



El futuro
es de todos

Minenergía

La **NUEVA**
ENERGÍA

ENCUESTA MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN 2020
GRUPO DE VALOR DE LA DIRECCIÓN DE ENERGÍA ELÉCTRICA FONDO DE ENERGÍA
SOCIAL (FOES) Y EL FONDO DE SOLIDARIDAD PARA SUBSIDIOS Y REDISTRIBUCIÓN
DE INGRESOS (FSSRI).

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	3
OBJETIVO	4
ALCANCE	4
GLOSARIO	5
FICHA TÉCNICA.....	7
FORMULACIÓN MATEMÁTICA PARA EL CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA:.....	8
INSTRUMENTO DE MEDICIÓN Y RESPUESTAS OBTENIDAS.....	10
RESULTADOS ENCUESTA	11
CALIFICACIONES CUANTIFICABLES.....	20
INDICE DE LEALTAD Y SATISFACCIÓN AL CLIENTE (NET PROMOTER SCORE (NPS))	20
INDICE DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE (ISC)	21
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	22
BIBLIOGRAFÍA	23

INTRODUCCIÓN

El Ministerio de Minas y Energía tiene como misión formular y adoptar las políticas dirigidas al aprovechamiento sostenible de los recursos mineros y energéticos para contribuir al desarrollo económico del país.

Dentro de este contexto es necesario medir, controlar y mejorar la calidad de los servicios prestados y productos generados por la entidad, por este motivo, para la vigencia 2020 fueron seleccionados dos grupos de valor de la de la Dirección de Energía para la aplicación de la encuesta de satisfacción, estos son el Fondo de Energía Social (**FOES**) y el Fondo de Solidaridad Para Subsidios y Redistribución de Ingresos (**FSSRI**) en el Sistema interconectado Nacional (**SNI**) y Zonas no Interconectadas (**ZNI**).

El presente informe, describe de forma detallada el instrumento aplicado y los resultados obtenidos para cada una de las preguntas realizadas y permitirá a la entidad la toma de decisiones basada en información confiable, oportuna y diligenciada directamente por los usuarios de los fondos FOES y FSSRI, así como un posible mejoramiento y ampliación del portafolio de servicios.

OBJETIVO

Realizar la medición de la satisfacción de un grupo de valor del Ministerio de Minas y Energía con el fin de identificar y mejorar aspectos que sean relevantes en la prestación del servicio a las empresas que están directamente relacionadas con la entrega de subsidios de energía a nivel nacional.

ALCANCE

El presente informe muestra los resultados de la aplicación del instrumento encuesta, la cual busca medir la satisfacción del Fondo de Energía Social (**FOES**) y el Fondo de Solidaridad para Subsidios y Redistribución de Ingresos (**FSSRI**), del Sistema interconectado Nacional (**SNI**) y Zonas no Interconectadas (**ZNI**)

GLOSARIO

CUESTIONARIO.- Es el instrumento más utilizado para recolectar datos. Consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir. La esencia de los cuestionarios son las preguntas que permiten alcanzar los objetivos de la investigación. Las respuestas a estas preguntas constituyen los datos estadísticos que serán utilizados para conocer las características de la población o muestra bajo estudio.

DATO: Conocido también como información, es el valor de la variable asociada a un elemento de una población o una muestra.

DATO CUALITATIVO: Es aquel que representa alguna característica de los elementos de una muestra o una población que presentan, atributos, actitudes o son opiniones. Son datos NO NUMÉRICOS.

DATO CUANTITATIVO: Es aquel dato numérico que representa aspectos de una muestra o una población que es medible o que se puede contar.

DESVIACIÓN ESTÁNDAR: Conocida también como desviación típica, es una medida de dispersión que se obtiene como la raíz cuadrada de la varianza.

ENCUESTA: Es un método de recolección de datos. Es llevada a cabo generalmente a través de algún cuestionario que puede o no ser diligenciado por el encuestado y/o encuestador.

ERROR DE MUESTREO: Conocido también como error muestral, es la diferencia que existe entre el valor real (parámetro) obtenido con los valores de la población y el valor estimado en base a los valores de una muestra (estimación).

MUESTRA: Es un subconjunto representativo de la población a partir del cual se pretende realizar inferencias respecto a la población de donde procede. Los elementos seleccionados con cierta técnica reúne ciertas características que la hacen ser representativa, significativa y confiable y que en base a ella se pueden hacer inferencias respecto a la población. La muestra puede ser probabilística y no probabilística.

MUESTREO ALETORIO SIMPLE: También llamado irrestrictamente aleatorio. Es un método de muestreo donde una muestra aleatoria simple es seleccionada de tal manera que cada muestra posible del mismo tamaño tiene igual probabilidad de ser seleccionada de la población. Una muestra aleatoria es también llamada una muestra probabilística es aquella cuyos elementos se seleccionan individualmente de la población en forma aleatoria, y es preferida por los estadísticos porque la selección de las muestras es objetiva y el error muestral puede ser medido en términos de probabilidad bajo la curva normal.

