

**MEDICIÓN DEL  
GRADO DE  
SATISFACCIÓN  
DE LOS  
USUARIOS DE  
LOS  
PROGRAMAS  
MISIONALES**

Diciembre de 2019

**Diciembre  
de 2019**

## Tabla de contenido

<b>1. URBANIZACIONES Y TITULACIÓN</b>	<b>6</b>
1.1 VARIABLES DEMOGRÁFICAS	6
1.2 MOTIVO DE LA VISITA DEL CIUDADANO Y PERMANENCIA EN EL PROCESO	12
1.3 CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CIUDADANO	15
1.4 DISPONIBILIDAD Y USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES (TIC)	21
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
<b>2. MEJORAMIENTO DE VIVIENDA</b>	<b>31</b>
2.1 VARIABLES DEMOGRÁFICAS	31
2.2 MOTIVO DE LA VISITA DEL CIUDADANO 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 LAS 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	51
<b>3. REASENTAMIENTOS HUMANOS</b>	<b>55</b>
3.1 VARIABLES DEMOGRÁFICAS	55
3.2 MOTIVO DE LA VISITA DEL CIUDADANO Y PERMANENCIA EN EL PROCESO	62
3.3 CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CIUDADANO	65
3.4 DISPONIBILIDAD Y USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES (TIC)	70
3.5 MEDICIÓN DEL EFECTO DE LA INFORMACIÓN SUMINISTRADA A LOS CIUDADANOS SOBRE GRATUIDAD DE TRÁMITES Y SERVICIOS Y LA NO RECURRENCIA A INTERMEDIARIOS	76
<b>4. MEJORAMIENTO DE BARRIOS</b>	<b>80</b>
4.1 PROCESO DE MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CIUDADANO EN LA DIRECCIÓN DE MEJORAMIENTO DE BARRIOS	80
4.2 MATRIZ CON LAS CALIFICACIONES OBTENIDAS EN LA VIGENCIA 2019 DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN CON RESPECTO A LAS OBRAS, LA GESTIÓN REALIZADA POR LA DMB Y EL IMPACTO DE LAS OBRAS.	80
4.3 VALORACIÓN DE LA GESTIÓN REALIZADA POR LA DMB	81
4.4 VALORACIÓN DE LA SATISFACCIÓN CON LA OBRA REALIZADA POR LA DMB	81
4.5 VALORACIÓN DEL IMPACTO CAUSADO POR LA OBRA REALIZADA POR LA DMB	81
<b>5. MEDICIÓN CONSOLIDADA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO</b>	<b>82</b>

## Lista de gráficas

Gráfica 1. Población encuestada por localidad - DUT.....	7
Gráfica 2. Estrato socio económico de los usuarios – DUT.....	7
Gráfica 3. Género de la población encuestada DUT.....	8
Gráfica 4. Edad y género de la población encuestada - DUT.....	9
Gráfica 5. Escolaridad de la población encuestada - DUT.....	10
Gráfica 6. Nivel de estudios por localidad - DUT.....	10
Gráfica 7. Estado civil de la población encuestada - DUT.....	11
Gráfica 8. Situación laboral de los usuarios - DUT.....	11
Gráfica 9. Cantidad de habitantes por vivienda - DUT.....	12
Gráfica 10. Motivo de la visita - DUT.....	13
Gráfica 11. Tiempo de permanencia en el proceso - DUT.....	14
Gráfica 12. Suministro de información suficiente sobre el proceso - DUT.....	14
Gráfica 13. Suministro de información suficiente sobre el proceso - DUT.....	15
Gráfica 14. Calificación de los atributos del servicio - DUT.....	17
Gráfica 15. Nivel de satisfacción de los usuarios con el servicio prestado – DUT.....	18
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.....	20
Gráfica 19. Calificación – Aspectos específicos del área misional - DUT.....	21
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.....	25
Gráfica 25. Uso de los canales de comunicación – DUT.....	26
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.....	27
Gráfica 28. Porcentaje de personas que recibieron información sobre la gratuidad de trámites y servicios y lo innecesario de los intermediarios - DUT.....	28
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.....	29
Gráfica 30. Porcentaje de ciudadanos que comprendieron los mensajes de gratuidad de trámites y servicios y de no acceso a los intermediarios - DUT.....	30
Gráfica 31. Población encuestada por localidad - DMV.....	32
Gráfica 32. Estrato socio económico de los usuarios - DMV.....	32
Gráfica 33. Género de la población encuestada DMV.....	33
Gráfica 34. Edad y género de la población encuestada - DMV.....	34
Gráfica 35. Escolaridad de la población encuestada - DMV.....	34
Gráfica 36. Nivel de estudios por localidad - DMV.....	35
Gráfica 37. Estado civil de la población encuestada - DMV.....	35
Gráfica 38. Situación laboral de los usuarios - DMV.....	36
Gráfica 39. Cantidad de habitantes por vivienda - DMV.....	36
Gráfica 40. Motivo de la visita - DMV.....	37

Gráfica 41. Tiempo de permanencia en el proceso - DMV .....	38
Gráfica 42. Suministro de información suficiente sobre el proceso - DMV .....	39
Gráfica 43. Suministro de información suficiente sobre el proceso - DMV .....	40
Gráfica 44. Calificación de los atributos del servicio - DMV .....	41
Gráfica 45. Nivel de satisfacción de los usuarios con el servicio prestado - DMV .....	42
Gráfica 46. Población satisfecha e insatisfecha con el servicio - DMV.....	43
Gráfica 47. Motivos de baja satisfacción - DMV .....	44
Gráfica 48. Diagrama de Pareto de los motivos de baja satisfacción - DMV .....	44
Gráfica 49. Calificación - Aspectos específicos del área misional - DMV .....	45
Gráfica 50. Servicios de telefonía e Internet de la población - DMV .....	47
Gráfica 51. Disposición de dispositivos TIC de la población - DMV .....	47
Gráfica 52. Acceso de la población a Internet - DMV .....	48
Gráfica 53. Frecuencia de acceso de la población a Internet - DMV .....	48
Gráfica 54. Usos que la población encuestada hace del Internet - DMV .....	49
Gráfica 55. Uso de los canales de comunicación - DMV .....	50
Gráfica 56. Utilidad de la información suministrada a través de los canales de comunicación - DMV .....	50
Gráfica 57. Habitualidad en el uso de los canales de comunicación (volverlos a usar) - DMV .....	51
Gráfica 58. Porcentaje de personas que recibieron información sobre la gratuidad de trámites y servicios y lo innecesario de los intermediarios - DMV .....	52
Gráfica 59. Medio a través del cual el ciudadano obtuvo la información sobre la gratuidad de trámites y servicios y lo innecesario de los intermediarios - DMV .....	53
Gráfica 60. Porcentaje de ciudadanos que comprendieron los mensajes de gratuidad de trámites y servicios y de no acceso a los intermediarios - DMV .....	54
Gráfica 61. Población encuestada por localidad - DRH.....	56
Gráfica 62. Estrato socio económico de los usuarios - DRH.....	56
Gráfica 63. Género de la población encuestada DRH .....	57
Gráfica 64. Edad y género de la población encuestada - DRH .....	58
Gráfica 65. Escolaridad de la población encuestada - DRH .....	59
Gráfica 66. Nivel de estudios por localidad - DRH .....	59
Gráfica 67. Estado civil de la población encuestada - DRH.....	60
Gráfica 68. Situación laboral de los usuarios - DRH.....	61
Gráfica 69. Cantidad de habitantes por vivienda - DRH.....	61
Gráfica 70. Motivo de la visita - DRH .....	62
Gráfica 71. Tiempo de permanencia en el proceso - DRH .....	63
Gráfica 72. Suministro de información suficiente sobre el proceso - DRH .....	64
Gráfica 73. Suministro de información suficiente sobre el proceso - DRH .....	65
Gráfica 74. Calificación de los atributos del servicio - DRH .....	66
Gráfica 75. Nivel de satisfacción de los usuarios con el servicio prestado - DRH .....	67
Gráfica 76. Población satisfecha e insatisfecha con el servicio - DRH.....	68
Gráfica 77. Motivos de baja satisfacción - DRH .....	68
Gráfica 78. Diagrama de Pareto de los motivos de baja satisfacción – DRH.....	69
Gráfica 79. Calificación - Aspectos específicos del área misional - DRH .....	70
Gráfica 80. Servicios de telefonía e Internet de la población - DRH .....	71
Gráfica 81. Disposición de dispositivos TIC de la población - DRH .....	72

Gráfica 82. Forma de acceso de la población a Internet - DRH .....	72
Gráfica 83. Frecuencia de acceso de la población a Internet – DRH.....	73
Gráfica 84. Usos que la población encuestada hace del Internet – DRH .....	73
Gráfica 85. Uso de los canales de comunicación – DRH .....	74
Gráfica 86. Utilidad de la información suministrada a través de los canales de comunicación – DRH .....	75
Gráfica 87. Habitualidad del uso de los canales de comunicación (repetir la experiencia) - DRH .....	75
Gráfica 88. Porcentaje de personas que recibieron información sobre la gratuidad de trámites y servicios y lo innecesario de los intermediarios - DRH .....	77
Gráfica 89. Medio a través del cual el ciudadano obtuvo la información sobre la gratuidad de trámites y servicios y lo innecesario de los intermediarios - DRH .....	78
Gráfica 90. Porcentaje de ciudadanos que comprendieron los mensajes de gratuidad de trámites y servicios y de no acceso a los intermediarios - DRH .....	79

### Lista de tablas

Tabla 1. Distribución de la población encuestada por localidad - DUT.....	6
Tabla 2. Distribución de la edad y género de la población encuestada - DUT .....	8
Tabla 3. Distribución porcentual de los motivos de la visita - DUT.....	12
Tabla 4. Distribución porcentual tiempo de permanencia en el proceso - DUT .....	13
Tabla 5. Distribución porcentual por localidad del suministro de información sobre el proceso - DUT .....	15
Tabla 6. Dimensiones de la calidad del servicio modelo SERVQUAL .....	16
Tabla 7. Atributos y dimensiones de la calidad del servicio - DUT.....	17
Tabla 8. Distribución de la población encuestada por localidad - DMV.....	31
Tabla 9. Distribución de la edad y género de la población encuestada - DMV .....	33
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.....	62
Tabla 17. Distribución porcentual tiempo de permanencia en el proceso - DRH .....	63
Tabla 18. Distribución porcentual por localidad del suministro de información sobre el proceso - DRH.....	64
Tabla 19. Atributos y dimensiones de la calidad del servicio - DRH.....	66
Tabla 20. Matriz con las valoraciones del nivel de satisfacción con respecto a las obras realizadas, la gestión realizada por la DMB y el impacto causado.....	81
Tabla 21. Medición consolidada de la calidad del servicio, la satisfacción del usuario y los aspectos específicos.....	82

## 1. URBANIZACIONES Y TITULACIÓN

El cuestionario para la recolección de información de los usuarios de la Dirección de Urbanizaciones y Titulación (DUT) fue aplicado a 100 personas que pertenecen de manera mayoritaria a las localidades de Ciudad Bolívar, Kennedy, Bosa y Rafael Uribe Uribe, como se advierte en la tabla mostrada a continuación.

Tabla 1. Distribución de la población encuestada por localidad - DUT

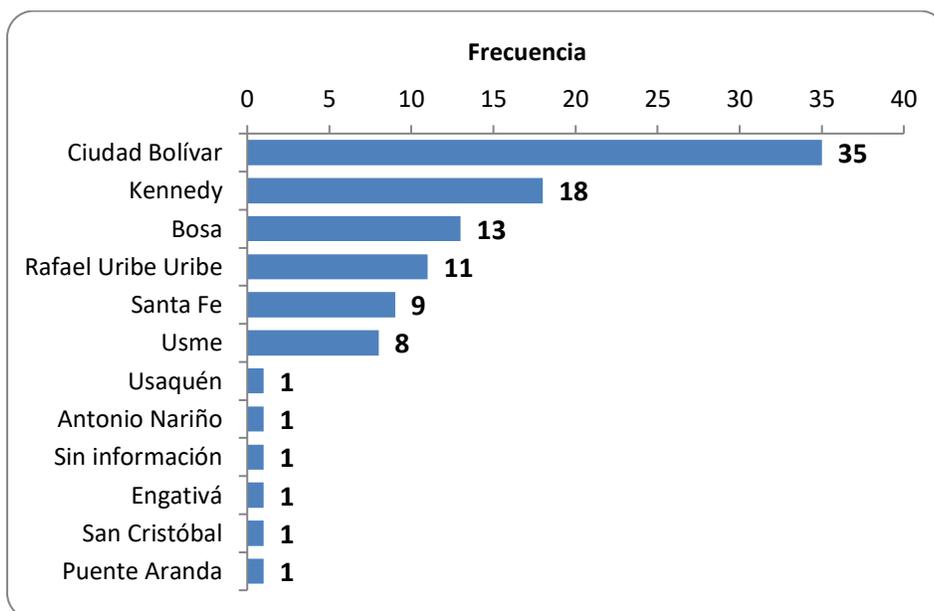
LOCALIDAD	No. DE PERSONAS	PORCENTAJE
Ciudad Bolívar	35	35%
Kennedy	18	18%
Bosa	13	13%
Rafael Uribe Uribe	11	11%
Santa Fe	9	9%
Usme	8	8%
Usaquén	1	1%
Antonio Nariño	1	1%
Sin información	1	1%
Engativá	1	1%
San Cristóbal	1	1%
Puente Aranda	1	1%
<b>Total general</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

A través del instrumento se recogió información para evaluar los siguientes aspectos: Variables demográficas, Calidad del servicio, Satisfacción del usuario, Gratuidad de los trámites y servicios y Comunicación y acceso a las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). A continuación se presentan los resultados más relevantes de cada uno de ellos.

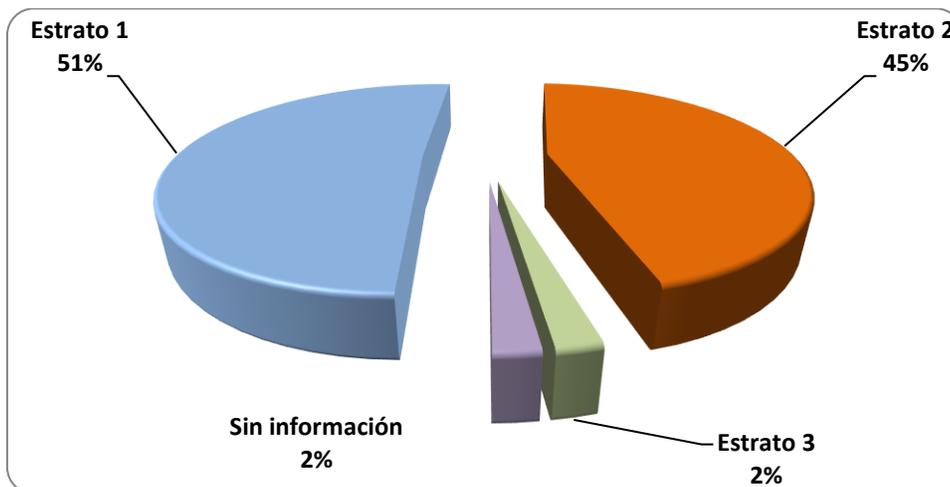
### 1.1 VARIABLES DEMOGRÁFICAS

La mayor representación de la población encuestada corresponde a la localidad de Ciudad Bolívar con un 35%, seguida de las localidades de Kennedy y Bosa, con una participación acumulada del 31%. El 96% de los encuestados se ubica en los estratos socio económicos 1 y 2.

Gráfica 1. Población encuestada por localidad - DUT

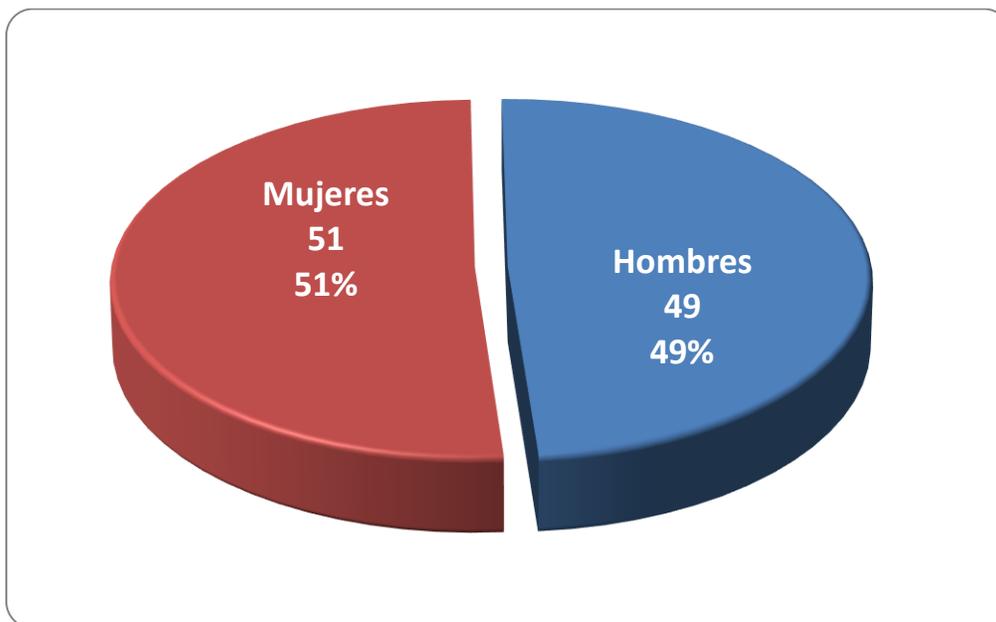


Gráfica 2. Estrato socio económico de los usuarios – DUT



De acuerdo con el género, las mujeres representan el 51% de la población encuestada y los hombres constituyen un 49% de los encuestados.

Gráfica 3. Género de la población encuestada DUT

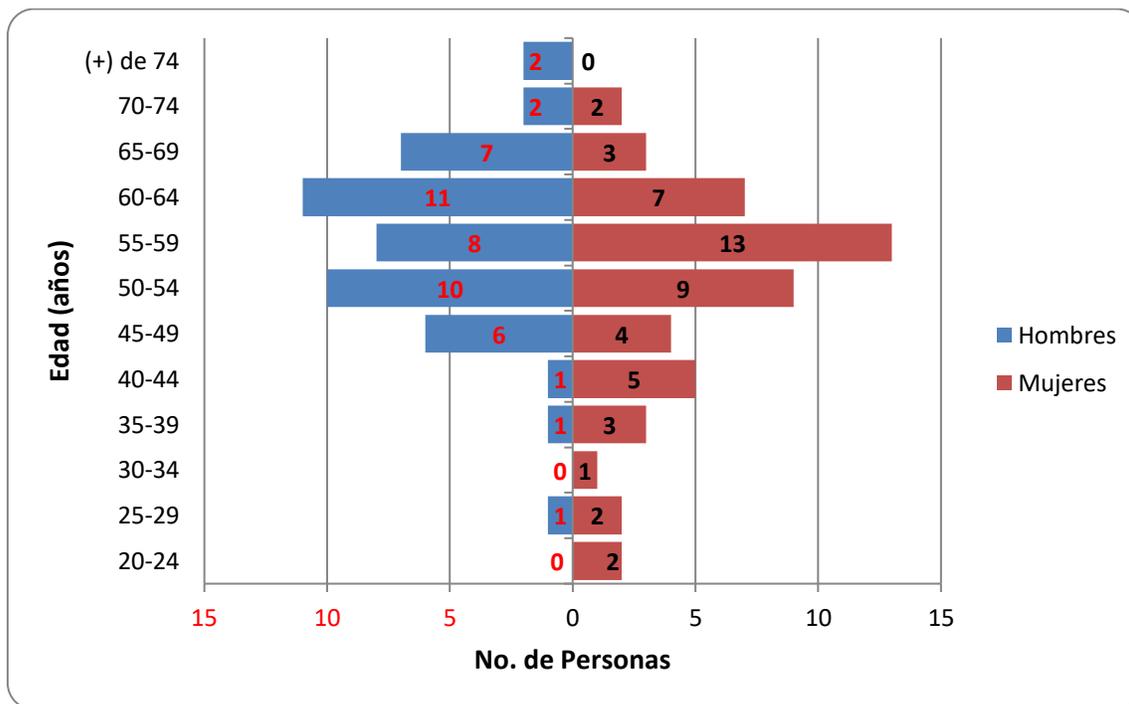


La distribución por edades de los ciudadanos encuestados muestra que el 74,5% de la población tiene edades entre 40 y 64 años. En el caso de los hombres, la mayor proporción, es decir el 73,5%, se encuentra entre 50 y 69 años y para las mujeres, la mayor participación, es decir el 74,5%, para el rango 40 a 64 años.

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

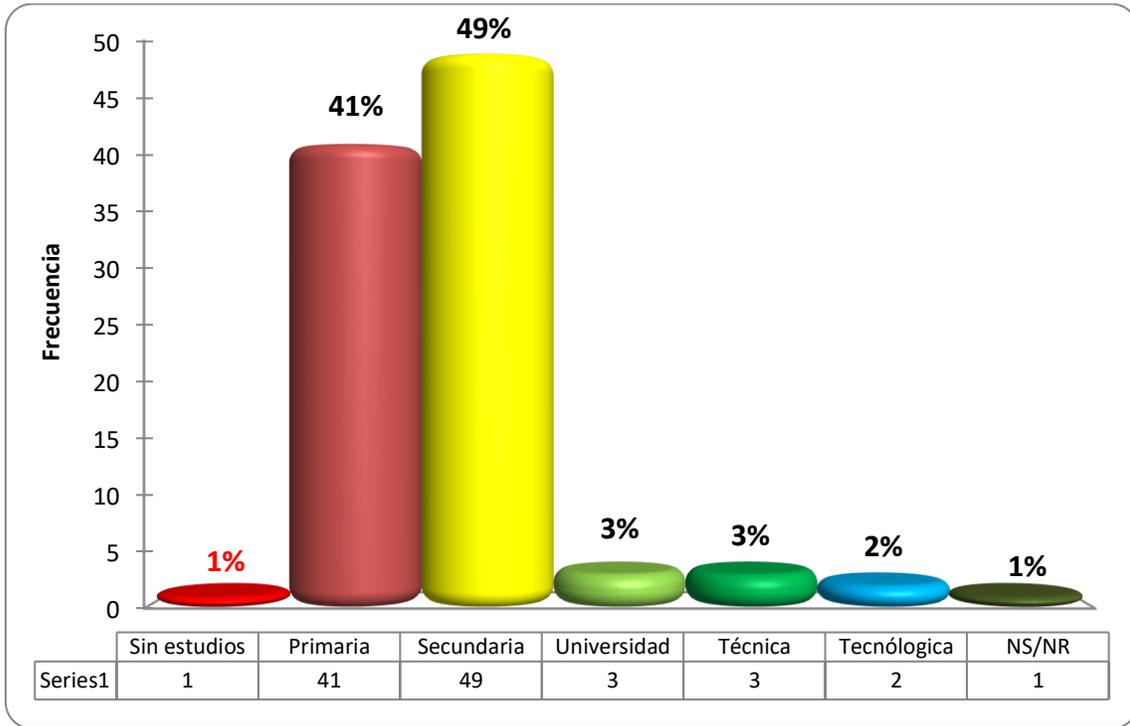
Rango de edad (años)	Hombres	Mujeres	% por rango de edad (Hombres)	% por rango de edad (Mujeres)
20-24	0	2	0,0%	3,9%
25-29	1	2	2,0%	3,9%
30-34	0	1	0,0%	2,0%
35-39	1	3	2,0%	5,9%
40-44	1	5	2,0%	9,8%
45-49	6	4	12,2%	7,8%
50-54	10	9	20,4%	17,6%
55-59	8	13	16,3%	25,5%
60-64	11	7	22,4%	13,7%
65-69	7	3	14,3%	5,9%
70-74	2	2	4,1%	3,9%
(+) de 74	2	0	4,1%	0,0%
<b>Total</b>	<b>49</b>	<b>51</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

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

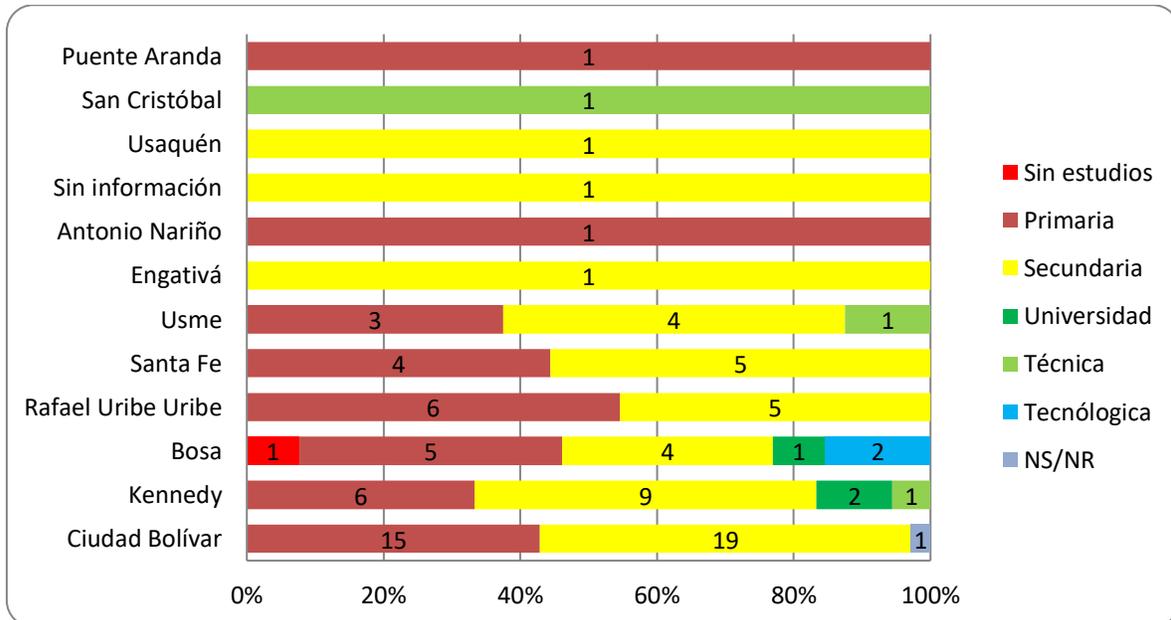


En cuanto a la distribución por nivel de escolaridad se encontró que el 49% de los ciudadanos encuestados tiene un nivel de educación media y el 41% de primaria, situación que predomina en la mayoría de las localidades. El 8% de los encuestados manifestó tener estudios de educación superior y una sola persona indicó que no tiene ningún tipo de estudios.

Gráfica 5. Escolaridad de la población encuestada - DUT



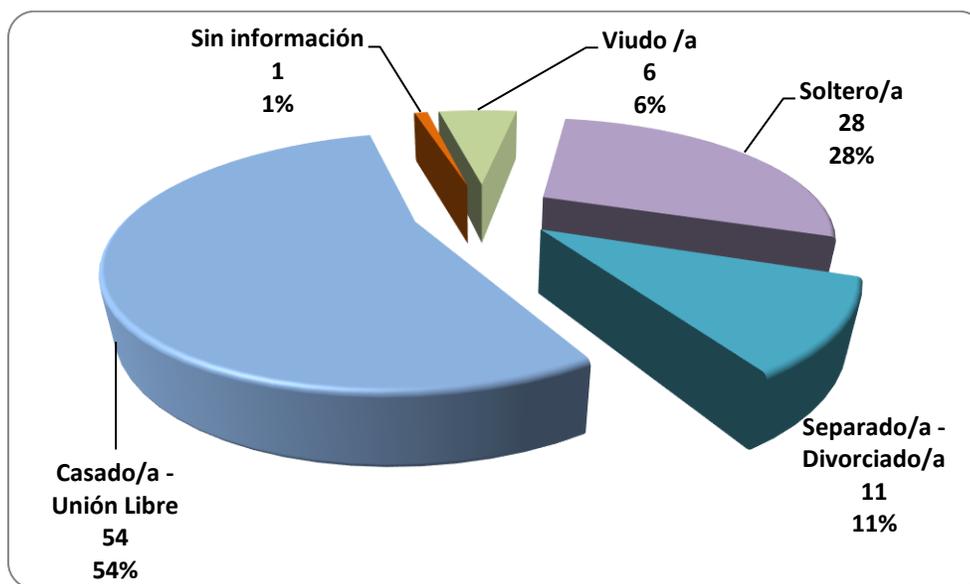
Gráfica 6. Nivel de estudios por localidad - DUT



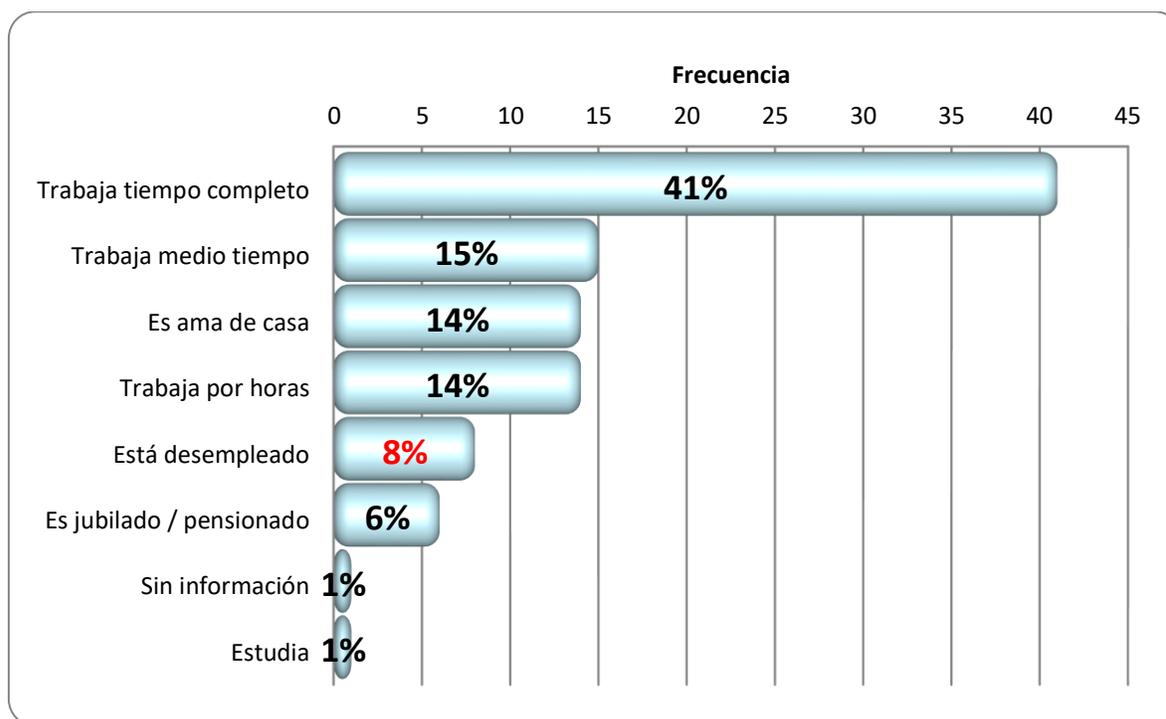
La categoría del estado civil de la población que más se repite es casado o en unión libre con una frecuencia relativa del 54%, seguida del estado civil soltero con un 28% y de la categoría separado/divorciado con un 11%. El 41% de los encuestados afirmó estar trabajando con una dedicación de tiempo completo y el 15% trabaja medio tiempo. Un 14% de los encuestados son amas de casa. Hay un bajo nivel de desocupación de la población encuestada, apenas un 8%. Otra variable demográfica de interés es el número de habitantes

por cada hogar, encontrando que el 65% de la población encuestada habita en viviendas con un número promedio de 4 habitantes y el 14% de los encuestados afirmaron estar en viviendas de 6 habitantes o más, representando la porción de la población con mayor hacinamiento.

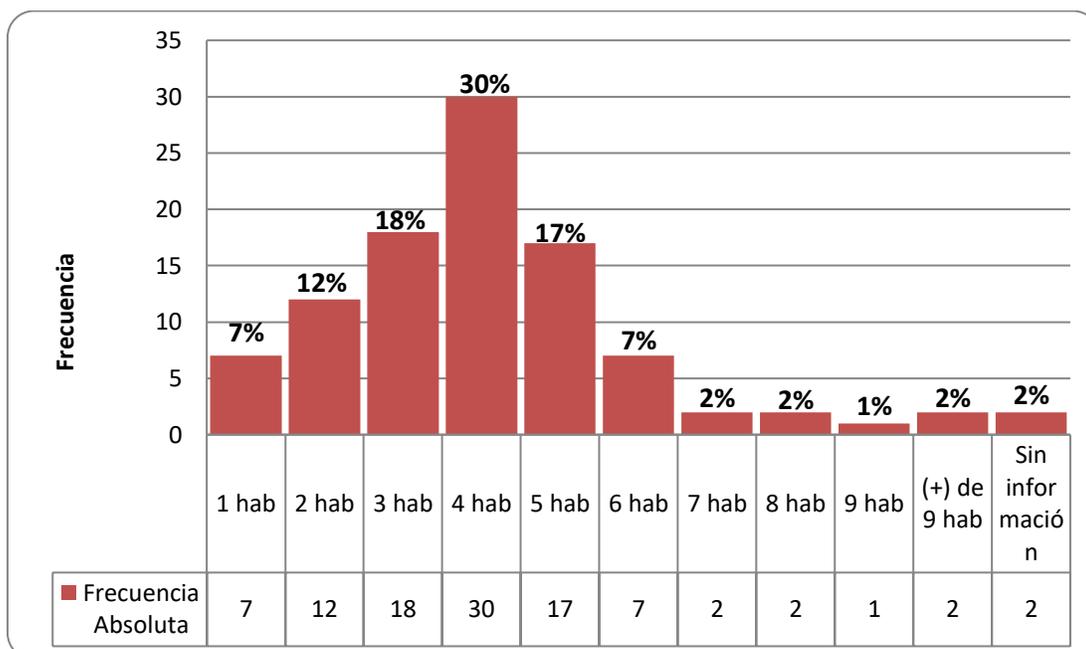
Gráfica 7. Estado civil de la población encuestada - DUT



Gráfica 8. Situación laboral de los usuarios - DUT



Gráfica 9. Cantidad de habitantes por vivienda - DUT



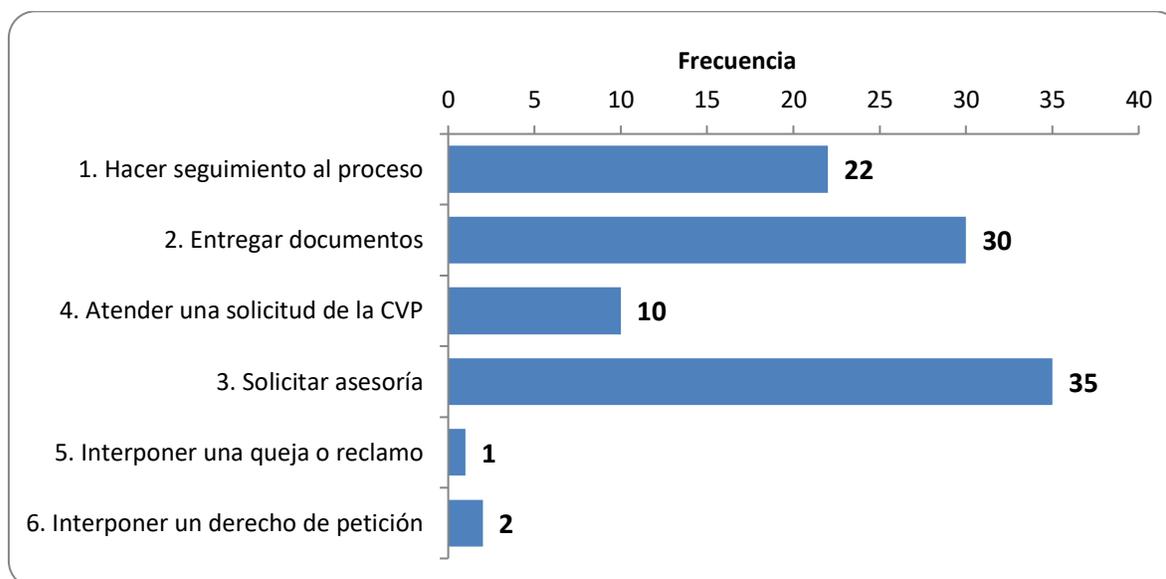
## 1.2 MOTIVO DE LA VISITA DEL CIUDADANO Y PERMANENCIA EN EL PROCESO

Al ser indagados los usuarios de Urbanizaciones y Titulación sobre la razón de su arribo al punto de Atención al Ciudadano, estos manifestaron que existe un motivo principal por el cual acuden a la CVP. El 35% de los encuestados expresó que concurren con el propósito de solicitar asesoría, un 30% se acercó a entregar documentos y un 22% a hacer seguimiento al proceso, es decir, al curso dado por la organización a los trámites y/o servicios tendientes a atender sus necesidades.

