

INFORME RESULTADOS ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

II SEMESTRE DE 2025

METODOLOGIA DE RECOLECCION DE INFORMACIÓN

Comprometidos con el medio ambiente, para la aplicación de esta encuesta de satisfacción se utilizó la herramienta informática GOOGLE FORMS. De esta manera se recolectaron 400 encuestas sin realizar ninguna impresión de papel.

FICHA TECNICA DE ENCUESTA

Titulo	Encuesta de satisfacción (Aspectos del servicio)
Ámbito	Local – Distrito de Cartagena
Universo	Usuarios vinculados a Pacaribe
Modo de Aplicación	Publicación de Código QR y Link de acceso a la encuesta.
Fecha de Realización	Del 01/07/2025 al 31/12/2025
Dependencia responsable del estudio	Dirección de Mercado Regulado
Procedimiento de muestreo	Todos los usuarios que tengan acceso a la encuesta por los medios tecnológicos disponibles y que pertenecen a nuestra área de prestación.
Tamaño de la muestra	1,613 clientes encuestados
Tamaño de la Población	196.572 usuarios vinculados
Nivel de confianza	95%
Margen de error	5%
Nivel de satisfacción	Equivala a la consideración positiva de cada pregunta, basados en el equivalente de 100% de las respuestas “Muy Satisfecho” + “Satisfecho” + “Normal” / total neto (Total encuestados
Rangos de Valoración	Verde: 70% - 100% Amarillo: 36% - 69% Rojo: 0% - 35%
Responsable de la encuesta	Ana María Chacón Coordinadora de Atención al Cliente
Líder del proceso	Angélica Ortiz Pájaro Director Mercado Regulado.

ENCUESTA DE SATISFACCION

SEGUNDO SEMESTRE 2025

La encuesta se compone de las siguientes seis (6) preguntas que constituyen un monitoreo a la calidad de la prestación del servicio de aseo, en pro del beneficio del usuario:

1. ¿Conoce las frecuencias de recolección de residuos que presta Pacaribe en su barrio o sector?
2. ¿Se encuentra satisfecho con el cumplimiento de la frecuencia de recolección de residuos que presta Pacaribe en su barrio o sector?
3. ¿Conoce las frecuencias de barrido que presta Pacaribe en su barrio o sector?
4. ¿Se encuentra satisfecho con el cumplimiento de la frecuencia de Barrido que presta Pacaribe en su barrio o sector?
5. ¿Conoce usted que Pacaribe se encuentra podando los arboles ubicados en vía pública?
6. ¿Reconoce Claramente a PACARIBE como la empresa prestadora del servicio de aseo en su barrio?

1. Introducción: Entendiendo la Voz de la Comunidad

Para saber qué piensan los ciudadanos sobre los servicios de aseo, se realizó una encuesta a fondo que analizó 1,613 respuestas de usuarios durante el II semestre del año 2025. El objetivo era claro: comprender la percepción pública sobre Pacaribe en tres áreas fundamentales: el reconocimiento de su marca, la satisfacción con sus servicios principales y las posibles áreas de oportunidad para mejorar. Este resumen presenta los hallazgos más importantes de manera directa y sencilla.

Pacaribe es una Marca Ampliamente Reconocida

El primer resultado es contundente: la presencia de Pacaribe en la comunidad es indiscutible. Un 99,2% de los encuestados identifica a Pacaribe como su proveedor de servicios de aseo.

Este nivel de reconocimiento es el cimiento de la relación con el usuario. Representa el activo más importante de la empresa, pues es lo que permite que cualquier comunicación o iniciativa sea escuchada por la comunidad a la que sirve.

Sabiendo que casi todos reconocen la marca, el siguiente paso es entender cómo califican los servicios que reciben día a día.

3. Hallazgo #2: Alta Satisfacción en Recolección, pero un Desafío en el Barrido

Para evaluar la calidad de los servicios, la encuesta se centró en dos de las labores más visibles de Pacaribe: la recolección de residuos y el barrido de calles. Se comparó si la gente *sabe* cuándo debe pasar el servicio con qué tan *satisfecha* está con su cumplimiento.