MUESTREO ESTRATIFICADO ALEATORIO: Es un método de muestreo que se aplica cuando se divide la población en grupos, llamados estratos, donde los datos son más homogéneos pero un estrato frente al otro muy distintos. Para extraer la muestra aleatoria se aplica el muestreo aleatorio simple a cada estrato y el tamaño es la suma de los tamaños de todos los estratos. Para determinar los tamaños de los estratos se puede utilizar la asignación proporcional, óptima y óptima económica. Si no se conoce la variabilidad de los datos se aplica la asignación proporcional.

NIVEL DE CONFIANZA: Es el porcentaje de certeza que existe para generalizar los resultados obtenidos, comúnmente en las investigaciones sociales se busca el 95% y se representa por $(1 - \alpha)$

POBLACIÓN FINITA: Es aquella en la que es posible enumerar (contar) físicamente los elementos que pertenecen a la población.

POBLACIÓN O UNIVERSO: Es cualquier conjunto de unidades o elementos claramente definido, en el espacio y el tiempo, donde los elementos pueden ser personas, granjas, hogares, manzanas, condados, escuelas, hospitales, empresas, y cualquier otro. Las poblaciones pueden ser finitas e infinitas.

POBLACIÓN OBJETIVO: Es el conjunto de elementos de los que nos interesa obtener información o tomar decisiones.

PROBABILIDAD: Es un número que se le asigna a un suceso como una medida de su incertidumbre. Este número puede tomar valores entre cero y uno inclusive. Cuando los sucesos son equiprobables, es decir todos tienen la misma probabilidad para calcularla, se utiliza la Regla de Laplace. Sea un suceso A, entonces:

$$P(A) = \text{Casos favorables} / \text{casos posibles}$$

VARIABLE: Es una característica de la población o de la muestra cuya medida puede cambiar de valor. Se representa simbólicamente mediante las letras del alfabeto. Según su naturaleza puede ser cualitativa y cuantitativa.

VARIABLE ALEATORIA: Conocida también como variable estocástica o probabilística. Es la característica considerada en un experimento aleatorio cuyo valor de ocurrencia sólo puede saberse con exactitud una vez observado.

VARIABLE CUALITATIVA: Es aquella que representa cualidades, atributos o características no numéricas y estas pueden ser nominales y ordinales.

VARIABLE CUANTITATIVA: Es aquella característica de la población o de la muestra que es posible representar numéricamente. Éstas pueden ser continua y discreta.

FICHA TÉCNICA

Población: Para este análisis se tomaron los datos del Fondo de Energía Social (**FOES**) y el Fondo de Solidaridad para Subsidios y Redistribución de Ingresos (**FSSRI**), del Sistema interconectado Nacional (**SNI**) y Zonas no Interconectadas (**ZNI**) (N= 100).

Marco Poblacional: El subconjunto de la población integrado por los individuos con potencial para proveer la información que permita medir el nivel de satisfacción del servicio ofrecido por el Ministerio de Minas y Energía, es: Fondo de Energía Social (**FOES**) y el Fondo de Solidaridad para Subsidios y Redistribución de Ingresos (**FSSRI**), del Sistema interconectado Nacional (**SNI**) y Zonas no Interconectadas (**ZNI**)

Unidad de Análisis: Los resultados corresponderán al nivel de satisfacción con el servicio ofrecido por el Ministerio de Minas y Energía.

Cobertura Geográfica: La cobertura es una propiedad estadística asociada al marco muestral que se utiliza para la selección de la muestra. Así, el ámbito geográfico de la presente investigación es el territorio colombiano.

Marco Muestral: Para la medición de la satisfacción el marco muestral comprende 100 registros de la base de datos del FOES Y FSSRI

Tipo de Muestreo: Para la medición de la satisfacción del Ministerio de Minas y Energía se aplicara el método probabilístico Muestreo Aleatorio Simple (MAS), cuya técnica de selección consiste en que todos los elementos que forman el universo, tienen idéntica probabilidad de ser seleccionados para la muestra.

Tamaño de la Muestra: El tamaño de la muestra es el número de sujetos que componen la subpoblación extraída del marco poblacional, necesarios para que los datos obtenidos sean representativos de la población. Es decir, está definida como un subconjunto de la población estadística, conformada por las unidades o elementos de análisis obtenidas a partir de un marco muestral.

