

CAJA DE LA VIVIENDA POPULAR

INFORME DE MEDICIÓN DEL  
GRADO DE SATISFACCIÓN DE  
CIUDADANOS EN LOS PROGRAMAS  
MISIONALES

Diciembre del 2021

## CONTENIDO

1.	URBANIZACIÓN Y TITULACIÓN (DUT).....	8
1.1.	VARIABLE DEMOGRAFICA .....	8
1.2.	MOTIVO DE VISITA Y PERMANENCIA EN EL PROCESO.....	14
1.3.	CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CIUDADANO.....	17
1.4.	DISPONIBILIDAD Y USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES (TIC) .....	22
1.5.	MEDICIÓN DEL EFECTO DE LA INFORMACIÓN SUMINISTRADA A LOS CIUDADANOS SOBRE GRATUIDAD DE TRÁMITES Y SERVICIOS Y LA NO RECURRENCIA A INTERMEDIARIOS .....	27
1.6.	SEGUIMIENTO A PETICIONES QUEJAS O RECLAMOS EN LA CAJA VIVIENDA POPULAR....	29
2.	MEJORAMIENTO DE VIVIENDA (DMV) .....	32
2.1.	VARIABLES DEMOGRÁFICAS .....	32
2.2.	MOTIVO DE LA VISITA Y PERMANENCIA EN EL PROCESO.....	37
2.3.	CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CIUDADANO.....	40
2.4.	DISPONIBILIDAD Y USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES (TIC) .....	45
2.5.	MEDICIÓN DEL EFECTO DE LA INFORMACIÓN SUMINISTRADA A LOS CIUDADANOS SOBRE GRATUIDAD DE TRÁMITES Y SERVICIOS Y LA NO RECURRENCIA A INTERMEDIARIOS .....	49
2.6.	SEGUIMIENTO A PETICIONES QUEJAS O RECLAMOS EN CVP .....	52
3.	REASENTAMIENTOS HUMANOS (DRH) .....	55
3.1.	VARIABLES DEMOGRÁFICAS.....	55
3.2.	MOTIVO DE LA VISITA DEL CIUDADANO Y PERMANENCIA EN EL PROCESO .....	61
3.3.	CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CIUDADANO.....	64
3.4.	DISPONIBILIDAD Y USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES (TIC).....	69
3.5.	MEDICIÓN DEL EFECTO DE LA INFORMACIÓN SUMINISTRADA A LOS CIUDADANOS SOBRE GRATUIDAD DE TRÁMITES Y SERVICIOS Y LA NO RECURRENCIA A INTERMEDIARIOS.....	74
3.6.	SEGUIMIENTO A PETICIONES QUEJAS O RECLAMOS EN CVP .....	76
4.	MEJORAMIENTO DE BARRIOS – CVP .....	79
4.1.	OBJETIVO ESTRATEGICO DE LA MISIONALIDAD DE LA DIRECCIÓN DE MEJORAMIENTO DE BARRIOS CON PARTICIPACIÓN CIUDADANA .....	79
4.2.	OBJETIVO DE LA CARACTERIZACIÓN PROCESO MEJORAMIENTO DE BARRIOS. ....	79
4.3.	CIFRAS DE EJECUCIÓN PRESUPUESTAL PRESENTADA.....	80
4.4.	DIVULGACIÓN EN WEB - DISTRITO ENTREGA OBRAS DE MEJORAMIENTO DE BARRIOS EN SAN MARTÍN DE LOBA SAN CRISTOBAL.....	81

4.5.	EVALUACIÓN DEL EVENTO .....	83
5.	CONSOLIDADO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO .....	86
6.	CONCLUSIONES.....	87
7.	OBSERVACIONES .....	87

## LISTA DE GRÁFICAS

Gráfica 1. Población encuestada por localidad – DUT .....	8
Gráfica 2. Estrato socio económico de los usuarios – DUT .....	9
Gráfica 3. Género de la población encuestada DUT .....	10
Gráfica 4. Edad y género de la población encuestada – DUT .....	10
Gráfica 5. Escolaridad de la población encuestada – DUT .....	11
Gráfica 6. Nivel de estudios por localidad – DUT .....	11
Gráfica 7. Estado civil de la población encuestada – DUT .....	12
Gráfica 8. Situación laboral de los usuarios – DUT .....	13
Gráfica 9. Cantidad de habitantes por vivienda – DUT .....	13
Gráfica 10. Motivo de la visita – DUT .....	14
Gráfica 11. Tiempo de permanencia en el proceso – DUT .....	15
Gráfica 12. Suministro de información suficiente sobre el proceso – DUT .....	16
Gráfica 13. Suministro de información suficiente sobre el proceso – DUT .....	16
Gráfica 14. Calificación de los atributos del servicio – DUT .....	18
Gráfica 15. Nivel de satisfacción de los usuarios con el servicio prestado – DUT .....	19
Gráfica 16. Población satisfecha e insatisfecha con el servicio – DUT .....	19
Gráfica 17. Motivos de baja satisfacción – DUT .....	20
Gráfica 18. Diagrama de Pareto de los motivos de baja satisfacción – DUT .....	21
Gráfica 19. Calificación – Aspectos específicos del área misional – DUT .....	22
Gráfica 20. Servicios de telefonía e Internet de la población – DUT .....	23
Gráfica 21. Disposición de dispositivos TIC de la población – DUT .....	23
Gráfica 22. Forma de acceso de la población a Internet – DUT .....	24
Gráfica 23. Frecuencia de acceso de la población a Internet – DUT .....	24
Gráfica 24. Usos que la población encuestada hace del Internet – DUT .....	24
Gráfica 25. Uso de los canales de comunicación – DUT .....	25
Gráfica 26. Utilidad de la información suministrada a través de los canales de comunicación – DUT .....	26
Gráfica 27. Habitualidad del uso de los canales de comunicación (repetir la experiencia) – DUT ....	26
Gráfica 28. Porcentaje de personas que recibieron información sobre la gratuidad de trámites y servicios y lo innecesario de los intermediarios – DUT .....	27
Gráfica 29. Medio a través del cual el ciudadano obtuvo la información sobre la gratuidad de trámites y servicios y lo innecesario de los intermediarios – DUT .....	28
Gráfica 30. Porcentaje de ciudadanos que comprendieron los mensajes de gratuidad de los trámites y servicios y de no acceso a intermediarios – DUT .....	29
Gráfica 31. Porcentaje de ciudadanos que interpusieron algún tipo de petición – DUT .....	30
Gráfica 32. Porcentaje de tiempo de respuesta por la entidad – DUT .....	30
Gráfica 33. La respuesta cumple con lo que pregunto el ciudadano – DUT .....	30
Gráfica 34. La respuesta es fácil de comprender – DUT .....	31
Gráfica 35. La respuesta suministrada fue de calidad – DUT .....	31
Gráfica 36. Población encuestada por localidad – DMV .....	33
Gráfica 37. Estrato socio económico de los usuarios – DMV .....	33
Gráfica 38. Género de la población encuestada - DMV .....	34
Gráfica 39. Edad y género de la población encuestada – DMV .....	35

Gráfica 40. Escolaridad de la población encuestada – DMV .....	35
Gráfica 41. Nivel de estudios por localidad – DMV.....	36
Gráfica 42. Estado civil de la población encuestada – DMV .....	36
Gráfica 43. Situación laboral de los usuarios – DMV .....	37
Gráfica 44. Cantidad de habitantes por vivienda – DMV .....	37
Gráfica 45. Motivo de la visita – DMV.....	38
Gráfica 46. Tiempo de permanencia en el proceso – DMV .....	38
Gráfica 47. Suministro de información suficiente sobre el proceso – DMV .....	39
Gráfica 48. Suministro de información suficiente sobre el proceso – DMV .....	40
Gráfica 49. Calificación de los atributos del servicio – DMV.....	41
Gráfica 50. Nivel de satisfacción de los usuarios con el servicio prestado – DMV .....	42
Gráfica 51. Población satisfecha e insatisfecha con el servicio – DMV.....	42
Gráfica 52. Motivos de baja satisfacción – DMV.....	43
Gráfica 53. Diagrama de Pareto de los motivos de baja satisfacción – DMV .....	44
Gráfica 54. Calificación - Aspectos específicos del área misional – DMV .....	45
Gráfica 55. Servicios de telefonía e Internet de la población – DMV .....	46
Gráfica 56. Disposición de dispositivos TIC de la población – DMV.....	46
Gráfica 57. Acceso de la población a Internet – DMV.....	47
Gráfica 58. Frecuencia de acceso de la población a Internet – DMV.....	47
Gráfica 59. Usos que la población encuestada hace del Internet – DMV.....	47
Gráfica 60. Uso de los canales de comunicación – DMV .....	48
Gráfica 61. Utilidad de la información suministrada a través de los canales de comunicación – DMV .....	49
Gráfica 62. Habitualidad en el uso de los canales de comunicación (volverlos a usar) – DMV .....	49
Gráfica 63. Personas que recibieron información sobre la gratuidad de trámites y servicios – DMV .....	50
Gráfica 64. Medio por la cual el ciudadano obtuvo la información sobre la gratuidad de trámites y servicios y lo innecesario de los intermediarios – DMV.....	51
Gráfica 65. Porcentaje de ciudadanos que comprendieron los mensajes de gratuidad de trámites y servicios y de no acceso a los intermediarios – DMV .....	51
Gráfica 66. Ciudadanos que interpusieron algún tipo de petición – DMV .....	52
Gráfica 67. Porcentaje de tiempo de respuesta por la entidad – DMV .....	53
Gráfica 68. La respuesta cumple con lo que pregunto el ciudadano – DMV.....	53
Gráfica 69. La respuesta es fácil de comprender – DMV .....	54
Gráfica 70. La respuesta suministrada fue de calidad – DMV.....	54
Gráfica 71. Población encuestada por localidad – DRH .....	56
Gráfica 72. Estrato socio económico de los usuarios – DRH.....	56
Gráfica 73. Género de la población encuestada – DRH .....	57
Gráfica 74. Edad y género de la población encuestada – DRH .....	58
Gráfica 75. Escolaridad de la población encuestada – DRH.....	58
Gráfica 76. Nivel de estudios por localidad – DRH.....	59
Gráfica 77. Estado civil de la población encuestada – DRH .....	59
Gráfica 78. Situación laboral de los usuarios – DRH .....	60
Gráfica 79. Cantidad de habitantes por vivienda – DRH .....	60

Gráfica 80. Motivo de la visita – DRH.....	61
Gráfica 81. Tiempo de permanencia en el proceso – DRH .....	62
Gráfica 82. Suministro de información suficiente sobre el proceso – DRH .....	63
Gráfica 83. Suministro de información suficiente sobre el proceso – DRH .....	64
Gráfica 84. Calificación de los atributos del servicio – DRH.....	65
Gráfica 85. Nivel de satisfacción de los usuarios con el servicio prestado – DRH .....	66
Gráfica 86. Población satisfecha e insatisfecha con el servicio – DRH.....	66
Gráfica 87. Motivos de baja satisfacción – DRH.....	67
Gráfica 88. Diagrama de Pareto de los motivos de baja satisfacción – DRH .....	68
Gráfica 89. Calificación - Aspectos específicos del área misional – DRH .....	69
Gráfica 90. Servicios de telefonía e Internet de la población – DRH .....	70
Gráfica 91. Disposición de dispositivos TIC de la población – DRH.....	70
Gráfica 92. Forma de acceso de la población a Internet – DRH.....	71
Gráfica 93. Frecuencia de acceso de la población a Internet – DRH.....	71
Gráfica 94. Uso que la población encuestada hace del Internet – DRH .....	72
Gráfica 95. Uso de los canales de comunicación – DRH .....	73
Gráfica 96. Utilidad de la información suministrada de los diversos canales de comunicación – DRH .....	73
Gráfica 97. Habitualidad del uso de los canales de comunicación (repetir la experiencia) – DRH... 73	73
Gráfica 98. Porcentaje de personas que recibieron información sobre la gratuidad de trámites y servicios y lo innecesario de los intermediarios – DRH.....	74
Gráfica 99. A través de que canal el ciudadano obtuvo la información sobre la gratuidad de trámites y servicios y lo innecesario de los intermediarios – DRH .....	75
Gráfica 100. Porcentaje de ciudadanos que comprendieron los mensajes de gratuidad de trámites y servicios y de no acceso a los intermediarios – DRH.....	76
Gráfica 101. Porcentaje de ciudadanos que interpusieron algún tipo de petición – DRH.....	77
Gráfica 102. Porcentaje de tiempo de respuesta por la entidad - DRH.....	77
Gráfica 103. La respuesta cumple con lo que pregunto el ciudadano –DRH.....	78
Gráfica 104. La respuesta es fácil de comprender- DRH.....	78
Gráfica 105. La respuesta suministrada fue de calidad –DRH .....	78
Gráfica 106. Percepción respecto a la Atención a la ciudadanía durante la ejecución de la Obra... 84	84
Gráfica 107. Percepción respecto a la participación de la comunidad durante la ejecución de la Obra.....	84
Gráfica 108. Percepción respecto a la Obra entregada .....	85
Gráfica 109. Percepción de Impacto que genera la Obra .....	85
Gráfica 110. Evaluación de Encuentro .....	85
Gráfica 111. Promedio Métricas por proceso .....	86

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Población encuestada por localidad – DUT .....	8
Tabla 2. Distribución de la edad y género de la población encuestada – DUT .....	10
Tabla 3. Distribución porcentual de los motivos de la visita – DUT .....	14
Tabla 4. Distribución porcentual tiempo de permanencia en el proceso – DUT .....	15
Tabla 5. Distribución porcentual del suministro de información sobre el proceso – DUT .....	16
Tabla 6. Dimensiones de la calidad del servicio modelo SERVQUAL - DUT .....	17
Tabla 7. Atributos y dimensiones de la calidad del servicio – DUT .....	18
Tabla 8. Distribución de la población encuestada por localidad – DMV .....	32
Tabla 9. Distribución de la edad y género de la población encuestada – DMV .....	34
Tabla 10. Distribución porcentual de los motivos de la visita – DMV .....	37
Tabla 11. Distribución porcentual tiempo de permanencia en el proceso – DMV .....	38
Tabla 12. Distribución porcentual por localidad del suministro de información sobre el proceso – DMV .....	39
Tabla 13. Atributos y dimensiones de la calidad del servicio – DMV .....	41
Tabla 14. Distribución de la población encuestada por localidad – DRH .....	55
Tabla 15. Distribución de la edad y género de la población encuestada – DRH .....	57
Tabla 16. Distribución porcentual de los motivos de la visita – DRH .....	61
Tabla 17. Distribución porcentual tiempo de permanencia en el proceso – DRH .....	62
Tabla 18. Distribución porcentual por localidad del suministro de información sobre el proceso – DRH .....	63
Tabla 19. Atributos y dimensiones de la calidad del servicio – DRH .....	65
Tabla 20 – Recursos de contrato ejecutado en localidad Usaquén .....	80
Tabla 21. Consolidado de la calidad del servicio, la satisfacción del usuario de los aspectos específicos .....	86

## LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 – Registro fotográfico evento Localidad Usaquén .....	80
Ilustración 2 - Registro fotográfico Antes y Después .....	83

**Nota:** El total de la ciudadanía encuestada autorizó a la Caja de la Vivienda Popular de usar la información recopilada, exclusivamente con fines estadísticos, y de conformidad con la Política de Tratamiento de Datos Personales.

## 1. URBANIZACIÓN Y TITULACIÓN (DUT)

El desarrollo de las encuestas realizadas para la recolección de datos los usuarios de la Dirección de Urbanización y Titulación (DUT), fue aplicada a 108 personas que pertenecen en su mayoría a las localidades de Ciudad Bolívar, Kennedy, Usme, como se describe la siguiente tabla.

Tabla 1. Población encuestada por localidad – DUT

LOCALIDAD	#PERSONAS	PRCENTAJE
Bosa	6	6%
Ciudad Bolívar	72	67%
Kennedy	10	9%
Rafael Uribe Uribe	7	6%
San Cristóbal	3	3%
Santa Fe	2	2%
Usme	8	7%
TOTAL GENERAL	108	100%

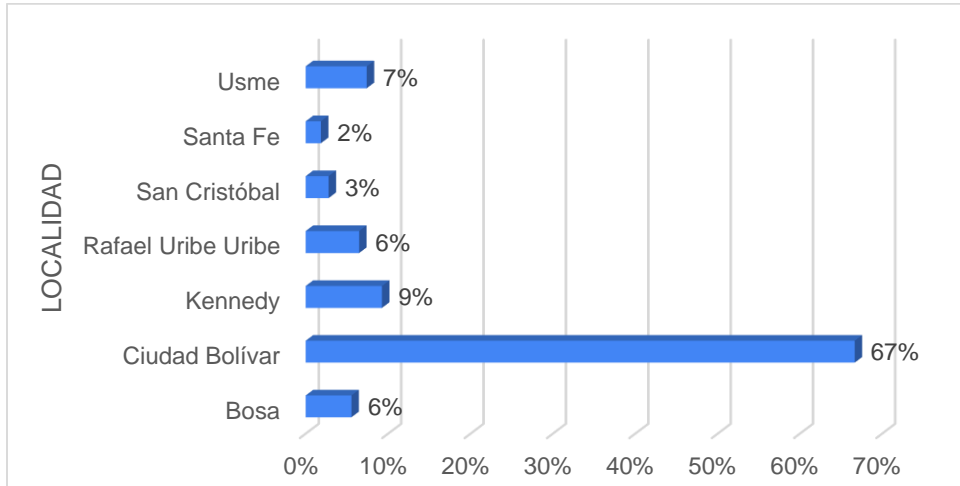
En la encuesta aplicada se recolecto información que permite medir los siguientes aspectos: Variable demográfica, calidad del servicio, satisfacción del usuario, gratuidad de los tramites y servicios que presta la CAJA DE LA VIVIENDA POPULAR, de igual manera la comunicación y acceso a la tecnología información (TIC), y peticiones interpuestas por los ciudadanos, a continuación, se presentan los datos más relevantes de cada uno de ellos ya mencionados.

### 1.1.VARIABLE DEMOGRAFICA

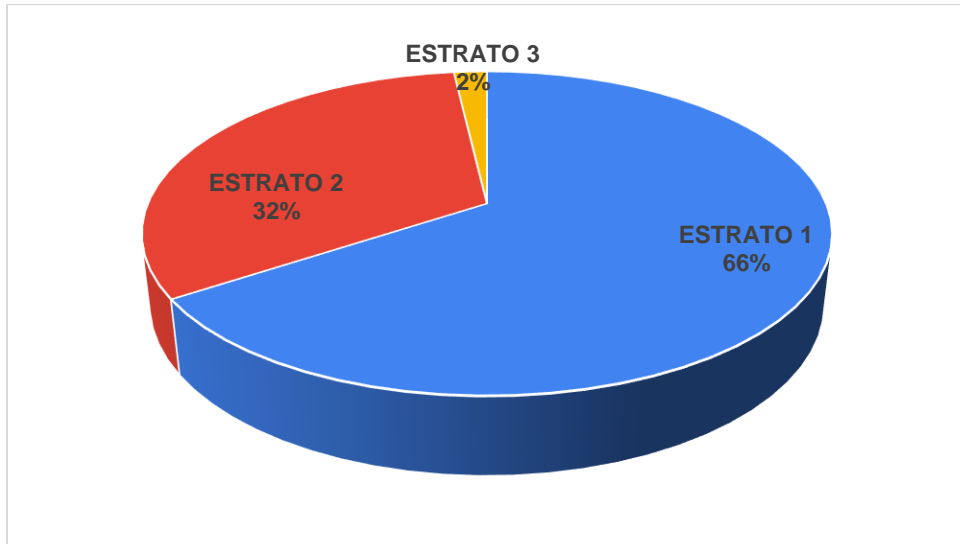
La localidad con más representación en la encuesta es Ciudad Bolívar con un 67%, seguida de las localidades de Kennedy y Usme con un porcentaje de participación del 9% y 7%. La participación de la población encuestada hace referencia a los estratos socio económico 1 y 2 con un porcentaje de 98%.

Gráfica 1. Población encuestada por localidad – DUT





Gráfica 2. Estrato socio económico de los usuarios – DUT



De la encuesta realizada se pudo establecer que el género de las mujeres representa el 66% y los hombres constituyen un 34% del total de los encuestados.

Gráfica 3. Género de la población encuestada DUT

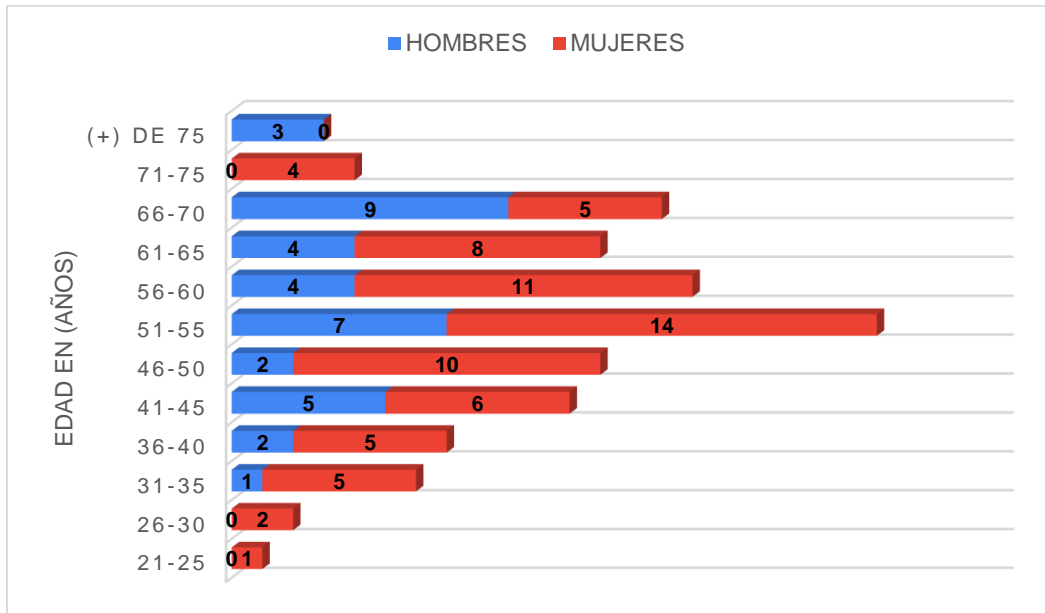


La distribución por edades de los ciudadanos encuestados muestra que el 85% de la población tiene edades entre 40 y 70 años. La población masculina está constituida con el 89% y la población femenina con 83%.

Tabla 2. Distribución de la edad y género de la población encuestada – DUT

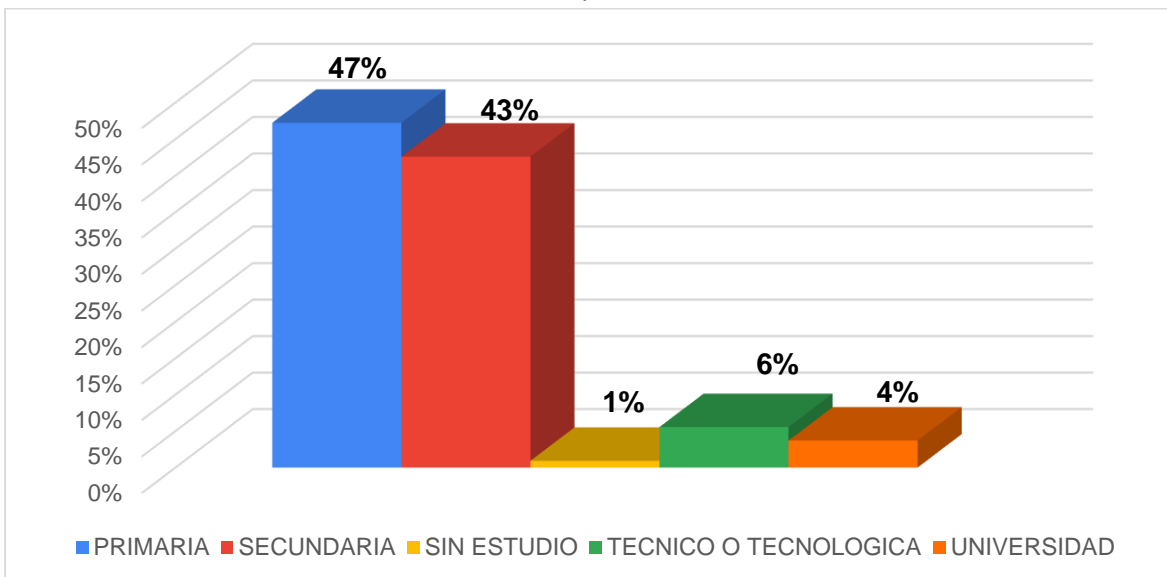
RANGO DE EDAD (AÑO)	HOMBRES	MUJERES	% EDAD (HOMBRES)	% EDAD (MUJERES)
21-25	0	1	0%	1%
26-30	0	2	0%	3%
31-35	1	5	3%	7%
36-40	2	5	5%	7%
41-45	5	6	14%	8%
46-50	2	10	5%	14%
51-55	7	14	19%	20%
56-60	4	11	11%	15%
61-65	4	8	11%	11%
66-70	9	5	24%	7%
71-75	0	4	0%	6%
(+) de 75	3	0	8%	0%
<b>TOTAL</b>	<b>37</b>	<b>71</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>PORCENTAJE</b>	<b>34%</b>	<b>66%</b>		

Gráfica 4. Edad y género de la población encuestada – DUT

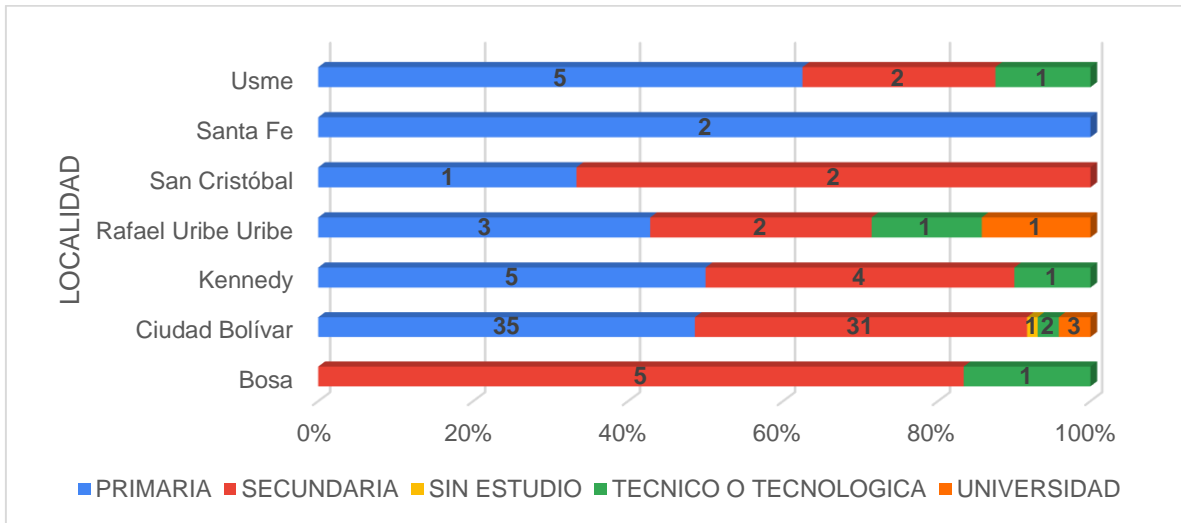


El nivel de escolaridad a la población encuestada indica que el 47% tiene una educación primaria, 43% secundaria. Lo que es un factor predominante en las localidades. El 10% de los encuestados indica tener educación superior y el 1% indico que tiene estudio.

Gráfica 5. Escolaridad de la población encuestada – DUT

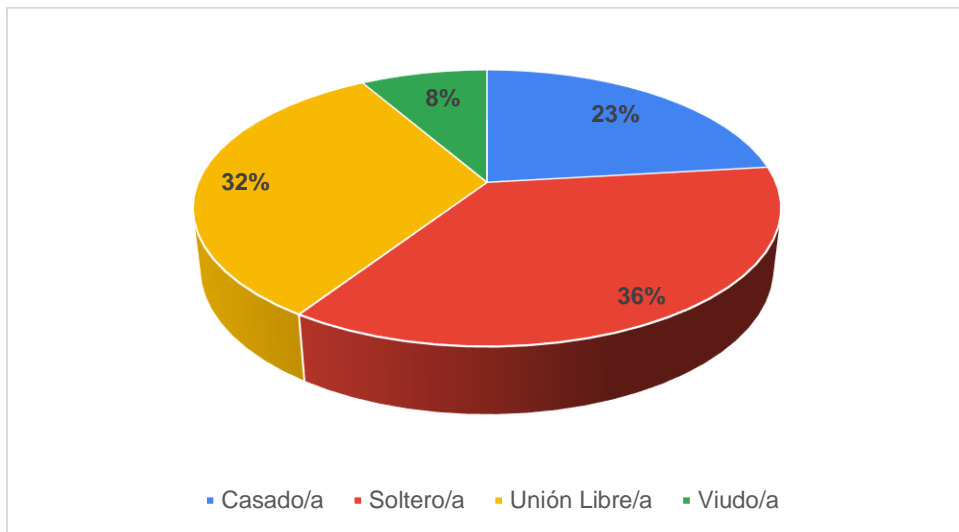


Gráfica 6. Nivel de estudios por localidad – DUT



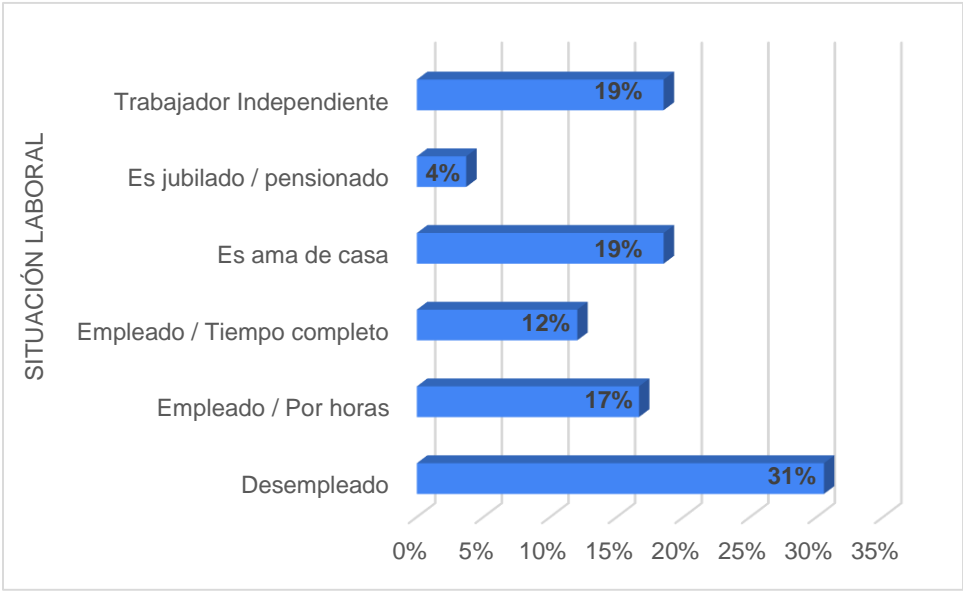
La categoría de Estado civil de la población encuestada y la que más predomina es soltero con un porcentaje de 36%, seguido de Unión libre con participación del 32%, casados con un porcentaje del 23 y viudos el 8%.

Gráfica 7. Estado civil de la población encuestada – DUT



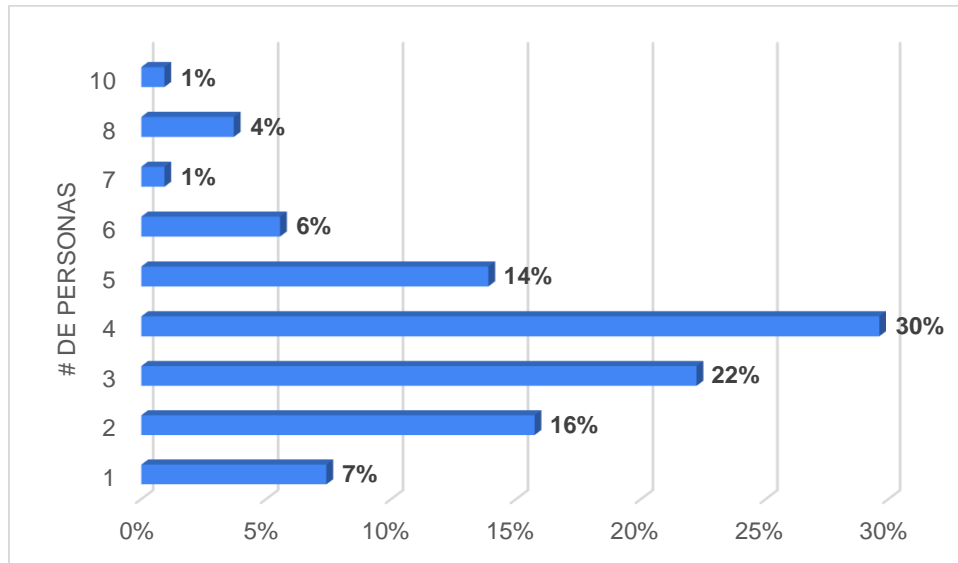
La población encuestada en la categoría de situación laboral es alarmante ya que el 31% indica estar desempleado, un 17% manifiesta trabajar por horas, el 12% trabaja tiempo completo, el 19% indican que son amas de casa, el 4% de la población esta jubilada o pensionada y un porcentaje del 19% indica estar trabajando de manera independiente.

Gráfica 8.Situación laboral de los usuarios – DUT



Un dato de interés arrojado en la encuesta realizada nos indica que cada familia está constituida por un promedio de 4 personas con un porcentaje del 30%, el 22% lo conforman familias hasta de 3 integrantes y 16% está conformado por 2 integrantes.

Gráfica 9.Cantidad de habitantes por vivienda – DUT



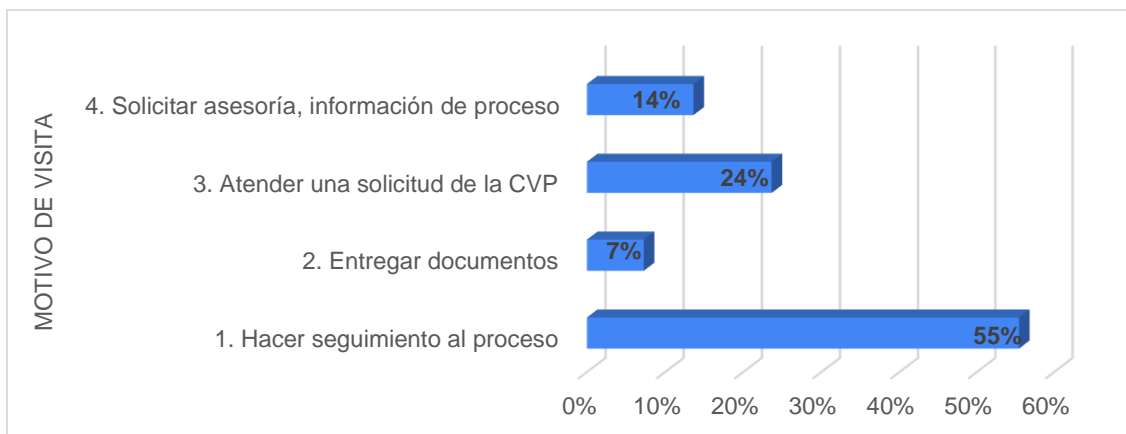
## 1.2.MOTIVO DE VISITA Y PERMANENCIA EN EL PROCESO

Los datos registrados por los ciudadanos encuestados de Urbanizaciones y Titulación indican que se acercan a CVP, por un motivo particular y el más predominante es Hacer seguimiento al proceso con un porcentaje del 55%, el 24% de los ciudadanos vienen a atender una solicitud de la entidad, el 14% se acerca a solicitar asesoría e información sobre el proceso y el 7% de los ciudadanos encuestados indican que vienen a entregar documentación.

