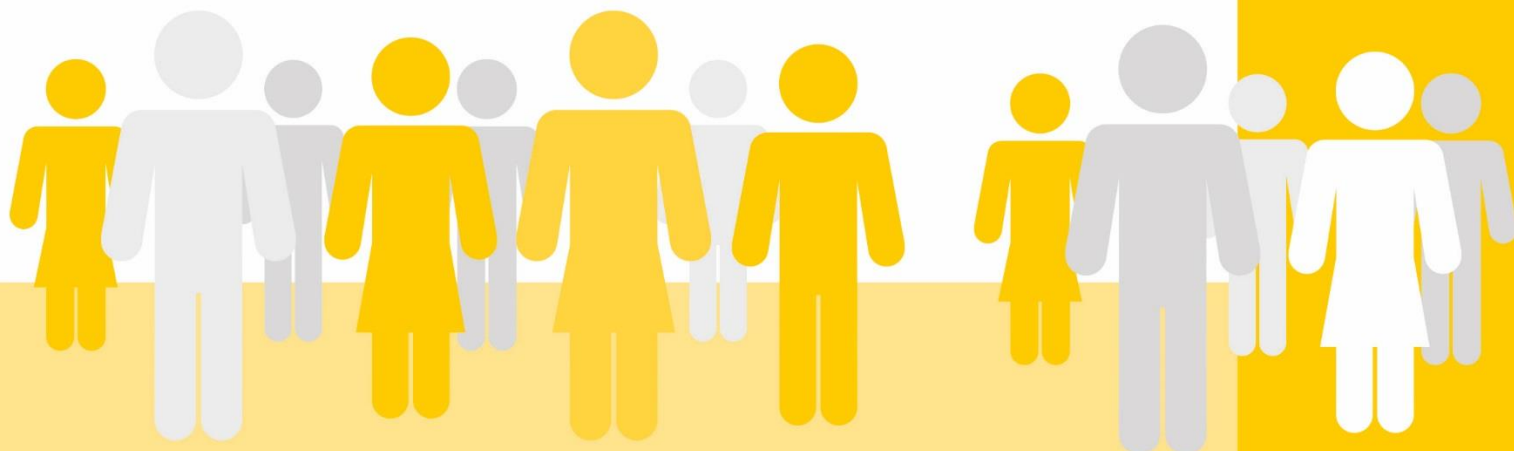


## ESTUDIO DE PERCEPCIÓN COPNIA 2020

**Elaborado por:**  
Dirección General  
Área de Comunicaciones

Bogotá D.C., septiembre de 2020





## INTRODUCCIÓN

Para el Consejo Profesional Nacional de Ingeniería es importante conocer la percepción que tienen los diferentes públicos de la entidad, por esto se ha desarrollado esta medición usando la encuesta como instrumento de recolección de información.

Teniendo en cuenta que uno de los principios institucionales es el reconocimiento, es importante realizar una medición de percepción durante los meses de agosto y septiembre de 2020, que permita conocer las fortalezas y debilidades en materia de posicionamiento, reconocimiento y recordación de la entidad en los diferentes públicos.

Lo anterior enmarcado en el cumplimiento de la Misión institucional y del compromiso con la ciudadanía de ser “la autoridad pública encargada de proteger a la sociedad del inadecuado ejercicio profesional de los ingenieros, profesionales afines y auxiliares, mediante la autorización, inspección, control y vigilancia que se concreta, de acuerdo con las competencias otorgadas por la ley, con la inscripción del Registro Profesional y con la función de Tribunal de Ética Profesional”.

## MARCO CONCEPTUAL

El concepto de medición de percepción se entiende como un mecanismo para evidenciar el conocimiento que tiene un individuo de un tema, una marca o una sensación, y de la cual crea una interpretación individual que apunta a la generación de un concepto propio, ya sea positivo o negativo, dependiendo de lo que percibió y apropió de esa experiencia.

Por otra parte, la medición es el conjunto de acciones destinadas a recopilar información y registrarla de tal manera que se pueda clasificar y ordenar teniendo en cuenta las variables que se establezcan para cuantificar los resultados. La encuesta es uno de los instrumentos utilizados en la medición de percepción y se aplica a la muestra, que es una parte del universo o de la población, que se seleccionó para aplicar el instrumento.



## MARCO METODOLÓGICO

Este proceso contó con la participación de los Secretarios Seccionales a nivel nacional y sus equipos de trabajo, de modo que al realizar el análisis de la información recopilada se reflejen las necesidades, debilidades y fortalezas de la entidad a nivel nacional, y de esta manera identificar los aspectos sobre los cuales se debe desarrollar un proceso de mejora continua en materia de divulgación.

Es importante mencionar que, los datos recopilados a través del instrumento están protegidos como lo indica la ley 1581 de 2012 “Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales”. Por esto, al autorizar al Consejo Profesional Nacional de Ingeniería - COPNIA para recolectar, almacenar y usar la información existente en sus bases de datos, los usuarios podrán recibir información de interés general relacionada con la entidad.

## OBJETIVO

Desarrollar una medición a nivel nacional durante los meses de agosto y septiembre de 2020, que permita conocer la percepción de la entidad en los diferentes públicos y de esta manera establecer acciones de mejora que fortalezcan el posicionamiento del COPNIA.

### Objetivos específicos:

- Medir la percepción de la entidad en los estudiantes, docentes, personal administrativo y egresados de las Instituciones de Educación Superior.
- Conocer la percepción que tienen los gremios, las empresas, las entidades y asociaciones de ingeniería del Consejo Profesional Nacional de Ingeniería.
- Identificar el nivel de conocimiento de la entidad entre la comunidad.

### Instrumento de recolección de información

El instrumento que se utilizó para la medición de percepción fue la encuesta virtual, con preguntas cerradas.