FORMULACIÓN MATEMÁTICA PARA EL CÁLCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA:

$$n = \frac{N (Z)^2 (p) (q)}{(N-1) e^2 + Z^2 (p) (q)}$$

Donde:

N= Tamaño de la Población

p= Es la proporción de ocurrencia o participación de la población en la muestra, cuando no se conoce, o no se tiene, se trabaja con el 0,50

q= (1 – p) es la proporción de no ocurrencia o no participación de la población en la muestra, cuando no se conoce, o no se tiene, se trabaja con el 0,50

e= Error Estimado

Z= 1.96 = Valor debido a la distribución normal con un nivel de confianza del 95%

$$n = \frac{100 (1.96)^2 (0.5) (0.5)}{(100-1) (0,094)^2 + 1.96^2 (0.5) (0.5)}$$

$$n = 52$$

Confiabilidad: El objetivo principal de una investigación es obtener tanto una exactitud deseable como un nivel apropiado de confianza con mínimos costo y gastos de recursos. Es necesario establecer la precisión de las estimaciones, así mientras más alto sea el nivel de confianza, más probable es que el intervalo contenga el parámetro y mientras más estrecho es el intervalo más exacta es la estimación; por lo tanto, el trabajo consiste en “equilibrar” el nivel de confianza, el tamaño de la muestra y el margen de error admitido de modo que se obtenga un intervalo aceptable.

Se determinó que la muestra tuviera una confiabilidad del 95% y un error relativo del 0.1, lo anterior conduce a que el valor de z correspondiente es 1,96. En cuanto al estimador, se toma la máxima variabilidad permitida con un p= 0.5 en los estratos muestrales.

Para el cálculo del error para muestras finitas, con afijación proporcional, suponiendo p y q igual usamos la siguiente formula:

$$\text{Márgen de error} = Z * \left(\sqrt{\frac{p(1-p)}{n} * \frac{N-n}{N-1}} \right)$$

Donde,

Z= Es la desviación del valor medio que aceptamos para lograr el nivel de confianza deseado. En este caso usaremos un Nivel de confianza del 95% bajo la distribución normal, es decir, Z= 1,96.

p= Es la proporción de ocurrencia o participación de la población en la muestra, cuando no se conoce, o no se tiene, se trabaja con el 0,50

q= (1 – p) es la proporción de no ocurrencia o no participación de la población en la muestra, cuando no se conoce, o no se tiene, se trabaja con el 0,50

N= Es el total de la población estimada. Para la presente investigación N= 100

n= tamaño total de la muestra.

Reemplazando los valores se obtiene:

$$1,96 * \left(\sqrt{\frac{0,5(1-0,5)}{52} * \frac{100-52}{100-1}} \right)$$

Margen de error = 0,096

Instrumento: El instrumento aplicado fue un cuestionario estructurado con preguntas abiertas y cerradas las cuales se formularon en conjunto con la Dirección de Energía y el Grupo de Gestión de la Información y Servicio al Ciudadano.

Técnica: Se aplicaron dos tipos de técnicas de recolección de información por medio de correos electrónicos institucionales y por medio de llamadas telefónicas, se realizaron pruebas al instrumento con el fin de que fuera lo más amigable posible para la muestra seleccionada y así garantizar una respuesta efectiva.

INSTRUMENTO DE MEDICIÓN Y RESPUESTAS OBTENIDAS

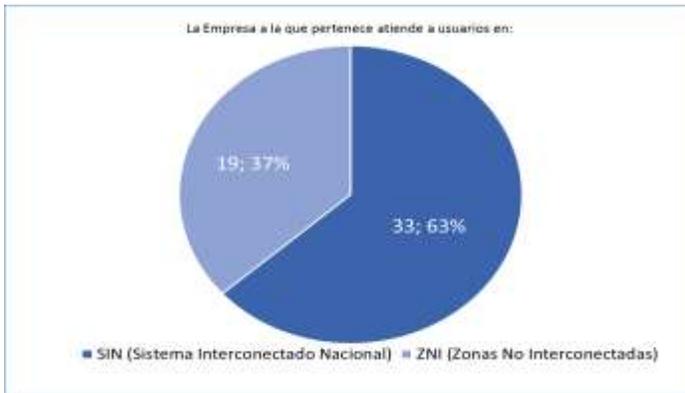
En el siguiente link se realizó la publicación de la encuesta de medición 2020 Dirección de energía Eléctrica.

https://forms.office.com/Pages/DesignPage.aspx#Analysis=true&FormId=vjYm2NjtZE6ihHo0AvJOJ8Zgy-JncQZLo_uM7Taqu5JURUhVUkhXTTRQRkJKQVFQWkJQVDZHUFawUS4u&Preview=%7B%22PreviousTopView%22%3A%22None%22%7D&Token=cdd66cf7e81b4346a352c499bdf9e91&TopView=Preview



RESULTADOS ENCUESTA

Pregunta: La empresa a la que pertenece atiende a usuarios en:



Análisis

La encuesta fue respondida por un total de 52 empresas, dentro de las cuales el 63% (33 empresas) corresponde al Sistema Interconectado Nacional (SIN) y el 37% (19) corresponde a Zonas No Interconectadas (ZNI) 35%.