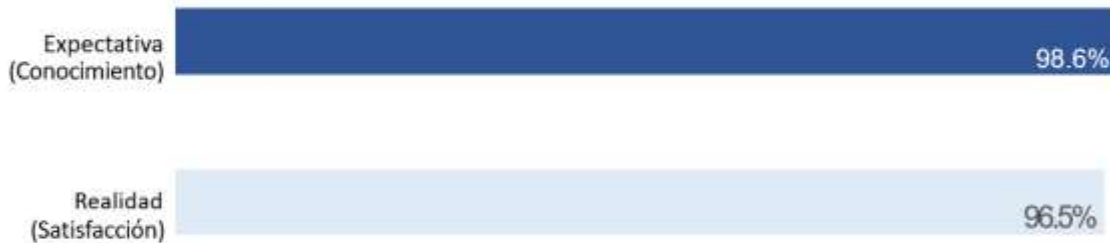
Servicio	Conocimiento de la Frecuencia	Satisfacción con el Servicio	Análisis Clave
Recolección de Residuos	98.6%	96.5%	Consistencia casi perfecta
Barrido de Calles	95.1%	91.3%	Brecha de mejora



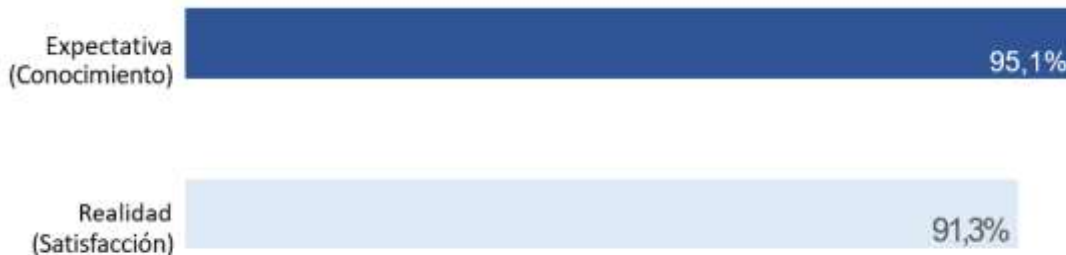
La tabla revela dos realidades distintas: mientras la recolección demuestra una alta consistencia, el barrido expone una clara área de mejora. Por un lado, la recolección de residuos muestra una alineación casi perfecta: casi todas las personas que conocen la frecuencia del servicio se sienten satisfechas con su cumplimiento. Esto indica fiabilidad. Por otro lado, el barrido de calles presenta una brecha de 3.7 puntos porcentuales entre el conocimiento (95.1%) y la satisfacción (91.3%). Aunque la mayoría sabe cuándo debería realizarse, un porcentaje significativo percibe que no se cumple como se espera. Esta diferencia es un indicador clave que señala dónde Pacaribe puede enfocar sus esfuerzos para mejorar.

Más allá de estos servicios de alta visibilidad, la encuesta también midió la percepción sobre labores que, aunque cruciales, no forman parte de la rutina diaria del ciudadano.

Actividad de recolección:



Actividad de barrido:



Este hallazgo clave se relaciona con un servicio menos frecuente, pero igualmente importante: la poda de árboles. La encuesta encontró que el 75.9% de los encuestados sabe que Pacaribe realiza esta labor.

Aunque es una mayoría, este número revela una oportunidad estratégica muy clara.

- Menor visibilidad: Aunque más de 3 de cada 4 personas conocen este servicio, el nivel de conocimiento es notablemente menor en comparación con el 98.6% de la recolección o el 95.1% del barrido.
- Oportunidad de comunicar: Esto representa una invitación para que Pacaribe comunique de forma más activa la gama completa de sus servicios, más allá de las tareas diarias.

