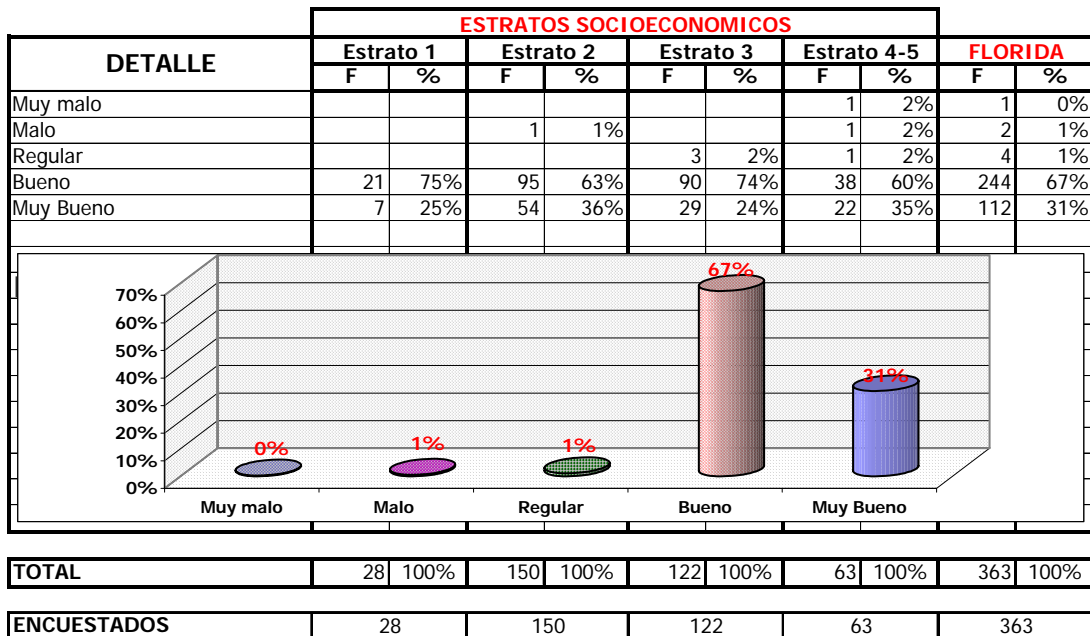
Por lo tanto el análisis de los resultados se describe a continuación:

- **Índice específico relativo al servicio prestado**

**Gráfico 2. Servicio ofrecido por Metrogas**

**CALIFICACIÓN DEL SERVICIO OFRECIDO POR METROGAS  
ANÁLISIS SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES  
METROGAS**

**CUADRO 2**



INVESTIGADORA: YESENIA SANTOS S. SEPTIEMBRE 2005

Tabla 3. Tabulación de los datos del servicio ofrecido por Metrogas

Servicio ofrecido por Metrogas	CALIFICACION					Promedio	Porcentaje
	1	2	3	4	5		
Estrato 1	0%	0%	0%	75%	25%	4,25	85%
Estrato 2	0%	1%	0%	63%	36%	4,34	87%
Estrato 3	0%	0%	2%	74%	24%	4,22	84%
Estrato 4-5	2%	2%	2%	60%	34%	4,22	84%
<b>TOTAL DE LA PREGUNTA</b>						<b>4,3</b>	<b>86%</b>

Este índice refleja que los servicios ofrecidos por Metrogas S.A. E.S.P. se encuentran en un nivel *aceptable* referente a la satisfacción de los usuarios y se considera que está dentro de los parámetros de calidad establecidos en la matriz de niveles de satisfacción. Se observa que existe por parte de los usuarios de los estratos 4 y 5 mayor inconformidad por la prestación de los servicios. Los usuarios de Metrogas en términos generales se encuentran satisfechos con el servicio brindado actualmente por la empresa.

- Principales problemas con el servicio del gas

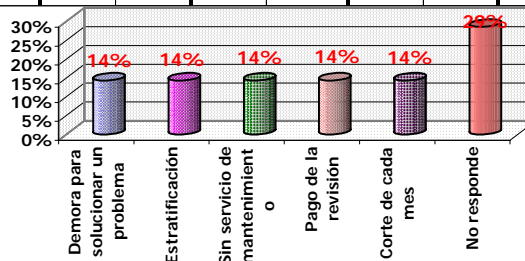
Gráfico 3. Problemas con el servicio

**PRINCIPALES PROBLEMAS CON EL SERVICIO OFRECIDO POR METROGAS**

**ANÁLISIS SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES METROGAS**

CUADRO 3

DETALLE	ESTRATOS SOCIOECONOMICOS						FLORIDA			
	Estrato 1		Estrato 2		Estrato 3		Estrato 4-5		F	%
	F	%	F	%	F	%	F	%		
Demora para solucionar un problema					1	33%			1	14%
Estratificación							1	33%	1	14%
Sin servicio de mantenimiento							1	33%	1	14%
Pago de la revisión					1	33%			1	14%
Corte de cada mes					1	33%			1	14%
No responde			1	100%			1	33%	2	29%



<b>TOTAL</b>		-	1	-	3	-	3	-	7	-
--------------	--	---	---	---	---	---	---	---	---	---

<b>ENCUESTADOS INSATISFECHOS</b>			1		3		3		7	
----------------------------------	--	--	---	--	---	--	---	--	---	--

INVESTIGADORA: YESENIA SANTOS S. SEPTIEMBRE 2005

Los usuarios insatisfechos manifestaron las razones por las cuales no se encuentran conformes con el servicio ofrecido por Metrogas, en donde tres de estos elementos están ligados a las normas de la empresa, es decir, éstas no se pueden modificar por ser la base para regir la organización; por lo tanto, los principales problemas de insatisfacción se reduce a la demora para solucionar un problema y sin servicio de mantenimiento, además hay que tener en cuenta que un alto porcentaje de los usuarios no expusieron sus motivos de insatisfacción con la empresa .

Se concluye que existe un pequeño porcentaje de usuarios inconformes con el servicio prestado por Metrogas.

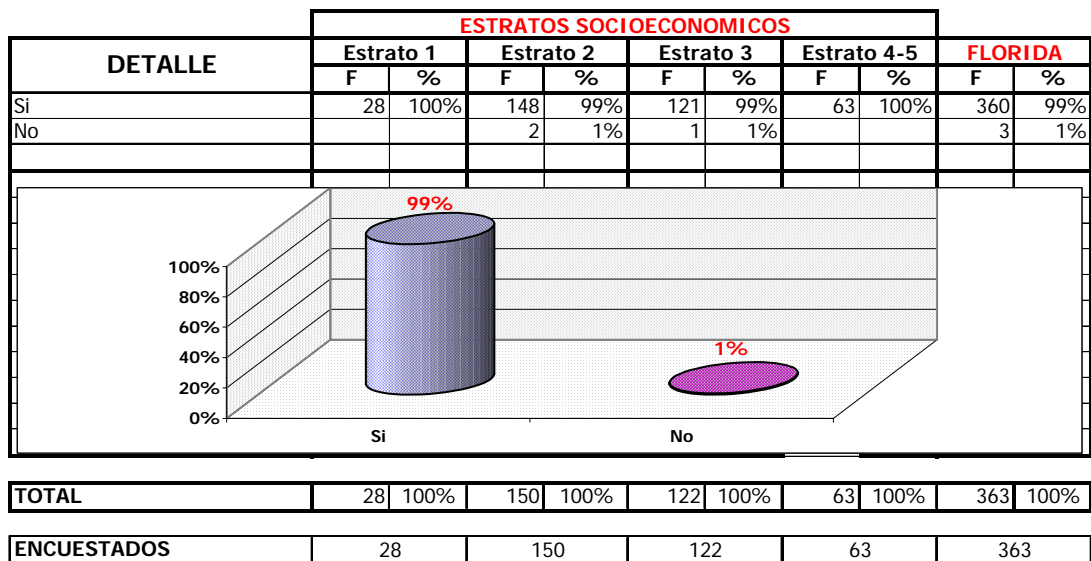
- **Calificación de la entrega oportuna de la factura en los domicilios de los usuarios**

Gráfico 4. Entrega oportuna de la factura

**CALIFICACIÓN DE LA ENTREGA OPORTUNA DE LA FACTURA EN LOS DOMICILIOS DE LOS USUARIOS**

**ANÁLISIS SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES METROGAS**

**CUADRO 4**



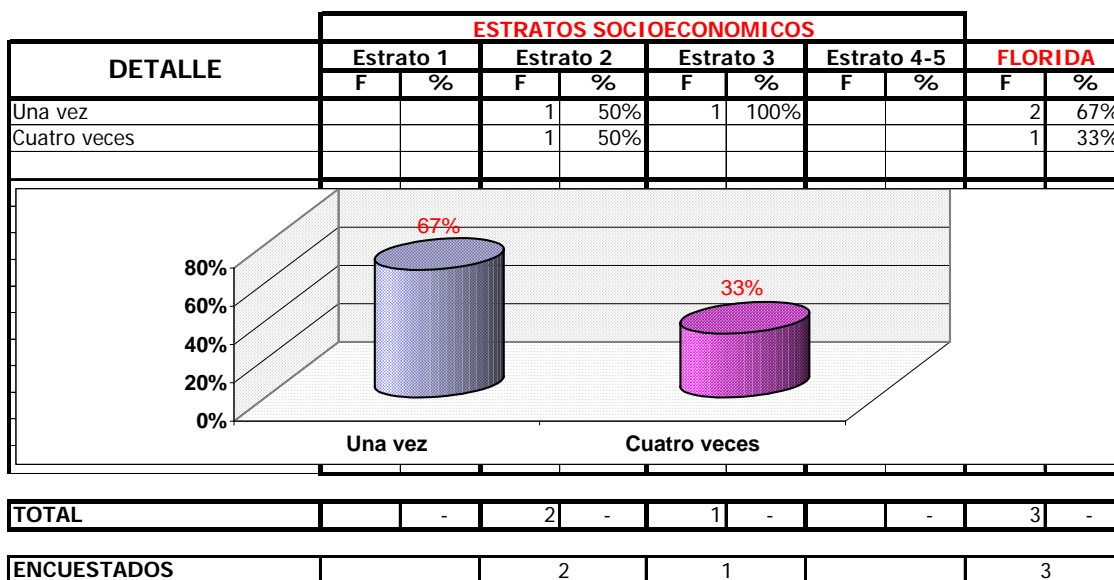
Para que los usuarios se encuentren al día con el pago del servicio de gas natural con la empresa, es necesario que la factura llegue puntual a sus viviendas y de ésta manera evitar la suspensión del servicio; por lo tanto, existe satisfacción por

gran parte de los usuarios en el proceso de la entrega de la factura, se considera que llega de manera oportuna a cada uno de los domicilios y en las fechas establecidas para su posterior cancelación, aunque existe alguna inconformidad en los estratos 2 y 3 se encontrándose usuarios insatisfechos con este procedimiento.

- **Número de veces que la factura no ha llegado a tiempo**  
Gráfico 5. Número de veces que la factura no ha llegado a tiempo

**NÚMERO DE VECES QUE LA FACTURA NO HA LLEGADO A TIEMPO**  
**ANÁLISIS SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**  
**METROGAS**

**CUADRO 5**



INVESTIGADORA: YESENIA SANTOS S. SEPTIEMBRE 2005

Este factor permite conocer la cantidad de veces que la empresa ha incurrido en el error de entregar la factura retrasada a la fecha establecida con los usuarios que han tenido este inconveniente.

Esta inconformidad se presenta en pocos usuarios de Metrogas concentrándose en los estratos 2 y 3.

- Nivel de error registrado en la factura por parte del área de facturación

Gráfica 6. Error registrado en la factura

### NIVEL DE ERROR REGISTRADO EN LA FACTURA POR PARTE DEL ÁREA DE FATURACIÓN

#### ANÁLISIS SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES METROGAS

CUADRO 6

DETALLE	ESTRATOS SOCIOECONOMICOS									
	Estrato 1		Estrato 2		Estrato 3		Estrato 4-5		FLORIDA	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Si	2	7%	6	4%	3	2%	3	5%	14	4%
No	26	93%	144	96%	119	98%	60	95%	349	96%
<p>A 3D bar chart illustrating the satisfaction levels. The vertical axis represents percentages from 0% to 100%. The horizontal axis has two categories: 'Si' (Yes) and 'No' (No). The 'Si' bar is a small blue disc representing 4%, and the 'No' bar is a tall purple cylinder representing 96%.</p>										
<b>TOTAL</b>	28	-	150	-	122	-	63	-	363	-
<b>ENCUESTADOS</b>	28		150		122		63		363	

INVESTIGADORA: YESENIA SANTOS S. SEPTIEMBRE 2005

Las personas encargadas de tomar las lecturas en los contadores de los domicilios de los usuarios y la información registrada de los mismos, presentan poco margen de error, contando con una apreciativa positiva de los usuarios de Metrogas, los cuáles en su mayoría se encuentran satisfechos con este procedimiento.

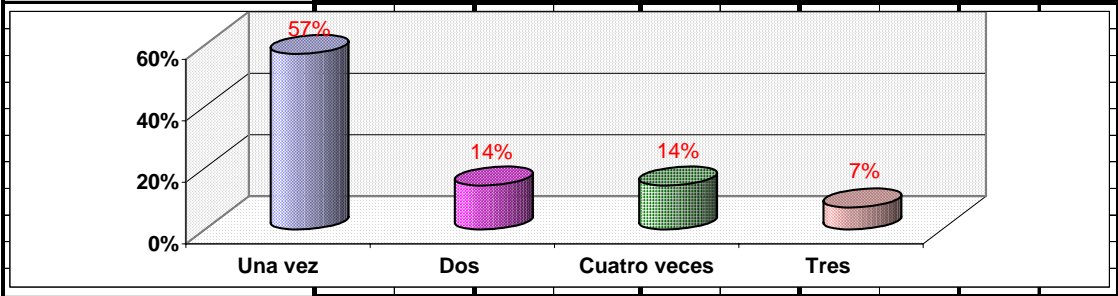
- Número de veces que ha llegado la factura con errores

Gráfica 7. Número de veces que la factura ha llegado con errores

**NÚMERO DE VECES QUE LA FACTURA HA LLEGADO CON ERRORES**  
**ANÁLISIS SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**  
**METROGAS**

**CUADRO 7**

DETALLE	ESTRATOS SOCIOECONOMICOS									
	Estrato 1		Estrato 2		Estrato 3		Estrato 4-5		FLORIDA	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Una vez	1		4	67%	3	100%			8	57%
Dos	1						1		2	14%
Cuatro veces			1	17%			1		2	14%
Tres			1	17%					1	7%
Ocho							1		1	7%
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>6</b>	<b>-</b>	<b>3</b>	<b>-</b>	<b>3</b>	<b>-</b>	<b>14</b>	<b>-</b>
<b>ENCUESTADOS</b>	<b>2</b>		<b>6</b>		<b>3</b>		<b>3</b>		<b>14</b>	



INVESTIGADORA: YESENIA SANTOS S. SEPTIEMBRE 2005

Este factor determina la cantidad de veces que Metrogas ha cometido equivocaciones en el registro de la información en la factura con quienes han tenido este inconveniente, presentándose en el estrato 2 la mayor concentración de usuarios inconformes con este procedimiento, pero son pocos los usuarios de Metrogas que presentan dicha insatisfacción.

- Tipo de error presentado en la factura

Gráfica 8. Tipo de error presentado en la factura

**TIPO DE ERROR PRESENTADO EN LA FACTURA SEGÚN  
CRITERIO DE LOS USUARIOS  
ANÁLISIS SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES  
METROGAS**

**CUADRO 8**

DETALLE	ESTRATOS SOCIOECONOMICOS								FLORIDA	
	Estrato 1		Estrato 2		Estrato 3		Estrato 4-5		F	%
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Toma de lectura	1	50%	5	83%	2	67%	1	33%	9	64%
Cambio de estrato			1	17%					1	7%
Cobro de servicios facturados	1	50%							1	7%
Cambio de suscriptor					1	33%			1	7%
No responde							2	67%	2	14%
<b>TOTAL</b>	2	-	6	-	3	-	3	-	14	-
<b>ENCUESTADOS</b>	2		6		3		3		14	

The 3D bar chart displays the percentage distribution of errors reported by users. The vertical axis represents the percentage from 0% to 70%. The horizontal axis lists the error types. The bars are colored as follows: Toma de lectura (blue, 64%), Cambio de estrato (purple, 7%), Cobro de servicios facturados (green, 7%), Cambio de suscriptor (brown, 7%), and No responde (dark purple, 14%).

Estos resultados permiten conocer los errores más comunes que se registran en la factura de los usuarios que han tenido este inconveniente, en donde se determina que el pequeño porcentaje de los usuarios insatisfechos con los procesos internos de la organización se encuentran inconformes principalmente con errores en la toma de lectura, ya que consideran que su consumo es más bajo comparado con el valor facturado, además existe un porcentaje considerable de usuarios que no manifestaron los errores inscritos en su factura.

**Aspectos evaluados en la encuesta en el momento en que el usuario realizó el reclamo por el error presentado en la factura:**

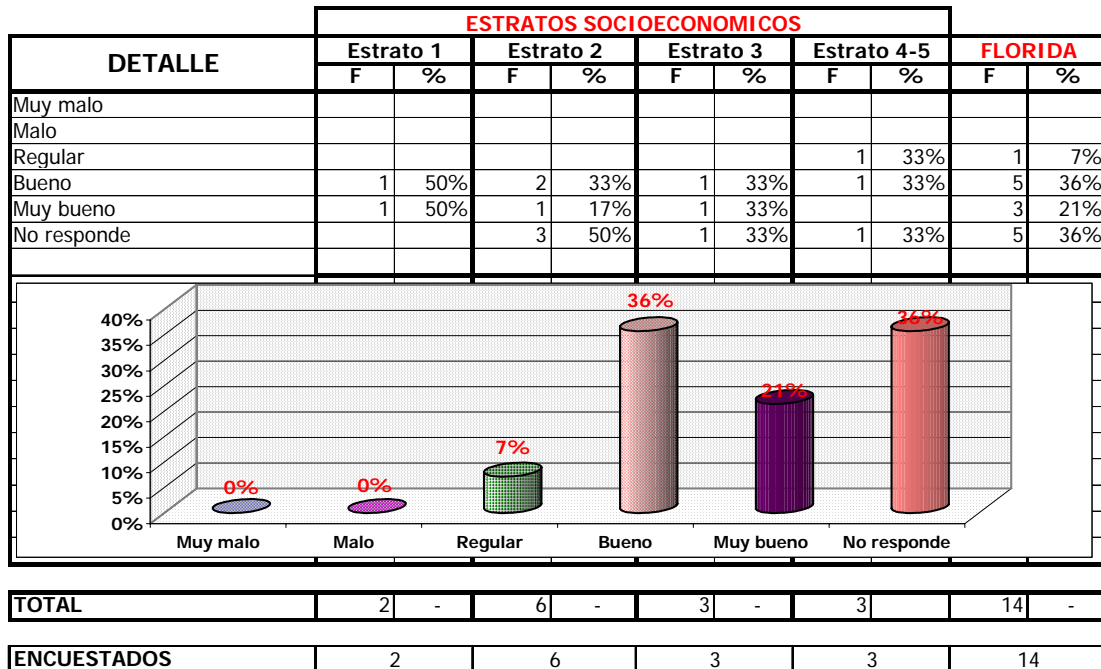
## Índice específico relativo a la amabilidad

Gráfica 9. Amabilidad del funcionario de atención a usuarios

### CALIFICACIÓN DE LA AMABILIDAD DEL FUNCIONARIO EN EL ÁREA DE ATENCIÓN A USUARIOS

#### ANÁLISIS SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES METROGAS

CUADRO 9



INVESTIGADORA: YESENIA SANTOS S. SEPTIEMBRE 2005

Tabla 4. Tabulación de los datos de la amabilidad en atención a usuarios

Amabilidad del funcionario	CALIFICACION					Promedio	Porcentaje
	1	2	3	4	5		
Estrato 1	0%	0%	0%	50%	50%	4,5	90%
Estrato 2	0%	0%	0%	67%	33%	4,3	87%
Estrato 3	0%	0%	0%	50%	50%	4,5	90%
Estrato 4-5	0%	0%	50%	50%	0%	3,5	70%
<b>TOTAL DE LA PREGUNTA</b>						<b>4,2</b>	<b>84%</b>

Este índice de satisfacción se ubica dentro de los parámetros de calidad en el nivel *aceptable*. La mayoría de los usuarios valoran la cortesía y el respeto que tienen los funcionarios de la empresa en el momento de atender los reclamos con un calificativo de bueno, sin embargo una gran parte de los usuarios no manifestaron su opinión además es importante resaltar que ningún usuario consideró este índice entre las calificativos más bajos; por lo tanto los usuarios de

Metrogas se encuentran satisfechos con la amabilidad ofrecida por los funcionarios en atención al cliente de la empresa.

- Índice específico relativo al recurso humano

### Calidad de la información suministrada

Gráfica 10. Calidad de la información suministrada

### CALIFICACIÓN DE LA CALIDAD DE LA INFORMACIÓN SUMINISTRADA POR EL FUNCIONARIO DE ATENCIÓN A USUARIOS ANÁLISIS SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES METROGAS

CUADRO 10

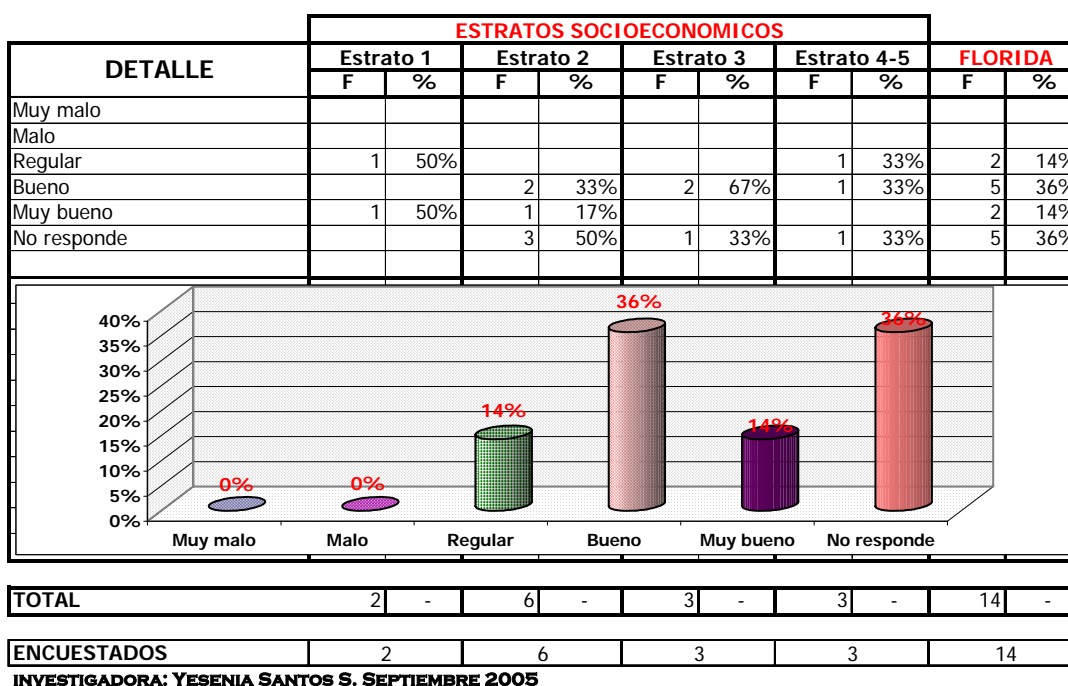


Tabla 5. Tabulación de los datos de la calidad de la información suministrada

Calidad de la infor. suministrada	CALIFICACION					Promedio	Porcentaje
	1	2	3	4	5		
Estrato 1	0%	0%	50%	0%	50%	4,0	80%
Estrato 2	0%	0%	0%	67%	33%	4,3	87%
Estrato 3	0%	0%	0%	100%	0%	4,0	80%
Estrato 4-5	0%	0%	50%	50%	0%	3,5	70%
<b>TOTAL DE LA PREGUNTA</b>						<b>4,0</b>	<b>80%</b>

Según el conocimiento y la formación con que cuentan los funcionarios de Metrogas, depende la calidad y el respaldo de la información suministrada a los usuarios generadores de quejas o reclamos.