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

MOTIVO - VISITA	Total	Porcentaje
1. Hacer seguimiento al proceso	22	22%
2. Entregar documentos	30	30%
4. Atender una solicitud de la CVP	10	10%
3. Solicitar asesoría	35	35%
5. Interponer una queja o reclamo	1	1%
6. Interponer un derecho de petición	2	2%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Gráfica 10. Motivo de la visita - DUT

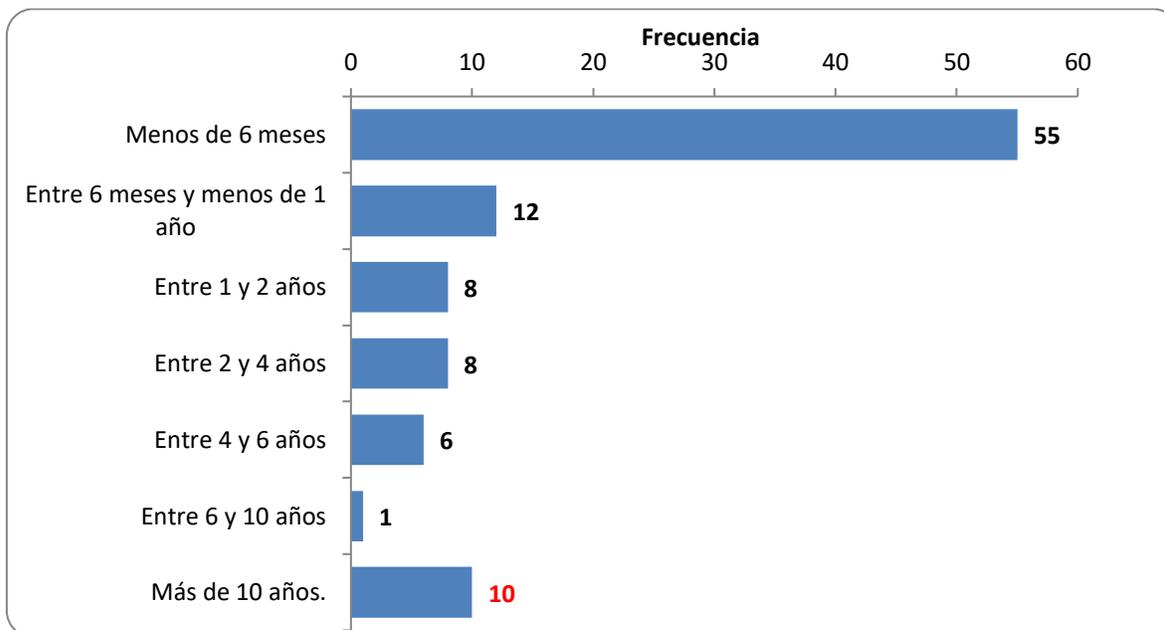


El 67% de los encuestados se acercó hace menos de un año a la CVP. No obstante, un 10% de la población encuestada, indicó que lleva más de 10 años visitando la entidad. Esta última situación puede obedecer a la falta de corresponsabilidad del usuario para culminar sus trámites o a las dificultades en la consecución de información para dar impulso a los distintos procesos de titulación, principalmente porque la información es precaria o nula.

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

TIEMPO - PERMANENCIA	Total	Porcentaje
Menos de 6 meses	55	55%
Entre 6 meses y menos de 1 año	12	12%
Entre 1 y 2 años	8	8%
Entre 2 y 4 años	8	8%
Entre 4 y 6 años	6	6%
Entre 6 y 10 años	1	1%
Más de 10 años.	10	10%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Gráfica 11. Tiempo de permanencia en el proceso - DUT



El 74% de los encuestados considera que está informado de manera suficiente sobre el proceso y el 26% considera que no le han suministrado información idónea. A nivel de localidad, se advierte que casi la mitad de los encuestados (46,2%) que pertenecen a la localidad de Bosa, no se sienten que están bien informados, un alto porcentaje que puede sugerir la revisión del proceso de comunicación y entrega de información a ciudadanos de dicha localidad.

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

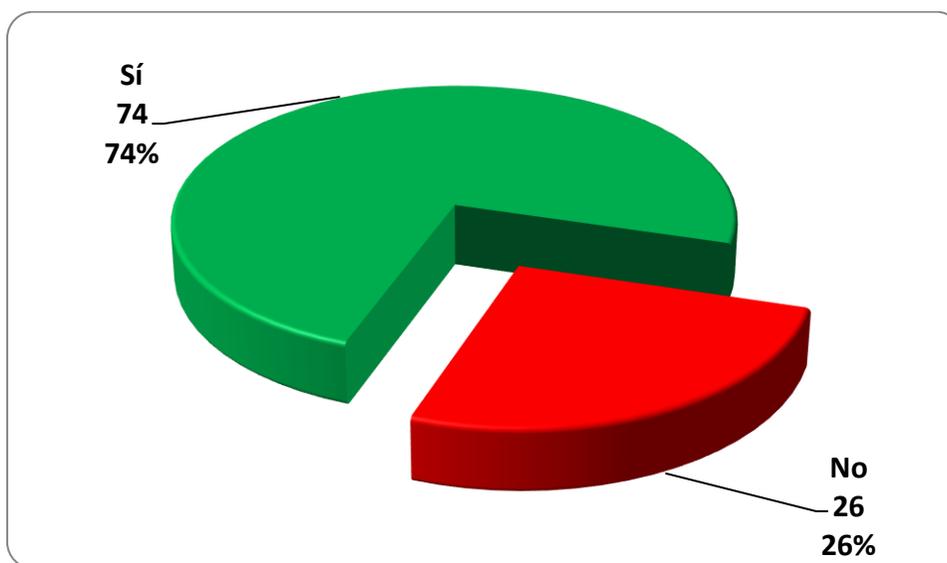
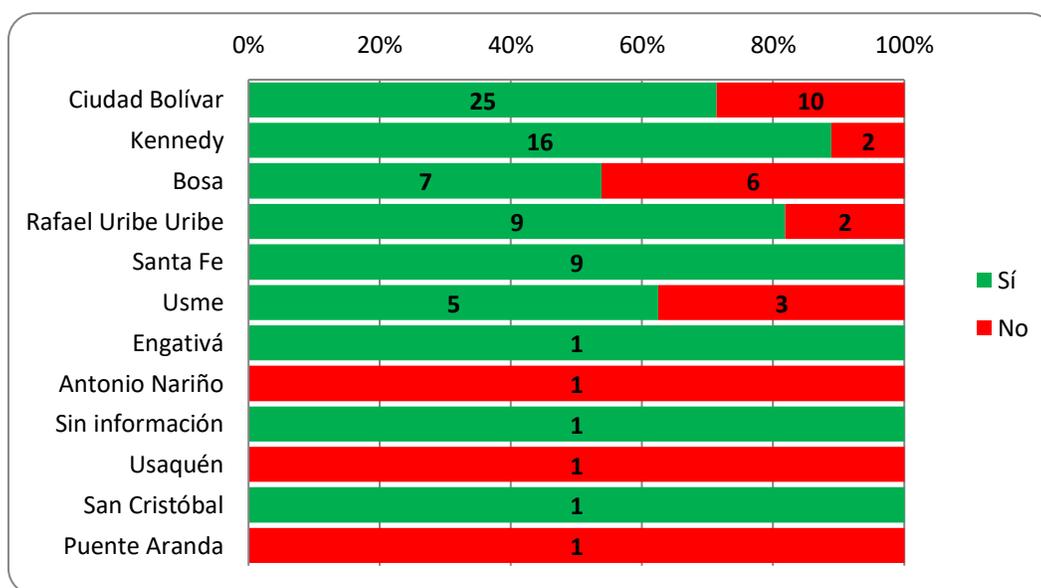


Tabla 5. Distribución porcentual por localidad del suministro de información sobre el proceso - DUT

LOCALIDAD	Sí	No	NS/NR	% Sí	% No	% NS/NR
Ciudad Bolívar	25	10		71,4%	28,6%	0,0%
Kennedy	16	2		88,9%	11,1%	0,0%
Bosa	7	6		53,8%	46,2%	0,0%
Rafael Uribe Uribe	9	2		81,8%	18,2%	0,0%
Santa Fe	9			100,0%	0,0%	0,0%
Usme	5	3		62,5%	37,5%	0,0%
Engativá	1			100,0%	0,0%	0,0%
Antonio Nariño		1		0,0%	100,0%	0,0%
Sin información	1			100,0%	0,0%	0,0%
Usaquén		1		0,0%	100,0%	0,0%
San Cristóbal	1			100,0%	0,0%	0,0%
Puente Aranda		1		0,0%	100,0%	0,0%
<b>Total</b>	<b>74</b>	<b>26</b>	<b>0</b>	<b>74%</b>	<b>26%</b>	<b>0%</b>

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



### 1.3 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. Estas dimensiones de la calidad del servicio se describen a continuación:

Tabla 6. Dimensiones de la calidad del servicio modelo SERVQUAL

<b>DIMENSIONES DE LA CALIDAD DEL SERVICIO</b>	
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
EMPATÍA	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 TANGIBLES	Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación

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 Urbanizaciones y Titulación fue de 3,83, destacándose la accesibilidad y comodidad de las instalaciones y la calidez y amabilidad del recurso humano. En general, las calificaciones de los atributos de calidad son similares. No obstante, nuevamente la cualidad menor valorada fue la duración del proceso. Esta calificación fue de 3,06. La Duración del Proceso, es un atributo que forma parte de la dimensión de la calidad del servicio “Capacidad de Respuesta” y evalúa el tiempo que tarda el proceso y sus etapas, desde que el ciudadano ingresa al programa con motivo de una solicitud de escrituración o en virtud de un diagnóstico integral de barrios y hasta que obtiene su título de propiedad. Es recomendable que se realice una revisión de normas para reducir o eliminar requisitos y tiempos de ejecución de los trámites, 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 de manera parcial o total.

Gráfica 14. Calificación de los atributos del servicio - DUT

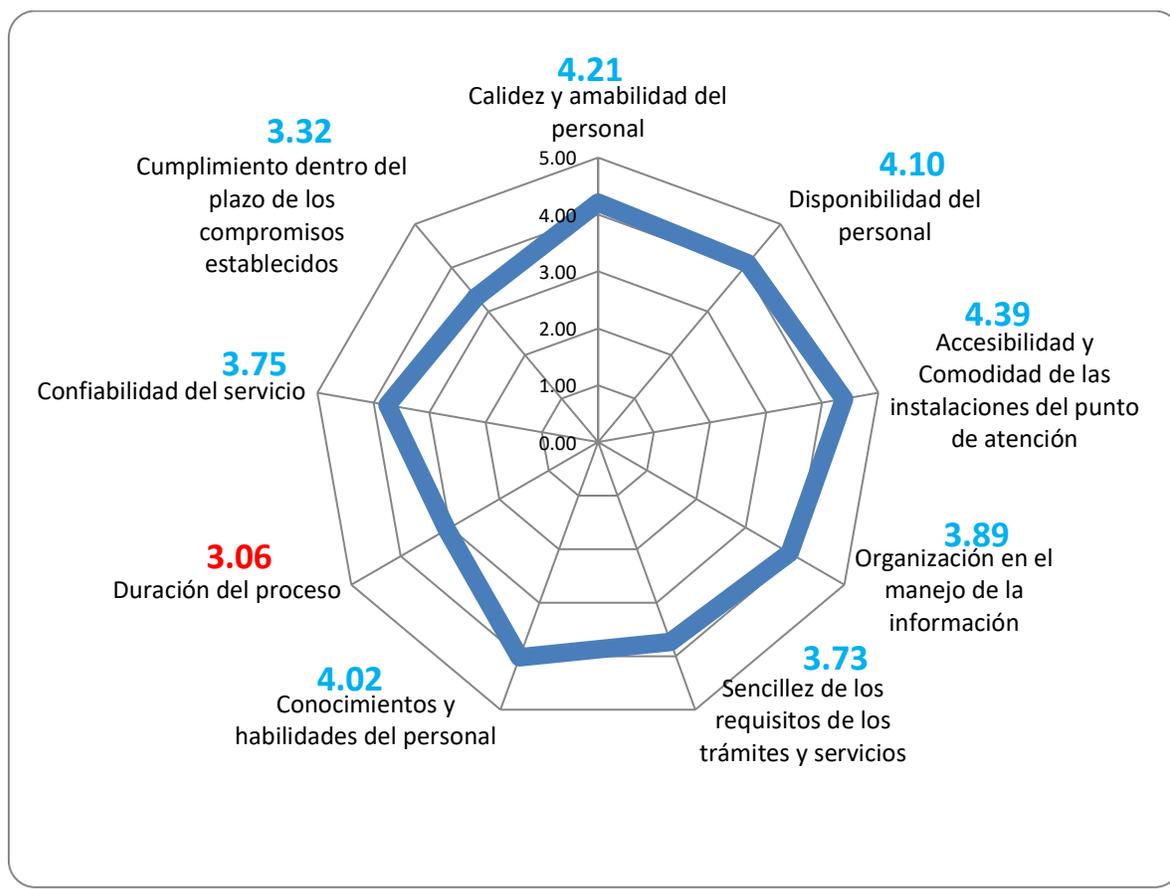
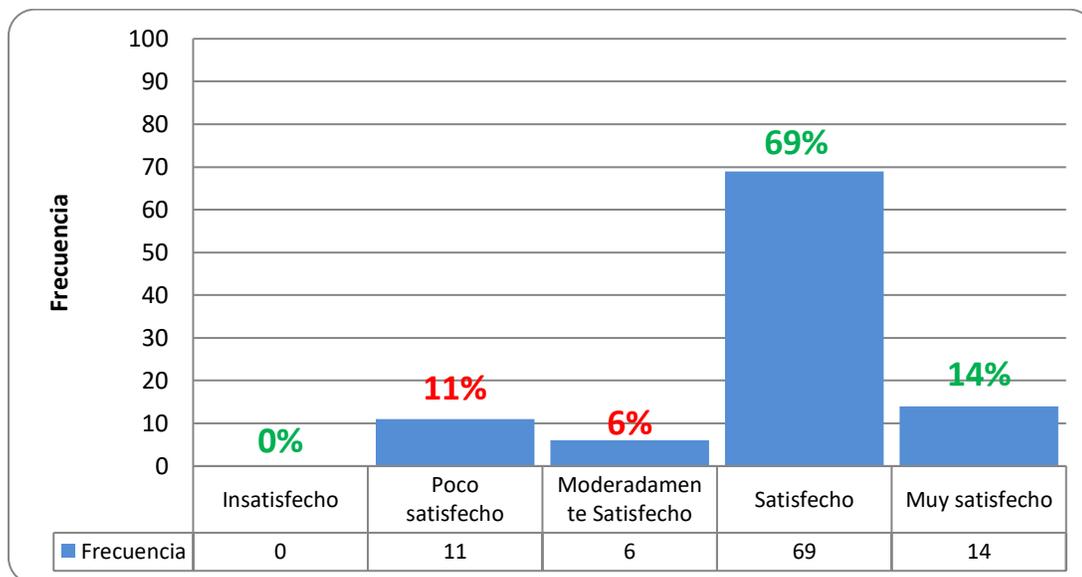


Tabla 7. Atributos y dimensiones de la calidad del servicio - DUT

ATRIBUTO	Calificación	Dimensión de la Calidad del Servicio
Calidez y amabilidad del personal	4,21	Empatía
Disponibilidad del personal	4,10	Capacidad de Respuesta
Accesibilidad y Comodidad de las instalaciones del punto de atención	4,39	Elementos Tangibles
Organización en el manejo de la información	3,89	Fiabilidad, Capacidad de Respuesta
Sencillez de los requisitos de los trámites y servicios	3,73	Fiabilidad, Capacidad de Respuesta
Conocimientos y habilidades del personal	4,02	Seguridad
Duración del proceso	3,06	Capacidad de Respuesta
Confiabilidad del servicio	3,75	Fiabilidad
Cumplimiento dentro del plazo de los compromisos establecidos	3,32	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.

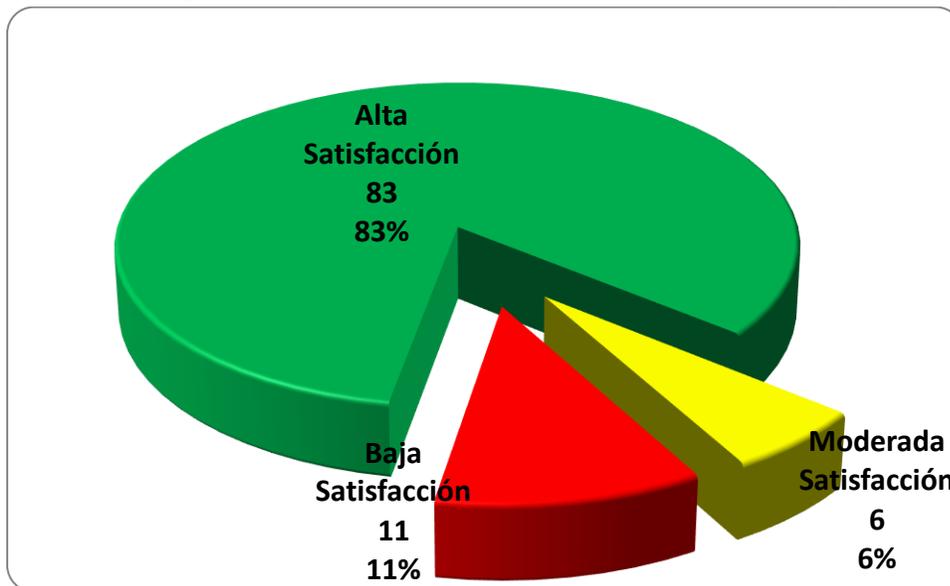
Gráfica 15. Nivel de satisfacción de los usuarios con el servicio prestado – DUT



La evaluación anterior, indicó que el 69% de los encuestados se encuentra satisfecho con el servicio y la atención brindada por la Dirección de Urbanizaciones y Titulación de la CVP y un 14% se encuentra muy satisfecho. Un 6% de los encuestados se encuentra moderadamente satisfecho y un 11% manifestó que está poco satisfecho. Para determinar de manera global 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 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.

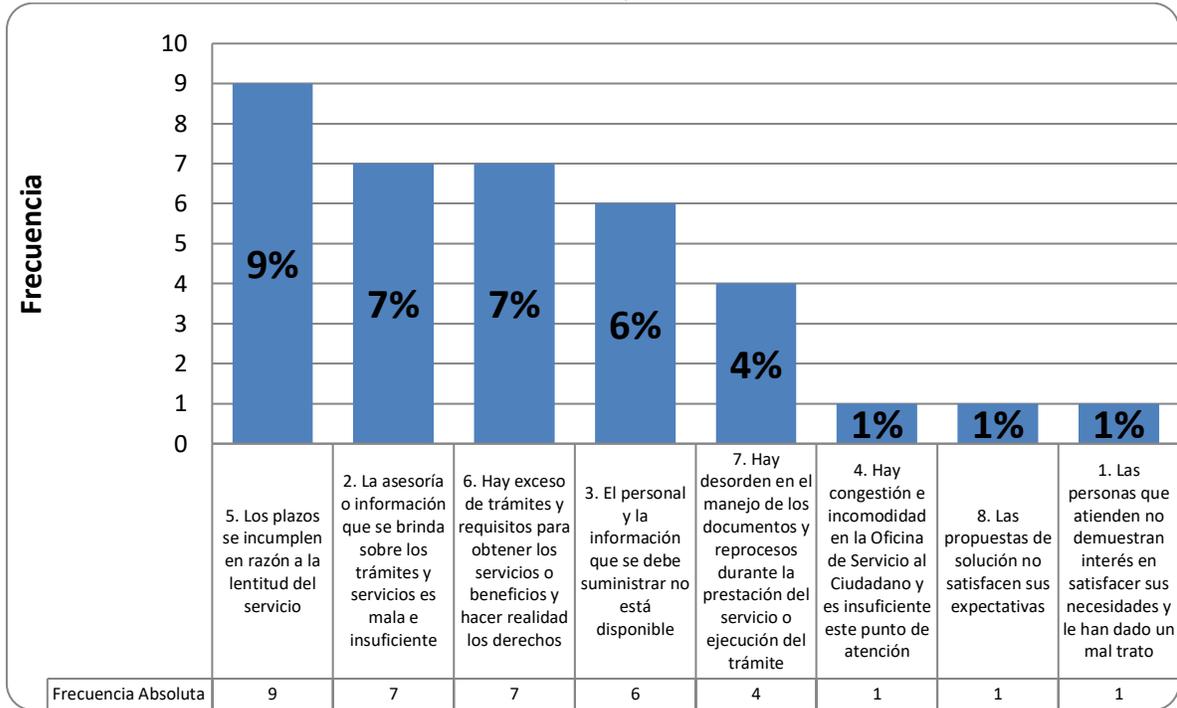
Gráfica 16. Población satisfecha e insatisfecha con el servicio – DUT



No obstante lo anterior, y como se mencionó con anterioridad, un 17% de los usuarios afirmó tener un bajo nivel de satisfacción con respecto al servicio prestado por la Dirección de Urbanizaciones y Titulación de la CVP.

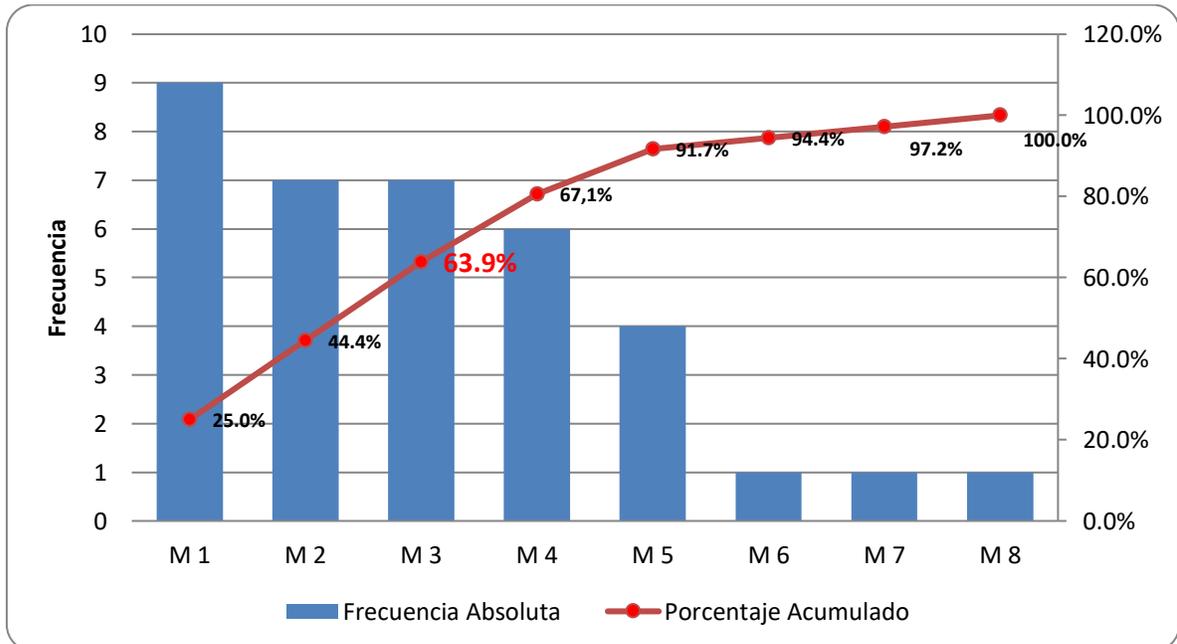
Al indagar los motivos expresados por este porcentaje de la población, los encuestados escogieron 36 razones que explicarían dicha inconformidad. El motivo de mayor frecuencia es el incumplimiento de plazos en razón a la lentitud del servicio; el 25% de los 100 encuestados así lo consideró. El segundo motivo en importancia fue la mala e insuficiente información que se brinda sobre los trámites y servicios; el 19,4% de los 100 encuestados opinó de esta forma y con igual porcentaje, los encuestados expresaron su inconformidad con el exceso de trámites y requisitos para obtener los servicios o beneficios y hacer realidad sus derechos. Un 16,7% de los encuestados atribuyó su baja satisfacción a la no disponibilidad del personal o de la información a suministrar.

Gráfica 17. Motivos de baja satisfacción – DUT



De acuerdo con el Diagrama de Pareto, el 63,9% de los motivos de baja satisfacción obedecen a los tres primeros 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.

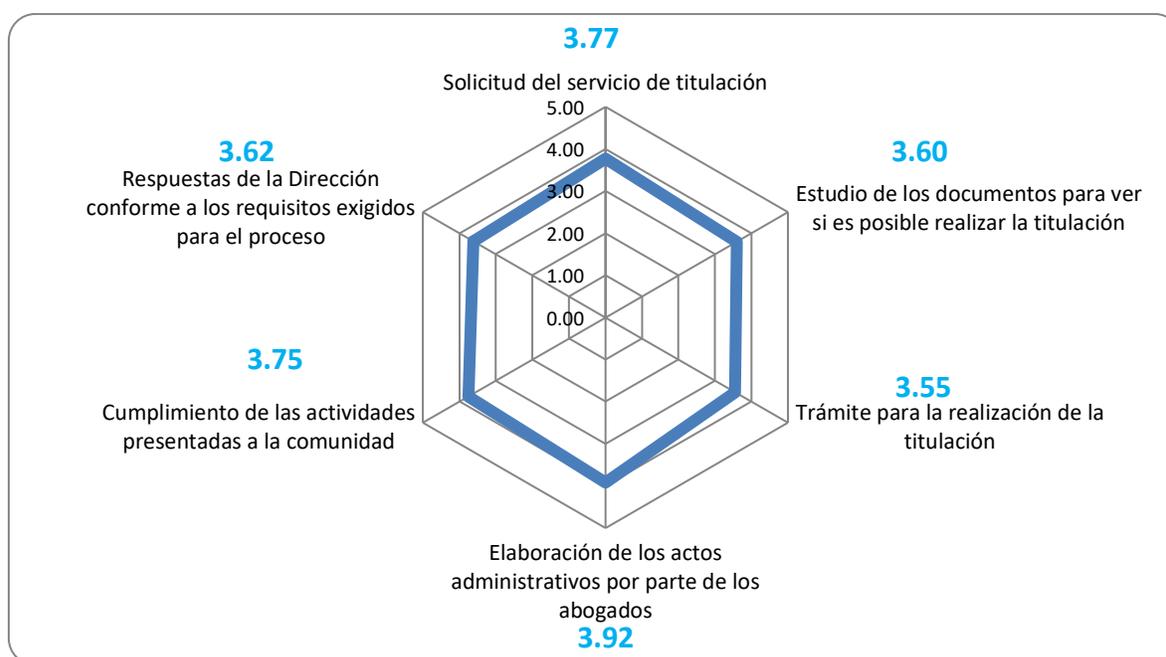
Gráfica 18. Diagrama de Pareto de los motivos de baja satisfacción – DUT



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 3,70 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.

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



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

La evaluación del grado de apropiación de las TIC por parte de los usuarios de la CVP, se realizó preguntando a los ciudadanos sobre 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 indagar sobre los indicadores básicos de TIC en los hogares de los encuestados, y tomando en consideración que hay preguntas que están conformadas por varios ítems y por lo tanto admiten una respuesta múltiple, se agruparon los ítems y se encontró lo siguiente: El 31% de los encuestados cuenta con todos los servicios, es decir telefonía fija, telefonía celular e Internet. La gran mayoría, es decir el 36% tiene 2 servicios, con telefonía celular o Internet. El 75% de la población encuestada tiene servicio de telefonía celular. El 23% de los ciudadanos manifestó no tener ningún servicio.

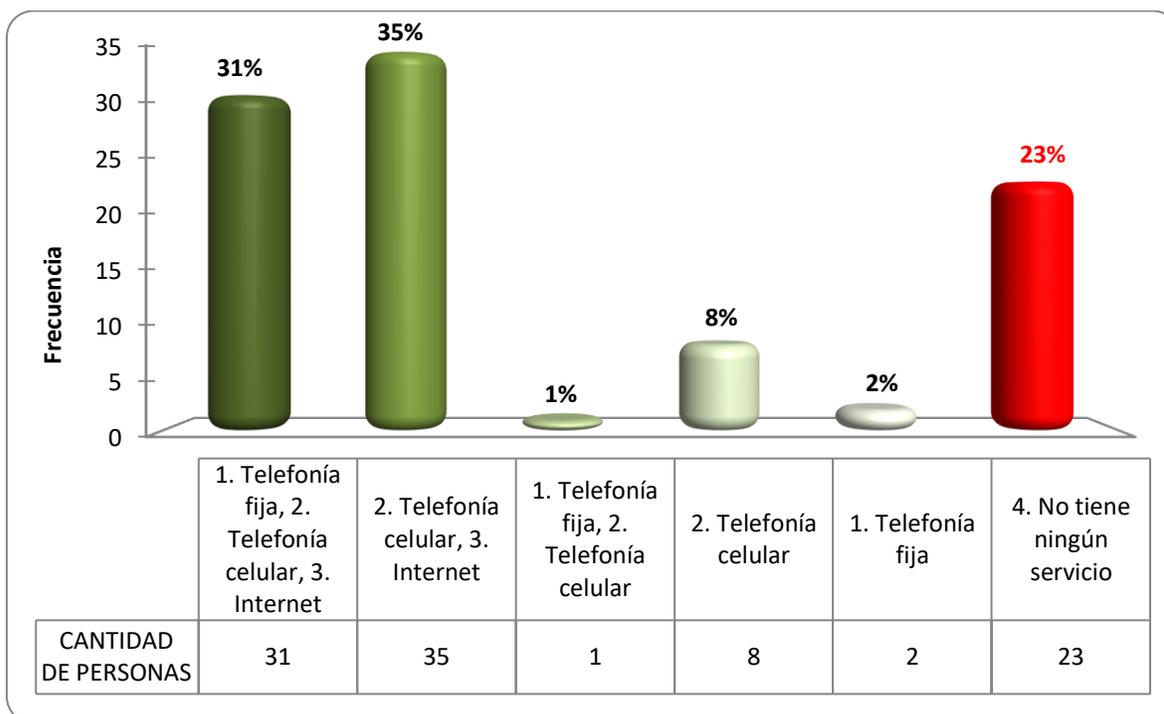
A nivel de dispositivos TIC, las respuestas se analizaron por ítems separados (es decir por dispositivo ya que no son mutuamente excluyentes), y se encontró que el 75% de los encuestados dispone de un teléfono celular, el 46% tiene computador de escritorio o computador portátil o tableta, el 34% tiene teléfono fijo y un 23% de los encuestados afirmó no tener ningún aparato o dispositivo digital.

Para averiguar sobre la forma como la población encuestada accede a Internet, se formuló una pregunta con múltiple respuesta teniendo en consideración que los ciudadanos pueden acceder 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 53% de los 100 encuestados cuenta con una red de acceso pagada, y el 61% de la población tiene un plan de datos para el celular. Un 8% de los encuestados usa redes gratuitas o salas de café Internet.

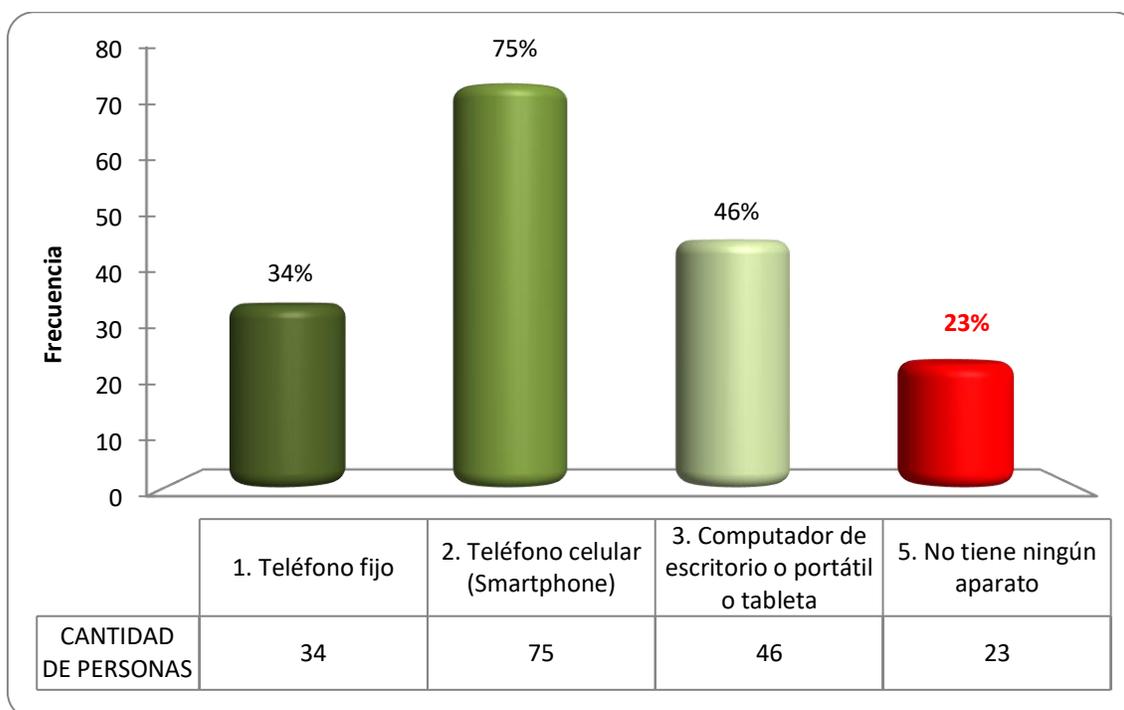
Una cifra desalentadora es que el 26% de los 100 encuestados afirmó que no acceden a Internet, sobre todo tomando en consideración que algunos pocos de ellos si tienen esa posibilidad. Con respecto a la frecuencia de uso (preguntas con ítems mutuamente excluyentes), se advierte que el 65% de los encuestados, accede todos los días, el 7% utiliza Internet una vez a la semana.

Con respecto a los usos dados al servicio de Internet, (tomando en consideración que los ítems no son mutuamente excluyentes) el 71% de la población tiene el hábito de conectarse para consultar sus redes sociales, un 53% usa el servicio como herramienta de trabajo o estudio, la mitad de los encuestados lo usa para entretenerse y el 42% para gestionar su correo electrónico. Solo un 2% de la población hace transacciones a través de la red.