Al comunicar estas labores, Pacaribe pasa de ser percibida como "la empresa que recoge la basura" a ser vista como un aliado integral en el mantenimiento y la calidad de vida de la ciudad.

Estos tres puntos nos dan una imagen clara de la situación actual. A continuación, los resumiremos de forma definitiva.

Conclusión: Puntos Esenciales para Recordar

Análisis de resultados	I semestre 2025	II semestre 2025
Prestación del servicio	96,0%	96,8%
Calidad del Servicio	95,1%	93,9%
Imagen Corporativa	99,4%	99,3%
Conocimiento actividad de poda	N/A	75,9%
Servicio al Cliente	97,4%	97,0%

El balance del año muestra una realidad dual: aunque la empresa logró ampliar la cobertura del servicio (subiendo al 96,8%), la calidad con la que se realizaron las actividades del servicio bajó un 1,2%. Esta es una señal de alerta importante, ya que indica que nos hemos enfocado en cumplir metas de cantidad, pero con una percepción inferior en la calidad de la actividad del barrido, la cual es la causante de dicha reducción.

Evaluación del Servicio y Experiencia del Cliente

Para el año 2026 debemos mantenernos por encima del 90% para seguir siendo legítimos y viables. Sin embargo, los datos del segundo semestre nos obligan a actuar:

- **Baja en Calidad Técnica:** La caída del 1,2% es el dato de alerta. El usuario percibe que no se está haciendo con el mismo rigor de antes. (reforzar actividad de barrido).
- **Servicio al Cliente:** Bajamos levemente del 97,4% al 97,0%. Aunque el número sigue siendo alto, perder esa agilidad en la respuesta al ciudadano es un quiebre de tendencia que no podemos ignorar (reflejo del incremento de la facturación del servicio durante el segundo semestre)
- **Riesgo de Lealtad:** Si la calidad técnica sigue bajando, la satisfacción caerá inevitablemente, lo que traerá más quejas formales y problemas legales.

Imagen Institucional y Comunicación

Nuestra reputación es la que nos permite operar con tranquilidad. En este punto, los resultados son positivos, pero con advertencias:

- **Confianza Sólida:** La imagen de la empresa se mantiene casi intacta (99,3%). Los usuarios aún confían plenamente en la marca, lo que nos da un "colchón" de tiempo para arreglar los fallos operativos antes de que la gente se desanime.

- **Falta de Información en Poda:** Solo el 75,9% de la gente conoce nuestras labores de poda. Si bien este nivel de desconocimiento (24,1%) genera roces y quejas que saturan nuestras líneas, esta tendencia se considera normal y esperada, dado que la actividad se lanzó por primera vez en agosto de 2025. Al ser un servicio nuevo, es natural toda vez que la prestadora se encuentra en una etapa de posicionamiento y reconocimiento por parte de la comunidad. El reto ahora es acelerar esa curva de aprendizaje mediante una comunicación más activa

Conclusiones y Recomendaciones para la Gerencia operativa:

Cerramos el 2025 con solidez, pero con señales de cansancio en la ejecución técnica. Para el 2026, las prioridades deben ser:

1. **Auditorías en Campo:** se recomienda asegurar la calidad del servicio de barrido. Se deben hacer revisiones aleatorias para recuperar el 1,2% perdido.
2. **Campaña de Comunicación:** la prestadora debe asegurarse que la comunidad conozca claramente las actividades del servicio (especialmente en las podas). Informar mejor reducirá las quejas y protegerá nuestra imagen.
3. **Vigilancia del Servicio:** Debemos frenar la caída en la atención al cliente. Nuestra meta es no bajar nunca del 95% para mantener nuestra ventaja competitiva.

El reto para el año 2026 es el equilibrio. Debemos seguir prestando el servicio a todos nuestros usuarios, pero sin bajar nunca la guardia en la excelencia técnica que nos caracteriza.

Cordialmente,



ANA MARÍA CHACÓN
Coordinador de Servicio al Cliente
PACARIBE S.A.S. E.S.P.