Tabla 3.Distribución porcentual de los motivos de la visita – DUT

MOTIVO DE VISITA	TOTAL	PORCENTAJE
1. Hacer seguimiento al proceso	61	55%
2. Entregar documentos	8	7%
3. Atender una solicitud de la CVP	26	24%
4. Solicitar asesoría, información de proceso	15	14%
TOTAL GENERAL	110	100%

Gráfica 10.Motivo de la visita – DUT

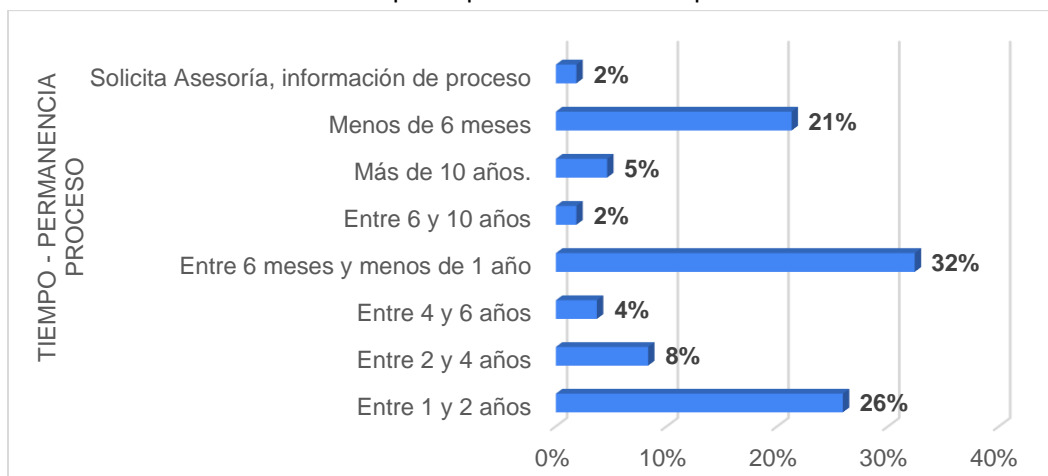


El desarrollo de la encuesta se establece un porcentaje del 54%, llevan un proceso con menos de un año en CVP y a diferencia del 5% de los encuestados indican que llevan un proceso de más de 10 años con CVP. Esto puede obedecer a la falta de corresponsabilidad de los usuarios para culminar los tramites con la entidad o a las dificultades presentadas de información para llevar una secuencia lógica de los procesos de titulación principalmente porque carecen de una buena información.

Tabla 4. Distribución porcentual tiempo de permanencia en el proceso – DUT

TIEMPO DE PERMANENCIA PROCESO	TOTAL	PORCENTAJE
Entre 1 y 2 años	28	26%
Entre 2 y 4 años	9	8%
Entre 4 y 6 años	4	4%
Entre 6 meses y menos de 1 año	35	32%
Entre 6 y 10 años	2	2%
Más de 10 años.	5	5%
Menos de 6 meses	23	21%
Solicita Asesoría, información de proceso	2	2%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>108</b>	<b>100%</b>

Gráfica 11. Tiempo de permanencia en el proceso – DUT



Se obtiene un porcentaje del 84% indica que está bien informando de manera suficiente sobre el proceso en curso con la CVP, y el 16% manifiesta que no le han brindado información idónea. Se puede observar en la siguiente gráfica la distribución porcentual por localidad del suministro de información del proceso DUT. La localidad que demuestra una alta calificación que no se siente bien informado es la localidad de Ciudad Bolívar con un porcentaje del 59% que corresponde a 10 ciudadanos del total de los encuestados lo que conduce a validar la comunicación y entrega de información a los ciudadanos de dicha localidad.

Gráfica 12. Suministro de información suficiente sobre el proceso – DUT

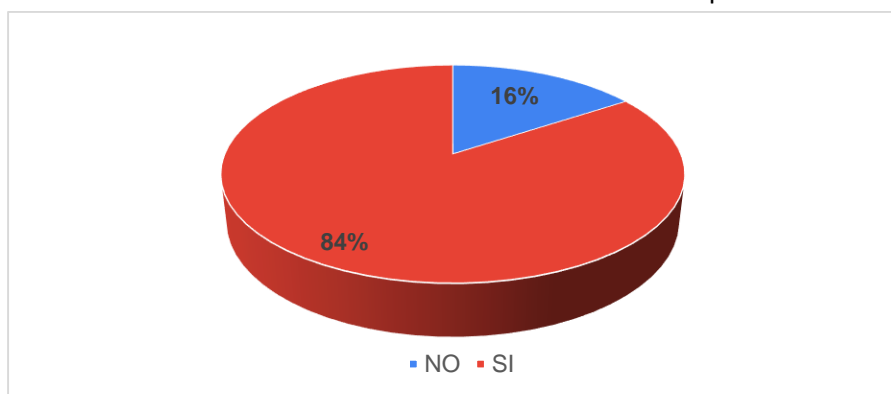
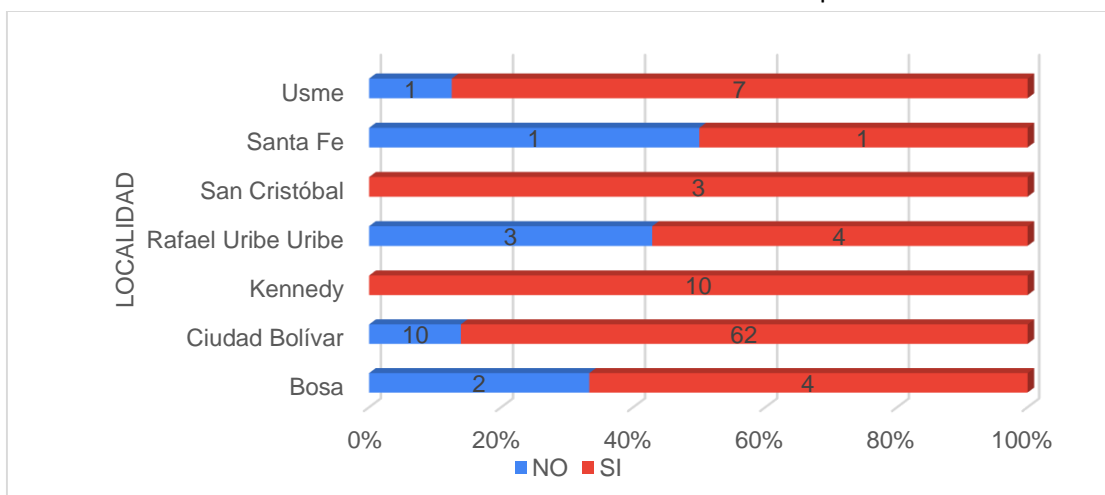


Tabla 5. Distribución porcentual del suministro de información sobre el proceso – DUT

LOCALIDAD	NO	SI	TOTAL	% NO	%SI
Bosa	2	4	6	12%	4%
Ciudad Bolívar	10	62	72	59%	68%
Kennedy		10	10	0%	11%
Rafael Uribe Uribe	3	4	7	18%	4%
San Cristóbal		3	3	0%	3%
Santa Fe	1	1	2	6%	1%
Usme	1	7	8	6%	8%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>17</b>	<b>91</b>	<b>108</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>PORCENTAJE</b>	<b>16%</b>	<b>84%</b>			

Gráfica 13. Suministro de información suficiente sobre el proceso – DUT





### 1.3.CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CIUDADANO

La calidad del servicio prestado por los procesos misionales se valoró a través de la determinación y medición de atributos o características del servicio ofrecido, enmarcados dentro de 5 principales dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles. Estas dimensiones de la calidad del servicio se describen a continuación.

Tabla 6.Dimensiones de la calidad del servicio modelo SERVQUAL - DUT

DIMENSIONES DE CALIDAD DEL SERVICIO	
FIABILIDAD	Habilidad para realizar el servicio de modo cuidadoso (seguro) y fiable (eficiente), Capacidad de desempeñarse de manera consistente y libre de incumplimientos. Cumplir promesas y no reprocesar
CAPACIDAD DE RESPUESTA	Disposición y voluntad para ayudar a los ciudadanos y proporcionar un servicio rápido.
SEGURIDAD	Conocimientos y atención mostrados por los servidores públicos y sus habilidades para generar credibilidad y confianza.
EMPATIA	Atención personalizada que otorga la entidad a los ciudadanos. Capacidad de demostrar interés en el ciudadano. Incluye accesibilidad, sensibilidad y esfuerzo en comprender las necesidades de los usuarios
ELEMENTOS TANMGIBLES	Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación

Se empleó un modo de respuesta de escala numérica de 1 a 5, donde 1 es la calificación más baja y 5 es la más alta. La calificación promedio de los atributos del servicio de la Dirección de Urbanizaciones y Titulación fue de 3,91. Destacándose la calidez y amabilidad del personal. En general las calificaciones de los atributos de calidad son similares. A un que el atributo con menor calificación fue la Duración del proceso con una calificación de 3,58 es un atributo que forma parte de la dimensión de la capacidad del servicio (capacidad de respuesta) que constituye y evalúa el tiempo que tarda el proceso en sus etapas. Desde que el ciudadano ingresa al programa con motivo de escrituración o en virtud diagnóstico integral de barrios y hasta obtener si título de propiedad.

Gráfica 14. Calificación de los atributos del servicio – DUT

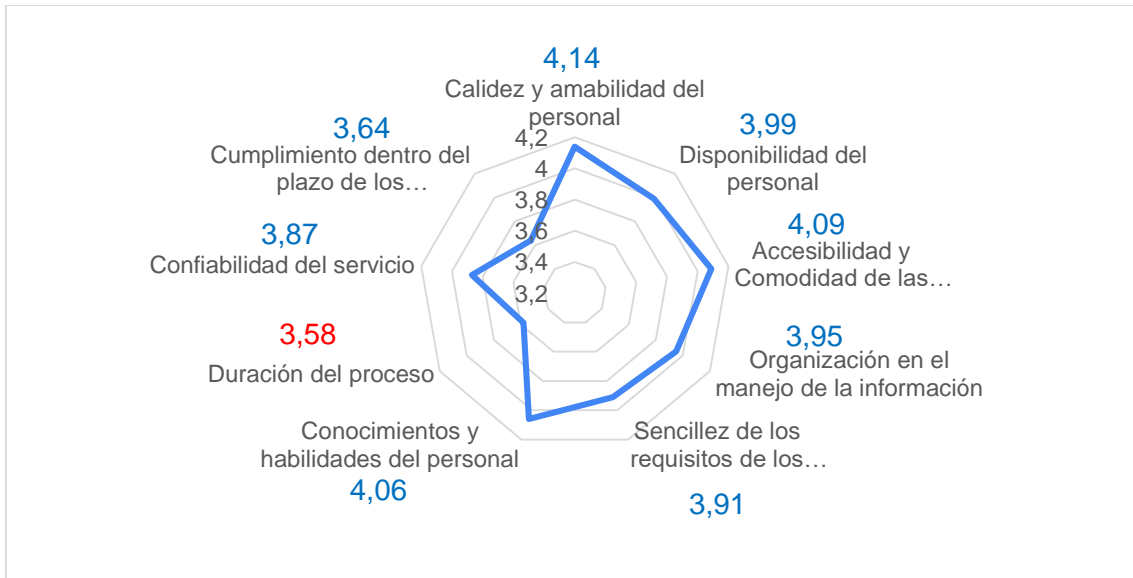
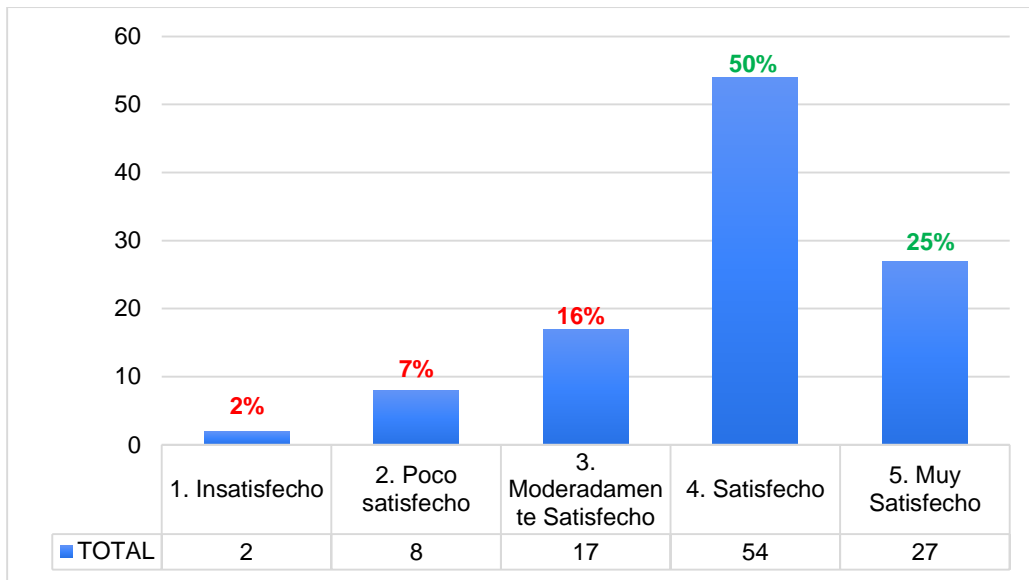


Tabla 7. Atributos y dimensiones de la calidad del servicio – DUT

ATRIBUTO	CALIFICACIÓN	DIMENSIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO
Calidez y amabilidad del personal	4,14	Empatía
Disponibilidad del personal	3,99	Capacidad de Respuesta
Accesibilidad y Comodidad de las instalaciones del punto de atención	4,09	Elementos Tangibles
Organización en el manejo de la información	3,95	Fiabilidad, Capacidad de Respuesta
Sencillez de los requisitos de los trámites y servicios	3,91	Fiabilidad, Capacidad de Respuesta
Conocimientos y habilidades del personal	4,06	Seguridad
Duración del proceso	3,58	Capacidad de Respuesta
Confiabilidad del servicio	3,87	Fiabilidad
Cumplimiento dentro del plazo de los compromisos establecidos	3,64	Capacidad de Respuesta

La satisfacción general de los usuarios de la Dirección de Urbanizaciones y Titulación de la CVP se evaluó mediante una pregunta con 5 posibilidades de respuestas mutuamente excluyentes. Se empleó una escala de valoración ordinal con opciones de respuestas numéricas de 1 a 5, donde 1 es la calificación más baja y 5 es la más alta. De igual forma, y con el propósito de que el encuestado respondiera de una manera más fácil, cada una de las alternativas numéricas referidas se asoció a una etiqueta de la siguiente forma: para la alternativa 5, la etiqueta MUY SATISFECHO, para 4, SATISFECHO, para 3, MODERADAMENTE SATISFECHO, para 2, POCO SATISFECHO y para 1, INSATISFECHO.

Gráfica 15. Nivel de satisfacción de los usuarios con el servicio prestado – DUT



En la evaluación anterior podemos apreciar que hay un porcentaje del 25% de los ciudadanos encuestados se encuentran muy satisfecho con el servicio y atención prestada por la Dirección de Urbanización y Titulación de la entidad, el 50% de la población indica estar satisfecho y el 16% de los encuestados manifiestan que se sienten moderadamente satisfecho con el servicio. Para evaluar de manera general el indicador de satisfacción, se tomaron las respuestas más altas con calificación de 4 y 5 y con respuestas de baja satisfacción se toma la calificación de del 1 al 3.

La experiencia del usuario de la DUT, que resulta de la percepción de los atributos de calidad, ha sido muy buena en términos generales, y si bien es cierto, dicha medida obedece a un factor emocional del usuario, constituye un indicador para determinar el grado de confianza del ciudadano en la gestión de la dependencia.

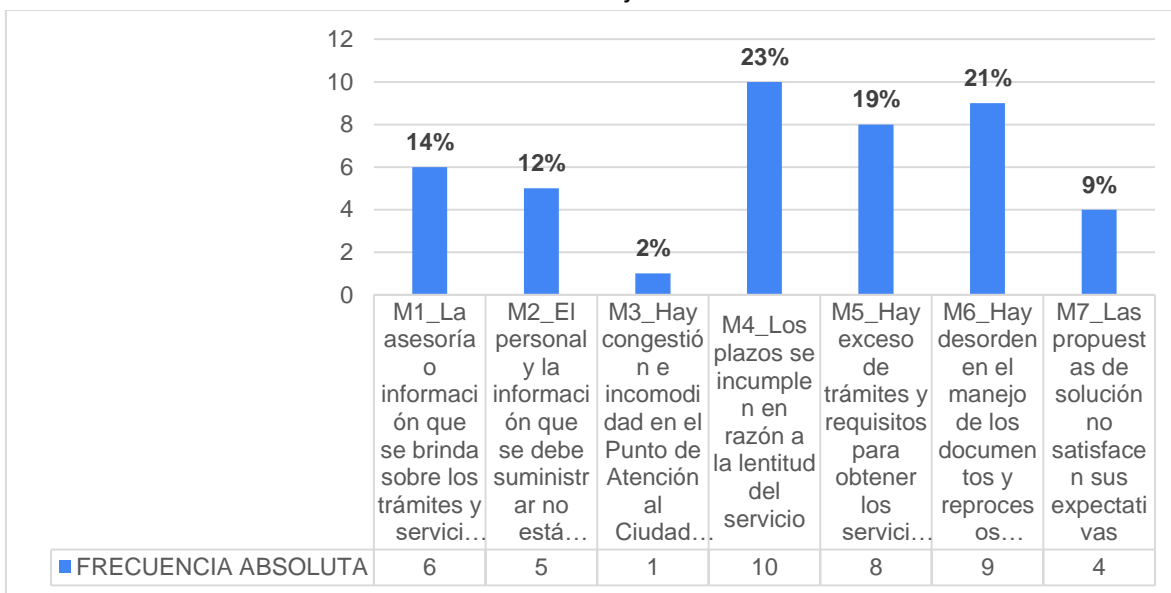
Gráfica 16. Población satisfecha e insatisfecha con el servicio – DUT



La grafica anterior nos indica que a la población encuestada hay un porcentaje del 25% que indica estar moderadamente satisfecha con el servicio que presta la Dirección de urbanización y Titulación de la Caja Vivienda Popular.

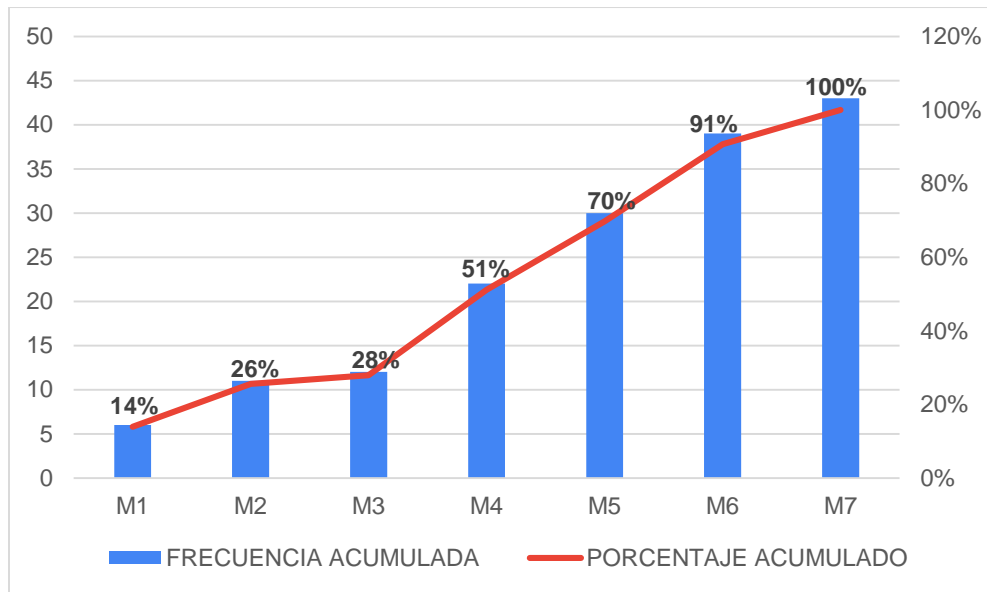
Al tabular la información de los encuestados se obtuvo que los ciudadanos seleccionaron 7 motivos, lo que corresponde a 43 razones que explicarían dicha inconformidad. El motivo con mayor frecuencia de incumplimiento es: los plazos se incumplen en razón a la lentitud del servicio con un porcentaje del 23%, el segundo motivo con importancia consiste en que hay desorden en el manejo de los documentos y reprocesos durante la prestación del servicio con el 21%, tercer motivo y no menos importante corresponde al motivo de que los ciudadanos encuestados perciben que hay exceso de trámites y requisitos para obtener los servicios o beneficios y hacer realidad sus derechos con un porcentaje del 19%, el 14% de insatisfacción corresponde al motivo de la asesoría o información que se brinda sobre los trámites y servicios es mala e insuficiente, el 12% correspondiente al motivo que la ciudadanía percibe que el personal y la información que se debe suministra no está disponible, el 9% de los ciudadanos encuestados indican que las respuestas de solución no satisfacen sus expectativas y el 2% de la población encuestada e inconforme indica que es por el motivo que hay congestión e incomodidad en el punto de atención al ciudadano y es insuficiente el espacio de atención, de esta manera se concluye con el porcentaje del total de 108 encuestados.

Gráfica 17. Motivos de baja satisfacción – DUT



De acuerdo con el diagrama de Pareto, el 70% de los motivos de baja satisfacción obedecen a los tres primeros aspectos antes mencionados, los cuales deben orientarse los esfuerzos de mejora con finalidad de afianzar los impactos de satisfacción con la ciudadanía.

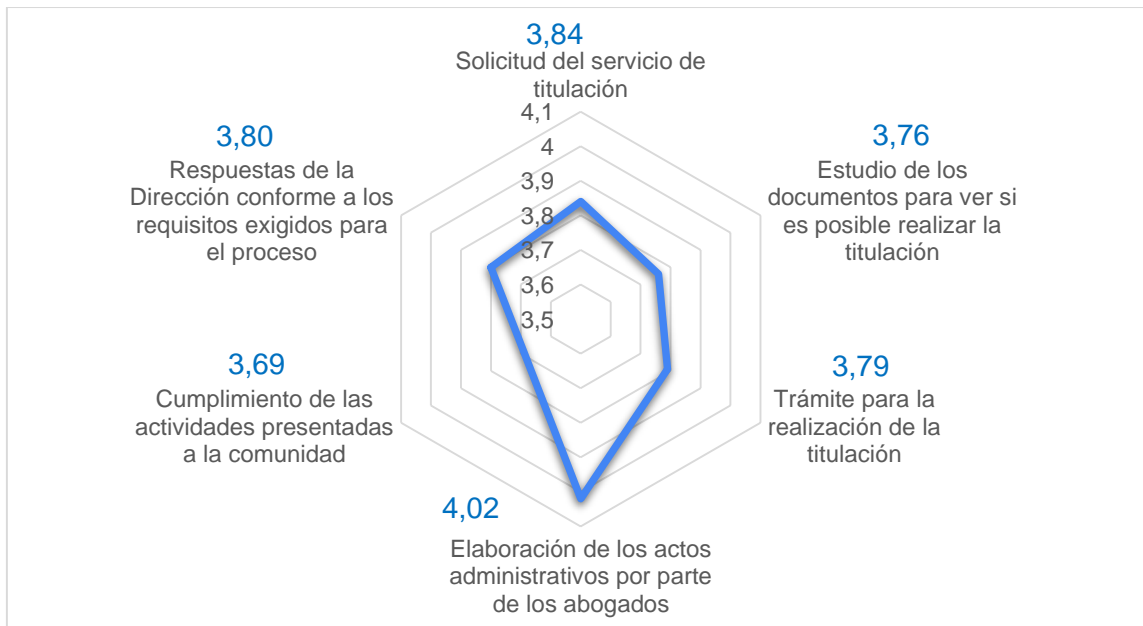
Gráfica 18. Diagrama de Pareto de los motivos de baja satisfacción – DUT



Otros indicadores de satisfacción los constituyen 6 preguntas específicas que preparó la DUT para evaluar el nivel de satisfacción con respecto a aspectos, instancias, acciones o etapas del proceso atinentes a: a) Solicitud del servicio de titulación, b) Estudio de documentos para viabilizar la titulación, c) Trámite para realizar la titulación d) Elaboración de actos administrativos, e) Cumplimiento de las actividades presentadas a la comunidad, f) Respuestas de la Dirección conforme a los requisitos exigidos para el proceso. Las 2 últimas preguntas hacen referencia a procesos de titulación en conjunto (los realizados a través de las Juntas de Acción Comunal, JAC, de los barrios en los cuales la DUT ha intervenido).

La calificación promedio de cada pregunta específica fue de 3,81 en una escala igual a la empleada para medir la satisfacción general del usuario y que se explicó con anterioridad, situación que no obsta para revisar algunos de dichos aspectos específicos en aras de establecer acciones de mejora continua.

Gráfica 19. Calificación – Aspectos específicos del área misional – DUT



#### 1.4. DISPONIBILIDAD Y USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES (TIC)

En el desarrollo de la encuesta a ciudadanos se indagó sobre la apropiación, reconocimiento a la tecnología de información y comunicación las TIC, se indagó sobre la disponibilidad, acceso y uso de servicios como los son la línea telefónica, internet y pertenencia de dispositivos de comunicación. También se indagó sobre el uso de los canales o medios de comunicación con la CVP. Los datos obtenidos indican información útil para fomentar una cultura de cero papel y mayor uso de las plataformas tecnológicas para llevar a cabo trámites y servicios en línea que le faciliten al ciudadano.

Al indagar sobre los indicadores básicos de TIC en los hogares de los ciudadanos encuestados, se encontró que hay un porcentaje del 10% que cuenta con una telefonía fija, el 60% cuenta con línea de telefonía celular y 30% tiene acceso al servicio de internet.

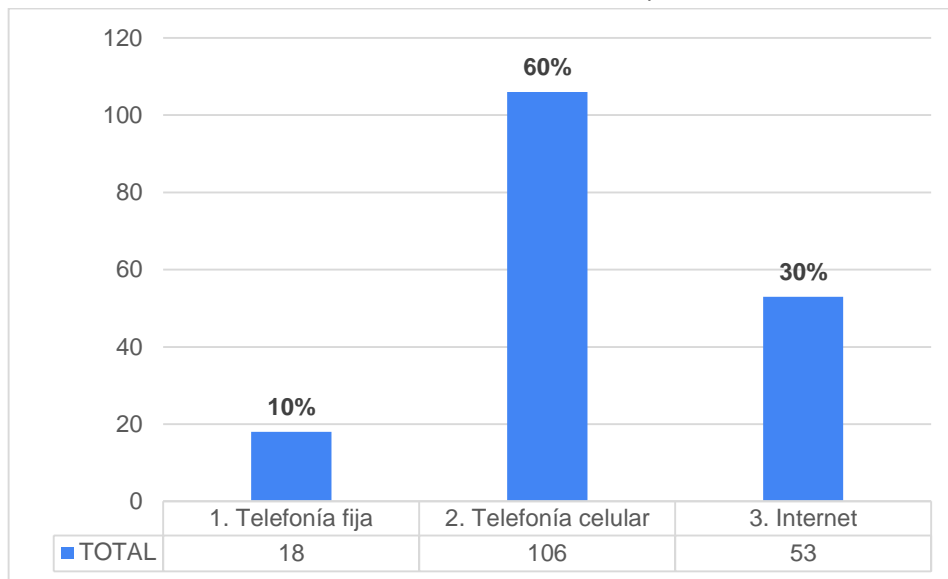
A nivel de dispositivos TIC, las respuestas se analizaron por ítems separados (es decir por dispositivo ya que no son mutuamente excluyentes), y se encontró que el 14% cuenta con una línea fija, el 64% posee un teléfono celular, el 18% indica que tiene computador de escritorio/portátil o tableta electrónica y el 5% indica no tener ningún dispositivo digital.

Para indagar de cómo la población encuestada accede a internet, se formuló una pregunta con múltiple opción de respuesta, teniendo una consideración que los ciudadanos pueden acceder de varias formas (la mayoría de los ítems de la pregunta no son mutuamente excluyentes) y se obtuvo que el 31% cuenta con una red fija o wifi, el 51% de la población tiene un plan de datos para el celular, el 2% de los encuestados indica que accede a una sala de café internet y el 17% indica que no accede a internet.

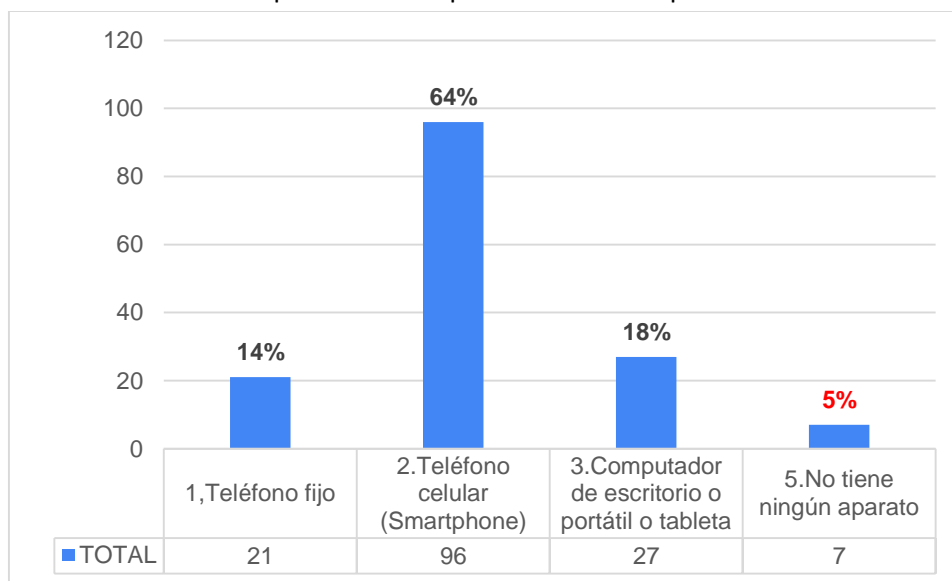
En el desarrollo de tabulación de la encuesta se observa una cifra alta que corresponde a un 21% de los encuestados que manifiestan que no acceden al internet, con una variación del 69% de los encuestados que indican que acceden al uso del internet todos los días, el 5% indica que varios días a la semana y un 6% utiliza una vez a la semana el internet.

Con respecto a los usos dados al servicio de Internet, (tomando en consideración que los ítems no son mutuamente excluyentes) el 30% de la población tiene el hábito de conectarse para consultar su correo electrónico y redes sociales, el 29% lo utiliza como canal de entretenimiento, el 39% lo utiliza como herramienta de estudio o trabajo y el 2% de la población encuestada lo utiliza para realizar transacciones o tramites con entidades públicas o privadas.

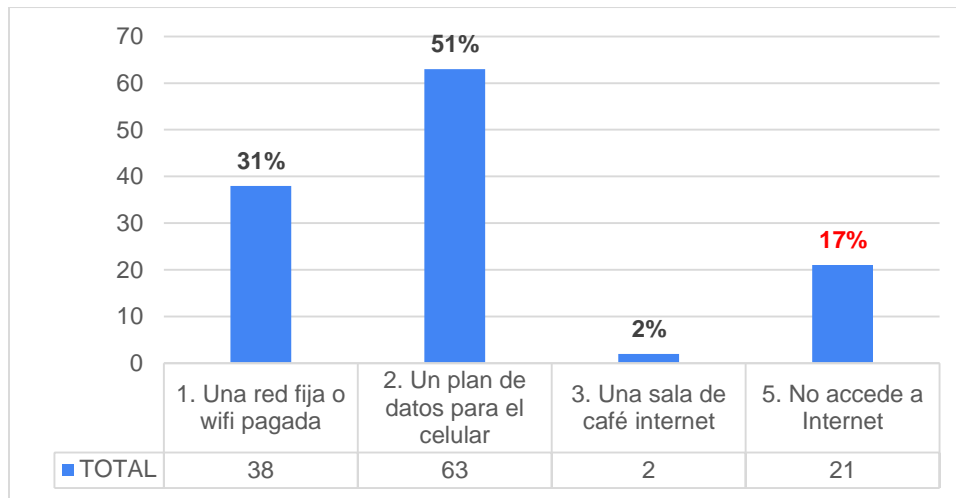
Gráfica 20. Servicios de telefonía e Internet de la población – DUT



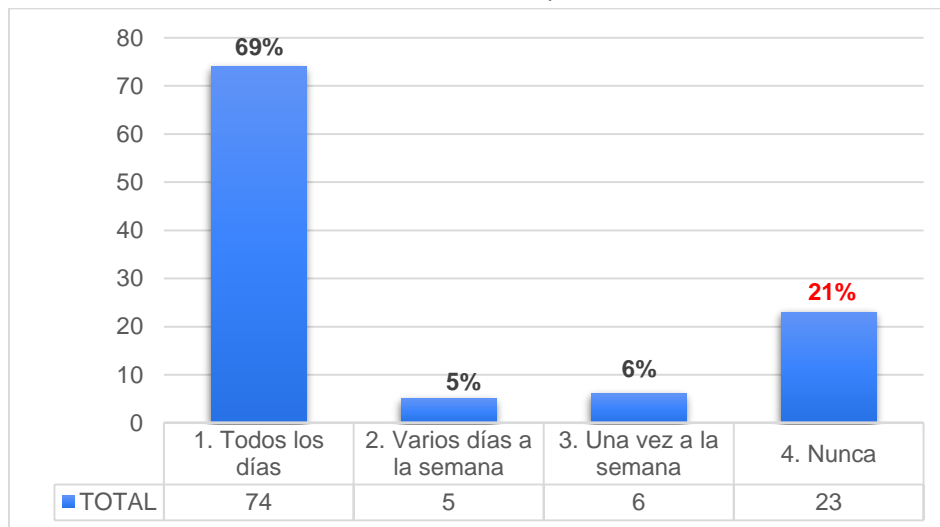
Gráfica 21. Disposición de dispositivos TIC de la población – DUT



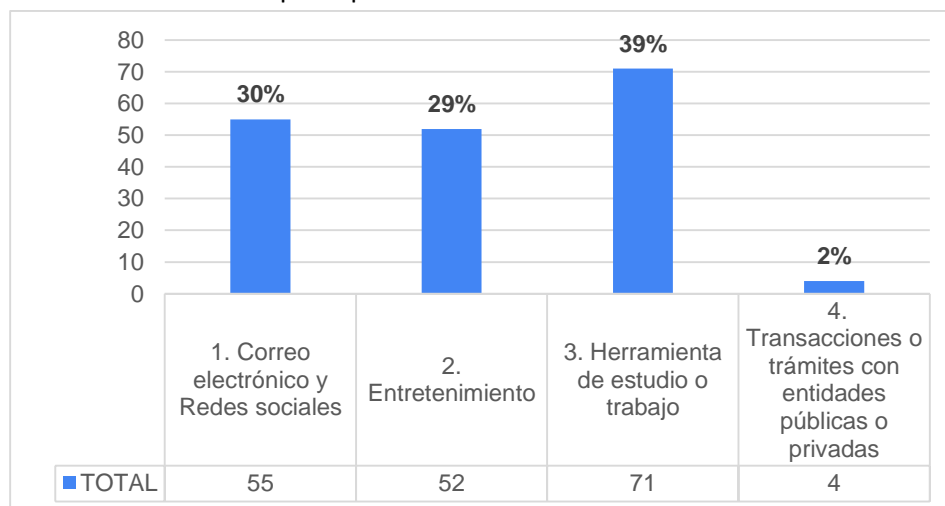
Gráfica 22. Forma de acceso de la población a Internet – DUT



Gráfica 23. Frecuencia de acceso de la población a Internet – DUT



Gráfica 24. Usos que la población encuestada hace del Internet – DUT



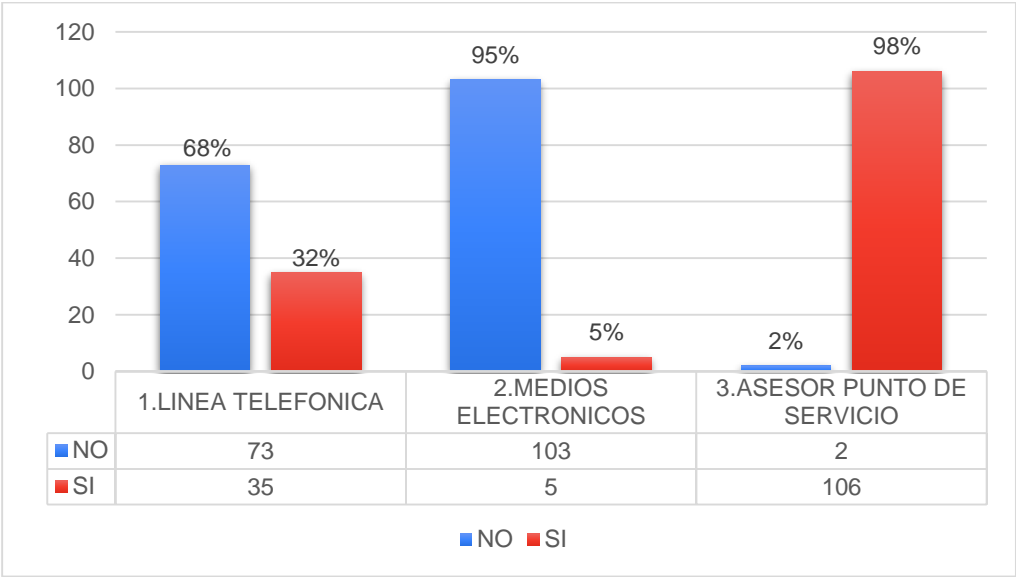


Otro aspecto por medir consiste en la forma de cómo los ciudadanos se comunican con la CVP. El canal más frecuentado por el usuario fue el presencial (asesor en punto de atención), seguido del telefónico. La proporción de este último canal es del 32%, se puede mencionar un porcentaje favorable y de buena percepción por los ciudadanos. Adicionalmente los ciudadanos encuestados de la Dirección de Urbanización y titulación no es claro establecer una comunicación a través de los medios electrónicos que brinda la entidad, a un que cabe destacar que los ciudadanos establecen comunicación por el correo electrónico: [soluciones@cajaviviendapopular.gov.co](mailto:soluciones@cajaviviendapopular.gov.co) , para interponer sus peticiones quejas y reclamos ya que en la encuesta nos indica que el canal tiene un porcentaje del 5%.