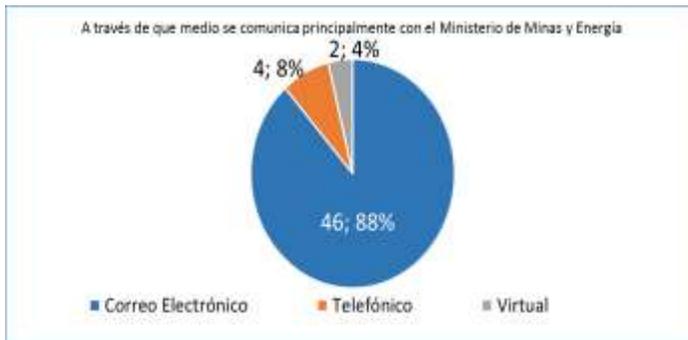
Pregunta: Departamento en el que está ubicada la empresa



Análisis

Nariño fue el departamento más representativo con el 15% de respuestas (8), seguido por chocó con el 13% (7), Antioquia 12% (6) y amazonas con el 10% (5) respectivamente.

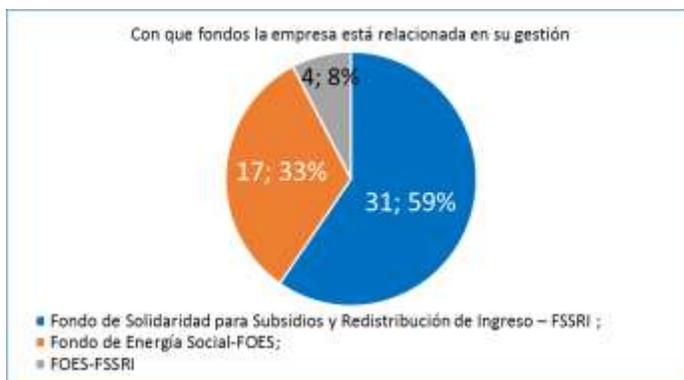
Pregunta: A través de que medio se comunica principalmente con el Ministerio de Minas y Energía



Análisis

El correo electrónico es la herramienta de comunicación más efectiva entre las empresas y el Ministerio de Minas y Energía, siendo usada por el 88% (46) de las empresas.

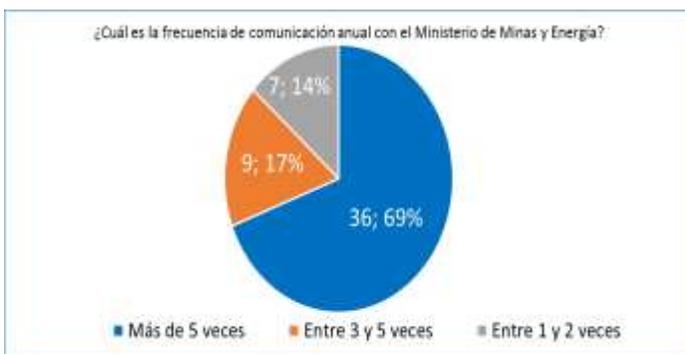
Pregunta: ¿Con que fondos la empresa está relacionada en su gestión?



Análisis

Respecto al relacionamiento en la gestión de las empresas y los fondos, el FSSRI (Fondo de Solidaridad para subsidios y Redistribución de Ingreso) se encuentra con el 59% (31) y el FOES (Fondo de Energía social) con el 33% (17), con ambos fondos el 8% (4)

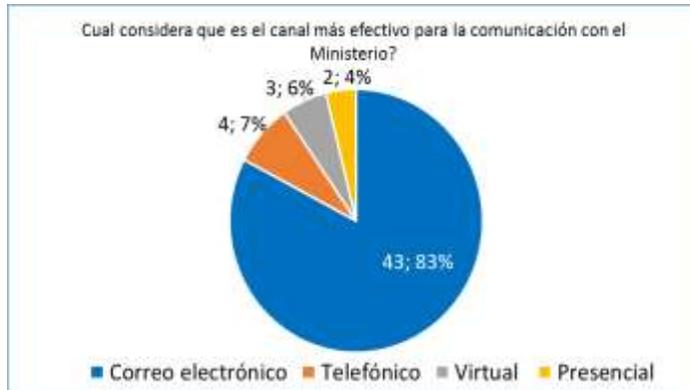
Pregunta: ¿Cuál es la frecuencia de comunicación anual con el Ministerio de Minas y Energía?



Análisis

Respecto a la frecuencia de comunicación entre las empresas y el MME, el 69% (36), tiene interacción con la entidad más de 5 veces al año, mientras que el 17% (9) la tuvieron entre 3 y 5 veces en el mismo periodo de tiempo.

Pregunta: ¿Cuál considera que es el canal más efectivo para la comunicación con el Ministerio?



Análisis

Continua la correlación entre el canal más efectivo de comunicación y el más usado como lo es el correo electrónico con el 83% (43).