El porcentaje de los usuarios que tuvieron inconformidad con la empresa por el error presentado en su factura evaluaron la calidad de la información suministrada por los funcionarios de Metrogas como *crítico*, mostrando insatisfacción respecto a este índice, cabe resaltar que en todos los estratos ningún usuario calificó este factor con las dos valoraciones más bajas; por lo tanto la percepción de los usuarios es deficiente en algunos casos con respecto a los conocimientos que poseen los funcionarios en el momento de tener un contacto directo.

### Corrección del error

Tabla 11. Corrección del error

**CALIFICACIÓN DE LA CORRECCIÓN DEL ERROR GENERADA POR EL FUNCIONARIOS DE ATENCIÓN A USUARIOS**  
**ANÁLISIS SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES**  
**METROGAS**

CUADRO 11

DETALLE	ESTRATOS SOCIOECONOMICOS								FLORIDA	
	Estrato 1		Estrato 2		Estrato 3		Estrato 4-5		F	%
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Muy malo							1	33%	1	7%
Malo			2	33%					2	14%
Regular					2	67%	1	33%	3	21%
Bueno	1	50%							1	7%
Muy bueno	1	50%	1	17%					2	14%
No responde			3	50%	1	33%	1	33%	5	36%

DETALLE	F	%
Muy malo	1	7%
Malo	2	14%
Regular	3	21%
Bueno	1	7%
Muy bueno	2	14%
No responde	5	36%

TOTAL	2	-	6	-	3	-	3	-	14	-
ENCUESTADOS	2		6		3		3		14	

INVESTIGADORA: YESENIA SANTOS S. SEPTIEMBRE 2005

Tabla 6. Tabulación de los datos de la corrección del error

Corrección del error	CALIFICACION					Promedio	Porcentaje
	1	2	3	4	5		
Estrato 1	0%	0%	0%	50%	50%	4,5	90%
Estrato 2	0%	67%	0%	0%	33%	3,0	60%
Estrato 3	0%	0%	100%	0%	0%	3,0	60%
Estrato 4-5	50%	0%	50%	0%	0%	2,0	40%
<b>TOTAL DE LA PREGUNTA</b>						<b>3,1</b>	<b>62%</b>

La corrección del error determina que tan eficiente fue el funcionario de Metrogas al rectificar la falla generada por la empresa siendo un factor evaluado en la encuesta, donde fue calificado de forma deficiente por los usuarios que han tenido este inconveniente, ubicándose en un nivel *crítico* ya que su porcentaje se encuentra por fuera de los parámetros de calidad establecidos.

Determinando que los funcionarios de Metrogas en algunos momentos no cuentan con las habilidades y experiencia suficientes para realizar la corrección del error presentado.

### Prontitud en dar solución al problema

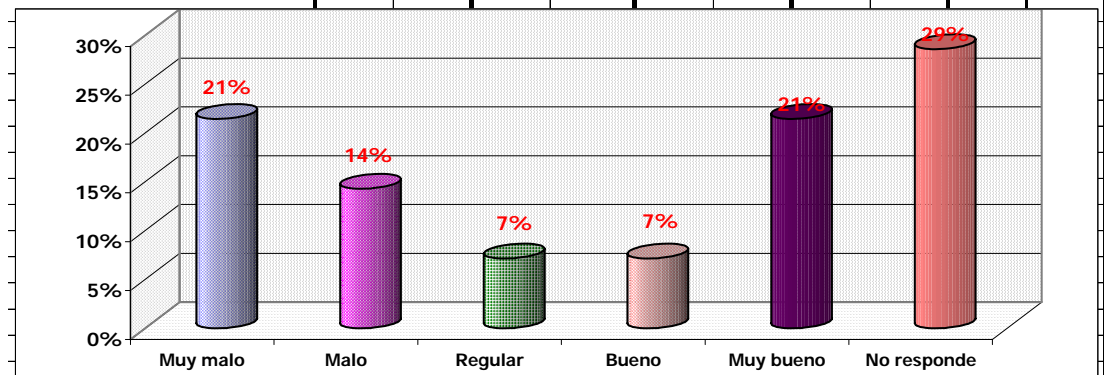
Gráfica 12. Prontitud en dar solución al problema

## CALIFICACIÓN DEL FUNCIONARIO POR LA PRONTITUD EN DAR SOLUCIÓN AL PROBLEMA EN EL ÁREA DE ATENCIÓN A USUARIOS

### ANÁLISIS SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES METROGAS

CUADRO 12

DETALLE	ESTRATOS SOCIOECONÓMICOS								FLORIDA	
	Estrato 1		Estrato 2		Estrato 3		Estrato 4-5		F	%
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Muy malo			1	17%	1	33%	1	33%	3	21%
Malo	1	50%	1	17%					2	14%
Regular							1	33%	1	7%
Bueno					1	33%			1	7%
Muy bueno	1	50%	1	17%	1	33%			3	21%
No responde			3	50%			1	33%	4	29%



TOTAL	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
	2	100%	6	100%	3	100%	3	100%	14	100%

ENCUESTADOS	2	6	3	3	14
-------------	---	---	---	---	----

INVESTIGADORA: YESENIA SANTOS S. SEPTIEMBRE 2005

Tabla 7. Tabulación de los datos de la prontitud en dar solución al problema

Prontitud en dar soln. al problema	CALIFICACION					Promedio	Porcentaje
	1	2	3	4	5		
Estrato 1	0%	50%	0%	0%	50%	3,5	70%
Estrato 2	33%	33%	0%	0%	34%	2,7	54%
Estrato 3	33%	0%	0%	33%	34%	3,4	67%
Estrato 4-5	50%	0%	50%	0%	0%	2,0	40%
<b>TOTAL DE LA PREGUNTA</b>						<b>2,9</b>	<b>58%</b>

Los funcionarios de Metrogas deben contar con la destreza y conocimiento suficiente para dar de manera rápida la solución al problema presentado por los usuarios. Este índice se cataloga como *crítico* puesto que no alcanzó a cumplir con los parámetros mínimos de calidad, además se puede observar que los pocos usuarios que han tenido este tipo de inconvenientes con la empresa, se encuentran inconformes con la forma de llevar a cabo este proceso percibiendo en algunos momentos poca formación y habilidad para resolver dicha situación.

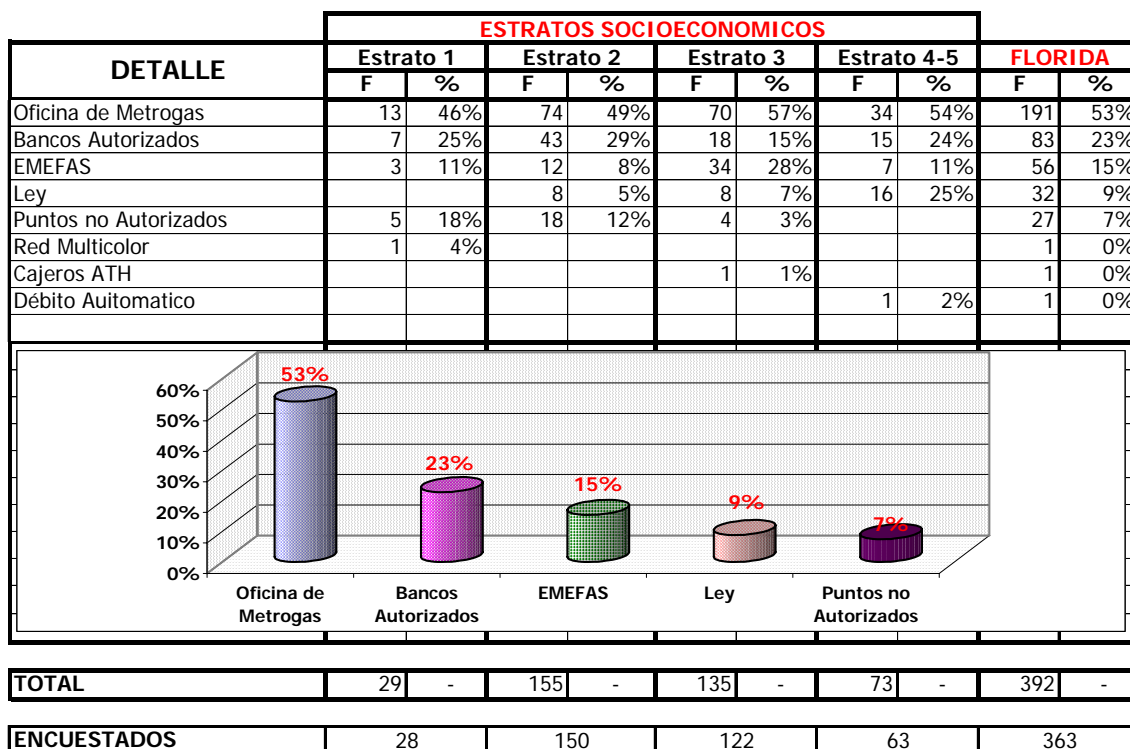
- **Sitios donde los usuarios cancelan la factura**

Gráfico 13. Sitios donde los usuarios cancelan la factura del gas

**SITIOS DONDE LOS USUARIOS CANCELAN LA FACTURA DEL GAS**

**ANÁLISIS SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES METROGAS**

CUADRO 13



INVESTIGADORA: YESENIA SANTOS S. SEPTIEMBRE 2005

La mayoría de los usuarios prefieren cancelar su factura en la oficina de Metrogas, pero existe el caso de usuarios que pagan el servicio de gas natural en puntos no autorizados especialmente en los estratos 1, 2 y 3, donde la empresa no puede garantizar un servicio con transparencia en dichos puntos, es decir, que no se presenten inconvenientes con estas cancelaciones.

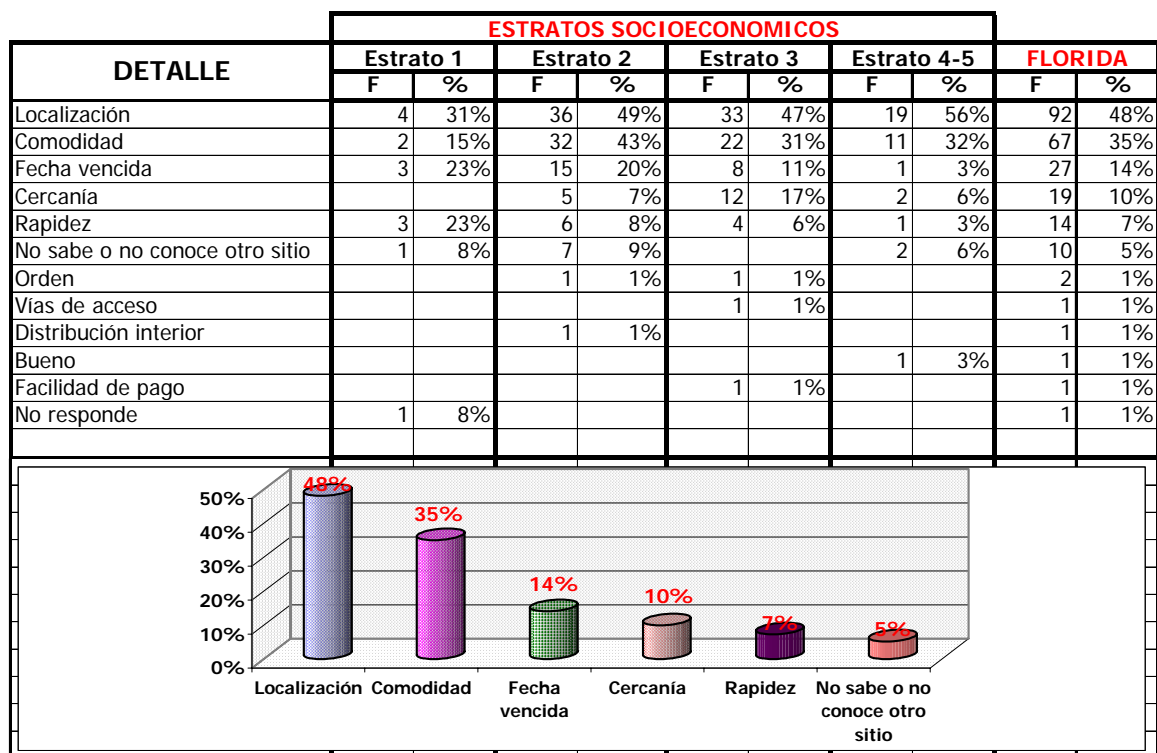
- **Razones por las cuales los usuarios cancelan la factura en la oficina de Metrogas**

Gráfica 14. Razones de los usuarios para cancelar su factura en la oficina de Metrogas

**RAZONES POR LAS CUALES LOS USUARIOS CANCELAN LA FACTURA EN LA OFICINA DE METROGAS**

**ANÁLISIS SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES METROGAS**

**CUADRO 14**



<b>TOTAL</b>	14	-	103	-	82	-	37	-	236	-
--------------	----	---	-----	---	----	---	----	---	-----	---

<b>ENCUESTADOS</b>	13		74		70		34		191	
--------------------	----	--	----	--	----	--	----	--	-----	--

INVESTIGADORA: YESENIA SANTOS S. SEPTIEMBRE 2005

Los usuarios manifiestan los motivos relevantes por los cuales cancelan su factura en la oficina de Metrogas y la principal razón es su localización, es decir, la empresa esta ubicada de forma estratégica que facilita la llegada de los usuarios

además está respaldado por la seguridad de la zona, pero existe un pequeño porcentaje de usuarios que cancelan la factura en la oficina de la empresa porque dejan pasar la fecha límite de pago. Es importante reconocer que la empresa cuenta con varios atributos tangibles que son valorados por los clientes externos y lo tienen en cuenta en el momento de realizar dicha cancelación.

### Factores de satisfacción respecto a la atención ofrecida en caja:

Gráfica 15. Tiempo de espera para ser atendidos los usuarios en caja

- Índice específico relativo a la agilidad en la atención

### CALIFICACIÓN DE LOS USUARIOS SOBRE EL TIEMPO DE ESPERA PARA SER ATENDIDOS EN CAJA ANÁLISIS SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES METROGAS

CUADRO 15

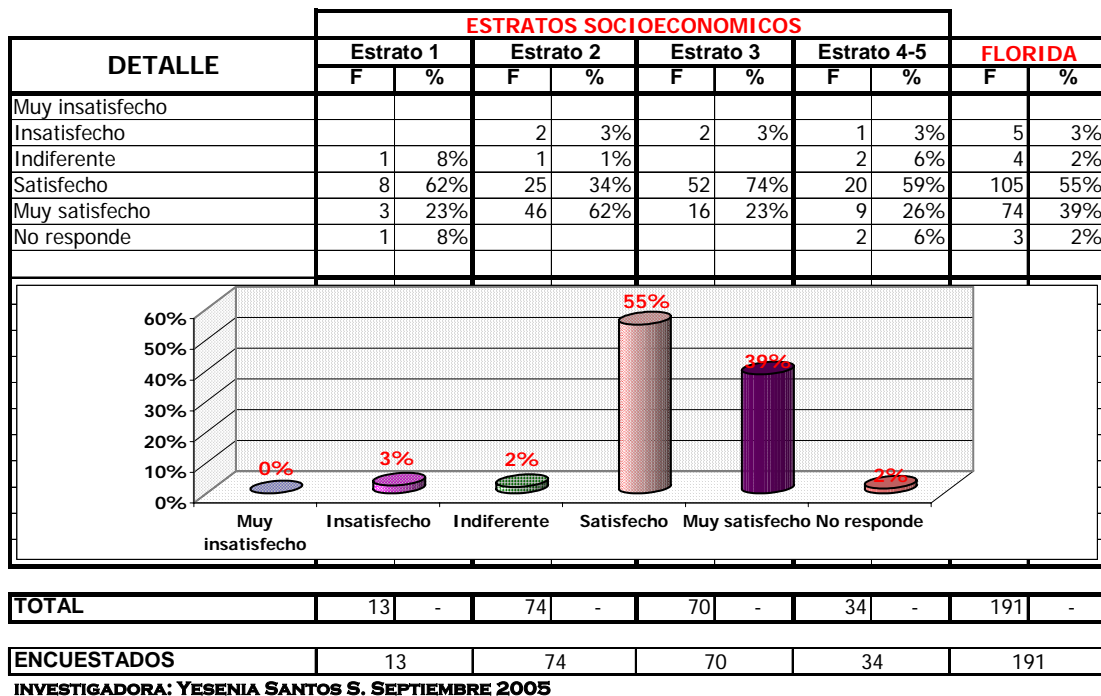


Tabla 8. Tabulación de los datos del tiempo de espera para ser atendido en caja

Tiempo espera para ser atendido	CALIFICACION					Promedio	Porcentaje
	1	2	3	4	5		
Estrato 1	0%	0%	8%	67%	25%	4,2	83%
Estrato 2	0%	3%	1%	34%	62%	4,6	91%
Estrato 3	0%	3%	0%	74%	23%	4,2	83%
Estrato 4-5	0%	3%	6%	63%	28%	4,2	83%
<b>TOTAL DE LA PREGUNTA</b>						<b>4,3</b>	<b>86%</b>

La percepción de los usuarios que cancelan la factura en la oficina de Metrogas con respecto a la rapidez con que atienden los funcionarios de la empresa en caja es buena, ya que éstos se encuentran en su gran mayoría satisfechos de como se lleva a cabo este procedimiento permitiendo ubicar éste índice en el nivel *aceptable* en la matriz de niveles de satisfacción.

• Índice específico relativo a la cantidad suficiente de cajeros

Gráfica 16. Cantidad suficiente de cajeros

**CALIFICACIÓN ACERCA DE LA CANTIDAD DE CAJEROS QUE SE TIENE DISPONIBLE EN LA OFICINA DE METROGAS**  
ANÁLISIS SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES  
METROGAS

CUADRO 16

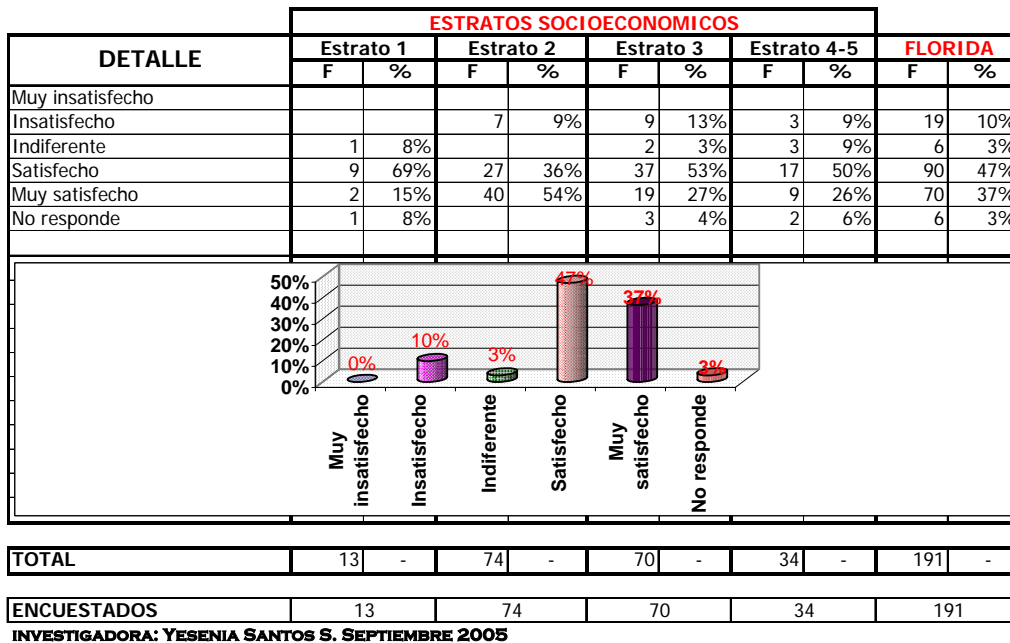


Tabla 9. Tabulación de los datos de la cantidad suficiente de cajeros

Cantidad suficiente de cajeros	CALIFICACION					Promedio	Porcentaje
	1	2	3	4	5		
Estrato 1	0%	0%	8%	75%	17%	4,1	82%
Estrato 2	0%	9%	0%	36%	55%	4,4	87%
Estrato 3	0%	13%	4%	55%	28%	4,0	80%
Estrato 4-5	0%	9%	9%	53%	29%	4,0	81%
TOTAL DE LA PREGUNTA						4,1	83%

La disponibilidad de la cantidad de cajeros suficientes se encuentra dentro de los parámetros de calidad establecidos catalogándose como un factor *estable*. Los usuarios que cancelan la factura en la oficina de Metrogas, en su mayoría se encuentran satisfechos con la disponibilidad de cajeros, aunque existe una

pequeña población de usuarios insatisfechos concentrándose en los estratos 3, 4 y 5 que no están de acuerdo con dicha cantidad, solicitando la disposición de otros cajeros principalmente en las fechas límites de pago.