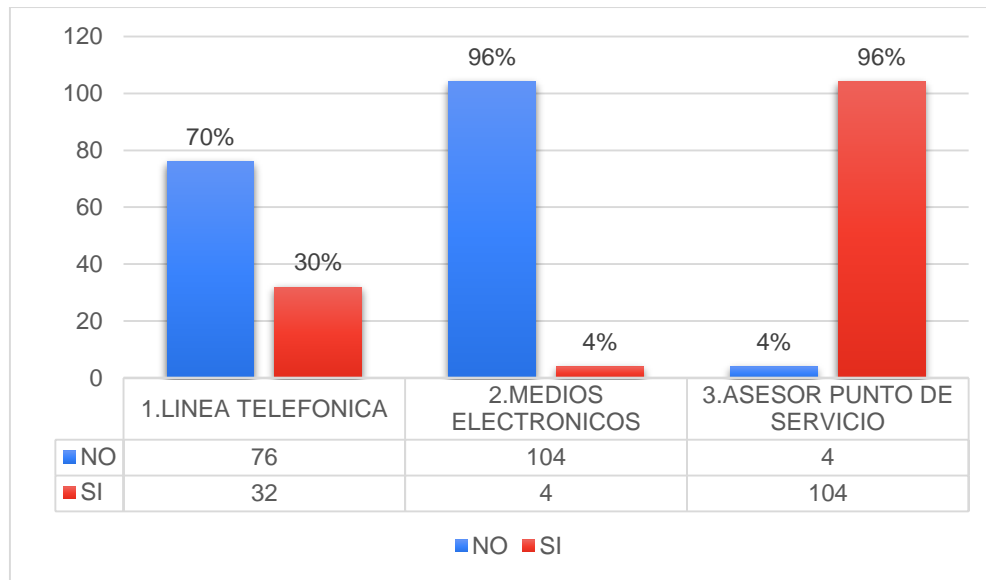
Reconociendo la importancia de que una buena comunicación e intercambio de información con el ciudadano impacta en gran medida en el buen desarrollo del proceso, se indagó sobre la utilidad de la información suministrada o encontrada en los canales de comunicación, y si el usuario volviese a usar cada uno de dichos canales. Como se mencionó anteriormente, el medio que más usó el usuario fue el presencial, con una participación del 96% considerando que es un canal útil y 98% de la población indica que volvería a utilizar este canal, mientras que el 30% de los ciudadanos encuestados uso el canal telefónico y considerando un canal útil y con un porcentaje del 31% afirmo que si volviese a utilizar este canal telefónico.

Es indudable que el canal presencial es el medio por excelencia que frecuentan los ciudadanos, no obstante, hay porcentaje del 5% de la población encuestada manifestó que ha utilizado el canal virtual y que lo consideran una herramienta útil y además indican que si repiten la experiencia de este canal con un porcentaje del 6%. Esta situación constituye una oportunidad para fortalecer la capacidad de la organización de comunicarse con el usuario a través de la promoción y desarrollo de otros canales que fomenten la participación ciudadana y que permitan apropiar a las TIC de una mejor manera.

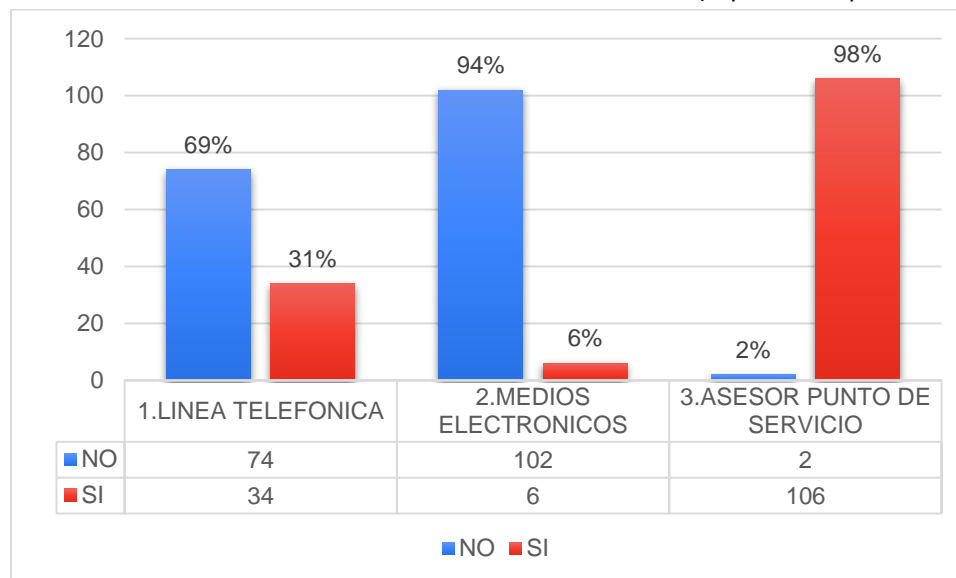
Gráfica 25. Uso de los canales de comunicación – DUT



Gráfica 26.Utilidad de la información suministrada a través de los canales de comunicación – DUT



Gráfica 27.Habitualidad del uso de los canales de comunicación (repetir la experiencia) – DUT

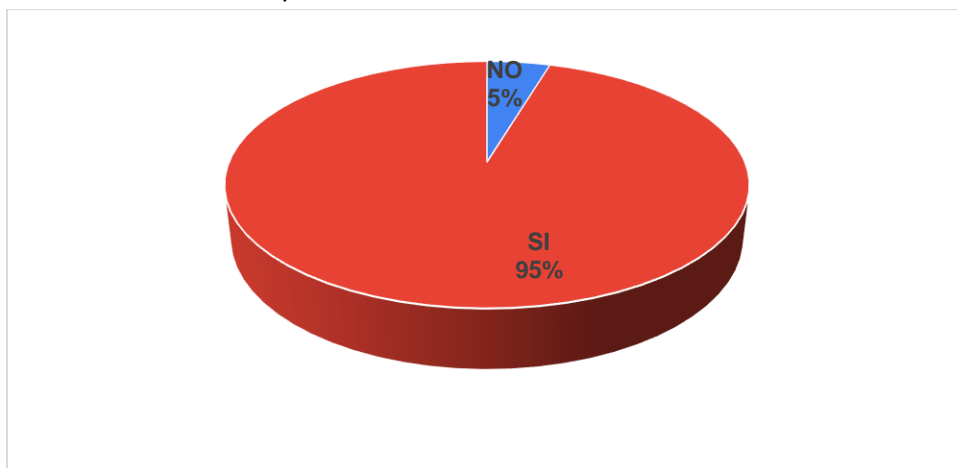


### 1.5.MEDICIÓN DEL EFECTO DE LA INFORMACIÓN SUMINISTRADA A LOS CIUDADANOS SOBRE GRATUIDAD DE TRÁMITES Y SERVICIOS Y LA NO RECURRENCIA A INTERMEDIARIOS

Durante la presente vigencia y dando continuidad a los esfuerzos de fortalecimiento de la transparencia y la prevención de la corrupción, se organizó una campaña institucional a través de medios presenciales y virtuales sobre la gratuidad de los trámites y servicios y lo innecesario de los intermediarios. Se adelantaron acciones con un fin determinado, es decir, se informó y sensibilizó a la ciudadanía para que no sea víctima del abuso por parte de servidores públicos que realizan mediaciones ilegales, cobros indebidos o prácticas no éticas para realizar trámites y prestar servicios. Para evaluar el grado de conocimiento y comprensión de los mensajes de gratuidad y de no recurrir a intermediarios, en el marco de la presente encuesta se realizaron tres preguntas a los ciudadanos de la Dirección de Urbanizaciones y Titulación, aclarando que, si la primera de dichas preguntas era respondida de manera negativa, es decir, que el ciudadano no obtuvo los mensajes referidos, no se evaluaban las siguientes dos preguntas.

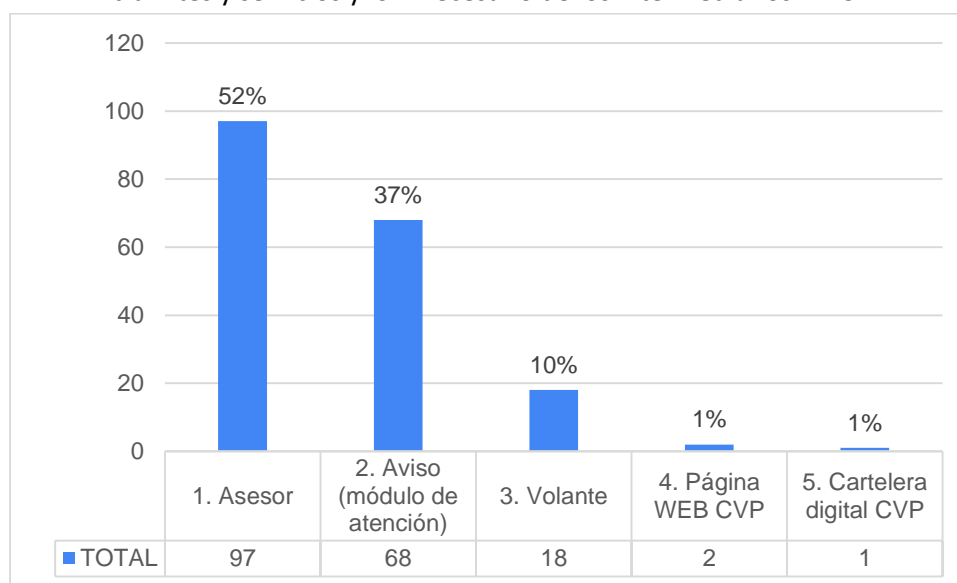
Como se explicó anteriormente, la primera de las preguntas consistió en averiguar si durante el presente año el ciudadano ha recibido información o se ha enterado sobre la gratuidad de los trámites y servicios en la CVP y lo innecesario de los intermediarios para acceder a dichos trámites y servicios. El 95% de los usuarios encuestados de la Dirección de Urbanizaciones y Titulación contestó de manera afirmativa, es decir que recibieron información sobre la gratuidad de trámites y servicios y lo innecesario de los intermediarios o se enteraron a través de algún medio presencial o virtual y un porcentaje del 5% de los visitantes, manifestaron no haber recibido la información respectiva o no haberse enterado por algún medio virtual o presencial. Esta situación sugiere que probablemente los ciudadanos encuestados dirigieron su interés a otros asuntos y no advirtieron por lo menos los avisos de los módulos o no prestaron atención al mensaje verbal de gratuidad. También es probable que ningún asesor les haya entregado de manera verbal la información de la gratuidad y lo innecesario de los intermediarios.

Gráfica 28.Porcentaje de personas que recibieron información sobre la gratuidad de trámites y servicios y lo innecesario de los intermediarios – DUT



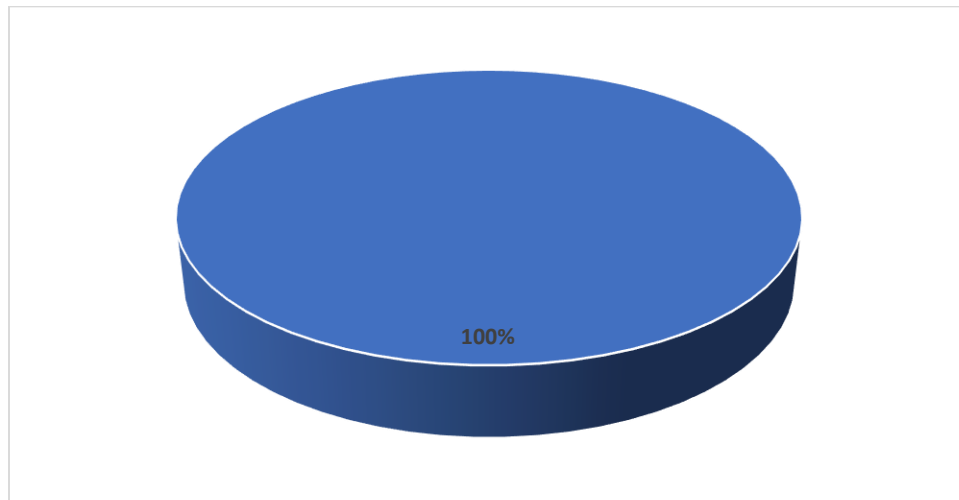
La segunda pregunta examinó el medio a través del cual el ciudadano había obtenido la información. Esta pregunta consideró 5 opciones con múltiple respuesta, es decir, opciones que no son mutuamente excluyentes (Asesor, Aviso en el módulo de atención, Volante, Página WEB CVP, Cartelera digital CVP), los resultados obtenidos fueron los siguientes: El 52% de los usuarios de la Dirección de Urbanizaciones y Titulación, si ha recibido información verbal suministrada por los asesores que los atendieron, el 37% se enteró a través del aviso localizado en el módulo de atención, el 10% a través de volante disponible en el Punto de Atención al Ciudadano, el 2% de la ciudadanía encuestada indico ver el mensaje de gratuidad en la página web o en las carteleras digitales de la entidad. Los resultados de la medición suministran información es útil para plantear estrategias de divulgación al ciudadano que fomenten un mayor uso de medios virtuales de información, de esta índole, diferentes a los tradicionales (presenciales).

Gráfica 29. Medio a través del cual el ciudadano obtuvo la información sobre la gratuidad de trámites y servicios y lo innecesario de los intermediarios – DUT



La tercera pregunta de esta temática se orientó a conocer si el ciudadano que recibió el mensaje, lo comprendió. El 100% de los 108 usuarios encuestados de la Dirección de Urbanizaciones y Titulación contestó de manera afirmativa, es decir que si entendieron el mensaje de gratuidad y de no acceso a intermediarios.

Gráfica 30. Porcentaje de ciudadanos que comprendieron los mensajes de gratuidad de los trámites y servicios y de no acceso a intermediarios – DUT



#### 1.6. SEGUIMIENTO A PETICIONES QUEJAS O RECLAMOS EN LA CAJA VIVIENDA POPULAR.

En el desarrollo de la encuesta se permite conocer si durante la vigencia de este año el ciudadano a interpuesto algún tipo de petición ante la CVP. Se indica para ello lo siguiente. A ¿Durante el presente año, Ud. ha interpuesto algún tipo de petición ante la CVP? ¿SI LA RESPUESTA ES NEGATIVA SE DA POR TERMINADA LA ENCUESTA? De ser afirmativa se formulan las siguientes preguntas B. ¿La respuesta que le dieron fue oportuna, es decir dentro de los términos? C ¿La respuesta que le dieron fue de fondo, es decir que le respondieron lo que solicitó o preguntó? D. ¿La respuesta que le dieron fue clara, es decir que la respuesta fue fácil de comprender?, E ¿La respuesta que le dieron fue cálida?

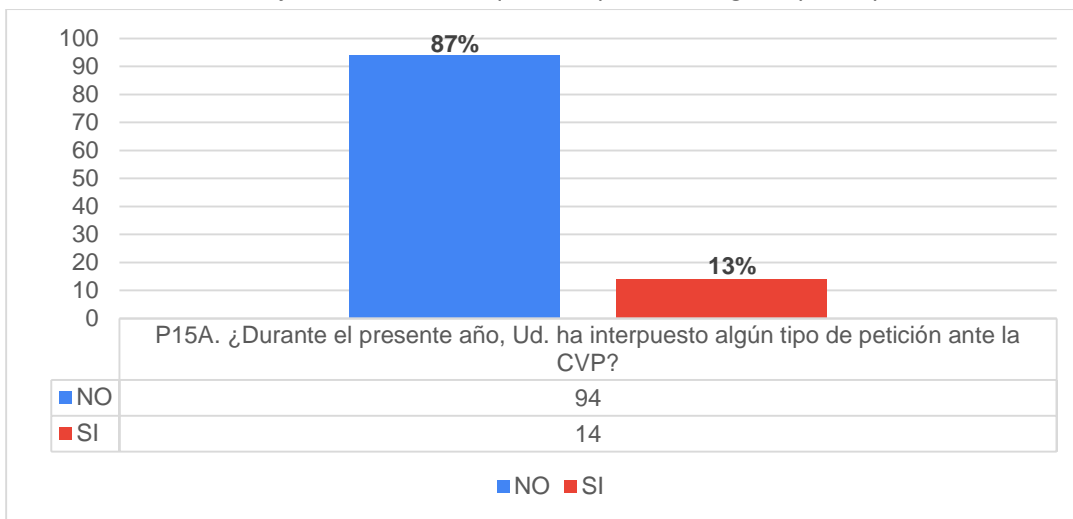
Al formular la pregunta a los ciudadanos si han interpuesto algún tipo de petición durante el último año se obtuvo un porcentaje del 87% negativo y 13% positivo.

Al obtener ciudadanos que, si interpusieron algún tipo de petición ante la CVP, se indaga en si la respuesta que le brindaron fue oportuna dentro de los tiempos establecidos y se tiene un porcentaje de satisfacción del 86%. También se indaga sobre si la respuesta brindada por la entidad si cumple con lo que pregunta y se tiene un 64% de afirmación y 36% que indica que la respuesta no cumplió con sus expectativas.

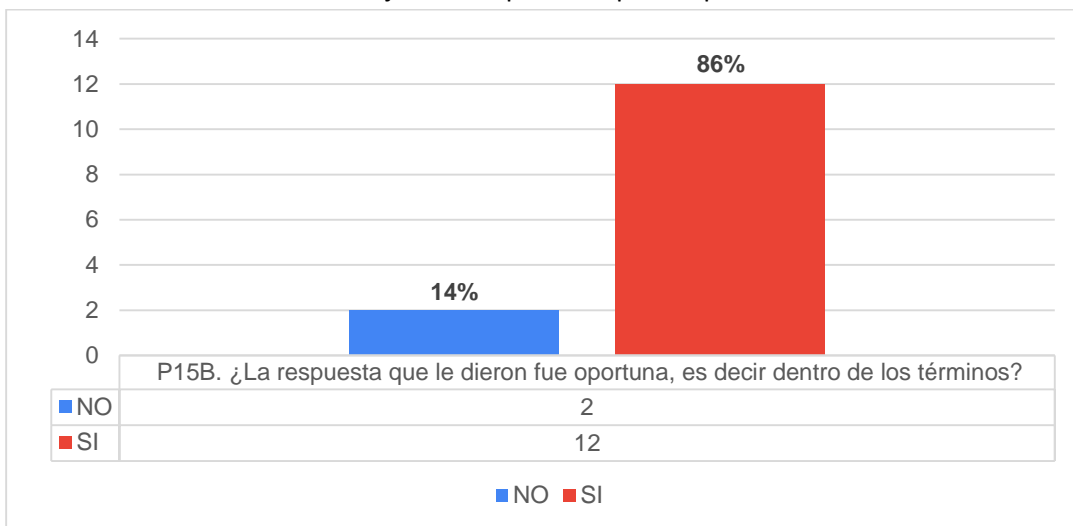
Se pregunta si la respuesta brindada por CVP. Fue fácil de comprender es su contexto y los ciudadanos encuestados indican con un porcentaje favorable del 71% y el 29% manifiesta que la respuesta no es clara.

Se indaga con los ciudadanos encuestados si la respuesta que es emitida por CVP, es una respuesta de calidad y según los encuestados indican un 79% en que la respuesta brindada por la entidad calidad y 21% manifiesta que la respuesta emitida no es cálida.

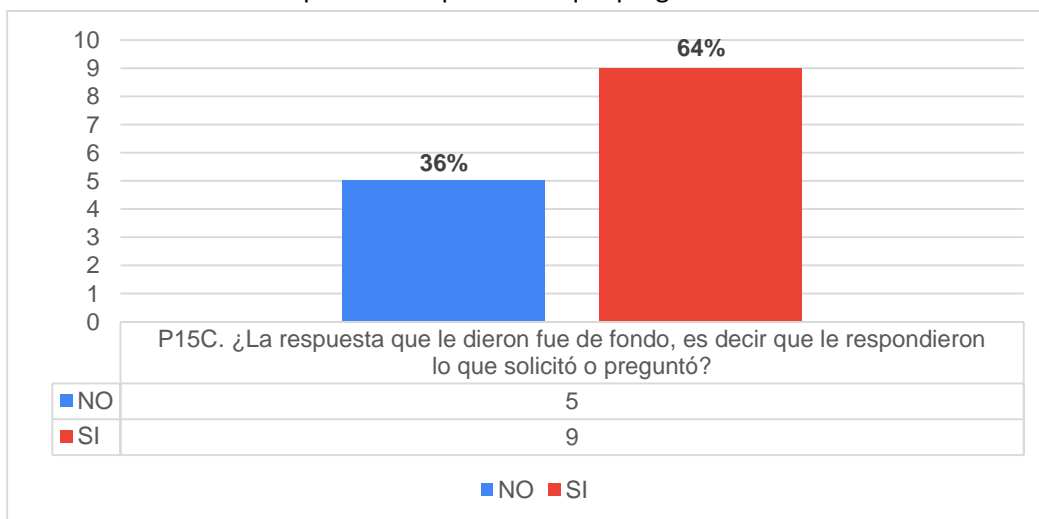
Gráfica 31. Porcentaje de ciudadanos que interpusieron algún tipo de petición – DUT



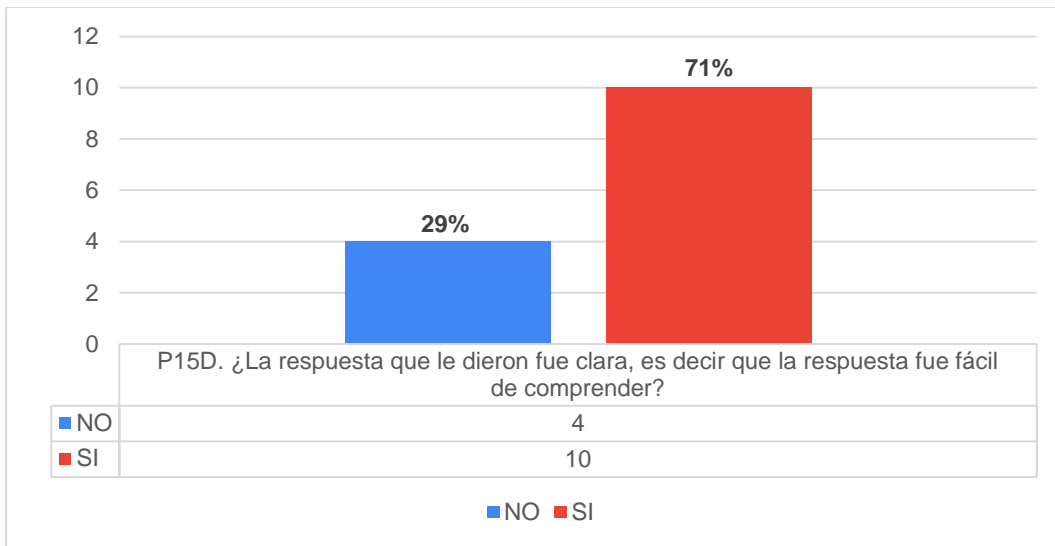
Gráfica 32. Porcentaje de tiempo de respuesta por la entidad –DUT



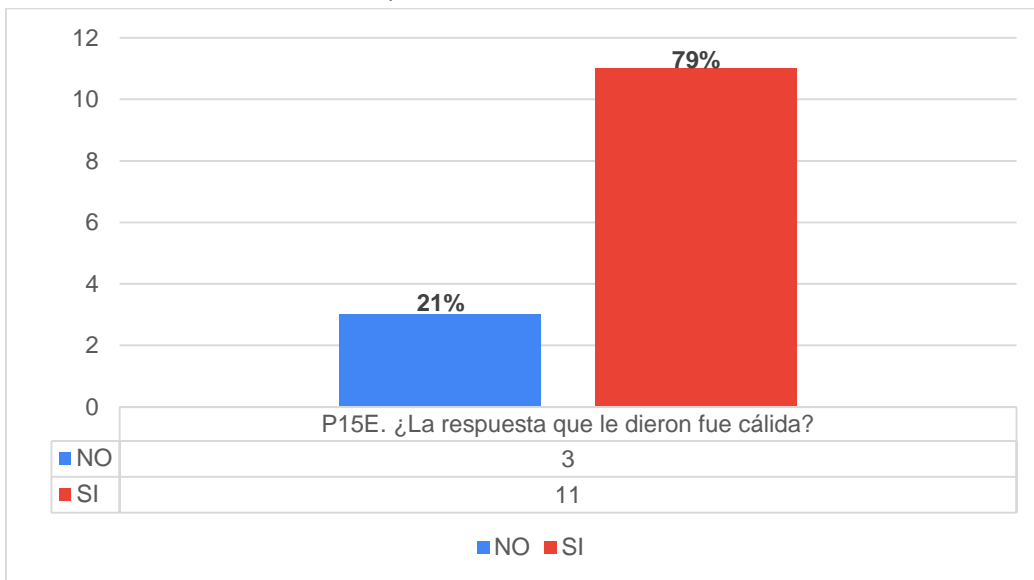
Gráfica 33. La respuesta cumple con lo que pregunto el ciudadano –DUT



Gráfica 34. La respuesta es fácil de comprender – DUT



Gráfica 35. La respuesta suministrada fue de calidad-DUT



## 2. MEJORAMIENTO DE VIVIENDA (DMV)

La encuesta realizada a los usuarios de la Dirección de Mejoramiento de Vivienda (DMV), fue aplicada a 110 personas teniendo una mayor participación las localidades de Usme, Ciudad Bolívar y Engativá, como se demuestra en la siguiente tabla.

Tabla 8. Distribución de la población encuestada por localidad – DMV

LOCALIDAD	# PERSONAS	%PORCENTAJE
Bosa	3	3%
Ciudad Bolívar	23	21%
Engativá	21	19%
Kennedy	3	3%
La Candelaria	1	1%
Otro lugar	1	1%
Rafael Uribe Uribe	5	5%
San Cristóbal	9	8%
Santa Fe	1	1%
Usme	43	39%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>110</b>	<b>100%</b>

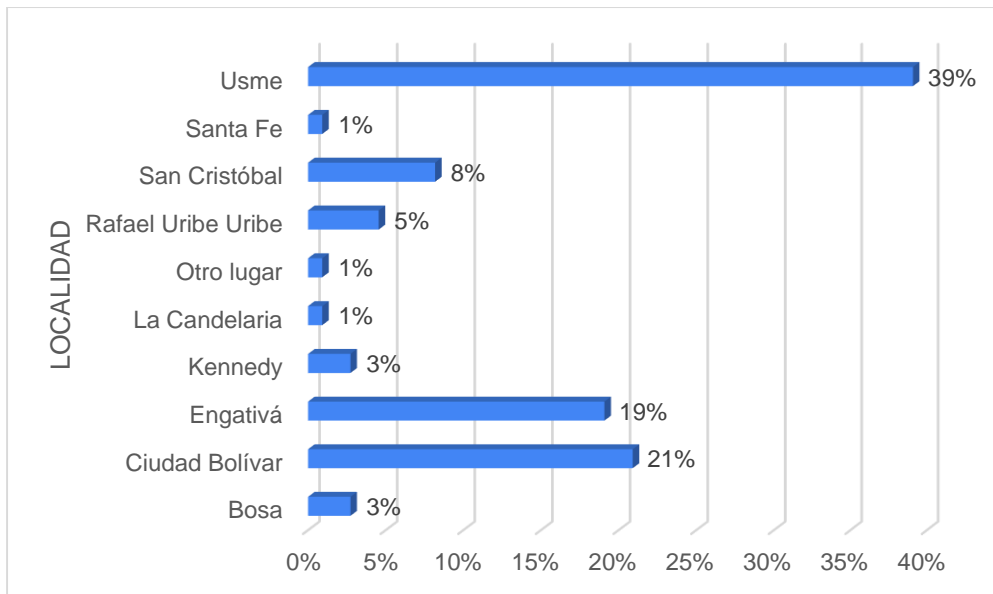
En el desarrollo de encuesta se obtuvo información para evaluar los siguientes aspectos: Variable demográfica, calidad de servicio, satisfacción del usuario, gratuidad de los trámites y servicios que presta la CVP, acceso a tecnologías de información y comunicación (TIC) y peticiones solicitadas por los ciudadanos, a continuación, se representan los resultados más relevantes de cada uno de ellos.

### 2.1. VARIABLES DEMOGRÁFICAS

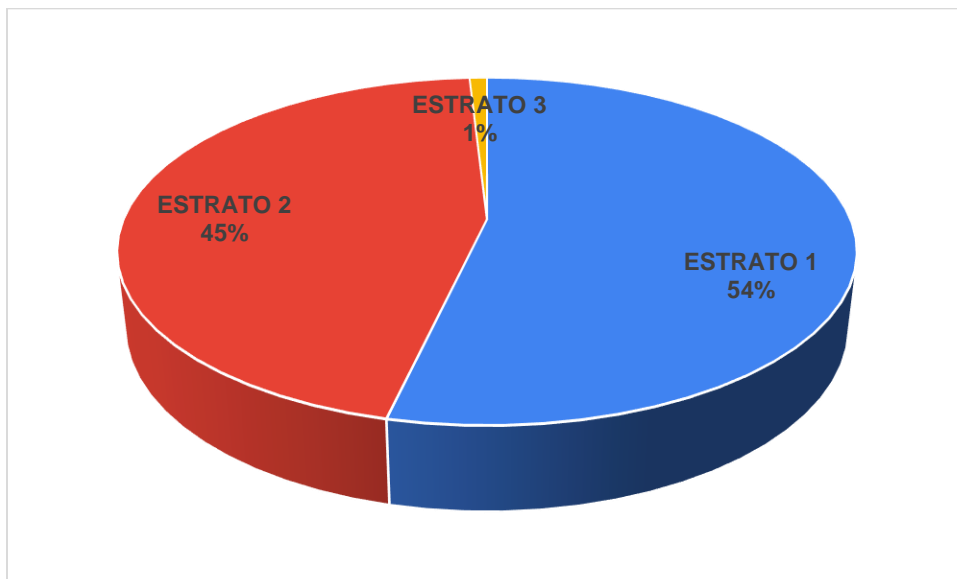
La mayor representación de población encuestada corresponde a las localidades de Usme con un porcentaje del 39%, Ciudad Bolívar con 21% y Engativá con una participación de los ciudadanos del 19%. La población encuestada corresponde a un estrato socio económico de 1 y 2.



Gráfica 36. Población encuestada por localidad – DMV

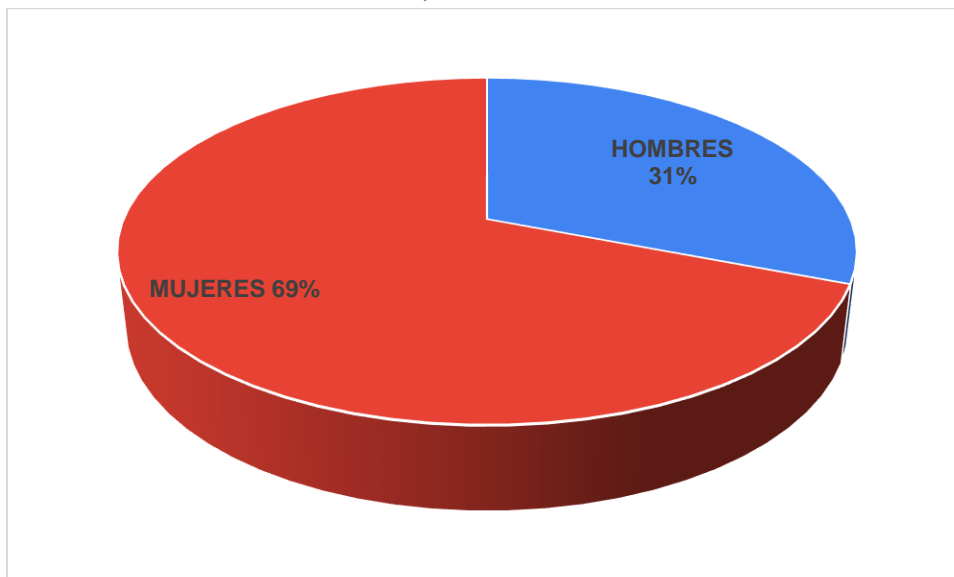


Gráfica 37. Estrato socio económico de los usuarios – DMV



De acuerdo con la población encuestada se puede establecer que el género femenino representa la mayoría del porcentaje con una representación del 69% y el género masculino con un porcentaje del 31%.

Gráfica 38. Género de la población encuestada - DMV

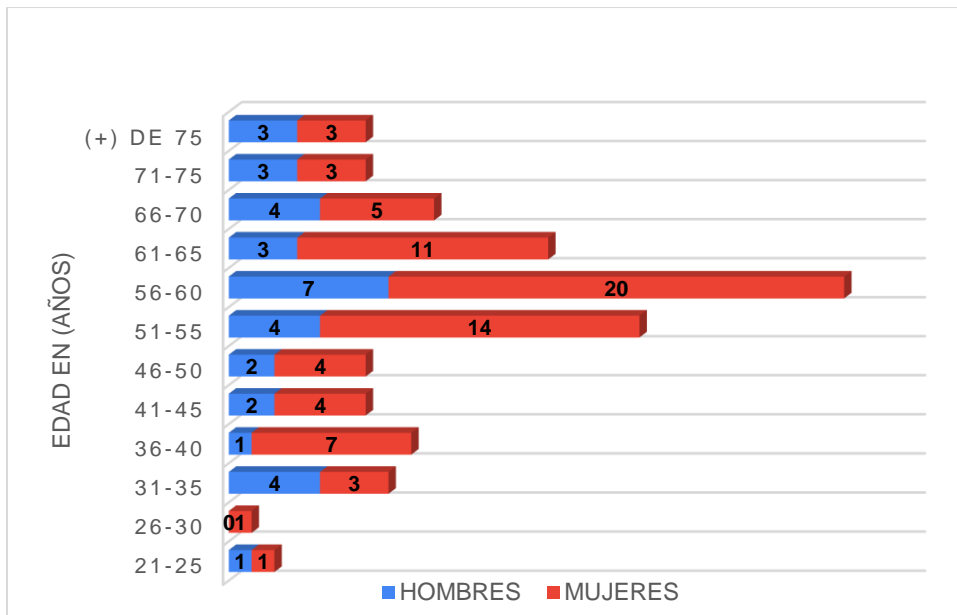


La distribución por el rango de edades de los ciudadanos encuestados corresponde al 80% de la población que tiene una edad comprendida entre los 40 y 70 años. Para los hombres encuestados corresponden al 68% y las mujeres con un porcentaje del 86%.

Tabla 9. Distribución de la edad y género de la población encuestada – DMV

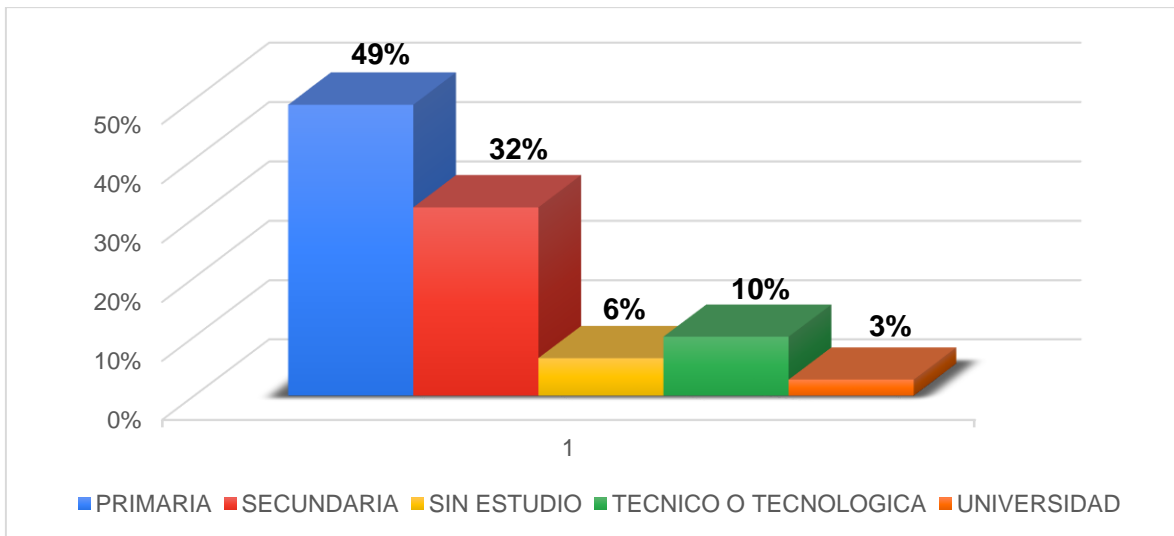
RANGO DE EDAD (AÑO)	HOMBRES	MUJERES	% EDAD (HOMBRES)	% EDAD (MUJERES)
21-25	1	1	3%	1%
26-30	0	1	0%	1%
31-35	4	3	12%	4%
36-40	1	7	3%	9%
41-45	2	4	6%	5%
46-50	2	4	6%	5%
51-55	4	14	12%	18%
56-60	7	20	21%	26%
61-65	3	11	9%	14%
66-70	4	5	12%	7%
71-75	3	3	9%	4%
(+) de 75	3	3	9%	4%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>34</b>	<b>76</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>PORCENTAJE</b>	<b>31%</b>	<b>69%</b>		

Gráfica 39. Edad y género de la población encuestada – DMV

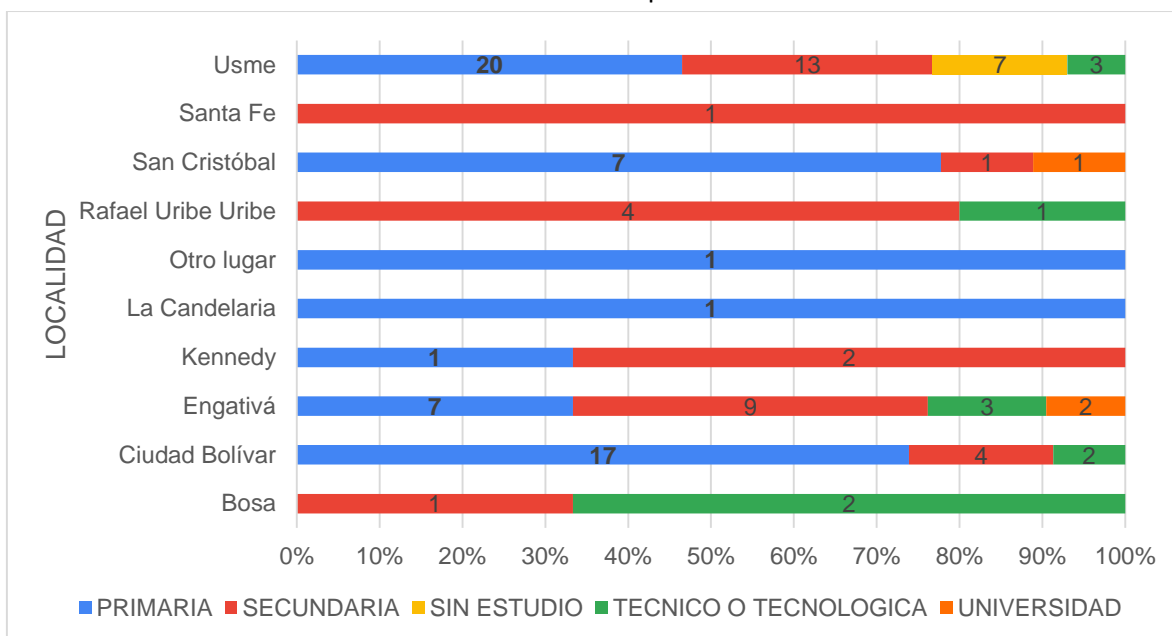


Se observa que los ciudadanos encuestados tienen un nivel de escolaridad con un porcentaje del 49% educación primaria, el 32% posee una educación secundaria, el 13% de los ciudadanos encuestados indican tener educación superior y 6% de los encuestados manifiestan no tienen estudio.