FICHA TÉCNICA

|   |                            |  |
|---|----------------------------|--|
| 1 | NOMBRE                     | Medición de percepción   |
| 2 | OBJETIVO                   | Desarrollar una medición a nivel nacional durante los meses de agosto y septiembre de 2020, que permita conocer la percepción de la entidad en los diferentes públicos y de esta manera establecer acciones de mejora que fortalezcan el posicionamiento del COPNIA. |
| 3 | FUENTE DE INFORMACIÓN      | Estudiantes de IES   |
|   |                            | Egresados de IES   |
|   |                            | Docentes de IES  |
|   |                            | Empresas, entidades, gremios   |
|   |                            | Administrativos de IES   |
|   |                            | Comunidad general  |
| 4 | COBERTURA GEOGRÁFICA       | A nivel nacional   |
| 5 | PERÍODO DE LEVANTAMIENTO   | Agosto y septiembre de 2020  |
| 6 | ESTRUCTURA                 | Los instrumentos se elaboraron entre la Dirección y el área de Comunicaciones.   |
| 7 | TAMAÑO DE LA MUESTRA       | 3085 encuestas   |
| 8 | RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN | Encuesta virtual a través del portal web   |



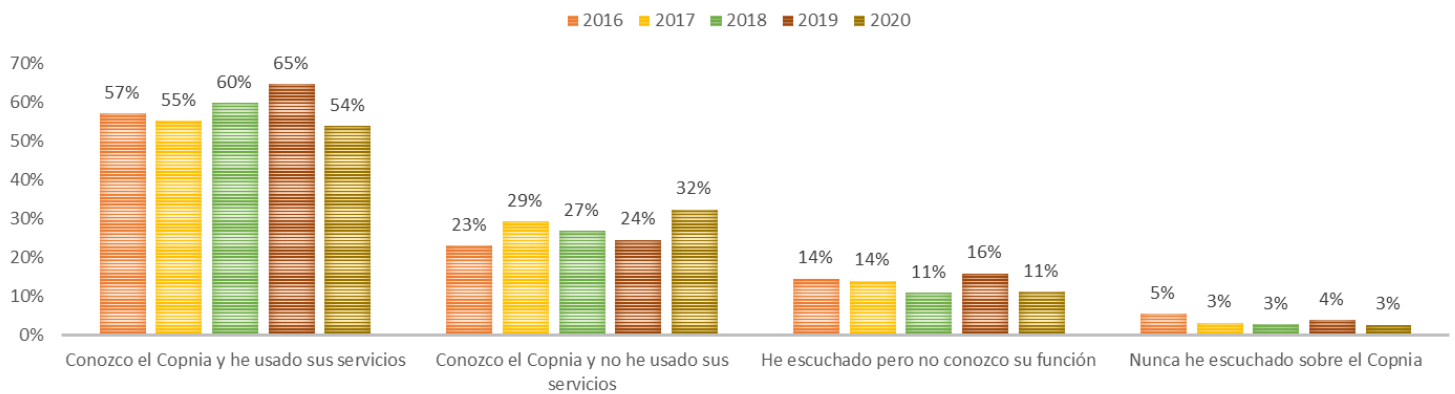
ENCUESTAS REALIZADAS POR CADA PÚBLICO EN LAS SECRETARÍAS SECCIONALES

| Seccional          | Egresados   | Estudiantes | Docentes   | Administrativos | Ciudadanía | Entidades y empresas | Gremios y asociaciones | TOTAL       |
|--------------------|-------------|-------------|------------|-----------------|------------|----------------------|------------------------|-------------|
| Córdoba            | 253         | 311         | 30         | 7               | 11         | 37                   |                        | 649         |
| Cundinamarca       | 250         | 61          | 36         | 29              | 83         | 7                    | 11                     | 477         |
| Boyacá             | 161         | 99          | 33         | 23              | 64         | 7                    | 12                     | 399         |
| Antioquia          | 70          | 30          | 4          |                 | 135        | 6                    | 13                     | 258         |
| Nariño             | 81          | 38          | 22         | 3               | 33         |                      | 6                      | 183         |
| Santander          | 54          | 53          | 5          | 16              | 51         |                      | 4                      | 183         |
| Atlántico          | 22          | 55          | 35         | 12              | 19         | 23                   | 7                      | 173         |
| Tolima             | 45          | 43          | 8          | 6               | 40         | 11                   | 7                      | 160         |
| Valle del Cauca    | 99          | 16          |            | 8               | 13         | 11                   |                        | 147         |
| Cesar              | 7           | 24          | 4          | 6               | 48         | 12                   | 4                      | 105         |
| Quindío            | 39          | 5           | 8          | 4               | 30         | 11                   | 1                      | 98          |
| Caldas             | 41          | 2           | 2          | 3               | 12         | 2                    | 2                      | 64          |
| Risaralda          | 14          | 1           | 15         | 4               | 4          | 18                   |                        | 56          |
| Cauca              | 5           | 7           | 3          | 5               | 13         | 22                   |                        | 55          |
| Norte de Santander | 30          | 5           | 2          |                 | 2          |                      |                        | 39          |
| La Guajira         | 2           | 9           |            |                 | 9          |                      |                        | 20          |
| Bolívar            | 8           | 7           | 1          |                 | 2          |                      | 1                      | 19          |
| <b>TOTAL</b>       | <b>1181</b> | <b>766</b>  | <b>208</b> | <b>126</b>      | <b>569</b> | <b>167</b>           | <b>68</b>              | <b>3085</b> |

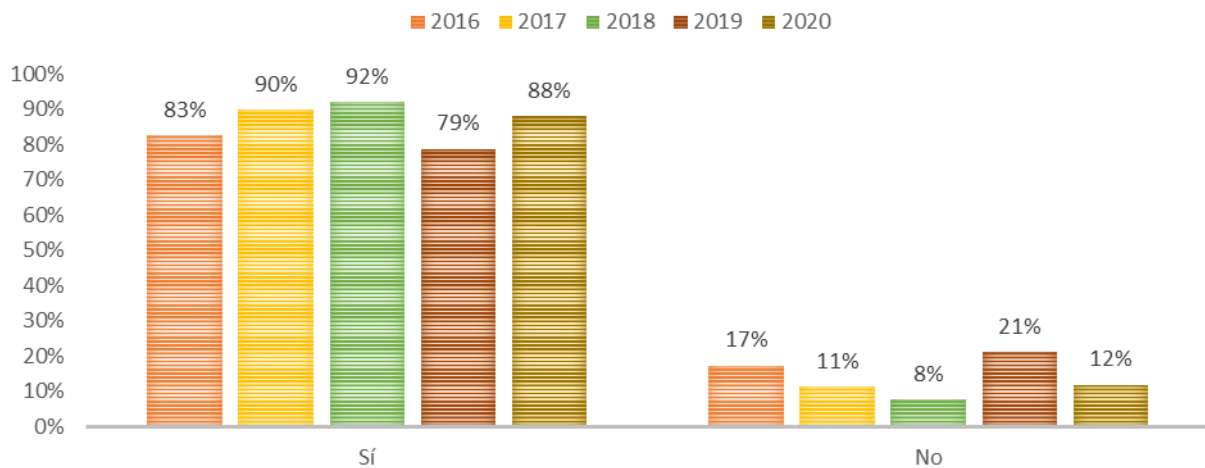


ENCUESTAS REALIZADAS A EGRESADOS DE FACULTADES DE INGENIERÍA  
DE INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
1181 ENCUESTAS A NIVEL NACIONAL

¿SABE QUÉ ES EL CONSEJO PROFESIONAL NACIONAL DE INGENIERÍA - COPNIA?