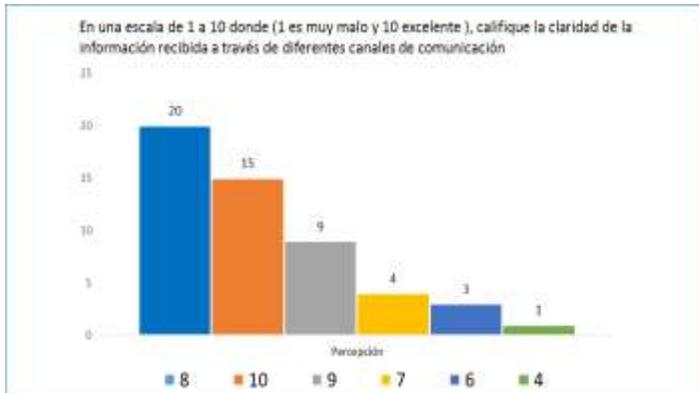
Pregunta: En una escala de 1 a 10 donde (1 es muy malo y 10 excelente), califique la efectividad del medio de comunicación utilizado para hacer sus solicitudes y consultas.



Análisis

La percepción de efectividad del medio de comunicación utilizado para hacer solicitudes y consultas por parte de las empresas es de 8 (Bueno) para el 35% (18) de las organizaciones, 10 (Excelente) para el 23% (12) y de 9 (Muy Bueno) para el 19% (10), La suma de estas tres escalas nos daría **77%** de efectividad

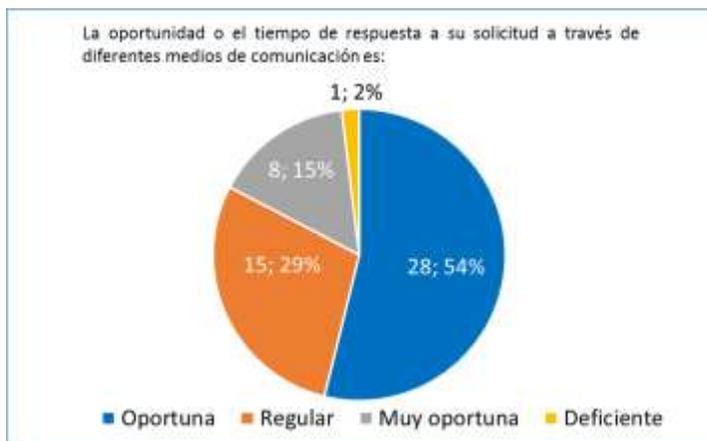
Pregunta: En una escala de 1 a 10 donde (1 es muy malo y 10 excelente), califique la claridad de la información recibida a través de diferentes canales de comunicación



Análisis

La percepción de claridad de la información recibida a través de diferentes canales de comunicación por parte de las empresas es de 8 (Bueno) para el 38% (20) de las organizaciones, 10 (Excelente) para el 29% (15) y de 9 (Muy Bueno) para el 17% (9), la suma de estas tres escalas nos daría **84%** de claridad en la información recibida

Pregunta: La oportunidad o el tiempo de respuesta a su solicitud a través de diferentes medios de comunicación es:



Análisis

En cuanto a la oportunidad de los tiempos de respuesta a solicitudes, el 54% (28) opina que fue Oportuna, el 29% (15) piensa que fue Regular y el 15% (8) fue muy oportuna, en promedio la oportunidad de la respuesta fue del **69%** (Muy oportuna y Oportuna)

Pregunta: Evalúe la coherencia entre las solicitudes presentadas y las respuestas recibidas

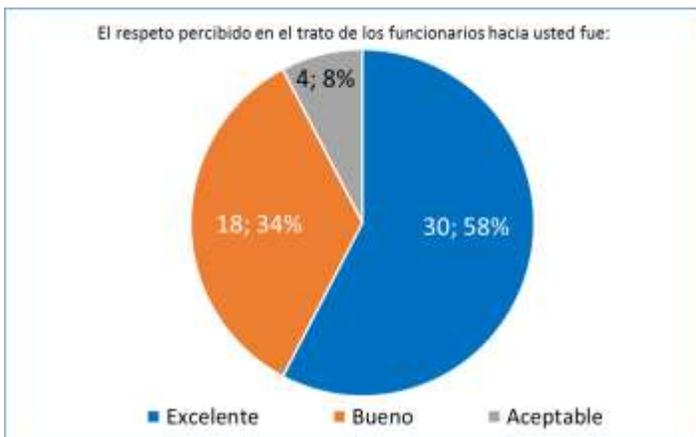


Análisis

Del mismo modo, la coherencia entre las solicitudes presentadas y las respuestas muestra que para el 52% (27) fue buena, el 25% (13) Excelente y el 13% (7) Aceptable. El

90% de las empresas percibe una coherencia Aceptable, Buena y Excelente.

Pregunta: El respeto percibido en el trato de los funcionarios hacia usted fue:



Análisis

La percepción de respeto por parte de las empresas con los funcionarios fue Excelente para el 58% (30) y Buena para el 34% (18).