- Índice específico relativo a la amabilidad

Gráfica 17. Amabilidad del funcionario en el área de recaudo

**CALIFICACIÓN DE LA AMABILIDAD DEL FUNCIONARIO EN EL ÁREA DE RECAUDO**  
**ANÁLISIS SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES**  
**METROGAS**

CUADRO 17

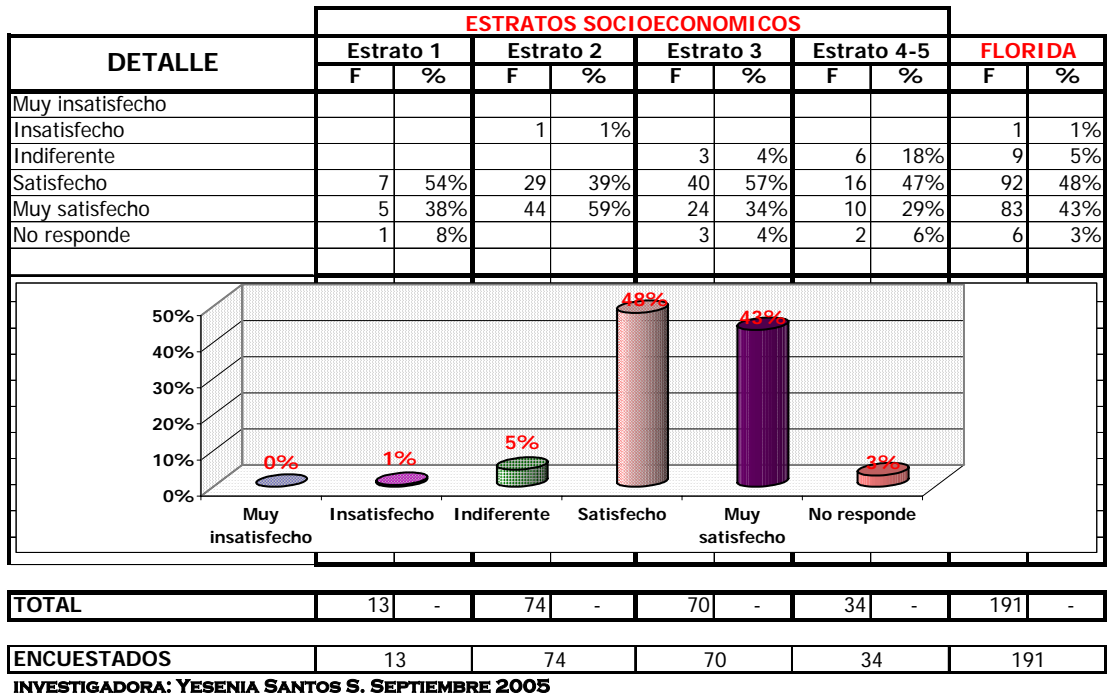


Tabla 10. Tabulación de los datos de la amabilidad del cajero

La amabilidad del cajero	CALIFICACION					Promedio	Porcentaje
	1	2	3	4	5		
Estrato 1	0%	0%	0%	58%	42%	4,4	88%
Estrato 2	0%	1%	0%	40%	59%	4,6	91%
Estrato 3	0%	0%	4%	60%	36%	4,3	86%
Estrato 4-5	0%	0%	19%	50%	31%	4,1	83%
TOTAL DE LA PREGUNTA						4,4	88%

Los usuarios que cancelan la factura en la oficina de Metrogas, percibe de manera satisfactoria la amabilidad de los funcionarios en caja, es decir, su atención se caracteriza por la cortesía y el respeto que éstos tienen frente a un usuario, ubicando éste índice en la matriz en el nivel *aceptable*; además se observa que en todos los estratos los usuarios no calificaron este factor con las dos valoraciones más bajas.

- Índice específico relativo a la disponibilidad de horarios

Gráfica 18. Disponibilidad de horarios en la oficina de Metrogas

**CALIFICACIÓN DE LA DISPONIBILIDAD DE HORARIOS EN LA OFICINA DE METROGAS**  
**ANÁLISIS SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES**  
**METROGAS**

**CUADRO 18**

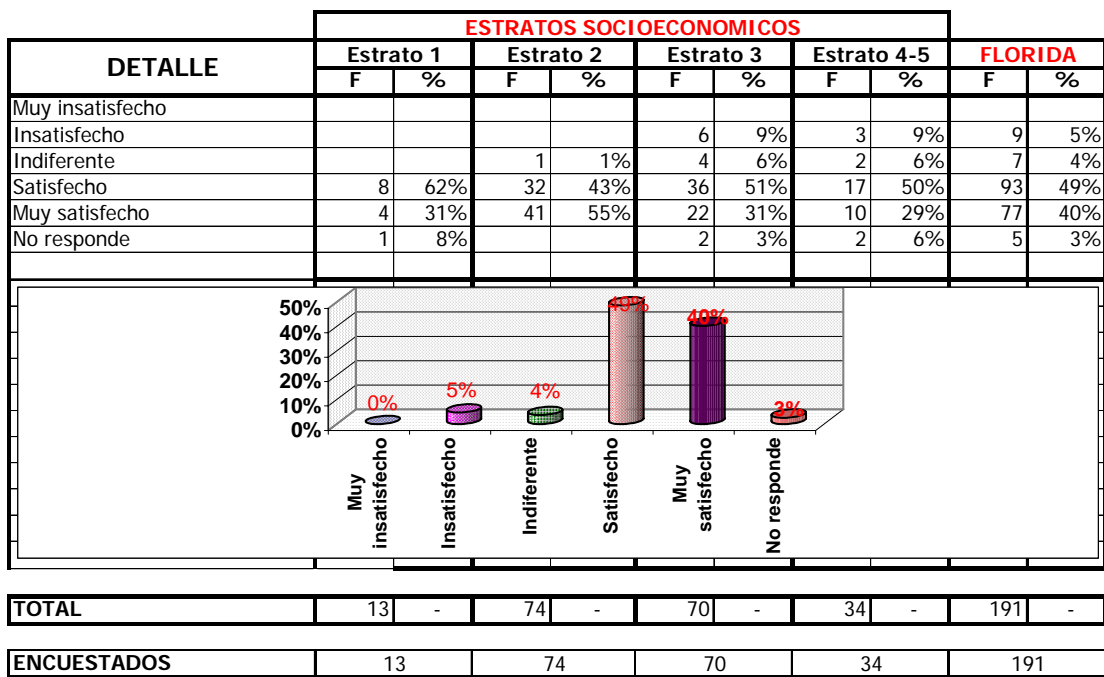


Tabla11. Tabulación de lo datos de la disponibilidad de horarios

Disponibilidad de horarios	CALIFICACION					Promedio	Porcentaje
	1	2	3	4	5		
Estrato 1	0%	0%	0%	67%	33%	4,3	87%
Estrato 2	0%	0%	1%	44%	55%	4,5	91%
Estrato 3	0%	9%	6%	53%	32%	4,1	82%
Estrato 4-5	0%	9%	6%	53%	32%	4,1	82%
<b>TOTAL DE LA PREGUNTA</b>						<b>4,3</b>	<b>86%</b>

La percepción de los usuarios que cancelan la factura en la oficina de Metrogas, es satisfactoria respecto al horario establecido para la atención al público en general, en donde éste índice se cataloga como un factor *aceptable*.

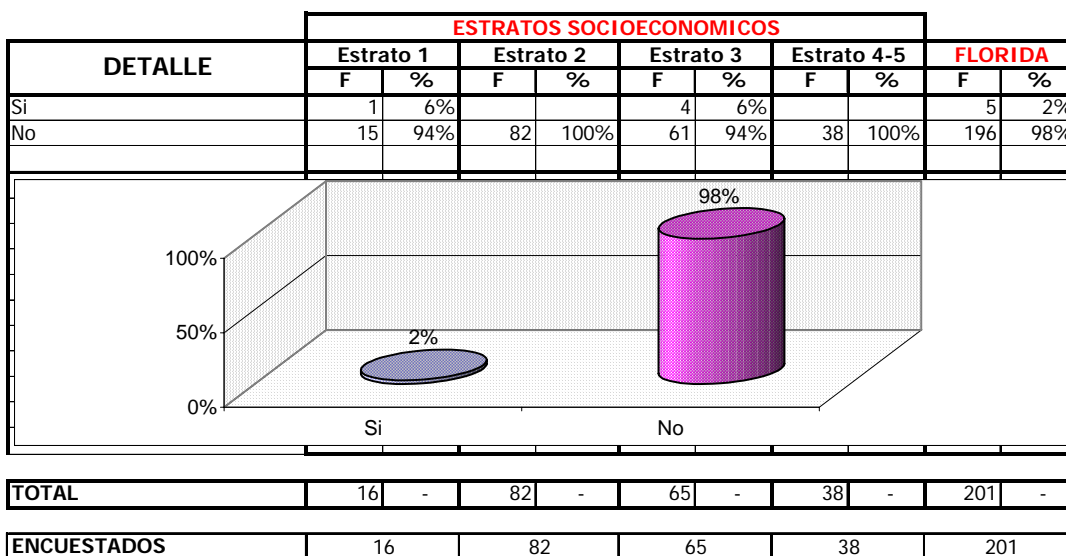
- **Determinar si los usuarios han tenido problemas con los puntos autorizados**

Gráfica 19. Usuarios que han tenido problemas con los puntos autorizados

**DETERMINAR SI LOS USUARIOS HAN TENIDO PROBLEMAS CON LOS PUNTOS AUTORIZADOS**

**ANÁLISIS SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES  
METROGAS**

**CUADRO 19**



INVESTIGADORA: YESENIA SANTOS S. SEPTIEMBRE 2005

Se puede observar que los puntos autorizados por Metrogas para la cancelación de las facturas ofrecen respaldo, seguridad y atención adecuada; lo que hace que los usuarios que utilizan estos sitios se encuentren satisfechos y sólo un pequeño porcentaje de éstos han presentado algún tipo de problema con este servicio.

- Tipo de problemas que han tenido los usuarios con los puntos autorizados

Gráfica 20. Tipos de problemas con los puntos autorizados

**TIPO DE PROBLEMAS QUE HAN TENIDO LOS USUARIOS CON LOS PUNTOS AUTORIZADOS**

**ANÁLISIS SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES  
METROGAS**

**CUADRO 20**

DETALLE	ESTRATOS SOCIOECONOMICOS									
	Estrato 1		Estrato 2		Estrato 3		Estrato 4-5		FLORIDA	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Muy pocos cajeros					2	50%			2	40%
Demora para ser atendidos					2	50%			2	40%
Pagos no reportados	1	100%							1	20%

PROBLEMA	Porcentaje
Muy pocos cajeros	40%
Demora para ser atendidos	40%
Pagos no reportados	20%

<b>TOTAL</b>	1	-	-	-	4	-	-	-	5	-
<b>ENCUESTADOS</b>	1				4				5	

INVESTIGADORA: YESENIA SANTOS S. SEPTIEMBRE 2005

Este factor permite conocer las razones de inconformidad de los usuarios que cancelan en cualquier punto autorizado por Metrogas con excepción de la oficina de la empresa, en donde el pequeño porcentaje de usuarios que tuvo inconvenientes con éstos sitios en el momento de pagar su recibo manifestaron los motivos por cuales quedaron insatisfechos con este servicio, de los cuales los pagos no reportados son un motivo importante para dialogar entre la empresa y los puntos autorizados; ya se está incumpliendo parte del contrato establecido para los recaudos de los cupones.

- Determinación si ha existido contacto telefónico entre el usuario y un funcionario de Metrogas

Gráfica 21. Contacto telefónico entre el usuario y un funcionario de Metrogas

**DETERMINACIÓN SI HA EXISTIDO ALGÚN CONTACTO TELEFÓNICO ENTRE EL USUARIO Y UN FUNCIONARIO DE METROGAS**  
**ANÁLISIS SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES**  
**METROGAS**

CUADRO 21

DETALLE	ESTRATOS SOCIOECONOMICOS									
	Estrato 1		Estrato 2		Estrato 3		Estrato 4-5		FLORIDA	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Si	5	18%	37	25%	22	18%	19	30%	83	23%
No	23	82%	113	75%	100	82%	44	70%	280	77%
<b>TOTAL</b>	28	100%	150	100%	122	100%	63	100%	363	100%
<b>ENCUESTADOS</b>	28		150		122		63		363	

INVESTIGADORA: YESENIA SANTOS S. SEPTIEMBRE 2005

La experiencia que el usuario tenga con la empresa vía telefónica es de gran importancia ya que es una de las formas más comunes de percibir la calidad del servicio ofrecido por Metrogas; por lo tanto, existe un porcentaje considerable de usuarios que en algún momento han realizado una llamada a la organización por diversos motivos, en contraste y con un porcentaje superior se encuentran los usuarios que nunca lo han hecho, desconociendo éstos el servicio ofrecido por éste medio luego no tienen un criterio válido para dar una opinión sobre este tema.

**Factores evaluados en aquellos usuarios que han tenido alguna vez comunicación telefónica con Metrogas:**

- Índice específico relativo a la agilidad en la atención

**Facilidad de comunicarse**

Gráfico 22. Facilidad de comunicación telefónica

**CALIFICACIÓN DE LA FACILIDAD DE COMUNICACIÓN TELEFÓNICA DEL USUARIO CON METROGAS**

**ANÁLISIS SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES METROGAS**

CUADRO 22

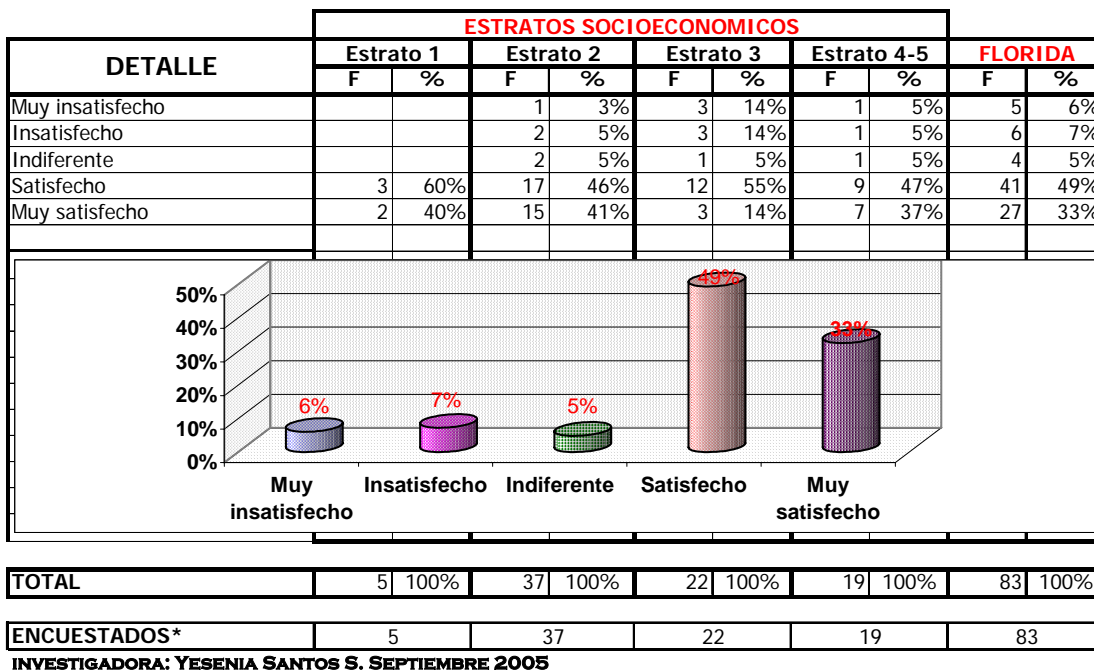


Tabla 12. Tabulación de los datos de la facilidad de comunicarse telefónicamente

Facilidad de comunicarse	CALIFICACION					Promedio	Porcentaje
	1	2	3	4	5		
Estrato 1	0%	0%	0%	60%	40%	4,4	88%
Estrato 2	3%	5%	5%	46%	41%	4,2	83%
Estrato 3	14%	14%	5%	55%	14%	3,5	69%
Estrato 4-5	5%	5%	5%	47%	37%	4,0	81%
<b>TOTAL DE LA PREGUNTA</b>						<b>4,0</b>	<b>80%</b>

El tiempo que tienen que esperar los usuarios para comunicarse con Metrogas se encuentra en un nivel *crítico*, lo que indica que el proceso que se está llevando a cabo no es lo suficientemente ágil para que cumpla con las expectativas de los usuarios que han utilizado este medio de comunicación con la empresa y de ésta manera prestar un excelente servicio. Cabe resaltar que los usuarios pertenecientes al estrato 1 se encuentran satisfechos con dicho servicio.

## Rapidez en contestar el teléfono

Gráfica 23. Rapidez en contestar el teléfono

### CALIFICACIÓN DE LA RAPIDEZ EN CONTESTAR EL TELÉFONO EL FUNCIONARIO

#### ANÁLISIS SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES METROGAS

CUADRO 23

DETALLE	ESTRATOS SOCIOECONOMICOS									
	Estrato 1		Estrato 2		Estrato 3		Estrato 4-5		FLORIDA	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Muy insatisfecho	1	20%	1	3%	3	14%	1	5%	6	7%
Insatisfecho	1	20%	3	8%	1	5%	1	5%	6	7%
Indiferente			2	5%	2	9%	1	5%	5	6%
Satisfecho	1	20%	14	38%	13	59%	9	47%	37	45%
Muy satisfecho	2	40%	17	46%	3	14%	7	37%	29	35%

TOTAL	5	100%	37	100%	22	100%	19	100%	83	100%
ENCUESTADOS*	5		37		22		19		83	

INVESTIGADORA: YESENIA SANTOS S. SEPTIEMBRE 2005

Tabla 13. Tabulación de los datos de la rapidez en contestar el teléfono

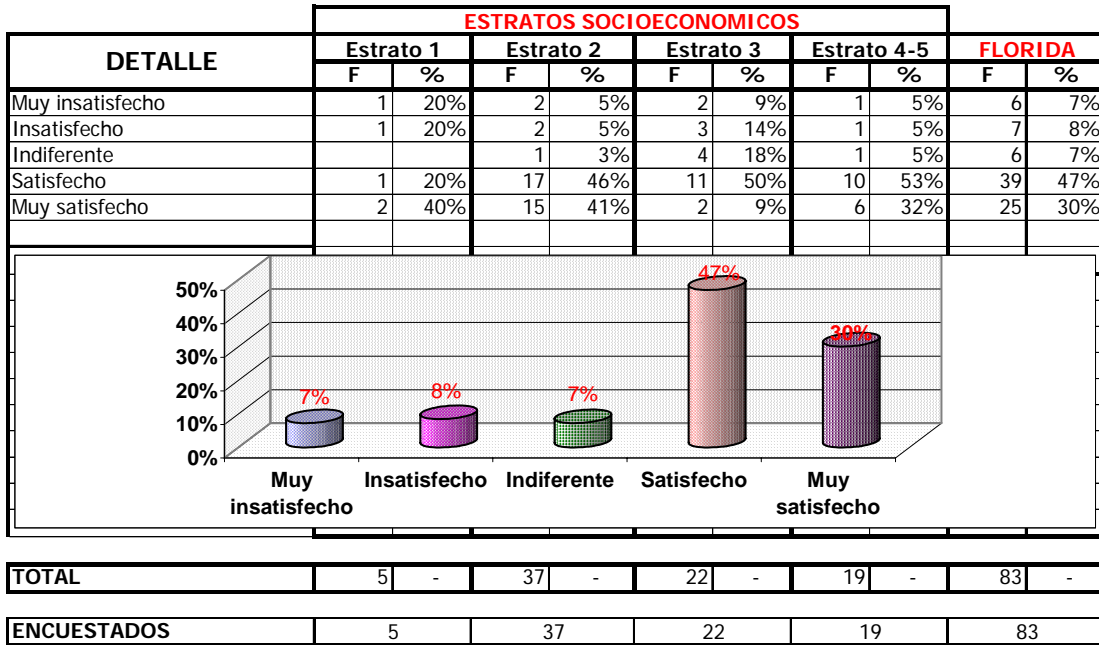
Rapidez en contestar el teléfono	CALIFICACION					Promedio	Porcentaje
	1	2	3	4	5		
Estrato 1	20%	20%	0%	20%	40%	3,4	68%
Estrato 2	3%	8%	5%	38%	46%	4,2	83%
Estrato 3	14%	5%	9%	59%	14%	3,6	71%
Estrato 4-5	5%	5%	5%	47%	37%	4,0	81%
<b>TOTAL DE LA PREGUNTA</b>						<b>3,8</b>	<b>76%</b>

El tiempo que tiene que esperar los usuarios para que los atiendan telefónicamente no es el adecuado, por lo tanto, no alcanza a cumplir con los criterios mínimos de calidad obteniendo una valoración crítica, por otro lado hubo un porcentaje de usuarios que no manifestaron su opinión, ya sea porque no recuerdan o no se fijaron en dicho factor en el momento de realizar la llamada, pero existe inconformidad con respecto a este proceso por parte de los usuarios que han utilizado este medio de comunicación con la empresa.

**Tiempo en transferir la llamada telefónica**  
**Gráfica 24. Tiempo en transferir la llamada**

**CALIFICACIÓN DEL TIEMPO EN TRANSFERIR LA LLAMADA AL  
 FUNCIONARIO SOLICITADO**  
**ANÁLISIS SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES**  
**METROGAS**

**CUADRO 24**



INVESTIGADORA: YESENIA SANTOS S. SEPTIEMBRE 2005

**Tabla 14. Tabulación de los datos del tiempo de transferir la llamada**

El tiempo de transferir llamada	CALIFICACION					Promedio	Porcentaje
	1	2	3	4	5		
Estrato 1	20%	20%	0%	20%	40%	3,4	68%
Estrato 2	5%	5%	3%	46%	41%	4,1	83%
Estrato 3	9%	14%	18%	50%	9%	3,4	67%
Estrato 4-5	5%	5%	5%	53%	32%	4,0	80%
<b>TOTAL DE LA PREGUNTA</b>						<b>3,8</b>	<b>76%</b>

El tiempo que tienen que esperar los usuarios que han realizado alguna llamada a la empresa, cuando el funcionario de Metrogas esta transfiriendo la llamada a la persona solicitada no es el apropiado, lo que conlleva a que los usuarios la califiquen en la matriz de satisfacción como un nivel *crítico*, debido a los inconvenientes que han tenido en el momento de comunicarse telefónicamente con la organización, generando inconformidad en este aspecto del servicio sin tener diferencia alguna entre los estratos.