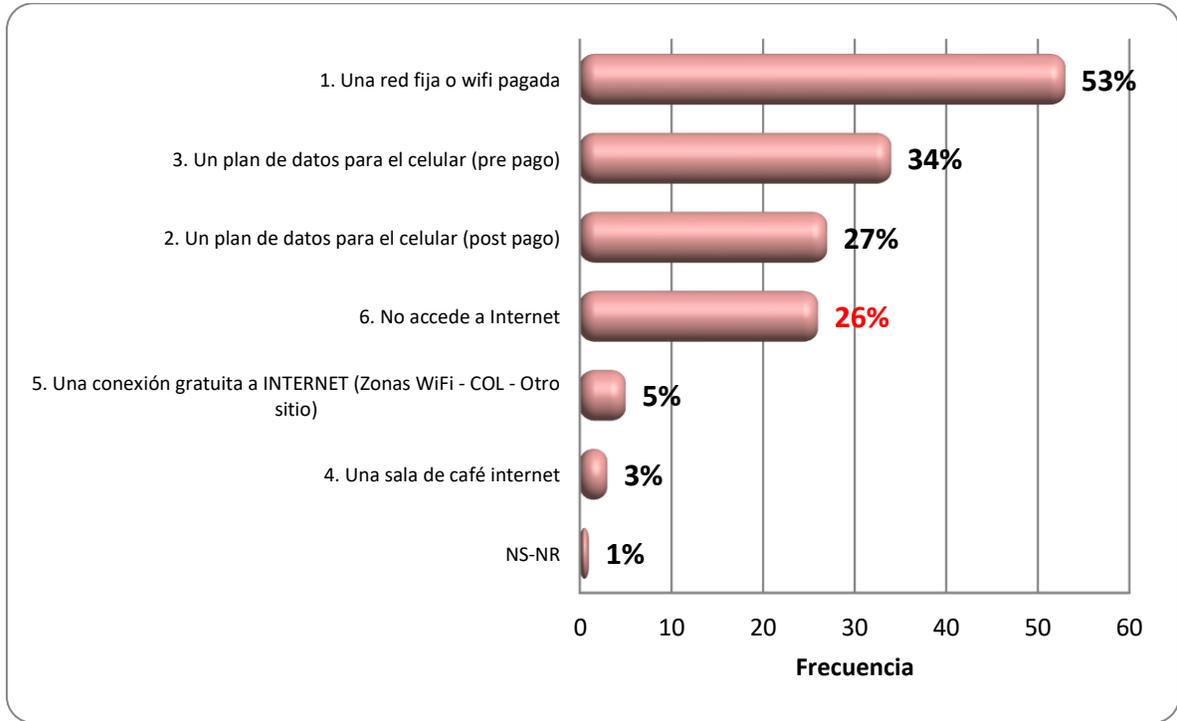
Gráfica 20. Servicios de telefonía e Internet de la población - DUT



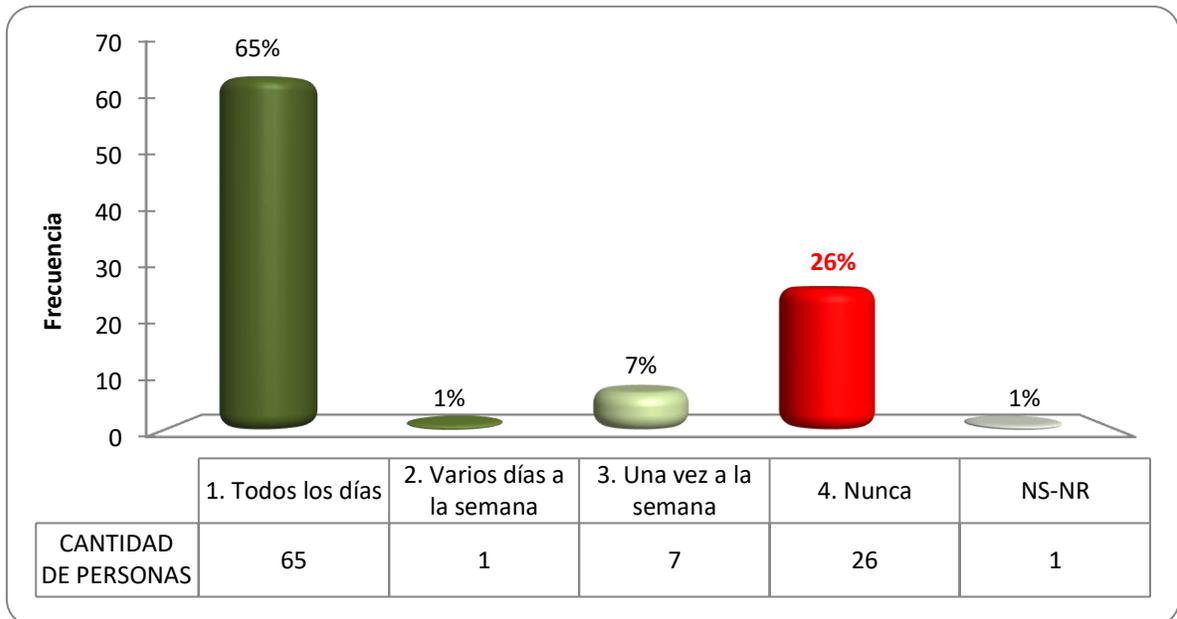
Gráfica 21. Disposición de dispositivos TIC de la población – DUT



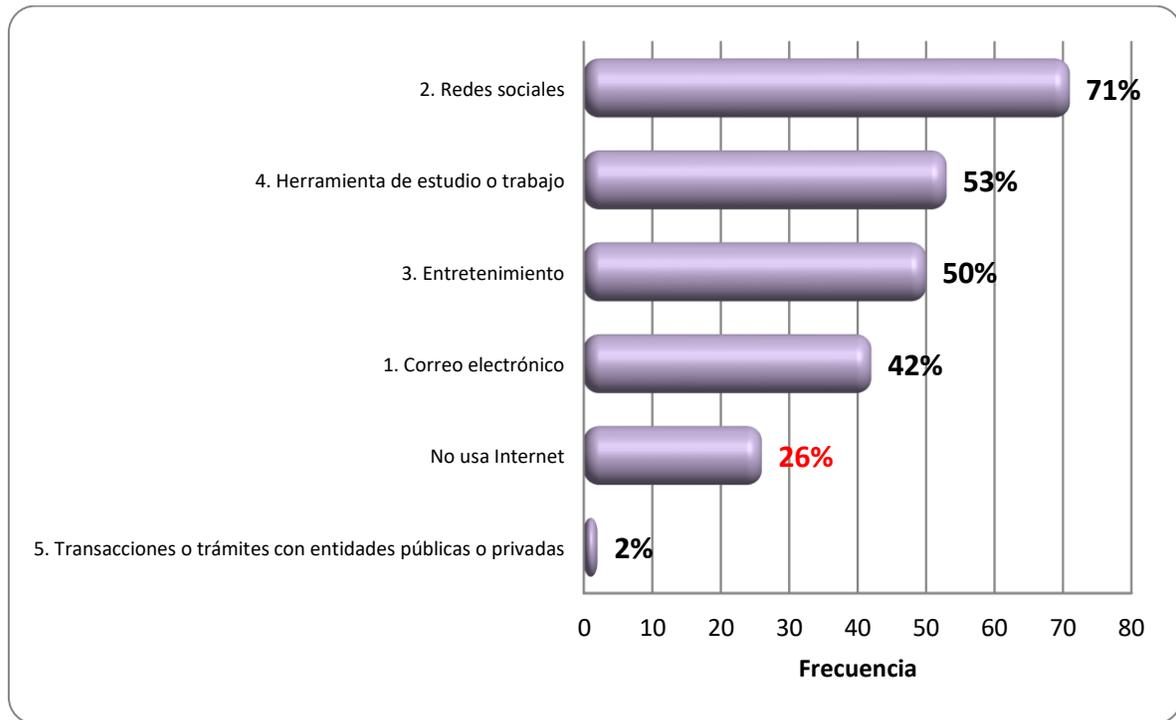
Gráfica 22. Forma de acceso de la población a Internet - DUT



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



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



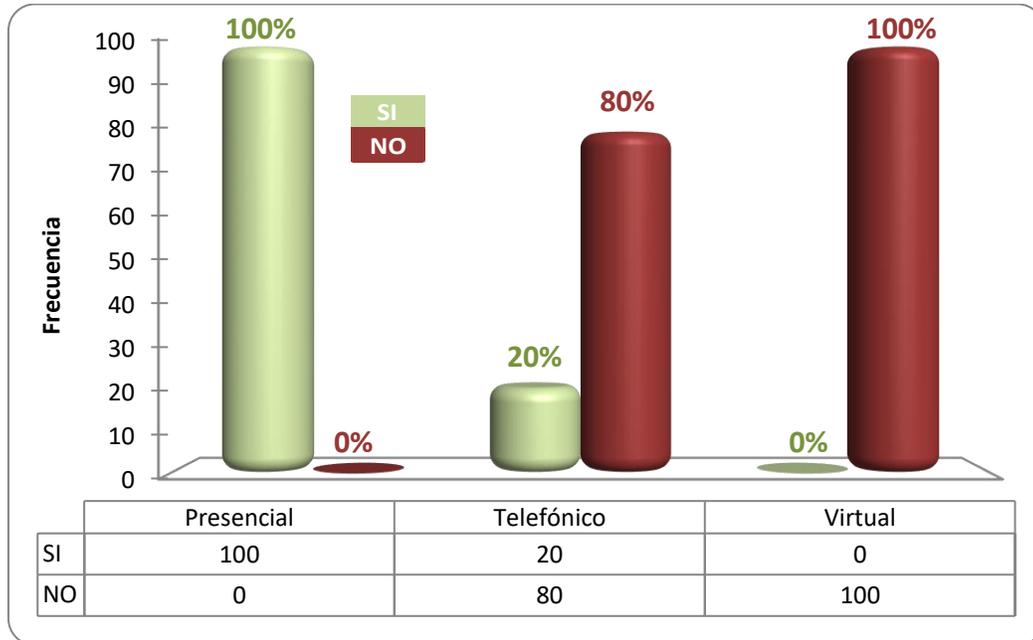
Otro aspecto relevante de la encuesta consistió en medir la forma como los ciudadanos se comunican con la CVP. El canal más frecuentado por el usuario fue el presencial (asesor en punto de atención), seguido del telefónico. La proporción de este último canal (20%), puede significar una percepción desfavorable del ciudadano cuando al intentar comunicarse con la entidad no establece un contacto eficaz o cuando permanecen ocupadas las extensiones de la dependencia. Por otra parte, para el usuario de la Dirección de Urbanizaciones y Titulación no es relevante establecer comunicación a través de la página web de la entidad o el portal de Gobierno en Línea, aunque cabe aclarar que algunos ciudadanos utilizan el correo electrónico [soluciones@cajaviviendapopular.gov.co](mailto:soluciones@cajaviviendapopular.gov.co) para interponer sus peticiones. Ninguna persona de los 100 encuestados usó estas herramientas de contacto.

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 100%, y con el mismo porcentaje, fue considerado como el canal más útil, mientras que solo el 20% de los encuestados usó el canal telefónico y un 19% lo consideró útil.

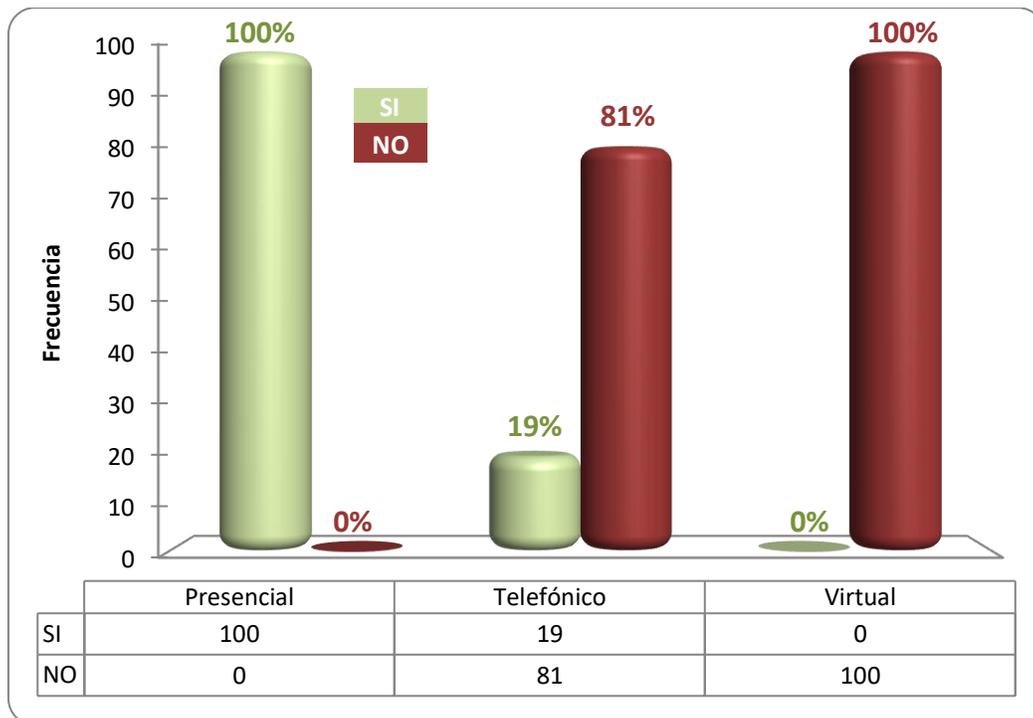
El 99% de los ciudadanos encuestados, afirmó que volvería a usar el canal presencial y solo el 18% de los encuestados volvería a usar el canal telefónico.

Es indudable que el canal presencial es el medio por excelencia que frecuentan los ciudadanos, y si bien es cierto que el 79% de la población encuestada, ya cuenta con dispositivos de comunicación o 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 apropiarse a las TIC de una mejor manera.

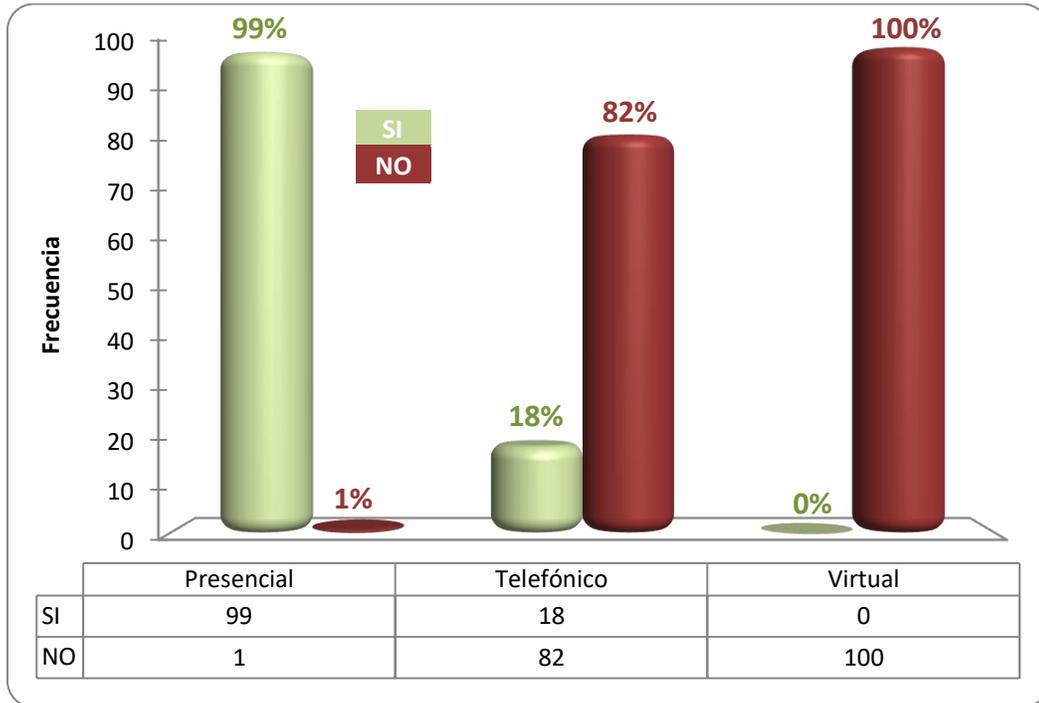
Gráfica 25. Uso de los canales de comunicación – DUT



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



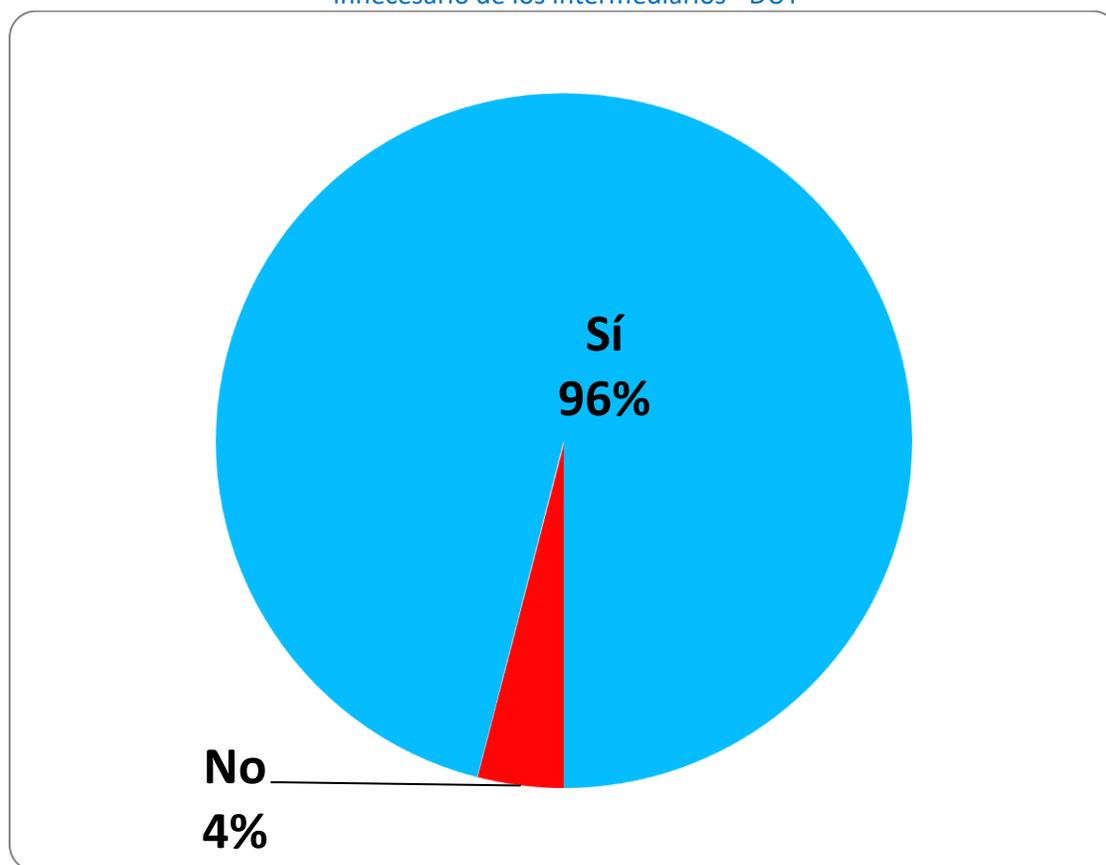
### 1.5 MEDICIÓN DEL EFECTO DE LA INFORMACIÓN SUMINISTRADA A LOS CIUDADANOS SOBRE GRATUIDAD DE TRÁMITES Y SERVICIOS Y LA NO RECURRENCIA A INTERMEDIARIOS

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. 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 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 96% 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. 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.

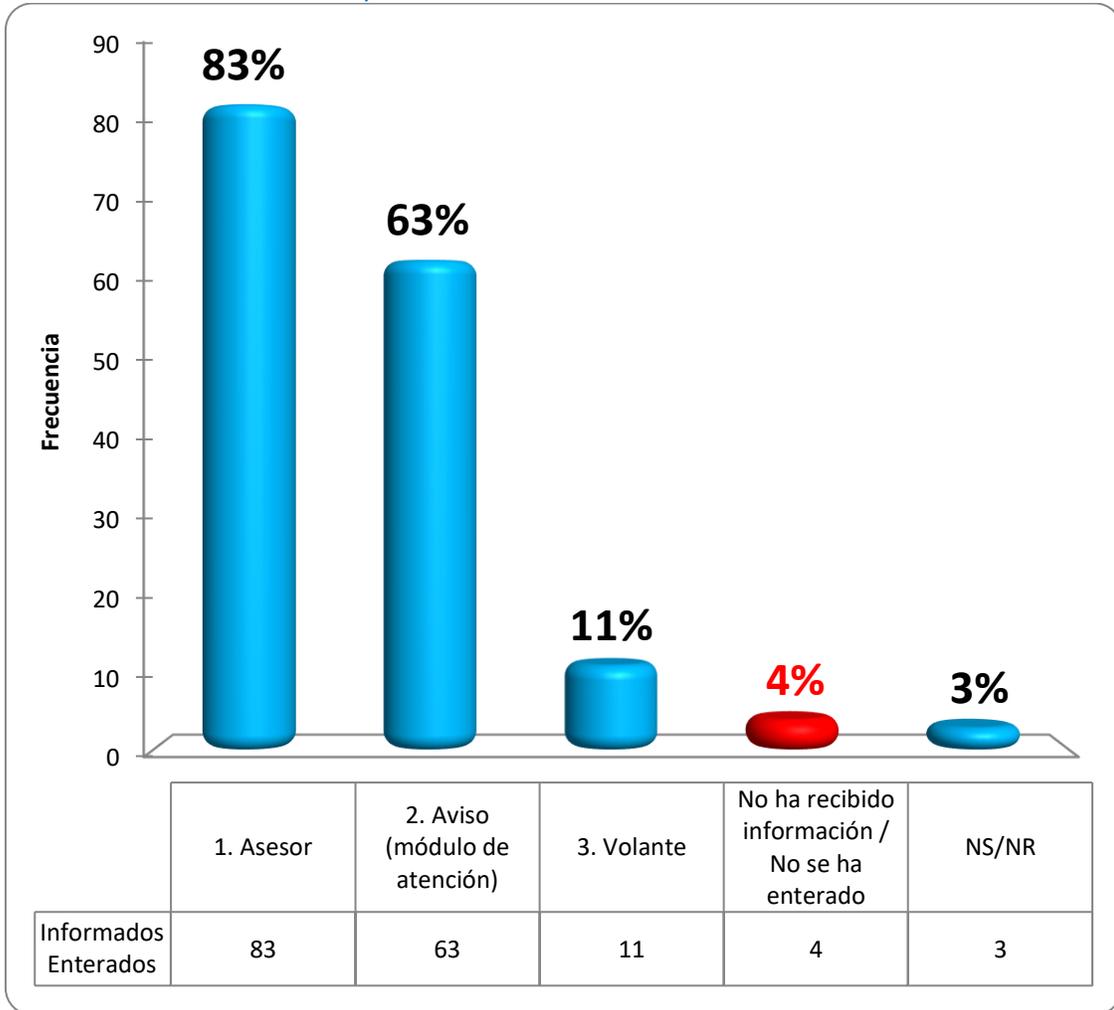
Gráfica 28. Porcentaje de personas que recibieron información sobre la gratuidad de trámites y servicios y lo innecesario de los intermediarios - DUT



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 83% de los usuarios de la Dirección de Urbanizaciones y Titulación, si ha recibido información verbal suministrada por los asesores que los atendieron, el 63% se

enteró a través del aviso localizado en el módulo de atención y el 11% a través del volante disponible en el Punto de Atención al Ciudadano. Ninguna persona afirmó haber visto los mensajes de gratuidad en la página web o en las carteleras digitales de la entidad. Los resultados de la medición suministran información 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

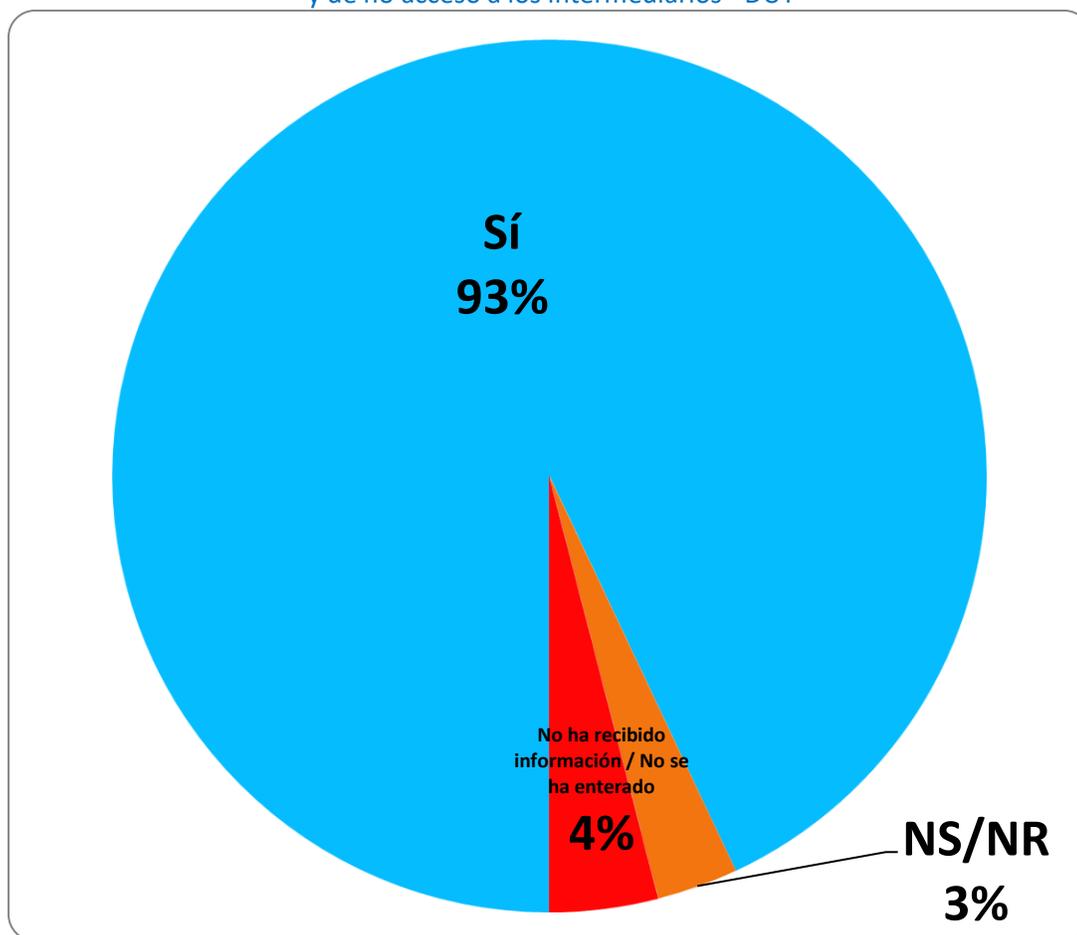


La tercera pregunta de esta temática se orientó a conocer si el ciudadano que recibió el mensaje, lo comprendió. El 93% de los usuarios encuestados de la Dirección de Urbanizaciones y Titulación contestó de manera afirmativa, es decir que si entendieron el mensaje de gratuidad y de no acceso a intermediarios.

Un 3% de los encuestados se abstuvo de responder, bien porque no tenía suficientes elementos para juzgar o porque simplemente prefirió no contestar. Para el presente análisis, se consideró que estas personas no comprendieron el mensaje, situación que sugiere que es probable que se necesite proveer de 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.

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



## 2. MEJORAMIENTO DE VIVIENDA

El cuestionario para la recolección de información de los usuarios de la Dirección de Mejoramiento de Vivienda (DMV) fue aplicado a 100 personas que pertenecen de manera mayoritaria a las localidades de Usme, Ciudad Bolívar y Kennedy.

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

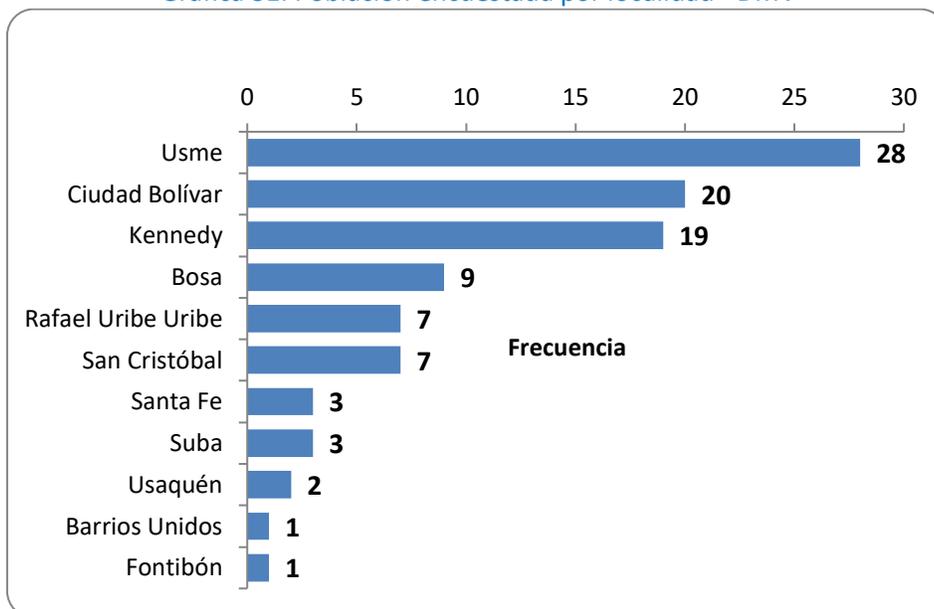
LOCALIDAD	No. DE PERSONAS	PORCENTAJE
Usme	28	28%
Ciudad Bolívar	20	20%
Kennedy	19	19%
Bosa	9	9%
Rafael Uribe Uribe	7	7%
San Cristóbal	7	7%
Santa Fe	3	3%
Suba	3	3%
Usaquén	2	2%
Barrios Unidos	1	1%
Fontibón	1	1%
<b>Total general</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

A través del instrumento se recogió información para evaluar los siguientes aspectos: Variables demográficas, Calidad del servicio, Satisfacción del usuario, Gratuidad de los trámites y servicios y Comunicación y acceso a las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). A continuación se presentan los resultados más relevantes de cada uno de ellos.

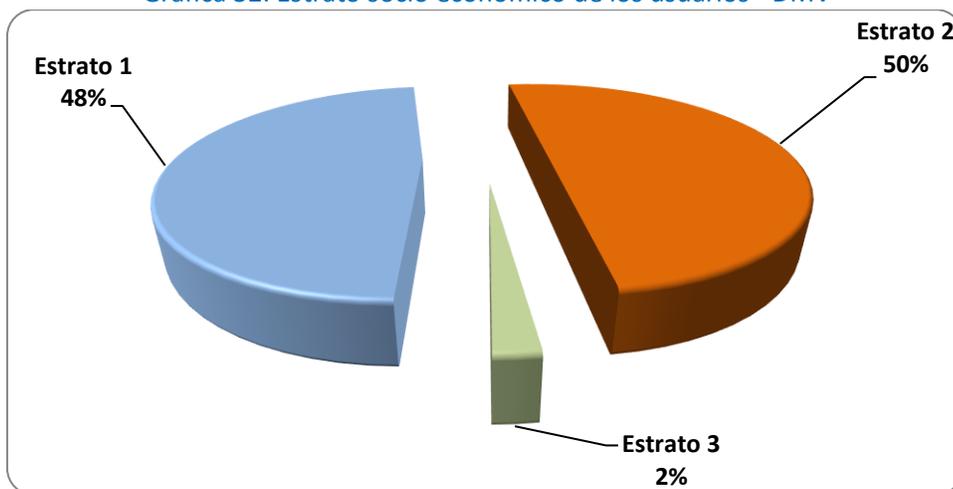
### 2.1 VARIABLES DEMOGRÁFICAS

La mayor representación de la población encuestada corresponde a la localidad de Usme con un 28%, seguida de las localidades de Ciudad Bolívar y Kennedy con una participación del 20% y 19% respectivamente. El 98% de los encuestados se ubica en los estratos socio económicos 1 y 2.

Gráfica 31. Población encuestada por localidad - DMV

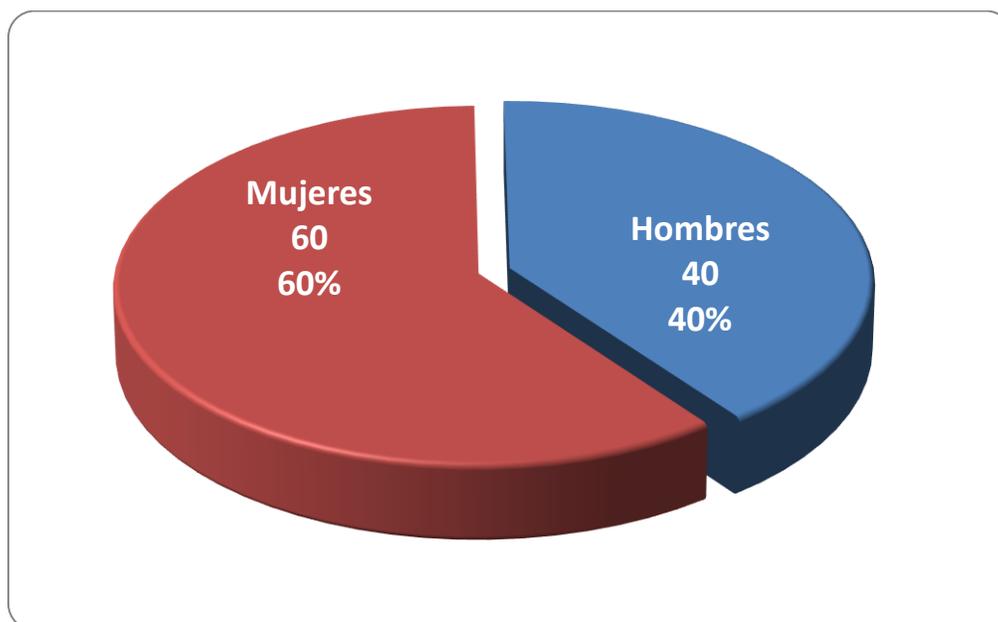


Gráfica 32. Estrato socio económico de los usuarios - DMV



De acuerdo con el género, las mujeres representan la mayoría, es decir, el 60% de la población encuestada y los hombres constituyen un 40% de los encuestados.

Gráfica 33. Género de la población encuestada DMV

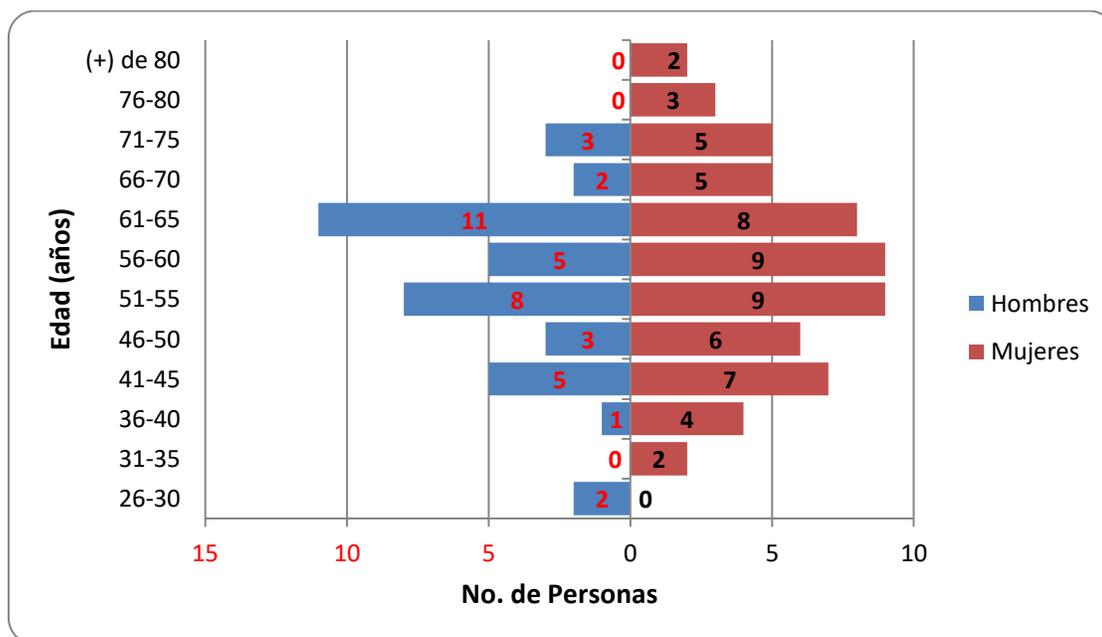


La distribución por edades de los ciudadanos encuestados muestra que el 71% de la población tiene edades entre 41 y 65 años. En el caso de los hombres la mayor proporción, es decir el 67,5%, se encuentra en el rango de edad de 46 a 65 años y para las mujeres, la mayor participación, el 65,0%, para el rango 41 a 65 años.