Gráfica 40. Escolaridad de la población encuestada – DMV

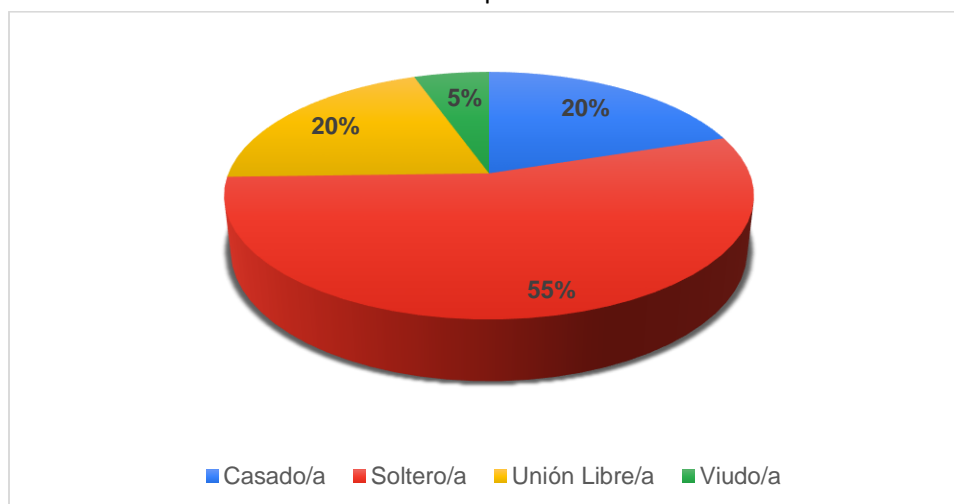


Gráfica 41. Nivel de estudios por localidad – DMV

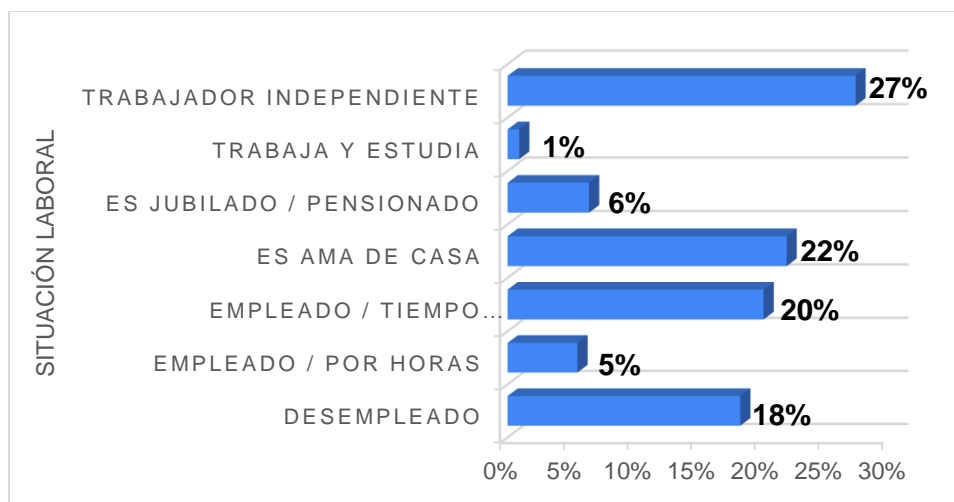


La categoría del estado civil de la población que más se repite es soltero con una frecuencia del 55%, seguido del 20% con un mismo porcentaje de participación para el estado de casado(a) y unión libre, 5% de los encuestados indican un estado civil de viudo(a). Con respecto a ocupación laboral actual se identificó que la población encuestada el 27% trabaja de manera independiente, el 22% manifestó que son amas de casa, el 20% trabaja tiempo completo, 5% de los encuestados manifestaron trabajar por horas, 1% indico estar trabajando y estudiando y el 18% manifestaron estar desempleados. Otra variable demográfica de interés es el número de habitantes de cada hogar encontrando que el 26% está conformado por 4 personas, el 18% con tres integrantes, el 15% corresponde a familias de 1 y 2 integrantes, 5% lo representa familias constituidas por 6 personas y el 1% de los ciudadanos encuestados manifiestan que su componente familiar corresponde a 7, 8 y 13 personas.

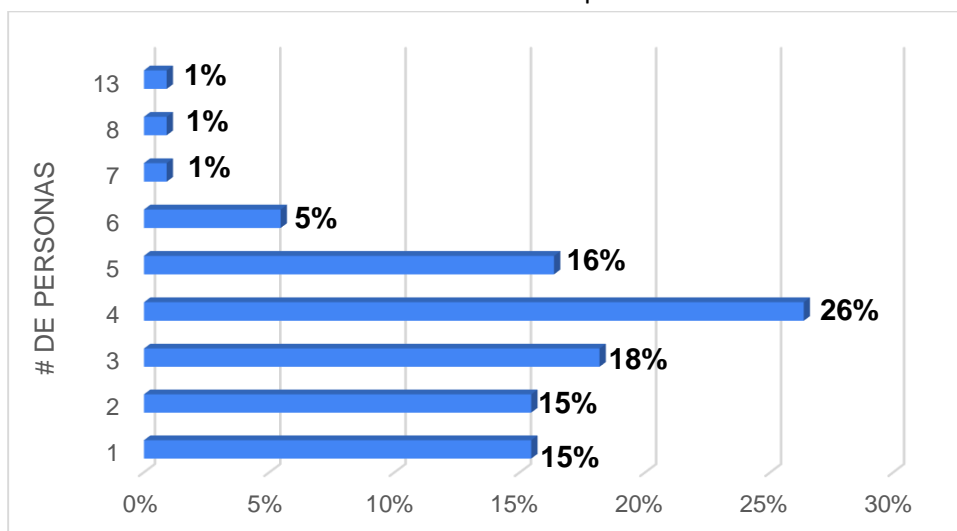
Gráfica 42. Estado civil de la población encuestada – DMV



Gráfica 43. Situación laboral de los usuarios – DMV



Gráfica 44. Cantidad de habitantes por vivienda – DMV



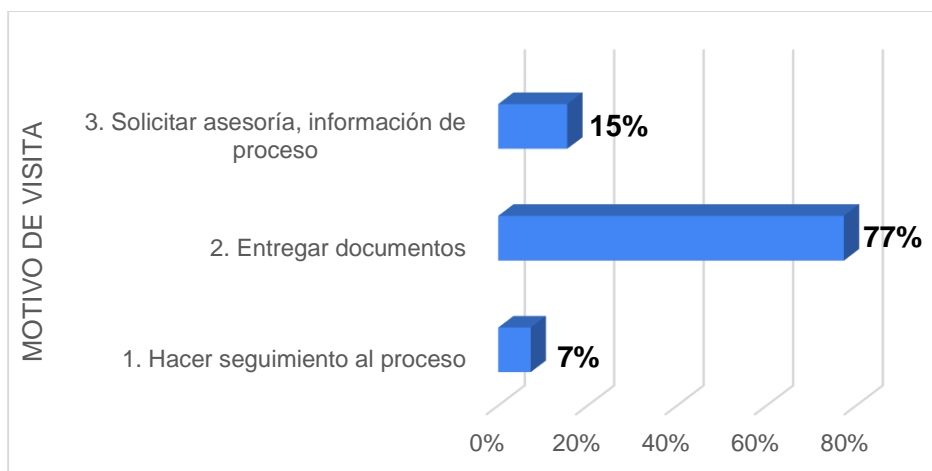
## 2.2. MOTIVO DE LA VISITA Y PERMANENCIA EN EL PROCESO

Al ser indagados los ciudadanos de Mejoramiento de Vivienda sobre el motivo de su visita en el punto de atención al ciudadano indican que el motivo principal es a entregar documentos con un porcentaje del 77%, seguido de 15% que manifestaron se acercaron a solicitar asesoría e información de proceso y el 7% indicaron hacer seguimiento al proceso.

Tabla 10. Distribución porcentual de los motivos de la visita – DMV

MOTIVO DE VISITA	TOTAL	PORCENTAJE
1. Hacer seguimiento al proceso	8	7%
2. Entregar documentos	85	77%
3. Solicitar asesoría, información de proceso	17	15%
TOTAL GENERAL	110	100%

Gráfica 45. Motivo de la visita – DMV

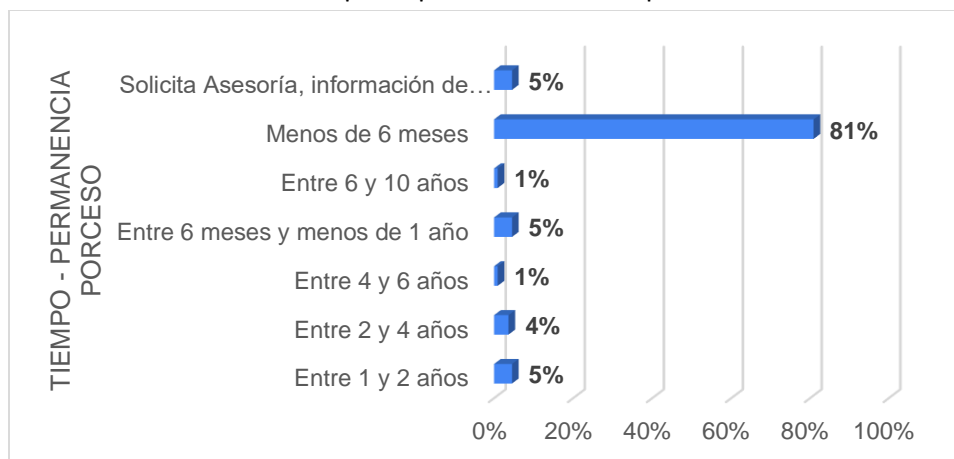


La variable de permanencia en el proceso con CVP, nos indica que el 86% de los ciudadanos encuestados llevan un promedio de 6 meses a un año y el 1 % de los ciudadanos indica que llevan un proceso entre 6 y 10 años.

Tabla 11. Distribución porcentual tiempo de permanencia en el proceso – DMV

TIEMPO DE PERMANENCIA PROCESO	TOTAL	PORCENTAJE
Entre 1 y 2 años	5	5%
Entre 2 y 4 años	4	4%
Entre 4 y 6 años	1	1%
Entre 6 meses y menos de 1 año	5	5%
Entre 6 y 10 años	1	1%
Menos de 6 meses	89	81%
Solicita Asesoría, información de proceso	5	5%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>110</b>	<b>100%</b>

Gráfica 46. Tiempo de permanencia en el proceso – DMV



En la tabulación de la encuesta arroja un porcentaje 83% de los ciudadanos encuestados que indican que consideran que están bien informados del proceso y el 17% los encuestados indica que no tienen la suficiente información del proceso, las localidades que presenta mayor insatisfacción de información son Ciudad Bolívar y Usme con 37% de participación para cada una. Lo que establece un seguimiento y revisión del proceso de cómo se entrega la información y comunicación.

Gráfica 47. Suministro de información suficiente sobre el proceso – DMV

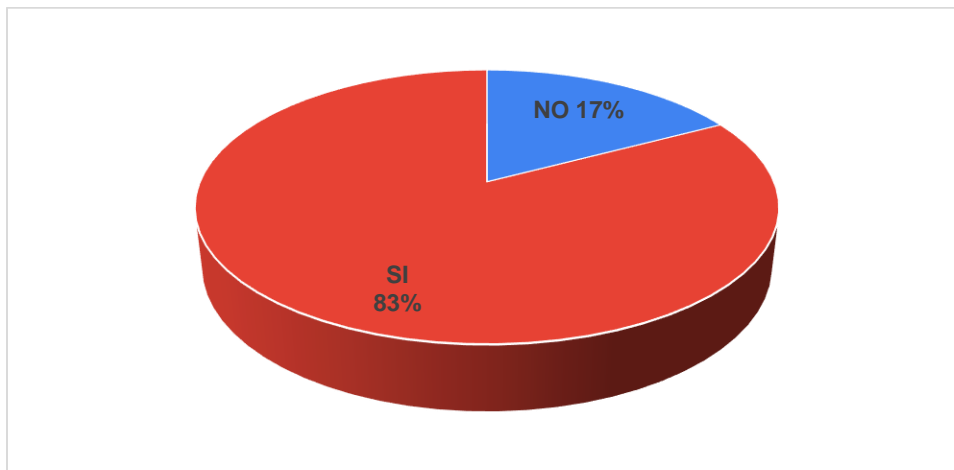
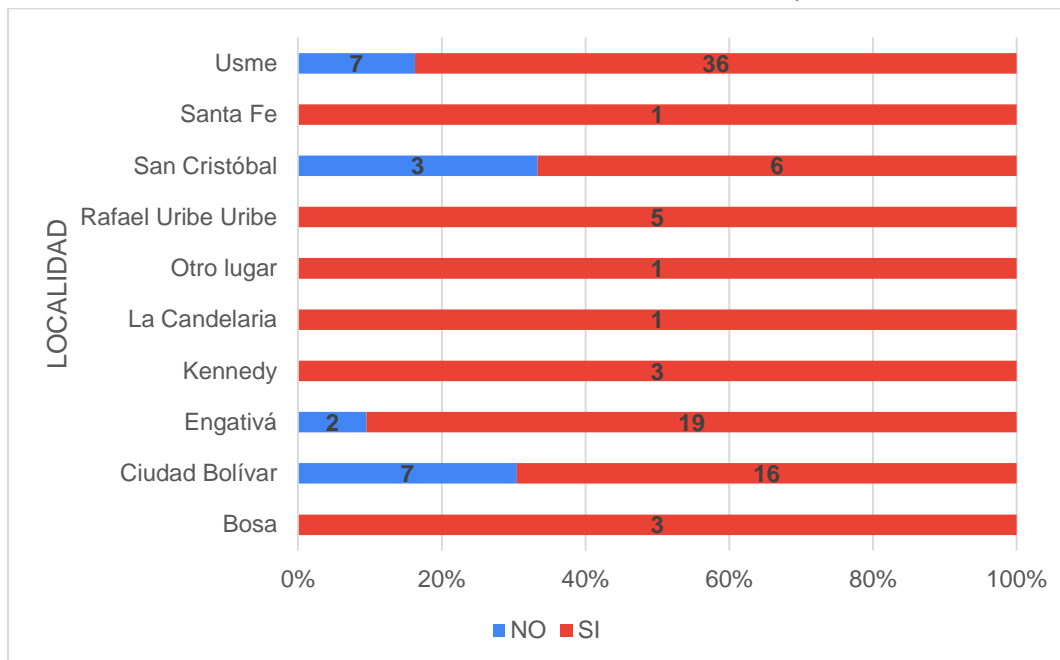


Tabla 12. Distribución porcentual por localidad del suministro de información sobre el proceso – DMV

LOCALIDAD	NO	SI	TOTAL	% NO	%SI
Bosa		3	3	0%	3%
Ciudad Bolívar	7	16	23	37%	18%
Engativá	2	19	21	11%	21%
Kennedy		3	3	0%	3%
La Candelaria		1	1	0%	1%
Otro lugar		1	1	0%	1%
Rafael Uribe Uribe		5	5	0%	5%
San Cristóbal	3	6	9	16%	7%
Santa Fe		1	1	0%	1%
Usme	7	36	43	37%	40%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>19</b>	<b>91</b>	<b>110</b>	<b>17%</b>	<b>83%</b>

Gráfica 48. Suministro de información suficiente sobre el proceso – DMV



### 2.3. CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CIUDADANO

La calidad del servicio prestado por los procesos misionales se valoró a través de la determinación y medición de atributos o características del servicio ofrecido, enmarcados dentro de 5 principales dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles, descritas anteriormente.

Se empleó una escala de valoración ordinal con opciones de respuestas numéricas de 1 a 5, donde 1 es la calificación más baja y 5 es la más alta. La calificación promedio de los atributos del servicio de la Dirección de Mejoramiento de Vivienda fue de 4,54, destacándose la calidez y amabilidad del personal y conocimientos y habilidad. En general la calificación de los atributos de calidad es similar. Se observa un mejor desempeño por parte de la dirección de Mejoramiento de Vivienda ya que aumento los índices de satisfacción a vigencia de informe de satisfacción al ciudadano del año 2020. También se puede hacer uso y apropiación de las TIC para contar con servicios en línea de manera parcial o total.



Gráfica 49. Calificación de los atributos del servicio – DMV

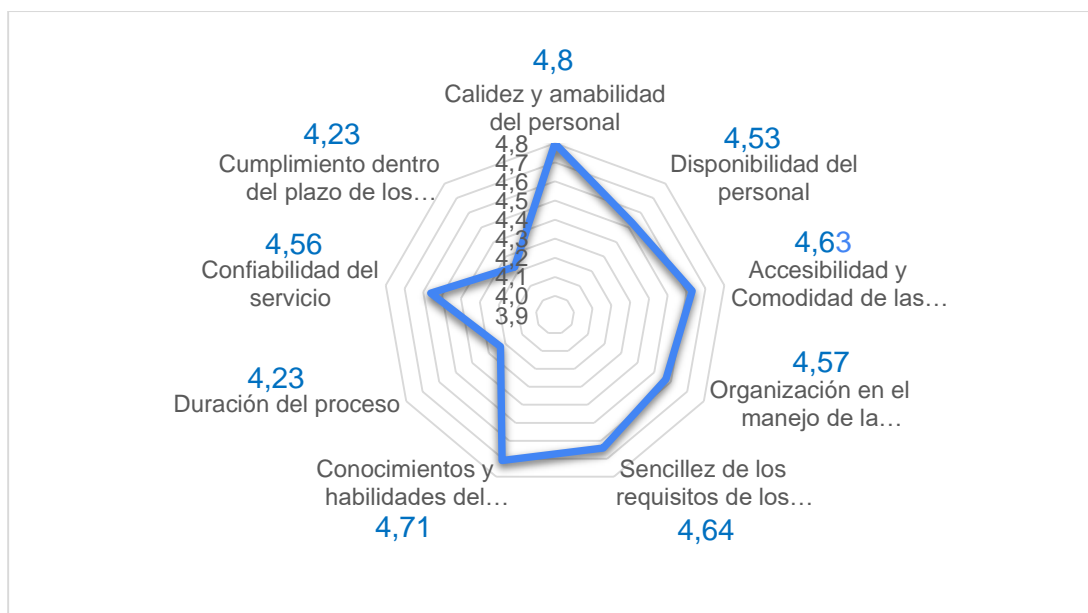
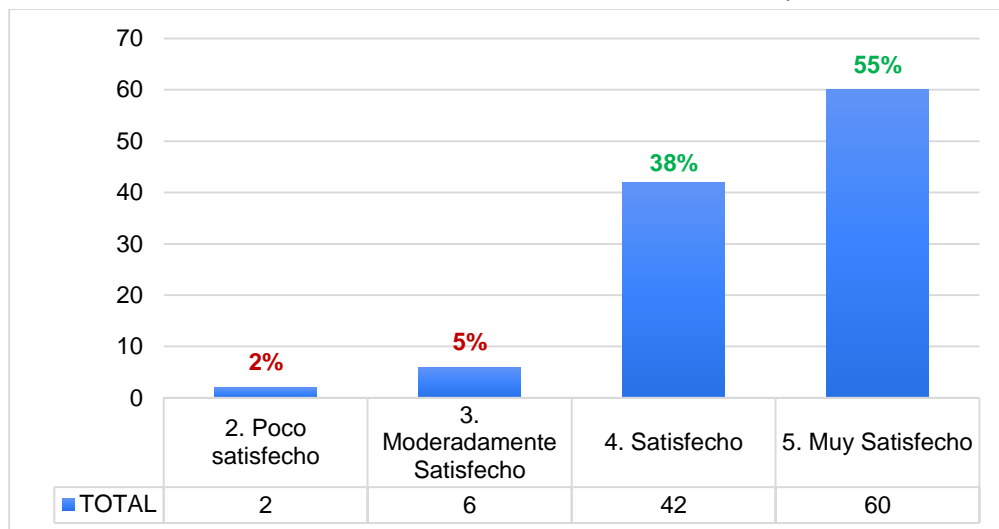


Tabla 13. Atributos y dimensiones de la calidad del servicio – DMV

ATRIBUTO	CALIFICACIÓN	DIMENSIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO
Calidez y amabilidad del personal	4,8	Empatía
Disponibilidad del personal	4,53	Capacidad de Respuesta
Accesibilidad y Comodidad de las instalaciones del punto de atención	4,63	Elementos Tangibles
Organización en el manejo de la información	4,57	Fiabilidad, Capacidad de Respuesta
Sencillez de los requisitos de los trámites y servicios	4,64	Fiabilidad, Capacidad de Respuesta
Conocimientos y habilidades del personal	4,71	Seguridad
Duración del proceso	4,23	Capacidad de Respuesta
Confiabilidad del servicio	4,56	Fiabilidad
Cumplimiento dentro del plazo de los compromisos establecidos	4,23	Capacidad de Respuesta

La satisfacción general de los usuarios de la Dirección de Mejoramiento de Vivienda de la CVP se valuó mediante una pregunta con 5 posibilidades de respuestas mutuamente excluyentes. Se empleó una escala de valoración ordinal con opciones de respuestas numéricas de 1 a 5, donde 1 es la calificación más baja y 5 es la más alta. De igual forma, y con el propósito de que el encuestado respondiera de una manera más fácil, cada una de las alternativas numéricas referidas se asoció a una etiqueta de la siguiente forma: para la alternativa 5, la etiqueta MUY SATISFECHO, para 4, SATISFECHO, para 3, MODERADAMENTE SATISFECHO, para 2, POCO SATISFECHO y para 1, INSATISFECHO.

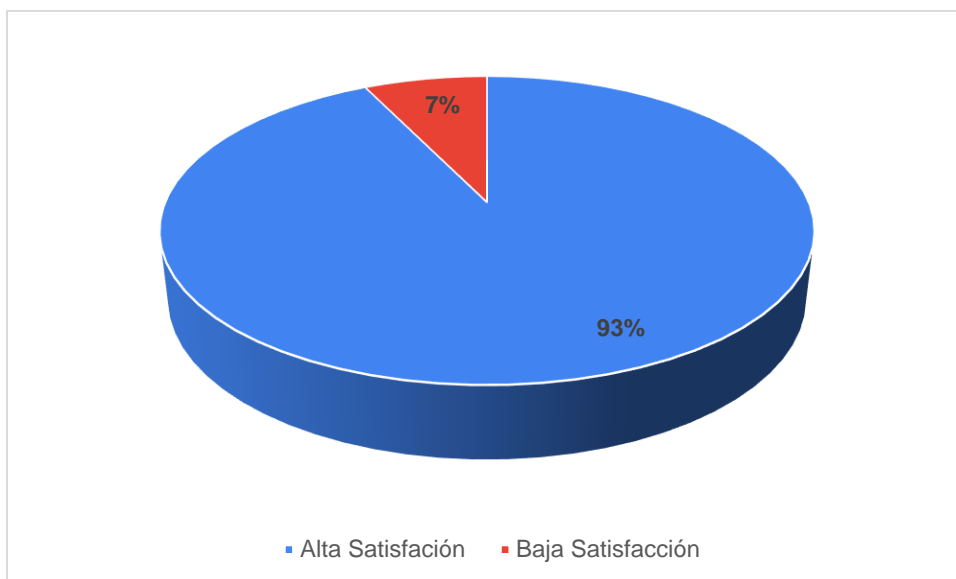
Gráfica 50. Nivel de satisfacción de los usuarios con el servicio prestado – DMV



En el desarrollo de la encuesta se puede determinar que el 5% de los ciudadanos encuestados se encuentran moderadamente satisfecho con el servicio y atención prestado por la Dirección de Mejoramiento de Vivienda de CVP, el 38% se siente satisfecho, el 55% de los encuestados se encuentran muy satisfecho y el 2% de las personas se encuentran poco satisfecho. Para calcular el índice de satisfacción se tomaron como respuestas de alta satisfacción las calificaciones 4 y 5 y como respuestas de baja satisfacción, las calificaciones de 1, 2 y 3.

La experiencia del usuario de la DMV, que resulta de la percepción de los atributos de calidad, ha sido muy buena en términos generales, y si bien es cierto, dicha medida obedece a un factor emocional del usuario, constituye un indicador para determinar el grado de confianza del ciudadano en la gestión de la dependencia.

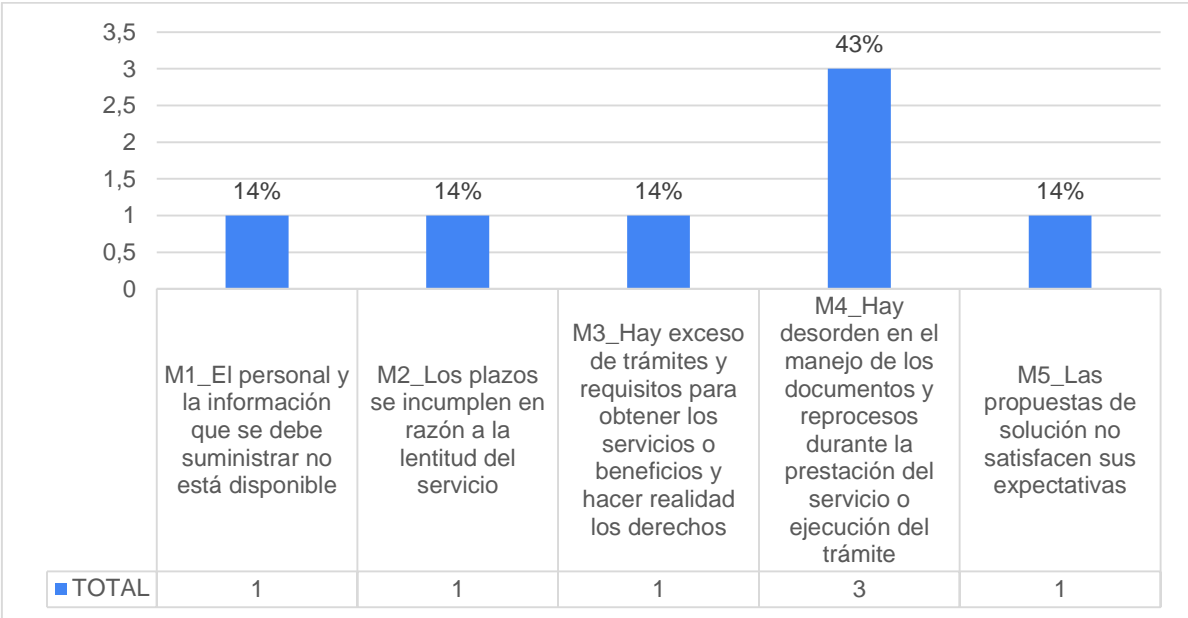
Gráfica 51. Población satisfecha e insatisfecha con el servicio – DMV



No obstante, lo anterior y como se indicó con anterioridad, solo 7% de los usuarios afirmo tener un bajo nivel satisfacción con respecto al servicio prestado por la Dirección de Mejoramiento de Vivienda de CVP.

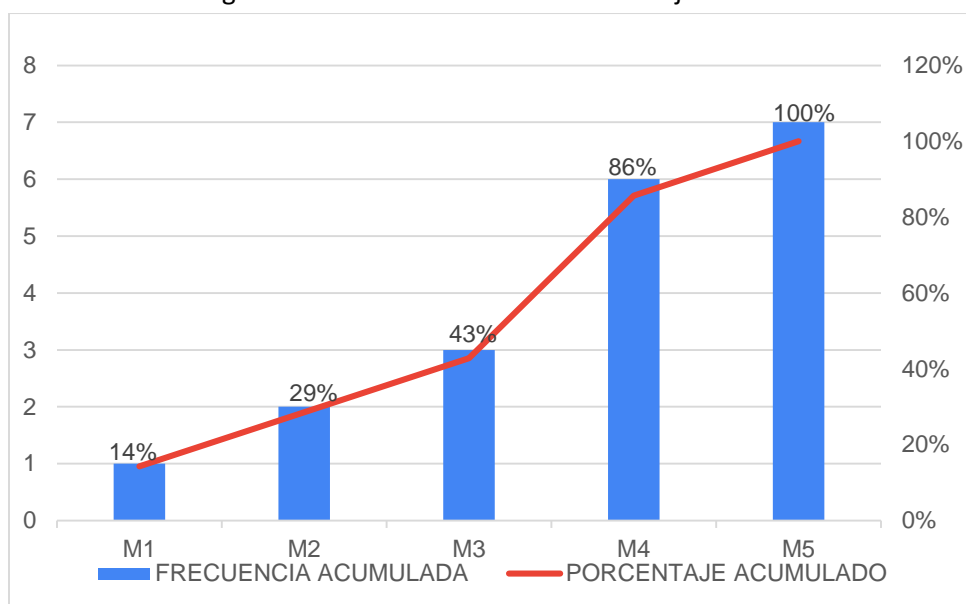
Al indagar los motivos expresados por este porcentaje de la población, los encuestados escogieron 5 motivos lo que representa 7 razones que explicarían dicha inconformidad. El motivo de mayor concurrencia es en que hay desorden en el manejo de los documentos y reprocesos durante la prestación del servicio o ejecución del trámite con 43% de los 110 ciudadanos encuestados, seguida con un porcentaje del 14% y para cada uno corresponde a que, el personal y la información que se debe suministrar no está disponible, los plazos se incumplen en razón a la lentitud del servicio, hay exceso de trámites y requisitos para obtener los servicios o beneficios y hacer realidad los derechos y las propuestas de solución no satisfacen sus expectativas.

Gráfica 52. Motivos de baja satisfacción – DMV



De acuerdo con el Diagrama de Pareto, el 86% de los motivos de baja satisfacción obedecen a los cinco aspectos descritos anteriormente y los cuales se deben puntualizar y hacer seguimiento de mejora continua y generar una mejor satisfacción con los ciudadanos.

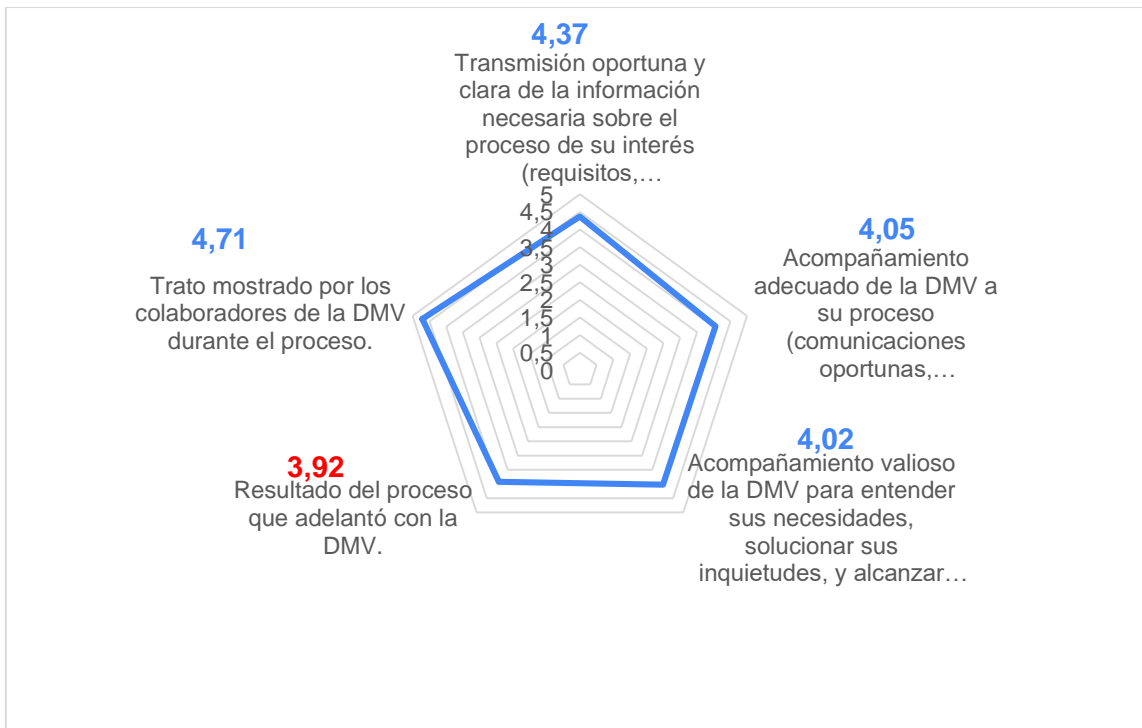
Gráfica 53. Diagrama de Pareto de los motivos de baja satisfacción – DMV



Otros indicadores de satisfacción los constituyen 5 preguntas específicas que preparó la DMV para evaluar el nivel de satisfacción con respecto a aspectos, instancias, acciones o etapas del proceso atinentes a: a) Transmisión oportuna y clara de la información necesaria sobre el procesos de interés, b) Acompañamiento adecuado de la DMV al proceso, c) Acompañamiento de la DMV para entender las necesidades de los ciudadanos y solucionar sus inquietudes d) Resultado del proceso, y e) Trato mostrado por los colaboradores de la DMV.

La calificación promedio de cada pregunta específica fue de 4,21 en una escala igual a la empleada para medir la satisfacción general del usuario y que se explicó con anterioridad, situación que no obsta para revisar algunos de dichos aspectos específicos en aras de establecer acciones de mejora, como el resultado del proceso adelantado.

Gráfica 54. Calificación - Aspectos específicos del área misional – DMV



#### 2.4. DISPONIBILIDAD Y USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES (TIC)

En el desarrollo de la encuesta se indagó sobre el uso, conocimiento y manejo de las TIC, por ciudadanos de la CVP, se realizaron preguntas como disponibilidad, acceso y uso de servicios de telefonía e internet y la tenencia de dispositivos de comunicación con CVP. Los resultados obtenidos son útiles para plantear estrategias que fomenten la cultura y uso de la tecnología, esto será un proceso de diseño e implementación de servicios en línea que faciliten a los ciudadanos realizar consultas de su interés. Validando los indicadores básicos de TIC, en los ciudadanos encuestados se puede establecer que en los hogares hay varios dispositivos las preguntas están formuladas con opción múltiple lo cual las respuestas se agruparon en varios ítems y se obtuvo la siguiente información que el 19% cuenta con telefonía fija, el 51% de ciudadanos encuestados cuentan con teléfono celular, el 27% cuenta con servicio de internet y el 2% Indica que no tiene ningún servicio.

En cuanto a nivel de apropiación de dispositivo TIC, se encontró respuestas las cuales se analizaron por ítems separados (es decir por dispositivo que no son mutua excluyente), y se encontró que 23% tienen teléfono fijo, el 51% posee un teléfono celular, el 23% de los ciudadanos encuestados indican tener computador de escritorio, portátil o table, el 1% indica que posee otro tipo de dispositivo y el 3% manifiesta no tener ningún dispositivo.