- Índice específico relativo a la disponibilidad del funcionario
- Gráfica 25. Disponibilidad del funcionario

### CALIFICACIÓN DE LA DISPONIBILIDAD DEL FUNCIONARIO VIA TELEFÓNICA

#### ANÁLISIS SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES METROGAS

CUADRO 25

DETALLE	ESTRATOS SOCIOECONOMICOS								FLORIDA	
	Estrato 1		Estrato 2		Estrato 3		Estrato 4-5		F	%
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Muy insatisfecho					1	5%	1	5%	2	2%
Insatisfecho			3	8%	1	5%	1	5%	5	6%
Indiferente			1	3%	2	9%			3	4%
Satisfecho	2	40%	15	41%	13	59%	9	47%	39	47%
Muy satisfecho	3	60%	18	49%	5	23%	8	42%	34	41%

Categoría	Porcentaje
Muy insatisfecho	2%
Insatisfecho	6%
Indiferente	4%
Satisfecho	47%
Muy satisfecho	41%

TOTAL	5	-	37	-	22	-	19	-	83	-
ENCUESTADOS	5		37		22		19		83	

INVESTIGADORA: YESENIA SANTOS S. SEPTIEMBRE 2005

Tabla 15. Tabulación de los datos de la disponibilidad del funcionario

Disponibilidad del funcionario	CALIFICACION					Promedio	Porcentaje
	1	2	3	4	5		
Estrato 1	0%	0%	0%	40%	60%	4,6	92%
Estrato 2	0%	8%	3%	41%	49%	4,3	87%
Estrato 3	5%	5%	9%	59%	23%	3,9	79%
Estrato 4-5	5%	5%	0%	47%	42%	4,1	83%
TOTAL DE LA PREGUNTA						4,2	84%

Éste índice está ubicado en un nivel *aceptable*, siendo un factor estable y generador de satisfacción para los usuarios que han utilizado el teléfono como medio de comunicación con la empresa, mostrando que los funcionarios de Metrogas tienen la disponibilidad para atender los requerimientos o necesidades de los usuarios. Los clientes externos pertenecientes al estrato 2 son los que han

solicitado en mayor proporción atención vía telefónica por diversas razones y de igual forma se encuentran conformes con este servicio.

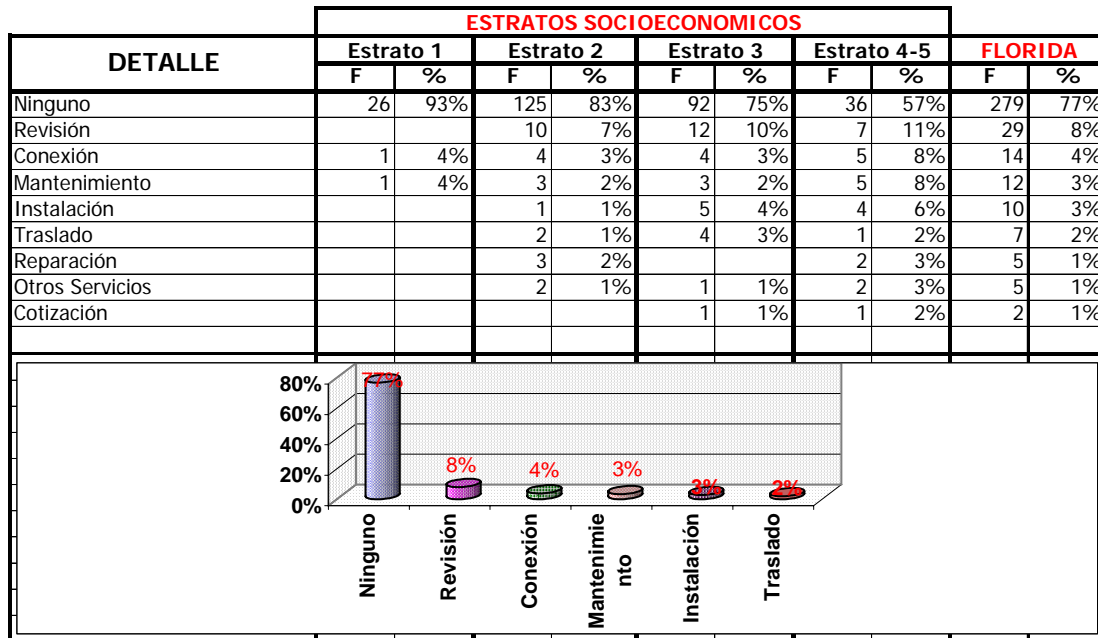
- **Tipos de servicios que han solicitado los usuarios a Metrogas**

Gráfica 26. Tipos de servicios que han solicitado los usuarios

**TIPOS DE SERVICIOS QUE HAN SOLICITADO LOS USUARIOS A METROGAS**

**ANÁLISIS SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES METROGAS**

**CUADRO 26**



<b>TOTAL</b>	28	-	150	-	122	-	63	-	363	-
--------------	----	---	-----	---	-----	---	----	---	-----	---

<b>ENCUESTADOS</b>	28		150		122		63		363	
--------------------	----	--	-----	--	-----	--	----	--	-----	--

INVESTIGADORA: YESENIA SANTOS S. SEPTIEMBRE 2005

Se busca conocer cuales son los servicio más solicitados por los usuarios y medir la calidad de la prestación de dicho servicio. Los usuarios de Metrogas dependiendo de sus requerimientos o necesidades, pueden pedir un determinado servicio a la empresa. Se estableció que la mayor parte de los usuarios, no han solicitado ningún tipo de servicio y en muy poco porcentaje se presenta el de revisión, conexión y mantenimiento.

Factores evaluados en aquellos usuarios que han solicitado algún tipo de servicio a Metrogas:

□ **ÍNDICE ESPECÍFICO RELATIVO A LA CALIDAD DEL SERVICIO TÉCNICO PRESTADO**

- Índice específico relativo a la oportunidad de la prestación del servicio  
Gráfica 27. Oportunidad en la prestación del servicio técnico

**CALIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD CON QUE SE PRESTA EL SERVICIO TÉCNICO POR PARTE DEL PERSONAL DE METROGAS**  
**ANÁLISIS SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES METROGAS**

CUADRO 27

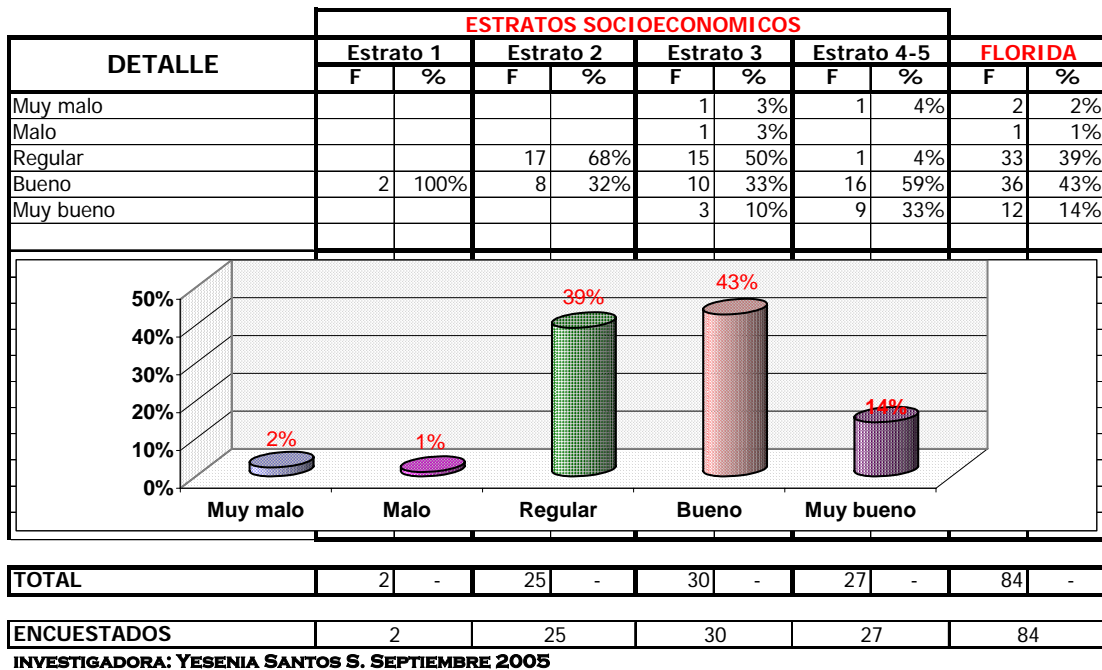


Tabla 16. Tabulación de los datos de la oportunidad en la prestación del servicio

Oportunidad en la prest. servicio	CALIFICACION					Promedio	Porcentaje
	1	2	3	4	5		
Estrato 1	0%	0%	0%	100%	0%	4,0	80%
Estrato 2	0%	0%	68%	32%	0%	3,3	66%
Estrato 3	3%	3%	50%	33%	10%	3,4	68%
Estrato 4-5	4%	0%	4%	59%	33%	4,2	83%
<b>TOTAL DE LA PREGUNTA</b>						<b>3,7</b>	<b>74%</b>

Los usuarios al solicitar un determinado servicio requiere que la prestación de dicho servicio sea en el momento adecuado por la misma necesidad evidenciada a la empresa, pero éste índice se cataloga como *crítico* en la matriz de niveles de satisfacción, lo que indica que los usuarios que han solicitado algún tipo de servicio a Metrogas, se encuentran insatisfechos ante este procedimiento, porque

no se está siendo oportuno a la hora de atender el requerimiento solicitado por el usuario. Los clientes externos que más han solicitado servicio pertenecen al estrato 3.

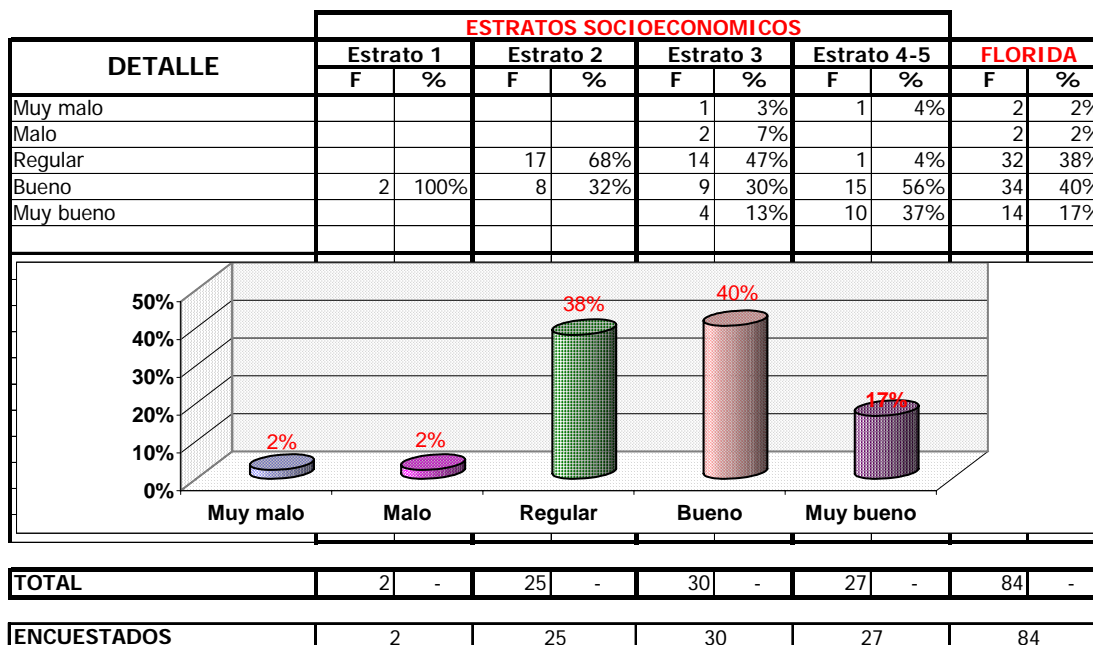
• **Índice específico relativo a la agilidad en la prestación del servicio**

Gráfica 28. Agilidad en la prestación del servicio

**CALIFICACIÓN DE LA AGILIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO  
POR PARTE DEL PERSONAL TÉCNICO**

**ANÁLISIS SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES  
METROGAS**

CUADRO 28



INVESTIGADORA: YESENIA SANTOS S. SEPTIEMBRE 2005

Tabla 17. Tabulación de los datos de la agilidad en la prestación del servicio

Agilidad en la prest. del servicio	CALIFICACION					Promedio	Porcentaje
	1	2	3	4	5		
Estrato 1	0%	0%	0%	100%	0%	4,0	80%
Estrato 2	0%	0%	68%	32%	0%	3,3	66%
Estrato 3	3%	7%	47%	30%	13%	3,4	69%
Estrato 4-5	4%	0%	4%	56%	37%	4,2	83%
<b>TOTAL DE LA PREGUNTA</b>						<b>3,7</b>	<b>74%</b>

Éste índice se encuentra en un nivel *crítico*, lo que indica que este proceso no se lleva a cabo con la rapidez necesaria para satisfacer a los usuarios que han solicitado algún tipo de servicio a Metrogas, quedando estos inconformes con la prestación de dicho servicio.

- Índice específico relativo a la calidad en la prestación del servicio

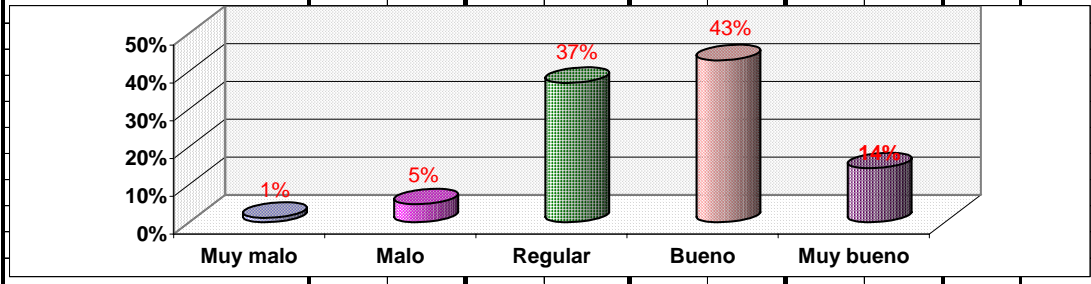
Gráfica 29. Calidad de la prestación del servicio

**CALIFICACIÓN DE LA CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO  
POR PARTE DEL PERSONAL TÉCNICO**

**ANÁLISIS SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES  
METROGAS**

CUADRO 29

DETALLE	ESTRATOS SOCIOECONOMICOS								FLORIDA	
	Estrato 1		Estrato 2		Estrato 3		Estrato 4-5		F	%
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Muy malo							1	4%	1	1%
Malo					4	13%			4	5%
Regular			17	68%	13	43%	1	4%	31	37%
Bueno	2	100%	8	32%	10	33%	16	59%	36	43%
Muy bueno					3	10%	9	33%	12	14%



<b>TOTAL</b>	2	-	25	-	30	-	27	-	84	-
<b>ENCUESTADOS</b>	2		25		30		27		84	

INVESTIGADORA: YESENIA SANTOS S. SEPTIEMBRE 2005

Tabla 18. Tabulación de los datos de la calidad de la prestación del servicio

Calidad en la prest. del servicio	CALIFICACION					Promedio	Porcentaje
	1	2	3	4	5		
Estrato 1	0%	0%	0%	100%	0%	4,0	80%
Estrato 2	0%	0%	68%	32%	0%	3,3	66%
Estrato 3	0%	13%	43%	33%	10%	3,4	67%
Estrato 4-5	4%	0%	4%	59%	33%	4,2	83%
<b>TOTAL DE LA PREGUNTA</b>						<b>3,7</b>	<b>74%</b>

Los usuarios buscan que al solicitar algún tipo de servicio a la empresa, este se realice con las normas técnicas necesarias que garanticen el trabajo realizado, pero la calidad en la prestación de un servicio técnico es valorada por los usuarios que han solicitado algún tipo de servicio a Metrogas en la matriz de niveles de satisfacción como crítica, generando insatisfacción de la forma como están realizando estos procesos y de los resultados obtenidos.

## Índice específico relativo al cumplimiento de lo pactado

### CALIFICACIÓN ACERCA DEL CUMPLIMIENTO DE LO PACTADO ANÁLISIS SATISFACCIÓN DEL CLIENTE METROGAS

CUADRO 30

DETALLE	ESTRATOS SOCIOECONOMICOS								FLORIDA	
	Estrato 1		Estrato 2		Estrato 3		Estrato 4-5		F	%
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Muy malo					1	3%	1	4%	2	2%
Malo			1	4%	1	3%			2	2%
Regular			16	64%	14	47%	1	4%	31	37%
Bueno	1	50%	8	32%	11	37%	14	52%	34	40%
Muy bueno					2	7%	9	33%	11	13%
No responde	1	50%			1	3%	2	7%	4	5%

TOTAL	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
	2	-	25	-	30	-	27	-	84	-

ENCUESTADOS	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
	2		25		30		27		84	

INVESTIGADORA: YESENIA SANTOS S. SEPTIEMBRE 2005

Gráfica 30. Cumplimiento de lo pactado

Tabla 19. Tabulación de los datos del cumplimiento de lo pactado

Cumplimiento de lo pactado	CALIFICACION					Promedio	Porcentaje
	1	2	3	4	5		
Estrato 1	0%	0%	0%	100%	0%	4,0	80%
Estrato 2	0%	4%	64%	32%	0%	3,3	66%
Estrato 3	3%	3%	48%	38%	8%	3,5	69%
Estrato 4-5	4%	0%	4%	56%	36%	4,2	84%
<b>TOTAL DE LA PREGUNTA</b>						<b>3,7</b>	<b>74%</b>

La empresa debe conocer hasta que punto pueden atender las necesidades de los usuarios y de esta manera programar sus actividades para no incumplirles con lo pactado, pero éste índice no tiene el porcentaje mínimo para ubicarse dentro del criterio de calidad establecido, obteniendo una valoración baja, quedando evaluado como un factor *crítico*, lo cual muestra que para el usuario que ha solicitado algún tipo de servicio a Metrogas, no está cumpliendo por completo el compromiso adquirido con dicho servicio.

## Calificación del Personal Técnico en cuanto a:

- Índice específico relativo a la amabilidad
- Gráfico 31. Amabilidad del personal técnico

### CALIFICACIÓN DE LA AMABILIDAD DEL PERSONAL TÉCNICO ANÁLISIS SATISFACCIÓN DEL CLIENTE METROGAS

CUADRO 31

DETALLE	ESTRATOS SOCIOECONOMICOS								FLORIDA	
	Estrato 1		Estrato 2		Estrato 3		Estrato 4-5		F	%
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Muy malo							1	4%	1	1%
Malo										
Regular					1	3%			1	1%
Bueno	1	50%	17	68%	17	57%	14	52%	49	58%
Muy bueno			8	32%	6	20%	9	33%	23	27%
No responde	1	50%			6	20%	3	11%	10	12%
<b>TOTAL</b>	2	-	25	-	30	-	27	-	84	-
<b>ENCUESTADOS</b>	2		25		30		27		84	

INVESTIGADORA: YESENIA SANTOS S. SEPTIEMBRE 2005

Tabla 20. Tabulación de los datos de la amabilidad del personal técnico

Amabilidad del funcionario	CALIFICACION					Promedio	Porcentaje
	1	2	3	4	5		
Estrato 1	0%	0%	0%	100%	0%	4,0	80%
Estrato 2	0%	0%	0%	68%	32%	4,3	86%
Estrato 3	0%	0%	4%	71%	25%	4,2	84%
Estrato 4-5	4%	0%	0%	58%	38%	4,2	85%
<b>TOTAL DE LA PREGUNTA</b>						<b>4,2</b>	<b>84%</b>

La relación de los trabajadores de Metrogas con sus usuarios, es un punto de contacto importante en la cual se está buscando satisfacer una necesidad de la mejor manera posible, involucrando específicamente el trato personalizado, en donde los usuarios que han solicitado algún tipo de servicio a Metrogas se encuentran satisfechos con la amabilidad del personal técnico en el momento de realizar la labor solicitada, catalogando éste índice en un nivel *aceptable*,

demonstrando que los funcionarios atienden a los clientes externos con respeto y cortesía.

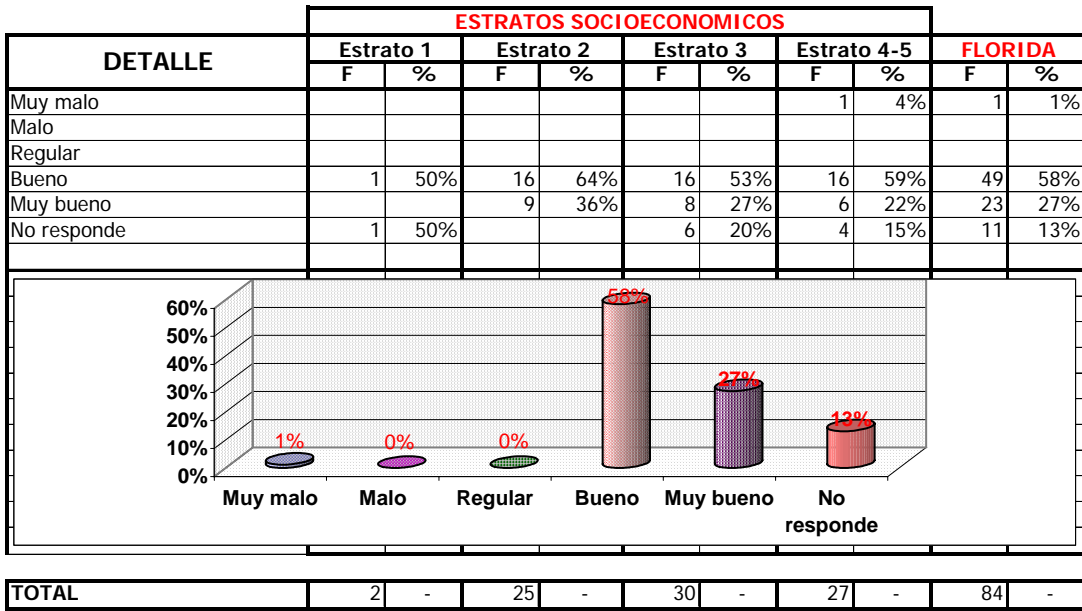
- **Índice específico relativo a la presentación personal**

Gráfica 32. Presentacion Personal de los Tecnicos

**CALIFICACIÓN DE LA PRESENTACIÓN PERSONAL DE LOS TÉCNICOS**

**ANÁLISIS SATISFACCIÓN DEL CLIENTE  
METROGAS**

**CUADRO 32**



ENCUESTADOS	2		25		30		27		84	
-------------	---	--	----	--	----	--	----	--	----	--

INVESTIGADORA: YESENIA SANTOS S. SEPTIEMBRE 2005

Tabla 21. Tabulación de los datos de la presentación personal de los técnicos

Presentación personal	CALIFICACION					Promedio	Porcentaje
	1	2	3	4	5		
Estrato 1	0%	0%	0%	100%	0%	4,0	80%
Estrato 2	0%	0%	0%	64%	36%	4,4	87%
Estrato 3	0%	0%	0%	67%	33%	4,3	87%
Estrato 4-5	4%	0%	0%	70%	26%	4,1	82%
<b>TOTAL DE LA PREGUNTA</b>						<b>4,2</b>	<b>84%</b>

La imagen de Metrogas puede verse afectada por la apariencia y el porte del uniforme de sus trabajadores, por lo tanto fue necesario evaluar dicho índice en cual se obtuvo como resultado el cumplimiento de los parámetros de calidad, ubicándose en un nivel *aceptable* en la matriz de niveles de satisfacción, indicando que los usuarios que han solicitado algún tipo de servicio a Metrogas, se encuentran satisfechos en este aspecto, como se puede observar en la tabla 20, en ningún estrato se valoró este factor en términos deficientes exceptuando y con un bajo porcentaje el estrato 4 y 5.