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

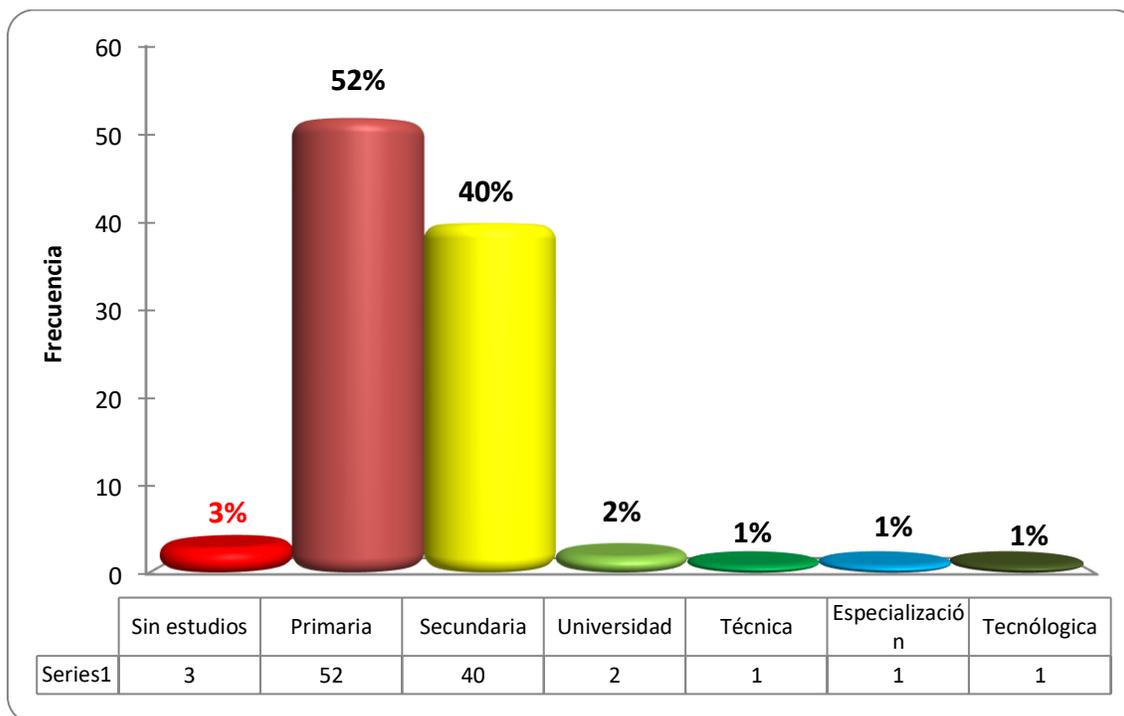
Rango de edad (años)	Hombres	Mujeres	% por rango de edad (Hombres)	% por rango de edad (Mujeres)
26-30	2	0	5,0%	0,0%
31-35	0	2	0,0%	3,3%
36-40	1	4	2,5%	6,7%
41-45	5	7	12,5%	11,7%
46-50	3	6	7,5%	10,0%
51-55	8	9	20,0%	15,0%
56-60	5	9	12,5%	15,0%
61-65	11	8	27,5%	13,3%
66-70	2	5	5,0%	8,3%
71-75	3	5	7,5%	8,3%
76-80	0	3	0,0%	5,0%
(+) de 80	0	2	0,0%	3,3%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>60</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Gráfica 34. Edad y género de la población encuestada - DMV

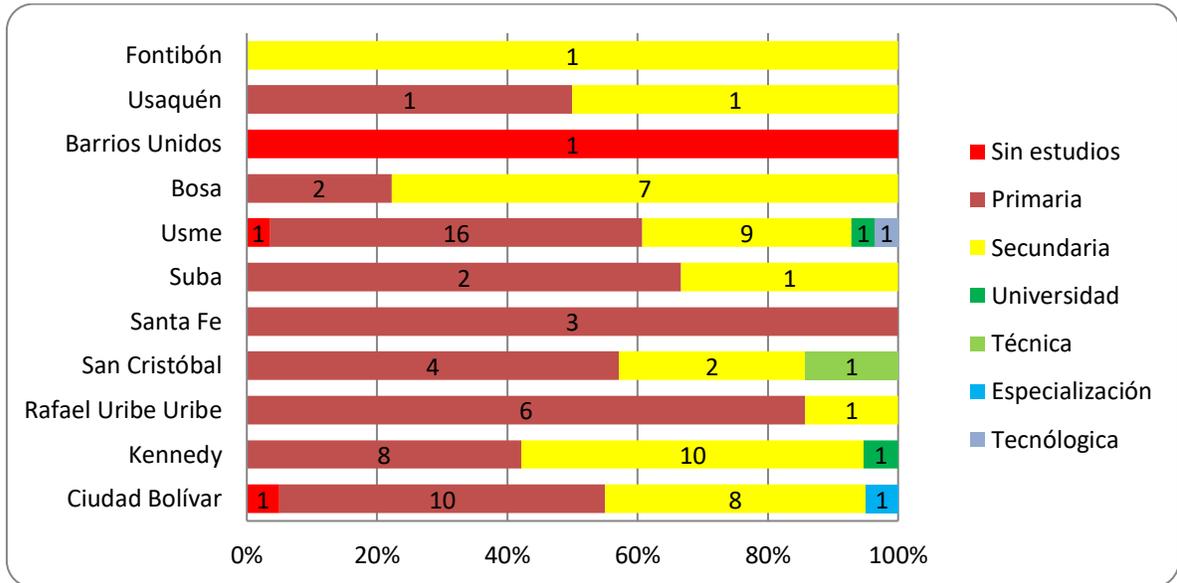


En cuanto a la distribución por nivel de escolaridad se encontró que el 52% de los ciudadanos encuestados tiene un nivel educativo de primaria y el 40% cuenta con educación media, situación que es similar en casi todas las localidades. El 5% de la población tiene educación superior y solo el 3% no tiene estudios.

Gráfica 35. Escolaridad de la población encuestada - DMV

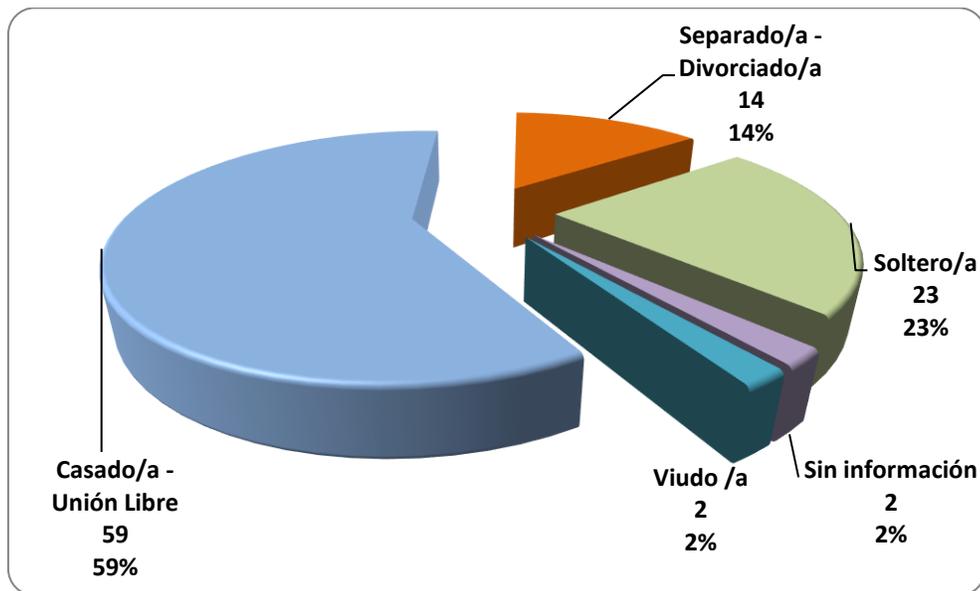


Gráfica 36. Nivel de estudios por localidad - DMV

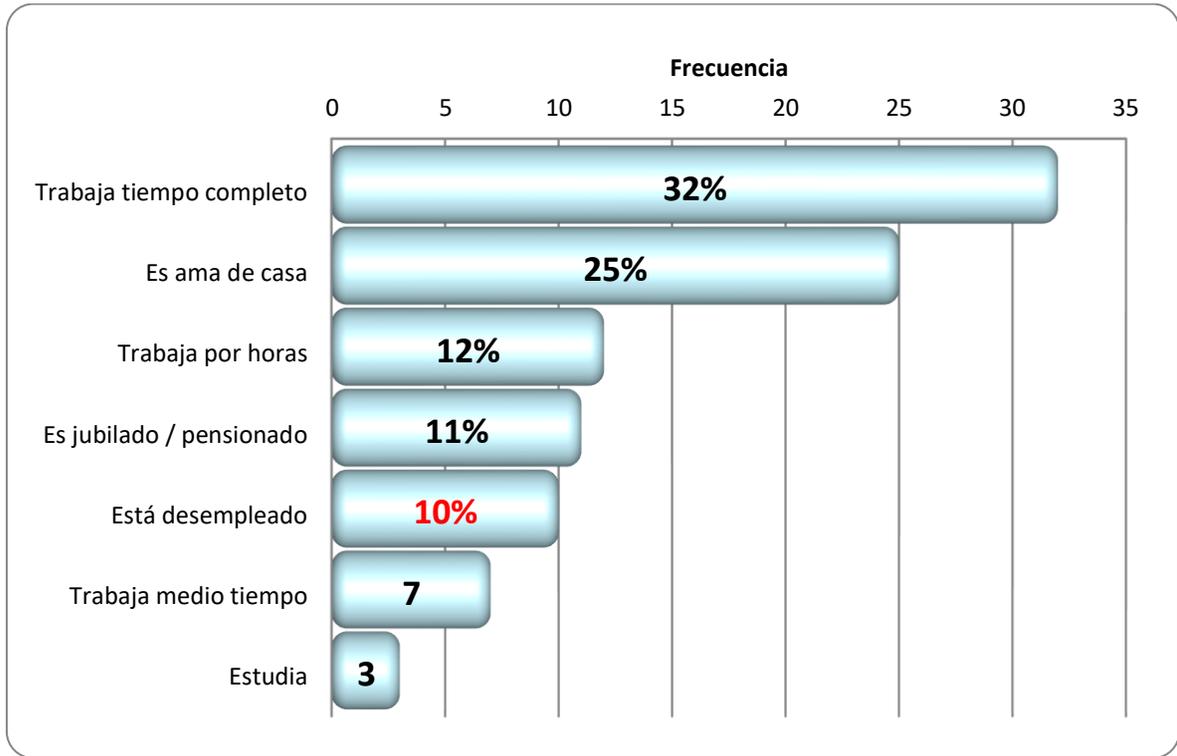


La categoría del estado civil de la población que más se repite es casado o en unión libre con una frecuencia relativa del 59%, seguida del estado civil soltero con un 23%. Con respecto a la ocupación, El 32% de los encuestados afirmó estar trabajando por tiempo completo, el 25% es ama de casa, el 12% trabaja por horas, el 11% es jubilado y el 10% está desempleado. Otra variable demográfica de interés es el número de habitantes por cada hogar, encontrando que el 25% de la población encuestada habita en viviendas con 3 habitantes, el 24% habita en viviendas de 4 habitantes y el 17% en viviendas con 2 habitantes. El 9% de los encuestados afirmaron habitar en viviendas de 7 o más habitantes, representando la porción de la población con mayor hacinamiento.

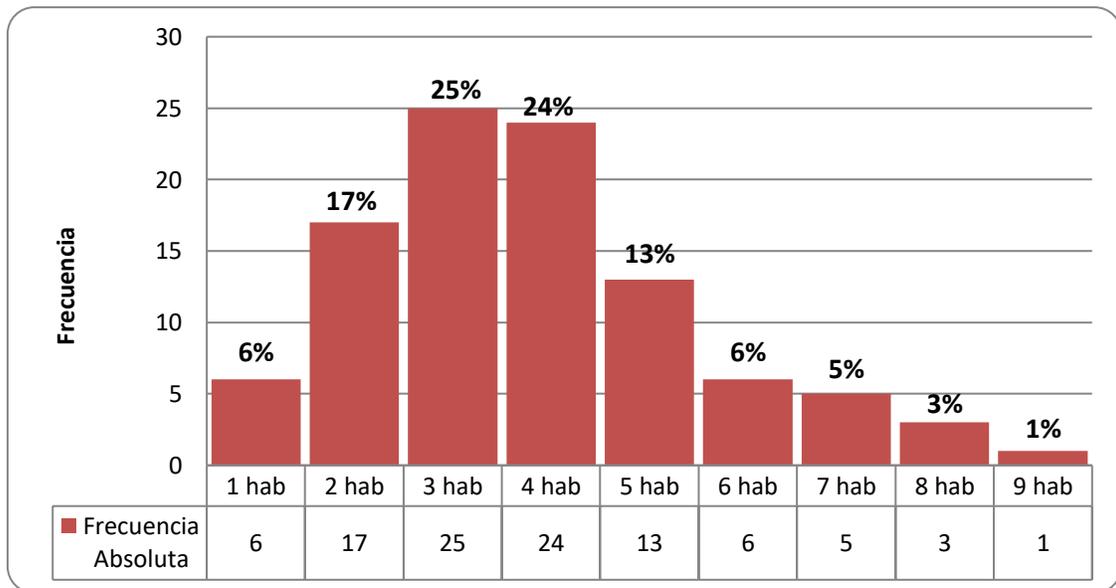
Gráfica 37. Estado civil de la población encuestada - DMV



Gráfica 38. Situación laboral de los usuarios - DMV



Gráfica 39. Cantidad de habitantes por vivienda - DMV



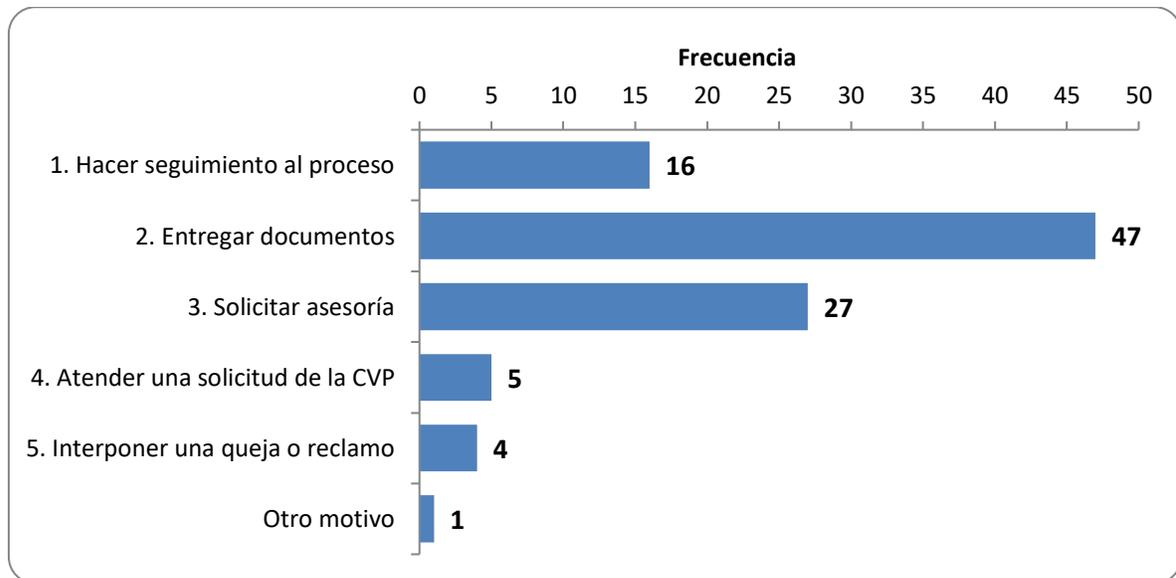
## 2.2 MOTIVO DE LA VISITA DEL CIUDADANO Y PERMANENCIA EN EL PROCESO

Al ser indagados los usuarios de Mejoramiento de Vivienda sobre la razón de su visita al punto de Atención al Ciudadano, estos manifestaron que existe un motivo principal por el cual se acercaron a la CVP. El 47% de los encuestados expresó que concurren con el propósito de entregar documentos y el 27% lo hacen para solicitar una asesoría. El 16% de los encuestados, se acercó con la idea de hacer seguimiento a su proceso, es decir, al curso dado por la organización a los trámites y/o servicios tendientes a atender sus necesidades. Un 5% de los encuestados se acercó a la CVP con el propósito de atender una solicitud realizada por la CVP.

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

MOTIVO - VISITA	Total	Porcentaje
1. Hacer seguimiento al proceso	16	16%
2. Entregar documentos	47	47%
3. Solicitar asesoría	27	27%
4. Atender una solicitud de la CVP	5	5%
5. Interponer una queja o reclamo	4	4%
Otro motivo	1	1%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Gráfica 40. Motivo de la visita - DMV

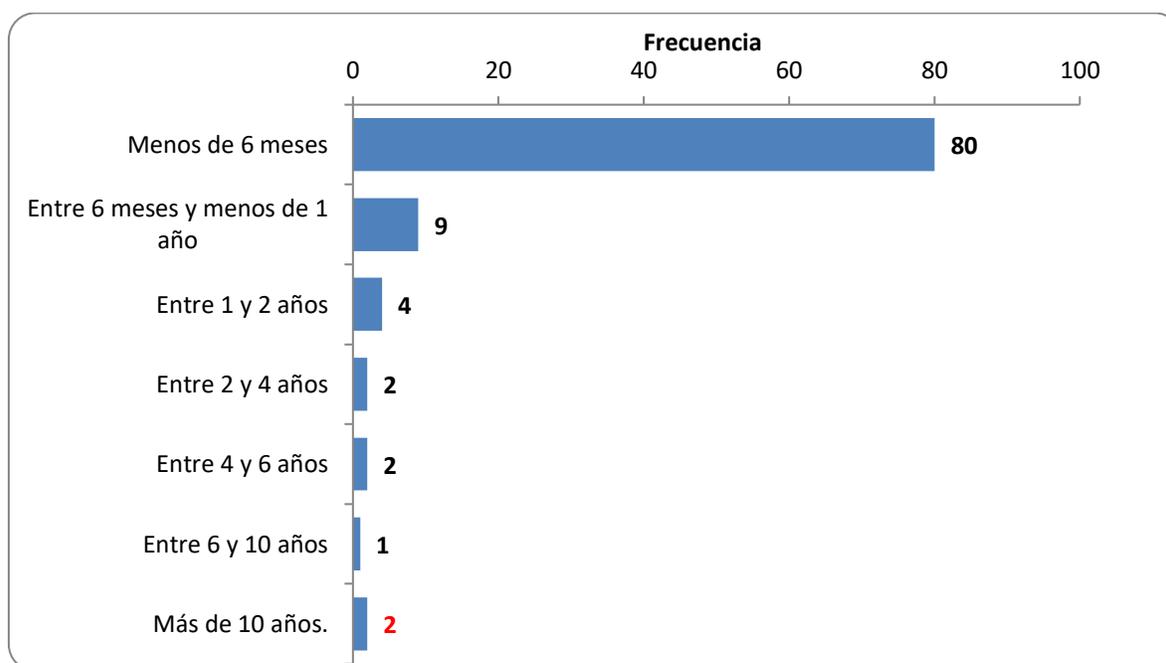


El 80% de los encuestados se acercó hace menos de seis meses a la CVP y un 9% ha permanecido en el proceso entre seis meses y 1 año. Solo un 2% de la población encuestada indicó que lleva más de 10 años en el proceso.

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

TIEMPO - PERMANENCIA	Total	Porcentaje
Menos de 6 meses	80	80%
Entre 6 meses y menos de 1 año	9	9%
Entre 1 y 2 años	4	4%
Entre 2 y 4 años	2	2%
Entre 4 y 6 años	2	2%
Entre 6 y 10 años	1	1%
Más de 10 años.	2	2%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Gráfica 41. Tiempo de permanencia en el proceso - DMV



Un 72% de los encuestados considera que está informado de manera suficiente sobre el proceso y el 27% considera que no le han suministrado información idónea. A nivel de localidad, se advierte que el 40% de los encuestados que pertenecen a la localidad de Ciudad Bolívar, no se sienten que están bien informados, un alto porcentaje que puede sugerir la revisión del proceso de comunicación y entrega de información a ciudadanos de dicha localidad.

Gráfica 42. Suministro de información suficiente sobre el proceso - DMV

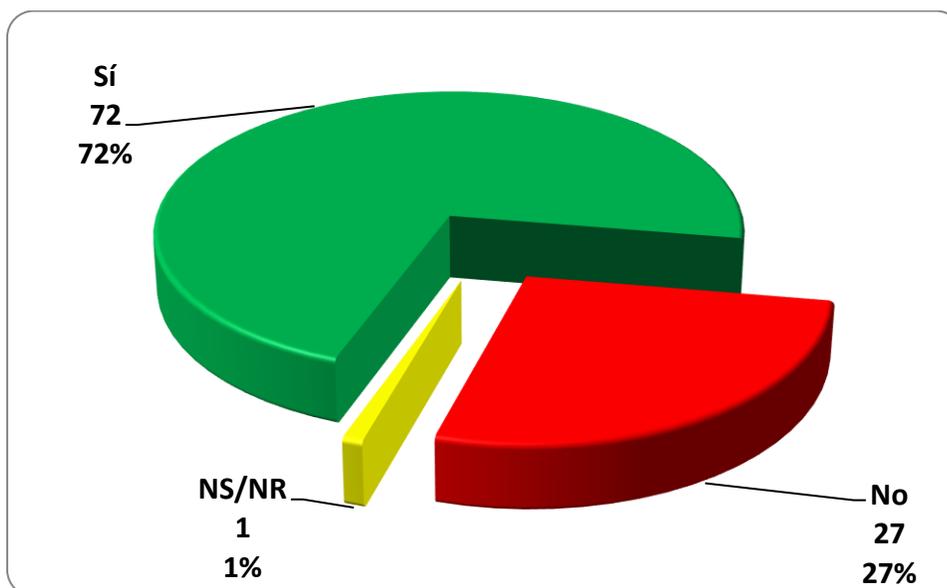
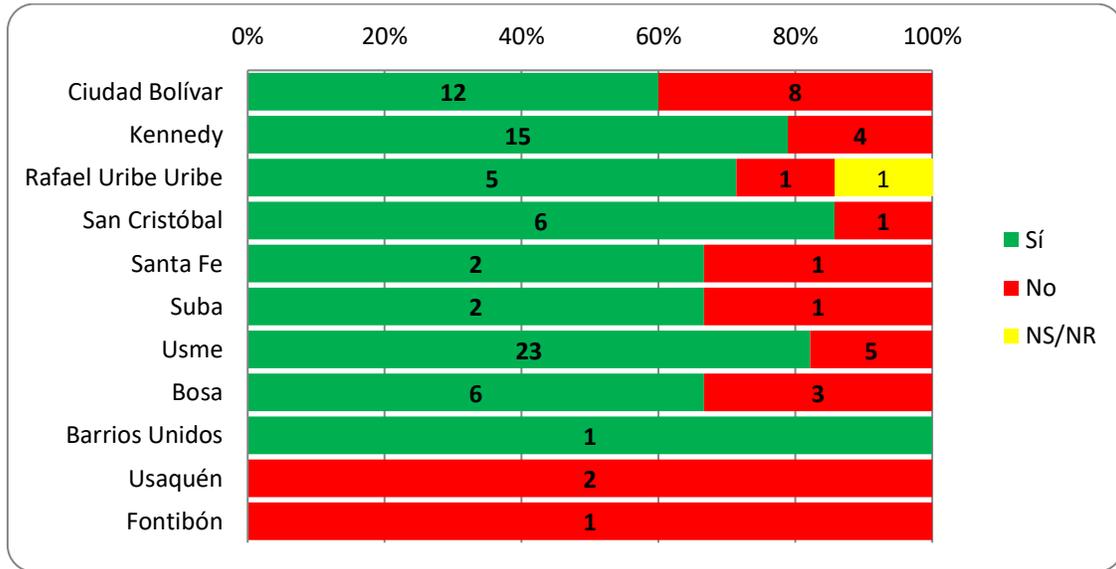


Tabla 12. Distribución porcentual por localidad del suministro de información sobre el proceso - DMV

LOCALIDAD	Sí	No	NS/NR	% Sí	% No	% NS/NR
Ciudad Bolívar	12	8		60,0%	40,0%	0,0%
Kennedy	15	4		78,9%	21,1%	0,0%
Rafael Uribe Uribe	5	1	1	71,4%	14,3%	14,3%
San Cristóbal	6	1		85,7%	14,3%	0,0%
Santa Fe	2	1		66,7%	33,3%	0,0%
Suba	2	1		66,7%	33,3%	0,0%
Usme	23	5		82,1%	17,9%	0,0%
Bosa	6	3		66,7%	33,3%	0,0%
Barrios Unidos	1			100,0%	0,0%	0,0%
Usaquén		2		0,0%	100,0%	0,0%
Fontibón		1		0,0%	100,0%	0,0%
<b>Total</b>	<b>72</b>	<b>27</b>	<b>1</b>	<b>72%</b>	<b>27%</b>	<b>1%</b>

Gráfica 43. 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 4,07, destacándose la accesibilidad y comodidad de las instalaciones y la calidez y amabilidad del recurso humano. En general, las calificaciones de los atributos de calidad son similares. La cualidad menor valorada fue la duración del proceso. Esta calificación fue de 3,42. La Duración del Proceso, es un atributo que forma parte de la dimensión de la calidad del servicio “Capacidad de Respuesta” y evalúa el tiempo que tardan los procesos de asistencia técnica para la obtención de licencias de construcción o actos de reconocimiento y la estructuración de proyectos de subsidio distrital de mejoramiento de vivienda. Es recomendable que se realice una revisión de normas para reducir o eliminar requisitos y tiempos de ejecución de los 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 servicios en línea de manera parcial o total.

Gráfica 44. Calificación de los atributos del servicio - DMV

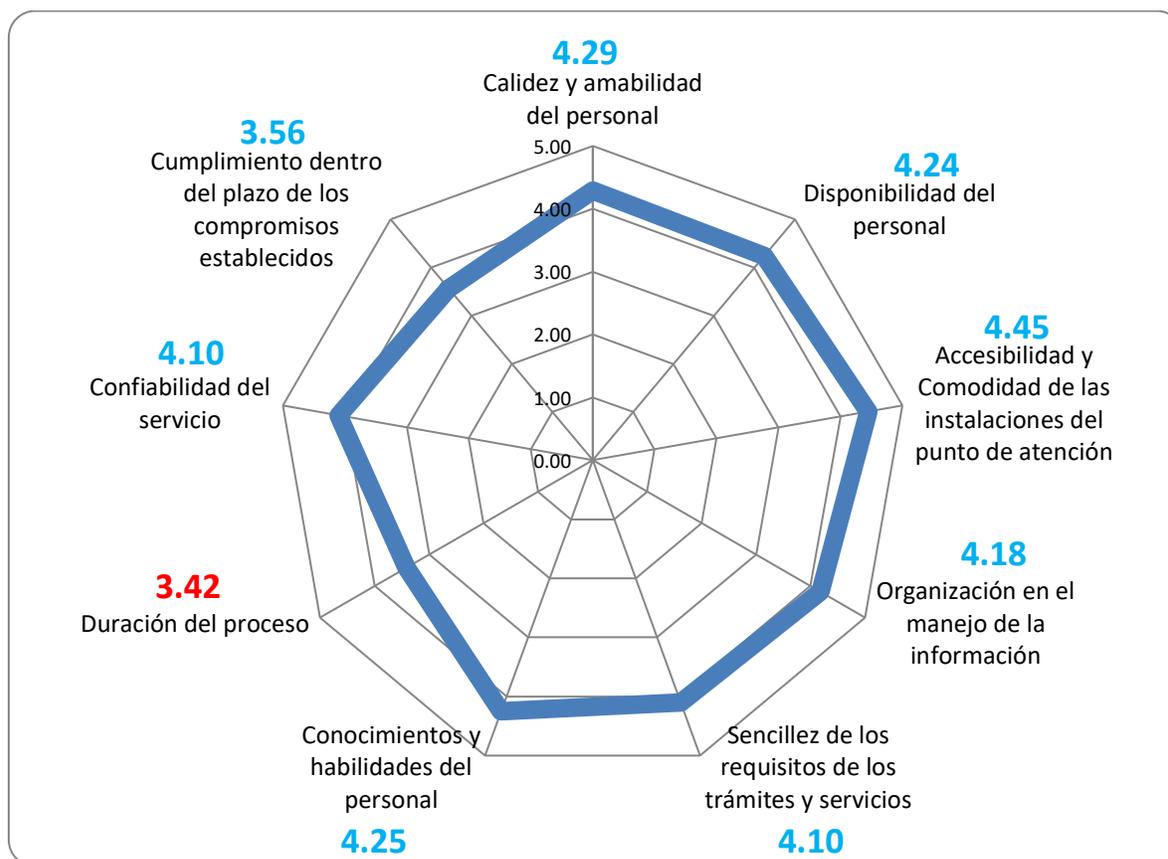
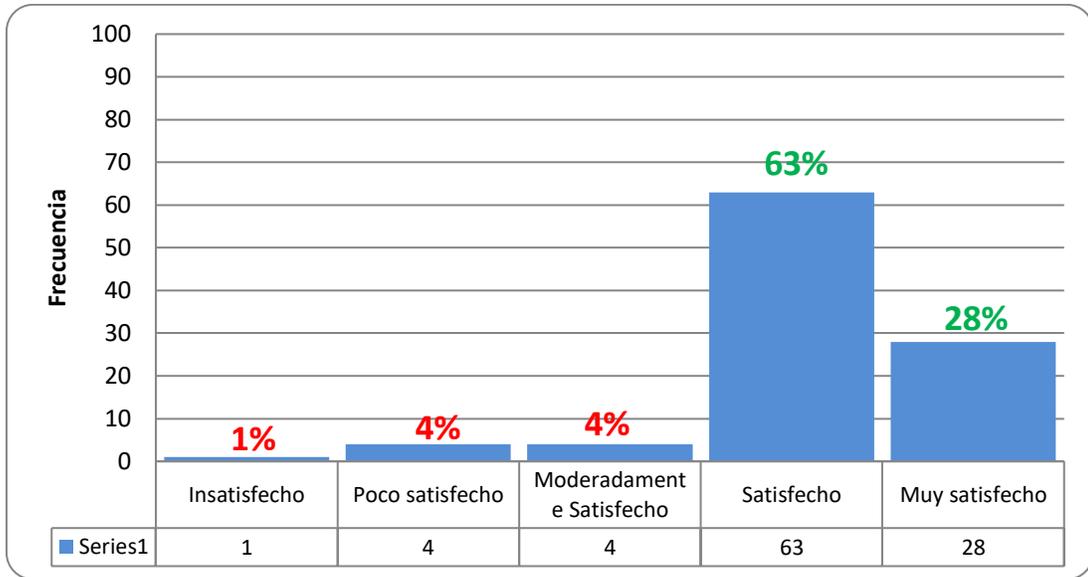


Tabla 13. Atributos y dimensiones de la calidad del servicio - DMV

ATRIBUTO	Calificación	Dimensión de la Calidad del Servicio
Calidez y amabilidad del personal	4,29	Empatía
Disponibilidad del personal	4,24	Capacidad de Respuesta
Accesibilidad y Comodidad de las instalaciones del punto de atención	4,45	Elementos Tangibles
Organización en el manejo de la información	4,18	Fiabilidad, Capacidad de Respuesta
Sencillez de los requisitos de los trámites y servicios	4,10	Fiabilidad, Capacidad de Respuesta
Conocimientos y habilidades del personal	4,25	Seguridad
Duración del proceso	3,42	Capacidad de Respuesta
Confiabilidad del servicio	4,10	Fiabilidad
Cumplimiento dentro del plazo de los compromisos establecidos	3,56	Capacidad de Respuesta

La satisfacción general de los usuarios de la Dirección de Mejoramiento de Vivienda 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.

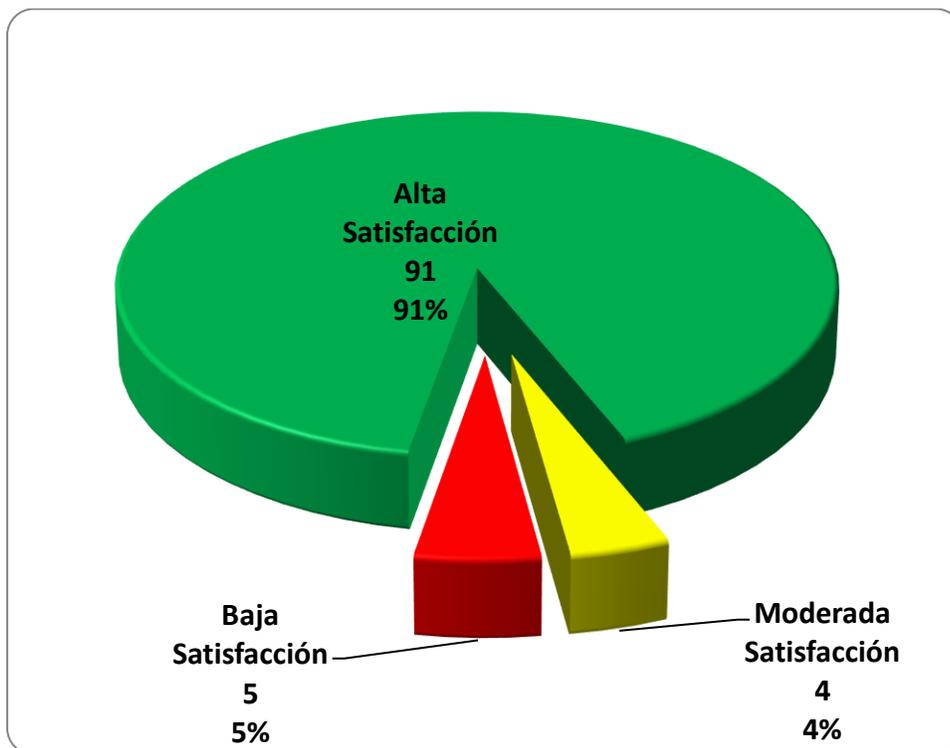
Gráfica 45. Nivel de satisfacción de los usuarios con el servicio prestado - DMV



La evaluación anterior, indicó que el 63% de los encuestados se encuentra satisfecho con el servicio y la atención brindada por la Dirección de Urbanizaciones y Titulación de la CVP y un 28% se encuentra muy satisfecho. Un 4% de los encuestados se encuentra moderadamente satisfecho y con la misma proporción, la población encuestada, manifestó que está poco satisfecha. Solo una persona manifestó estar insatisfecha. Para determinar de manera global 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.