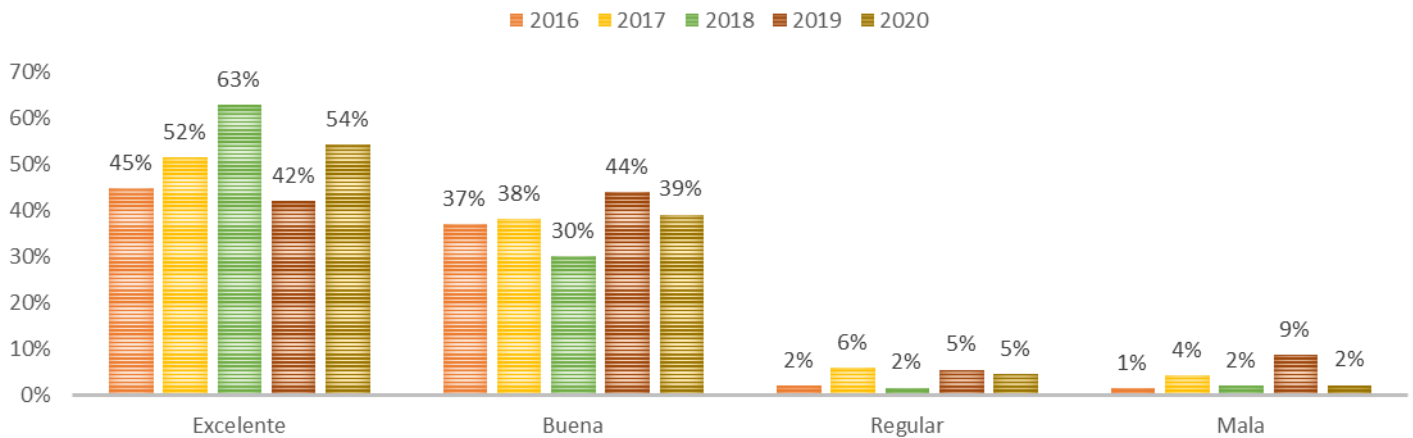


¿TIENE MATRÍCULA PROFESIONAL?

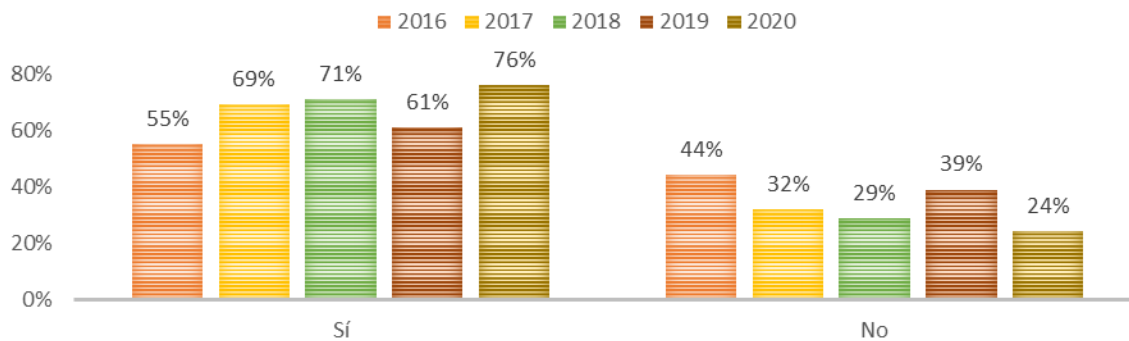




### CALIFIQUE CÓMO FUE SU EXPERIENCIA TRAMITANDO LA MATRÍCULA EN EL COPNIA



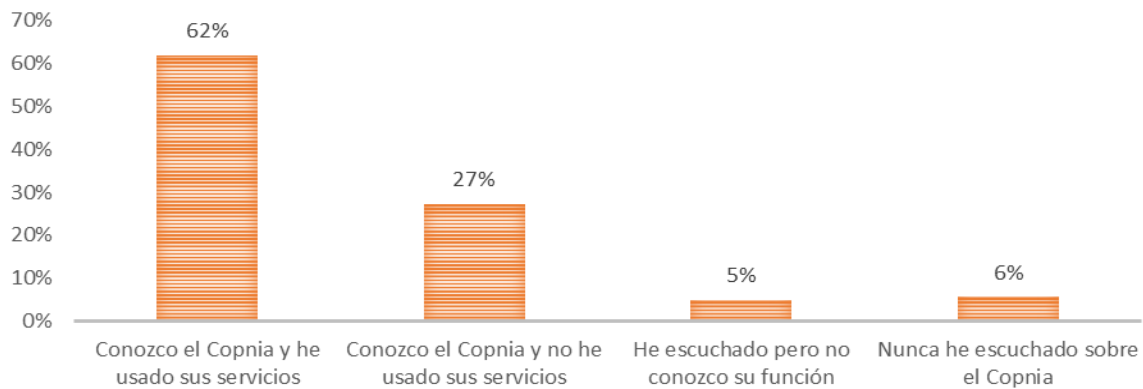
### ¿CONOCE EL CÓDIGO DE ÉTICA PARA EL EJERCICIO DE LA INGENIERÍA, PROFESIONES AFINES Y AUXILIARES?