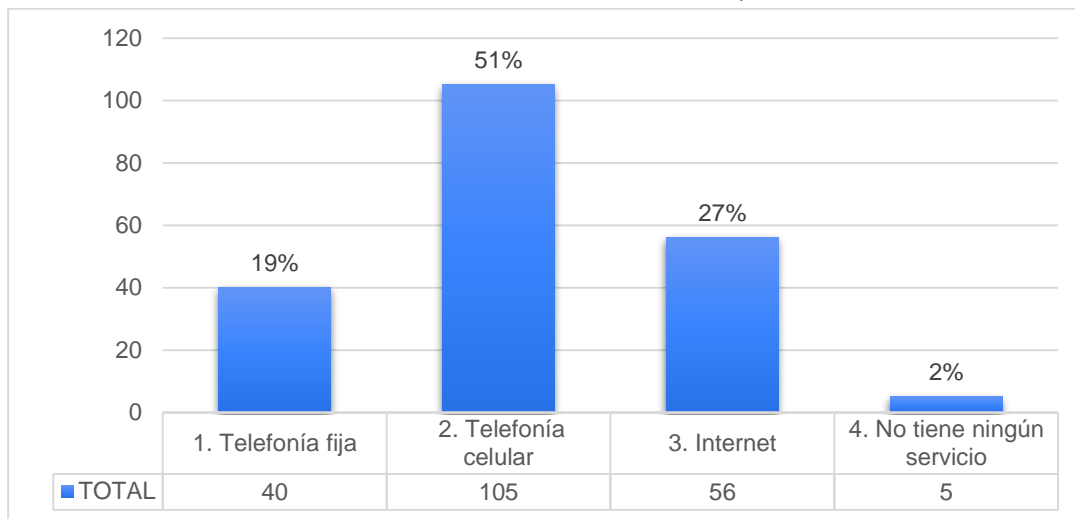
En el desarrollo de la encuesta se indaga con la población de como accede a internet, lo cual se formula la pregunta con múltiple respuesta teniendo en consideración que los ciudadanos pueden acceder a Internet a través de varias formas (la mayoría de los ítems de la pregunta no son

mutuamente excluyentes) y se encontró que uno de los datos más relevantes es que el 40% de los 110 encuestados accede a través de una red paga, el 36% tiene un plan de datos y 23% de la población encuestada no accede al servicio de internet.

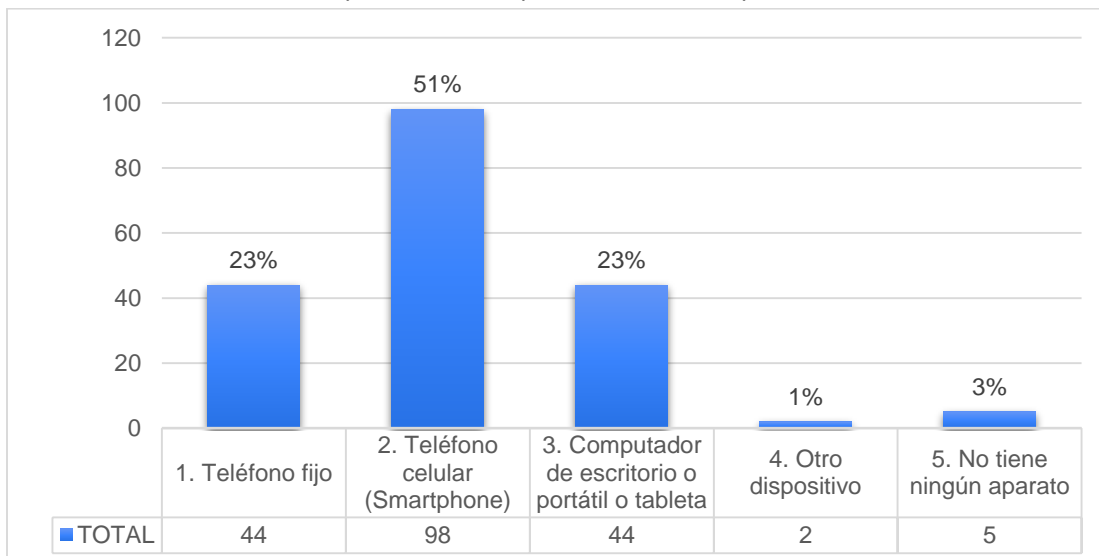
Con respecto a la frecuencia de uso (preguntas con ítems mutuamente excluyentes), se advierte que el 52% de los encuestados accede todos los días, el 10% lo utiliza varios días a la semana, el 5% manifestó que accede una vez a la semana a este servicio y el 34% de la población encuestada manifestó que nunca ingresa a internet.

Con respecto a los usos dados al servicio de Internet, (tomando en consideración que los ítems no son mutuamente excluyentes) el 29% indica que lo utiliza para consultar el correo electrónico y redes sociales, el 28% y con un mismo nivel de porcentaje lo utiliza como canal de entretenimiento y herramienta de estudio o trabajo, mientras que el 14% indicó que utiliza esta herramienta para realizar transacciones y trámites en entidades públicas o privadas.

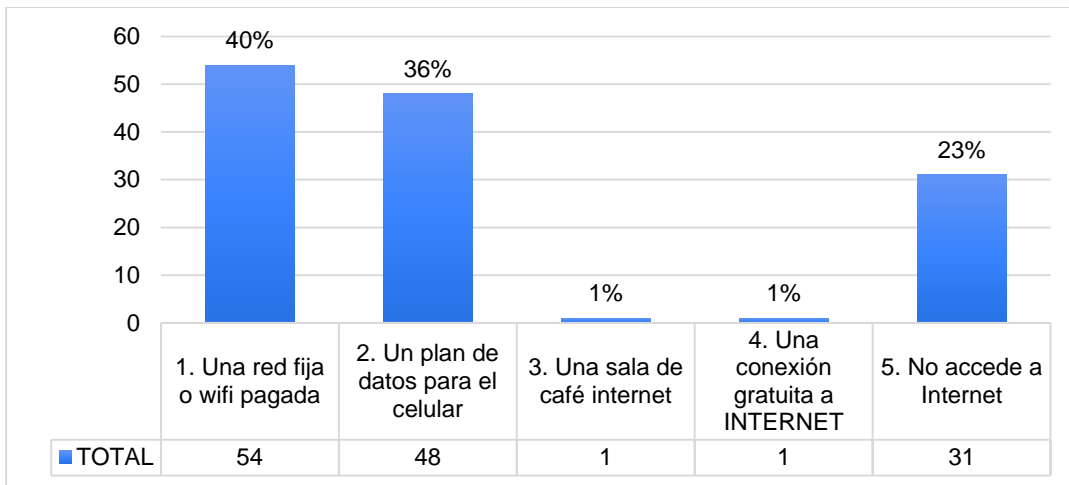
Gráfica 55. Servicios de telefonía e Internet de la población – DMV



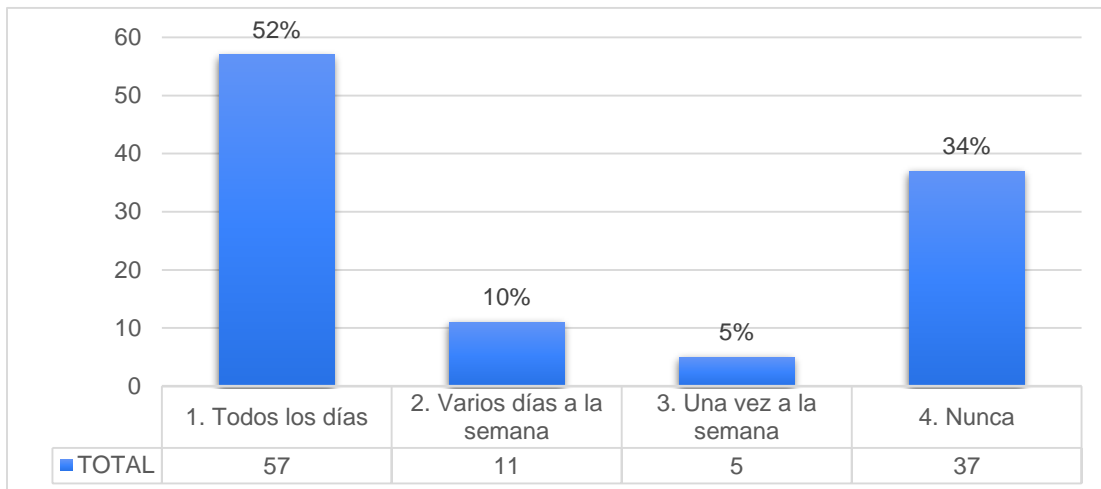
Gráfica 56. Disposición de dispositivos TIC de la población – DMV



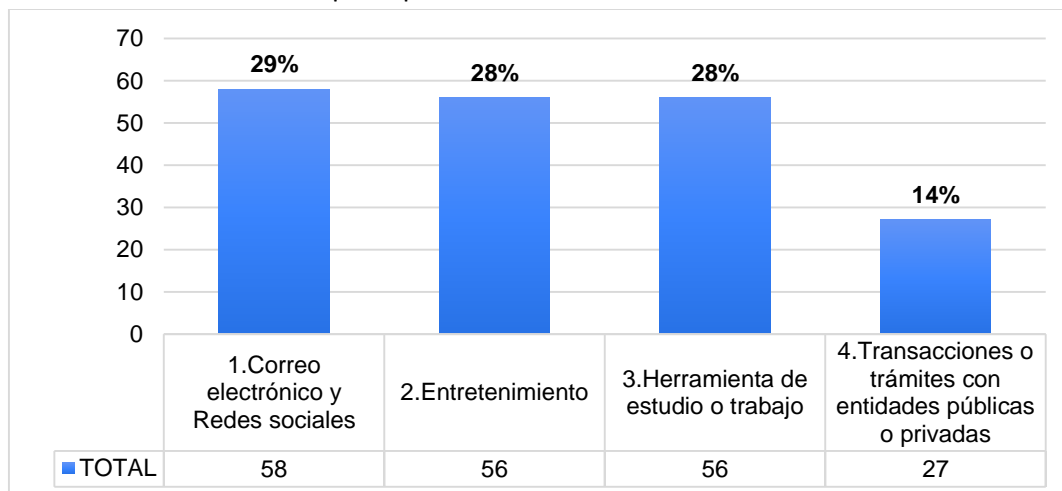
Gráfica 57. Acceso de la población a Internet – DMV



Gráfica 58. Frecuencia de acceso de la población a Internet – DMV



Gráfica 59. Usos que la población encuestada hace del Internet – DMV



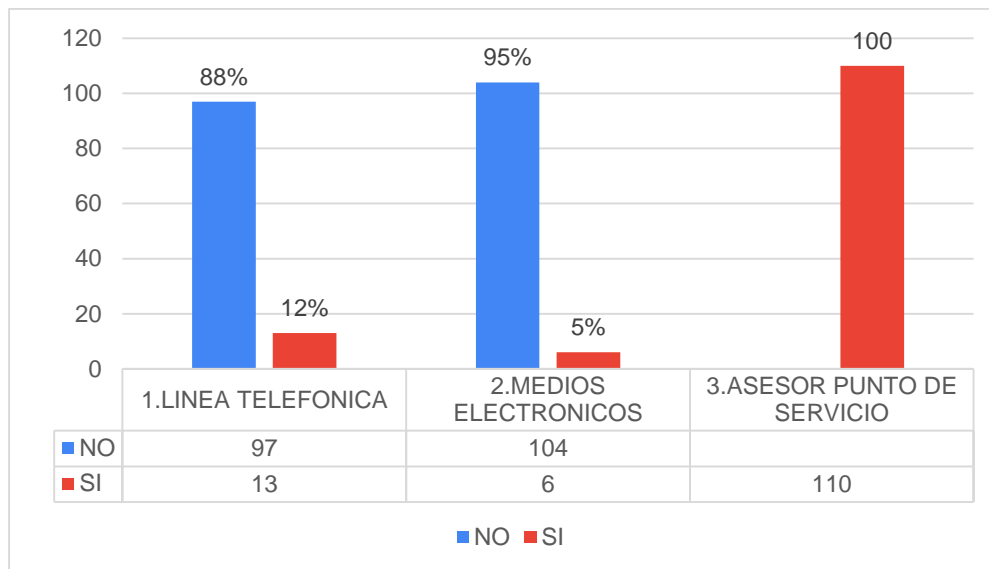
Otro aspecto relevante de la encuesta consistió en medir la forma como el usuario se comunica con la CVP. El canal más usado por el usuario fue el presencial (asesor en punto de atención) con un 100%, seguido del telefónico con un 12%.

Reconociendo la importancia de que una mejor comunicación e intercambio de información con el ciudadano impacta en gran medida en el buen desarrollo del proceso, además del uso de los canales de comunicación, se indagó sobre la utilidad de la información suministrada o encontrada en los mismos y si el usuario volviese a usar cada uno de dichos canales.

Como se mencionó anteriormente, el medio que más usó el usuario fue el presencial, con una participación del 100%, y con el mismo porcentaje, fue considerado como el canal más útil y los ciudadanos manifestaron querer tener una nueva experiencia a través de dicho canal. El 9% de los encuestados usó el canal telefónico considerando útil y lo volverían a usar el 32%.

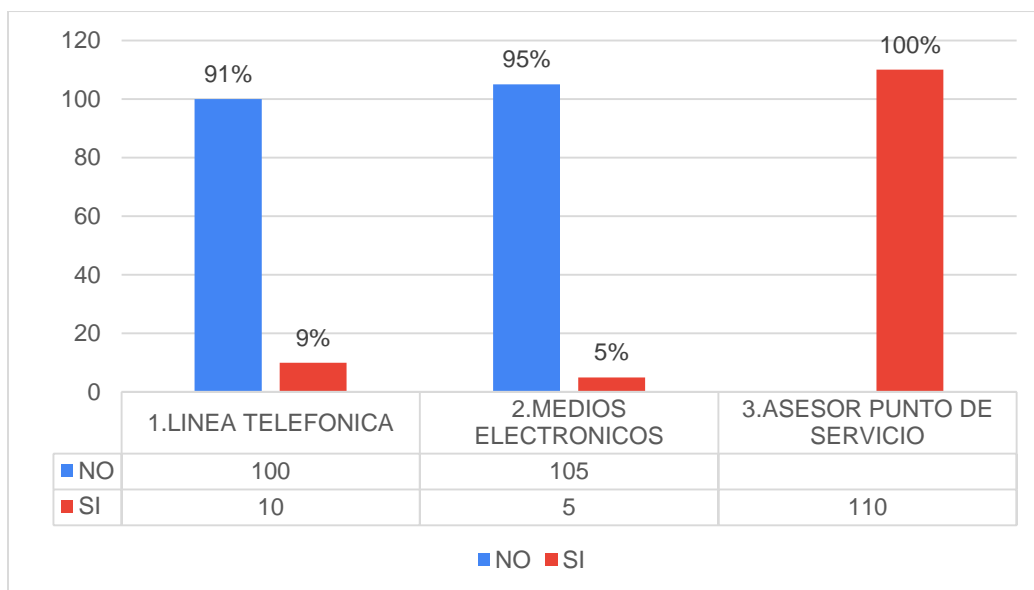
El resultado de la encuesta manifiesta que el canal más frecuentado es el presencial, gracias a su buen manejo y trato, adicional a esto el medio virtual cuenta con un porcentaje del 5% y de la misma manera lo considera útil y el 7% volvería a utilizar este medio. Esta medida sedita ya que la población tiene una oportunidad de acceder a los medios de TIC.

Gráfica 60. Uso de los canales de comunicación – DMV

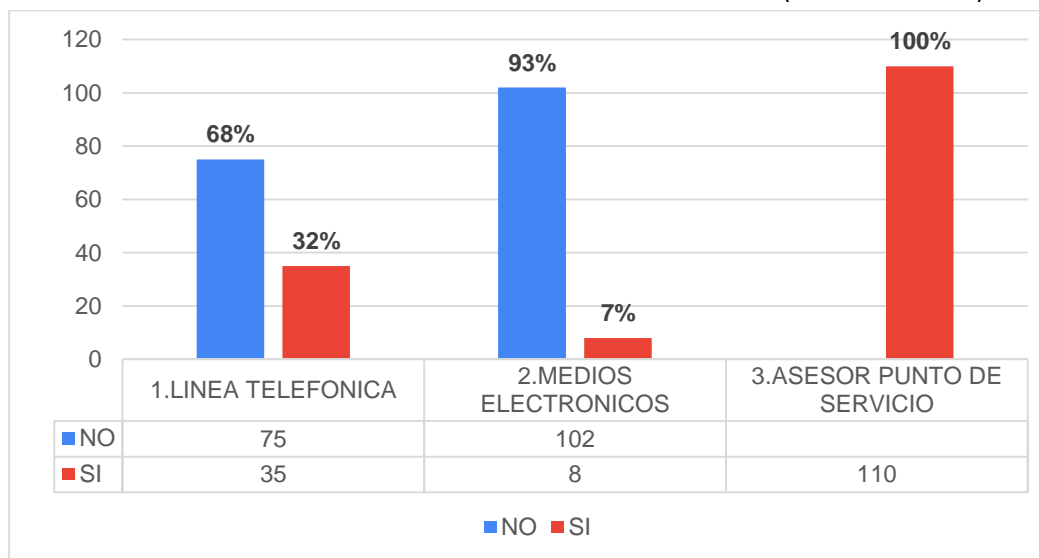




Gráfica 61. Utilidad de la información suministrada a través de los canales de comunicación – DMV



Gráfica 62. Habitualidad en el uso de los canales de comunicación (volverlos a usar) – DMV



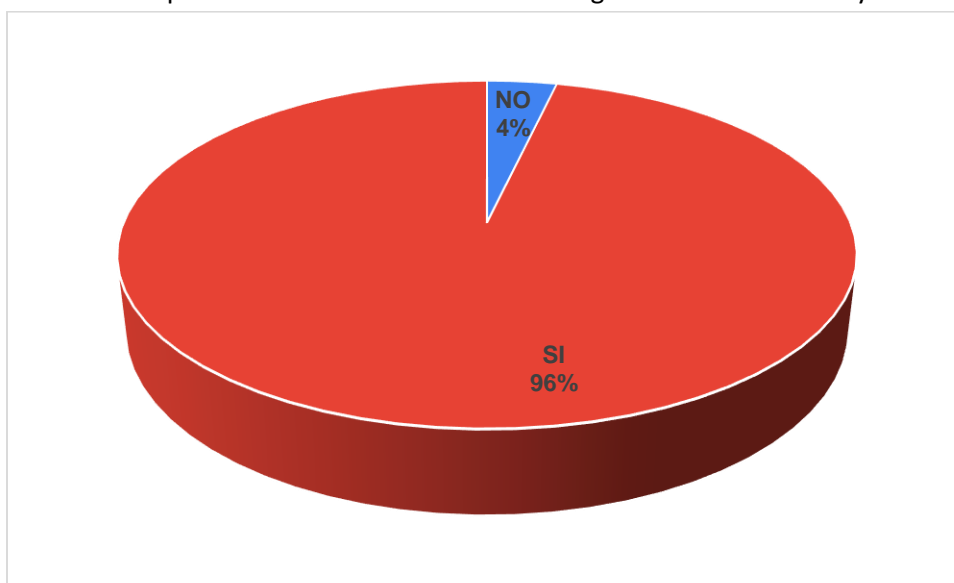
## 2.5. MEDICIÓN DEL EFECTO DE LA INFORMACIÓN SUMINISTRADA A LOS CIUDADANOS SOBRE GRATUIDAD DE TRÁMITES Y SERVICIOS Y LA NO RECURRENCIA A INTERMEDIARIOS

En el desarrollo de la encuesta de satisfacción a los ciudadanos se evaluó el grado de adaptación de información y comprensión de los mensajes de gratuidad y de no recurrir a intermediarios para el desarrollo de los trámites y servicios prestados por la Caja de la Vivienda Popular. De la Dirección de Mejoramiento de vivienda se realizaron tres preguntas a los ciudadanos aclarando que, si la

primera de dichas preguntas era respondida de manera negativa, es decir, que el ciudadano no obtuvo los mensajes referidos, no se evaluaban las siguientes dos preguntas.

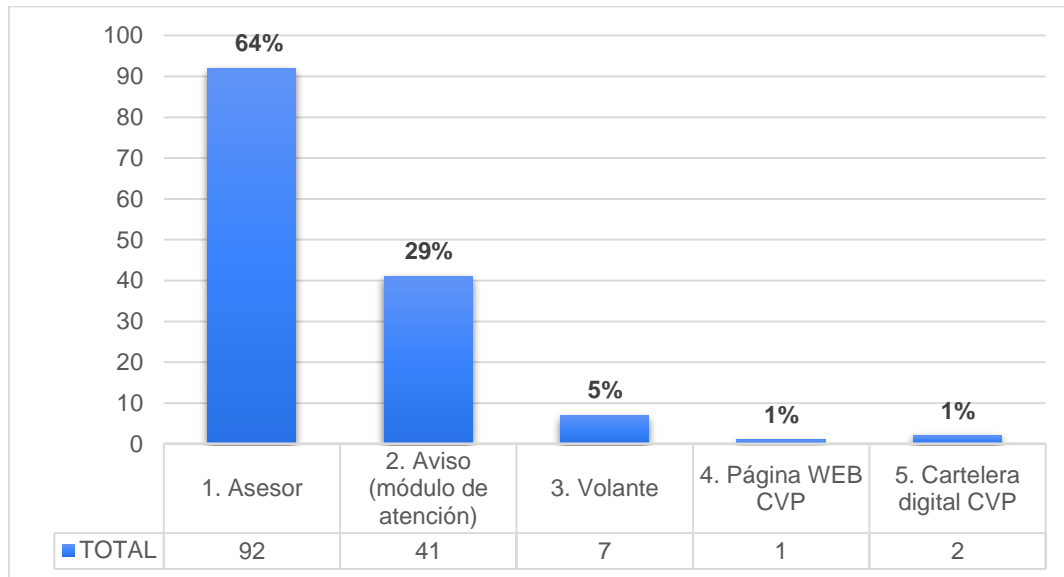
Como se explicó anteriormente, la primera de las preguntas consistió en averiguar si durante el presente año el ciudadano ha recibido información o se ha enterado sobre la gratuidad de los trámites y servicios en la CVP y lo innecesario de los intermediarios para acceder a dichos servicios. Se obtuvo que el 96% de los ciudadanos encuestados contestó de manera afirmativa, es decir que recibieron información sobre la gratuidad de trámites y servicios y lo innecesario de los intermediarios o se enteraron a través de algún medio presencial o virtual. Solo el 4% de los visitantes, manifestaron no haber recibido la información respectiva o no haberse enterado por algún medio virtual o presencial. Esta situación sugiere que probablemente los ciudadanos encuestados dirigieron su interés a otros asuntos y no advirtieron por lo menos los avisos de los módulos o no prestaron atención al mensaje verbal de gratuidad. También es probable que ningún asesor les haya entregado de manera verbal la información de la gratuidad y lo innecesario de los intermediarios.

Gráfica 63. Personas que recibieron información sobre la gratuidad de trámites y servicios – DMV



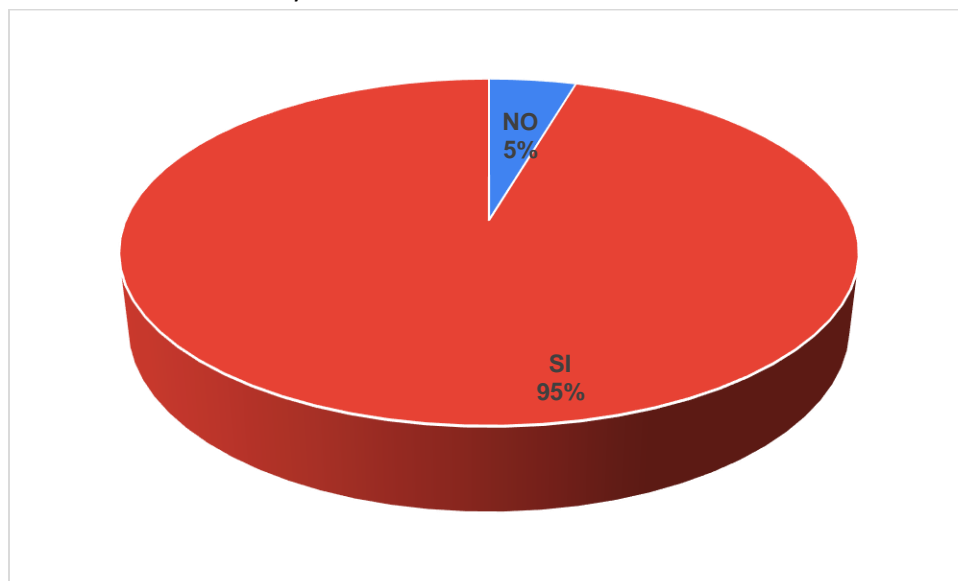
La segunda pregunta examinó el medio a través del cual el ciudadano había obtenido la información. Esta pregunta consideró 5 opciones con múltiple respuesta, es decir, opciones que no son mutuamente excluyentes (Asesor, Aviso en el módulo de atención, Volante, Página WEB CVP, Cartelera digital CVP). Los resultados obtenidos fueron los siguientes: El 64% de los ciudadanos encuestados recibieron de manera verbal sobre el trámite de gratuidad por los asesores, el 29% se enteró a través del aviso localizado en el módulo de atención, el 5% a través de volantes y el 2% indicaron haberse enterado a través de página WEB de CVP o la Cartelera Digital CVP.

Gráfica 64. Medio por la cual el ciudadano obtuvo la información sobre la gratuidad de trámites y servicios y lo innecesario de los intermediarios – DMV



La tercera pregunta de gratuidad corresponde establecer si los ciudadanos comprendieron el mensaje transmitido el cual se obtiene que 95% de los ciudadanos encuestados en la Dirección de mejoramiento de vivienda contesto de manera afirmativa y el 5% indico no haber entendido que todos los tramites en la entidad son completamente gratuitos.

Gráfica 65. Porcentaje de ciudadanos que comprendieron los mensajes de gratuidad de trámites y servicios y de no acceso a los intermediarios – DMV



## 2.6. SEGUIMIENTO A PETICIONES QUEJAS O RECLAMOS EN CVP

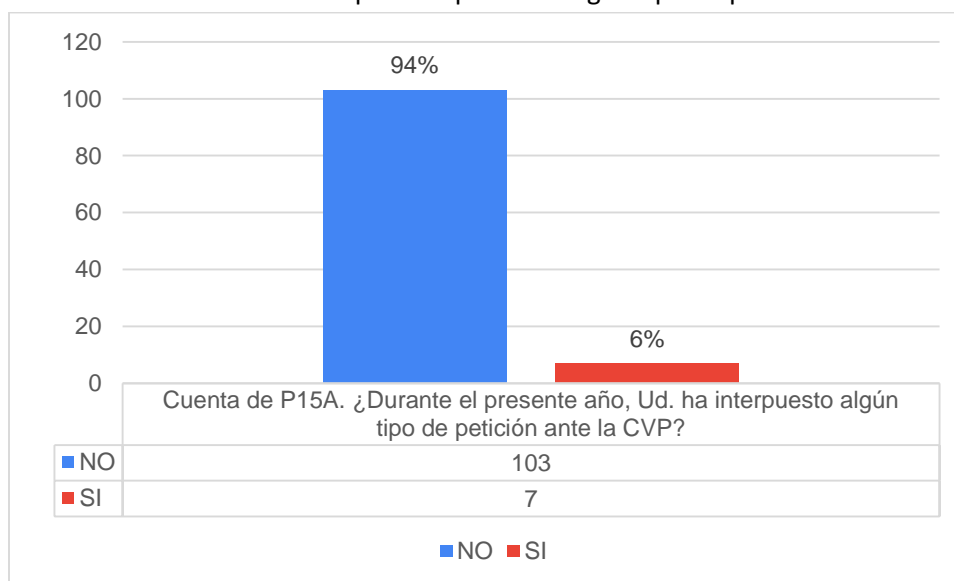
Al ser indagados los ciudadanos del programa de Dirección de Mejoramiento de Vivienda si durante el último año el ciudadano a interpuesto algún tipo de petición ante la CVP. Se indica para ello lo siguiente. A ¿Durante el presente año, Ud. ha interpuesto algún tipo de petición ante la CVP? SI LA RESPUESTA ES NEGATIVA se da por terminada la encuesta. B. ¿La respuesta que le dieron fue oportuna, es decir dentro de los términos? C ¿La respuesta que le dieron fue de fondo, es decir que le respondieron lo que solicitó o preguntó? D. ¿La respuesta que le dieron fue clara, es decir que la respuesta fue fácil de comprender?, E ¿La respuesta que le dieron fue cálida?

Al preguntar a los ciudadanos si han interpuesto algún tipo de petición durante la vigencia del año 2021 se obtuvo un porcentaje del 94% negativo y 6% positivo.

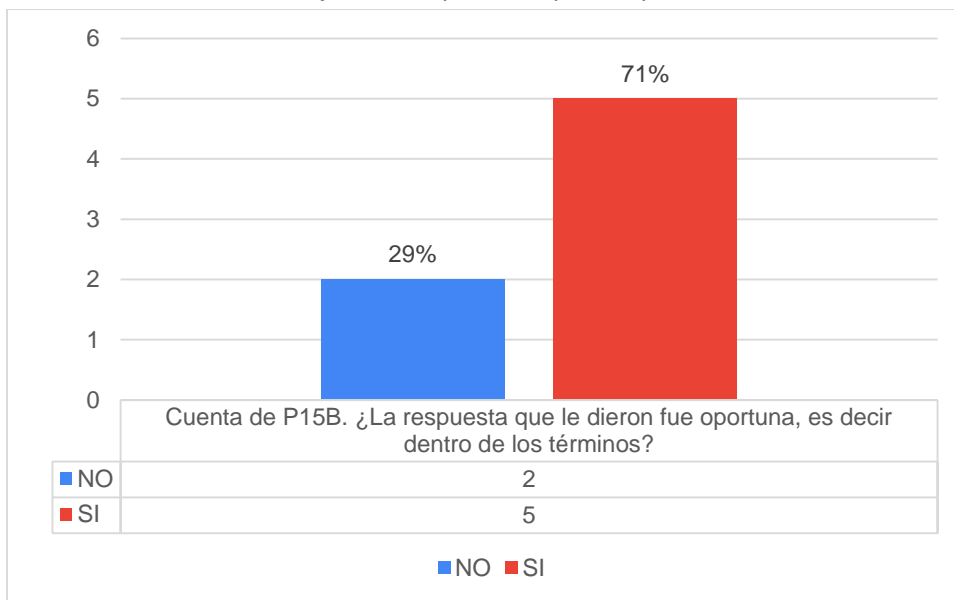
Al indagar a los ciudadanos que, si interpusieron algún tipo de petición ante la CVP, se indaga en si la respuesta que le brindaron fue oportuna dentro de los tiempos establecidos y se tiene un porcentaje de satisfacción del 71% y 29% manifiesta que no fue dentro del tiempo establecido, se indaga si la respuesta por la entidad cumple con lo preguntado y se obtiene un porcentaje 57% positivo y 43% negativo es decir indico que la respuesta no cumple con sus expectativas.

Se pregunta si la respuesta brindada por CVP. Fue fácil de comprender es su contexto y los ciudadanos encuestados indican con un porcentaje favorable del 57% y el 43% manifiesta que la respuesta no es clara. Por último, se valida si la respuesta emitida por la entidad es de calidad cumple con el contexto del proceso que lleva y se obtiene los mismos porcentajes anteriormente mencionados, cabe aclarar que la encuesta realizada fue a 110 ciudadanos.

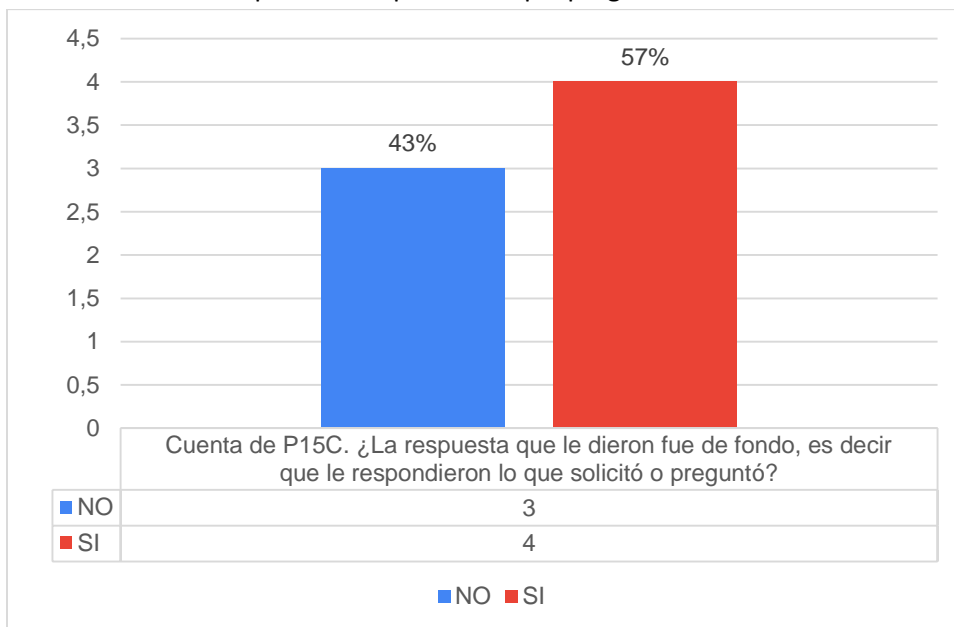
Gráfica 66. Ciudadanos que interpusieron algún tipo de petición – DMV



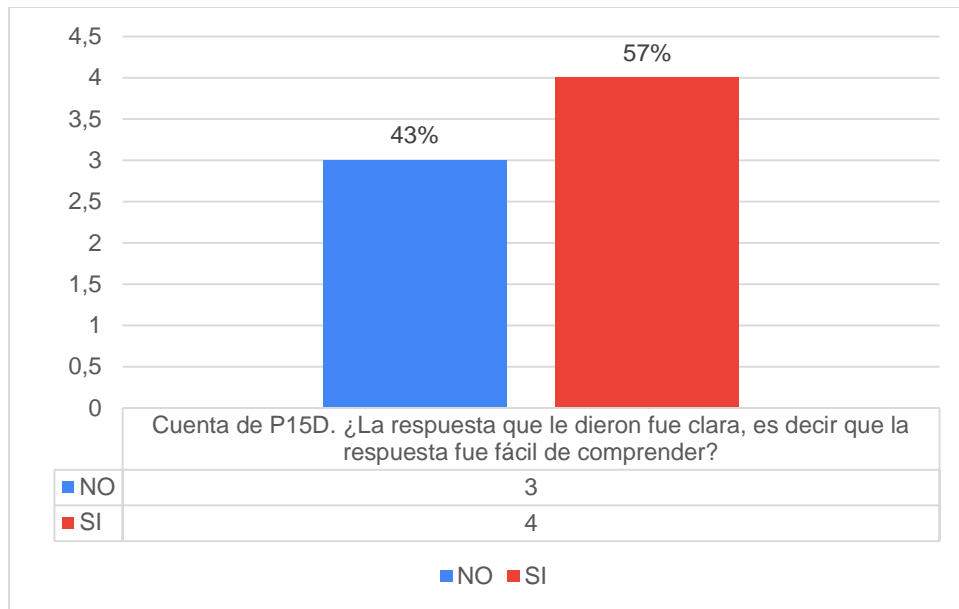
Gráfica 67. Porcentaje de tiempo de respuesta por la entidad – DMV



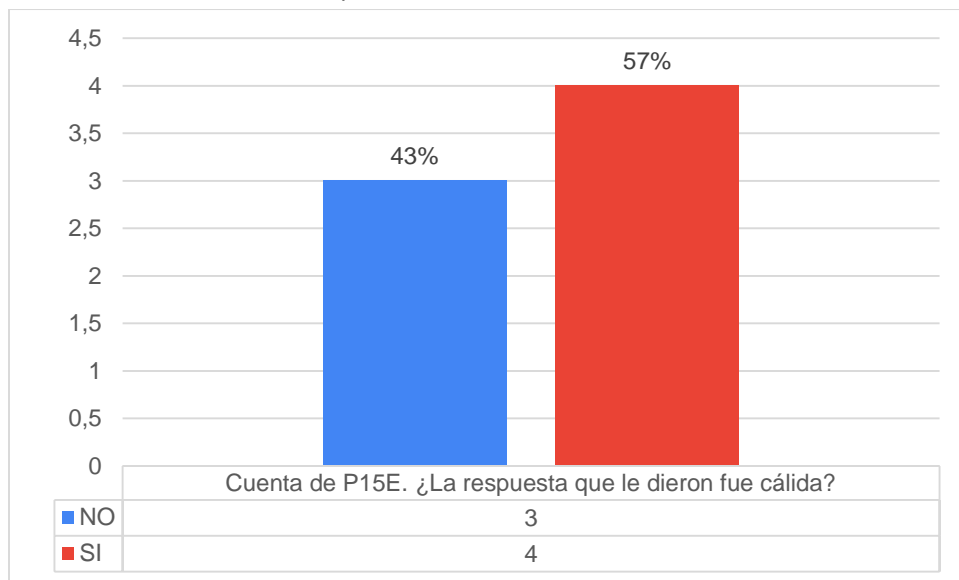
Gráfica 68. La respuesta cumple con lo que pregunto el ciudadano – DMV



Gráfica 69. La respuesta es fácil de comprender – DMV



Gráfica 70. La respuesta suministrada fue de calidad – DMV



### 3. REASENTAMIENTOS HUMANOS (DRH)

El cuestionario para la recolección de información de los ciudadanos correspondiente al proceso de la Dirección de Reasentamientos Humanos fue aplicado a 111 personas que pertenecen de una manera predominante a las localidades de Ciudad Bolívar, San Cristóbal y Rafael Uribe Uribe.