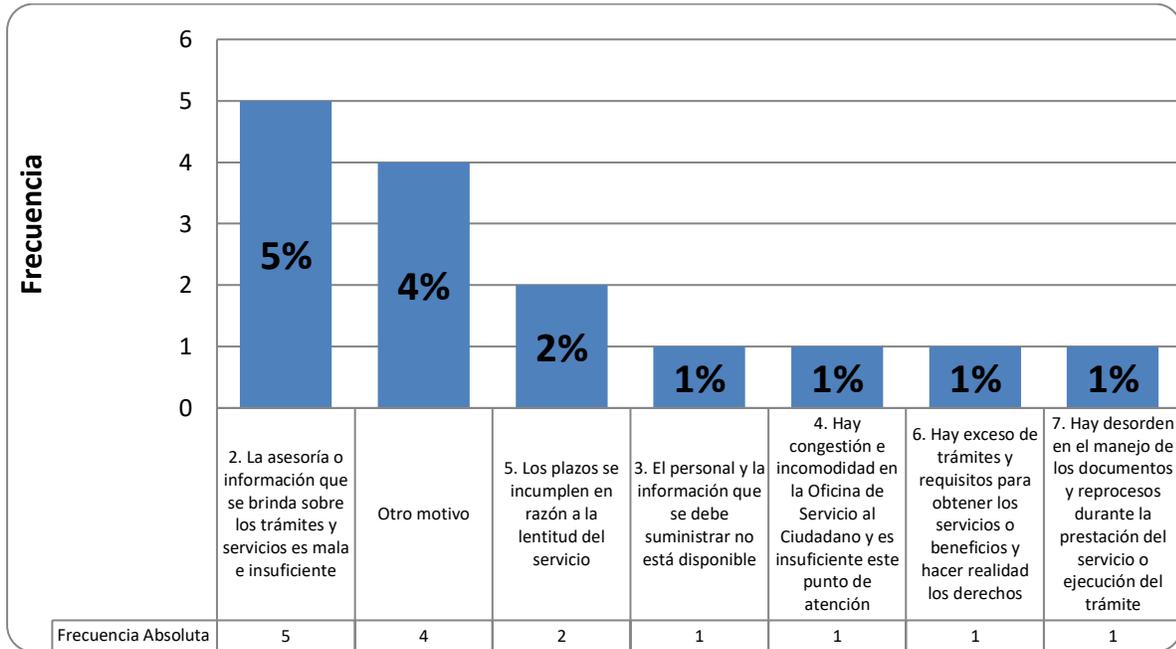
Gráfica 46. Población satisfecha e insatisfecha con el servicio - DMV



No obstante lo anterior, y como se mencionó con anterioridad, solo el 9% de los usuarios afirmó tener un bajo nivel de satisfacción con respecto al servicio prestado por la Dirección de Mejoramiento de Vivienda de la CVP.

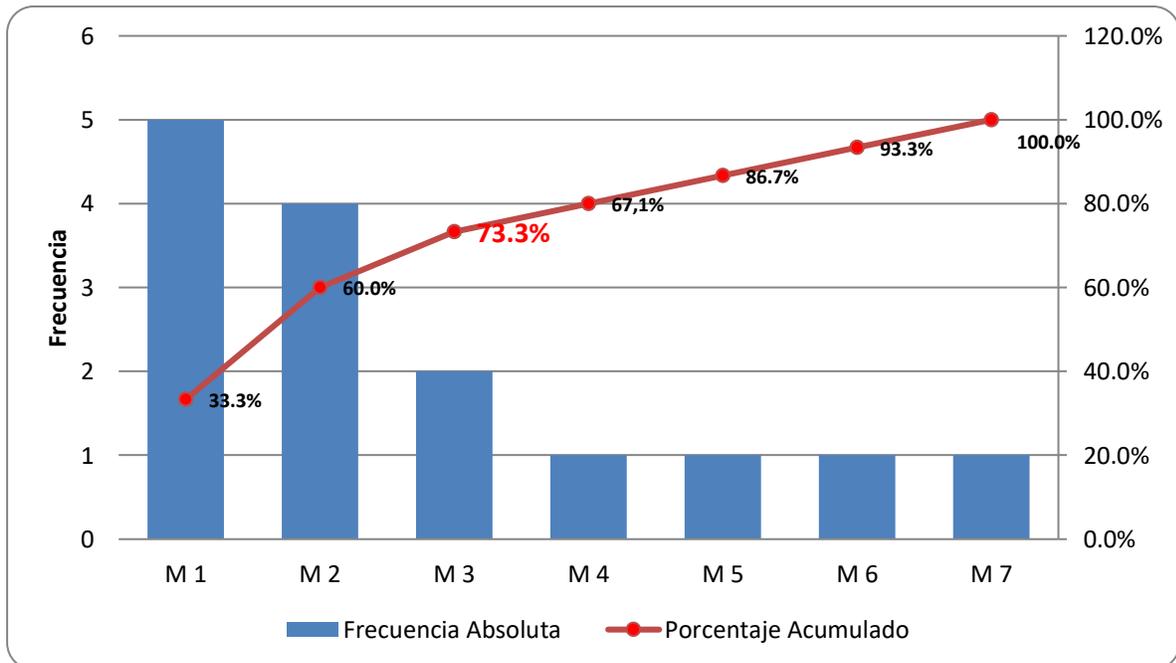
Al indagar los motivos expresados por este porcentaje de la población, los encuestados escogieron 15 razones que explicarían dicha inconformidad. El motivo de mayor frecuencia es la mala e insuficiente asesoría o información que se brinda sobre los servicios; el 5% de los 100 encuestados así lo consideró. El segundo motivo en importancia obedece a otras inconformidades manifestadas por el 4% de los 100 encuestados y un 2% opinó que los plazos se incumplían en razón a la lentitud del servicio.

Gráfica 47. Motivos de baja satisfacción - DMV



De acuerdo con el Diagrama de Pareto, el 73,3% de los motivos de baja satisfacción obedecen a los tres 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.

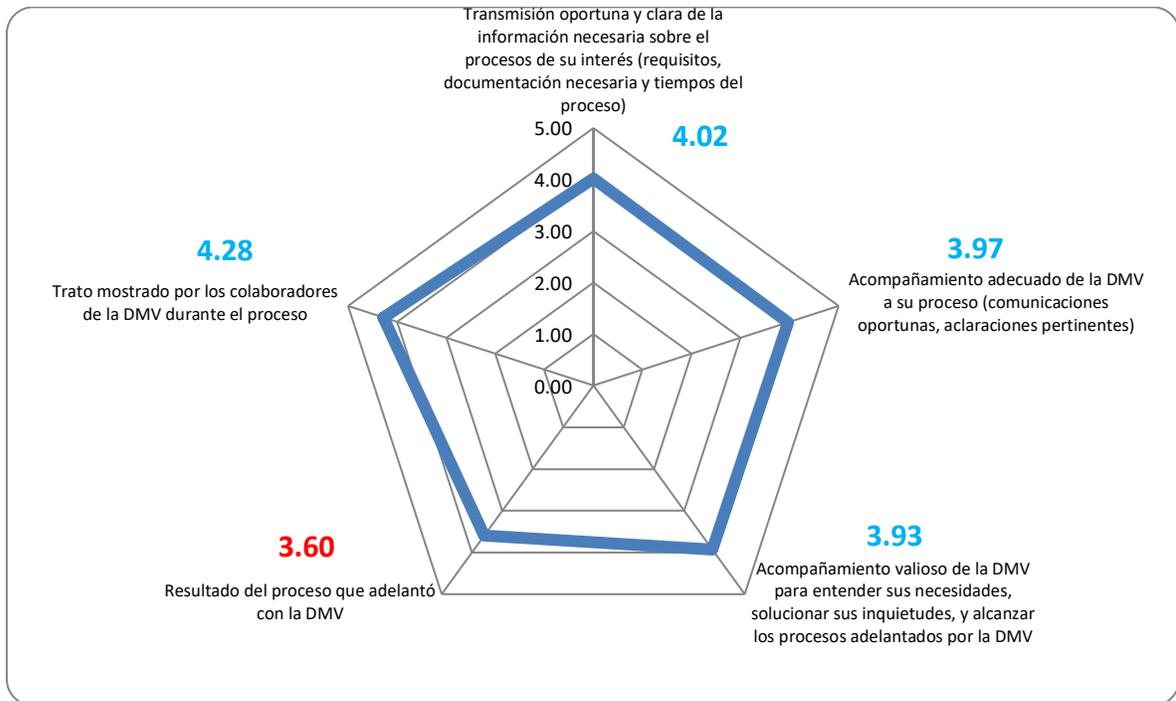
Gráfica 48. Diagrama de Pareto de los motivos de baja satisfacción - DMV



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 3,96 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 49. Calificación - Aspectos específicos del área misional - DMV



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

La evaluación del grado de apropiación de las TIC por parte de los usuarios de la CVP, se realizó preguntando a los ciudadanos sobre 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 servicios en línea que le faciliten a la ciudadanía el acceso a los mismos.

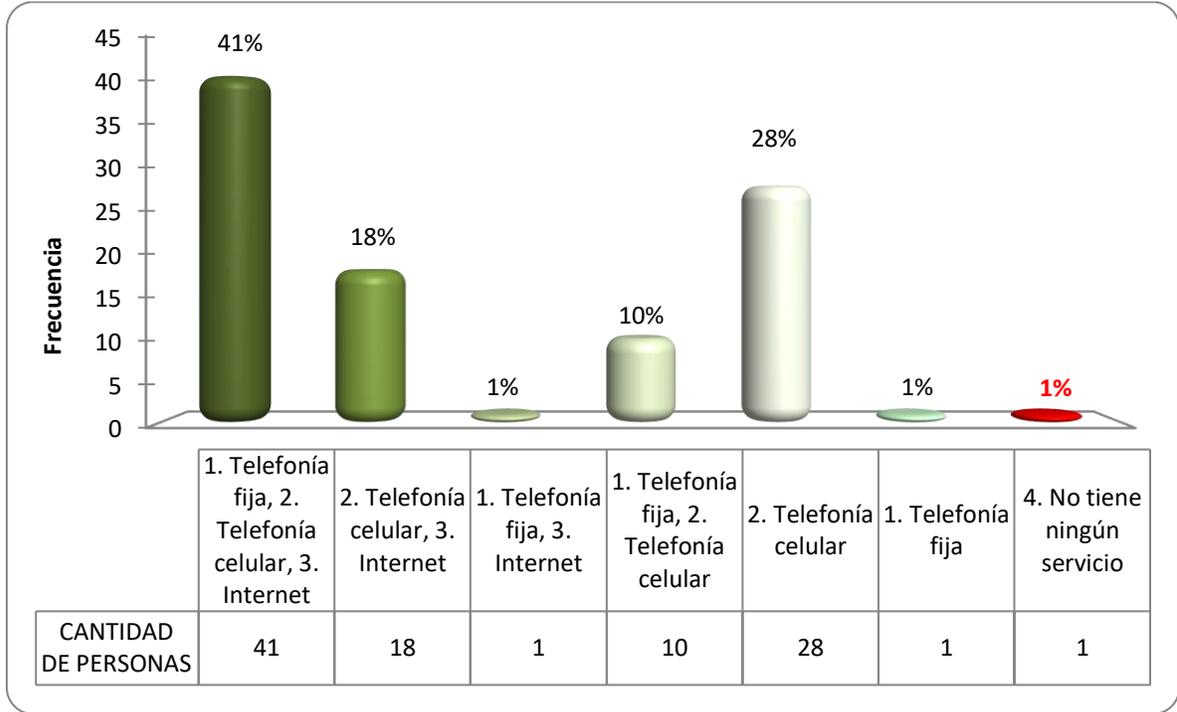
Al indagar sobre los indicadores básicos de TIC en los hogares de los encuestados, y tomando en consideración que hay preguntas que están conformadas por varios ítems y por lo tanto admiten una respuesta múltiple, se agruparon los ítems y se encontró lo siguiente: El 41% de los encuestados cuenta con los 3 servicios de telefonía fija, telefonía celular e Internet. El 29% de los encuestados tiene 2 servicios, casi todos con servicio de telefonía celular. Un 28% de los ciudadanos únicamente tiene el servicio de telefonía celular. Una sola persona no dispone de ningún servicio.

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 96% de los encuestados dispone de un teléfono celular, el 53% tiene teléfono fijo y el 43% posee computador de escritorio o computador portátil o tableta. Solo el 1% de los encuestados afirma no tener ningún tipo de dispositivo digital.

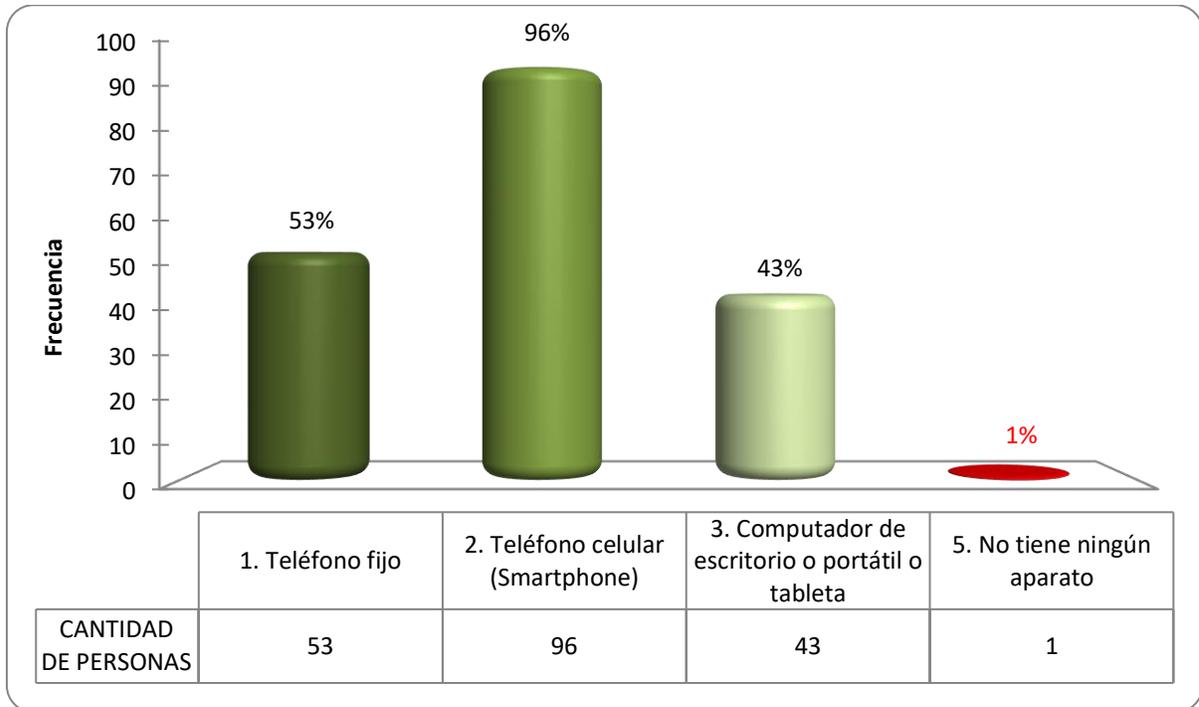
Para averiguar sobre la forma como la población encuestada accede a Internet, se formuló una pregunta con múltiple respuesta teniendo en consideración que los ciudadanos pueden acceder a Internet a través de varias formas (la mayoría de los ítems de la pregunta no son mutuamente excluyentes) y se encontró que uno de los datos más relevantes y que más llama la atención, es que el 55% de los 100 encuestados, accede a Internet a través de una red paga, y el 47% tiene plan de datos, no obstante el 33% de la población encuestada no accede a Internet. Un 23% de los 100 encuestados, accede a través de conexiones gratuitas o salas de Internet. Con respecto a la frecuencia de uso (preguntas con ítems mutuamente excluyentes), se advierte que el 53% de los encuestados accede todos los días, y un 13% por lo menos utiliza Internet un día a la semana.

Con respecto a los usos dados al servicio de Internet, (tomando en consideración que los ítems no son mutuamente excluyentes) el 65% se inclina a consultar sus redes sociales, el 56% usa Internet para entretenerse y el 53% de la población lo emplea como herramienta de trabajo o estudio, el 40% usa la red para gestionar su correo electrónico y solo un 2% hace transacciones a través de la red.

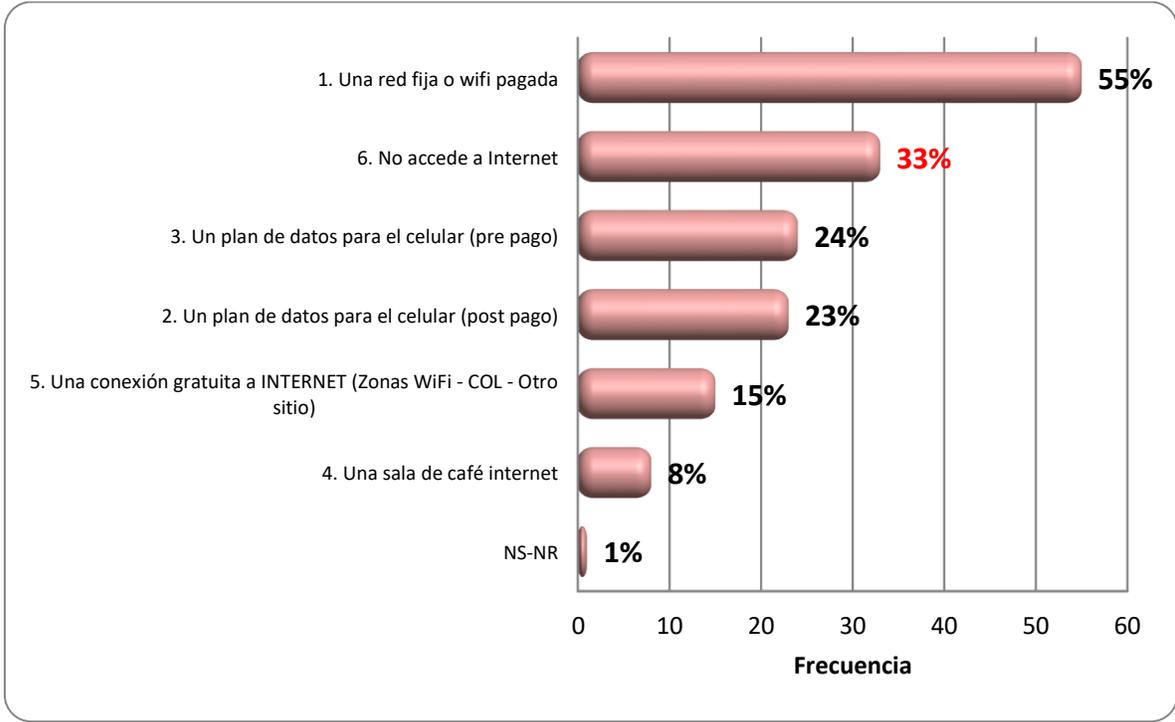
Gráfica 50. Servicios de telefonía e Internet de la población - DMV



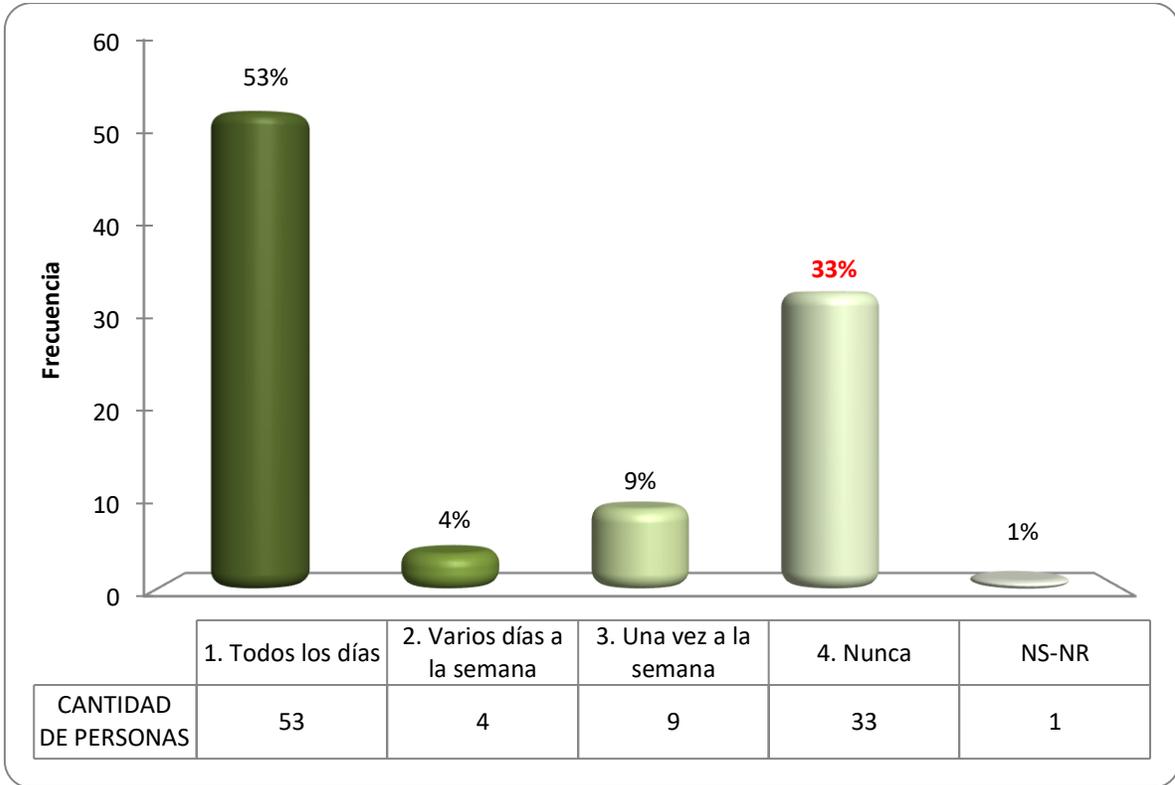
Gráfica 51. Disposición de dispositivos TIC de la población - DMV



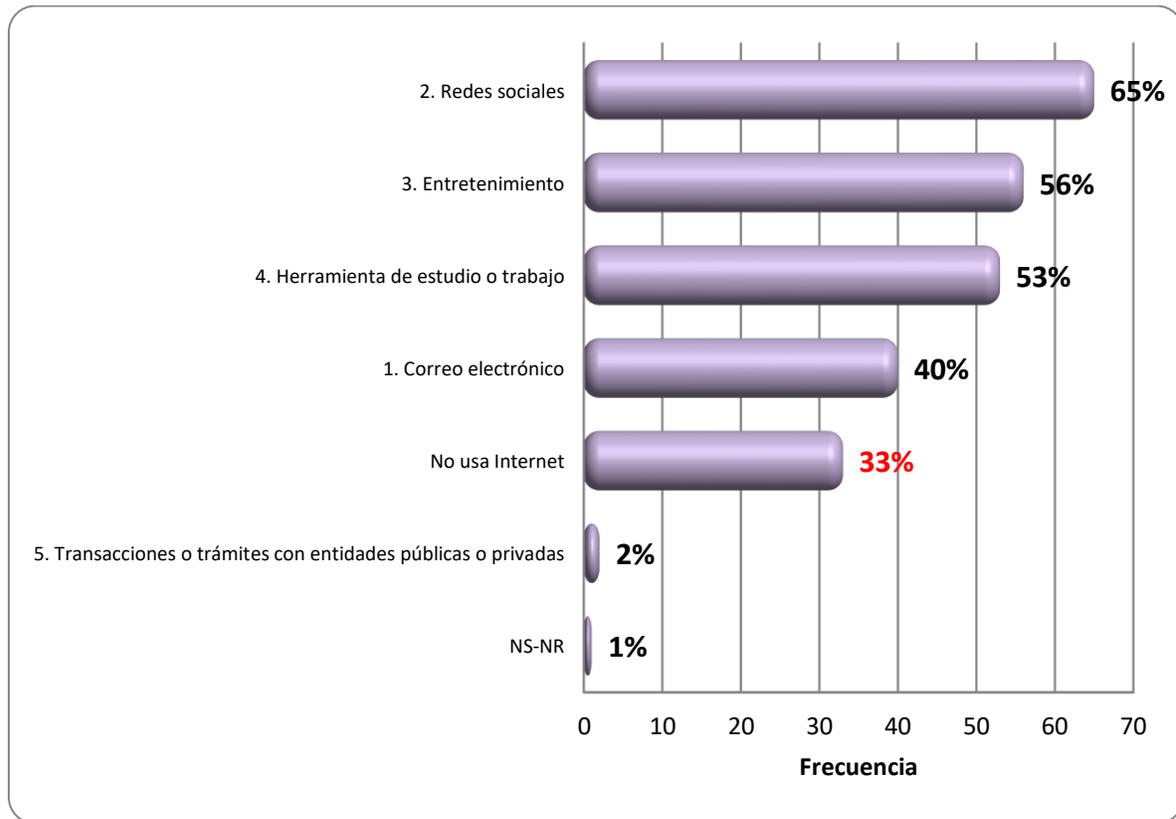
Gráfica 52. Acceso de la población a Internet - DMV



Gráfica 53. Frecuencia de acceso de la población a Internet - DMV



Gráfica 54. Usos que la población encuestada hace del Internet - DMV



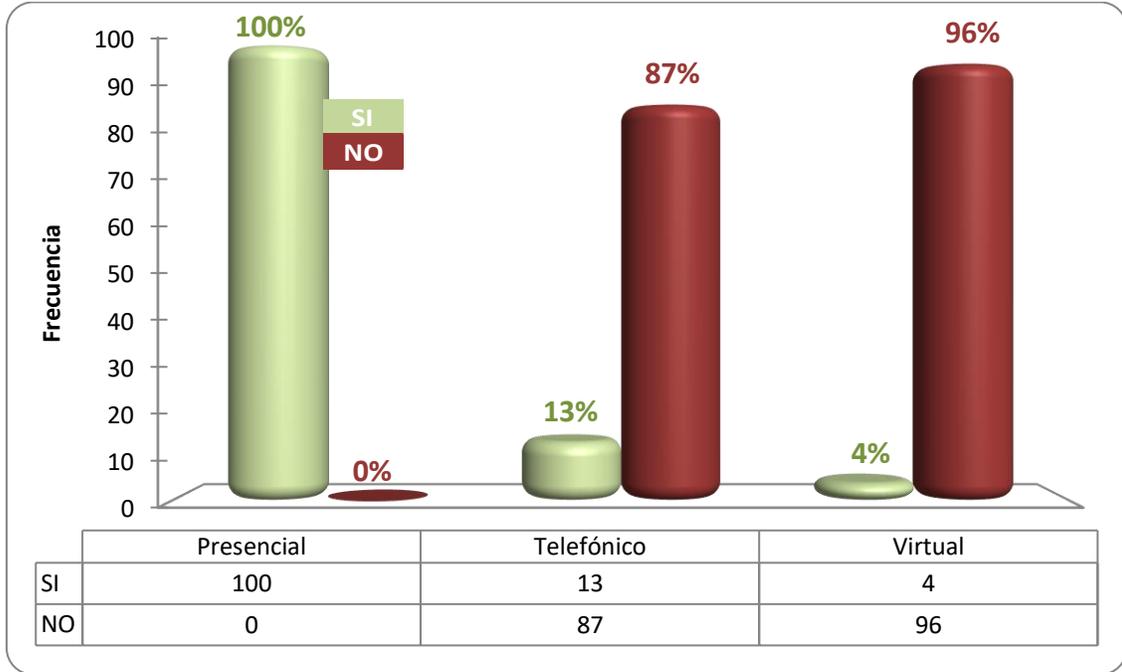
Otro aspecto relevante de la encuesta consistió en medir la forma como el usuario se comunica con la CVP. El canal más usado por el usuario fue el presencial (asesor en punto de atención) con un 100%, seguido del telefónico con un 13%.

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.

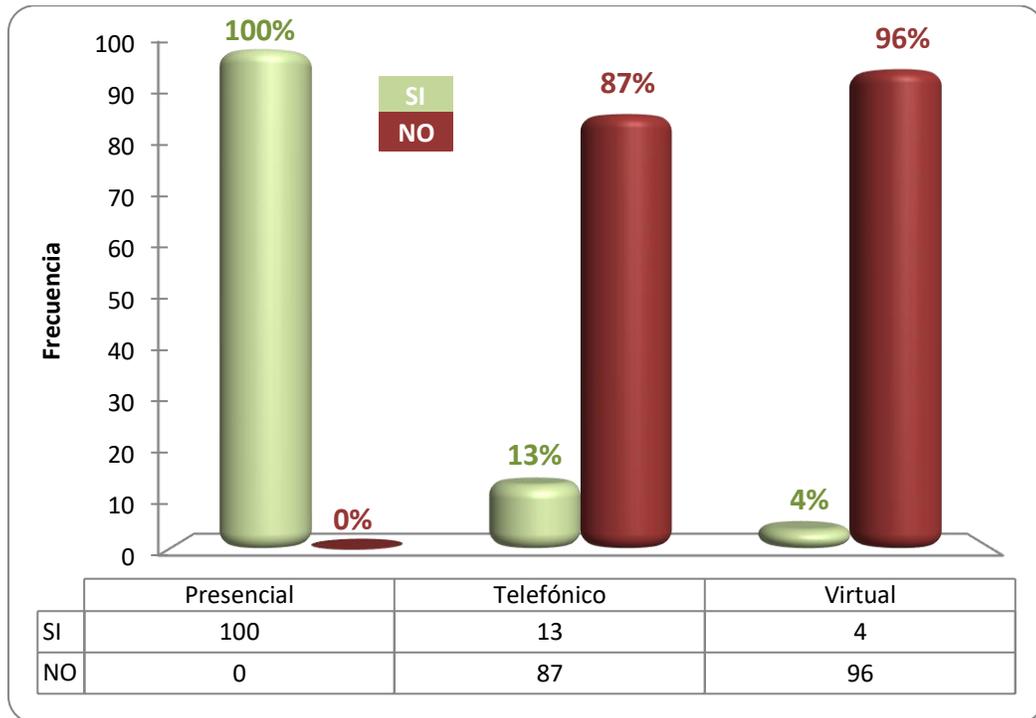
Como se mencionó anteriormente, el medio que más usó el usuario fue el presencial, con una participación del 100%, y con el mismo porcentaje, fue considerado como el canal más útil y los ciudadanos manifestaron querer tener una nueva experiencia a través de dicho canal. El 13% de los encuestados usó el canal telefónico y con el mismo porcentaje los ciudadanos lo consideraron útil y lo volverían a usar.

Es indudable que el canal presencial es el medio por excelencia que frecuentan los ciudadanos. No obstante, un 4% de la población encuestada manifestó que ha usado el canal virtual, y que lo consideran útil y además repetirían la experiencia. Esta situación constituye una buena oportunidad para que la población que tiene acceso a Internet y cuenta con dispositivos de comunicación digitales, se sensibilice y reduzca su resistencia a aplicar este tipo de tecnologías para contactar a la entidad; quizás muchos de ellos lo hacen, por desconocimiento o por falta de confianza. También es una oportunidad para fortalecer la capacidad de la organización de comunicarse con el usuario a través de la promoción y desarrollo de canales que fomenten la participación ciudadana y que permitan apropiarse de las TIC de una mejor manera.

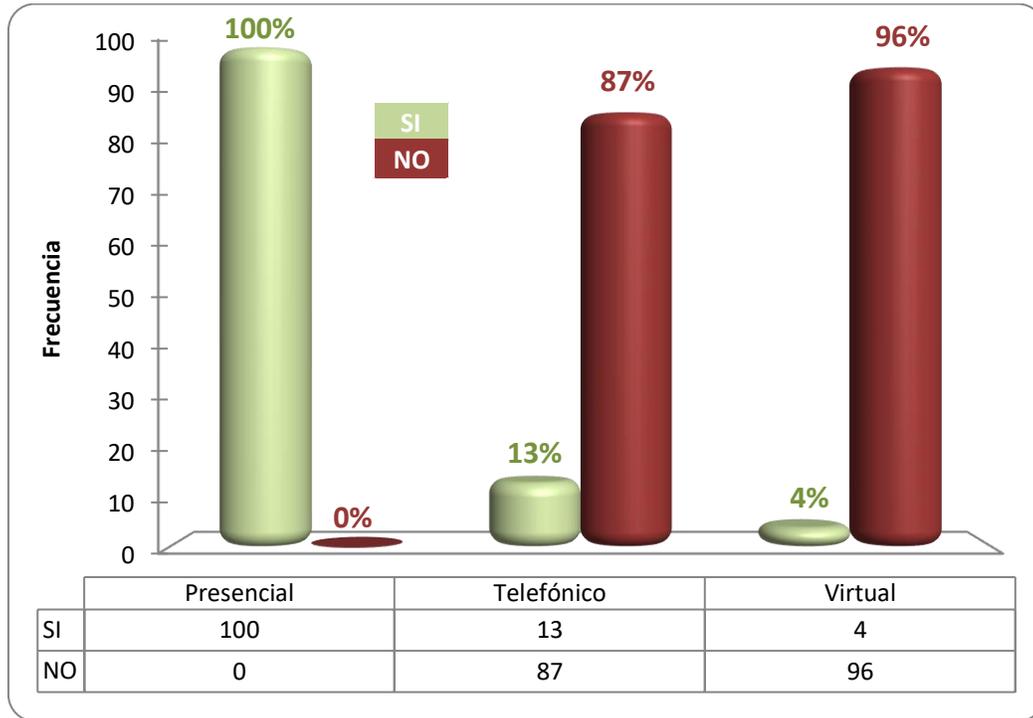
Gráfica 55. Uso de los canales de comunicación - DMV



Gráfica 56. Utilidad de la información suministrada a través de los canales de comunicación - DMV



Gráfica 57. Habitualidad en el uso de los canales de comunicación (volverlos a usar) - DMV



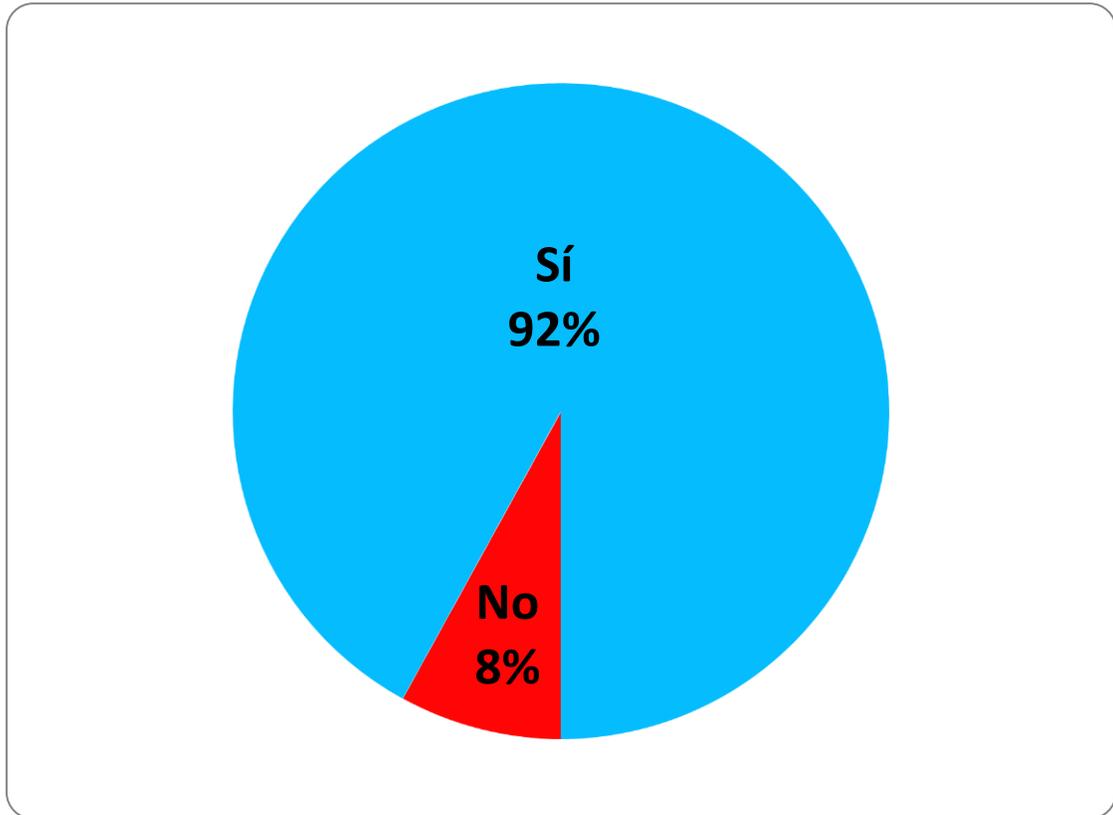
## 2.5 MEDICIÓN DEL EFECTO DE LA INFORMACIÓN SUMINISTRADA A LOS CIUDADANOS SOBRE GRATUIDAD DE TRÁMITES Y SERVICIOS Y LA NO RECURRENCIA A INTERMEDIARIOS

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 Mejoramiento de Vivienda, 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. El 92% de los usuarios encuestados de la DMV 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 8% 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

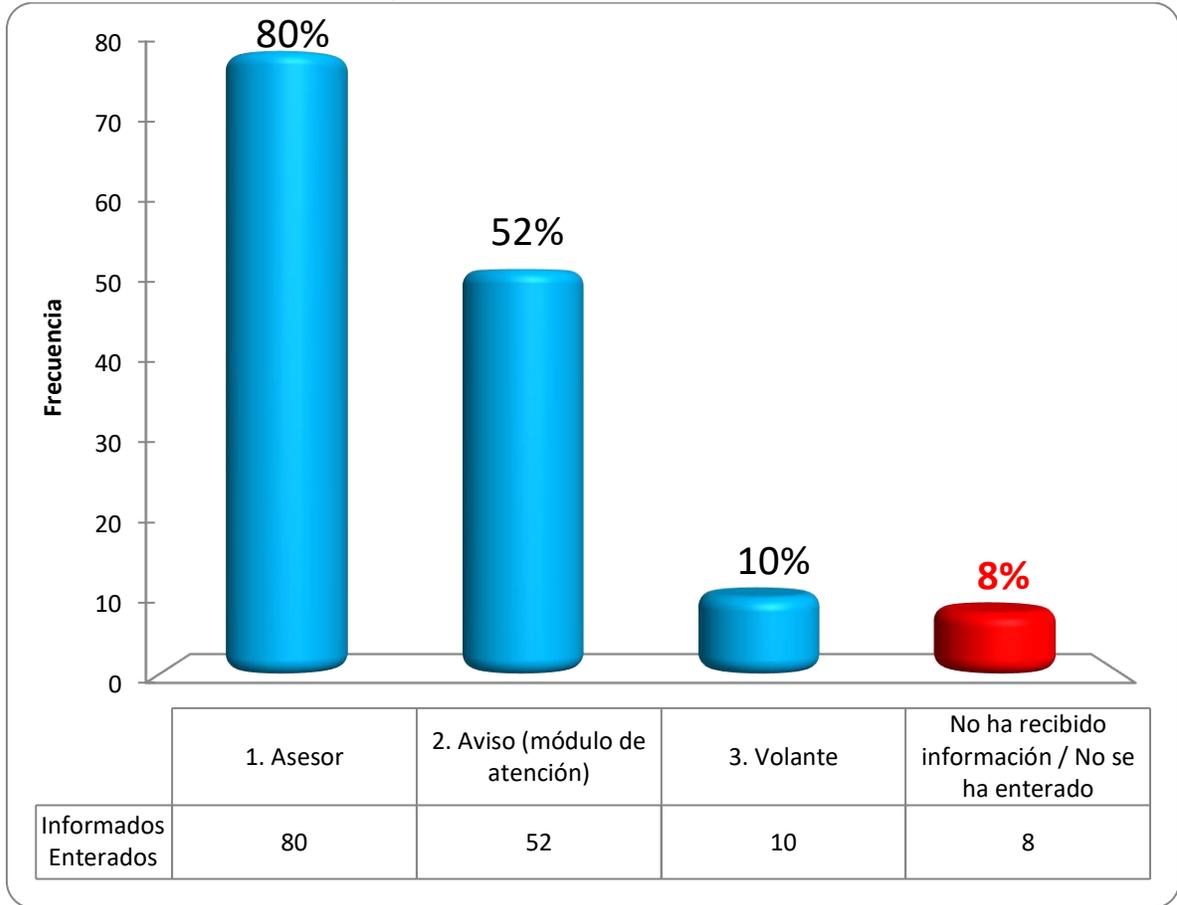
probable que ningún asesor les haya entregado de manera verbal la información de la gratuidad y lo innecesario de los intermediarios.