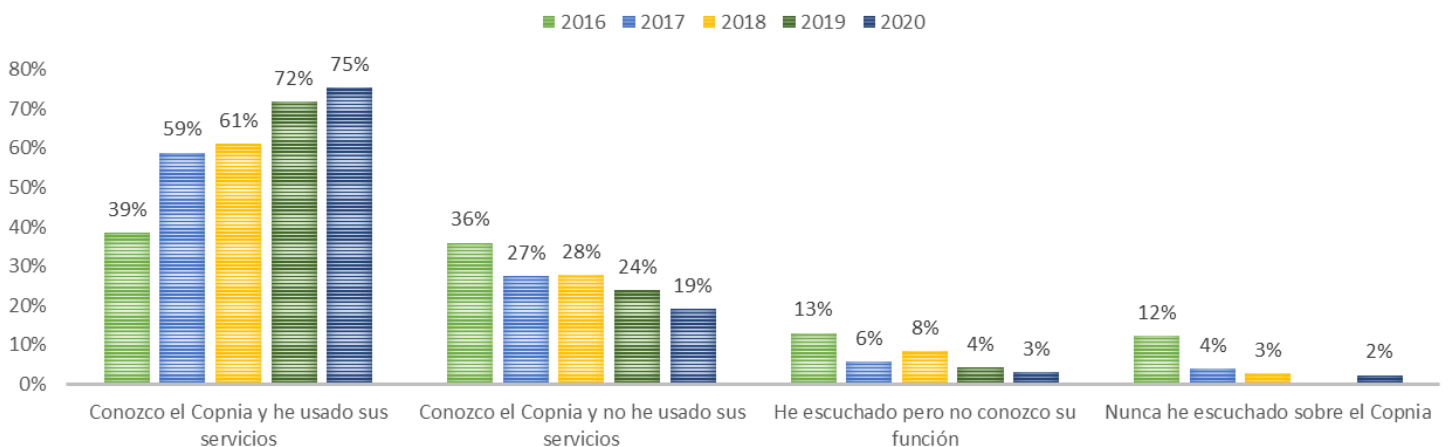
ENCUESTAS REALIZADAS A FUNCIONARIOS DE EMPRESAS, ENTIDADES,  
GREMIOS Y ASOCIACIONES  
402 ENCUESTAS A NIVEL NACIONAL

1. ¿SABE QUÉ ES EL CONSEJO PROFESIONAL NACIONAL DE INGENIERÍA - COPNIA?



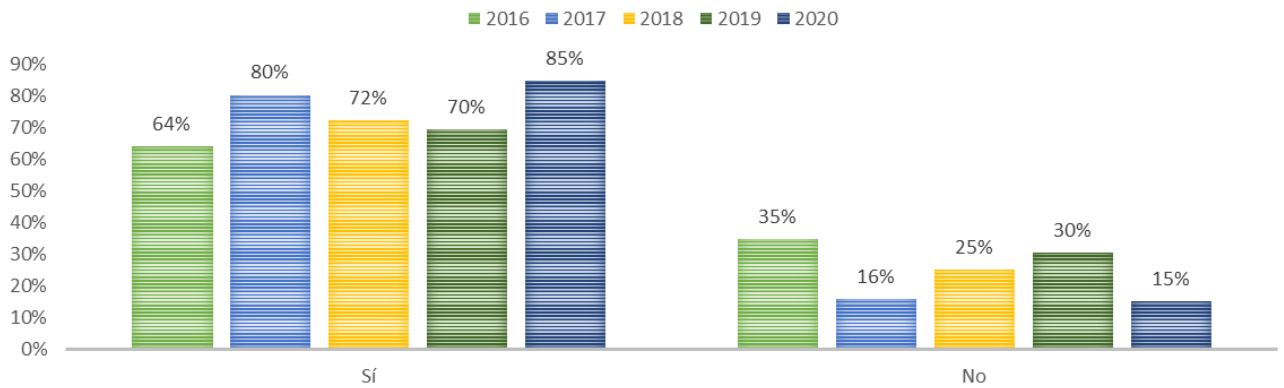
ENCUESTAS REALIZADAS A PERSONAL ADMINISTRATIVO DE FACULTADES DE INGENIERÍA DE INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR  
126 ENCUESTAS A NIVEL NACIONAL

¿SABE QUÉ ES EL CONSEJO PROFESIONAL NACIONAL DE INGENIERÍA - COPNIA?





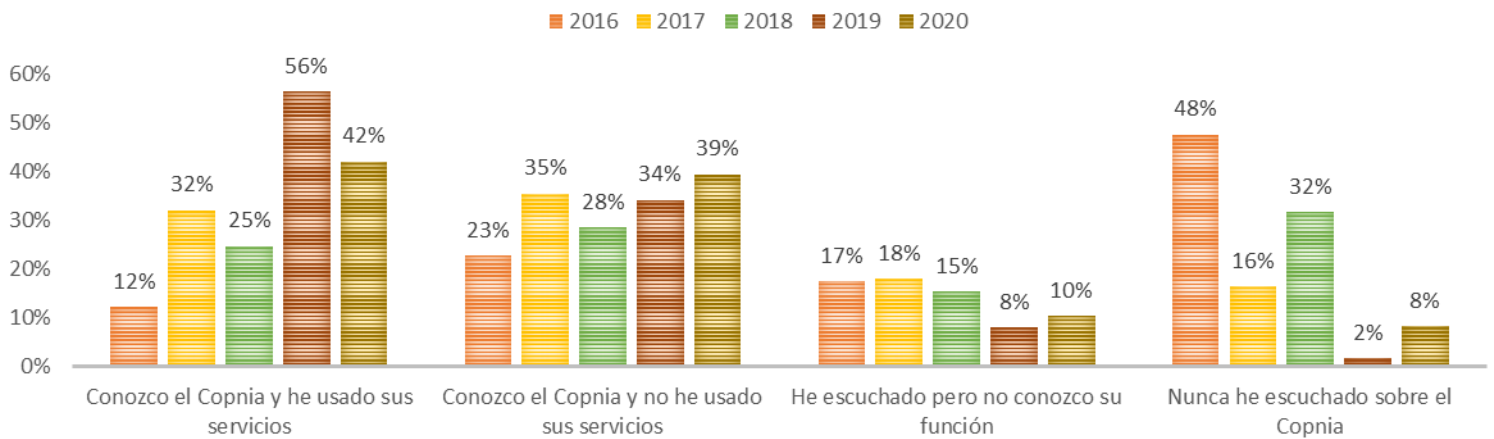
¿CONOCE EL TRÁMITE PARA QUE UN ESTUDIANTE DE LA FACULTAD  
TRAMITE LA MATRÍCULA PROFESIONAL AL GRADUARSE?



ENCUESTAS REALIZADAS A LA CIUDADANÍA A NIVEL NACIONAL

569 ENCUESTAS REALIZADAS

¿SABE QUÉ ES EL CONSEJO PROFESIONAL NACIONAL DE INGENIERÍA -  
COPNIA?