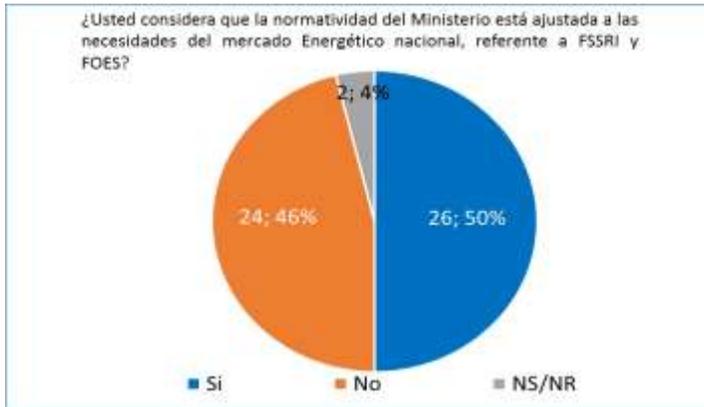
Pregunta: Califique la sencillez de los trámites, consultas o servicio del Ministerio de Minas y Energía



Análisis

La calificación de las empresas respecto a la sencillez de realizar sus trámites y consultas fue de 9 para el 29% (15), 7 para el 23% (12), 8 para el 19% (10) y 10 para el 9% (5).

Pregunta: ¿Usted considera que la normatividad del Ministerio está ajustada a las necesidades del mercado Energético nacional, referente a FSSRI y FOES?



Análisis

El 50% (26) considera que SI, mientras que el 46% (24) considera que NO y el 4% (2) No sabe No responde, de acuerdo a lo anterior se evidencia la falta de capacitación para las empresas en temas de normatividad y su seguimiento periódico.

Pregunta: Si la empresa tiene problemas o requerimientos relacionados con los subsidios de energía eléctrica, ¿con qué probabilidad del 1 al 10, (siendo 10 la máxima probabilidad), usted le recomendaría?



Análisis

Respecto a la probabilidad de recomendar los subsidios de energía eléctrica, el 33% (17) califica con 10, el 27% (14) con 8 y el 19% (10) con una calificación de 9.

Quiere decir de acuerdo al análisis del indicador NPS (Net Promoter Score), que el 52% de las empresas son promotores, mientras que el 31% son pasivos y el 17% posibles detractores.

Pregunta: ¿Qué acciones recomendaría para mejorar el servicio y la atención entre el Minenergía y la empresa?



Análisis

Las 52 respuestas recibidas fueron divididas en 7 categorías de acuerdo a los rasgos comunes en la respuesta, como lo son Mejora en canales de atención, Mejora en tiempos de giro de subsidios, Mejorar Información al día y confiable, Mejorar Capacitaciones, Todo funciona bien, Mejora de Comunicación y No sabe/ No Responde

Pregunta: ¿Qué acciones recomendaría para mejorar el servicio y la atención entre el Minenergía y la ciudadanía?

Cuenta de ¿Qué acciones recomendaría para mejorar el servicio y la atención entre el Minenergía y la empresa?	Cantidad
No Sabe / No Responde	14
Abrir más canales de comunicación efectivos que resuelvan situaciones coyunturales de la zni	1
Acelerar los tiempos en que son expedidas las validaciones en firme de las conciliaciones de subsidios FSS	1
AGILIDAD EN EL GIRO DE SUBSIDIOS DE SIN Y DE ZNI	1
Agilizar el trámite del giro de los recursos tanto de FOES como de subsidios	1
AGILIZAR LAS VALIDACIONES EN FIRME, MEJORAR EL METODO DE VALIDACIONES EN FIRME PORQUE LA MAY	1
Ampliación y explicaciones mas amplias sobre las normativas y operaciones.	1
ATENCION PERSONALIZADA	1
Atención telefonica personalizada a cada empresa	1
Capacitaciones virtuales	1
Contar en la página, las respuestas a preguntas frecuentes, contar con talleres virtuales que se puedan con	1
deben tener una comunicación interna mas eficiente en SICOM, Hidrocarburos, IPSE y Grupo de Subsidios ;	1
En cuento al proceso de conciliación, l atención es oportuna, pero en cuento a las consultas Juricas asociad	1
En este período de pandemia por el Covid-19 se han tramitado las validaciones que estaban pendientes de	1
EXISTA MAYOR OBJETIVIDAD EN RECONOCER POSIBLES ERRORES DE LAS PARTES	1
Hasta el momento está funcionando muy bien.	1
herramienta que informe las resoluciones al momento de su publicación.	1
Impulsar y mejorar los canales virtuales para todo tipo de tramites	1
Linea de WhatsApp	1
Mantenerse al día con las validaciones trimestrales: Se resalta que ya retomaron el tema. porque se recibie	1
Más capacitaciones y explicar la forma en que se calculan los subsidios	1
más comunicación y atención a las zonas más apartadas	1
Mayor agilidad en los procesos de la pignoración y pago de subsidios directos a las empresas	1
Mayor disponibilidad para la atención telefónica	1
Mayor oportunidad en las respuestas.	1
MAYOR RECURSO HUMANO	1
Mejorar el canal telefónico en cuanto a disponibilidad de los funcionarios	1
Mejorar la comunicación, a veces mandan correos pero se desentienden del tema y que haya retroalimient	1
Mejorar la frecuencia del pago y que sean más claros a la hora de calcular los subsidios	1
Mejorar los canales de comunicación y brindar más asesoría técnica a las empresas. clasificar las empresas :	1
Mejorar los tiempos de respuesta principalmente	1
Menos tiempo para las validaciones de informes presentados por al empresa	1
Ninguna.	1
No todas las empresas de ZNI las deberían medir de la misma manera, Colombia es diversa y es en algunos	1
Que tuvieran un directorio de funcionarios especializado para los temas y se compartiera con las empresas	1
RESPUESTAS ACERTADAS RESPECTO DEL NO PAGO DE SUBSIDIOS	1
Reuniones virtuales, en las cuales se traten los temas con las empresas. Hoy en día estas reuniones han si	1
Revisar los mecanismos que se están utilizando, identificar acciones de mejora e implementar	1
TENER CONOCIMIENTO DE LA ZONA QUE ESTAMOS EN CONFLICTO ARMADO PARA PODER QUE LOS SUBSIDIO	1
Total general	52