Gráfica 58. Porcentaje de personas que recibieron información sobre la gratuidad de trámites y servicios y lo innecesario de los intermediarios - 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 80% de los usuarios de la DMV, si ha recibido información verbal suministrada por los asesores que los atendieron, el 52% se enteró a través del aviso localizado en el módulo de atención y el 10% a través del volante disponible en el Punto de Atención al Ciudadano. Ninguna persona afirmó haber visto los mensajes de gratuidad en la página web o en las carteleras digitales de la entidad. Los resultados de la medición suministran información 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).

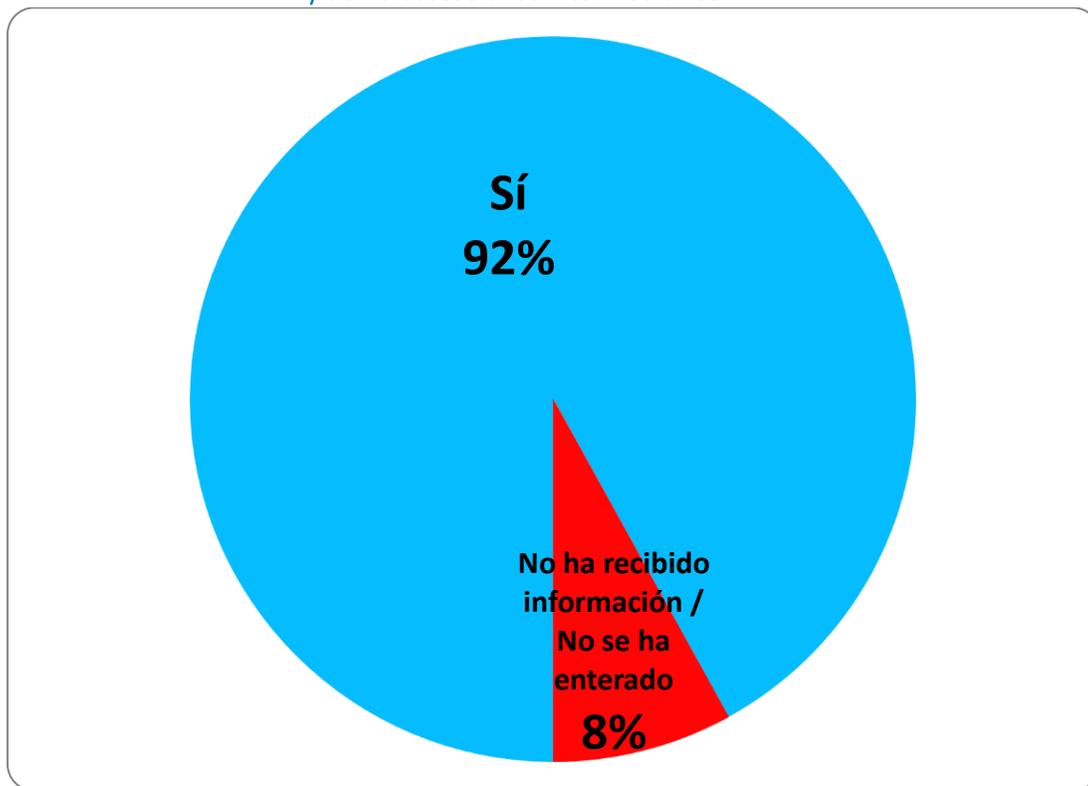
Gráfica 59. Medio a través del cual el ciudadano obtuvo la información sobre la gratuidad de trámites y servicios y lo innecesario de los intermediarios - DMV



La tercera pregunta de esta temática, se orientó a conocer si el ciudadano que recibió el mensaje, lo comprendió. El 92% de los usuarios encuestados de la Dirección de Mejoramiento de Vivienda contestó de manera afirmativa, es decir que si entendió el mensaje de gratuidad y de no acceso a intermediarios.

Un 8% de los encuestados, como se manifestó anteriormente, no recibió la información o simplemente no se enteró. Para el presente análisis, se consideró que estas personas no comprendieron el mensaje, situación que sugiere que es probable que se necesite proveer de 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.

Gráfica 60. Porcentaje de ciudadanos que comprendieron los mensajes de gratuidad de trámites y servicios y de no acceso a los intermediarios - DMV



### 3. REASENTAMIENTOS HUMANOS

El cuestionario para la recolección de información de los usuarios de la Dirección de Reasentamientos Humanos (DRH) fue aplicado a 100 personas que pertenecen de manera mayoritaria a las localidades de Ciudad Bolívar, San Cristóbal y Usme.

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

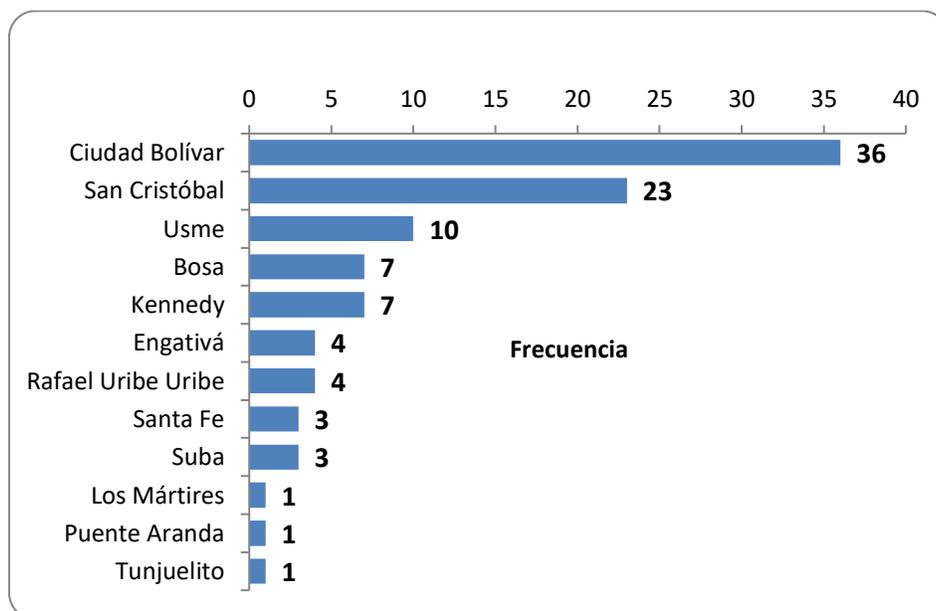
LOCALIDAD	No. DE PERSONAS	PORCENTAJE
Ciudad Bolívar	36	36%
San Cristóbal	23	23%
Usme	10	10%
Bosa	7	7%
Kennedy	7	7%
Engativá	4	4%
Rafael Uribe Uribe	4	4%
Santa Fe	3	3%
Suba	3	3%
Los Mártires	1	1%
Puente Aranda	1	1%
Tunjuelito	1	1%
<b>Total general</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

A través del instrumento se recogió información para evaluar los siguientes aspectos: Variables demográficas, Calidad del servicio, Satisfacción del usuario, Gratuidad de los trámites y servicios y Comunicación y acceso a las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). A continuación se presentan los resultados más relevantes de cada uno de ellos.

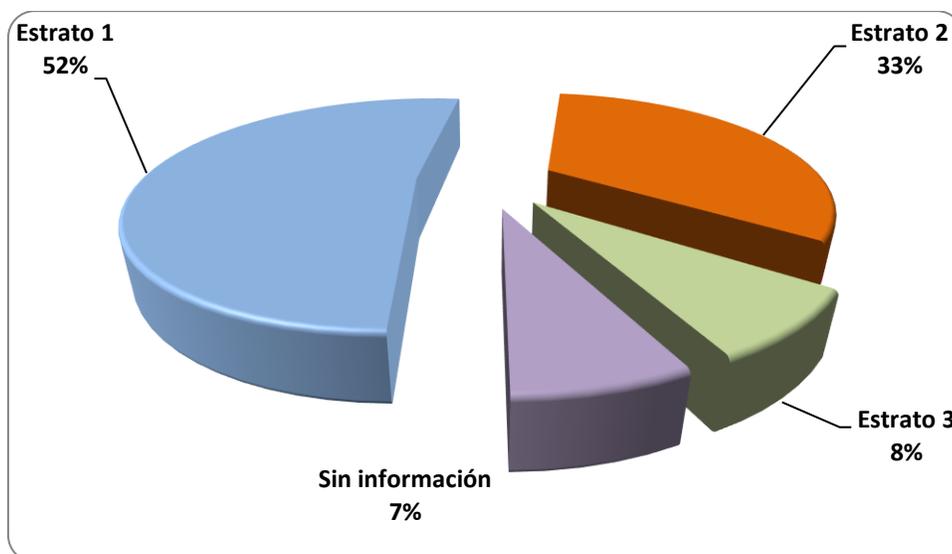
#### 3.1 VARIABLES DEMOGRÁFICAS

La mayor representación de la población encuestada corresponde a la localidad de Ciudad Bolívar con un 36%, seguida de las localidades de San Cristobal con un 23% y Usme con un 10%. El 85% de los encuestados se ubica en los estratos socio económicos 1 y 2.

Gráfica 61. Población encuestada por localidad - DRH

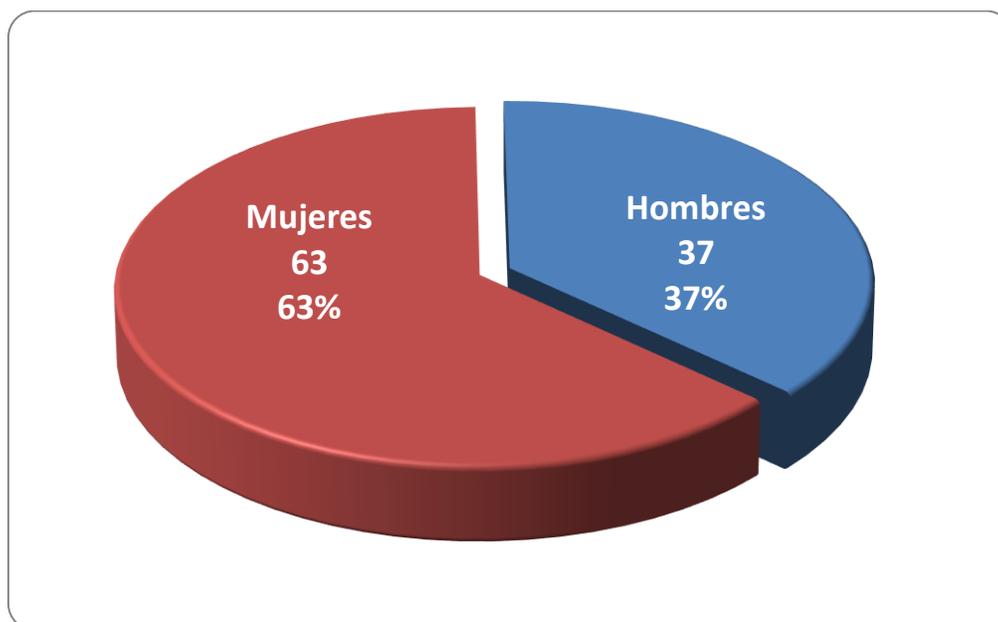


Gráfica 62. Estrato socio económico de los usuarios - DRH



De acuerdo con el género, las mujeres representan la mayoría con el 63% de la población encuestada y los hombres constituyen un 27% de los encuestados.

Gráfica 63. Género de la población encuestada DRH

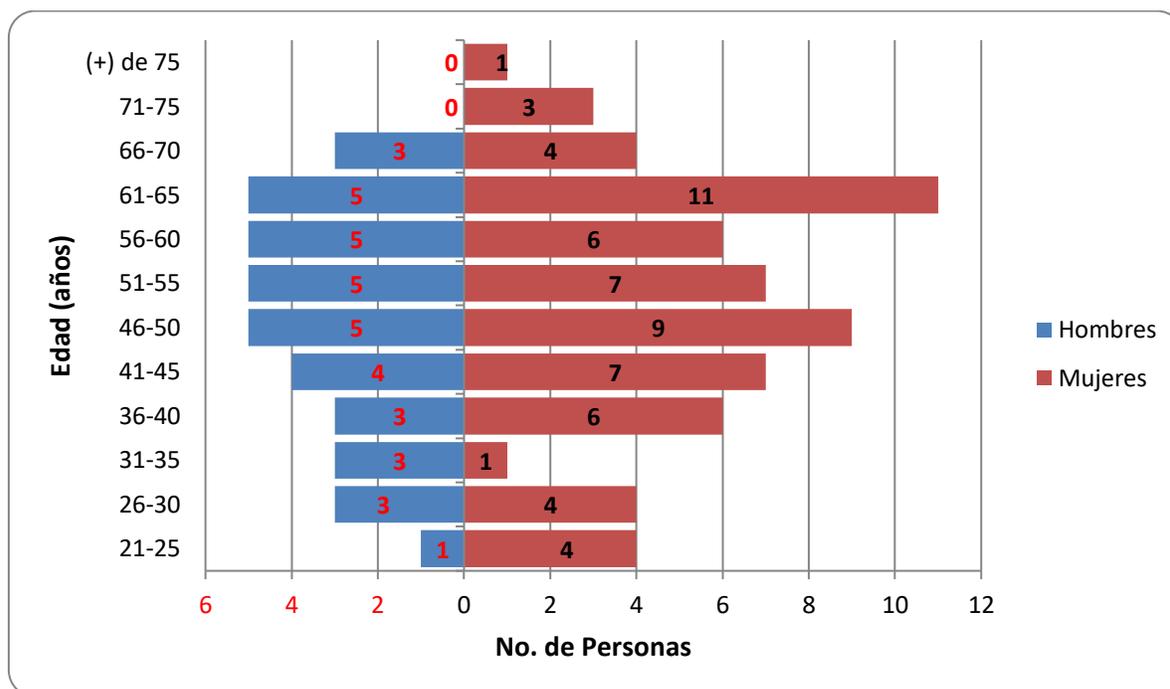


La distribución por edades de los ciudadanos encuestados muestra que el 64% de la población tiene edades entre 41 y 65 años. En el caso de los hombres, la mayor proporción, es decir el 64,9%, se encuentra en el rango de edad 41 y 65 años y para las mujeres, la mayor participación, el 73,0%, para el rango 36 a 65 años.

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

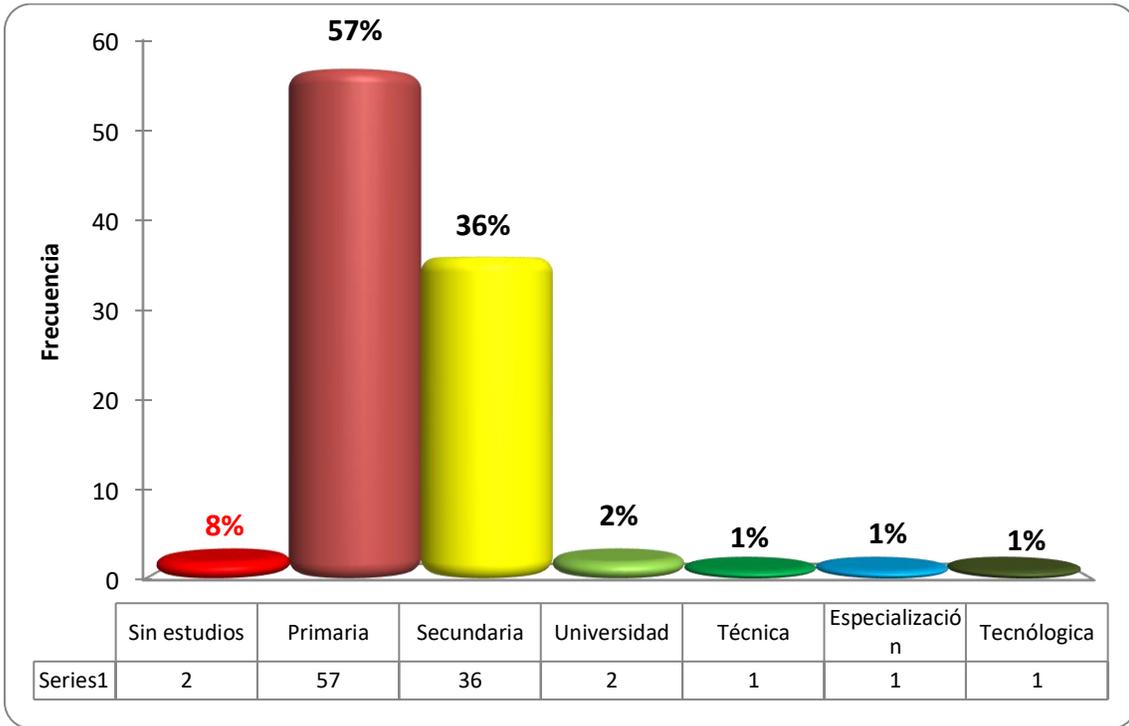
Rango de edad (años)	Hombres	Mujeres	% por rango de edad (Hombres)	% por rango de edad (Mujeres)
21-25	1	4	2,7%	6,3%
26-30	3	4	8,1%	6,3%
31-35	3	1	8,1%	1,6%
36-40	3	6	8,1%	9,5%
41-45	4	7	10,8%	11,1%
46-50	5	9	13,5%	14,3%
51-55	5	7	13,5%	11,1%
56-60	5	6	13,5%	9,5%
61-65	5	11	13,5%	17,5%
66-70	3	4	8,1%	6,3%
71-75	0	3	0,0%	4,8%
(+) de 75	0	1	0,0%	1,6%
<b>Total</b>	<b>37</b>	<b>63</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Gráfica 64. Edad y género de la población encuestada - DRH

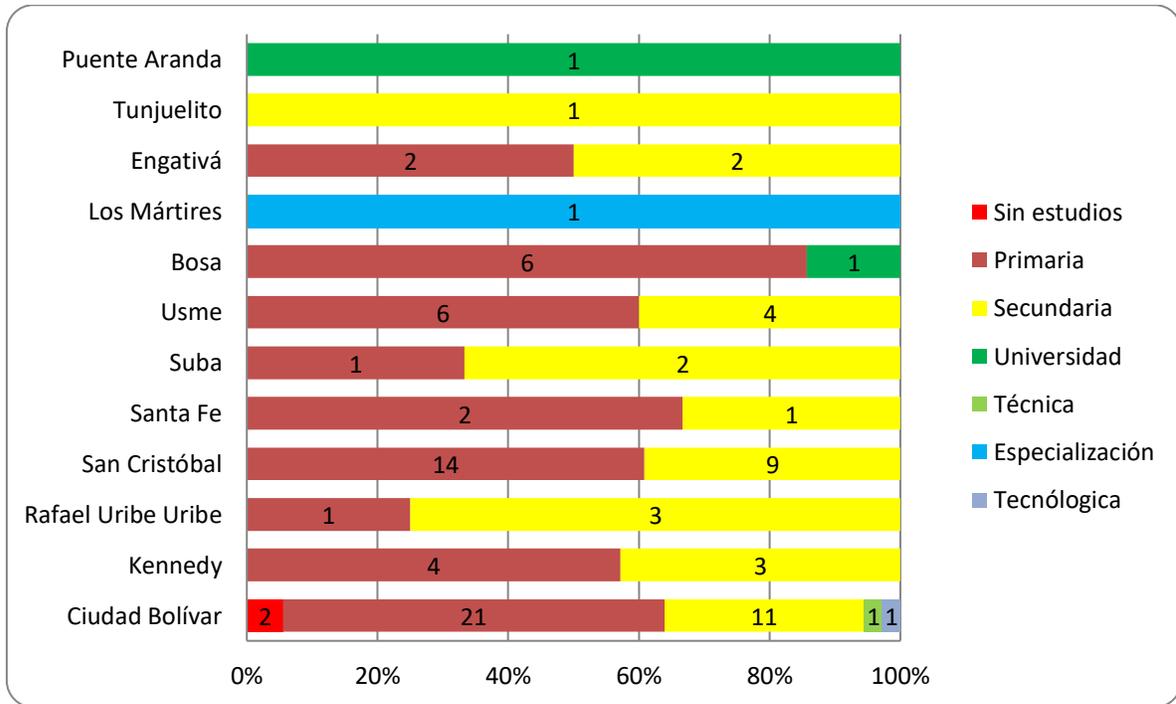


En cuanto a la distribución por nivel de escolaridad se encontró que el 57% de los ciudadanos encuestados tiene un nivel educativo de primaria y el 36% cuenta con educación secundaria, situación que es similar en casi todas las localidades. El 5% de la población tiene educación superior. Un 8% de los encuestados no tiene estudios.

Gráfica 65. Escolaridad de la población encuestada - DRH

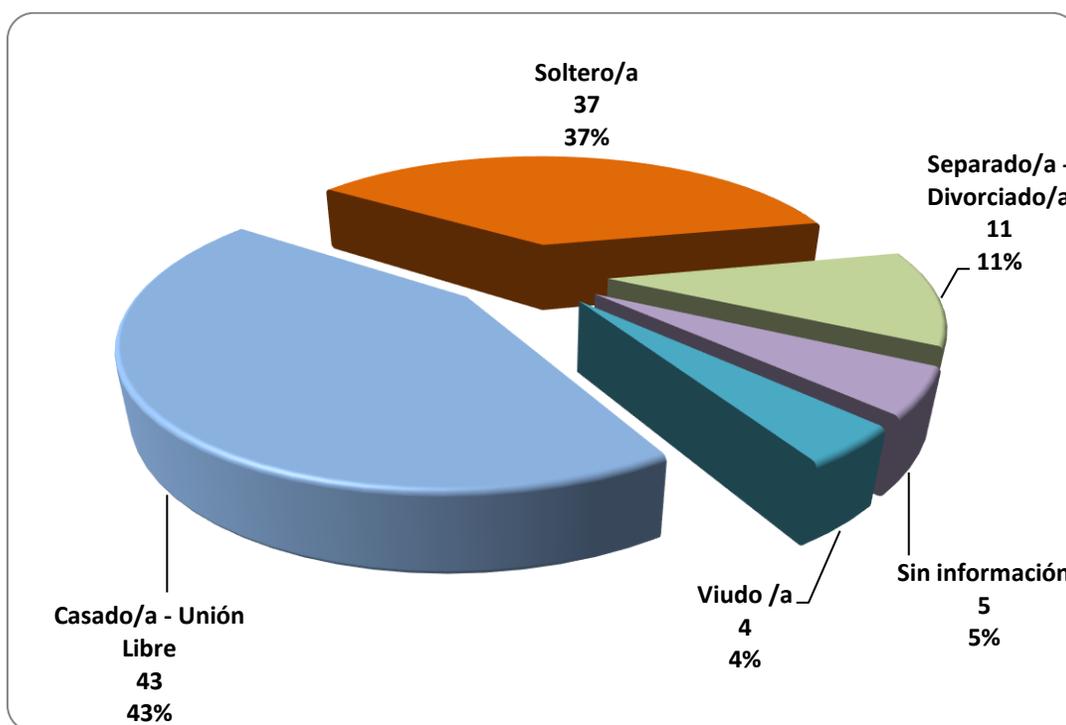


Gráfica 66. Nivel de estudios por localidad - DRH

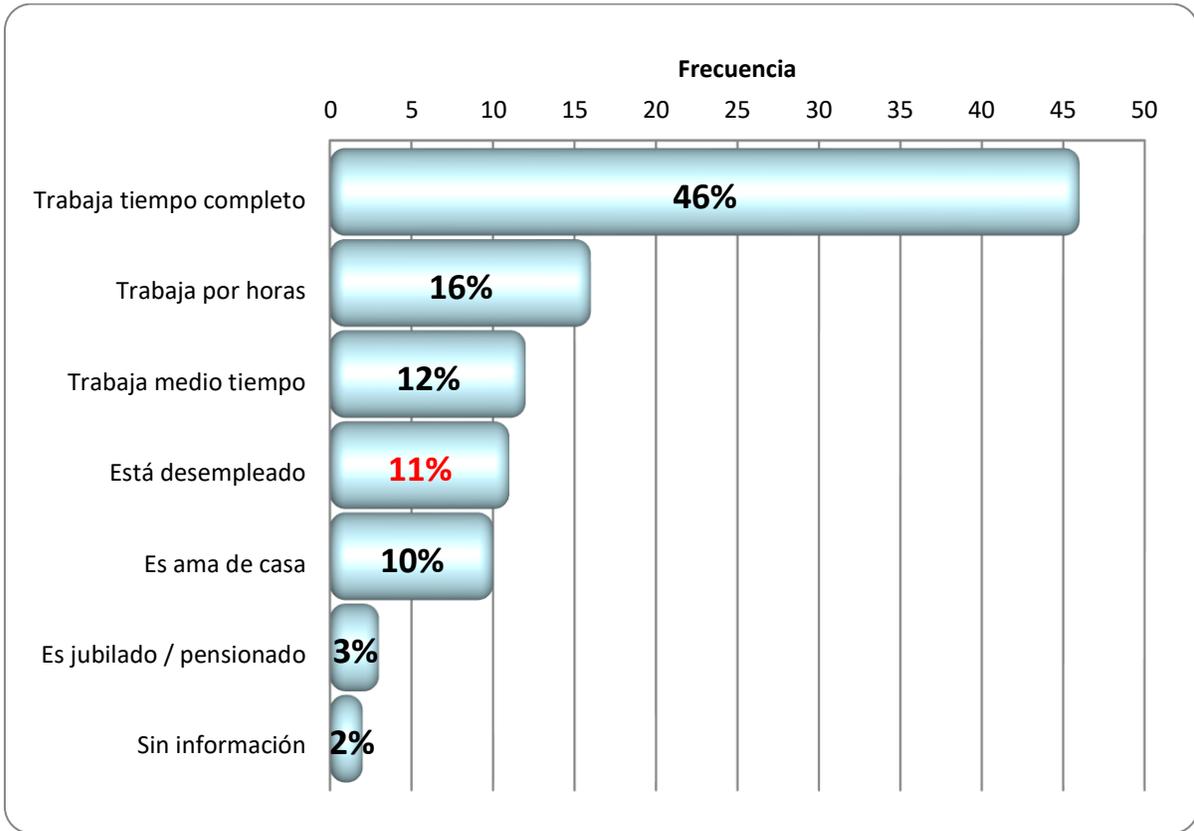


La categoría del estado civil de la población que más se repite es casado o en unión libre con una frecuencia relativa del 43%, seguida del estado civil soltero con un 37% y separado/divorciado con el 11%. El 46% de los encuestados afirmó estar trabajando con una dedicación de tiempo completo, el 16% está representado por personas que trabajan por horas y un 12% trabaja medio tiempo. El 10% de la población está constituida por amas de casa. Hay un nivel de desocupación del 11% de la población encuestada. Otra variable demográfica de interés es el número de habitantes por cada hogar, encontrando que el 67% de la población encuestada habita en viviendas con un número promedio de 4 habitantes y el 17% de los encuestados afirmaron residir en viviendas de 6 o más habitantes, representando la porción de la población con mayor hacinamiento.

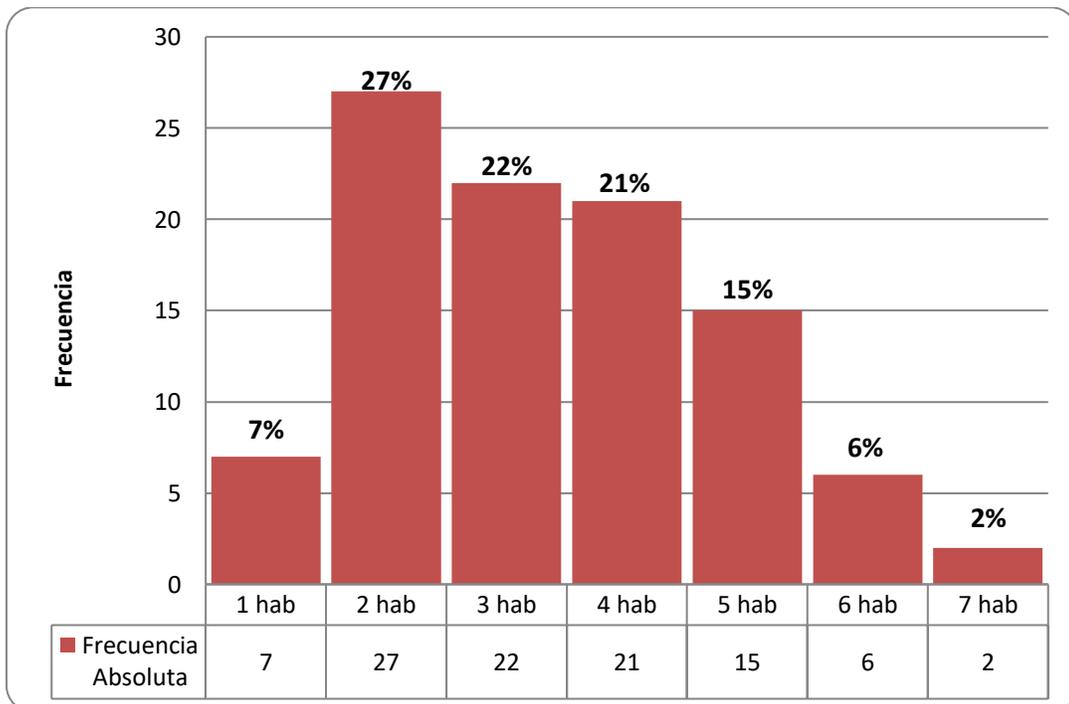
Gráfica 67. Estado civil de la población encuestada - DRH



Gráfica 68. Situación laboral de los usuarios - DRH



Gráfica 69. Cantidad de habitantes por vivienda - DRH



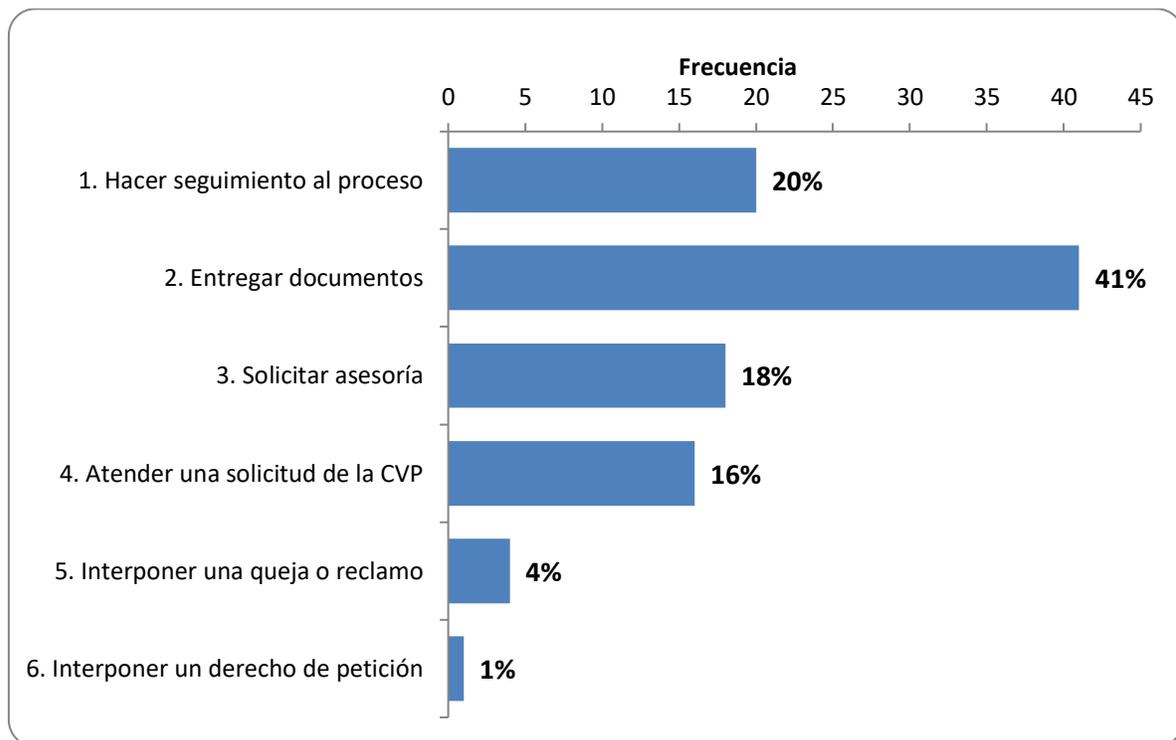
### 3.2 MOTIVO DE LA VISITA DEL CIUDADANO Y PERMANENCIA EN EL PROCESO

Al ser indagados los usuarios de la Dirección de Reasentamientos, estos manifestaron que existe de manera principal un motivo por el cual se acercaron a las instalaciones de la CVP, es decir, el 41% de los encuestados hizo una visita a la CVP con el propósito de entregar documentos. El 20% de los encuestados se acercó a la CVP para hacer seguimiento a su proceso y un 18% lo hizo para solicitar una asesoría.