Tabla 14. Distribución de la población encuestada por localidad – DRH

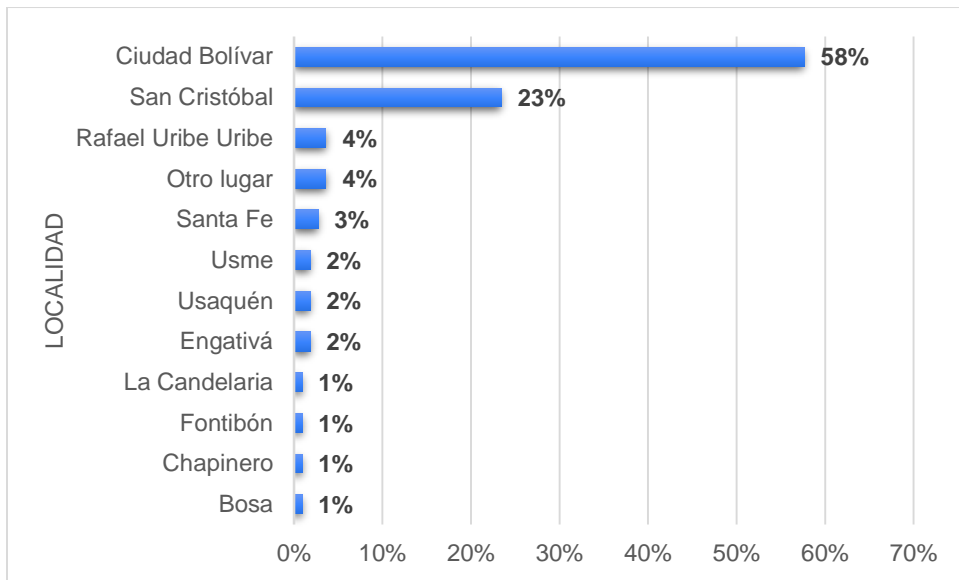
LOCALIDAD	# PERSONAS	% PORCENTAJE
Bosa	1	1%
Chapinero	1	1%
Fontibón	1	1%
La Candelaria	1	1%
Engativá	2	2%
Usaquén	2	2%
Usme	2	2%
Santa Fe	3	3%
Otro lugar	4	4%
Rafael Uribe Uribe	4	4%
San Cristóbal	26	23%
Ciudad Bolívar	64	58%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>111</b>	<b>100%</b>

A través del instrumento se obtuvo información para evaluar los siguientes aspectos: Variable demográfica, calidad de servicio, satisfacción del usuario, gratuidad de los trámites y servicios que presta la CVP, acceso a tecnologías de información y comunicación (TIC) y peticiones interpuestas por los ciudadanos, a continuación, se representan los resultados más relevantes de cada uno de ellos.

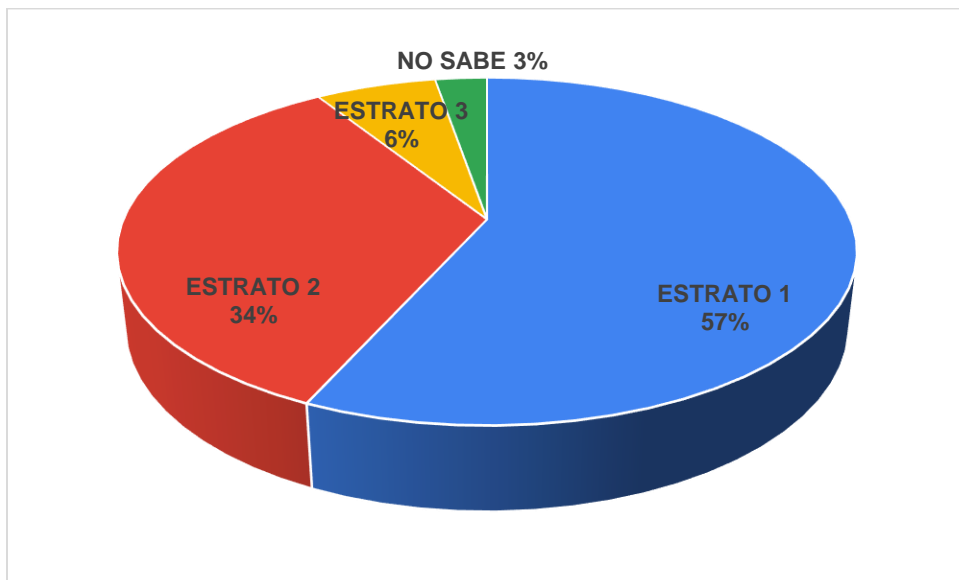
#### 3.1.VARIABLES DEMOGRÁFICAS

La mayor representación de la población encuestada corresponde a la localidad de Ciudad Bolívar con un 58%, seguida de la localidad de San Cristóbal con un 23% y Rafael Uribe Uribe en conjunto con Otro Lugar que corresponde a Soacha con un 4% para cada una. El 91% de los encuestados se ubica en los estratos socio económicos 1 y 2.

Gráfica 71. Población encuestada por localidad – DRH



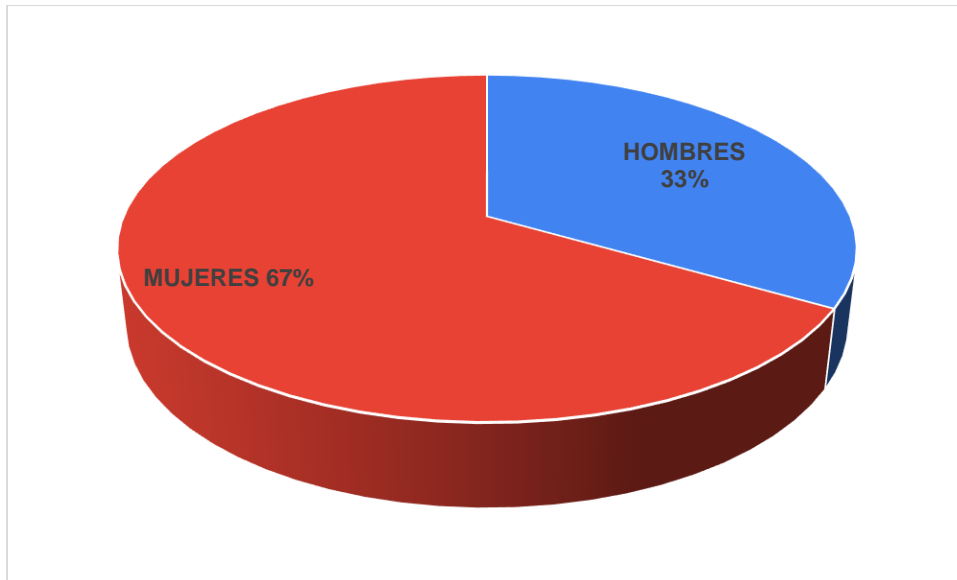
Gráfica 72. Estrato socio económico de los usuarios – DRH



De acuerdo con el género, las mujeres representan la mayoría con el 67% de la población encuestada y los hombres constituyen un 33% de los encuestados.



Gráfica 73. Género de la población encuestada – DRH

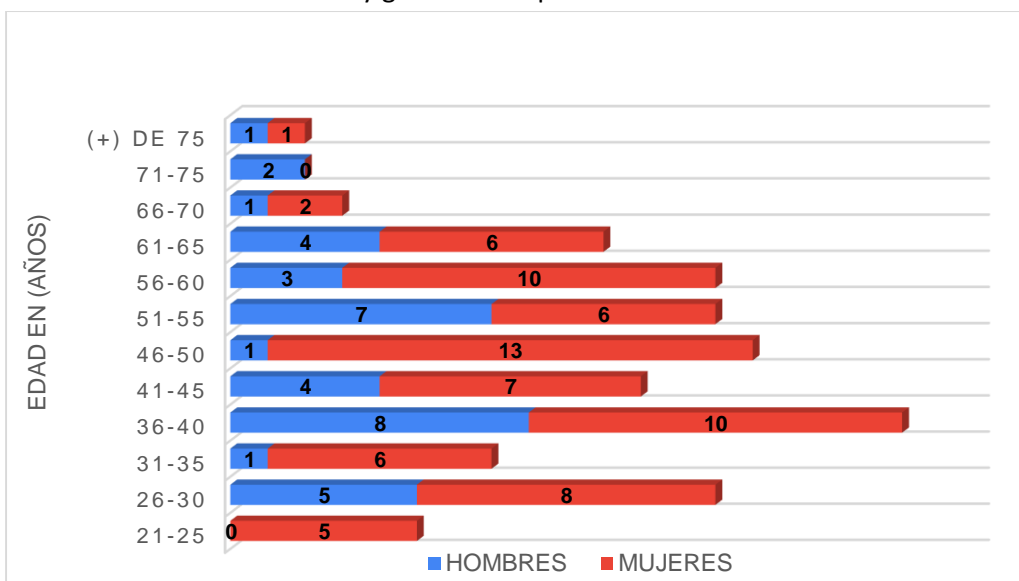


La distribución por edades de los ciudadanos encuestados muestra que el 74% de la población tiene edades entre 40 y 70 años. Para la población masculina lo constituye un porcentaje del 76% y el género femenino un porcentaje del 73%.

Tabla 15. Distribución de la edad y género de la población encuestada – DRH

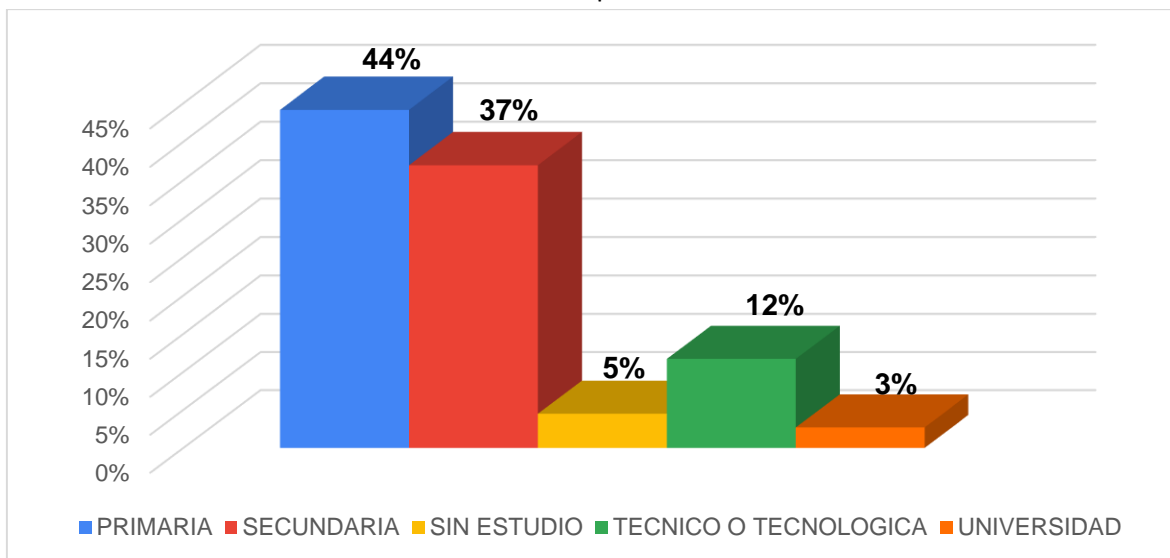
RANGO DE EDAD (AÑO)	HOMBRES	MUJERES	% EDAD (HOMBRES)	% EDAD (MUJERES)
21-25	0	5	0%	7%
26-30	5	8	14%	11%
31-35	1	6	3%	8%
36-40	8	10	22%	14%
41-45	4	7	11%	9%
46-50	1	13	3%	18%
51-55	7	6	19%	8%
56-60	3	10	8%	14%
61-65	4	6	11%	8%
66-70	1	2	3%	3%
71-75	2	0	5%	0%
(+) de 75	1	1	3%	1%
<b>TOTAL</b>	<b>37</b>	<b>74</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>PORCENTAJE</b>	<b>33%</b>	<b>67%</b>		

Gráfica 74. Edad y género de la población encuestada – DRH

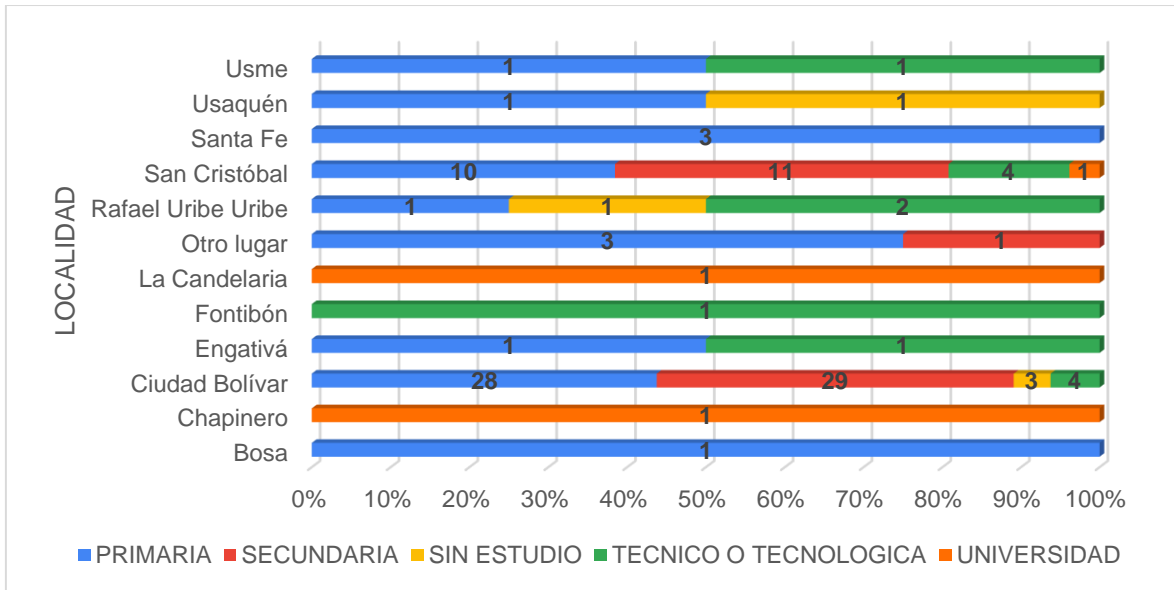


En cuanto a la distribución por nivel de escolaridad se encontró que el 44% de los ciudadanos encuestados tiene un nivel educativo de primaria, el 37% cuenta con educación secundaria, el 15% de los ciudadanos encuestados indicaron tener educación superior y el 5% indica no tener estudio.

Gráfica 75. Escolaridad de la población encuestada – DRH

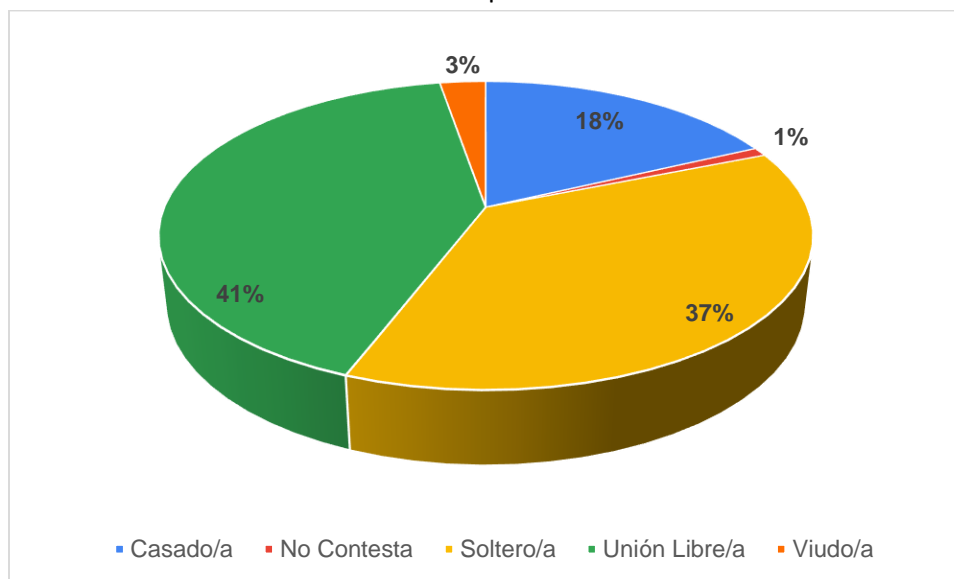


Gráfica 76. Nivel de estudios por localidad – DRH

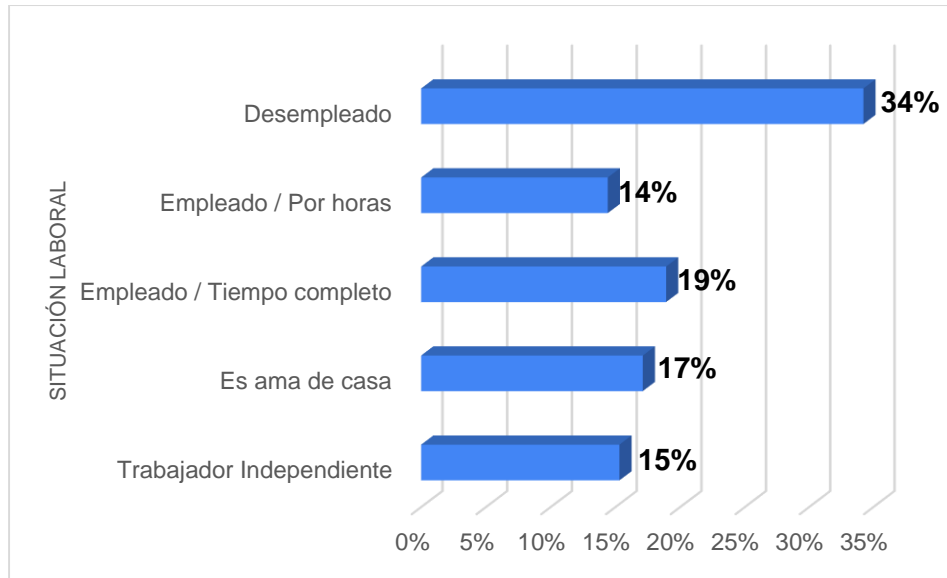


En la categoría de estado civil de la población encuestada y mayor frecuencia relativa es unió libre con un porcentaje del 41%, seguida del estado civil soltero(a) representada con el 37% y el estado civil de casado(a) con el 18%. Se pudo establecer la situación laboral de los ciudadanos encuestados y se representa con un porcentaje alarmante ya que el 34% manifiesta estar desempleado, el 19% trabaja de manera de tempo completo y el 17% de la población se encuentra constituido por ama de casa. Otra variable demográfica de interés es el número de habitantes por cada hogar, encontrando que el 27% de la población encuestada indica estar constituida por 3 personas, el 21% está conformado por 4 integrantes y 14% indican estar con un promedio y para cada uno de 2 y 5 integrantes.

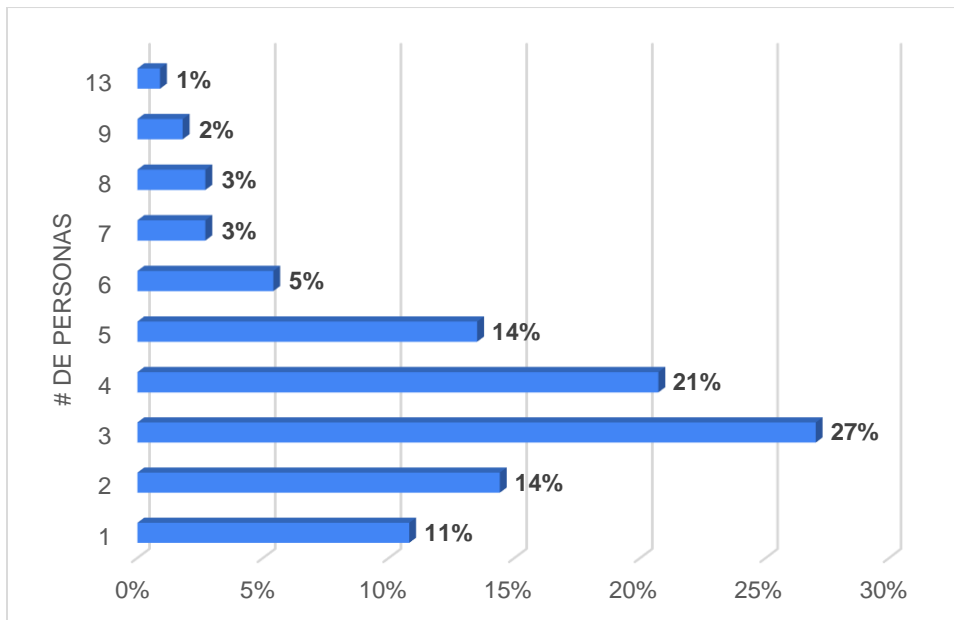
Gráfica 77. Estado civil de la población encuestada – DRH



Gráfica 78. Situación laboral de los usuarios – DRH



Gráfica 79. Cantidad de habitantes por vivienda – DRH



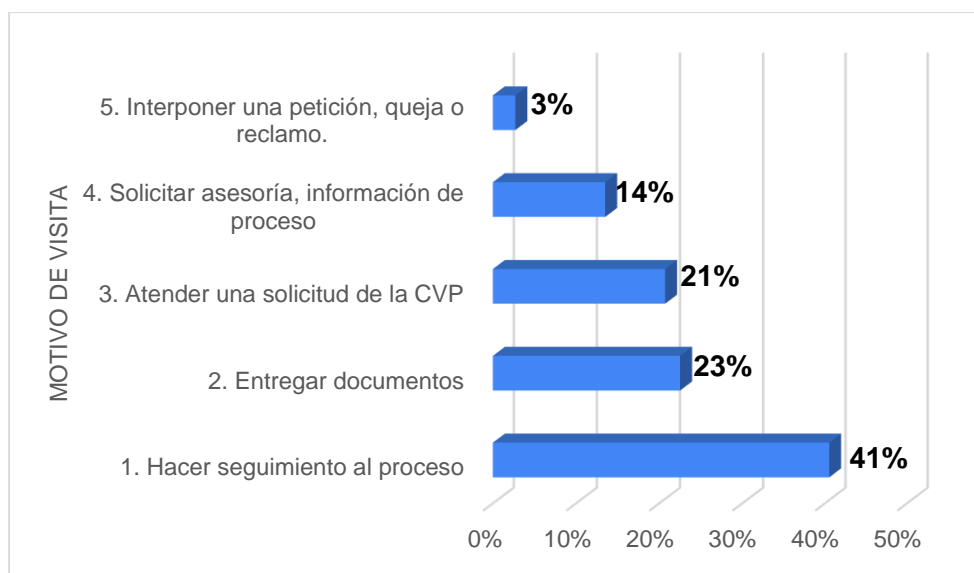
### 3.2. MOTIVO DE LA VISITA DEL CIUDADANO Y PERMANENCIA EN EL PROCESO

Al ser indagados los usuarios de la Dirección de Reasentamientos, estos manifestaron que existe un motivo principal de su visita en la entidad el cual corresponde a Hacer seguimiento al proceso con un porcentaje del 41%, seguido del 23% a entregar documentos y el 21% lo hizo para atender una solicitud directa de la entidad.

Tabla 16. Distribución porcentual de los motivos de la visita – DRH

MOTIVO DE VISITA	TOTAL	PORCENTAJE
1. Hacer seguimiento al proceso	45	41%
2. Entregar documentos	25	23%
3. Atender una solicitud de la CVP	23	21%
4. Solicitar asesoría, información de proceso	15	14%
5. Interponer una petición, queja o reclamo.	3	3%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>111</b>	<b>100%</b>

Gráfica 80. Motivo de la visita – DRH

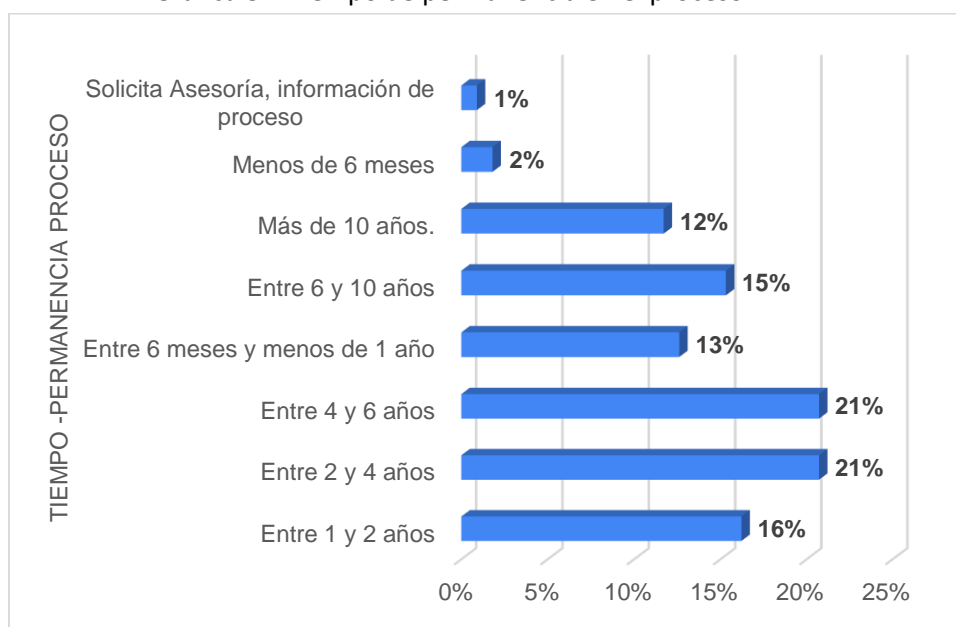


Se indaga con los ciudadanos encuestados y puede establecer que el 15% lleva un proceso no mayor a 1 año y con el 12% de participación llevan un proceso de más de 10 años en la entidad, procesos que pueden sugerir a situaciones de casos especiales.

Tabla 17. Distribución porcentual tiempo de permanencia en el proceso – DRH

TIEMPO DE PERMANENCIA PROCESO	TOTAL	PORCENTAJE
Entre 1 y 2 años	18	16%
Entre 2 y 4 años	23	21%
Entre 4 y 6 años	23	21%
Entre 6 meses y menos de 1 año	14	13%
Entre 6 y 10 años	17	15%
Más de 10 años.	13	12%
Menos de 6 meses	2	2%
Solicita Asesoría, información de proceso	1	1%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>111</b>	<b>100%</b>

Gráfica 81. Tiempo de permanencia en el proceso – DRH



Los ciudadanos encuestados indican con un porcentaje del 64% estar bien informados o de manera suficiente sobre el proceso con la entidad y el 36% manifiestan en que no le han brindado información correcta idónea a su proceso. Las localidades que presenta mayor insatisfacción de información son Ciudad Bolívar con un porcentaje del 53% y San Cristóbal con un porcentaje del 28% lo que establece un seguimiento y revisión del proceso de cómo se entrega la información y comunicación.

Gráfica 82. Suministro de información suficiente sobre el proceso – DRH

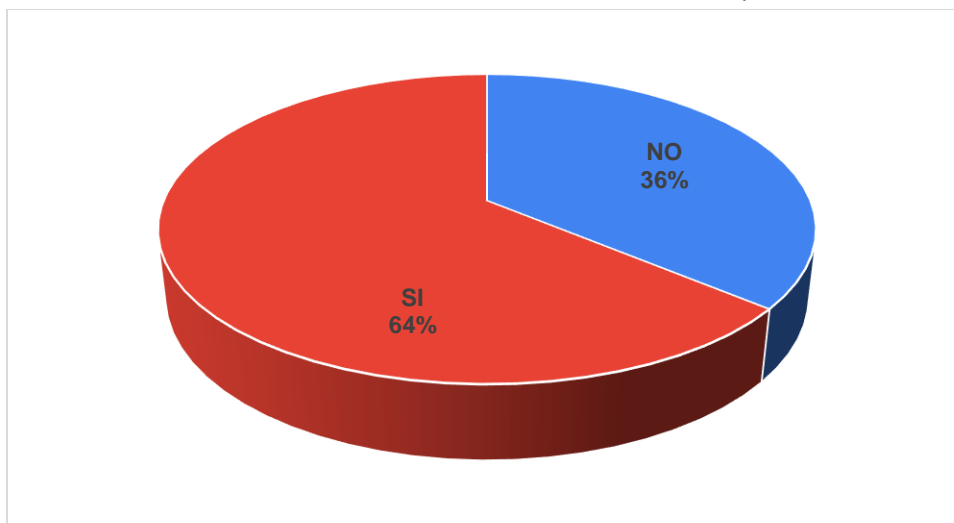
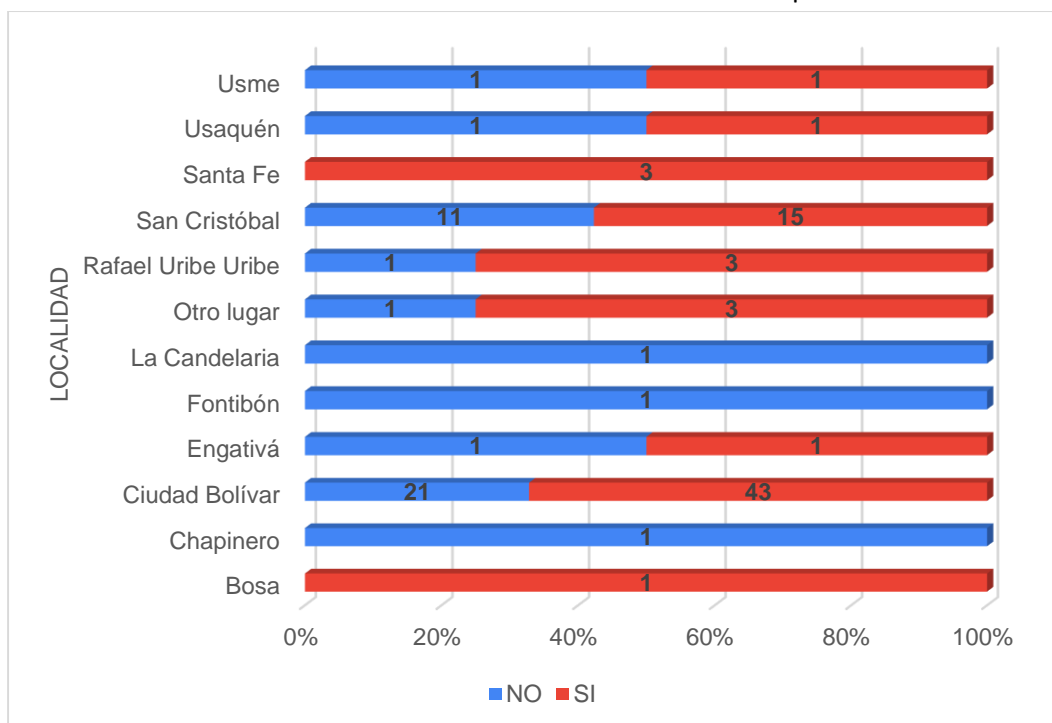


Tabla 18. Distribución porcentual por localidad del suministro de información sobre el proceso – DRH

LOCALIDAD	NO	SI	TOTAL	% NO	%SI
Bosa		1	1	0%	1%
Chapinero	1		1	3%	0%
Ciudad Bolívar	21	43	64	53%	61%
Engativá	1	1	2	3%	1%
Fontibón	1		1	3%	0%
La Candelaria	1		1	3%	0%
Otro lugar	1	3	4	3%	4%
Rafael Uribe Uribe	1	3	4	3%	4%
San Cristóbal	11	15	26	28%	21%
Santa Fe		3	3	0%	4%
Usaquén	1	1	2	3%	1%
Usme	1	1	2	3%	1%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>40</b>	<b>71</b>	<b>111</b>	<b>36%</b>	<b>64%</b>

Gráfica 83. Suministro de información suficiente sobre el proceso – DRH



### 3.3. CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CIUDADANO

La calidad del servicio prestado por los procesos misionales se valoró a través de la determinación y medición de atributos o características del servicio brindado por CVP, enmarcados dentro de 5 principales dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles, descritas anteriormente.

Se empleó una escala de valoración ordinal con opciones de respuestas numéricas de 1 a 5, donde 1 es la calificación más baja y 5 es la más alta. La calificación promedio de los atributos del servicio de la Dirección de Reasentamientos Humanos fue de 3,74, destacándose la calidad y amabilidad del personal y en general las calificaciones de los atributos de calidad son similares. La cualidad de menor valor fue, la duración del proceso (3,28) atributo que forma parte de la dimensión de la calidad del servicio “Capacidad de Respuesta” y evalúan el tiempo que tardan los procesos, desde que el ciudadano ingresa al programa de Reasentamientos hasta su traslado a la nueva alternativa habitacional. Es recomendable que se realice una revisión de normas para reducir o eliminar requisitos y tiempos de ejecución de los trámites y servicios, y se optimicen los procedimientos para hacer más sencillo el uso y diligenciamiento de formularios y documentos. También se puede hacer uso y apropiación de las TIC para contar con trámites y servicios en línea.



Gráfica 84. Calificación de los atributos del servicio – DRH

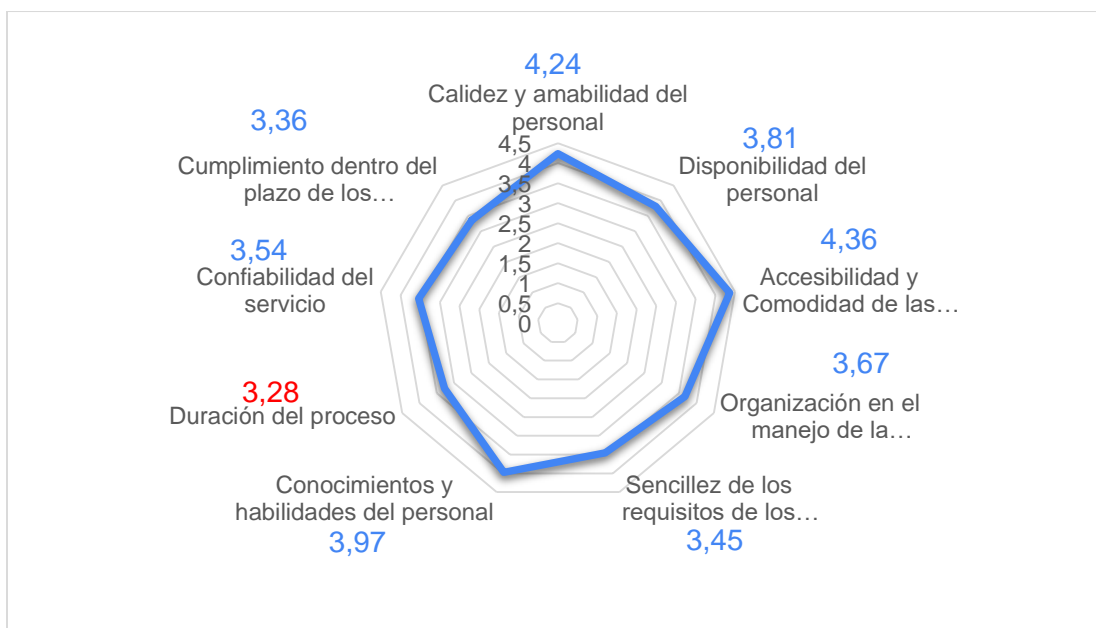
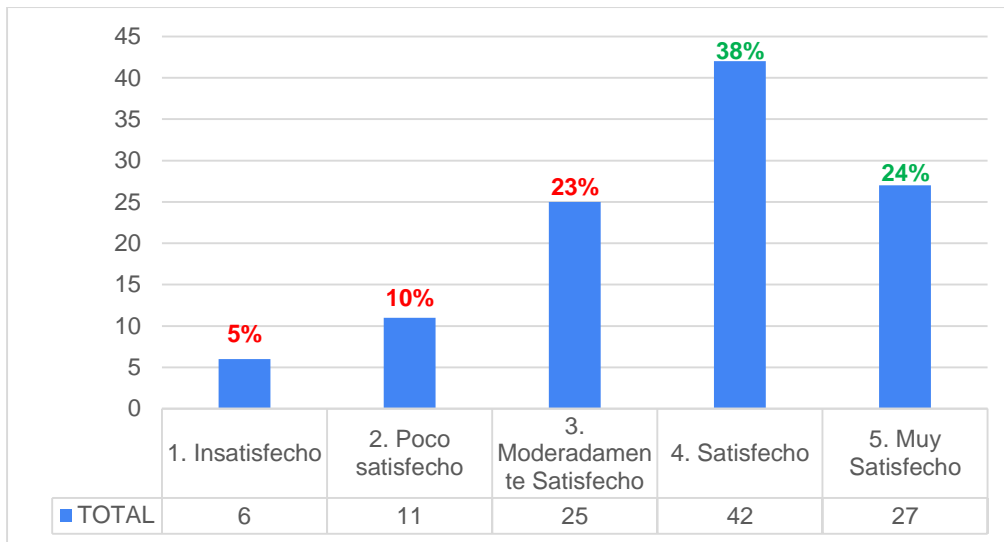


Tabla 19. Atributos y dimensiones de la calidad del servicio – DRH

ATRIBUTO	CALIFICACIÓN	DIMENSIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO
Calidez y amabilidad del personal	4,24	Empatía
Disponibilidad del personal	3,81	Capacidad de Respuesta
Accesibilidad y Comodidad de las instalaciones del punto de atención	4,36	Elementos Tangibles
Organización en el manejo de la información	3,67	Fiabilidad, Capacidad de Respuesta
Sencillez de los requisitos de los trámites y servicios	3,45	Fiabilidad, Capacidad de Respuesta
Conocimientos y habilidades del personal	3,97	Seguridad
Duración del proceso	3,28	Capacidad de Respuesta
Confiabilidad del servicio	3,54	Fiabilidad
Cumplimiento dentro del plazo de los compromisos establecidos	3,36	Capacidad de Respuesta

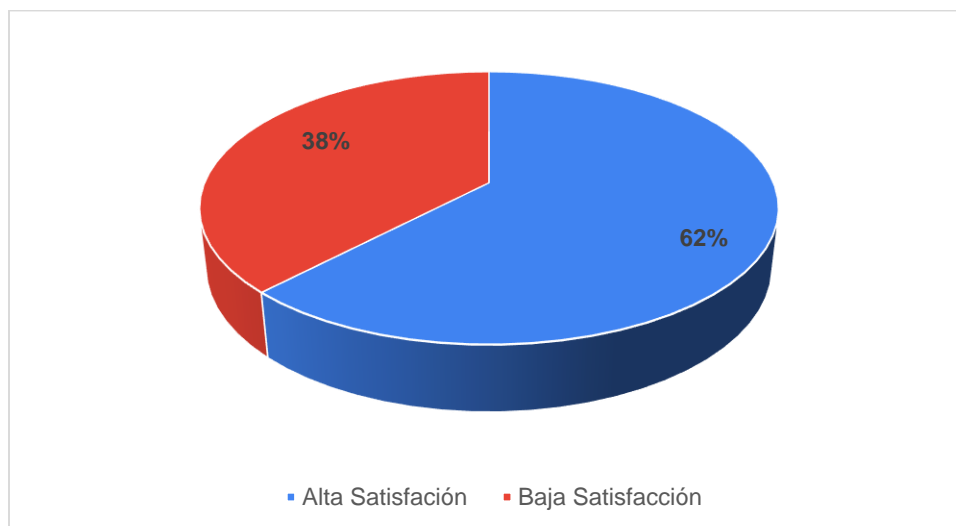
La satisfacción general de los usuarios de la Dirección de Reasentamientos Humanos de la CVP se evaluó mediante una pregunta con 5 posibilidades de respuestas mutuamente excluyentes. Se empleó una escala de valoración ordinal con opciones de respuestas numéricas de 1 a 5, donde 1 es la calificación más baja y 5 es la más alta. De igual forma, y con el propósito de que el encuestado respondiera de una manera más fácil, cada una de las alternativas numéricas referidas se asoció a una etiqueta de la siguiente forma: para la alternativa 5, la etiqueta MUY SATISFECHO, para 4, SATISFECHO, para 3, MODERADAMENTE SATISFECHO, para 2, POCO SATISFECHO y para 1, INSATISFECHO.