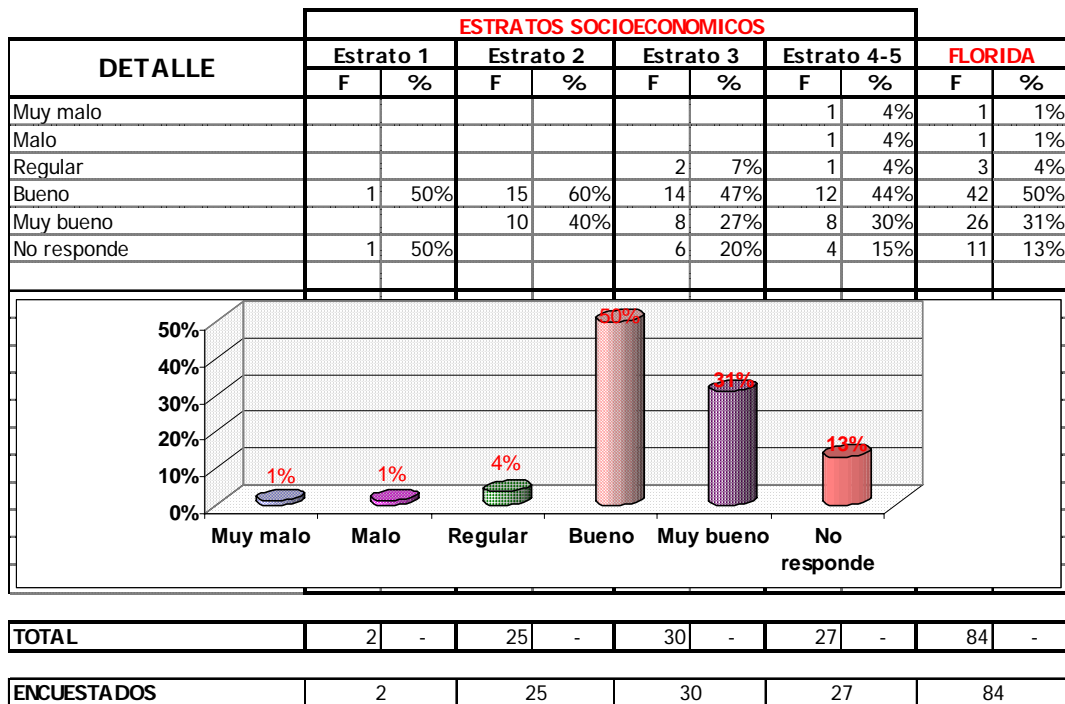
- Índice específico relativo al recurso humano Conocimiento de la labor desempeñada

Gráfica 33. Conocimiento de la labor desempeñada por los técnicos

**CALIFICACIÓN DEL CONOCIMIENTO DE LA LABOR DESEMPEÑADA  
POR PERSONAL TÉCNICO**

**ANÁLISIS SATISFACCIÓN DEL CLIENTE  
METROGAS**

**CUADRO 33**



INVESTIGADORA: YESENIA SANTOS S. SEPTIEMBRE 2005

Tabla 22. Tabulación de los datos del conocimiento de la labor desempeñada

Conocimiento labor desempeña.	CALIFICACION					Promedio	Porcentaje
	1	2	3	4	5		
Estrato 1	0%	0%	0%	100%	0%	4,0	80%
Estrato 2	0%	0%	0%	60%	40%	4,4	88%
Estrato 3	0%	0%	8%	58%	34%	4,3	85%
Estrato 4-5	4%	4%	4%	52%	36%	4,1	83%
<b>TOTAL DE LA PREGUNTA</b>						<b>4,2</b>	<b>84%</b>

Dependiendo del conocimiento y experiencia que tengan los técnicos de la labor a desempeñar, se puede generar un excelente servicio y esto lo perciben los usuarios que han solicitado algún tipo de servicio a Metrogas, reconociendo la educación y formación que tiene el personal técnico al realizar su trabajo, por lo tanto, éstos se encuentran satisfechos con este factor ubicándolo en un nivel *aceptable*, pero existiendo inconformidad con este punto en mayor proporción en los estratos 4 y 5.

### Solución a inquietudes

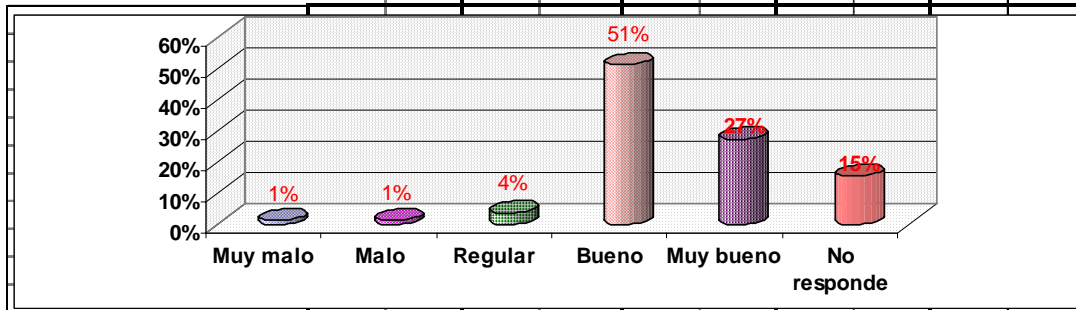
Gráfica 34. Solución a inquietudes ofrecidas por el personal técnico

## CALIFICACIÓN DE LA SOLUCIÓN A INQUIETUDES OFRECIDAS POR EL PERSONAL TÉCNICO A LOS USUARIOS

### ANÁLISIS SATISFACCIÓN DEL CLIENTE METROGAS

CUADRO 34

DETALLE	ESTRATOS SOCIOECONOMICOS									
	Estrato 1		Estrato 2		Estrato 3		Estrato 4-5		FLORIDA	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Muy malo							1	4%	1	1%
Malo							1	4%	1	1%
Regular			1	4%	1	3%	1	4%	3	4%
Bueno	1	50%	15	60%	14	47%	13	48%	43	51%
Muy bueno			9	36%	7	23%	7	26%	23	27%
No responde	1	50%			8	27%	4	15%	13	15%



<b>TOTAL</b>	2	-	25	-	30	-	27	-	84	-
--------------	---	---	----	---	----	---	----	---	----	---

<b>ENCUESTADOS</b>	2	25	30	27	84
--------------------	---	----	----	----	----

INVESTIGADORA: YESENIA SANTOS S. SEPTIEMBRE 2005

Tabla 23. Tabulación de los datos de la solución a inquietudes por los técnicos

Solución a inquietudes	CALIFICACION					Promedio	Porcentaje
	1	2	3	4	5		
Estrato 1	0%	0%	0%	100%	0%	4,0	80%
Estrato 2	0%	0%	4%	60%	36%	4,3	86%
Estrato 3	0%	0%	4%	64%	32%	4,3	85%
Estrato 4-5	4%	4%	4%	57%	31%	4,1	81%
<b>TOTAL DE LA PREGUNTA</b>						<b>4,2</b>	<b>84%</b>

Es la capacidad de los funcionarios para generar soluciones eficaces a las inquietudes de los usuarios, catalogándose éste índice como un factor *estable*, cumpliendo con las expectativas esperadas por los usuarios que han solicitado algún tipo de servicio a Metrogas, al resolver las dudas que tienen en cuanto al trabajo realizado en sus domicilios, aunque existe un pequeño porcentaje de usuarios inconformes en los diferentes estratos pero no muy representativos.

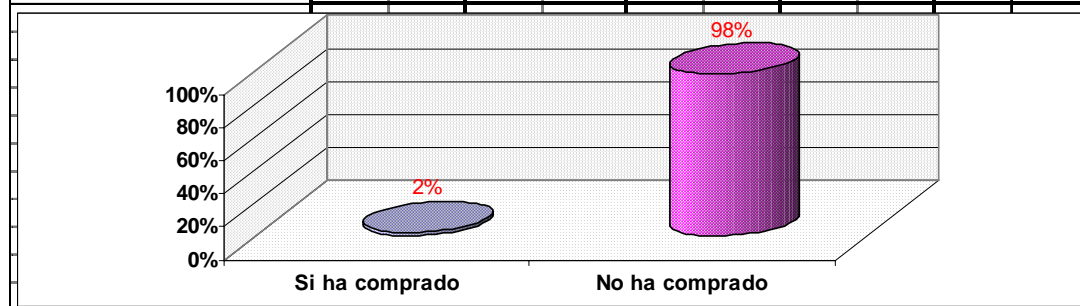
- Nivel de compra de los usuarios de las instalaciones de suministro de gas natural para las viviendas

Gráfica 35. Compra de las instalaciones de suministro de gas natural

**NIVEL DE COMPRA DE LOS USUARIOS DE LAS INSTALACIONES DE SUMINISTRO DE GAS NATURAL PARA LAS VIVIENDAS**  
**ANÁLISIS SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**  
**METROGAS**

CUADRO 35

DETALLE	ESTRATOS SOCIOECONOMICOS								FLORIDA	
	Estrato 1		Estrato 2		Estrato 3		Estrato 4-5		F	%
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Si ha comprado	3	11%	1	1%	2	2%	1	2%	7	2%
No ha comprado	25	89%	149	99%	120	98%	62	98%	356	98%



<b>TOTAL</b>	28	-	150	-	122	-	63	-	363	-
--------------	----	---	-----	---	-----	---	----	---	-----	---

<b>ENCUESTADOS</b>	28		150		122		63		363	
--------------------	----	--	-----	--	-----	--	----	--	-----	--

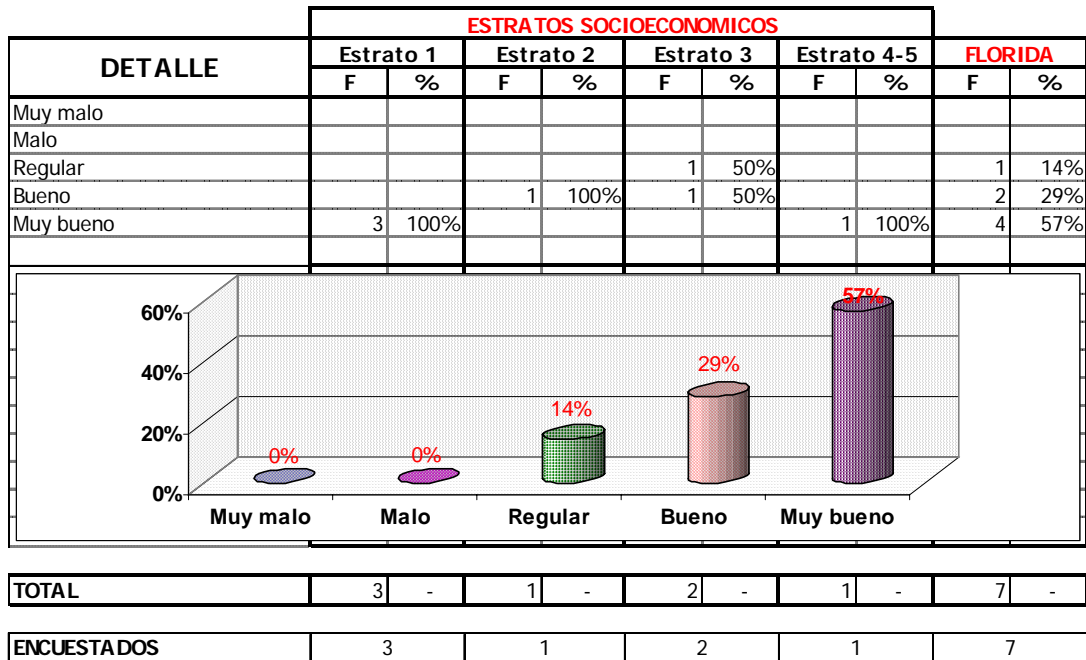
INVESTIGADORA: YESENIA SANTOS S. SEPTIEMBRE 2005

Se determina que el nivel de compra de la instalación de suministro de gas natural para su domicilio de los usuarios según el resultado es bajo en los últimos dos meses, lo que indica que las ventas nos son muy comunes ya que el usuario ya cuenta con esta instalación y ésta venta se realiza a usuarios nuevos.

- Índice específico relativo al recurso humano
- Gráfica 36. Conocimiento del servicio prestado en ventas  
Conocimiento del servicio prestado

**NIVEL DE CONOCIMIENTO DEL SERVICIO PRESTADO**  
**CALIFICACIÓN AL VENDEDOR DE LA INSTALACIÓN**  
**ANÁLISIS SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**  
**METROGAS**

CUADRO 36



INVESTIGADORA: YESENIA SANTOS S. SEPTIEMBRE 2005

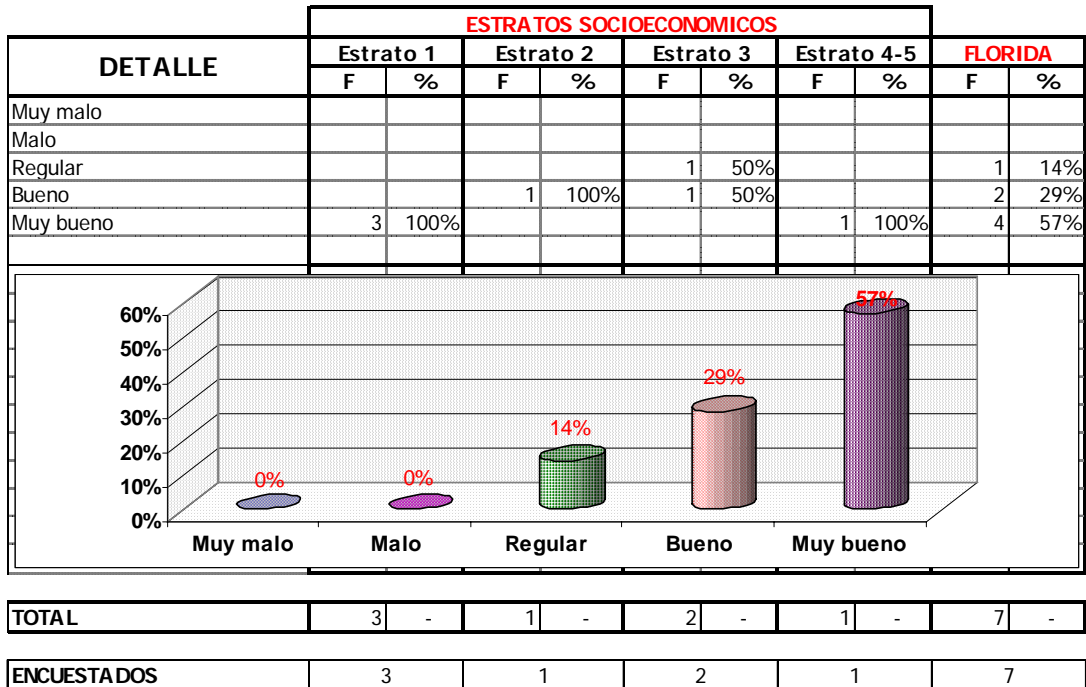
Tabla 24. Tabulación de los datos del conocimiento del servicio prestado en ventas

Conocimiento del servicio prest.	CALIFICACION					Promedio	Porcentaje
	1	2	3	4	5		
Estrato 1	0%	0%	0%	0%	100%	5,0	100%
Estrato 2	0%	0%	0%	100%	0%	4,0	80%
Estrato 3	0%	0%	50%	50%	0%	3,5	70%
Estrato 4-5	0%	0%	0%	0%	100%	5,0	100%
TOTAL DE LA PREGUNTA						4,4	88%

- Claridad en la explicación  
Gráfica 37. Claridad en la explicación en ventas

**CLARIDAD EN LA EXPLICACIÓN**  
**CALIFICACIÓN AL VENDEDOR DE LA INSTALACIÓN**  
**ANÁLISIS SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**  
**METROGAS**

**CUADRO 37**



INVESTIGADORA: YESENIA SANTOS S. SEPTIEMBRE 2005

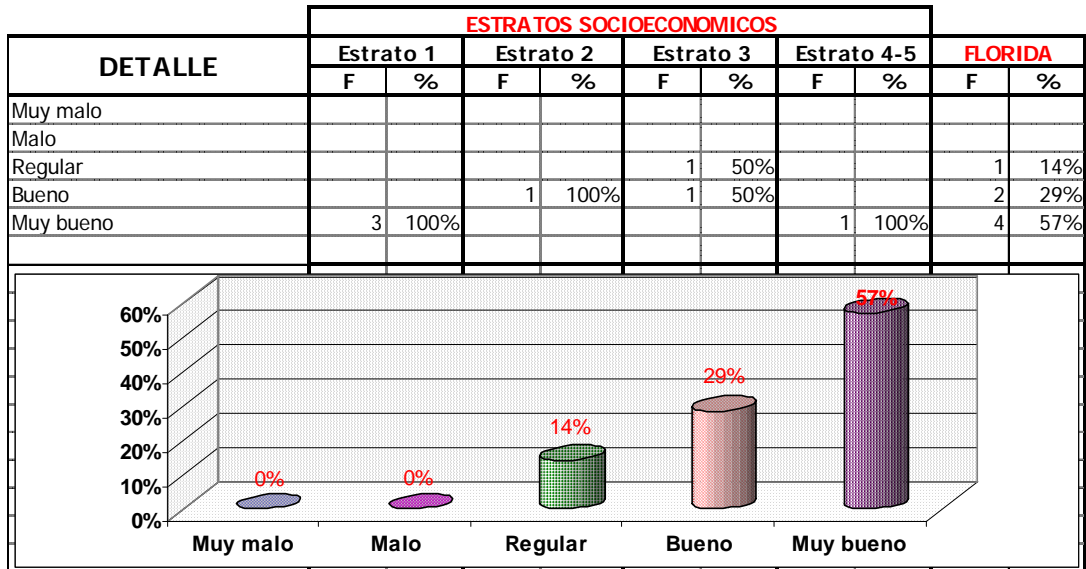
Tabla 25. Tabulación de los datos de la claridad en la explicación en ventas

Claridad en la explicación	CALIFICACION					Promedio	Porcentaje
	1	2	3	4	5		
Estrato 1	0%	0%	0%	0%	100%	5,0	100%
Estrato 2	0%	0%	0%	100%	0%	4,0	80%
Estrato 3	0%	0%	50%	50%	0%	3,5	70%
Estrato 4-5	0%	0%	0%	0%	100%	5,0	100%
<b>TOTAL DE LA PREGUNTA</b>						<b>4,4</b>	<b>88%</b>

- Índice específico relativo a la amabilidad  
Gráfica 38. Amabilidad del vendedor

**AMABILIDAD DEL PERSONAL  
CALIFICACIÓN AL VENDEDOR DE LA INSTALACIÓN  
ANÁLISIS SATISFACCIÓN DEL CLIENTE  
METROGAS**

**CUADRO 38**



TOTAL	3	-	1	-	2	-	1	-	7	-
-------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

ENCUESTADOS	3		1		2		1		7	
-------------	---	--	---	--	---	--	---	--	---	--

INVESTIGADORA: YESENIA SANTOS S. SEPTIEMBRE 2005

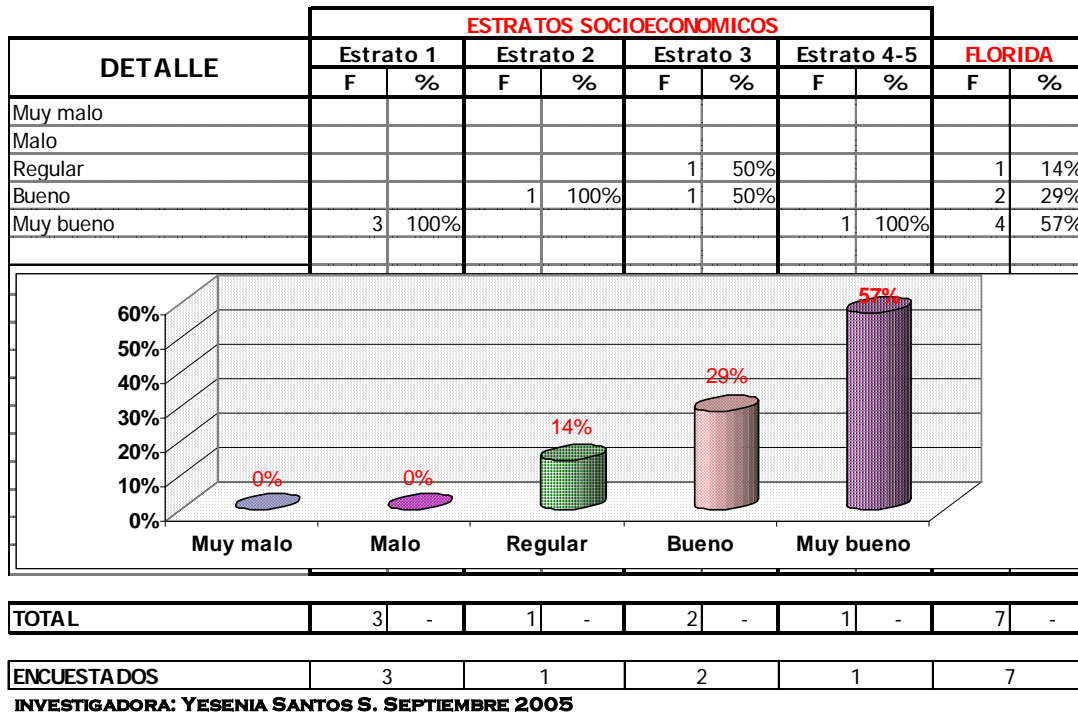
Tabla 26. Tabulación de los datos de la amabilidad del vendedor

Amabilidad del vendedor	CALIFICACION					Promedio	Porcentaje
	1	2	3	4	5		
Estrato 1	0%	0%	0%	0%	100%	5,0	100%
Estrato 2	0%	0%	0%	100%	0%	4,0	80%
Estrato 3	0%	0%	50%	50%	0%	3,5	70%
Estrato 4-5	0%	0%	0%	0%	100%	5,0	100%
<b>TOTAL DE LA PREGUNTA</b>						<b>4,4</b>	<b>88%</b>