CONSEJO PROFESIONAL NACIONAL DE INGENIERÍA - COPNIA

Calle 78 N° 9 - 57 - Teléfono: 322 0191 - Bogotá D.C.

e-mail: [contactenos@copnia.gov.co](mailto:contactenos@copnia.gov.co)

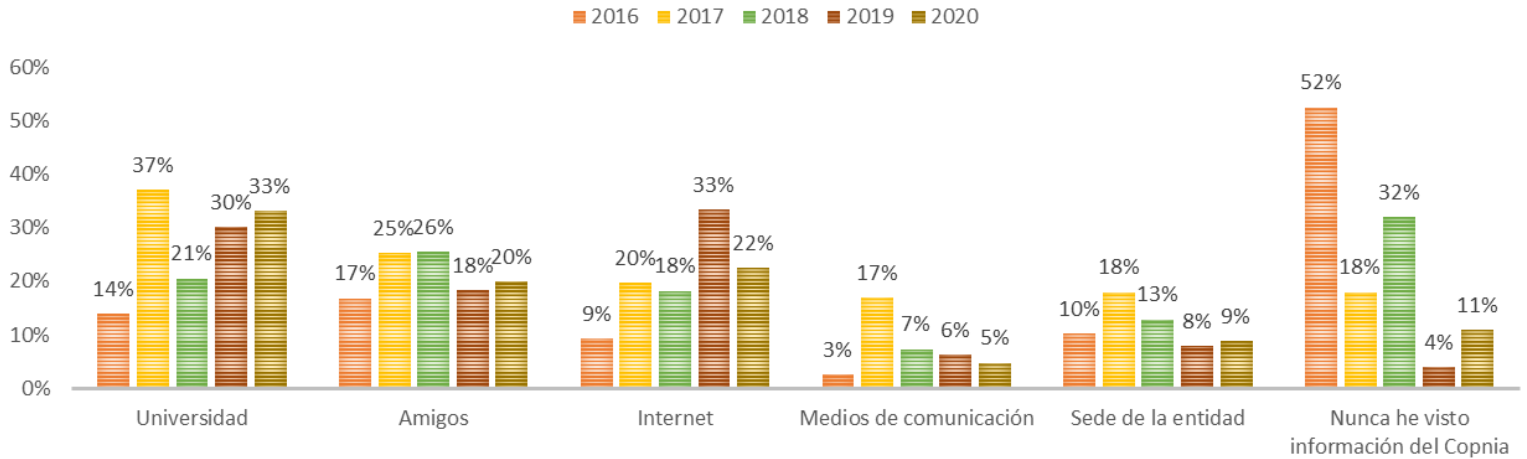
[www.copnia.gov.co](http://www.copnia.gov.co)