Gráfica 85. Nivel de satisfacción de los usuarios con el servicio prestado – DRH



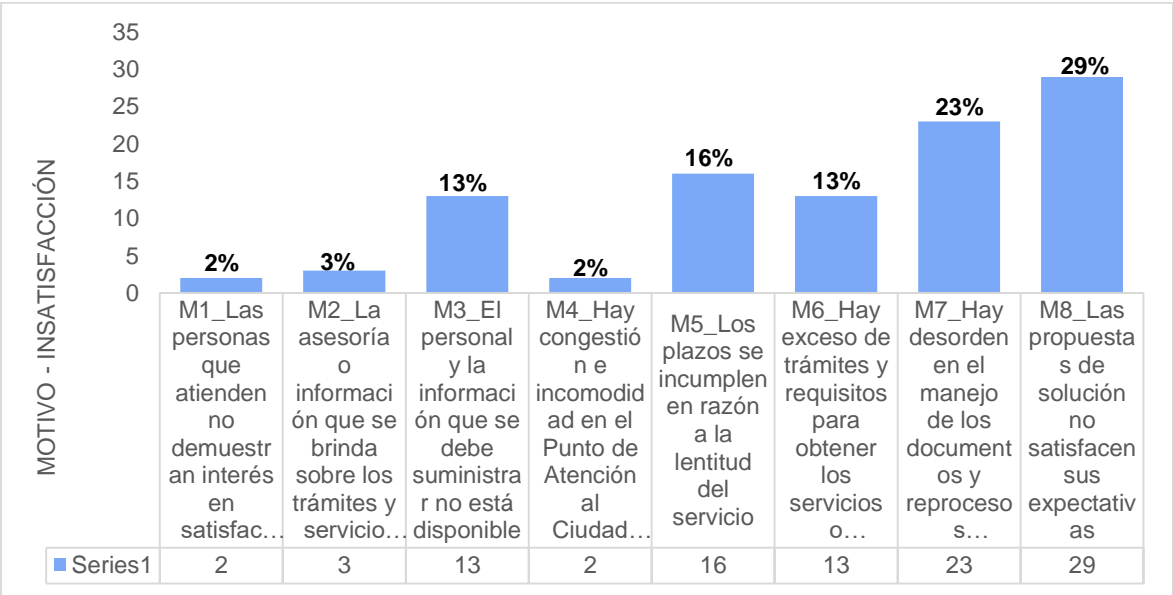
La respuesta de los ciudadanos encuestados anteriormente indica que el 24% manifiesta estar muy satisfecho con el servicio y atención brindados por la Dirección de Reasentamientos Humanos de la CVP, el 38% de los encuestados está satisfecho con la orientación, el 23% moderadamente satisfecho, el 10% de la población indica estar poco satisfecho y el 5% dice estar insatisfecho. Para realizar una ponderación de manera global con el proceso se tomaron como respuesta de alta satisfacción las calificaciones 4 y 5 y como respuestas de baja satisfacción, las calificaciones de 1, 2 y 3. La opinión de los encuestados de la Dirección de Reasentamientos expresa que la gran mayoría se encuentra satisfecha con su proceso, su direccionamiento con un porcentaje del 62% y el 38% de los encuestados manifiestan su indiferencia e insatisfacción que llevan en CVP. Dicho porcentaje puede obedecer a factor emocional del usuario, donde están mezcladas interacciones físicas, emocionales y psicológicas, constituye un indicador para determinar el grado de confianza del ciudadano en la gestión de la dependencia.

Gráfica 86. Población satisfecha e insatisfecha con el servicio – DRH



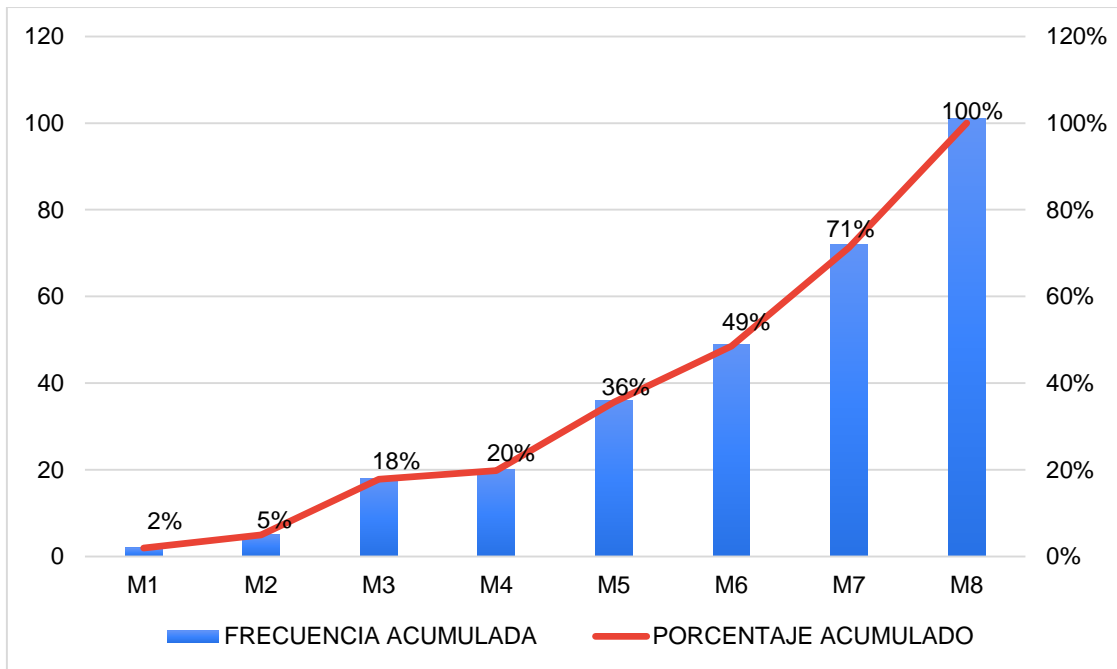
Como se mencionó con anterioridad, un 38% de los usuarios afirmó tener un bajo nivel de satisfacción con respecto al servicio prestado por la Dirección de Reasentamientos de la CVP. Al validar los motivos expresados por este porcentaje de la población indico 8 motivos con 101 razones que explican dicha inconformidad, el motivo con mayor insatisfacción es el motivo 8 que corresponde a las propuestas de solución no satisfacen sus expectativas con un porcentaje del 29% de los 111 encuestados así lo considero, el segundo motivo con mayor frecuencia de insatisfacción corresponde al motivo7 que indica hay desorden en el manejo de los documentos y reprocesos durante la prestación del servicio o ejecución del trámite con un porcentaje del 23% de los 111 encuestados opino de esta manera y el 16% de los 111 ciudadanos encuestados expreso su inconformidad con los plazos se incumplen en razón a la lentitud del servicio.

Gráfica 87. Motivos de baja satisfacción – DRH



De acuerdo con el Diagrama de Pareto, el 71% de los motivos de baja satisfacción obedecen a los aspectos descritos con anterioridad, hacia los cuales, en teoría, deben orientarse los esfuerzos de mejora a fin de generar un mayor impacto en la satisfacción de los usuarios.

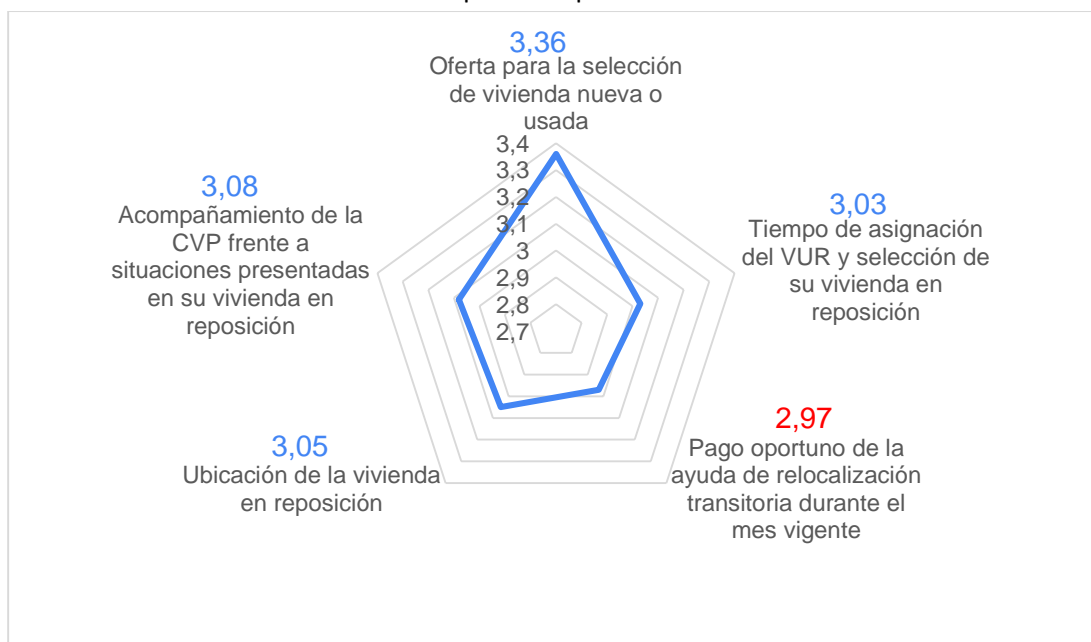
Gráfica 88. Diagrama de Pareto de los motivos de baja satisfacción – DRH



Otros indicadores de satisfacción los constituyen 5 preguntas específicas que preparó la DRH para evaluar el nivel de satisfacción con respecto a aspectos, instancias, acciones o etapas del proceso relacionadas con: a) Oferta para la selección de vivienda nueva o usada, b) Tiempo de asignación del VUR y selección de la vivienda en reposición, c) Pago oportuno de la ayuda de relocalización transitoria durante el mes vigente, d) Ubicación de la vivienda en reposición y e) Acompañamiento de la CVP frente a situaciones presentadas en la vivienda en reposición.

La calificación promedio de las preguntas específica fue de 3,10 en una escala igual a la empleada para medir la satisfacción general del usuario y que se explicó con anterioridad, situación que sugiere revisar algunos aspectos específicos en aras de establecer acciones de mejora continua en particular, el Pago oportuno de la ayuda de relocalización transitoria durante el mes vigente.

Gráfica 89. Calificación - Aspectos específicos del área misional – DRH



### 3.4. DISPONIBILIDAD Y USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES (TIC)

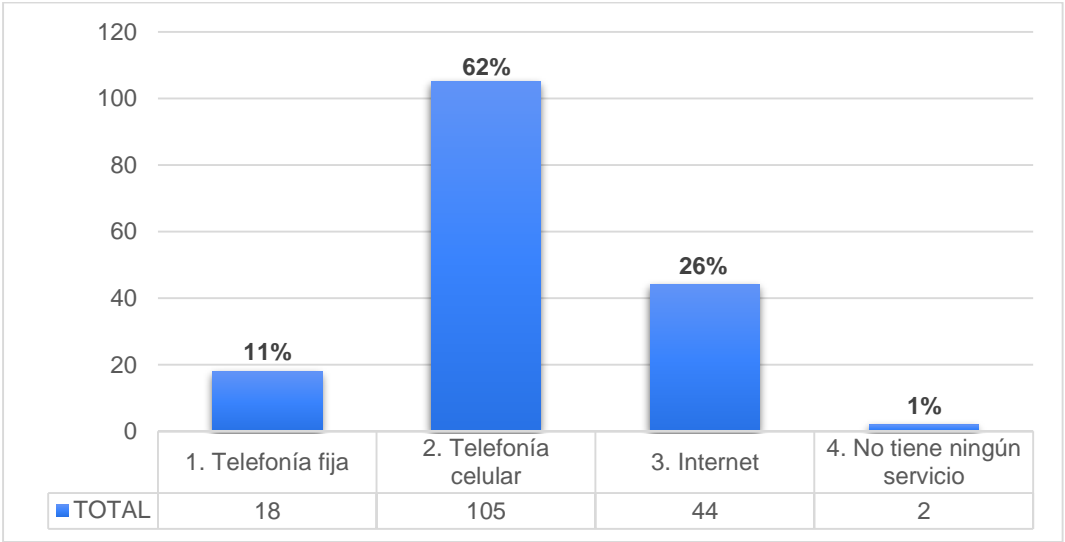
En la encuesta realizada a los usuarios del proceso de Reasentamientos, se indaga sobre el grado de apropiación de la tecnología y uso de las TIC. Validando la disponibilidad, acceso y uso de servicios de telefonía e Internet y la tenencia de dispositivos de comunicación. También se indagó sobre el uso de los canales o medios de comunicación con la CVP. Los resultados de la medición suministrarán información útil para plantear estrategias que fomenten una cultura y un mayor uso y apropiación de las TIC. De igual forma, la medición constituye un insumo importante para el proceso de diseño e implementación de trámites y servicios en línea que le faciliten a la ciudadanía el acceso a los mismos.

Al analizar los datos obtenidos de los indicadores básicos de TIC en los hogares encuestados, y tomando en consideración que hay preguntas que están conformadas por varios ítems y por lo tanto admiten una respuesta múltiple, se agruparon varios ítems y se encontró lo siguiente: que el 11% de los 111 encuestados manejan telefonía fija, el 62% indican tener una línea telefónica celular, el 26% manifestaron tener un servicio de internet en su lugar de vivienda y el 1% afirmó no tener ningún dispositivo.

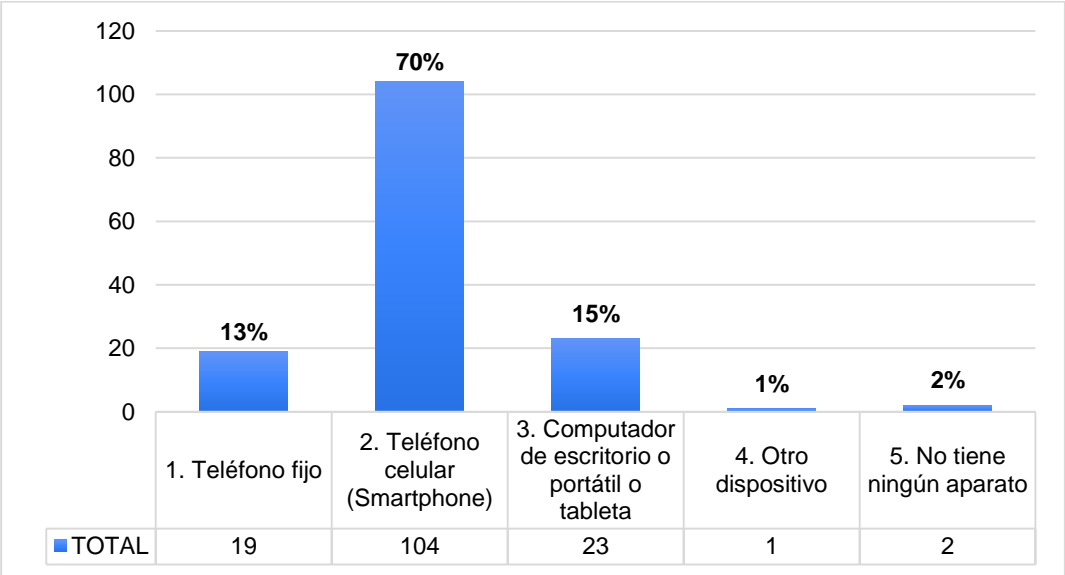
Al indagar sobre los dispositivos TIC, que poseen los ciudadanos encuestados se analiza por ítems separado (es decir por dispositivo ya que no son mutuamente excluyentes), y se evidenció que la gran mayoría dispone de un teléfono celular con un porcentaje del 70% el 15% tiene computador de escritorio, portátil o tableta y el 13% tiene teléfono fijo.

Para averiguar sobre la manera de cómo la población encuestada se conecta a Internet, se formuló una pregunta con múltiple respuesta teniendo en consideración que los ciudadanos pueden acceder a la red a través de varios modos (la mayoría de los ítems de la pregunta no son mutuamente excluyentes) y se encontró que el 53% accede a través de un plan de datos para su celular, el 28% de los encuestados cuenta con una red fija o wifi pagada y 14% manifiesta que no accede o usa el servicio de internet. El 67% de los 111 ciudadanos encuestados indican que utilizan el servicio todos los días, el 17% manifiesta que no accede a este servicio, el 11% lo utiliza una vez a la semana y el 5% de los ciudadanos encuestados indican que ingresa varios días a la semana. El 40% de los encuestados emplea la red para acceder a su correo electrónico y redes sociales, el 36% lo usa como herramienta de estudio o trabajo, el 23% usa el Internet con fines de entretenimiento y el 1% ingresa a la red para realizar transacciones o tramites con entidades públicas o privadas.

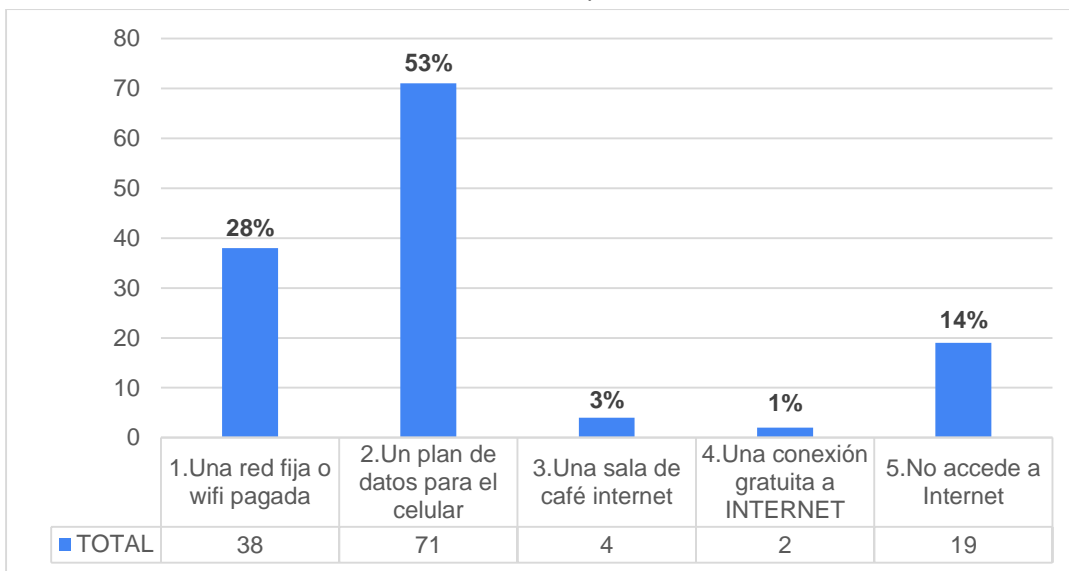
Gráfica 90. Servicios de telefonía e Internet de la población – DRH



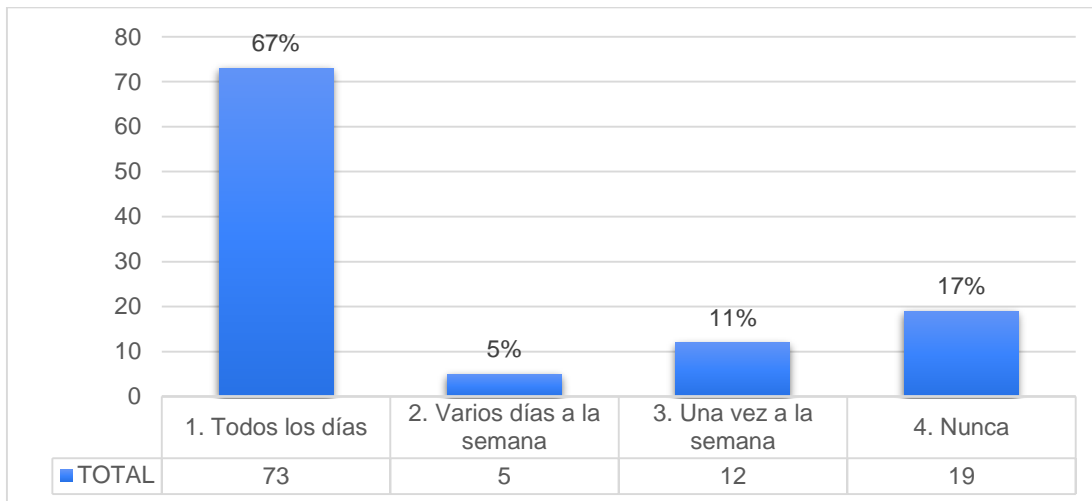
Gráfica 91. Disposición de dispositivos TIC de la población – DRH



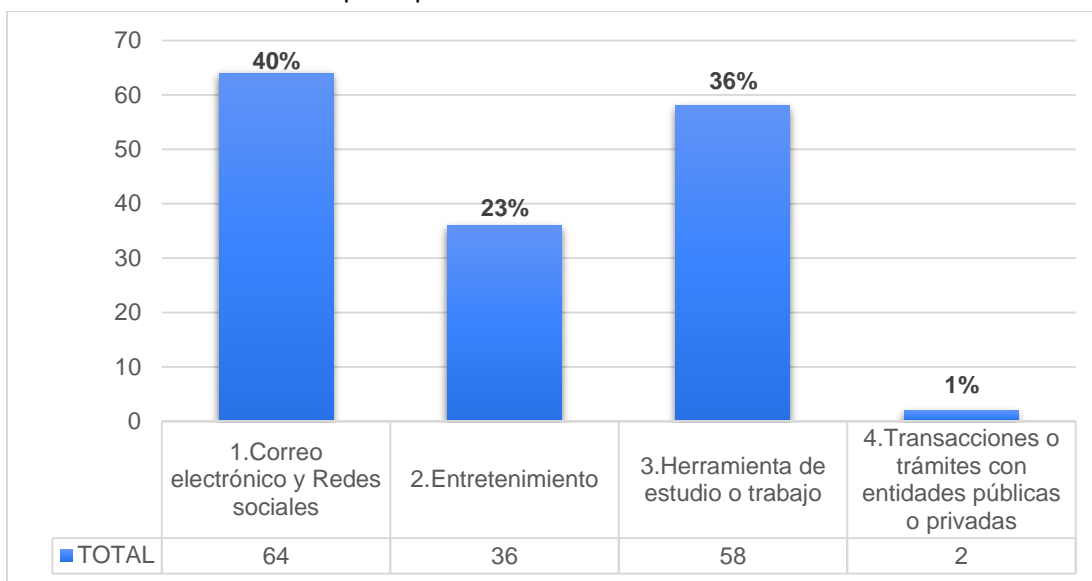
Gráfica 92. Forma de acceso de la población a Internet – DRH



Gráfica 93. Frecuencia de acceso de la población a Internet – DRH



Gráfica 94. Uso que la población encuestada hace del Internet – DRH



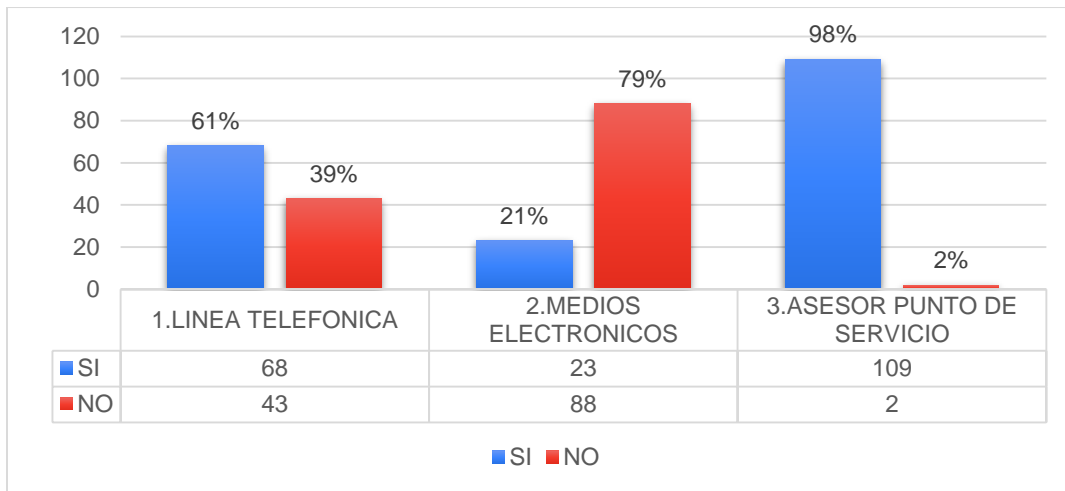
Otro aspecto relevante de la encuesta consistió en medir la forma como los ciudadanos se comunican con la CVP. El canal más frecuentado por el usuario fue el presencial (asesor en punto de atención), un 98% de los 111 encuestados así opinó. Para el caso del canal telefónico el porcentaje corresponde al 61% de los 111 ciudadanos encuestados y para el canal de medios electrónicos de genero un porcentaje del 21% lo que rectifica que los ciudadanos ya están empleando esta herramienta como canal de consulta.

Reconociendo la importancia de manejar una buena comunicación e intercambio de información con el ciudadano impacta en gran medida en el buen desarrollo del proceso, se indagó sobre la utilidad de los canales e información transmitida y si el usuario volviese a usar cada uno de dichos canales. El medio que más útil le pareció al usuario y que volvería a usar, fue el presencial con una participación del 95% de utilidad y con 100% de los encuestados lo volverían a utilizar, en seguida del canal telefónico con una utilidad del 51% y según los encuestados lo utilizarían nuevamente con un porcentaje del 53% y el canal electrónico lo encontraron útil el 14% y lo volverían a utilizar un porcentaje del 17% de esta manera opino los ciudadanos encuestados.

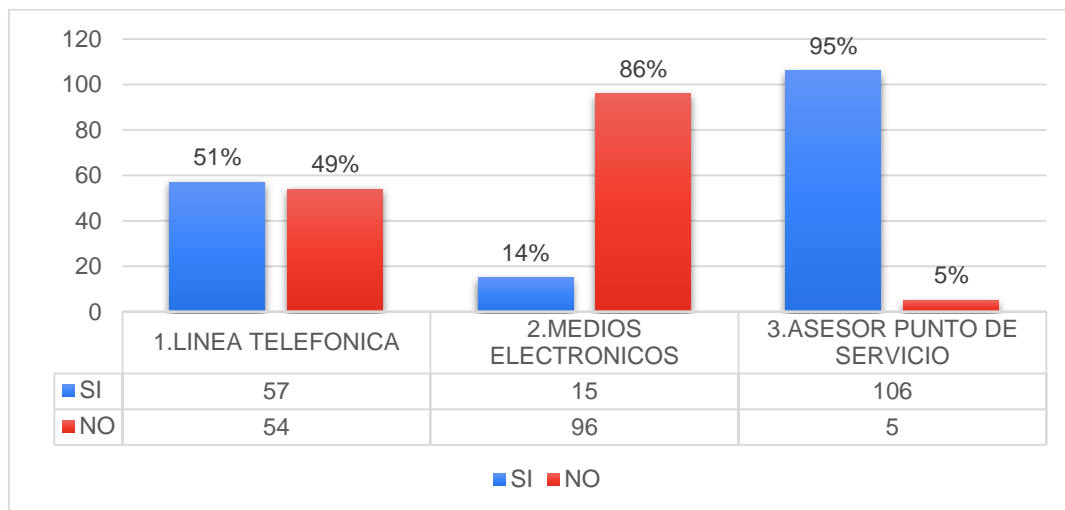
Es indudable que el canal presencial es el medio por excelencia que frecuentan los ciudadanos, y si bien es cierto que la mayoría de la población encuestada ya cuenta con dispositivos de comunicación y acceso a Internet, al parecer el usuario se resiste a aplicar este tipo de tecnologías para contactar a la entidad, quizás por desconocimiento o por falta de confianza. Esta situación constituye una oportunidad para fortalecer la capacidad de la organización de comunicarse con el usuario a través de la promoción y desarrollo de otros canales que fomenten la participación ciudadana y que permitan apropiar a las TIC de una mejor manera.



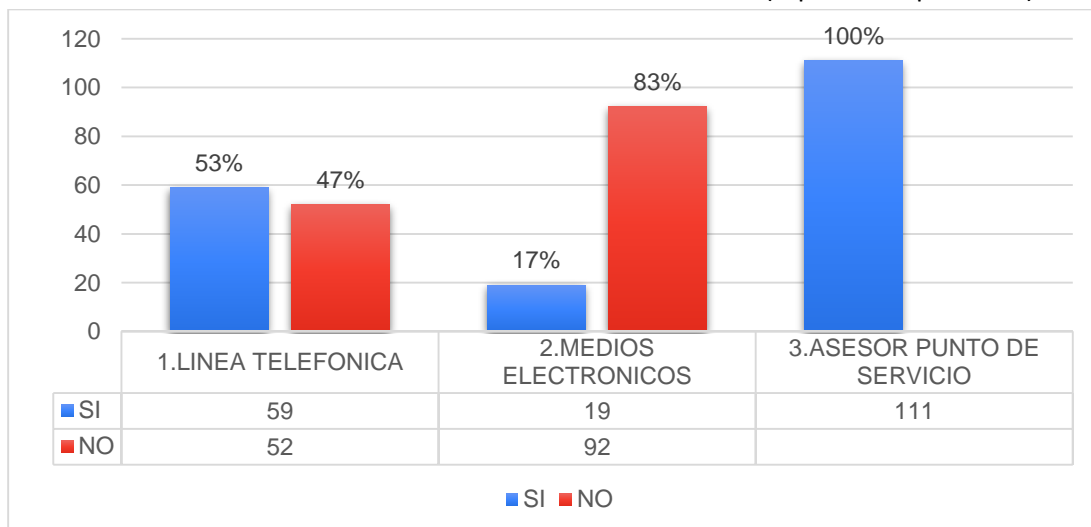
Gráfica 95. Uso de los canales de comunicación – DRH



Gráfica 96. Utilidad de la información suministrada de los diversos canales de comunicación – DRH



Gráfica 97. Habitualidad del uso de los canales de comunicación (repetir la experiencia) – DRH



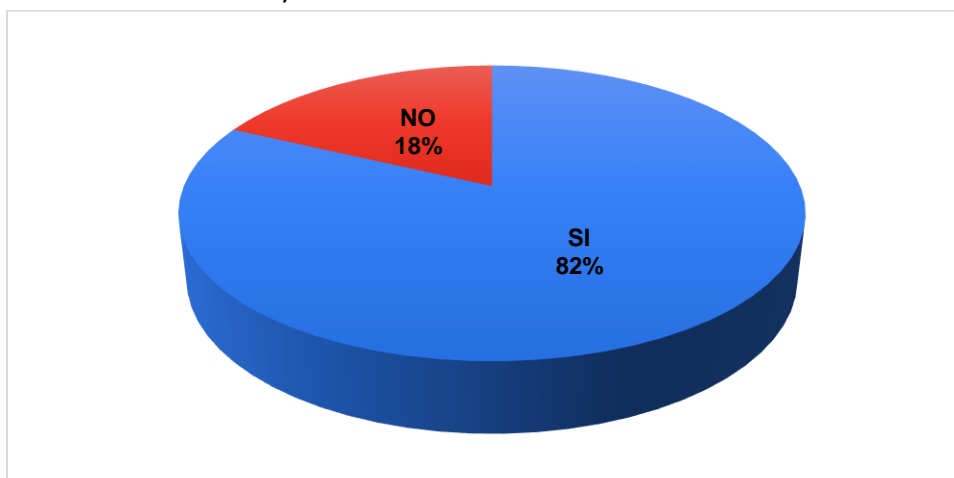
### 3.5. MEDICIÓN DEL EFECTO DE LA INFORMACIÓN SUMINISTRADA A LOS CIUDADANOS SOBRE GRATUIDAD DE TRÁMITES Y SERVICIOS Y LA NO RECURRENCIA A INTERMEDIARIOS

Durante la presente vigencia y dando continuidad a los esfuerzos de fortalecimiento de la transparencia y la prevención de la corrupción, se organizó una campaña institucional a través de medios presenciales y virtuales sobre la gratuidad de los trámites y servicios y lo innecesario de los intermediarios. Se adelantaron acciones con un fin determinado, es decir, se informó y sensibilizó a la ciudadanía para que no sea víctima del abuso por parte de servidores públicos que realizan cobros indebidos, mediaciones ilegales o prácticas no éticas para realizar trámites y prestar servicios. El fin último es que el ciudadano conozca y comprenda estos mensajes, que sea precavido y que cada vez esté más informado sobre las normas y requisitos de los trámites y servicios que presta la CVP.

Para evaluar el grado de conocimiento y comprensión de los mensajes de gratuidad y de no recurrir a intermediarios, en el marco de la presente encuesta se realizaron tres preguntas a los ciudadanos de la Dirección de Reasentamientos Humanos, aclarando que, si la primera de dichas preguntas era respondida de manera negativa, es decir, que el ciudadano no obtuvo los mensajes referidos, no se evaluaban las siguientes dos preguntas.