- Índice específico relativo a la presentación personal

**PRESENTACION PERSONAL  
CALIFICACIÓN AL VENDEDOR DE LA INSTALACIÓN  
ANÁLISIS SATISFACCIÓN DEL CLIENTE  
METROGAS**

**CUADRO 39**



**Gráfica 39. Presentación personal del vendedor**

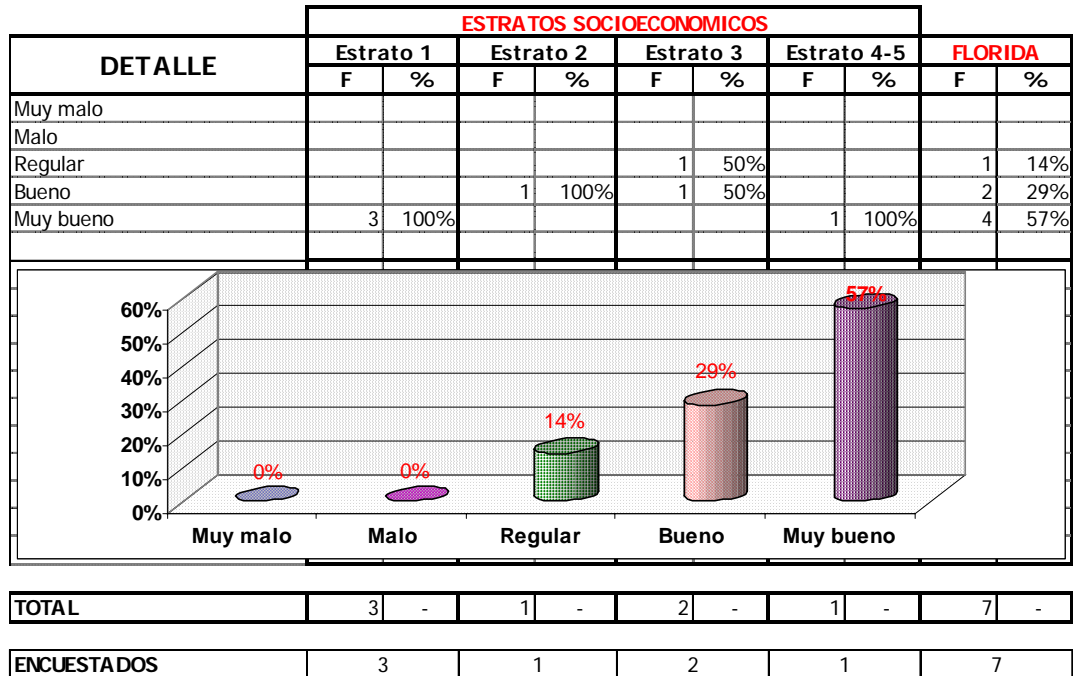
**Tabla 27. Tabulación de los datos de la presentación personal del vendedor**

Presentación personal	CALIFICACION					Promedio	Porcentaje
	1	2	3	4	5		
Estrato 1	0%	0%	0%	0%	100%	5,0	100%
Estrato 2	0%	0%	0%	100%	0%	4,0	80%
Estrato 3	0%	0%	50%	50%	0%	3,5	70%
Estrato 4-5	0%	0%	0%	0%	100%	5,0	100%
<b>TOTAL DE LA PREGUNTA</b>						<b>4,4</b>	<b>88%</b>

## Capacidad de asesoría

### CAPACIDAD DE ASESORÍA CALIFICACIÓN AL VENDEDOR DE LA INSTALACIÓN ANÁLISIS SATISFACCIÓN DEL CLIENTE METROGAS

CUADRO 40



INVESTIGADORA: YESENIA SANTOS S. SEPTIEMBRE 2005

Gráfica 40. Capacidad de asesoría del vendedor

Tabla 28. Tabulación de los datos de la capacidad de asesoría del vendedor

La capacidad de asesoría	CALIFICACION					Promedio	Porcentaje
	1	2	3	4	5		
Estrato 1	0%	0%	0%	0%	100%	5,0	100%
Estrato 2	0%	0%	0%	100%	0%	4,0	80%
Estrato 3	0%	0%	50%	50%	0%	3,5	70%
Estrato 4-5	0%	0%	0%	0%	100%	5,0	100%
<b>TOTAL DE LA PREGUNTA</b>						<b>4,4</b>	<b>88%</b>

Los índices del recurso humano (conocimiento del servicio prestado, claridad en la explicación y capacidad de asesoría), la amabilidad del vendedor y la presentación personal del vendedor, fueron evaluados en la pequeña población que si realizaron alguna compra de instalación de suministro de gas natural en los

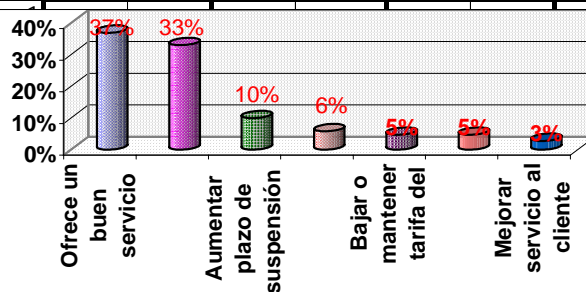
últimos dos meses para sus domicilios, éstos obtuvieron resultados iguales en donde se catalogan como factores *estables*, siendo índices generadores de satisfacción para los pocos usuarios que realizaron dicha compra; en todos los estratos ninguno de los clientes externos de Metrogas valoraron este factor con las dos calificaciones mas bajas.

- **Recomendaciones de los usuarios a Metrogas para mejorar el servicio**  
Gráfica 41. Recomendaciones de los usuarios a Metrogas para mejorar el servicio

**RECOMENDACIONES DE LOS USUARIOS DE METROGAS PARA MEJORAR EL SERVICIO QUE ACTUALMENTE OFRECE**  
**ANÁLISIS SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**  
**METROGAS**

**CUADRO 41**

DETALLE	ESTRATOS SOCIOECONOMICOS									
	Estrato 1		Estrato 2		Estrato 3		Estrato 4-5		FLORIDA	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Ofrece un buen servicio	8	29%	62	41%	40	33%	24	38%	134	37%
Ninguna	13	46%	50	33%	37	30%	18	29%	118	33%
Aumentar plazo de suspensión	1	4%	15	10%	12	10%	8	13%	36	10%
Horario extendido en recaudo	1	4%	5	3%	9	7%	6	10%	21	6%
Bajar o mantener tarifa del gas	1	4%	6	4%	8	7%	2	3%	17	5%
Mejorar revisión periodica	2	7%	7	5%	4	3%	4	6%	17	5%
Mejorar servicio al cliente	1	4%	1	1%	3	2%	5	8%	10	3%
Servicio de mantenimiento			1	1%	4	3%	1	2%	6	2%
Facilidad de comunicación			1	1%	3	2%			4	1%
Revisar trabajo realizado			1	1%			2	3%	3	1%
Llegue facura despues del 15			1	1%	1	1%			2	1%
Reducción costo instal. interna	1	4%			1	1%			2	1%
<b>TOTAL</b>	<b>28</b>	<b>-</b>	<b>150</b>	<b>-</b>	<b>122</b>	<b>-</b>	<b>70</b>	<b>-</b>	<b>370</b>	<b>-</b>
<b>ENCUESTADOS</b>	<b>28</b>		<b>150</b>		<b>122</b>		<b>63</b>		<b>363</b>	



INVESTIGADORA: YESENIA SANTOS S. SEPTIEMBRE 2005

El 37% de los usuarios considera que Metrogas ofrece un buen servicio, que se encuentran satisfechos con éste y que no han tenido ningún tipo de inconveniente

con la empresa, sugiriendo que continúen realizando esta prestación del servicio como lo han hecho hasta el momento.

- El porcentaje de los usuarios que no dieron ninguna recomendación fue del 33%, indicando conformidad con la prestación del servicio e indiferencia ante un posible mejoramiento de los procesos llevados a cabo en la empresa.
- Con un porcentaje del 10%, los usuarios de Metrogas realizaron la propuesta de aumentar el plazo de suspensión del servicio del gas natural, superior a un mes de atraso e indicando que el valor de la reconexión era injusto, que debía ser replanteado y reducido, además sugirieron que antes de suspender informaran a los usuarios de su atraso con la empresa y que verificaran si ya había sido cancelada la factura.
- Otra recomendación contando con el 6% de participación es acerca del servicio de recaudo de las facturas donde se sugiere atender los sábados, contar con un horario extendido de oficina para dicha cancelación, autorizar el pago de la factura en los CIS, es decir, disponer de más puntos de pago en un caso específico en el barrio la cumbre y poder utilizar el débito automático.
- Con un 5%, los usuarios recomiendan a Metrogas bajar o mantener la tarifa del suministro del gas natural ya que éste le llega muy costoso y en los casos donde los usuarios se les dispare el consumo del gas enviar un técnico a que revise la instalación.
- Los usuarios recomiendan mejorar la calidad de la revisión periódica en cuanto a costo, herramienta calibrada y tiempo, además el costo de la misma es muy alta con un porcentaje del 5%.
- Con un 3% los usuarios sugieren que el manejo de las quejas sea con mayor rapidez, que se genere una solución justa, que atiendan de manera eficiente todos los problemas presentados por los usuarios sin excepción alguna mostrando interés por el mismo, que se realice un seguimiento del servicio prestado, que se haga más énfasis al servicio al cliente por ejemplo dando información oportuna, que se atiendan más rápido las emergencias y que capaciten al personal del servicio al cliente en cuanto a su trabajo y ética profesional.
- Los usuarios recomiendan con un 2% que realicen un servicio de mantenimiento y llamen al domicilio antes de ejecutarlo, que verifiquen el estado de las instalaciones nuevas, que realicen mantenimiento a las mallas donde va la llave de paso y que avisen con tiempo por medio de volantes la suspensión del servicio por mantenimiento.

- Mejorar la facilidad de comunicación telefónica con la empresa (1%).
- Se recomienda volver a revisar el trabajo realizado como por ejemplo las instalaciones por fuera de los edificios que son muy peligrosas (1%).
- La factura llegue después de los primeros quince días del mes y que los cinco días que se tienen para cancelar la factura sean hábiles (1%).
- Reducción del costo de la instalación interna (1%).

## **5. AUDITORIA DEL SERVICIO**

### **5.1. OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN**

#### **5.1.1. Objetivo general**

Conocer y evaluar la calidad del servicio que actualmente se le está brindando al usuario, con fines de mejorar esta prestación.

#### **5.1.2. Objetivos específicos**

- Conocer la percepción de los usuarios respecto al servicio ofrecido por Metrogas S.A. E.S.P.
- Determinar la oportunidad con que llega la factura a los usuarios y el nivel de error presentado en ella.
- Evaluar la calidad del servicio prestado por Metrogas S.A. E.S.P. en los diferentes momentos de verdad que se presentan con los usuarios.
- Conocer la libreta de calificaciones de los usuarios respecto a la actitud y conocimientos de los funcionarios de la empresa en cada uno de los puntos de contacto.
- Conocer las preferencias de los puntos autorizados de los usuarios el momento de cancelar su factura.
- Conocer las recomendaciones generadas por los usuarios en pro de mejorar la calidad del servicio ofrecido actualmente.

## 5.2. RESULTADO DE LA MATRIZ DE NIVELES DE SATISFACCIÓN

Tabla 29. Resultados de la Matriz de niveles de satisfacción

INDICE EVALUADO	METROGAS DE COLOMBIA S.A. E.S.P AUDITORIA DEL SERVICIO Matriz de niveles de satisfacción Producto: Servicio al cliente Fecha: ___/___/___			
	BAJO (0 – 80%)	ACEPTABLE (81 – 90%)	BUENO (91 – 95%)	EXCELENTE (96 – 100%)
Servicio prestado		X		
Amabilidad		X		
Recurso humano	X			
Agilidad en la atención		X		
Cantidad suficiente de cajeros		X		
Disponibilidad de horarios		X		
Disponibilidad de funcionarios		X		
Presentación personal		X		
Calidad del Serv. Téc. Prestado	X			
<b>FACTOR</b>	<b>CRÍTICO</b>	<b>ESTABLE</b>	<b>DIFERENCIADOR</b>	

En el anterior análisis se describieron los resultados obtenidos por cada una de las preguntas que conforma la encuesta aplicada a los usuarios de Metrogas, pero existen unos factores independientes que fueron evaluados en dicha encuesta y varios de éstos pertenecen a un mismo índice de satisfacción, los cuales el promedio final de estos factores son los que se consignaron en la Matriz de Niveles de Satisfacción y son los siguientes:

### □ *Índice específico relativo al servicio prestado*

Tabla 30. Porcentaje del I.E.R al servicio prestado

INDICE DE SATISFACCIÓN	PREGUNTA	FACTORES EVALUADOS	% DEL ÍNDICE	PONDERACIÓN	PORCEN
I.E.R al servicio prestado	1	Servicio ofrecido por Metrogas	86%		86%

Los usuarios de Metrogas S.A. E.S.P. se encuentran satisfechos con el servicio que actualmente se les está ofreciendo, ubicándose como un factor estable en la matriz de niveles de satisfacción.

### □ *Índice específico relativo a la amabilidad*

Tabla 31. Porcentaje del I.E.R. a la amabilidad

INDICE DE SATISFACCIÓN	PREGUNTA	FACTORES EVALUADOS	% DEL ÍNDICE	PONDERACIÓN	PORCENT.
I.E.R a la amabilidad	5 (a)	Amabilidad de atención a usuarios	84%	25%	86%
	8 (c)	Amabilidad de tesorería	88%	25%	
	13 (a)	Amabilidad del personal técnico	84%	25%	
	15 (c)	Amabilidad del vendedor	88%	25%	

Éste índice cumple con los requisitos de calidad, en donde los usuarios reconocen y valoran, la cortesía y el respeto con que los funcionarios de Metrogas los atiende, siendo éste un factor *aceptable* en la matriz de niveles de satisfacción. Los puntos evaluados que generaron estos resultados a cada uno se les asignó una ponderación equivalente, ya que éste índice tiene igual importancia para todos los funcionarios de la organización porque se encuentran en un constante contacto directo con los usuarios manejando los diversos momentos de verdad.

□ **Índice específico relativo al recurso humano**

**Tabla 32. Porcentaje del I.E.R. al recurso humano**

INDICE DE SATISFACCIÓN	PREGUNTA	FACTORES EVALUADOS	% DEL INDICE	PONDERACIÓN	PORCE
I.E.R al recurso humano	5 (b)	Calidad de la información suministrada	80%	10%	77,6%
	5 (c)	La corrección del error	62%	15%	
	5 (d)	Prontitud en dar solución al problema	58%	15%	
	13 (c)	Conocimiento de la labor desempeñada	84%	20%	
	13 (d)	Solución a inquietudes	84%	10%	
	15 (a)	Conocimiento del servicio prestado	88%	20%	
	15 (b)	La claridad en la explicación	88%	5%	
	15 (e)	La capacidad de asesoría	88%	5%	

Este índice es catalogado como un factor *crítico* en la matriz de niveles de satisfacción, incumpliendo con las expectativas de los usuarios respecto a los factores evaluados en la encuesta. A los puntos generadores de éste resultado se le asignaron a cada uno de ellos una ponderación que varía según la importancia e impacto que tienen éstos dentro de la organización. Según los porcentajes de la tabla 32. Se concluye que los puntos evaluados que dieron lugar al resultado final de éste índice fueron los tres primeros, obteniendo una valoración baja a la mínima requerida.

□ **Índice específico relativo a la agilidad en la atención**

**Tabla 33. Porcentaje del I.E.R. a la agilidad en la atención**

INDICE DE SATISFACCIÓN	PREGUNTA	FACTORES EVALUADOS	% DEL INDICE	PONDERACIÓN	PORCENT.
I.E.R a la agilidad en la atención	8 (a)	Tiempo de espera para ser atendido	86%	35%	81%
	10.1 (a)	Facilidad de comunicarse	80%	25%	
	10.1 (b)	Rapidez en contestar el teléfono	76%	20%	
	10.1 (e)	El tiempo de transferir la llamada	76%	20%	

El tiempo que tienen que esperar los usuarios para ser atendidos en las diferentes modalidades de servicio, no es el adecuado ya que tres de cuatro elementos evaluados obtuvieron una calificación baja, incumpliendo con los parámetros de calidad establecidos, aunque éste índice alcanza a ubicarse como un factor *estable* en la matriz de niveles de satisfacción, cuya valoración corresponde a la ponderación de los factores evaluados en dicho índice determinados según la importancia de cada uno.

□ **Índice específico relativo a la cantidad suficiente de cajeros**

**Tabla 34. Porcentaje del I.E.R. a la cantidad suficiente de cajeros**

INDICE DE SATISFACCION	PREGUNTA	FACTORES EVALUADOS	% DEL INDICE	PONDERACION	PORCEN
I.E.R a la cantidad suficiente de cajeros	8 (b)	Cantidad suficiente de cajeros	83%		83%

Los usuarios de Metrogas se encuentran satisfechos respecto a la cantidad de cajeros disponibles para el recaudo de los cupones en la oficina de la empresa, clasificándose como un factor estable, cumpliendo con los parámetros de calidad establecidos.

□ **Índice específico relativo a la disponibilidad de horarios**

**Tabla 35. Porcentaje del I.E.R. a la disponibilidad de horarios**

INDICE DE SATISFACCION	PREGUNTA	FACTORES EVALUADOS	% DEL INDICE	PONDERACION	PORCEN
I.E.R a la disponibilidad de horarios	8 (d)	Disponibilidad de horarios	86%		86%

Los usuarios de Metrogas se encuentran satisfechos con respecto al horario establecido para la atención al público en general, ubicándose éste índice en el nivel estable en la matriz de niveles de satisfacción.

□ **Índice específico relativo a la disponibilidad del funcionario**

**Tabla 36. Porcentaje del I.E.R. a la disponibilidad del funcionario**

INDICE DE SATISFACCION	PREGUNTA	FACTORES EVALUADOS	% DEL INDICE	PONDERACION	PORCEN
I.E.R a la disponibilidad del funcionario	10.1 (d)	Disponibilidad del funcionario	84%		84%

Este índice es catalogado como un factor estable, en donde los usuarios de Metrogas se encuentran satisfechos con la disponibilidad de los funcionarios para atender sus requerimientos o necesidades.

□ **Índice específico relativo a la presentación personal**

**Tabla 37. Porcentaje del I.E.R. a la presentación personal**

INDICE DE SATISFACCION	PREGUNTA	FACTORES EVALUADOS	% DEL INDICE	PONDERACION	PORCENT
I.E.R a la presentación personal	13 (b)	Presentación del personal técnico	84%	50%	86%
	15 (c)	Presentación del vendedor	88%	50%	

La presentación personal de los funcionarios de Metrogas se cataloga como índice *estable* en la matriz de niveles de satisfacción, los puntos que dieron lugar a dicho resultado se les dio una valoración equitativa a cada uno, por que es importante que todos los trabajadores de la empresa tengan una apariencia adecuada y porten el uniforme de la manera correcta.

□ **Índice específico relativo a la calidad del servicio técnico prestado**

**Tabla 38. Porcentaje del I.E.R. a la calidad del servicio técnico prestado**

INDICE DE SATISFACCIÓN	PREGUNTA	FACTORES EVALUADOS	% DEL INDICE	PONDERACIÓN	PORCENT.
I.E.R a la calidad del servicio técnico prestado	12 (a)	Oportunidad en la prestación del servicio	74%	25%	74%
	12 (b)	Agilidad en la prestación del servicio	74%	25%	
	12 (c)	Calidad de la prestación del servicio	74%	25%	
	12 (d)	Cumplimiento de lo pactado	74%	25%	

La calidad del servicio técnico prestado es considerada y valorada por los usuarios como un factor *crítico*, el cual corresponde al promedio de los índices específicos relativos a la oportunidad, agilidad y calidad del servicio prestado y al cumplimiento de lo pactado todos con una valoración por debajo de los parámetros mínimos de calidad; por lo tanto, los clientes externos de la empresa se encuentran insatisfechos con el tiempo, rapidez y garantía de los servicios realizados por los técnicos de Metrogas S.A. E.S.P. además del incumpliendo de los acordado para dicho servicio.