Pregunta: ¿Qué ajustes considera que se deben realizarse a la normatividad mencionada?

¿Qué ajustes considera que se deben realizarse a la normatividad mencionada?	Cantidad
En el caso del FOES se deben incluir los barrios subnormales que se encuentran fuera de los distritos y cab municipales, considerar un incremento en la tarifa aprobada para el FOES, entre otras	1
Considerar dentro de la norma o el procedimiento los casos donde se presenten ajustes en la facturación de contribuciones que ya fueron giradas al respectivo comercializador incúmbete y no sea posible descontarlas de futuros giros.	1
CONSUMO DE SUBSISTENCIA y ESTRATIFICACION	1
En FOES, no es muy claro el seguimiento de los indicadores de las Zonas Especiales, si hay reducción del indicador por debajo del límite establecido por la norma, se pierde la certificación y por ende el Beneficio, creo que debe ser al contrario. En cuanto al FSSRI, la conciliación debe ser mensual y el giro del déficit de subsidios, debe ser más oportuno.	1
Aumentar la periodicidad de los pagos	1
consideramos que No en atención a este punto consideramos que la regulación FSSRI se desvía de lo definido por la CREG dado que los subsidios se están basando en cupo de combustible cuando la CREG no tiene en cuenta este concepto sino que regula costos máximos eficientes	1
consideramos que No en atención a este punto consideramos que la regulación FSSRI se desvía de lo definido por la CREG dado que los subsidios se están basando en cupo de combustible cuando la CREG no tiene en cuenta este concepto sino que regula costos máximos eficientes	1
AGILIDAD EN LAS RESPUESTAS PARA PAGO DE SUBSIDIOS	1
Deben actualizar la metodología es muy vieja y no explican como se calcula	1
El consumo de subsistencia para la zonas a más de 1000 m (130 KwH) se considera muy bajo con respecto a las zonas de menor altitud considerando el uso de duchas eléctricas	1
Reconocimiento de subsidios años 2018 y 2019 para el proyecto de interconexión Cauca Nariño	1
Estamos trabajando con una normatividad muy vieja, ya van a cumplir dos décadas	1
Se debe actualizar la normativa en subsidios para las ZNI	1
Mucha gente vive el día a día, hay mucha población que le queda difícil acarrear los pagos, a pesar de que el gobierno subsidia una parte. deberían analizar mejor esa parte.	1
Bajar los estándares de exigencia para los municipios pequeños, empresas pequeñas.	1
Más equipo dar con la ZNI	1
Todo	1
No, considero que dichos fondos deben ser equitativos para las partes y uno de un lado de la balanza para los agentes.	1
Mayor agilidad en las conciliaciones trimestrales de FSSRI y FOES	1
AJUSTAR LA NORMATIVIDAD A LAS REGIONES FALTA MAS CONSIDERACIÓN PARA NUESTRAS COMUNIDADES.	1
En Blanco	32
Total	52

CALIFICACIONES CUANTIFICABLES

En la presente encuesta se aplicaron 3 preguntas con enfoque cuantificable, en donde en una escala de 1 a 10 siendo 1 muy malo y 10 excelente, fueron calificados aspectos como efectividad del medio de comunicación, claridad en la información recibida y sencillez de los trámites, obteniendo los siguientes resultados.