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

MOTIVO - VISITA	Total	Porcentaje
1. Hacer seguimiento al proceso	20	20%
2. Entregar documentos	41	41%
3. Solicitar asesoría	18	18%
4. Atender una solicitud de la CVP	16	16%
5. Interponer una queja o reclamo	4	4%
6. Interponer un derecho de petición	1	1%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Gráfica 70. Motivo de la visita - DRH

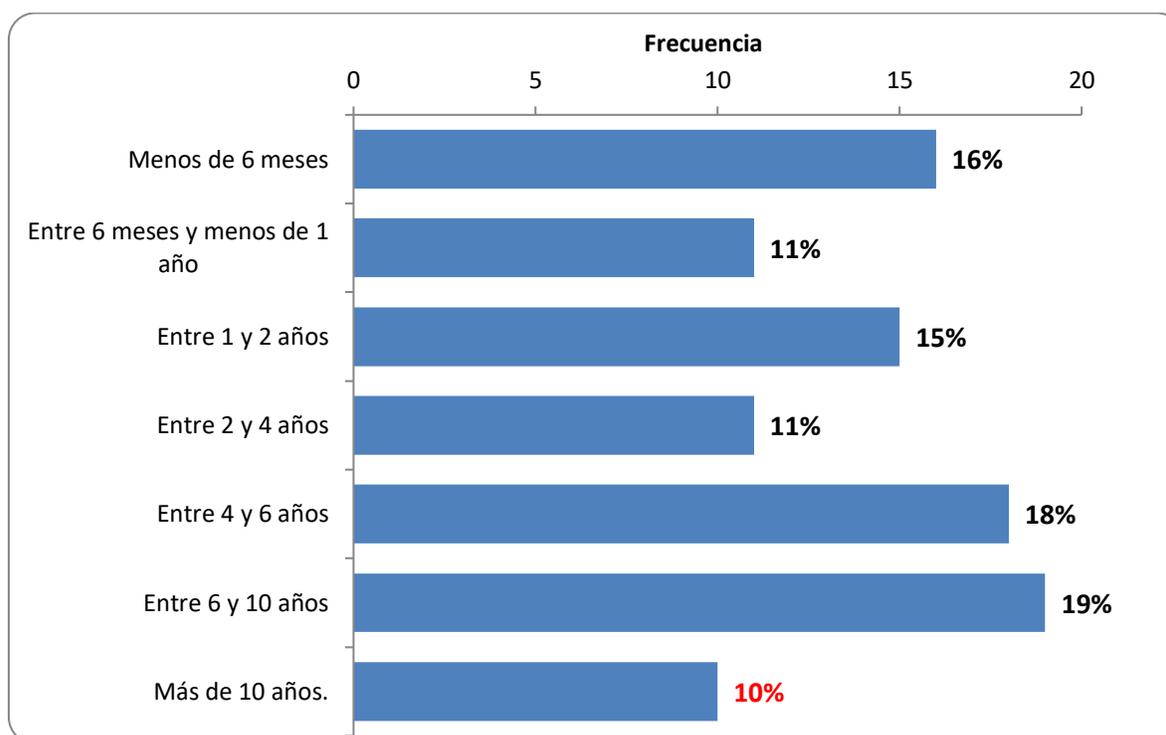


La gran mayoría, es decir el 53% de la población encuestada, lleva en el proceso no más de 4 años. El 19% de los ciudadanos encuestados manifestó llevar en el proceso entre 6 y 10 años. El 18% de los encuestados ha permanecido en el proceso entre 4 y 6 años. No obstante, el 10% de la población se ha acercado hace más de 10 años a la entidad, situación que puede constituir casos especiales que se han tornado crónicos.

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

TIEMPO - PERMANENCIA	Total	Porcentaje
Menos de 6 meses	16	16%
Entre 6 meses y menos de 1 año	11	11%
Entre 1 y 2 años	15	15%
Entre 2 y 4 años	11	11%
Entre 4 y 6 años	18	18%
Entre 6 y 10 años	19	19%
Más de 10 años.	10	10%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Gráfica 71. Tiempo de permanencia en el proceso - DRH



La gran mayoría de los encuestados (el 92%), considera que está informado de manera suficiente sobre el proceso y el 7% opina que no le han suministrado información idónea. Solo una persona de los encuestados se abstuvo de responder esta pregunta. A nivel de localidad, es poco significativo el nivel (porcentajes) de desinformación de la población encuestada, salvo la localidad de Bosa (14,3%).

Gráfica 72. Suministro de información suficiente sobre el proceso - DRH

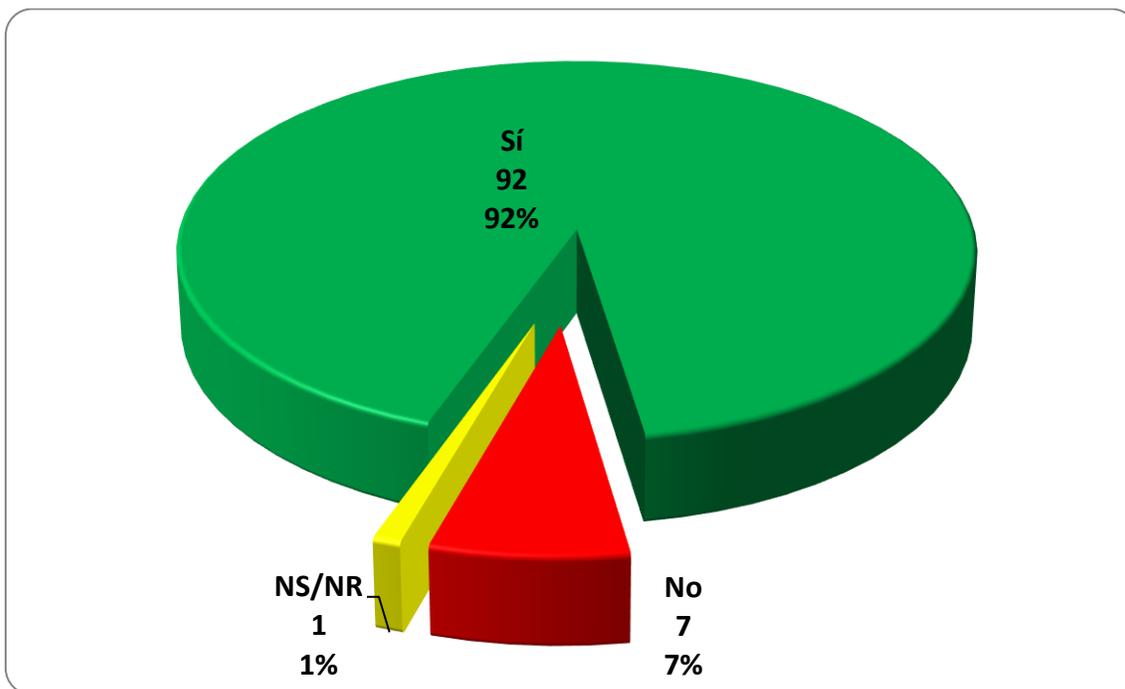
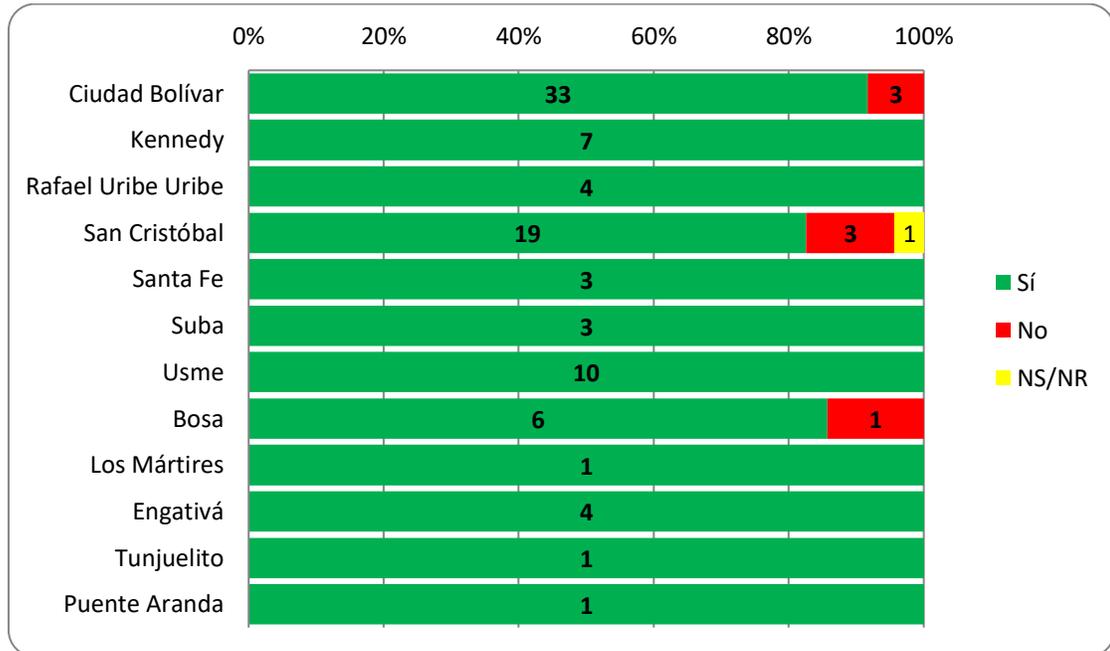


Tabla 18. Distribución porcentual por localidad del suministro de información sobre el proceso - DRH

LOCALIDAD	Sí	No	NS/NR	% Sí	% No	% NS/NR
Ciudad Bolívar	33	3		35,9%	8,3%	0,0%
Kennedy	7			7,6%	0,0%	0,0%
Rafael Uribe Uribe	4			4,3%	0,0%	0,0%
San Cristóbal	19	3	1	20,7%	13,0%	4,3%
Santa Fe	3			3,3%	0,0%	0,0%
Suba	3			3,3%	0,0%	0,0%
Usme	10			10,9%	0,0%	0,0%
Bosa	6	1		6,5%	14,3%	0,0%
Los Mártires	1			1,1%	0,0%	0,0%
Engativá	4			4,3%	0,0%	0,0%
Tunjuelito	1			1,1%	0,0%	0,0%
Puente Aranda	1			1,1%	0,0%	0,0%
<b>Total</b>	<b>92</b>	<b>7</b>	<b>1</b>	<b>92%</b>	<b>7%</b>	<b>1%</b>

Gráfica 73. 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 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 Reasentamientos Humanos fue de 3,55, destacándose la calidez y amabilidad del recurso humano y los conocimientos y habilidades del personal. En general, las calificaciones de los atributos de calidad son similares. Las cualidades menores valoradas otra vez fueron, la duración del proceso (2,69) y el cumplimiento dentro del plazo de los compromisos establecidos (2,76). La Duración del Proceso y el Cumplimiento dentro del Plazo, son atributos que forman 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 o hasta que se adquiere su predio en alto riesgo. 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 de manera parcial o total.

Gráfica 74. Calificación de los atributos del servicio - DRH

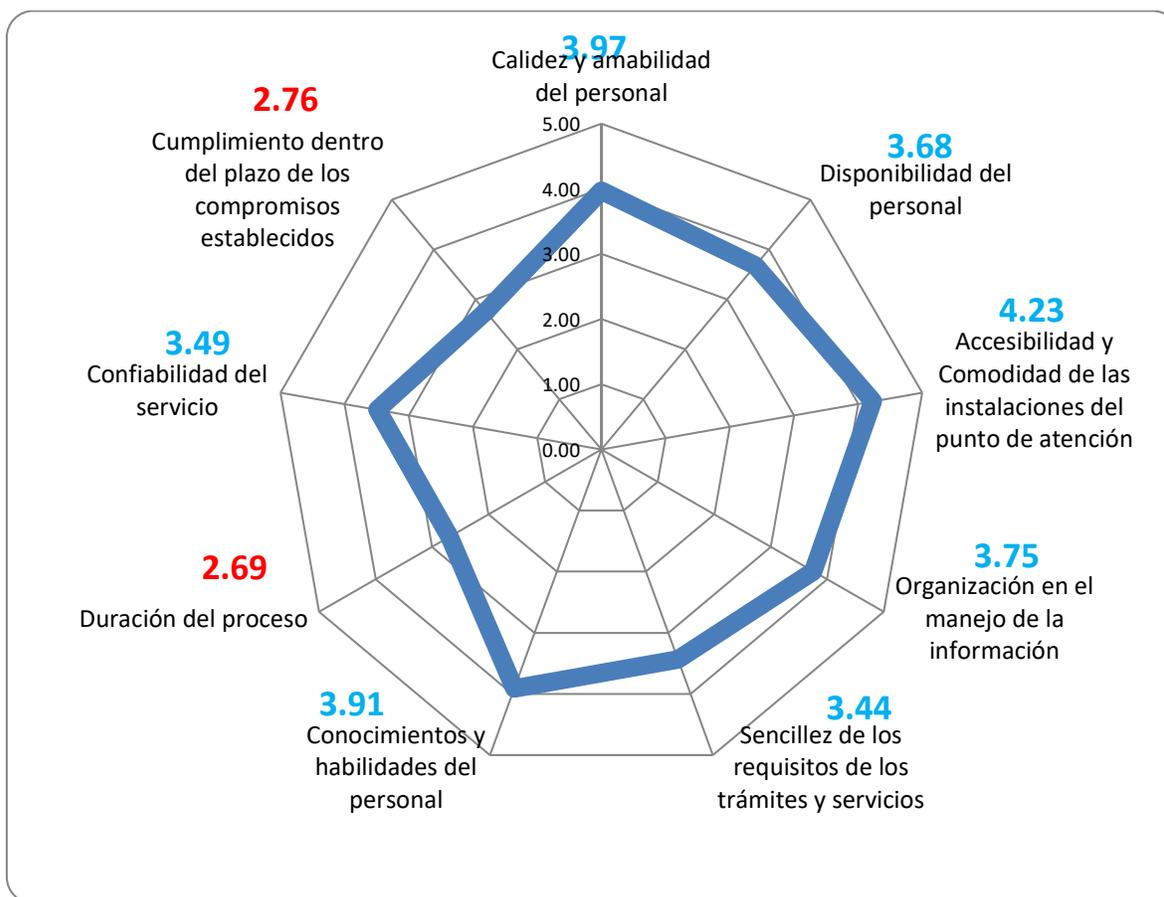
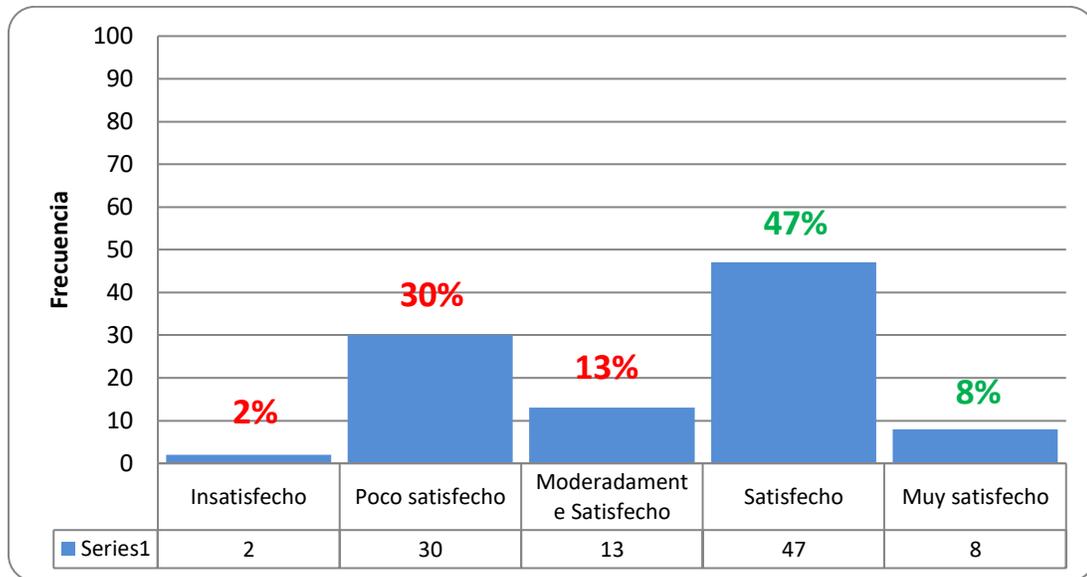


Tabla 19. Atributos y dimensiones de la calidad del servicio - DRH

ATRIBUTO	Calificación	Dimensión de la Calidad del Servicio
Calidez y amabilidad del personal	3.97	Empatía
Disponibilidad del personal	3.68	Capacidad de Respuesta
Accesibilidad y Comodidad de las instalaciones del punto de atención	4.23	Elementos Tangibles
Organización en el manejo de la información	3.75	Fiabilidad, Capacidad de Respuesta
Sencillez de los requisitos de los trámites y servicios	3.44	Fiabilidad, Capacidad de Respuesta
Conocimientos y habilidades del personal	3.91	Seguridad
Duración del proceso	2.69	Capacidad de Respuesta
Confiabilidad del servicio	3.49	Fiabilidad
Cumplimiento dentro del plazo de los compromisos establecidos	2.76	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.

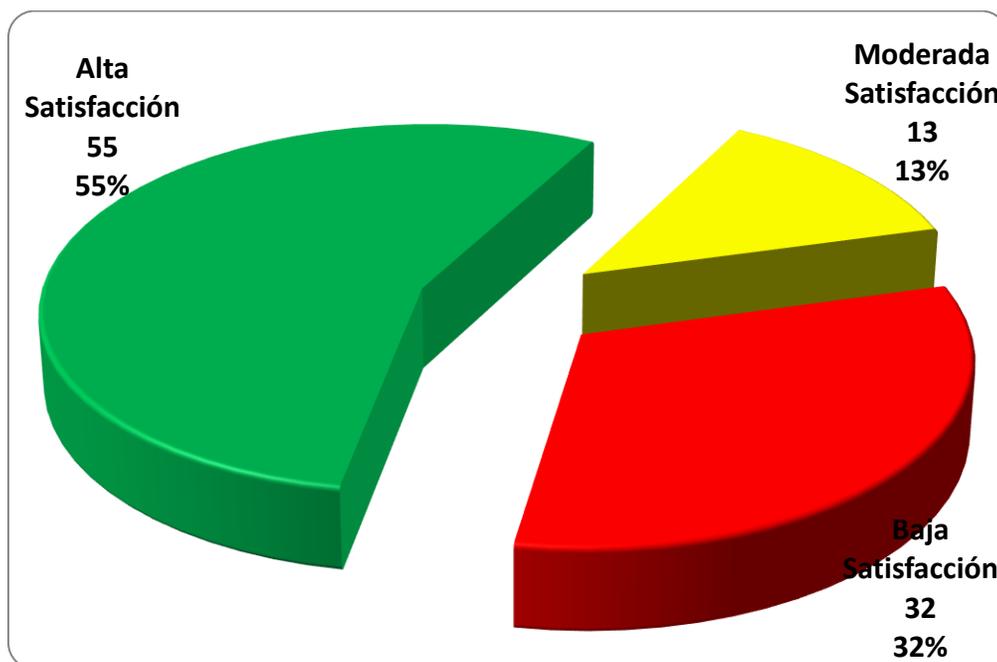
Gráfica 75. Nivel de satisfacción de los usuarios con el servicio prestado - DRH



La evaluación anterior, indicó que el 47% de los encuestados se encuentra satisfecho con el servicio y la atención brindados por la Dirección de Reasentamientos Humanos de la CVP. Un 8% de los encuestados se encuentran muy satisfechos. El 13% se encuentra moderadamente satisfecho, el 30% poco satisfecho y el 1% insatisfecho. Para determinar de manera global 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.

Se podría afirmar que las opiniones de los encuestados de la Dirección de Reasentamientos están casi divididas. La experiencia del usuario de la DRH, que resulta de la percepción de los atributos de calidad, ha sido positiva, para un poco más de la mayoría, no obstante, casi la mitad de los usuarios se mantiene entre la indiferencia y la insatisfacción, es decir que las experiencias percibidas no han sido positivas. Si bien es cierto, dicha medida de satisfacción obedece a un 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

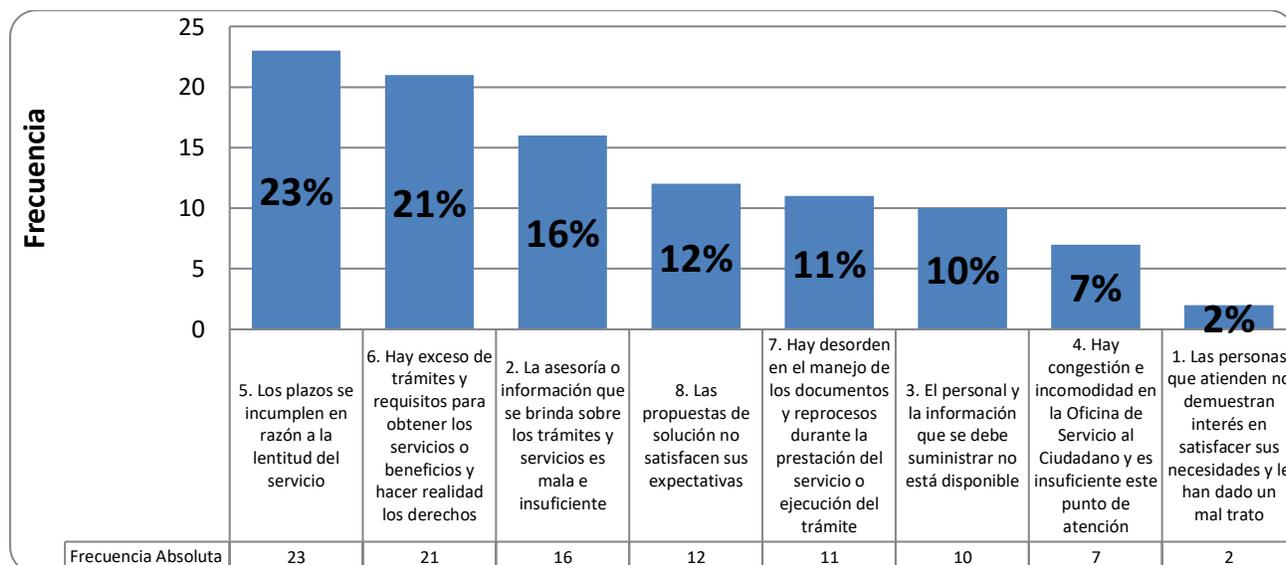
Gráfica 76. Población satisfecha e insatisfecha con el servicio - DRH



Como se mencionó con anterioridad, un 45% de los usuarios afirmó tener un bajo nivel de satisfacción con respecto al servicio prestado por la Dirección de Reasentamientos de la CVP.

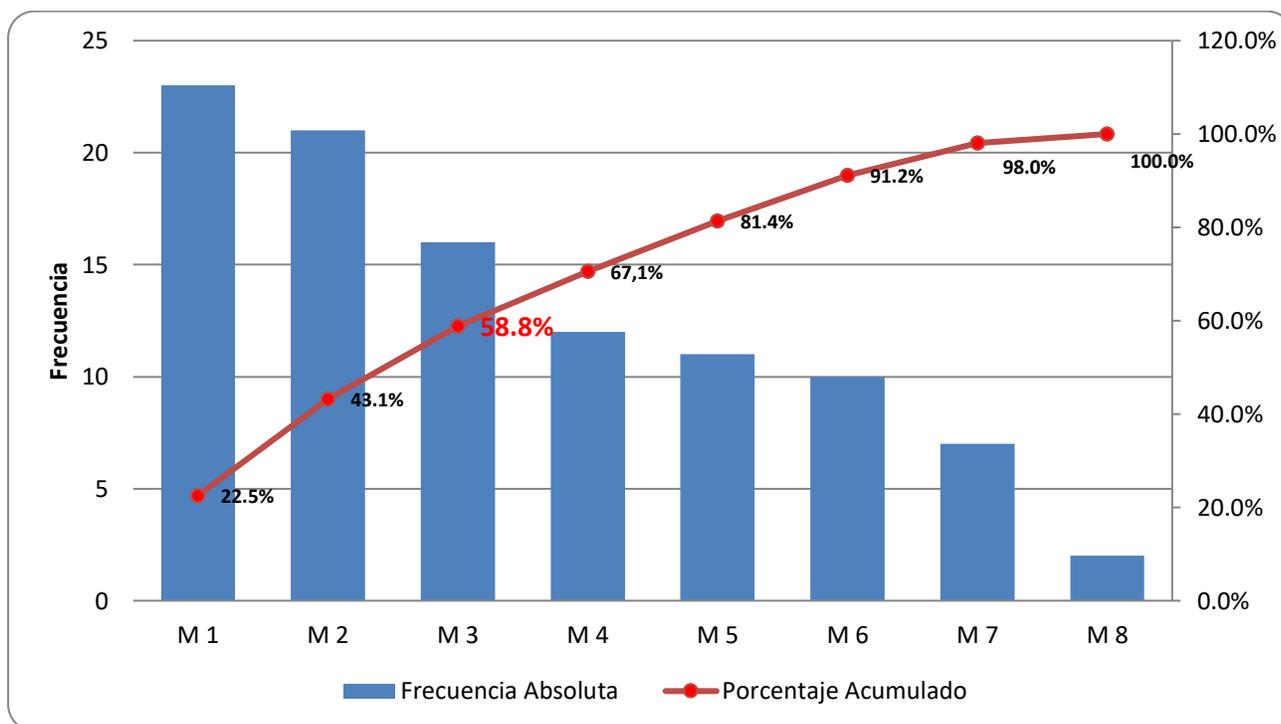
Al indagar los motivos expresados por este porcentaje de la población, los encuestados escogieron 102 razones que explicarían dicha inconformidad. El motivo de mayor frecuencia fue el incumplimiento de plazos en razón a la lentitud del servicio; el 23% de los 100 encuestados así lo consideró. El segundo motivo en importancia fue el exceso de trámites y requisitos para obtener los servicios o beneficios y hacer realidad los derechos; el 21% de los 100 encuestados opinó de esta forma. El 16% de los 100 encuestados expresó su inconformidad con la mala e insuficiente asesoría o información que se brinda sobre los trámites y servicios.

Gráfica 77. Motivos de baja satisfacción - DRH



De acuerdo con el Diagrama de Pareto, el 58,8% de los motivos de baja satisfacción obedecen a los tres 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.

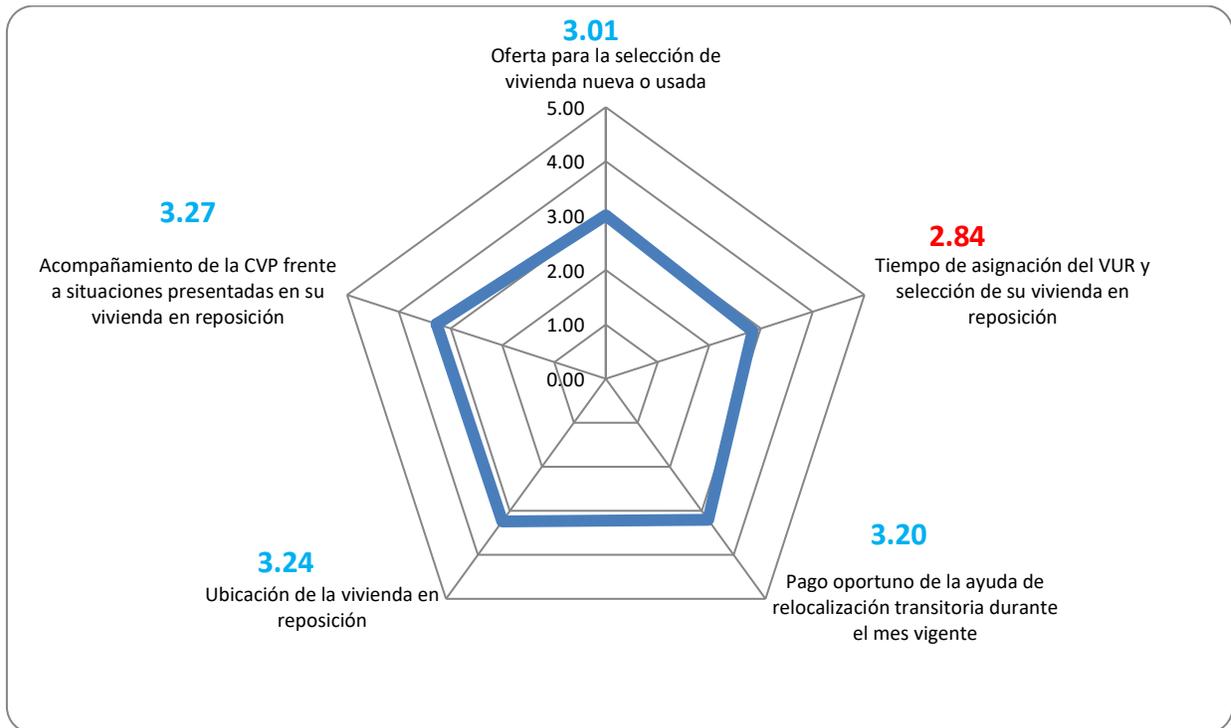
Gráfica 78. Diagrama de Pareto de los motivos de baja satisfacción – DRH



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 3,11 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, en particular, el tiempo de asignación del VUR y la vivienda de reposición.

Gráfica 79. Calificación - Aspectos específicos del área misional - DRH



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

La evaluación del grado de apropiación de las TIC por parte de los usuarios de la CVP, se realizó preguntando a los ciudadanos sobre 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 indagar sobre los indicadores básicos de TIC en los hogares de los 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: Solo el 13% de los encuestados tiene los 3 servicios de telefonía fija, telefonía celular e Internet. El 42% tiene 2 servicios, todos con telefonía celular y algunos con Internet o telefonía fija. También el 42% de los encuestados tiene como único servicio la telefonía celular. Un 1% de los encuestados, únicamente tiene el servicio de telefonía fija, y un 2% no tiene ningún servicio.

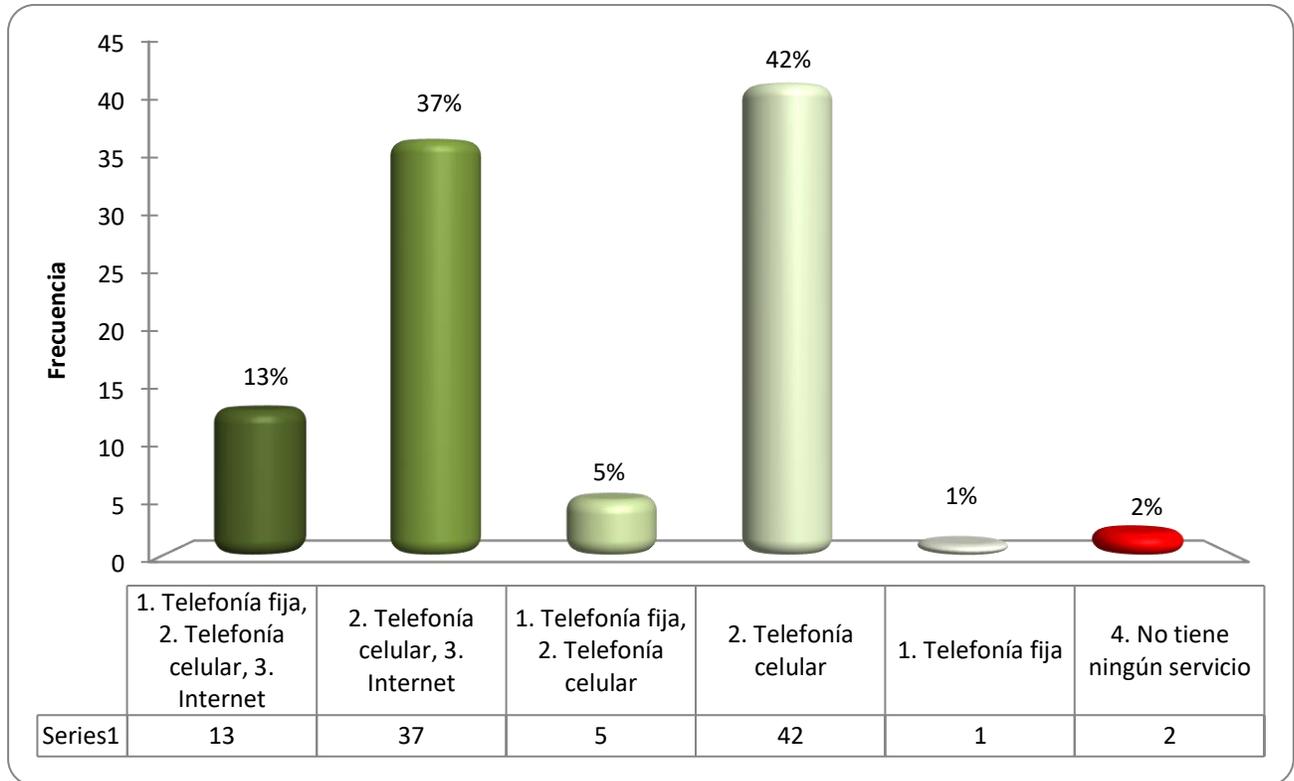
A nivel de dispositivos TIC, las respuestas se analizaron por ítems separados (es decir por dispositivo ya que no son mutuamente excluyentes), y se encontró que la gran mayoría, el 97% de los encuestados, dispone de

un teléfono celular, el 25% tiene computador de escritorio o portátil o tableta y el 18% tiene teléfono fijo. Solo un 2% de los encuestados no tiene ningún aparato o dispositivo de comunicación.

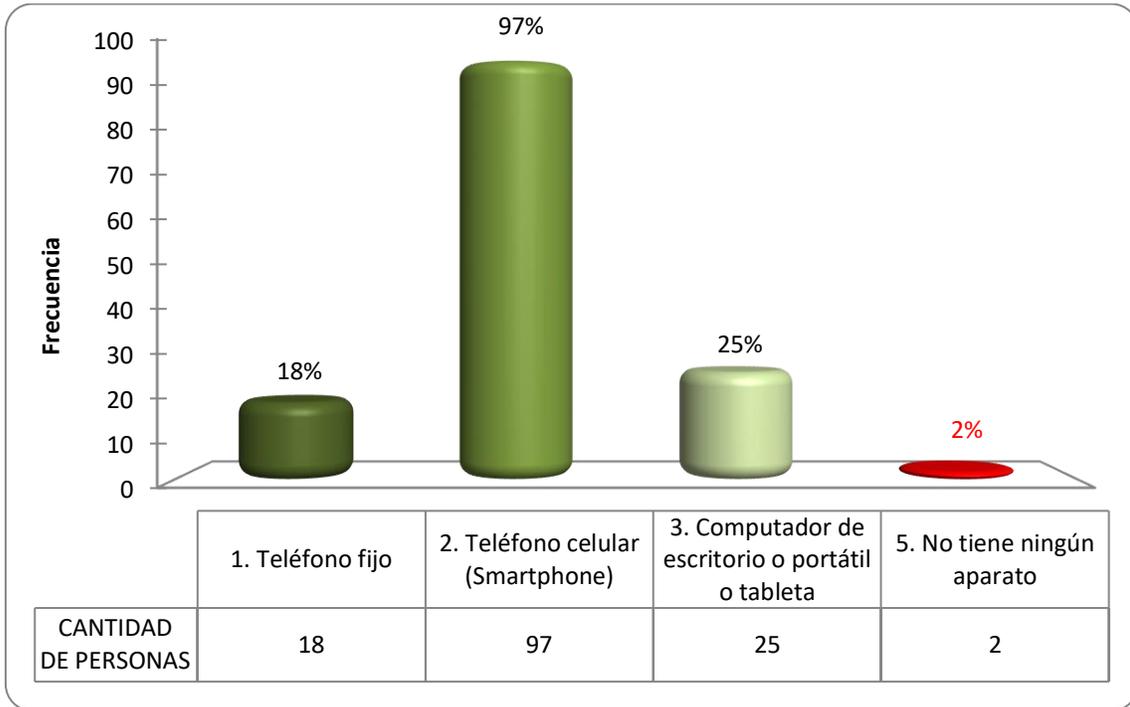
Para averiguar sobre la forma como la población encuestada se conecta a Internet, se formuló una pregunta con múltiple respuesta teniendo en consideración que los ciudadanos pueden acceder a la red a través de varios modos (la mayoría de los ítems de la pregunta no son mutuamente excluyentes) y se encontró que el 55% de los 100 encuestados, se conecta a través de un plan de datos en su celular, no obstante, el 33% de los encuestados, no accede a Internet. El 30% se accede a internet en redes gratuitas o en salas de café internet. El 27% de los encuestados, se conecta a través de una red pagada. Con respecto a la frecuencia de uso (preguntas con ítems mutuamente excluyentes), se advierte que el 55% de los encuestados, accede todos los días, el 5% utiliza Internet varios días a la semana y con el mismo porcentaje, los ciudadanos encuestados, se conectan una vez a la semana.