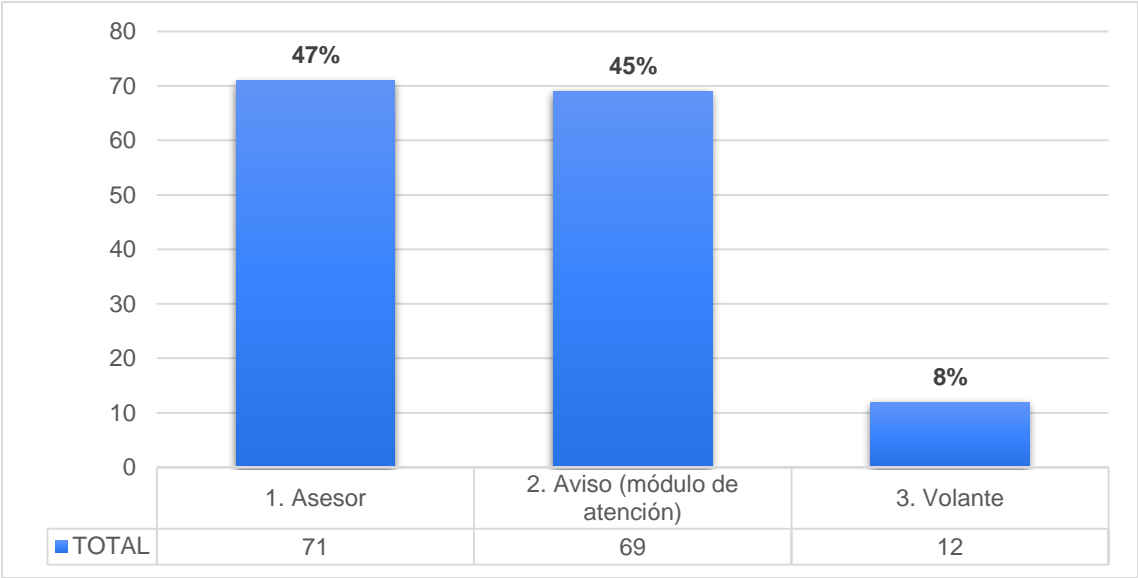
Como se explicó anteriormente, la primera de las preguntas consistió en averiguar si durante el presente año el ciudadano ha recibido información o se ha enterado sobre la gratuidad de los trámites y servicios en la CVP y lo innecesario de los intermediarios para acceder a dichos trámites y servicios. La gran mayoría que corresponde al 82% de los usuarios encuestados de la Dirección de Reasentamientos Humanos, contestó de manera afirmativa, y el 18% de los visitantes, manifestaron no haber recibido la información respectiva o no haberse enterado por algún medio virtual o presencial.

Gráfica 98. Porcentaje de personas que recibieron información sobre la gratuidad de trámites y servicios y lo innecesario de los intermediarios – DRH



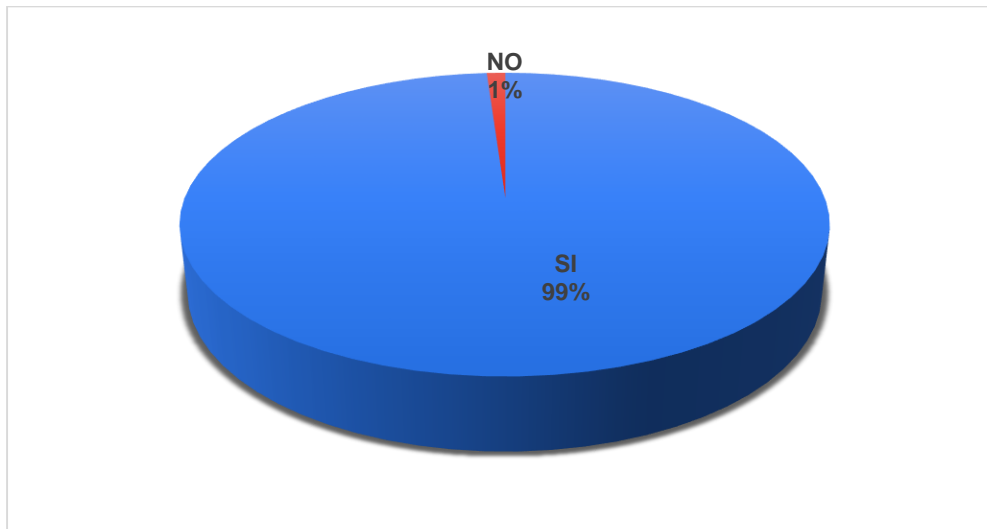
La segunda pregunta examinó el medio a través del cual el ciudadano había obtenido la información, esta pregunta consideró 5 opciones con múltiple respuesta, es decir, opciones que no son mutuamente excluyentes (Asesor, Aviso en el módulo de atención, Volante, Página WEB CVP, Cartelera digital CVP). Los resultados obtenidos fueron los siguientes: el 47% de los ciudadanos encuestados manifestó haber recibido información del asesor, el 45% de los visitantes se enteró a través del aviso localizado en cada uno de los módulos de atención de servicio al ciudadano y el 8% de los ciudadanos encuestados manifestaron enterarse a través de volantes. Los resultados obtenidos en la encuesta son de gran utilidad para adelantar o plantear estrategias de divulgación al ciudadano que fomenten un mayor uso de los medios virtuales.

Gráfica 99. A través de que canal el ciudadano obtuvo la información sobre la gratuidad de trámites y servicios y lo innecesario de los intermediarios – DRH



La tercera pregunta de esta temática se orientó a conocer si el ciudadano que recibió el mensaje lo entendió. El 99% de los usuarios de la Dirección de Reasentamientos Humanos contestó de manera afirmativa, es decir que sí comprendió el mensaje de gratuidad y de no acceso a intermediarios y un 1% de los encuestados indicó no comprender el mensaje. Se consideró que este último grupo de personas no comprendieron el mensaje, situación que sugiere que es probable que se necesite proveer más información al ciudadano, asegurarse de que la comprenda a cabalidad y obtener la retroalimentación de los usuarios sobre casos particulares de estas temáticas de anticorrupción y transparencia. Como se mencionó anteriormente, un 18% de los encuestados no recibió la información de gratuidad o no la advirtió y por ende no la comprendió.

Gráfica 100. Porcentaje de ciudadanos que comprendieron los mensajes de gratuidad de trámites y servicios y de no acceso a los intermediarios – DRH



### 3.6. SEGUIMIENTO A PETICIONES QUEJAS O RECLAMOS EN CVP

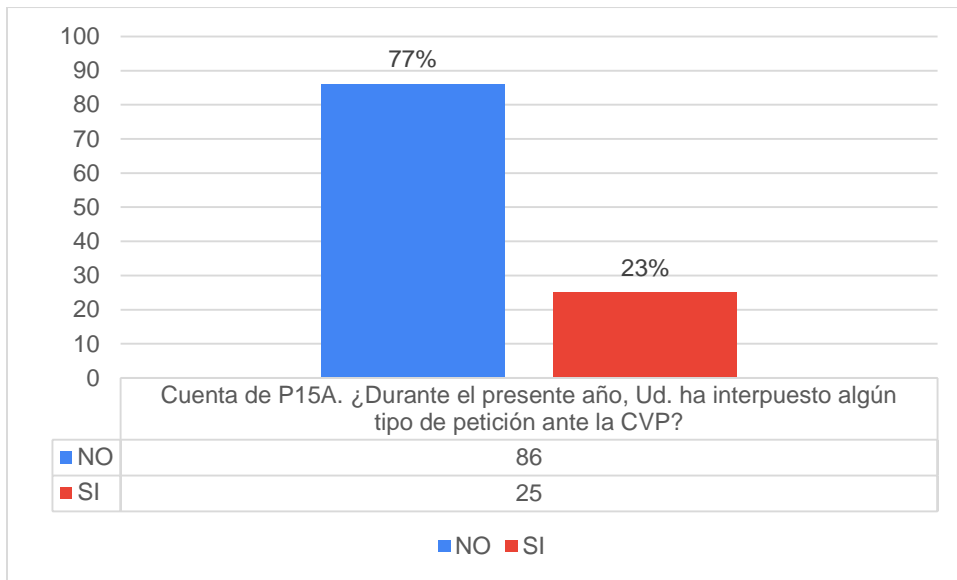
Al ser indagados los ciudadanos del programa de Dirección de Reasentamientos Humanos, si durante el último año el ciudadano a interpuesto algún tipo de petición ante la CVP. Se indica para ello lo siguiente. A ¿Durante el presente año, Ud. ha interpuesto algún tipo de petición ante la CVP? SI LA RESPUESTA ES NEGATIVA se da por terminada la encuesta. B. ¿La respuesta que le dieron fue oportuna, es decir dentro de los términos? C ¿La respuesta que le dieron fue de fondo, es decir que le respondieron lo que solicitó o preguntó? D. ¿La respuesta que le dieron fue clara, es decir que la respuesta fue fácil de comprender?, E ¿La respuesta que le dieron fue cálida?

Al formular la pregunta si los ciudadanos han interpuesto algún tipo de petición durante el último año se obtuvo un porcentaje del 77% negativo y 23% positivo, esta participación con 111 ciudadanos encuestados.

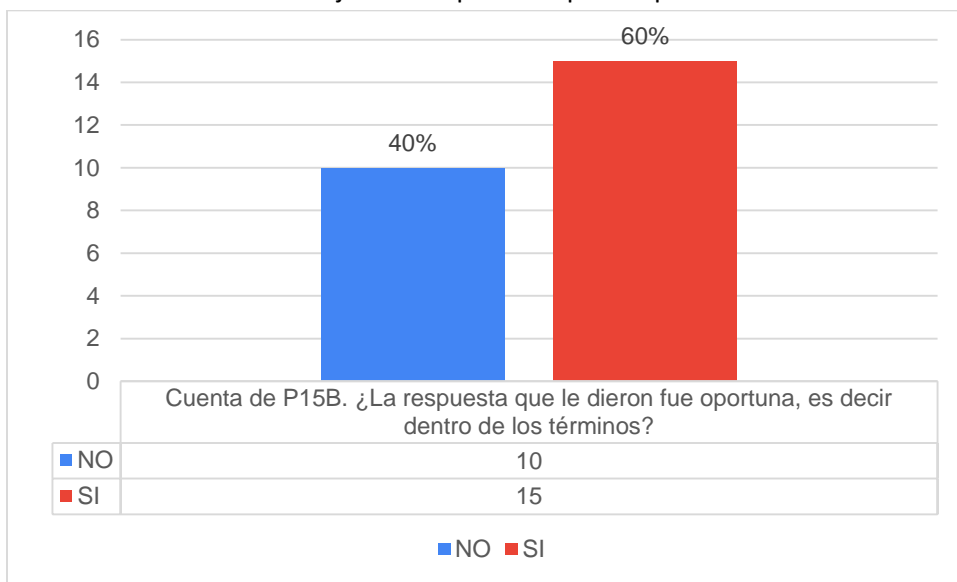
Al indagar a los ciudadanos que, si interpusieron algún tipo de petición ante la CVP, se indaga en si la respuesta que le brindaron fue oportuna dentro de los tiempos establecidos y se tiene un porcentaje de satisfacción del 60% y 40% manifiesta que no fue dentro del tiempo establecido. Con el mismo porcentaje de participación los ciudadanos indicaron que la respuesta brindada no cumple con lo que pregunto.

Se indaga si la respuesta brindada por CVP. Fue fácil de comprender es su contexto y los ciudadanos encuestados indican con un porcentaje favorable del 56% y el 44% manifiesta que la respuesta no es clara. Por último, se valida si la respuesta emitida por la entidad es de calidad cumple con el contexto del proceso que lleva y se obtiene 60% de satisfacción en la respuesta brindada por CVP y un 40% que manifiesta no tener claridad en la respuesta.

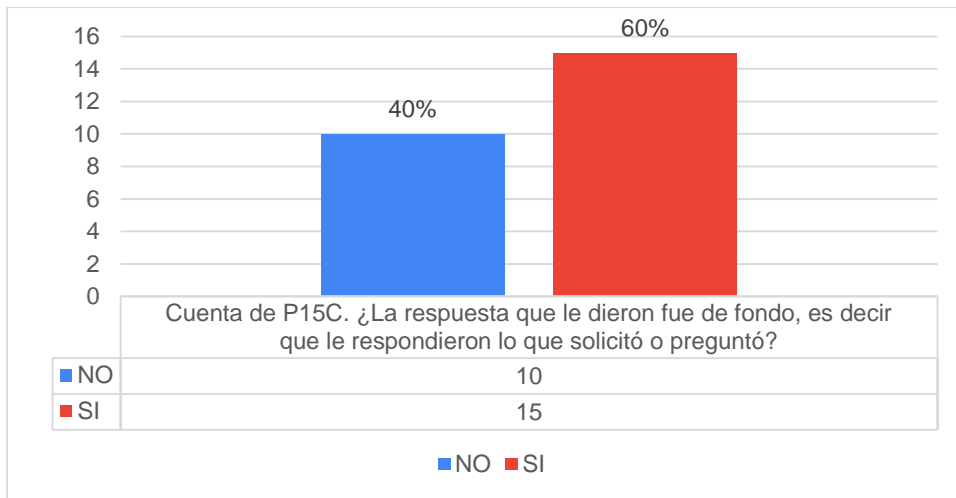
Gráfica 101. Porcentaje de ciudadanos que interpusieron algún tipo de petición – DRH



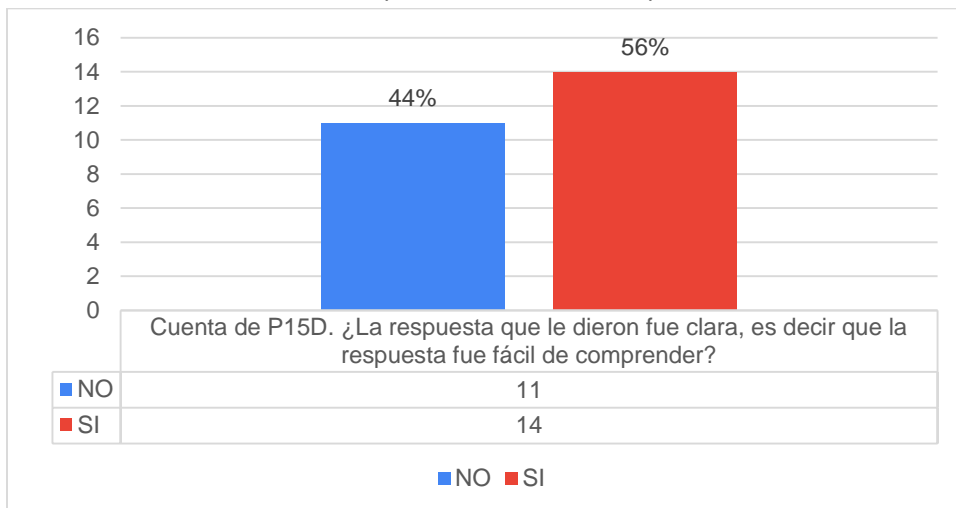
Gráfica 102. Porcentaje de tiempo de respuesta por la entidad - DRH



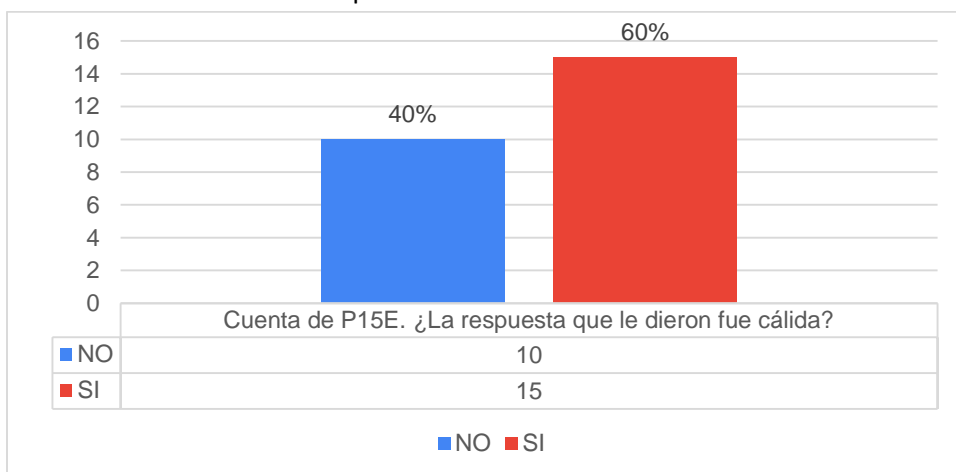
Gráfica 103. La respuesta cumple con lo que pregunto el ciudadano –DRH



Gráfica 104. La respuesta es fácil de comprender- DRH



Gráfica 105. La respuesta suministrada fue de calidad –DRH



#### **4. MEJORAMIENTO DE BARRIOS – CVP**

En aras de promover la participación ciudadana y cumplir con la rendición de cuentas permanente a la comunidad, adicional, el control social y la adopción de los principios de Buen Gobierno, la Dirección Misional de Mejoramiento de Barrios con Participación Ciudadana de la Caja de la Vivienda Popular, adelantó una jornada de socialización de la ejecución del contrato 1125 de 2020, ejecutado en el barrio San Martín de Loba de la localidad de Usaquén, donde se realizó la presentación de informe de avance a la ciudadanía y entrega de obras y firma del acuerdo de sostenibilidad por la Entidad y representantes de la comunidad.

La jornada se llevó a cabo el día 20 de mayo de 2021, donde se comunicó el alcance y los beneficios que tendrá la comunidad gracias a las intervenciones que adelantó la administración en este punto de la ciudad. (I) actualización de estudios & diseños y construcción de 305,6 metros cuadrados (II) adecuación de andenes, (III) mejora de redes de servicios públicos, (IV) construcción de mobiliario urbano, (V) muros de estabilidad, (VI) terrazas y barandas de protección entre otras.

El evento de socialización contó con la presencia de la directora de Mejoramiento de Barrios de la Caja de la Vivienda Popular, Laura Marcela Sanguino, la Junta de Acción Comunal del barrio San Martín de Loba, contando con la presencia aproximada de 30 ciudadanos en su mayoría los beneficiados directos de las obras.

Durante la socialización e informe de gestión, la directora de mejoramiento de barrios señaló que: “las obras en San Martín de Loba hacen parte del paquete de intervenciones de la vigencia 2021 que dignifican el acceso a las viviendas, pero además reverdecen el espacio público mejorando el aspecto del barrio y sus condiciones físicas. Adicionalmente, durante la ejecución de obras, el programa de mejoramiento acompañó desde el componente social acciones para mejorar el manejo de basuras y ambiente en el sector”, recalcó Sanguino.

##### **4.1. OBJETIVO ESTRATEGICO DE LA MISIONALIDAD DE LA DIRECCIÓN DE MEJORAMIENTO DE BARRIOS CON PARTICIPACIÓN CIUDADANA**

Desarrollar intervenciones y procesos integrales y participativos de mejoramiento del hábitat para elevar la calidad de vida de los sectores populares, contrarrestar la segregación socio espacial y garantizar la apropiación ciudadana y sostenibilidad de los entornos barriales.

##### **4.2. OBJETIVO DE LA CARACTERIZACIÓN PROCESO MEJORAMIENTO DE BARRIOS.**

" Ejecutar las intervenciones de espacio público priorizadas por la secretaria Distrital del Hábitat de barrios legalizados en UPZ de mejoramiento integral con los recursos asignados, a través de la planificación, formulación, ejecución, liquidación y estabilidad y sostenibilidad de las obras, para contribuir al Programa de Mejoramiento Integral de Barrios".

### 4.3. CIFRAS DE EJECUCIÓN PRESUPUESTAL PRESENTADA

A continuación, se relacionan los recursos del contrato en mención ejecutado en la localidad de Usaquén:

Tabla 20 – Recursos de contrato ejecutado en localidad Usaquén

CONTRATO	LOCALIDAD	NUMERO SEGMENTOS VIALES	POBLACION A BENEFICIAR	VALOR DE LA OBRA	% PARTICIPACION PRESUPUESTO CVP
1125 DE 2020	San Cristóbal	1	300 personas	\$ 267.000.000	100%

Nota: Los valores ejecutados pueden surtir ajustes en la etapa de liquidación de contratos.

Ilustración 1 – Registro fotográfico evento Localidad Usaquén







fuelle: \\10.216.160.201\barrios\Soporte de Productos Contrato Prestación de Servicios DMB - 2020\ENLACE COMUNICACIONES.

#### **4.4. DIVULGACIÓN EN WEB - DISTRITO ENTREGA OBRAS DE MEJORAMIENTO DE BARRIOS EN SAN MARTÍN DE LOBA SAN CRISTOBAL**

La intervención realizada por la Caja de la Vivienda Popular beneficia a más de 300 ciudadanos. Adecuación de redes hídricas, muros de estabilidad, construcción de terrazas, andenes, escaleras y materas fueron construidas en la zona.

Bogotá 09 de julio 2021 prensa – CVP: La Entidad informó que las obras de mejoramiento de barrios alcanzaron los 267 millones de pesos de inversión.

La Alcaldía Mayor de Bogotá a través de la Caja de la Vivienda Popular sigue transformando el espacio público en sectores vulnerables de la ciudad. Recuperar la zona ambientalmente y convertir este lugar en un entorno seguro y limpio, fueron los principales objetivos.

En la zona se construyeron 300 metros cuadrados de nuevo espacio público para uso exclusivo del peatón, adecuación de redes hídricas, muros de contención, construcción de terrazas, andenes, escaleras y materas. Además, la entidad trabajó con los vecinos para transformar de manera integral el sector y mejorar ambientalmente el lugar.

“Es importante exponer que durante la obra se adelantaron acciones sociales con entidades y comunidad, logramos gracias al trabajo de la CVP articular con entidades como; Promoambiental, Jardín Botánico, Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos - UAESP, Secretaría Distrital del Hábitat y Alcaldía Local de San Cristóbal, entre otras, constituimos un escuadrón ambiental de voluntarios para la zona”, recalcó Laura Marcela Sanguino, directora de mejoramiento de barrios de la CVP.

Otros logros alcanzados con la intervención de la CVP y comunidad fueron; la recuperación de un punto crítico de basuras y la mejora ambiental del sector, lo que se tradujo en un entorno más seguro y limpio.

“Hoy entregamos una de las primeras obras del paquete de intervenciones vigencia 2021. Esta intervención dignifica el acceso a las viviendas, pero además reverdece el espacio público mejorando el aspecto del barrio y sus condiciones físicas. Adicional, el programa de mejoramiento

acompañó desde el componente social acciones para mejorar el manejo de basuras y ambiente en el sector”, recalcó Sanguino.

“Quiero agradecer a la Caja de la Vivienda por la obra que acabo de hacer, ya que es un beneficio para la comunidad y para mí. En realidad, no había obra, sino un basurero, ¡mil gracias a todos!”, expresó Yuly Martínez, habitante del barrio desde hace 11 años.

La entrega de obras culminó con la firma de un ‘Acuerdo de sostenibilidad’, que compromete a la ciudadanía en general, organizaciones sociales y ambientales a proteger el nuevo espacio público construido por la administración.

En total la administración de Claudia López dejará a Bogotá, desde el programa de mejoramientos de barrios, 137 intervenciones en ocho localidades, la meta establecida en el Plan de Desarrollo Distrital construir 90.000 metros cuadrados de nuevo espacio público y beneficiar a más de 8000 ciudadanos.

Guía de trinos: Distrito entrega obras de mejoramiento de barrios en San Martín de Loba San Cristóbal, a continuación, las cuentas por destacar:

@Promoambiental\_; @JBotanicoBogota; @Uaesp; @habitatbogota; @LocSanCristobal

- #BuenasNoticias @Bogota no se detiene, trabajamos para garantizar espacio público digno. A través de la @CVPbogota se entregan 300 m2 de nuevo espacio público en @LocSanCristobal barrio San Martín de Loba, somos #SectorHabitat
- Así avanza la construcción de obras de mejoramiento de barrios en @Bogota, en San Martín de Loba - San Cristóbal la @CVPBogota realizó adecuación de redes hídricas, muros de estabilidad, construcción de terrazas, andenes, escaleras y materas. @habitatbogota
- Más obras para @Bogota a través de la @CVPBogota seguimos transformando el espacio público en sectores vulnerables. Hoy entregamos nuevo espacio público en San Martín de Loba @LocSanCristobal.

Logramos recuperar ambientalmente el sector, hoy es un entorno más seguro y limpio

- En San Martín de Loba, San Cristóbal la @bogota construyó 300 m2 de nuevo espacio público exclusivo para el peatón. Adicional, la @CVPBogota trabajó con la ciudadanía para transformar de manera integral el sector.
- "Quiero agradecer a @CVPBogota por la obra que acabó de hacer, ya que es un beneficio para la comunidad y para mí. En realidad, no había obra, sino un basurero, ¡mil gracias a todos!", expresó Yuly Martínez, habitante del barrio desde hace 11 años.

La entrega de obras concluyó con la firma de un ‘Acuerdo de Sostenibilidad’ entre la Caja de la Vivienda Popular y líderes de la comunidad, que consiste en proteger, vigilar la obra y mantener diálogo permanente con la entidad para supervisar y reportar alguna novedad frente a la calidad de esta.

## Ilustración 2 - Registro fotográfico Antes y Después



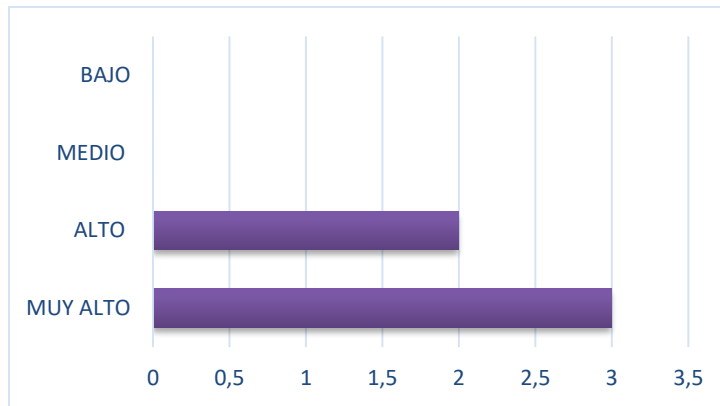
### 4.5. EVALUACIÓN DEL EVENTO

Como resultado de la evaluación con la ciudadanía y/o rendición de cuentas, para mejorar y fortalecer los procesos de comunicación de la Entidad con la Comunidad, conforme a las exigencias de la ley de transparencia 1712 de 2014. Así como los retos, de contar con ciudadanos bien informados acerca de la gestión pública realizada, se efectuaron “encuestas de evaluación del evento”.

El resultado de la encuesta es la percepción que la entidad de manera eficaz y recíproca obtiene buenos resultados a la hora de plantear y realizar las actividades durante los encuentros con la ciudadanía. Evaluando los siguientes aspectos para tener en cuenta:

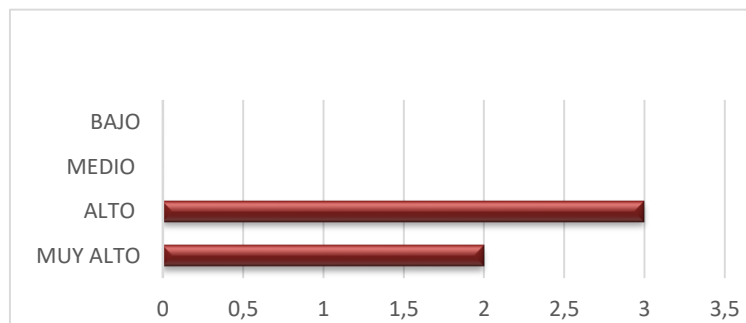
Percepción respecto a la atención a la ciudadanía durante la ejecución de la obra: Este ítem hace referencia a la eficacia, eficiencia y oportunidad a la atención brindada a la comunidad a través de los diferentes canales dispuestos por el contratista para dicho fin, frente a este punto se evalúa la disposición tanto del sitio ubicado por el contratista para la atención de PQRS como de las profesionales sociales que acompañaron el proceso. En este punto, se identificó una calificación MUY ALTA, lo cual pone en evidencia que la ciudadanía tuvo una buena percepción respecto a la atención dada durante el desarrollo de la obra.

Gráfica 106. Percepción respecto a la Atención a la ciudadanía durante la ejecución de la Obra



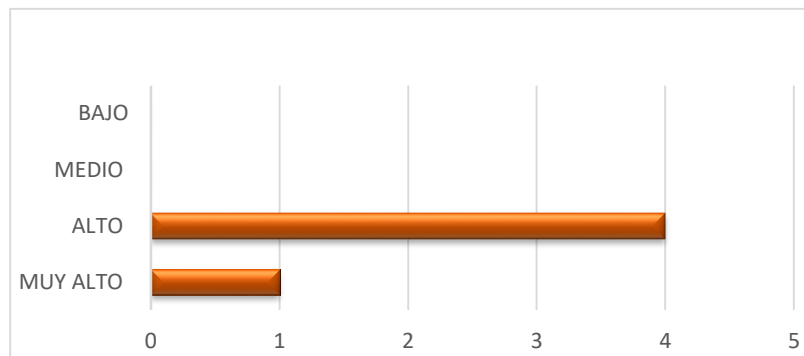
Percepción respecto a la participación de la comunidad durante la ejecución de la obra: Respecto a este punto, se evalúa la participación de la comunidad durante los eventos convocados a lo largo del proyecto, permitiendo evidenciar el éxito de las convocatorias y el interés de la población para con las obras adelantadas en el sector. Teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado, como resultado de esta evaluación, se obtuvo una calificación ALTA, seguida de MUY ALTA, lo cual permite evidenciar que la comunidad fue muy participativa durante las actividades convocadas durante el proceso constructivo.

Gráfica 107. Percepción respecto a la participación de la comunidad durante la ejecución de la Obra



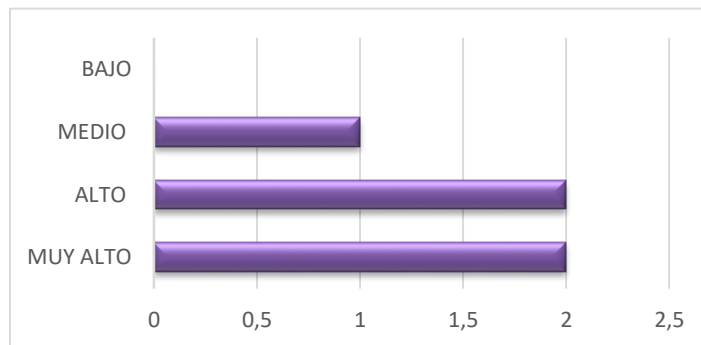
Percepción respecto a la obra entregada: Para este ítem, se toma como referencia la satisfacción y el efecto para con el resultado obtenido respecto a materiales, acabados y otros factores que inciden en el proceso constructivo; es así, que para esta evaluación el resultado fue ALTO, seguido de MUY ALTO, poniendo en evidencia el éxito de la obra desarrollada en el sector y la satisfacción de la población frente a dicho proceso.

Gráfica 108. Percepción respecto a la Obra entregada



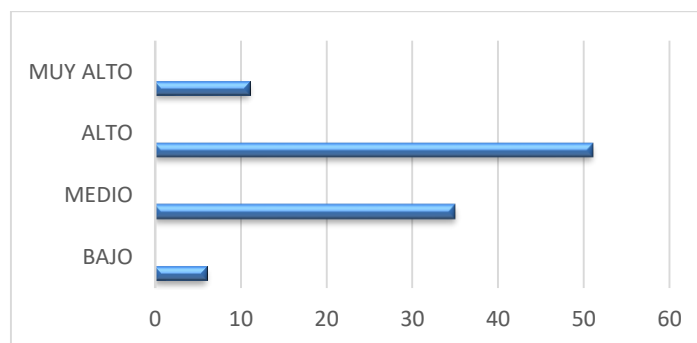
Percepción del impacto que genera la obra: Aquí, se pretende medir el impacto generado por la obra a la comunidad respecto a calidad de vida, niveles de seguridad, valorización de predios, movilidad, entre otros. Por otro lado, se enfoca en el cuidado y sostenibilidad de las obras, con el fin de generar un sentido de pertenencia respecto al proceso desarrollado. Tomando como referencia lo anteriormente mencionado, la calificación para este ítem es de ALTO y MUY ALTO, poniendo en evidencia que la comunidad se encuentra satisfecha con el impacto generado por la obra en el sector, comprometiéndose a su cuidado y sostenibilidad.

Gráfica 109. Percepción de Impacto que genera la Obra



Una vez evaluado el evento y el proceso adelantado en el barrio SAN MARTÍN DE LOBA, se concluye el presente informe con un resultado satisfactorio de las actividades realizadas, lo cual generó un reconocimiento a nivel distrital y local de la Entidad y visualización de intervenciones realizadas en el sector y la localidad de San Cristóbal.

Gráfica 110. Evaluación de Encuentro



## 5. CONSOLIDADO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO

En el desarrollo de las metodologías empleadas en el informe de SATISFACCIÓN CIUDADANIA 2021 empleadas tanto por el proceso de Servicio al Ciudadano como la Dirección de Mejoramientos de Barrios para determinar las métricas de percepción sobre un determinado proceso que presta la CVP.

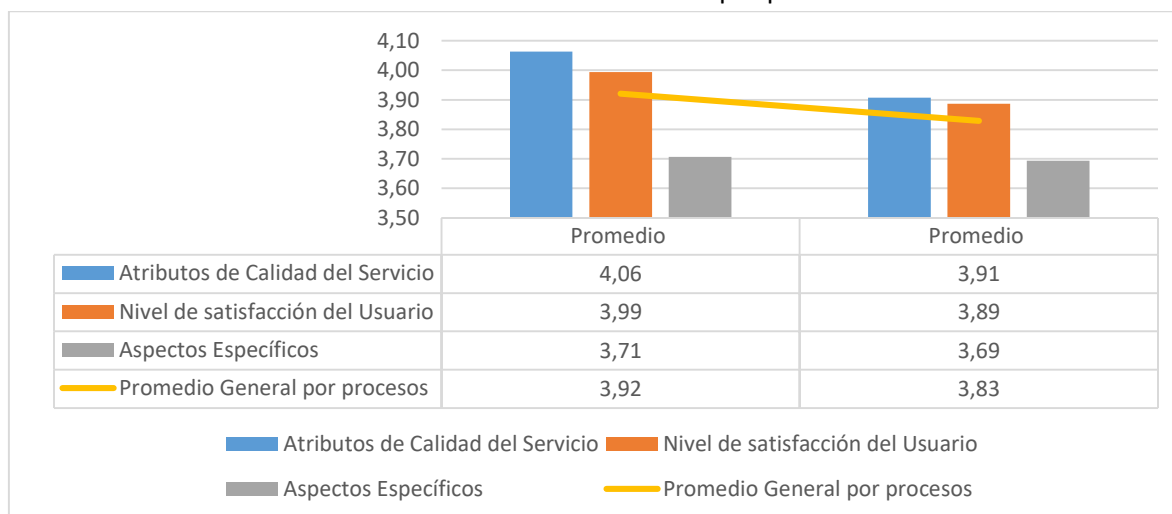
Se toma como medida la consolidación de datos obtenidos en la calidad respecto de atributos, aspectos comunes y específicos del servicio como satisfacción del usuario. Se emplea tres métricas distintas en una escala de 1 a 5 y cuyas calificaciones se explicaron anteriormente. La calificación consolidada para la Dirección de Urbanización y Titulación fue 3,87, Para la Dirección de Mejoramiento de Vivienda 4,4 y para la Dirección de Reasentamientos Humanos fue de 3,50. La calificación promedio considerando las 3 métricas y los tres procesos, sin establecer un peso específico fue de 3,92

Tabla 21. Consolidado de la calidad del servicio, la satisfacción del usuario de los aspectos específicos

Métricas Por Proceso	DUT	DMV	DRH	Promedio
Atributos de Calidad del Servicio	3,91	4,54	3,74	4,06
Nivel de satisfacción del Usuario	3,88	4,45	3,65	3,99
Aspectos Específicos	3,81	4,21	3,1	3,71
Promedio General por procesos	3,87	4,4	3,50	3,92

En el desarrollo del presente informe se puede evidenciar que el servicio prestado por la entidad mejoro con un valor del 0,09 respecto a la vigencia del año 2020 ya que se obtuvo un promedio del 3,83 en el año inmediatamente anterior.

Gráfica 111. Promedio Métricas por proceso

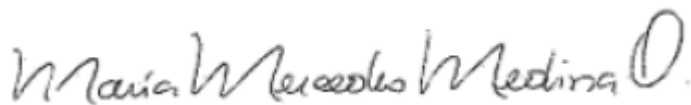


## 6. CONCLUSIONES

- En el desarrollo del presente INFORME SATISFACCIÓN CIUDADANIA 2021, la CVP preserva su ética de calidad llevando sus 5 procesos misionales y encaminados en el diagrama de flujo.
- Se identifica que la población que se acerca a la entidad corresponde a un rango de edad entre 40 a 70 años y que su escolaridad en la mayoría de los casos es la educación básica (primaria).
- En el desarrollo del presente informe se percibe que la ciudadanía está adoptando con más frecuencia el uso de la tecnología, lo que podría ser un paso de gran magnitud que la entidad fomente el uso de la página web para ir adelantando tramites y servicios.
- Se identifica una percepción positiva por parte de la ciudadanía, sobre los impactos que genera las obras en las localidades seleccionadas por el distrito en cuanto su mejor calidad de vida, movilidad, seguridad en la zona, convivencia entre otros.

## 7. OBSERVACIONES

- Seguir fomentando el dialogo y participación de los ciudadanos con los servicios prestados por la Caja Vivienda Popular e indicar que cada uno de los servicios que presta son completamente gratuitos y que no requieren de intermediario.
- Emplear un lenguaje, ético y respetuoso con el ciudadano para que comprendan los mensajes emitidos por la entidad y tener una satisfacción de servicio 100% de cada proceso que llevan con la entidad.
- Promover y resaltar los derechos y deberes que tiene el ciudadano y de la misma manera identificar la corresponsabilidad que tiene la entidad.



**MARÍA MERCEDES MEDINA OROZCO**  
Directora de Gestión Corporativa y CID