## 6. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN Y ACTIVIDADES REALIZADAS

Se describirá a continuación un cronograma de actividades en donde se plantean las propuestas de mejora para los índices críticos identificados en la Auditoria del Servicio, sus posibles causas y la puesta en marcha de algunas actividades:

**Tabla 39. Plan de implementación y actividades realizadas**

INDICE DE SATISFACCIÓN	FACTOR EVALUADO	POSIBLES CAUSAS	PROPUESTAS DE MEJORA - BENEFICIOS	PUESTA EN MARCHA
Todos los índices de satisfacción evaluados en la encuesta.	Todos los factores pertenecientes a los índices.	Por la falta de conocimiento acerca del servicio que se le debe prestar a los clientes y la falta de compromiso y de responsabilidad de los funcionarios por generar una buena atención a los usuarios.	Realizar una capacitación y sensibilización a todos los funcionarios de la empresa sobre el tema "servicio al cliente", para que éstos conozcan la importancia de la prestación de un servicio y del impacto que genera éste dentro de la organización y de ésta manera cada uno de los trabajadores apliquen lo aprendido y aporten ideas para el mejoramiento del contacto e información suministrada a los usuarios desde sus puestos de trabajo.  El objetivo del curso es construir conceptos acerca de los procesos de Servicio al Cliente y desarrollar habilidades y destrezas en los funcionarios para ofrecer servicios de calidad, además generar en los trabajadores el fortalecimiento de actitudes positivas frente a la misión personal y organizacional de servir con calidad; aplicando relaciones interpersonales y comunicaciones asertivas para lograr una excelente atención a los clientes y público en general y de esta manera proyectar la mejor imagen institucional y mantener clientes satisfechos.	El curso del "Servicio al Cliente" inicia el 19 de octubre del 2005 con una intensidad de 20 horas en el horario de 6:00 a.m. a 8:00 a.m. dirigido por el docente Eduardo Torres funcionario del SENA.
I.E.R. al recurso humano	Calidad de la información suministrada	Por la poca comunicación que existe entre el área de atención a usuarios y las demás áreas, respecto a la transmisión de algún cambio o actualización de procesos en dichos puestos de trabajo no se	Sería recomendable realizar reuniones dos veces por semana (comité de calidad), con el fin de hacer una retroalimentación de todos los cambios generados en cada una de sus áreas, por otro lado se debe evaluar a todos los empleados de la empresa acerca del contrato de	Se aprovecho que se estaban realizando reuniones dos veces por semana debido al comité de calidad para incluir en éstas, la temática de la retroalimentación de cada uno de los puestos de trabajo con el fin de que todos los dueños de

		<p>cuenta con los datos necesarios para la sustentación justificada ante la queja o reclamo presentada por un usuario en un determinado momento, además la falta de conocimiento por parte de los funcionarios sobre el marco legal que regula a la empresa distorsiona o no respalda la información suministrada a los usuarios generando insatisfacción en ellos con la calidad de dicha información.</p>	<p>condiciones uniformes para que tengan la formación mínima sobre los derechos y deberes de los usuarios y poder dar respuesta acertada a los usuarios respaldada por la ley y de esta manera poder contar con un personal capacitado en los diferentes temas donde se presenta la mayor inconformidad en los usuarios para atender con fundamentos sus inquietudes y dar lugar a la atención de los servicios que generan ingresos para la empresa.</p>	<p>procesos se informarán acerca de los cambios o desarrollo de nuevos proyectos en las diferentes áreas dando inicio a partir del 21 de noviembre de 2005; por otro lado la evaluación acerca del contrato de condiciones uniformes se realizará el 05 de diciembre de 2005 a todos los empleados de la empresa.</p>
I.E.R. al recurso humano	Calidad de la información suministrada	<p>Los medios utilizados por Metrogas están basados en volantes con esquemas y presentaciones monótonas y poco agradables a la vista, siendo esto poco atractivo para los usuarios además en ellos no existe cultura de la lectura dificultando la transmisión efectiva de la información.</p>	<p>Se sugiere diseñar folletos didácticos que permitan instruir a los usuarios acerca de la importancia del gas natural, los cuidados que se deben tener, a quien acudir en caso de emergencia y los beneficios de la revisión periódica, con una presentación amigable que incite a la lectura de éste folleto, permitiendo la reducción de quejas por parte de los usuarios con aquellos temas que los indisponen con la empresa.</p> <p>Se busca educar y concientizar a los usuarios de los cuidados que debe tener con el suministro del gas natural y de esta manera reducir inconformidades en el aspecto informativo de los temas importantes para la empresa</p>	<p>Se realizó una propuesta del rediseño del manual del cliente, la cual fue analizada y complementada por la gerente de la empresa Mónica María Tarazona Aldana y los dueños de procesos con respecto a la imagen, presentación y contenido del mismo, el cual tiene como objetivo principal informar y dar a conocer a los usuarios la trayectoria de la empresa, su misión, la importancia y características del gas natural domiciliario, su uso adecuado y los cuidados que se deben tener, además se les indica que hacer en caso de emergencia y se les explica en que consiste la revisión periódica y el porque debe realizarse cada cierto periodo de tiempo; este manual consta de dibujos que están a la vanguardia, su portada esta llena de vida y color con el lema que identifica a la empresa además cuenta con el tamaño adecuado que facilita la lectura del mismo; el visto bueno final al modelo propuesto se dio el 03 de Noviembre de 2005, para iniciar su producción y posterior entrega a los usuarios. (Ver Anexo 9)</p>

I.E.R. al recurso humano	La corrección del error	Se determinó que una de las posibles causas de la mala percepción de los clientes, se debe a las falencias presentadas en facturación, en primera instancia por el error de las personas encargadas de tomar las lecturas y por la falta de conocimiento de los funcionarios de atención al usuario del manejo y conocimiento del sistema correspondiente al área de facturación.	Reportar los cambios de valor como queja o reclamo para llevar un control estricto del personal que está cometiendo los errores en la toma de lectura y poder tomar decisiones al respecto, para reducir las inconformidades por parte de los usuarios. Realizar por parte del jefe de facturación una inducción a los funcionarios pertenecientes al servicio al cliente y diseñar un instructivo del área de facturación para dar respuestas oportunas y tener un soporte de la información ofrecida a los usuarios.	Esta propuesta se va a llevar a cabo a partir del 21 de noviembre de 2005, en donde se le informa al jefe de atención a usuarios por medio de un memorando el nuevo procedimiento. El instructivo de inducción se realizará para el día 29 de noviembre de 2005. La persona que estará a cargo de su elaboración será la jefe de facturación, para su posterior entrega y explicación a los funcionarios pertenecientes al área de atención a usuarios.
I.E.R. al recurso humano	Prontitud en dar solución al problema	Principalmente el caso que tiende a molestar a los usuarios es que para dar respuesta a los derechos de petición presentados por ellos, la empresa por ley tiene un plazo máximo de 15 días para hacerlo, lo que genera inconformidad a por el tiempo que tienen que esperar para que le solucionen su problema.	Compromiso por parte del jefe de atención a usuarios de contestar los derechos de petición antes de los quince días establecidos por la ley para atender y dar respuesta de forma oportuna las solicitudes de los usuarios.	Este compromiso se va a llevar a cabo a partir del día 21 de noviembre de 2005.
I.E.R. a la agilidad en la atención	Facilidad de comunicarse  Rapidez en contestar el teléfono  El tiempo de transferir la llamada	Existe insatisfacción de los usuarios por la dificultad de contactar telefónicamente a la empresa debido a que la recepcionista realiza reemplazos temporales en determinados cargos lo que no permite que se responsabilice de forma directa de sus labores cotidianas, específicamente en recibir y transferir llamadas telefónicas.  Además otro problema que se presenta para la recepción de las llamadas, es la falta de colaboración por parte de cada una de las dependencias en el momento de atender la llamada telefónica transferida por recepción ya sea por que tienen ocupado el teléfono en asuntos personales, no están en su puesto de trabajo o por que se encuentran ocupados realizando sus actividades diarias.	Mediante un memorando se le notifica al jefe de atención a usuarios que debe recibir y transferir llamadas telefónicas cuando la recepcionista se encuentre ausente de su puesto de trabajo por diversas razones lo que contribuye a reducir el tiempo de espera del usuario para ser atendido telefónicamente y mantener la línea telefónica disponible para la recepción de servicios.  En el curso del servicio al cliente se incluye la sensibilización del personal en cuanto a la concientización y responsabilidad de cada uno de los funcionarios en el manejo y uso adecuado del teléfono y de esta manera poder evacuar con una excelente atención las llamadas telefónicas de manera rápida y oportuna.	Se le notifica mediante un memorando al jefe de atención a usuarios que a partir del 10 de octubre de 2005 debe empezar a recibir y transferir llamadas telefónicas cuando la recepcionista lo requiera.  El curso del "Servicio al Cliente" inicia el 19 de octubre del 2005 con una intensidad de 20 horas en el horario de 6:00 a.m. a 8:00 a.m. dirigido por el docente Eduardo Torres funcionario del SENA.

<p>I.E.R. a la calidad del servicio técnico prestado</p>	<p>Oportunidad en la prestación del servicio</p> <p>Agilidad en la prestación del servicio</p> <p>Calidad de la prestación del servicio</p> <p>Cumplimiento de lo pactado</p>	<p>En el área de servicios técnicos adicionales se determinaron que las posibles causas generadoras de la insatisfacción de los usuarios en la calidad del servicio técnico prestado las cuales son: la cantidad insuficiente de personal técnico para la atención de los servicios generados, falencia en la comunicación entre el personal encargado de recibir el servicio y el técnico que lo presta, el registro de la información se realiza de manera incompleta por la falta de indagación en algunos casos del funcionario quien recibe la llamada y toma el servicio pero también se da por el reducido espacio que tiene el registro para la consignación de dicha información.</p> <p>Por otro lado se presenta acumulación de servicios reportados por radio por parte del call center, la cual es la línea de emergencia cuyo número es el 164, y las personas encargadas de recibir dichas emergencias desconocen cuales son consideradas como tales, aceptándole a los usuarios cualquier tipo de servicio como una emergencia.</p>	<p>Para la evacuación rápida y oportuna de los servicios generados por los usuarios en sus diversas modalidades se requiere contar con más personal técnico para la realización de los servicios, se sugiere por lo menos dos (2) personas con la capacidad y experiencia suficiente para que formen parte de éste grupo de trabajadores.</p> <p>En relación con la comunicación, se requiere de la colaboración y compromiso entre las áreas involucradas como son técnica, recepción, servicio al cliente, coordinador técnico administrativo y técnicos para mantener un continuo contacto e informar de cualquier anomalía o cambios que se presente en el transcurso de la jornada laboral, como es el caso específico de avisar por los técnicos a la empresa si existe algún tipo de retraso en la programación y de ésta manera no incumplirle al usuarios con lo pactado comunicándole a tiempo la situación presentada, además debe existir retroalimentación de la información entre las áreas para confirmar si el mensaje fue recibido y de forma correcta para evitar el entorpecimiento de la transmisión de la información y los errores en el desempeño del trabajo.</p> <p>Se debe tomar siempre los datos e información completa del servicio solicitado por el usuario; en donde se va a ampliar el espacio de los campos de observaciones de la toma y descarga de servicio en el Reg. 0204 para consignar los datos necesarios para la ejecución efectiva del servicio.</p> <p>Los funcionarios del área de atención a usuarios y de la recepción estarán pendientes como soporte de los técnicos, de los reportes realizados por el radio por parte del call center, en donde se tomarán los datos del usuario solicitante y se comunican con este, para definir si es un servicio o una emergencia y realizar el procedimiento respectivo, para darle el uso adecuado a la línea de emergencia.</p>	<p>La solicitud de personal técnico entrará en consideración a partir de febrero del 2006.</p> <p>Esta propuesta se aplicará a partir del 21 de noviembre de 2005 por las áreas involucradas en dicho proceso.</p> <p>El jefe de sistemas será el encargado de realizar la ampliación de los campos de observación en el registro 0204 y esta labor será realizada y entregada el día 23 de noviembre de 2005.</p> <p>Esta propuesta se implementará a partir del día 16 de noviembre de 2005.</p>
--	---	---	---	--

		Recomendación generada por los usuarios en la encuesta es que existe una disposición limitada de los puntos autorizados de pago para la cancelación de las facturas pero esto es debido a los altos costos que conllevan tener un convenio con las diferentes entidades bancarias.	Para mejorar el servicio de atención a los usuarios, se va a ampliar los puntos autorizados de recaudo del servicio de gas natural llevando a cabo el proceso de contrato con Mercadefam donde su trabajo consistiría en el recaudo de cupones en las cajas de sus instalaciones buscando la comodidad, facilidad e incrementar las posibilidades de pago de la factura para los usuarios de Metrogas.	El 11 de octubre de 2005 se iniciaron las conversaciones con la jefe financiera de Mercadefam María Claudia Santander, en la cual se establecieron las condiciones del convenio entre las partes y hasta el momento se esta llevando acabo el proceso de elaboración del contrato el cual se firmará posteriormente al tener todos los parágrafos definidos y en acuerdo por las dos empresas.
--	--	--	--	--

### **6.1. DISEÑO DE LA HERRAMIENTA DE SEGUIMIENTO Y CONTROL PARA LAS EMPRESAS QUE LE PRESTAN SU SERVICIO A METROGAS S.A. E.S.P.**

Metrogas de Colombia S.A. E.S.P. paralelo al desarrollo de éste proyecto venía implementando el sistema de gestión de la calidad en la cual de forma conjunta se elaboró el registro-0804 “Evaluación del personal de Facturación” que permite llevar un control del cumplimiento de los objetivos y funciones asignados a la empresa prestadora del servicio (outsourcing) ya que carecía de dicha herramienta (Ver Anexo 5).

Además se diseño un formato de evaluación para el ingreso de cajeros temporales en donde se mide la destreza y habilidades con las que debe contar el personal al asumir el cargo de cajero (Ver Anexo 6).

No se realizó el registro de control para la empresa constructora ya que éste formato existía y se esta llevando a cabo en la actualidad conforme con los criterios a evaluar.

## CONCLUSIONES

- La calificación de los atributos de calidad del servicio ofrecido por Metrogas de Colombia S.A. E.S.P. a los usuarios de Floridablanca y Ruitoque, se encuentra en un *nivel aceptable* con un 82.6% (ver Anexo 6), producto de los resultados de la Auditoria del Servicio, ubicándose en una valoración en la cual alcanza a cumplir con los parámetros de calidad establecidos en la Matriz de Niveles de Satisfacción, pero con tendencia a crítico, teniendo en cuenta que los índices evaluados, no se observa una valoración excelente que pueda ser diferenciadora.
- Los usuarios de Metrogas manifestaron su insatisfacción con algunos de los servicios prestados, circunstancia que involucra a la mayoría de las áreas y procesos de la organización. En este sentido, los índices y factores de calidad que requieren un proceso de mejoramiento en Metrogas y catalogados como críticos son:
  - El I.E.R. al recurso humano cuyos factores generadores de este resultado son la calidad de la información suministrada, la corrección del error y prontitud en dar solución al problema,
  - El I.E.R. a la calidad del servicio técnico prestado; en donde los cuatro factores evaluados en dicho índice, obtuvieron un valoración por debajo de los parámetros mínimos de calidad originando la calificación deficiente por parte de los usuarios.
  - Por último se encuentran los factores de facilidad de comunicarse, rapidez en contestar el teléfono y el tiempo de transferir la llamada evaluada en el I.E.R. a la agilidad en la atención.
- Metrogas de Colombia S.A. E.S.P. se encuentra en una situación aceptable, en la cual no cuenta con elementos diferenciadores que le permitan posicionarse como una empresa que se caracteriza por la calidad del servicio al cliente, presentando falencias dentro de los procesos que conducen a la insatisfacción e incumplimiento en algunos aspectos de los requerimientos de los usuarios.

Sin embargo, existen unos elementos por los cuales la empresa se conserva en un nivel estable, que le permite mantenerse dentro de los criterios de calidad anteriormente mencionados, los cuales son: el I.E.R al servicio prestado, el I.E.R. a la amabilidad, I.E.R. a la cantidad suficiente de cajeros,

I.E.R. a la disponibilidad de horarios, I.E.R. a la disponibilidad del funcionario y el I.E.R. a la presentación personal, por los cuales los usuarios se encuentran satisfechos teniendo una percepción buena de éstos.

- La gerente y todos los funcionarios de Metrogas tomaron conciencia de las condiciones en que se encuentra actualmente frente a los usuarios y se comprometieron a adquirir responsabilidades para mejorar la calidad ofrecida en cada uno de sus servicios, quedando motivados para el estableciendo de planes y estrategias encaminadas a la satisfacción de los clientes externos y de esta manera emprender un proceso de mejoramiento continuo en los procedimientos para orientarlos a los usuarios con el propósito de hacer del servicio al cliente una ventaja competitiva.
- Metrogas de Colombia S.A. E.S.P. esta realizando varios proyectos entre esos la certificación de calidad, que se encaminan hacia el logro de la misión y visión organizacional buscando posicionarse como la mejor empresa del sector, enfocada al servicio al cliente para incrementar la satisfacción de los usuarios buscando ventajas y elementos competitivos que permitan obtener un calificativo de diferenciador en la Matriz de niveles de Satisfacción.

## RECOMENDACIONES

- La Auditoria del Servicio es una metodología que para que se vean los resultados hay que realizarle un seguimiento permanente a las propuestas sugeridas e implementadas en la organización por parte del jefe de calidad y planeación soportada con la revisión por la dirección.
- Como las necesidades y expectativas de los usuarios están en constante cambio, se recomienda realizar la aplicación de la metodología por lo menos cada año, para la actualización de la información y el nuevo planteamiento de estrategias que permitan cumplir y satisfacer los requerimientos de los clientes externos y de esta manera convertir el servicio al cliente en una ventaja competitiva para la empresa, además se debe realizar un comparativo con la auditoria realizada anteriormente y analizar por medio de los índices de satisfacción, si las propuestas planteadas cumplieron su objetivo alcanzando la empresa una valoración de diferenciador en la Matriz de niveles de satisfacción.
- Para que el trabajo realizado con la Auditoria del servicio en la empresa, no se pierda y tenga una continuidad y aprovechamiento total de sus beneficios, es necesario asignar la responsabilidad del seguimiento y posterior aplicación de la metodología a un funcionario de Metrogas especialmente que se encuentre en el área de atención a usuarios que se desempeñará como auditor, en donde puede realizar el siguiente procedimiento:
  - Actualizar la información recolectada para el diseño de la encuesta, como son los ciclos del servicio en donde se establecen las características de calidad en cada uno de los momentos de verdad, análisis de los 5 WH y los conceptos por evaluar en los procedimientos, es decir, realizar la planeación de la metodología.
  - Determinar la población objetivo a la cual se le va a realizar la aplicación de la encuesta y definir los recursos económicos y humanos requeridos para la aplicación de la misma.
  - Programar las actividades que se van a llevar a cabo para el desarrollo de la metodología.
  - Realizar la aplicación de la auditoria teniendo como base lo planificado.

- Analizar la información generada por la herramienta y realizar un comparativo con la anterior, para la determinación del cumplimiento de los objetivos trazados y medir la calidad de los planes de mejora implementados.
- Realizar un informe de los resultados obtenidos, en donde se identifiquen las fortalezas y debilidades de la empresa y se planteen nuevas propuestas de mejora por parte de cada uno de los dueños de procesos.
- Convertir ésta herramienta en una parte fundamental de la estrategia del servicio al cliente de Metrogas de Colombia S.A. E.S.P.

## BIBLIOGRAFÍA

ALBRECHT, Kart, ZEMKE, Ron. Gerencia del Servicio. Legis, Serie Empresarial. Primera edición. 1988.

Contrato de prestación de servicio público domiciliario de gas natural

FUENTES ARÉVALO Johana Astrid. Proyecto de Grado Diseño de Auditoria del Servicio en Gasan S.A. E.S.P. y su implementación en la agencia de Ocaña.

Manual de Calidad de Metrogas de Colombia S.A. E.S.P.

Manual de Inducción de Metrogas de Colombia S.A. E.S.P.

MORALES Christian Javier. Proyecto de Grado Auditoria del Servicio en Saludcoop O.C.

NARRES K. MALHOTRA, PRENTICE HALL. Investigación de Mercados. Pearson Educación, Addison Wesley

SERNA, HUMBERTO y GÓMEZ, JHON JAIRO. Auditoria del Servicio, como medir y satisfacer las necesidades del cliente. Ram editores CIA. LTDA.

Páginas Internet:

- ▲ [www.monografias.com/trabajos11/sercli/sercli.shtml](http://www.monografias.com/trabajos11/sercli/sercli.shtml) -15 May 2005
- ▲ [www.informaticamilenium.com.mx/paginas/mn/articulo39.htm](http://www.informaticamilenium.com.mx/paginas/mn/articulo39.htm)

## GLOSARIO

**CARTERA INCOBRABLE:** Cartera de los usuarios con mas de 4 meses de morosidad en el pago de la factura, puede tener cobro jurídico dependiendo del monto de la deuda.

**CICLO DEL SERVICIO:** Es el proceso en el cual el cliente tiene contacto con una organización desde el momento que solicita un determinado servicio hasta que éste se le presta, dando por terminado el ciclo.

**CLIENTE INTERNO:** Cualquier encargado de área de la empresa, quien para el cumplimiento de las actividades correspondientes a su división realiza la solicitud de un servicio.

**CREG:** Es la Comisión Reguladora de Energía y Gas Combustible, adscrita la Ministerio de Minas y Energía.

**DIAGRAMAS DE FLUJO:** Es una representación gráfica de los procesos llevados a cabo en el interior de una organización que permite visualizar en forma general las actividades y los momentos de verdad de cada uno de los procedimientos.

**DEFECTO:** Es el evento en el cual una vez terminada la revisión de la instalación, esta no cumpla con las obligaciones pertinentes.

**ENTREVISTA PERSONAL:** Es una conversación que pretende obtener información sobre un tema en específico donde sólo participa dos personas, el encuestador y el encuestado.

**FACTURACIÓN:** Conjunto de actividades que se realizan para emitir la factura que comprende: Lectura, determinación de consumos, elaboración y entrega de factura.

**FRAUDE:** Son todos los hechos que generan sanciones.

**INSTALACIÓN PARA SUMINISTRO DE GAS:** Conjunto de tuberías, equipos y accesorios requeridos para el suministro de gas a edificaciones; está comprendida entre la salida de la válvula de corte en la acometida y los puntos de salida para conexión de los gasodomésticos o equipos para uso comercial que funcionan con gas.

**LA LIBRETA DE CALIFICACIONES DEL CLIENTE:** Herramienta con la cual se registra la medición de la calidad del servicio que METROGAS DE COLOMBIA

S.A E.S.P provee, será mediante la presentación acumulada del desempeño de la organización frente al usuario con base en unos índices de satisfacción.

**MATRIZ DE NIVELES DE SATISFACCIÓN:** La matriz de niveles de satisfacción busca clasificar los índices evaluados, con el fin de determinar cuales son los conceptos o factores que dan lugar a la insatisfacción de los usuarios en críticos, estables y diferenciadores.

**MOMENTO DE VERDAD:** Son los diferentes contactos (personal, telefónico o por escrito) que tiene el usuario con la empresa en la cual tiene la posibilidad de calificar y formar un criterio de dicha organización por su experiencia.

**MOROSIDAD 4:** Atraso igual a 4 periodos facturados.

**PETICIÓN:** Acto de cualquier persona particular, suscriptora o no, dirigido a LA EMPRESA, para solicitar, en interés particular o general un acto o contrato relacionado con la prestación del servicio domiciliario de distribución de gas combustible, pero que no tiene el propósito de conseguir la revocación o modificación de una decisión tomada por LA EMPRESA respecto de uno o más suscriptores en particular.

**QUEJA:** Medio por el cual el suscriptor o usuario pone de manifiesto su inconformidad con la actuación de determinado funcionario, o con la forma y condiciones en que se ha prestado el servicio.

**RECLAMO:** Solicitud del interesado mediante la cual le solicita a LA EMPRESA la revisión de la facturación del servicio de gas combustible para que esta tome una decisión final o definitiva del asunto de conformidad con los procedimientos previstos por ley.

**RECURSO DE APELACIÓN:** Es el que se presenta en subsidio del Recurso de Reposición en la oficina de Atención a Usuarios y del cual se dará traslado a la Superintendencia de servicios Públicos Domiciliarios para que lo resuelva.

**RECURSO DE REPOSICIÓN:** Es aquel que se presenta ante LA EMPRESA para que aclare, modifique o revoque una decisión que afecte sus intereses, en los casos y oportunidades previstas en el Contrato de Condiciones Uniformes.

**REVISIÓN PERIÓDICA:** Es la inspección de las instalaciones del usuario periódicamente y a intervalos no superiores a cinco años, o a solicitud del usuario, consultando las normas técnicas y de seguridad, realizada por la empresa.

**SERVICIO TÉCNICO:** Servicios prestados por Metrogas S.A. E.S.P. los cuales necesitan la vinculación activa de los técnicos (instaladores o inspectores) para la realización del mismo.

**USUARIO:** Persona natural o jurídica que se beneficia con la prestación de un servicio público, bien sea como propietaria del inmueble en donde éste presta o como receptor directo del servicio de distribución domiciliar de gas natural, a este también se le denomina consumidor. Se entiende incluida la definición de suscriptor. Son usuarios no sólo los conectados a la red de distribución de la empresa sino aquellos conectados a la red de transporte que son atendidos por la empresa.



## ANEXO A

### EVALUACION DEL CLIENTE RESPECTO A LA REVISIÓN PERIODICA

Se está realizando una encuesta orientada a conocer y evaluar la calidad de la revisión periódica que actualmente se está realizando a los usuarios, con el fin de mejorar la prestación del servicio.

Le agradecemos su colaboración para lograr dicho objetivo.