Con respecto a los usos dados al servicio de Internet, (tomando en consideración que los ítems no son mutuamente excluyentes) el 66% de los encuestados emplea la red para acceder a sus redes sociales, el 51% la usa como herramienta de trabajo o estudio, el 48% usa el Internet con fines de entretenimiento, y el 23% ingresa a la red para gestionar sus correos electrónicos. Solo una persona de la población encuestada, hace transacciones a través de la red.

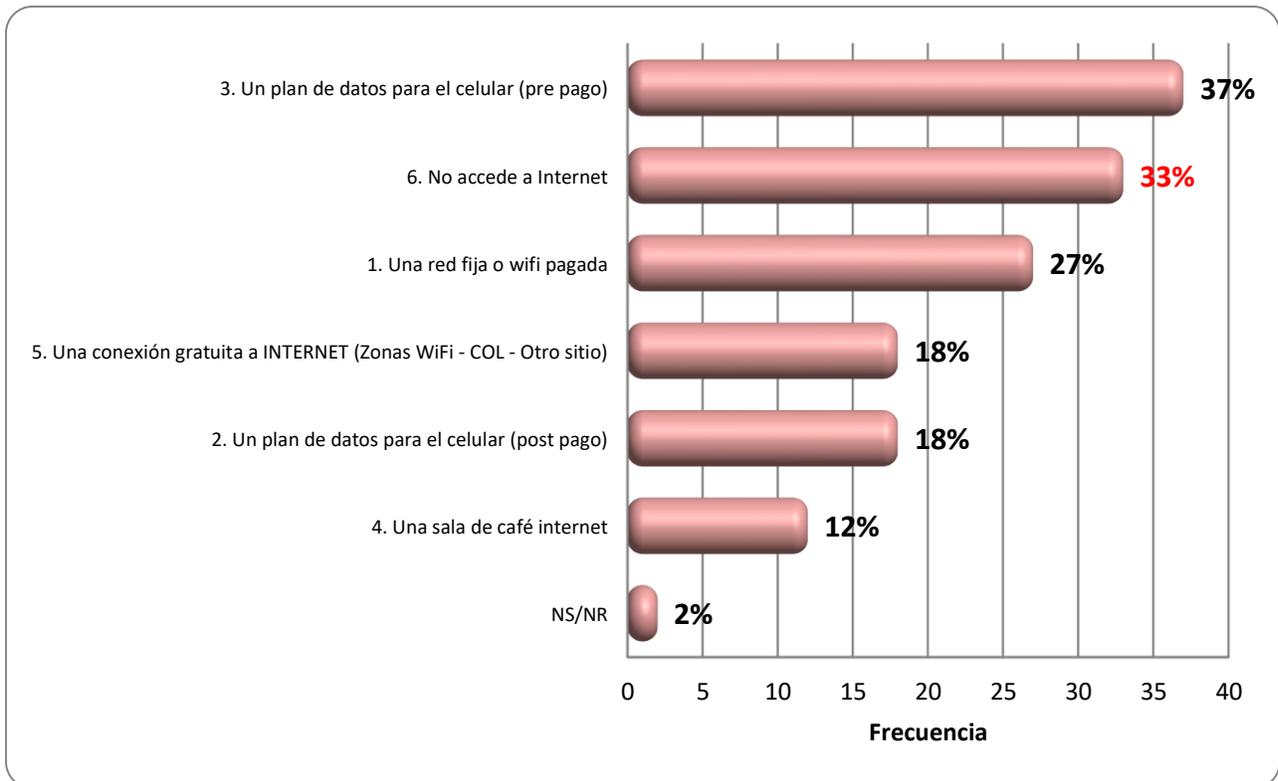
Gráfica 80. Servicios de telefonía e Internet de la población - DRH



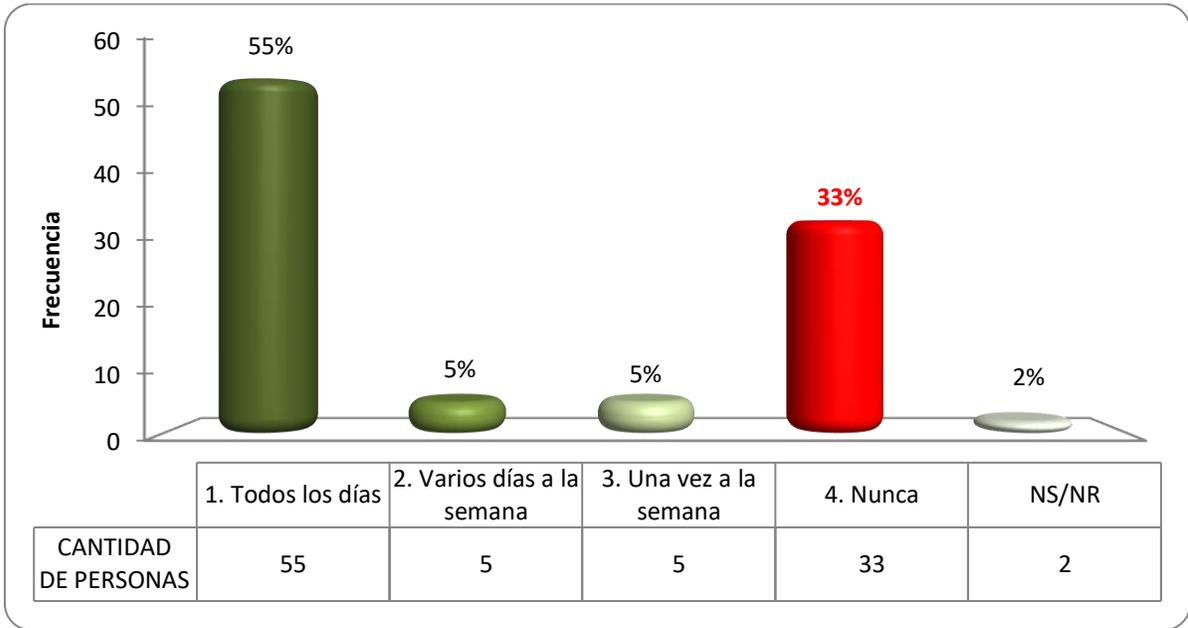
Gráfica 81. Disposición de dispositivos TIC de la población - DRH



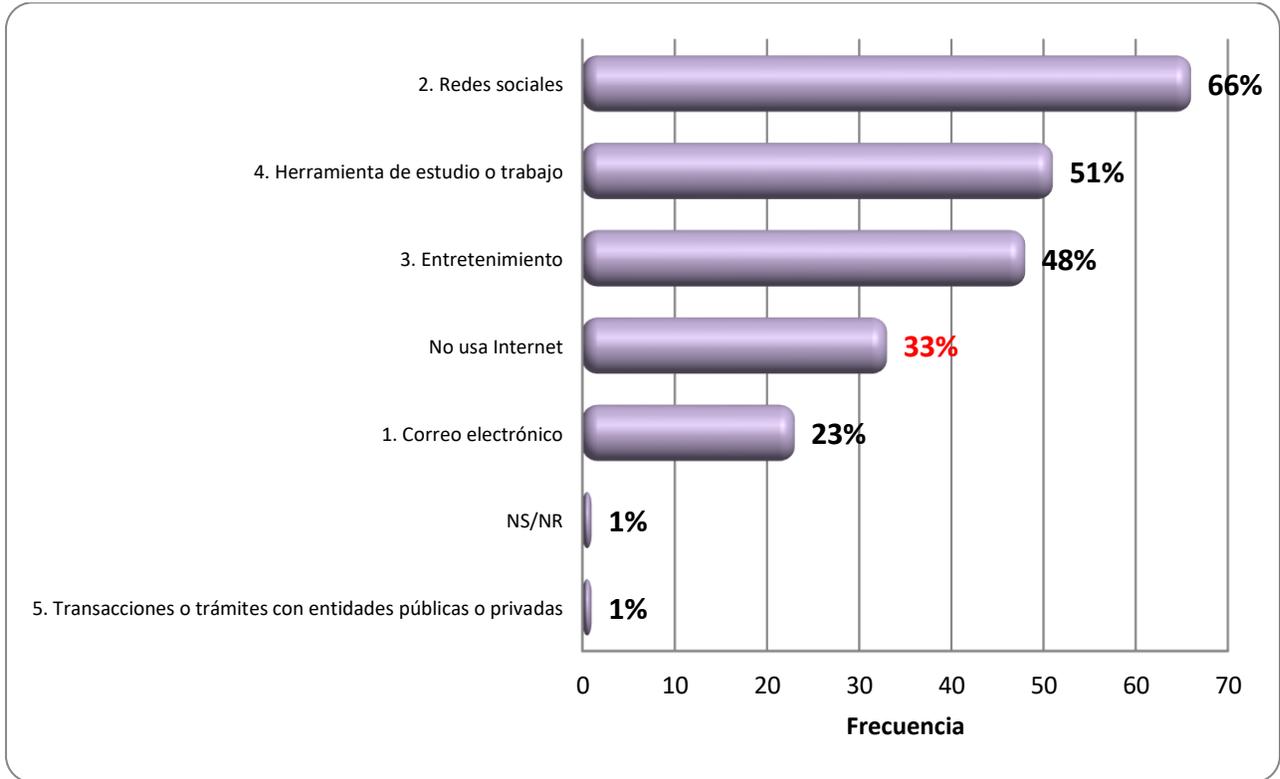
Gráfica 82. Forma de acceso de la población a Internet - DRH



Gráfica 83. Frecuencia de acceso de la población a Internet – DRH



Gráfica 84. Usos que la población encuestada hace del Internet – DRH

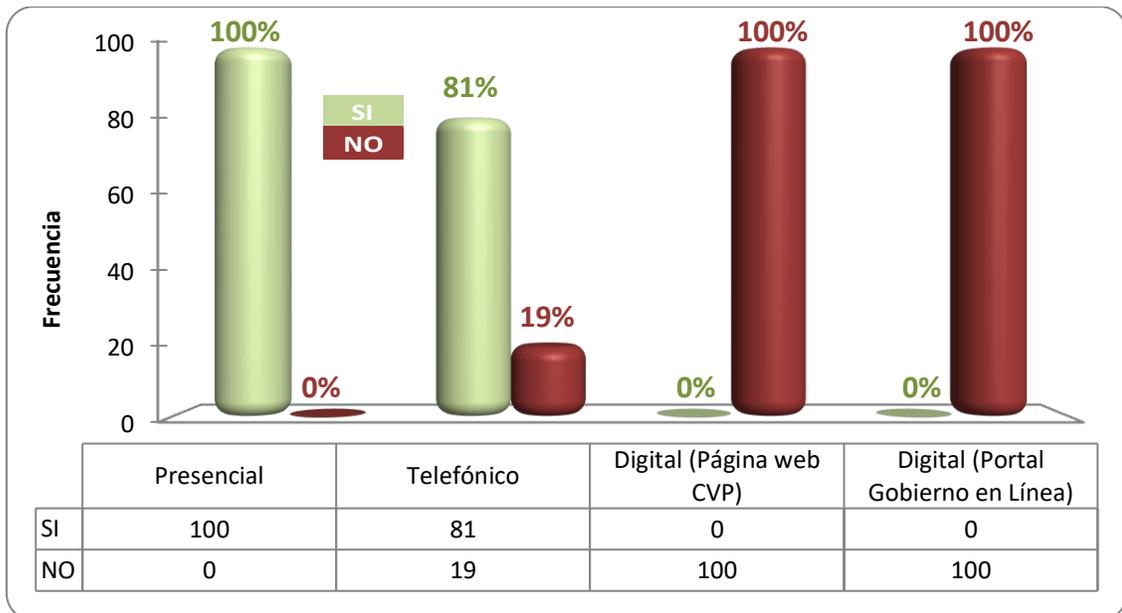


Otro aspecto relevante de la encuesta consistió en medir la forma como los ciudadanos se comunican con la CVP. El canal más frecuentado por el usuario fue el presencial (asesor en punto de atención), un 100% de los 100 encuestados así opinó. Para el caso del canal telefónico, el 36% de los 100 ciudadanos encuestados manifestó haber usado este canal. Para el usuario de la Dirección de Reasentamientos Humanos no es relevante establecer comunicación a través de la página web de la entidad, el portal de Gobierno en Línea, o el correo electrónico de la entidad; solo una persona de las 100 encuestadas, usó el canal virtual como medio de contacto.

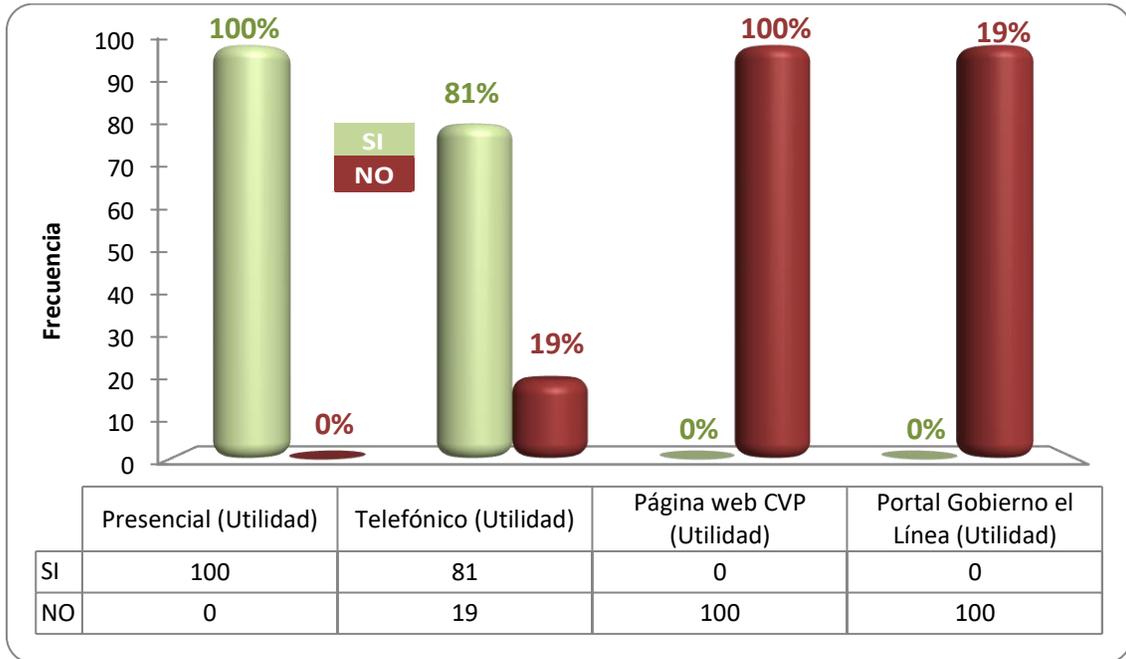
Reconociendo la importancia de que una buena comunicación e intercambio de información con el ciudadano impacta en gran medida en el buen desarrollo del proceso, se indagó sobre la utilidad de los canales e información transmitida y si el usuario volvería a usar cada uno de dichos canales. El medio que más útil le pareció al usuario y que volvería a usar, fue el presencial con una participación del 100%, mientras que el 32% de los encuestado consideró útil la información obtenida a través del canal telefónico y el 30% de los encuestados afirmó que lo volvería a usar. Solo el 1% de los encuestados encontró útil la información del canal virtual y lo volvería a usar.

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. En particular, en el programa de la Dirección de Reasentamiento Humanos, los ciudadanos opinan que aun cuando ellos adelantan sus procesos de manera presencial, dichos procesos se demoran mucho y no se obtienen soluciones. Esta postura de los ciudadanos explica en cierta medida su apatía para acceder a la entidad a través de medios telefónicos o virtuales, e indica su propensión a usar medios presenciales, que, si bien no son considerados del todo efectivos, funcionan de una mejor manera.

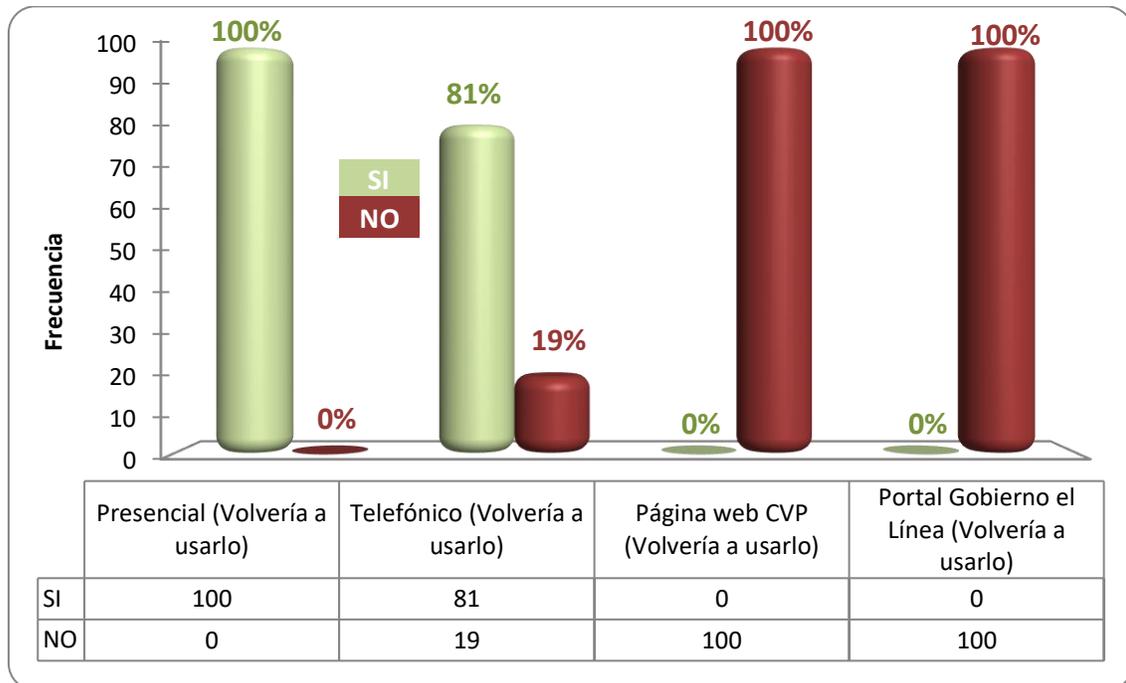
Gráfica 85. Uso de los canales de comunicación – DRH



Gráfica 86. Utilidad de la información suministrada a través de los canales de comunicación – DRH



Gráfica 87. 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.

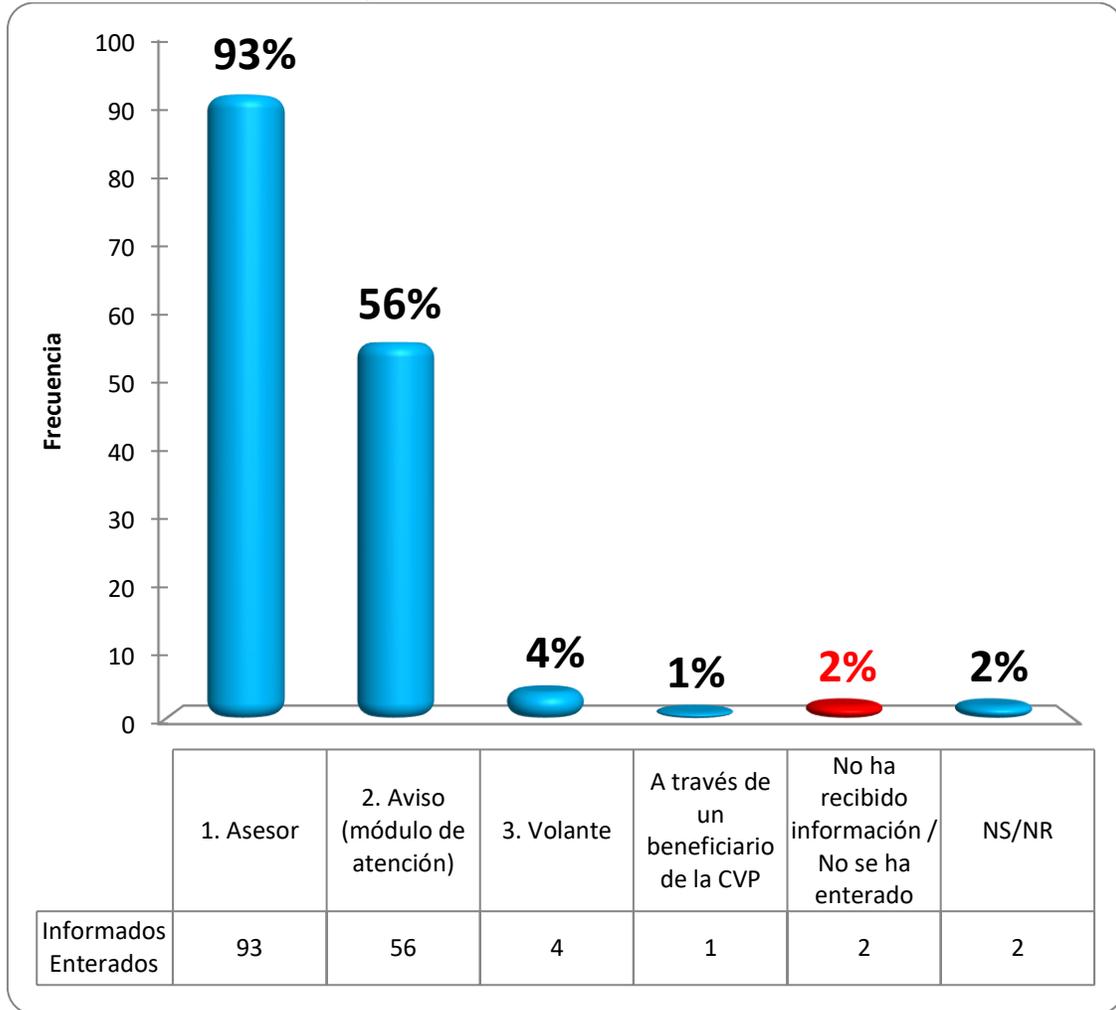
Como se explicó anteriormente, la primera de las preguntas consistió en averiguar si durante el presente año el ciudadano ha recibido información o se ha enterado sobre la gratuidad de los trámites y servicios en la CVP y lo innecesario de los intermediarios para acceder a dichos trámites y servicios. La gran mayoría, el 98% de los usuarios encuestados de la Dirección de Reasentamientos Humanos, contestó de manera afirmativa, y solo el 2% de los visitantes, manifestaron no haber recibido la información respectiva o no haberse enterado por algún medio virtual o presencial.

Gráfica 88. Porcentaje de personas que recibieron información sobre la gratuidad de trámites y servicios y lo innecesario de los intermediarios - DRH



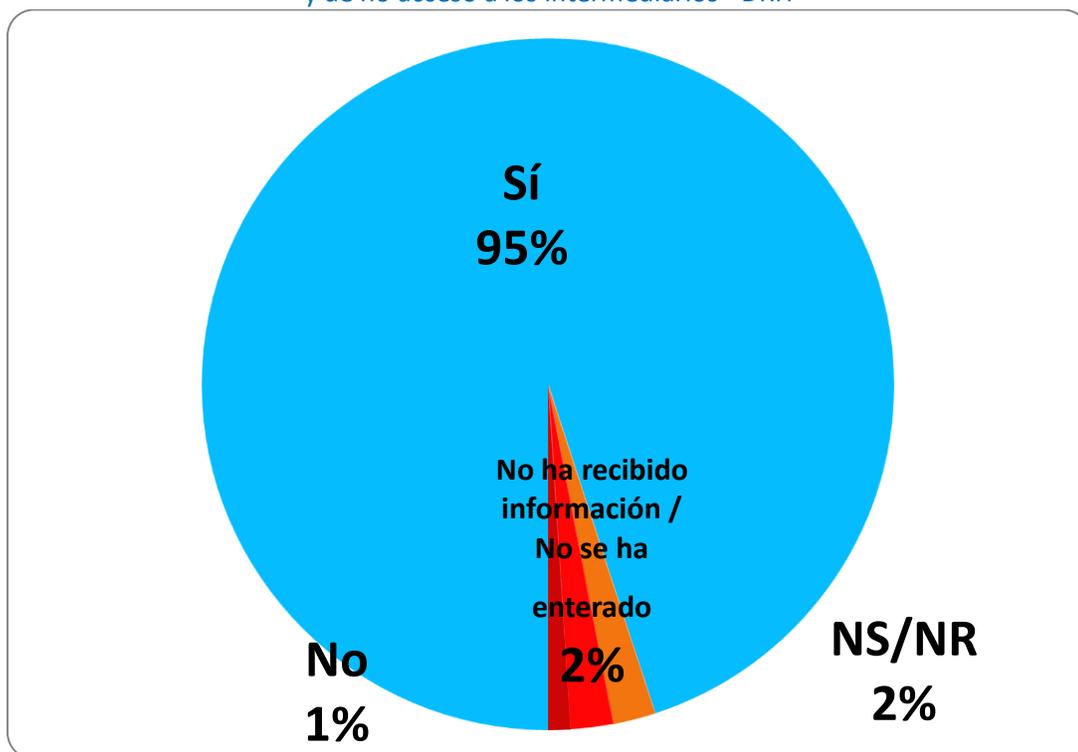
La segunda pregunta examinó el medio a través del cual el ciudadano había obtenido la información. Esta pregunta consideró 5 opciones con múltiple respuesta, es decir, opciones que no son mutuamente excluyentes (Asesor, Aviso en el módulo de atención, Volante, Página WEB CVP, Cartelera digital CVP). Los resultados obtenidos fueron los siguientes: El 93% de los ciudadanos encuestados manifestó haber recibido información del asesor, el 56% de los visitantes se enteró a través del aviso localizado en cada uno de los módulos de atención de servicio al ciudadano, un 4% de los entrevistados se enteró a través del volante, y una persona se enteró a través de un beneficiario. Ningún encuestado afirmó haber visto los mensajes de gratuidad en la página web o en las carteleras digitales de la entidad. Un 2% de los encuestados se abstuvo de responder. Los resultados de la medición suministran información 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 89. Medio a través del cual 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 comprendió. El 95% de los usuarios encuestados de la Dirección de Reasentamientos Humanos contestó de manera afirmativa, es decir que si entendió los mensajes de gratuidad y de no acceso a intermediarios y un 1% opinó que no comprendió el mensaje. Un 2% de los encuestados, que, si obtuvieron los mensajes de gratuidad, se abstuvieron de responder si habían comprendido dichos mensajes, bien porque no tenían suficientes elementos para juzgar o porque simplemente prefirieron no contestar. Para el presente análisis, 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 2% de los encuestados no recibió la información de gratuidad o no la advirtió y por ende no la comprendió.

Gráfica 90. Porcentaje de ciudadanos que comprendieron los mensajes de gratuidad de trámites y servicios y de no acceso a los intermediarios - DRH



## 4. MEJORAMIENTO DE BARRIOS

Para la presente edición del informe de medición del nivel de satisfacción, y en virtud de una recomendación de auditoría, se incorporó un capítulo con la información de medición del nivel de satisfacción del ciudadano realizada por la Dirección de Mejoramiento de Barrios. De este modo, se complementa la información que produce el proceso de Servicio al Ciudadano, al evaluar el grado de satisfacción de los programas misionales de cara al ciudadano, es decir, de las direcciones de Reasentamientos Humanos, Mejoramiento de Vivienda y Urbanizaciones & Titulación.

### 4.1 PROCESO DE MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CIUDADANO EN LA DIRECCIÓN DE MEJORAMIENTO DE BARRIOS

La información de la medición del grado de satisfacción que hizo la Dirección de Mejoramiento de Barrios en la presente vigencia proviene de los informes de medición realizados con respecto a las obras derivadas de contratos finalizados en vigencias anteriores. Los informes se encuentran publicados en los siguientes enlaces:

<https://www.cajaviviendapopular.gov.co/files/Programas/Mejoramiento-barrios/02-Informe-de-resultados-encuentas-de-satisfaccion-obras-2015.PDF>

<https://www.cajaviviendapopular.gov.co/?q=Nosotros/Informes/rendicion-de-cuentas>

Estos informes hacen referencia a obras entregadas en varias vigencias y localidades y cuyos contratos contemplaron la recuperación de espacios comunales, la construcción de segmentos viales y la construcción de una escalera prolongada y un corredor. En los informes se alude la función de administración de recursos por parte de la Dirección de Mejoramiento de Barrios para optimizar la infraestructura de espacios públicos a escala barrial, en territorios priorizados por la Secretaría Distrital del Hábitat. También se menciona que la DMB contribuye a mejorar la accesibilidad de los ciudadanos impactados por las obras realizadas. Dentro de los procesos desarrollados, existe el de medición de la satisfacción respecto de la obra entregada y de la gestión adelantada por la mencionada dirección. Dicha medición se hace en el marco de los acuerdos de sostenibilidad que se celebran con la comunidad y las organizaciones sociales. La comunidad está compuesta tanto por los colindantes de la obra realizada como de los habitantes de las áreas de influencia de la obra. En resumen, la determinación del nivel de satisfacción en la Dirección de Mejoramiento de Barrios, entre otras, considera información demográfica de la población encuestada, la gestión adelantada por la DMB y el impacto de las obras realizadas.

### 4.2 MATRIZ CON LAS CALIFICACIONES OBTENIDAS EN LA VIGENCIA 2019 DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN CON RESPECTO A LAS OBRAS, LA GESTIÓN REALIZADA POR LA DMB Y EL IMPACTO DE LAS OBRAS.

En la tabla mostrada a continuación, se advierte la información relevante de la medición de la satisfacción realizada por la DMB y que incluye: el barrio en el que se realizó la obra, el tipo de obra, el número y año de contrato, el número de personas encuestadas, y la valoración de los ciudadanos sobre la gestión realizada por la DMB, la satisfacción con la obra y el impacto de la obra.

Tabla 20. Matriz con las valoraciones del nivel de satisfacción con respecto a las obras realizadas, la gestión realizada por la DMB y el impacto causado

Barrio	Obra Realizada	Contrato de Obra	Año Contrato	Cantidad de Personas Encuestadas	Gestión Realizada por la DMB					Satisfacción con la Obra			Impacto Causado por la Obra			
					Muy Eficiente	Eficiente	Poco Eficiente o Regular	Deficiente	NS/NR	TOTAL	si	no	TOTAL	Positivo	Negativo	Total
Tesorito, Naciones Unidas y Vista Hermosa	Segmentos Viales	707	2017	28	46%	46%	0%	4%	4%	100%	89%	11%	100%	100%	0%	100%
Villa Diana y Puerta al Llano	Segmentos Viales	690	2017	14	50%	32%	6%	6%	6%	100%	93%	7%	100%	100%	0%	100%
Caracolí y Compostela	Escaleras prolongadas, rampas, barandas de seguridad, jornadas de embellecimiento con plantas y pintura de fachadas Trece (13) tramos viales, muros de contención y adecuación de espacio público para el acceso a cada una de las viviendas de los tramos construidos	597	2016	44	55%	40%	5%	0%	0%	100%	91%	9%	100%	98%	2%	100%
San Luis, Betania, La Cabaña, María Paz y Ciudad Londres	Salones Comunales	601	2017	44	63%	37%	0%	0%	0%	100%	76%	24%	100%	100%	0%	100%
Villa Colombia, La Independencia, Los Naranjos, El Triunfo, Inés Elvira	Salones Comunales	606	2017	43	61%	37%	2%	0%	0%	100%	98%	2%	100%	100%	0%	100%
La Franja Buenavista, El Cerro-Usaquen parte baja (Villa Nidya)	Segmentos Viales	629	2017	5	20%	80%	0%	0%	0%	100%	100%	0%	100%	100%	0%	100%
Danubio Azul y La Paz	Segmentos Viales	688	2017	20	47%	53%	0%	0%	0%	100%	85%	15%	100%	100%	0%	100%
Lisboa, Verbenal, Cerro del Norte	Salones Comunales	518	2017	13	46%	31%	8%	0%	15%	100%	92%	8%	100%	100%	0%	100%
Millan, Minuto de María, Nuestra Señora de la Paz	Salones Comunales	519	2017	16	60%	27%	0%	0%	13%	100%	91%	9%	100%	100%	0%	100%
Juan Rey I, Granada Sur, Egipto Alto, Nuevo Porvenir	Salones Comunales	522	2017	24	25%	58%	4%	0%	13%	100%	87%	13%	100%	96%	4%	100%

#### 4.3 VALORACIÓN DE LA GESTIÓN REALIZADA POR LA DMB

En promedio, el 91,5% de la población encuestada por la DMB, considera que la gestión adelantada por la DMB es eficiente. En promedio, el 2,5% de la población encuestada, opinó que la gestión adelantada por la DMB era regular o poco eficiente y tan solo un 1% de la población, en promedio, consideró que dicha gestión era deficiente. En promedio, un 5% de la población se abstuvo de responder.

#### 4.4 VALORACIÓN DE LA SATISFACCIÓN CON LA OBRA REALIZADA POR LA DMB

En promedio, el 90% de la población está satisfecho con la obra realizada por la DMB y el 10% se encuentra insatisfecho.

#### 4.5 VALORACIÓN DEL IMPACTO CAUSADO POR LA OBRA REALIZADA POR LA DMB

En promedio, el 99% de la población encuestada, considera que el impacto causado por la obra es positivo y tan solo el 1% opina que dicho impacto es negativo.

## 5. MEDICIÓN CONSOLIDADA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO

Cabe aclarar que, dadas las metodologías empleadas tanto por el proceso de Servicio al Ciudadano como de la Dirección de Mejoramiento de Barrios, para la determinación de las métricas de percepción de la ciudadanía sobre determinados aspectos, no es posible consolidar dichas medidas.

En este sentido, para determinar la medición consolidada tanto de la calidad respecto de atributos o aspectos comunes y específicos del servicio como de la satisfacción general del usuario, se determinaron tres métricas distintas en una escala de 1 a 5 y cuyas calificaciones se explicaron anteriormente. La calificación consolidada para DUT fue 3,80; para DMV 4,05 y para DRH 3,42. La calificación promedio considerando las 3 métricas y los 3 procesos, sin establecer un peso específico, fue de 3,79.

Tabla 21. Medición consolidada de la calidad del servicio, la satisfacción del usuario y los aspectos específicos

Métrica	DUT	DMV	DRH	Promedio x métrica
Atributos de Calidad del Servicio	3.83	4.07	3.55	3.82
Nivel de Satisfacción del Usuario	3.86	4.13	3.29	3.76
Aspectos Específicos	3.70	3.96	3,11	3.83
<b>Promedio x Proceso</b>	<b>3.80</b>	<b>4.05</b>	<b>3.42</b>	

**PROMEDIO GENERAL**

**3.79**

Elaboró: Cesar Combita Caceres - Profesional Especializado 222 05 - Servicio al Ciudadano  
Roberto Carlos Narvaez Cortes - Contratista Profesional CTO 30/2019 - Servicio al Ciudadano