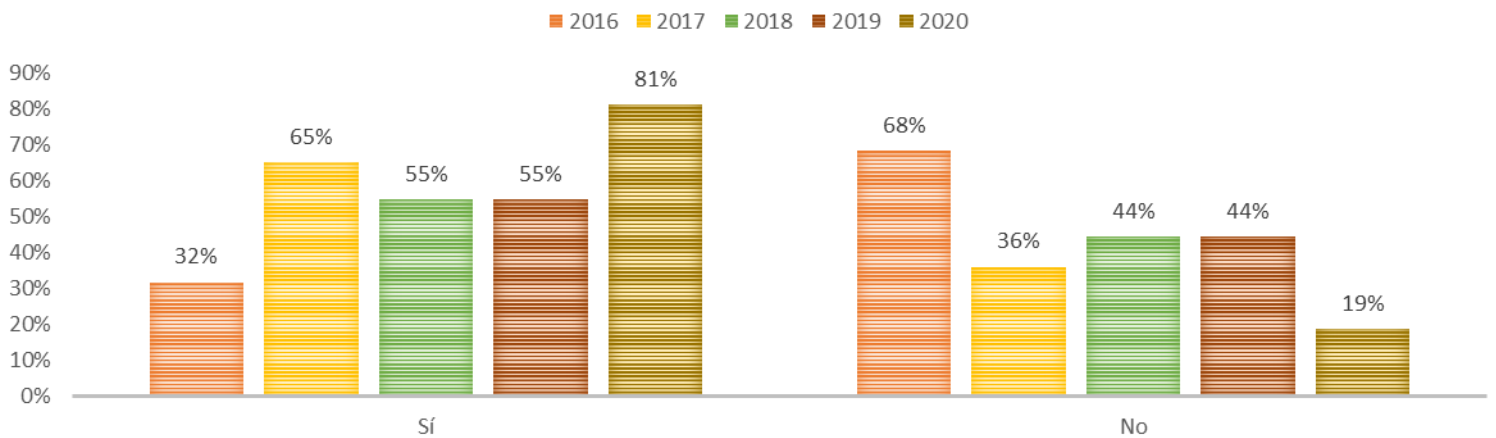
CO177812



### ¿DÓNDE HA VISTO INFORMACIÓN DEL COPNIA?



### ¿SABE QUE EL COPNIA ES LA ENTIDAD PÚBLICA QUE ACTÚA COMO TRIBUNAL DE ÉTICA PROFESIONAL Y RECIBE LAS DENUNCIAS?

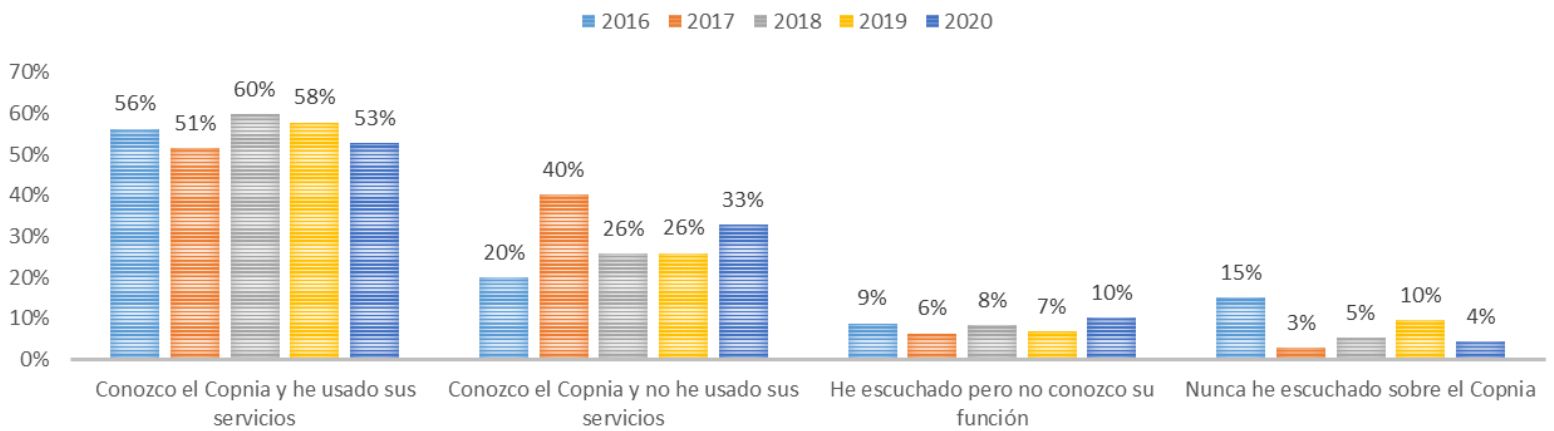




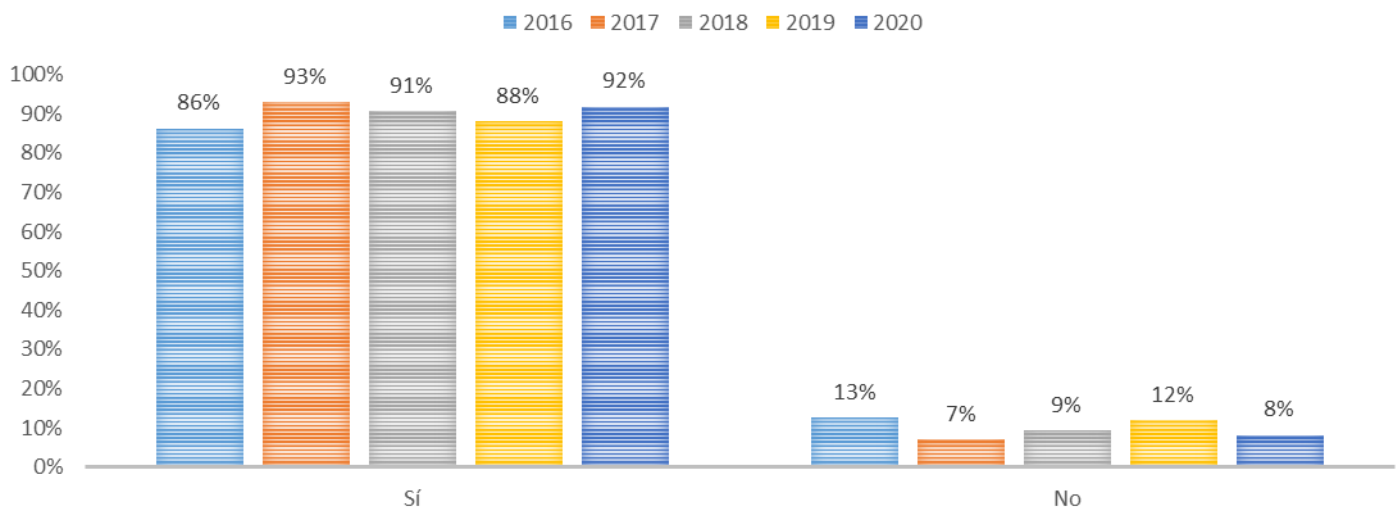
## ENCUESTAS REALIZADAS A DOCENTES DE FACULTADES DE INGENIERÍA DE INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR

208 ENCUESTAS REALIZADAS

### ¿SABE QUÉ ES EL CONSEJO PROFESIONAL NACIONAL DE INGENIERÍA - COPNIA?



### ¿TIENE MATRÍCULA PROFESIONAL?



**CONSEJO PROFESIONAL NACIONAL DE INGENIERÍA - COPNIA**

Calle 78 N° 9 - 57 - Teléfono: 322 0191 - Bogotá D.C.

e-mail: [contactenos@copnia.gov.co](mailto:contactenos@copnia.gov.co)

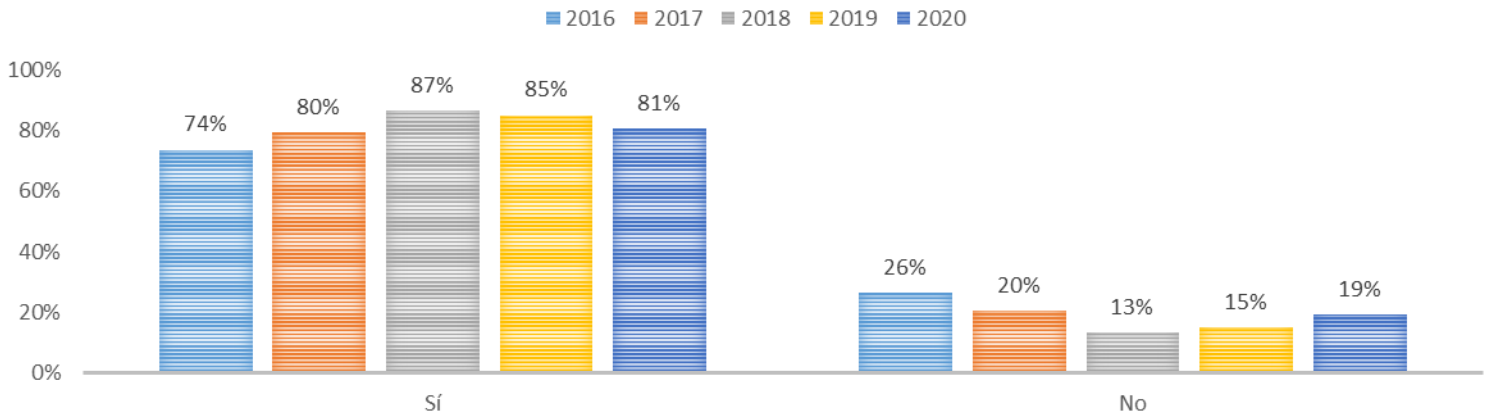
[www.copnia.gov.co](http://www.copnia.gov.co)



CO177812



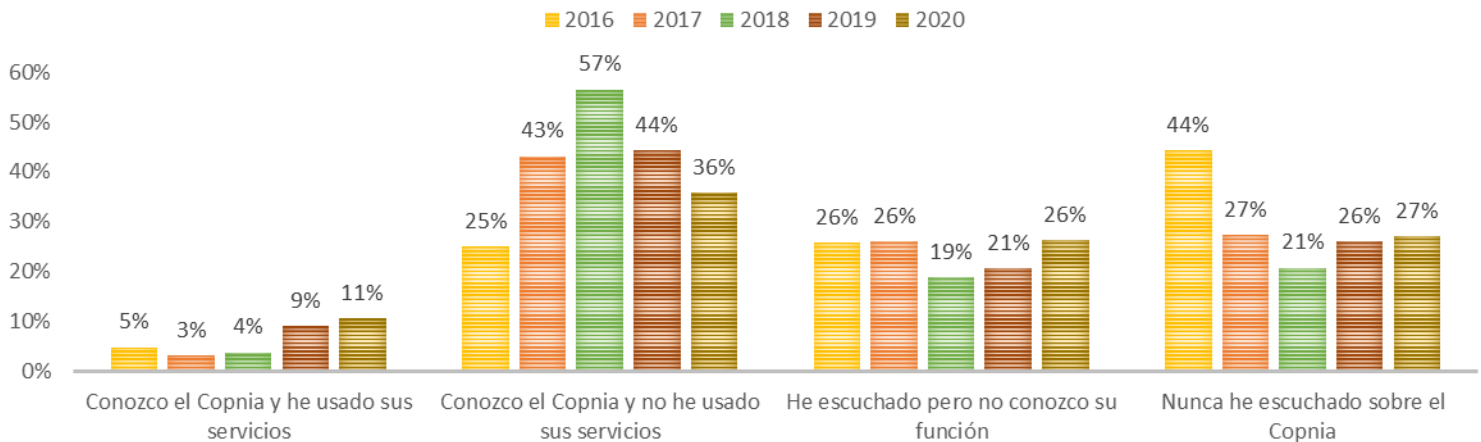
## ¿CONOCE EL CÓDIGO DE ÉTICA PARA EL EJERCICIO DE LA INGENIERÍA, PROFESIONES AFINES O AUXILIARES?