1 Qué tan satisfecho se encuentra usted con el servicio prestado por los funcionarios, relacionados con:

a) La habilidad en el desempeño de la labor realizada 1\_\_ 2\_\_ 3\_\_ 4\_\_ 5\_\_

b) El cumplimiento en la fecha y hora programada 1\_\_ 2\_\_ 3\_\_ 4\_\_ 5\_\_

c) La conformidad con la labor realizada 1\_\_ 2\_\_ 3\_\_ 4\_\_ 5\_\_

d) El tiempo de ejecución del procedimiento 1\_\_ 2\_\_ 3\_\_ 4\_\_ 5\_\_

2 En cuanto al personal Técnico Inspector como calificaría los siguientes aspectos:

a) La amabilidad del funcionario 1\_\_ 2\_\_ 3\_\_ 4\_\_ 5\_\_

b) La presentación personal 1\_\_ 2\_\_ 3\_\_ 4\_\_ 5\_\_

3 Respecto a la información suministrada por parte del técnico inspector cómo lo evaluaría en lo que se refiere a:

a) La explicación clara acerca del procedimiento realizado 1\_\_ 2\_\_ 3\_\_ 4\_\_ 5\_\_

b) La información precisa acerca de la forma de pago de la revisión periódica. 1\_\_ 2\_\_ 3\_\_ 4\_\_ 5\_\_

Donde 5 es la calificación más alta y 1 la más baja



### EVALUACION DEL CLIENTE RESPECTO A LA REVISIÓN PERIODICA

Se está realizando una encuesta orientada a conocer y evaluar la calidad de la revisión periódica que actualmente se está realizando a los usuarios, con el fin de mejorar la prestación del servicio.

Le agradecemos su colaboración para lograr dicho objetivo.

4 Qué tan satisfecho se encuentra usted con el servicio prestado por los funcionarios, relacionados con:

e) La habilidad en el desempeño de la labor realizada 1\_\_ 2\_\_ 3\_\_ 4\_\_ 5\_\_

f) El cumplimiento en la fecha y hora programada 1\_\_ 2\_\_ 3\_\_ 4\_\_ 5\_\_

g) La conformidad con la labor realizada 1\_\_ 2\_\_ 3\_\_ 4\_\_ 5\_\_

h) El tiempo de ejecución del procedimiento 1\_\_ 2\_\_ 3\_\_ 4\_\_ 5\_\_

5 En cuanto al personal Técnico Inspector como calificaría los siguientes aspectos:

c) La amabilidad del funcionario 1\_\_ 2\_\_ 3\_\_ 4\_\_ 5\_\_

d) La presentación personal 1\_\_ 2\_\_ 3\_\_ 4\_\_ 5\_\_

6 Respecto a la información suministrada por parte del técnico inspector cómo lo evaluaría en lo que se refiere a:

c) La explicación clara acerca del procedimiento realizado 1\_\_ 2\_\_ 3\_\_ 4\_\_ 5\_\_

d) La información precisa acerca de la forma de pago de la revisión periódica. 1\_\_ 2\_\_ 3\_\_ 4\_\_ 5\_\_

Donde 5 es la calificación más alta y 1 la más baja



## ANEXO B. ENCUESTA PRUEBA-PILOTO METROGAS DE COLOMBIA S.A E.S.P.

Buenos días (tardes), mi nombre es \_\_\_\_\_, represento a la empresa Metrogas de Colombia S.A E.S.P. Estamos realizando una encuesta orientada a conocer y evaluar la calidad del servicio que actualmente se le está brindando al usuario, con fines de mejorar esta prestación. Solicitamos y agradecemos su colaboración para que nos suministre algunos datos de nuestro interés y poder lograr este objetivo.

Fecha: \_\_\_\_\_ Hora: \_\_\_\_\_ Encuestador: \_\_\_\_\_  
Encuestado: \_\_\_\_\_ Teléfono: \_\_\_\_\_  
Dirección: \_\_\_\_\_ Barrio: \_\_\_\_\_  
Edad: \_\_\_\_\_ Sexo: M \_\_\_ F \_\_\_ Estrato: 1 \_\_\_ 2 \_\_\_ 3 \_\_\_ 4 \_\_\_ 5 \_\_\_ 6 \_\_\_

1. ¿Cómo califica el servicio ofrecido por Metrogas?  
MB B R M MM

(Si la respuesta es R, M, MM continúe con la pregunta 1.1, sino continúe con la pregunta 2)

1.1 ¿Porqué?

- 1- Interrupciones \_\_\_  
2- Demora para reanudar el servicio una vez interrumpido \_\_\_  
3- Otros \_\_\_\_\_

2. ¿La entrega de la factura es oportuna? 1.SI \_\_\_ 2.NO\_\_\_

3. ¿Alguna vez se le ha presentado un error en la factura? 1.SI \_\_\_ 2.NO\_\_\_

( Si la respuesta es SI continúe con la pregunta 4 pero si la repuesta es NO continúe con la pregunta 5)

4. ¿Qué tipo de error se le ha presentado en su factura?

- 1.Toma de lectura \_\_\_ 2.Cobro por suspensión \_\_\_ 3.Cambio de estrato \_\_\_  
4.Cobro de servicios facturados \_\_\_ 5.Pagos no reportados \_\_\_ 6.Otros \_\_\_\_\_

5. ¿Cómo califica la atención del funcionario cuando usted comunicó el error de la factura?

- |  | MB  | B   | R   | M   | MM  |
|--|-----|-----|-----|-----|-----|
| a) La amabilidad del funcionario             | ___ | ___ | ___ | ___ | ___ |
| b) La calidad de la información suministrada | ___ | ___ | ___ | ___ | ___ |
| c) La corrección del error                   | ___ | ___ | ___ | ___ | ___ |
| d) La prontitud en dar solución al problema  | ___ | ___ | ___ | ___ | ___ |

6. ¿En dónde realiza el pago de la factura?

- 1.Oficina de Metrogas \_\_\_ 2.Bancos Autorizados \_\_\_ 3.EMEFAS \_\_\_  
4.Red Multicolor \_\_\_ 5.Cajeros ATH \_\_\_ 6.Internet (ATH, Red Multicolor) \_\_\_

(Si lo realiza en la oficina de Metrogas continúa con la pregunta 7 si lo realiza en otro punto autorizado siga con la pregunta 9)

7. ¿Razón o razones por la cual usted cancela la factura en la oficina de Metrogas?

- 1.Localización \_\_\_ 2.Vías de acceso \_\_\_ 3.Distribución interior \_\_\_ 4.Comodidad \_\_\_  
5.Orden \_\_\_ 6.Aseo \_\_\_ 7.Rapidez \_\_\_ 8.Otros \_\_\_\_\_

8. ¿Cómo califica usted la atención en la oficina de Metrogas en cuanto al pago de la factura, con respecto a:

	MS	S	IND	INS	MINS
a) Tiempo de espera para ser atendidos	___	___	___	___	___
b) Cantidad suficiente de cajeros	___	___	___	___	___
c) Amabilidad del cajero	___	___	___	___	___
d) Disponibilidad de horarios	___	___	___	___	___
e) Solución a inquietudes	___	___	___	___	___

9. ¿Alguna vez ha requerido de algún tipo de servicio por parte de la empresa de Metrogas de Colombia S.A E.S.P? 1.SI \_\_\_ 2.NO\_\_\_

(Si la respuesta es SI continúe con la pregunta 10 pero si la repuesta es NO continúe con la pregunta 12)

10. ¿Qué tipo de servicio a necesitado?

- 1.Conexión \_\_\_ 4.Retiro \_\_\_ 7.Reparación \_\_\_  
2.Revisión \_\_\_ 5.Cotización \_\_\_ 8.Instalación \_\_\_  
3.Traslado \_\_\_ 6.Mantenimiento \_\_\_ 9.Otros Servicios \_\_\_  
10.Ninguno \_\_\_

11. ¿Cómo califica usted la prestación del servicio ofrecido por parte de Metrogas, relacionado con:

➤ Comunicación telefónica

	MS	S	IND	INS	MINS
a) Facilidad de comunicarse	___	___	___	___	___
b) Rapidez en contestar el teléfono	___	___	___	___	___
c) Tiempo de transferir la llamada	___	___	___	___	___
d) Disponibilidad del funcionario	___	___	___	___	___

➤ Labor realizada

	MB	B	R	M	MM
a) Oportunos en la prestación del servicio	—	—	—	—	—
b) Agilidad en la prestación del servicio	—	—	—	—	—
c) Calidad en la prestación del servicio	—	—	—	—	—
d) Ocasionó algún daño y lo solucionó prontamente	—	—	—	—	—
e) Tiempo para la ejecución del servicio	—	—	—	—	—
f) Cumplimiento de lo pactado	—	—	—	—	—

➤ El personal encargado

	MB	B	R	M	MM
a) Amabilidad del funcionario	—	—	—	—	—
b) Presentación personal	—	—	—	—	—
c) Conocimiento de la labor desempeñada	—	—	—	—	—
d) Solución a inquietudes	—	—	—	—	—
e) Capacidad decisoria	—	—	—	—	—

12. ¿En el periodo de los últimos dos meses ha realizado alguna compra de la instalación de suministro de gas para su domicilio? 1.SI \_\_\_ 2.NO \_\_\_

(Si la respuesta es SI continúe con la pregunta 13 pero si la repuesta es NO continúe con la pregunta 14)

13. Califique de 1 a 5, donde la mejor nota es 5 y la peor es 1, la atención personalizada que recibió por parte del vendedor de Metrogas en cuanto a:

a) Conocimiento del servicio prestado	1__	2__	3__	4__	5__
b) Claridad en la explicación	1__	2__	3__	4__	5__
a) La amabilidad del vendedor	1__	2__	3__	4__	5__
b) Presentación personal	1__	2__	3__	4__	5__
c) La capacidad de asesoría	1__	2__	3__	4__	5__

14. ¿Qué recomendaciones le haría usted a Metrogas S.A. E.S.P para que el servicio sea ideal?

---



---



---



---

**MUCHAS GRACIAS**



**ANEXO C. ENCUESTA  
METROGAS DE COLOMBIA S.A. E.S.P.**

Buenos días (tardes), mi nombre es \_\_\_\_\_, represento a la empresa Metrogas de Colombia S.A E.S.P. Estamos realizando una encuesta orientada a conocer y evaluar la calidad del servicio que actualmente se le está brindando al usuario, con fines de mejorar esta prestación. Solicitamos y agradecemos su colaboración para que nos suministre algunos datos de nuestro interés y poder lograr este objetivo.

Fecha: \_\_\_\_\_ Hora: \_\_\_\_\_ Encuestador: \_\_\_\_\_  
Encuestado: \_\_\_\_\_ Teléfono: \_\_\_\_\_  
Dirección: \_\_\_\_\_ Barrio: \_\_\_\_\_  
Edad: \_\_\_\_\_ Sexo: M \_\_\_ F \_\_\_ Estrato: 1 \_\_\_ 2 \_\_\_ 3 \_\_\_ 4 \_\_\_ 5 \_\_\_ 6 \_\_\_

1. ¿Cómo califica el servicio ofrecido por Metrogas?  
MB B R M MM  
\_\_\_ \_\_\_ \_\_\_ \_\_\_ \_\_\_

**(Si la respuesta es MB y B continúe con la pregunta 2)**

1.1 ¿Porqué?

1- Interrupciones \_\_\_

2- Demora para reanudar el servicio una vez interrumpido \_\_\_

3- Otros \_\_\_\_\_

2. ¿La factura del gas le llega oportunamente? 1. SI \_\_\_ 2. NO \_\_\_

**(Si la respuesta es SI continúe con la pregunta 3)**

2.1 ¿Cuántas veces no ha llegado a tiempo? \_\_\_

3. ¿La factura ha tenido errores? 1. SI \_\_\_ 2. NO \_\_\_

**(Si la respuesta es NO continúe con la pregunta 6)**

3.1 ¿Cuántas veces ha llegado con errores? \_\_\_

4. ¿Qué tipo de error ha presentado la factura?

1-Toma de lectura \_\_\_ 2- Cobro por suspensión \_\_\_ 3- Cambio de estrato \_\_\_

4 - Cobro de servicios facturados \_\_\_ 5- Pagos no reportados \_\_\_

Otros \_\_\_\_\_

5. ¿Cómo califica los siguientes aspectos relacionados con el momento en el que presento el reclamo?

	MB	B	R	M	MM
a) La amabilidad del funcionario	___	___	___	___	___
b) La calidad de la información suministrada	___	___	___	___	___
c) La corrección del error	___	___	___	___	___
d) La prontitud en dar solución al problema	___	___	___	___	___

6. ¿En dónde paga la factura?

1- Oficina de Metrogas \_\_\_ 2- Bancos Autorizados \_\_\_ 3- EMEFAS \_\_\_ 4- Red

Multicolor \_\_\_ 5- Cajeros ATH \_\_\_ 6- Internet (ATH, Red Multicolor) \_\_\_  
7- Débito automático \_\_\_

**(Si no la paga en la oficina de Metrogas siga con la pregunta 9)**

7. ¿Porqué cancela la factura en la oficina de Metrogas?

1- Localización \_\_\_ 2-Vías de acceso \_\_\_ 3-Distribución interior \_\_\_  
4-Comodidad \_\_\_ 5- Orden \_\_\_ 6- Aseo \_\_\_ 7- Rapidez \_\_\_  
8- Otros \_\_\_\_\_

8. ¿Qué tan satisfecho se encuentra usted con la atención en la oficina, en los siguientes aspectos:

	MS	S	IND	INS	MINS
a) El tiempo de espera para ser atendidos	___	___	___	___	___
b) La cantidad suficiente de cajeros	___	___	___	___	___
c) La amabilidad del cajero	___	___	___	___	___
d) La disponibilidad de horarios	___	___	___	___	___

9. ¿Ha tenido algún problema con los otros puntos autorizados? SI \_\_\_ NO \_\_\_

**(Si la respuesta es NO, continúe con la pregunta 10)**

9.1 ¿Qué tipo de problemas ha tenido?

1.Pagos no reportados \_\_\_

2.Otros \_\_\_\_\_

10. ¿Alguna vez ha hecho una llamada a Metrogas? SI \_\_\_ NO \_\_\_

**(Si la respuesta es NO, continúe con la pregunta 11)**

10.1 ¿Cómo califica la comunicación telefónica de Metrogas en los siguientes aspectos:

	MS	S	IND	INS	MINS
a) Facilidad de comunicarse	___	___	___	___	___
b) Rapidez en contestar el teléfono	___	___	___	___	___
c) El tiempo de transferir la llamada	___	___	___	___	___
d) La disponibilidad del funcionario	___	___	___	___	___

11. ¿Qué otro tipo de servicio ha solicitado a Metrogas?

1.Conexión \_\_\_ 4.Retiro \_\_\_ 7.Reparación \_\_\_

2.Revisión \_\_\_ 5.Cotización \_\_\_ 8.Instalación \_\_\_

3.Traslado \_\_\_ 6.Mantenimiento \_\_\_ 9.Otros Servicios \_\_\_

10.Ninguno \_\_\_

**(Si la respuesta es Ninguno, continúe con la pregunta 14)**

12. En cuanto al personal técnico ¿Cómo calificaría la prestación del servicio relacionado con:

	MB	B	R	M	MM
a) La oportunidad en la prestación del servicio	—	—	—	—	—
b) La agilidad en la prestación del servicio	—	—	—	—	—
c) La calidad en la prestación del servicio	—	—	—	—	—
d) El cumplimiento de lo pactado	—	—	—	—	—

13. ¿Cómo calificaría al personal encargado de realizar la labor, relacionado con:

	MB	B	R	M	MM
a) La amabilidad del funcionario	—	—	—	—	—
b) Presentación personal	—	—	—	—	—
c) Conocimiento de la labor desempeñada	—	—	—	—	—
d) Solución a inquietudes	—	—	—	—	—

14. ¿En los últimos dos meses ha realizado alguna compra de la instalación de suministro de gas para su domicilio? 1. SI \_\_\_ 2. NO \_\_\_

**(Si la respuesta es NO, continúe con la pregunta 16)**

15. Califique de 1 a 5, donde la mejor nota es 5 y la peor es 1, la atención personalizada que recibió por parte del vendedor de Metrogas en cuanto a:

d) El conocimiento del servicio prestado	1__	2__	3__	4__	5__
e) La claridad en la explicación	1__	2__	3__	4__	5__
f) La amabilidad del vendedor	1__	2__	3__	4__	5__
g) Presentación personal	1__	2__	3__	4__	5__
h) La capacidad de asesoría	1__	2__	3__	4__	5__

16. ¿Qué recomendaciones le haría usted a Metrogas para mejorar el servicio que ofrece?

---



---



---



---

**MUCHAS GRACIAS**

## ANEXO D. PORCENTAJE DE CADA ÍNDICE DE SATISFACCIÓN

INDICE DE SATISFACCIÓN	PREGUNTA	FACTORES EVALUADOS	% DEL ÍNDICE	PONDERACIÓN	PORCENT.
I.E.R al servicio prestado	1	Servicio ofrecido por Metrogas	86%		86%
I.E.R a la amabilidad	5 (a)	Amabilidad de atención a usuarios	84%	25%	86%
	8 (c)	Amabilidad de tesorería	88%	25%	
	13 (a)	Amabilidad del personal técnico	84%	25%	
	15 (c)	Amabilidad del vendedor	88%	25%	
I.E.R al recurso humano	5 (b)	Calidad de la información suministrada	80%	10%	77,6%
	5 (c)	La corrección del error	62%	15%	
	5 (d)	Prontitud en dar solución al problema	58%	15%	
	13 (c)	Conocimiento de la labor desempeñada	84%	20%	
	13 (d)	Solución a inquietudes	84%	10%	
	15 (a)	Conocimiento del servicio prestado	88%	20%	
	15 (e)	La claridad en la explicación	88%	5%	
I.E.R a la agilidad en la atención	8 (a)	Tiempo de espera para ser atendido	86%	35%	81%
	10.1 (a)	Facilidad de comunicarse	80%	25%	
	10.1 (b)	Rapidez en contestar el teléfono	76%	20%	
	10.1 (e)	El tiempo de transferir la llamada	76%	20%	
I.E.R a la cantidad suficiente de cajeros	8 (b)	Cantidad suficiente de cajeros	83%		83%
I.E.R a la disponibilidad de horarios	8 (d)	Disponibilidad de horarios	86%		86%
I.E.R a la disponibilidad del funcionario	10.1 (d)	Disponibilidad del funcionario	84%		84%
I.E.R a la calidad del servicio técnico prestado	12 (a)	Oportunidad en la prestación del servicio	74%	25%	74%
	12 (b)	Agilidad en la prestación del servicio	74%	25%	
	12 (c)	Calidad de la prestación del servicio	74%	25%	
	12 (d)	Cumplimiento de lo pactado	74%	25%	
I.E.R a la presentación personal	13 (b)	Presentación del personal técnico	84%	50%	86%
	15 (c)	Presentación del vendedor	88%	50%	
<b>ATRIBUTOS DE CALIDAD DEL SERVICIO</b>					<b>82,6%</b>

## ANEXO E. REGISTRO DE EVALUACIÓN DEL PERSONAL DE FACTURACIÓN



### EVALUACIÓN DEL PERSONAL DE FACTURACIÓN

REG-0804

NOMBRE DEL EVALUADO \_\_\_\_\_  
 NOMBRE DEL EVALUADOR \_\_\_\_\_  
 FECHA EVALUACIÓN \_\_\_\_\_

PUNTOS	CRITERIO	PARÁMETRO	ESCALA					PONDERACIÓN (PTOS.*CALIF.)
			1	2	3	4	5	
10	TERMINALES	ESTADO Y MANEJO DEL EQUIPO DE TOMA DE LECTURAS						
10	REGISTROS	DILIGENCIAMIENTO Y MANEJO DE LA DOCUMENTACIÓN						
12	TIEMPO	TIEMPO DE TOMA DE LECTURAS						
12		TIEMPO DE REPARTO DE FACTURAS						
12		TIEMPO REALIZANDO SUSPENSIONES						
12		TIEMPO REALIZANDO RECONEXIONES POR SUSPENSIÓN.						
10	PRESENTACIÓN PERSONAL	MANERA EN QUE PORTA EL UNIFORME Y LA IDENTIFICACIÓN DE LA COMPAÑÍA.						
12	EXACTITUD	LOS DATOS DE LECTURA TOMADOS EN LOS TERMINALES SON FIEL COPIA DE LA REGISTRADA EN EL MEDIDOR.						
10	CONDUCTA	QUEJAS POR PARTE DEL USUARIO.						
<b>TOTAL</b>								

1. MUY DEFICIENTE    3. ACEPTABLE    5. EXCELENTE  
 2. DEFICIENTE      4. BUENO

PUNTAJE	INSTALADOR	ACCIÓN A SEGUIR
100-80	MUY CONFIABLE	ÉNFATIZAR LOS PUNTOS FUERTES PARA SOSTENER LA POSICIÓN APROBADO
79-60	CONDICIONAL	PRESENTAR UN PLAN DE MEJORA DE LOS PUNTOS DÉBILES E IMPLEMENTARLOS EN LOS PRÓXIMOS 8 DÍAS. DE NO CUMPLIR SE LE DARÁ TRATAMIENTO DE NO CONFIABLE
MENOS DE 60	NO CONFIABLE	NO ACEPTABLE

CALIFICACIÓN DEL EVALUADO (TOTAL/5)	
---	--

## ANEXO F. FORMATO DE EVALUACIÓN DE CAJEROS



### EVALUACIÓN DE CAJEROS

EVALUADO: \_\_\_\_\_

EVALUADOR: \_\_\_\_\_

FECHA: \_\_\_\_\_

PUNTOS	PARÁMETRO	ESCALA					PONDERACIÓN (PTOS*CALIF.)
		1	2	3	4	5	
25	FORMA COMO REALIZA EL CONTEO DEL DINERO						
25	DETECCIÓN DE BILLETES FALSOS.						
20	MANEJO DEL SISTEMA						
15	PRESENTACIÓN PERSONAL						
15	FACILIDAD DE COMUNICACIÓN						
		<b>TOTAL</b>					

1. MUY DEFICIENTE    4. BUENO  
 2. DEFICIENTE        5. EXCELENTE  
 3. ACEPTABLE

<b>CALIFICACIÓN DEL EVALUADO</b>	
(TOTAL/5)	

PUNTAJE	INSTALADOR	ACCIÓN A SEGUIR
100-80	MUY CONFIABLE	ENFATIZAR LOS PUNTOS FUERTES PARA SOSTENER LA POSICIÓN. APROBADO
79-60	CONDICIONAL	PRESENTAR UN PLAN DE MEJORA DE LOS PUNTOS DÉBILES E IMPLEMENTARLOS EN LOS PRÓXIMOS 8 DÍAS. DE NO CUMPLIR SE LE DARÁ TRATAMIENTO DE NO CONFIABLE
MENOS DE 60	NO CONFIABLE	NO ACEPTABLE