Descripción Pregunta	Calificación	% Satisfacción
En una escala de 1 a 10 donde (1 es muy malo y 10 excelente), Califique la efectividad del medio de comunicación utilizado para hacer sus solicitudes y consultas.	7,8	78,0%
En una escala de 1 a 10 donde (1 es muy malo y 10 excelente), Califique la claridad de la información recibida a través de diferentes canales de comunicación	8,0	80,0%
En una escala de 1 a 10 donde (1 es muy malo y 10 excelente), Califique la sencillez de los trámites, consultas o servicio del Ministerio de Minas y Energía	7,6	76,4%

Esto muestra una gran oportunidad de mejora en los servicios prestados ya que en promedio estas mediciones nos darían un resultado de 78,1%, vemos que con respuestas más claras, mejorando el servicio de correo electrónico y mejora en los tramites podríamos tener un mejor nivel de prestación de servicio para los ciudadanos

INDICE DE LEALTAD Y SATISFACCIÓN AL CLIENTE (NET PROMOTER SCORE (NPS))

El NPS tiene como objetivo descubrir la probabilidad de que una persona recomiende una empresa, producto, servicio o a otra persona, como resultado de la encuesta se obtuvo:

Calificación	Cantidad	%	Conclusión
Entre 9 - 10	27	52%	Promotores
Entre 7 - 8	16	31%	Pasivos
Entre 0 - 6	9	17%	Detractores
Total	52	100%	

Quiere decir de acuerdo al análisis del indicador NPS (Net Promoter Score), que el 52% de las empresas son promotores, mientras que el 31% son pasivos y el 17% posibles detractores.

INDICE DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE (ISC) (Customer Satisfaction Score (CSAT))

El índice de Satisfacción al cliente o en inglés Customer Satisfaction Score (CSAT), Mide la satisfacción de los usuarios con respecto de una empresa, compra o interacción, en una escala de 1 hasta, 3, 5, 7 o 10, para nuestro caso tomaremos la escala de medición hasta 10, siendo 1 la calificación más baja y 10 la calificación más alta.

Calificación	Pregunta 1. Efectividad	Pregunta 2. Claridad	Pregunta 3. Sencillez	%	% Acum.	Índices	
10	12	15	5	20,8%	20,8%	1r. NSC	ISC
9	10	9	15	22,1%	42,9%		
8	18	20	10	31,2%	74,0%		
7	6	4	12	14,3%	88,3%		
6	3	3	3	5,8%	94,2%		
5	1	0	0	0,6%	94,8%		
4	1	1	1	1,9%	96,8%		
3	0	0	3	1,9%	98,7%		
2	1	0	1	1,3%	100,0%		
1	0	0	0	0,0%	100,0%		

El Primer Nivel de Satisfacción del Cliente (**1r. NSC**) muestra que el 20,8% de los ciudadanos califican con 10 la efectividad del medio de comunicación, claridad de la información y sencillez de los tramites; Como metodología para el cálculo del indicador, se realizó el conteo por cada una de las preguntas de acuerdo a la escala de calificación definida, obteniendo así un Índice de Satisfacción del Cliente acumulado del **94,2%**, bastante positivo para el resultado de la medición

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- Ya que los usuarios consideran el correo electrónico como el canal más efectivo de comunicación con un 88%, se debe mejorar y fortalecer el uso de esta herramienta y así seguir disminuyendo los medios telefónicos y presenciales más aún con la actual emergencia por el COVID-19
- El 38% de los usuarios consideran que la claridad de las respuestas recibidas en un intervalo de 1 a 10 (siendo 10 excelente y 1 muy malo) es 8, el 29% califica 10 y el 17% califica 9, se genera una oportunidad de mejora y aumento de este indicador, con respuestas más claras y sencillas para el ciudadano
- En cuanto a la oportunidad en el tiempo de respuesta ya que el 54% de los usuarios la califica como oportuna y el 15% como muy oportuna, el Ministerio de Minas y Energía podrá mejorar sus procesos de respuesta a los ciudadanos con tiempos más eficientes
- Respecto a la probabilidad de recomendar los subsidios de energía eléctrica, el 33% (17) califica con 10, el 27% (14) con 8 y el 19% (10) con una calificación de 9. Quiere decir de acuerdo al análisis del indicador NPS (**Net Promoter Score**), que el **52%** de las empresas son promotores, mientras que el 31% son pasivos y el 17% posibles detractores
- El índice de Medición de la Satisfacción del cliente obtenido fue de **94,2%**, bastante positivo para el resultado de esta medición
- Las recomendaciones generales de los usuarios son agilizar los tiempos de respuesta y entrega de subsidios y mejorar los canales de comunicación y atención personalizada para empresas así como las capacitaciones virtuales
- En general las respuestas de los usuarios a las preguntas planteadas se situaron en un nivel positivo y muy positivo, lo que conlleva a generar oportunidades de mejora que situé estos indicadores en un nivel de excelencia

BIBLIOGRAFÍA

- Instituto Nacional de Estadística, e Informática, (2006), Glosario Básico de Términos Estadísticos,
https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0900/Libro.pdf