ESTUDIANTES DE FACULTADES DE INGENIERÍA DE INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR

766 ENCUESTAS REALIZADAS

## ¿SABE QUÉ ES EL CONSEJO PROFESIONAL NACIONAL DE INGENIERÍA - COPNIA?



**CONSEJO PROFESIONAL NACIONAL DE INGENIERÍA - COPNIA**

Calle 78 N° 9 - 57 - Teléfono: 322 0191 - Bogotá D.C.

e-mail: [contactenos@copnia.gov.co](mailto:contactenos@copnia.gov.co)

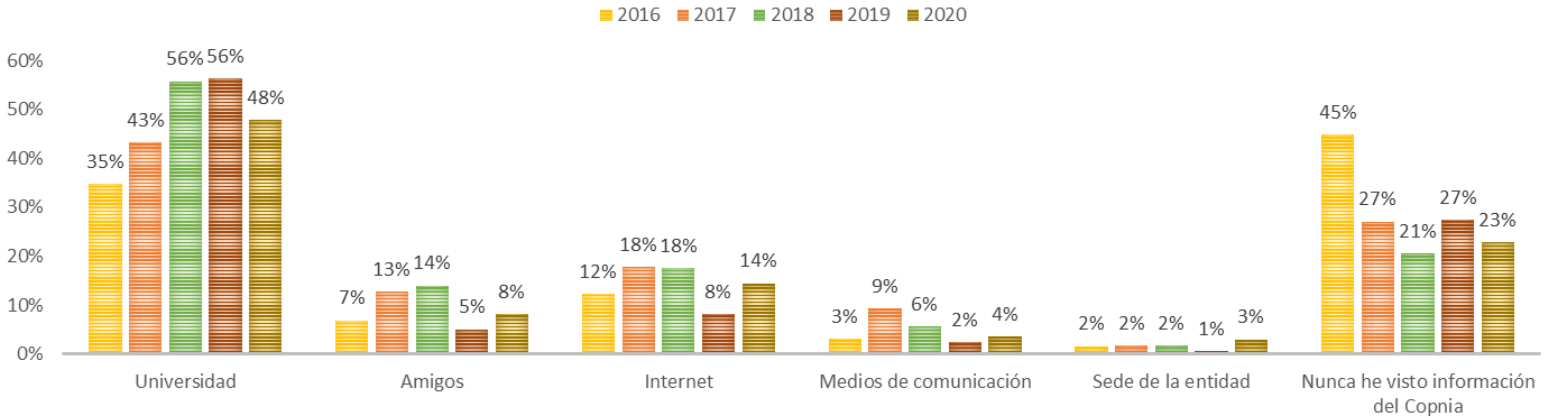
[www.copnia.gov.co](http://www.copnia.gov.co)



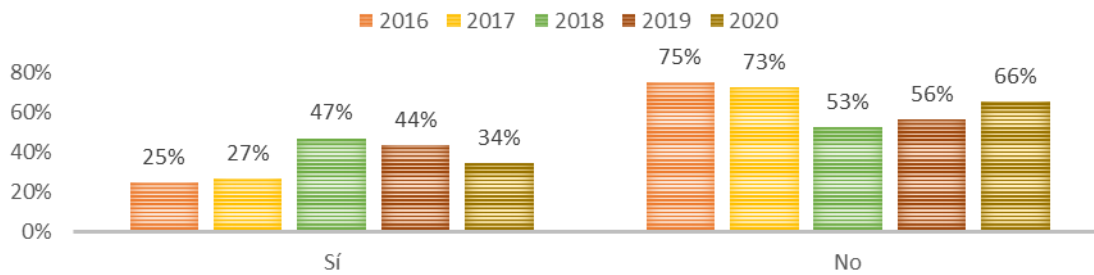
CO17/7812



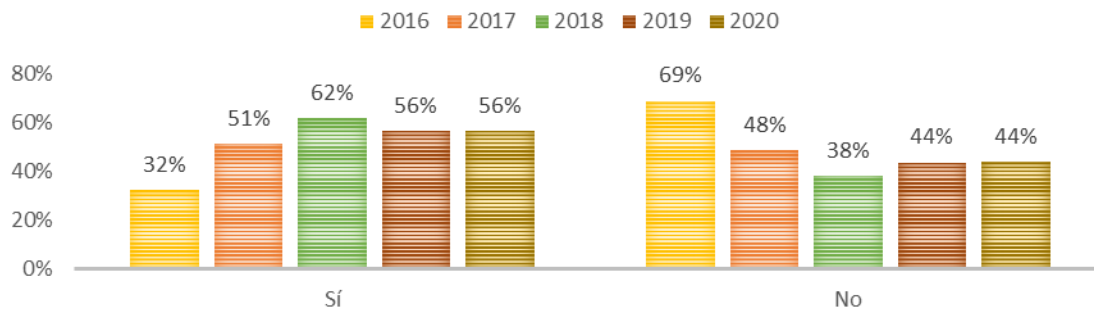
¿DÓNDE HA VISTO INFORMACIÓN DEL COPNIA?



¿CONOCE EL TRÁMITE PARA OBTENER EL REGISTRO PROFESIONAL COMO INGENIERO, PROFESIONAL AFÍN O AUXILIAR?

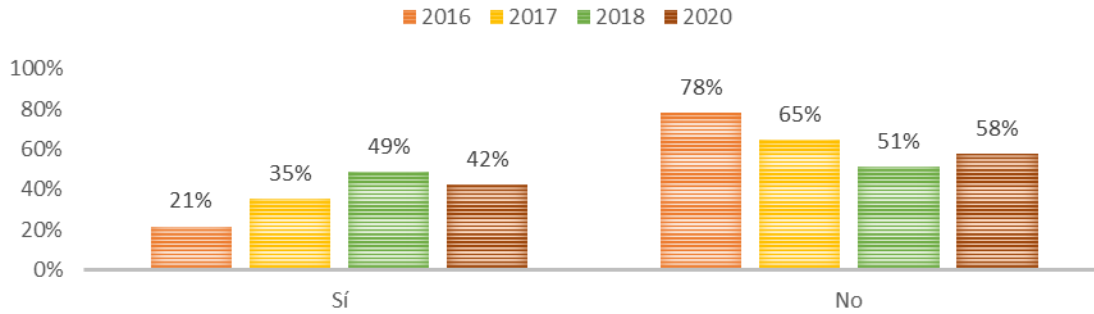


¿SABE QUE EL COPNIA FUNCIONA COMO EL TRIBUNAL DE ÉTICA PROFESIONAL DE LOS INGENIEROS?



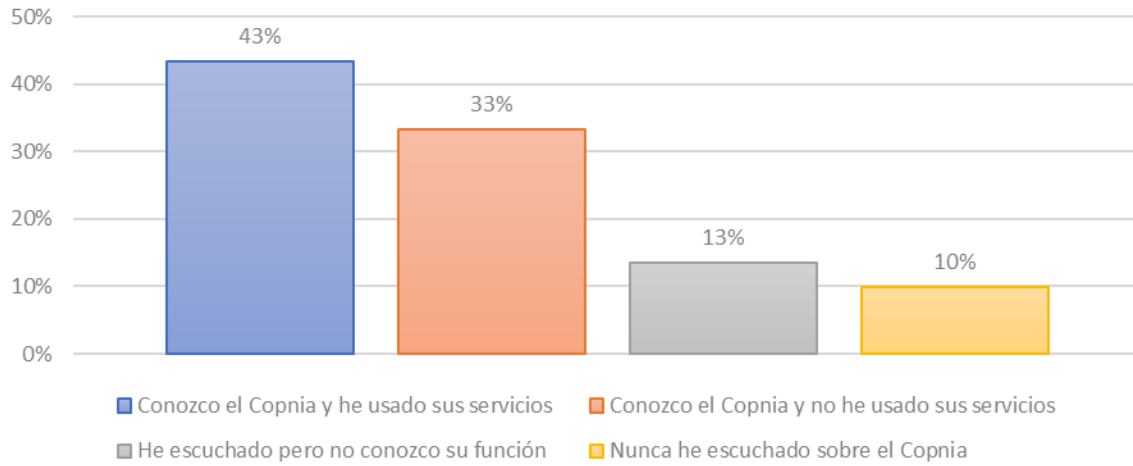


### ¿CONOCE EL CÓDIGO DE ÉTICA PARA EL EJERCICIO DE LA INGENIERÍA, PROFESIONES AFINES O AUXILIARES?



En general, al preguntar si sabe qué es el Consejo Profesional Nacional de Ingeniería – COPNIA, se obtuvo las siguientes respuestas:

### ¿Sabe qué es el COPNIA?





## ANÁLISIS DE LA MEDICIÓN

- El reconocimiento que tienen los egresados de la entidad disminuyó con relación a los resultados de la vigencia 2019, pasando de 89% a 86% en 2020.
- Es importante diseñar estrategias e implementar acciones que permitan que los egresados conozcan las funciones de la entidad y que también hagan uso de los servicios a través de la matrícula profesional.
- Se debe continuar con la buena gestión que desde el área de atención al ciudadano se ha prestado a los usuarios, lo que ha permitido que el 93% califiquen de manera positiva su experiencia al tramitar su matrícula profesional.
- Debemos continuar con el relacionamiento y con la interacción permanente con el personal administrativo de las facultades de ingeniería, pues el 95% manifiesta que conocen el COPNIA y el trámite para que un estudiante de la facultad de ingeniería tramite su matrícula profesional.
- Se debe participar en eventos y actividades en los que la ciudadanía participe para continuar fortaleciendo el reconocimiento que debe tener la entidad frente este grupo objetivo. El 72% de los encuestados indica que conoce la entidad.
- Es importante tener un estrecho relacionamiento con los decanos de las facultades de ingeniería para que a través de ellos se declare la obligatoriedad de la matrícula profesional a la hora de contratar a un docente de la facultad de ingeniería, teniendo en cuenta que el 8% manifestó que no cuenta con matrícula profesional.
- Se debe fortalecer la importancia de una herramienta fundamental, con la que cuentan los docentes para sus clases, y es el código de ética de los ingenieros, profesionales afines y auxiliares ya que el 19% de los docentes manifiesta que no lo conoce.
- El 47% de los estudiantes manifiestan que conocen la entidad. Es por esto, que se hace prioritario continuar con las actividades en el marco del plan de divulgación, ya sea a través de medios presenciales, virtuales o digitales, que permitan que los estudiantes conozcan cuál cuáles son las funciones principales de la entidad.
- Las actividades de divulgación también deben estar encaminadas a generar en los estudiantes la recordación del proceso para obtener el registro profesional como ingeniero, profesional fin o auxiliar de la ingeniería, pues tan sólo el 34% manifiesta que conoce este proceso.
- Es importante que en las universidades y en los eventos académicos se promueva la consulta del código de ética profesional, el 42% de los estudiantes encuestados manifiestan lo conocen y es en este documento donde están contenidas las responsabilidades y las prohibiciones que tienen los ingenieros en el ejercicio profesional.



## CONCLUSIONES DE LA MEDICIÓN DE PERCEPCIÓN

Teniendo en cuenta los objetivos estratégicos de la entidad, es importante seguir participando en eventos académicos, empresariales y gremiales que permitan fortalecer la divulgación para lograr el reconocimiento de la entidad entre todos los públicos.

Es necesario continuar con el relacionamiento interinstitucional con las entidades públicas y empresas privadas que permitan visibilizar la misión de la entidad.

Es importante participar en eventos donde asista la comunidad en general, para incrementar el reconocimiento de la entidad frente a este público objetivo.

El acercamiento y trabajo en equipo con las Instituciones de Educación Superior se debe mantener para que los estudiantes conozcan el trámite de la Tarjeta Profesional. Así mismo identificar los contactos clave en las Universidades para difusión de información.

Es importante continuar con la gestión de divulgación con los docentes y el personal administrativo de las Instituciones de Educación Superior, quienes son fuente de información de los estudiantes de ingeniería, afines y auxiliares.