

CAJA DE LA VIVIENDA POPULAR

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

Diciembre del 2020

Contenido

1.	URBANIZACIONES Y TITULACIÓN (DUT)	8
1.1.	VARIABLES DEMOGRÁFICAS	8
1.2.	MOTIVO DE LA VISITA DEL CIUDADANO Y PERMANENCIA EN EL PROCESO	13
1.3.	CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CIUDADANO	16
1.4.	DISPONIBILIDAD Y USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES (TIC) .	20
1.5.	MEDICIÓN DEL EFECTO DE LA INFORMACIÓN SUMINISTRADA A LOS CIUDADANOS SOBRE GRATUIDAD DE TRÁMITES Y SERVICIOS Y LA NO RECURRENCIA A INTERMEDIARIOS	25
1.6.	SEGUIMIENTO A PETICIONES QUEJAS O RECLAMOS EN CVP.....	28
2.	MEJORAMIENTO DE VIVIENDA	31
	2.1. VARIABLES DEMOGRÁFICAS.....	31
	2.2. MOTIVO DE LA VISITA DEL CIUDADANO Y PERMANENCIA EN EL PROCESO	36
	2.3. CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CIUDADANO	39
	2.4. DISPONIBILIDAD Y USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES (TIC)....	43
	2.5. MEDICIÓN DEL EFECTO DE LA INFORMACIÓN SUMINISTRADA A LOS CIUDADANOS SOBRE GRATUIDAD DE TRÁMITES Y SERVICIOS Y LA NO RECURRENCIA A INTERMEDIARIOS	48
	2.6. SEGUIMIENTO A PETICIONES QUEJAS O RECLAMOS EN CVP.....	50
3.	REASENTAMIENTOS HUMANOS.....	53
3.1.	VARIABLES DEMOGRÁFICAS.....	53
3.2.	MOTIVO DE LA VISITA DEL CIUDADANO Y PERMANENCIA EN EL PROCESO	58
3.3.	CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CIUDADANO	60
3.4.	DISPONIBILIDAD Y USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES (TIC).....	64
3.5.	MEDICIÓN DEL EFECTO DE LA INFORMACIÓN SUMINISTRADA A LOS CIUDADANOS SOBRE GRATUIDAD DE TRÁMITES Y SERVICIOS Y LA NO RECURRENCIA A INTERMEDIARIOS	69
3.6.	SEGUIMIENTO A PETICIONES QUEJAS O RECLAMOS EN CVP.	71
4.	MEJORAMIENTO DE BARRIOS.....	74
4.1.	OBJETIVO GENERAL.....	74
4.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	74

4.3. METODOLOGIA	74
4.4. CUÁNDO APLICAR LA ENCUESTA	75
4.4.1. A QUIÉN SE LE APLICA LA ENCUESTA	75
4.4.2. QUIÉN APLICA EL FORMULARIO	75
4.4.3. TIPO DE FORMULARIO.....	75
4.4.4. TIEMPO DE RESPUESTA DEL FORMULARIO.....	75
4.5. SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	75
4.5.1 RESULTADOS CONTRATO DE OBRA NO 691 DE 2018 (CONSTRUCTORA CAMACON SAS) Y CONTRATO DE INTERVENTORÍA 691 (TECNICONCONSULTA SAS)	76
4.6. DATOS DEMOGRÁFICOS	76
4.7. PERCEPCIÓN DE ATENCIÓN A LA CIUDADANÍA.....	78
4.8. PERCEPCIÓN E IMPACTO GENERADO POR LA OBRA.....	80
5. CONSOLIDADO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO.....	82
6. CONCLUSIONES	83

Lista de tablas

Tabla 1. Población encuestada por localidad – DUT	8
Tabla 2. Distribución de la edad y género de la población encuestada – DUT	10
Tabla 3. Distribución porcentual de los motivos de la visita – DUT	13
Tabla 4. Distribución porcentual tiempo de permanencia en el proceso – DUT	14
Tabla 5. Distribución porcentual del suministro de información sobre el proceso – DUT	16
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	36
Tabla 11. Distribución porcentual tiempo de permanencia en el proceso – DMV	37
Tabla 12. Distribución porcentual por localidad del suministro de información sobre el proceso – DMV	38
Tabla 13. Atributos y dimensiones de la calidad del servicio – DMV	40
Tabla 14. Distribución de la población encuestada por localidad – DRH	53
Tabla 15. Distribución de la edad y género de la población encuestada – DRH	55
Tabla 16. Distribución porcentual de los motivos de la visita – DRH	58
Tabla 17. Distribución porcentual tiempo de permanencia en el proceso – DRH	58
Tabla 18. Distribución porcentual por localidad del suministro de información sobre el proceso – DRH	60
Tabla 19. Atributos y dimensiones de la calidad del servicio – DRH	61
Tabla 20. Consolidado de la calidad del servicio, la satisfacción del usuario de los aspectos específicos	82

Lista de gráficas

Gráfica 1. Población encuestada por localidad – DUT.....	8
Gráfica 2. Estrato socio económico de los usuarios – DUT.....	9
Gráfica 3. Género de la población encuestada DUT.....	9
Gráfica 4. Edad y género de la población encuestada – DUT.....	10
Gráfica 5. Escolaridad de la población encuestada – DUT.....	11
Gráfica 6. Nivel de estudios por localidad – DUT.....	11
Gráfica 7. Estado civil de la población encuestada – DUT.....	12
Gráfica 8. Situación laboral de los usuarios - DUT.....	12
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.....	15
Gráfica 13. Suministro de información suficiente sobre el proceso – DUT.....	16
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.....	18
Gráfica 17. Motivos de baja satisfacción – DUT.....	19
Gráfica 18. Diagrama de Pareto de los motivos de baja satisfacción – DUT.....	19
Gráfica 19. Calificación – Aspectos específicos del área misional – DUT.....	20
Gráfica 20. Servicios de telefonía e Internet de la población – DUT.....	21
Gráfica 21. Disposición de dispositivos TIC de la población – DUT.....	22
Gráfica 22. Forma de acceso de la población a Internet - DUT.....	22
Gráfica 23. Frecuencia de acceso de la población a Internet – DUT.....	23
Gráfica 24. Usos que la población encuestada hace del Internet – DUT.....	23
Gráfica 25. Uso de los canales de comunicación – DUT.....	24
Gráfica 26. Utilidad de la información suministrada a través de los canales de comunicación – DUT.....	25
Gráfica 27. Habitualidad del uso de los canales de comunicación (repetir la experiencia) – DUT.....	25
Gráfica 28. Porcentaje de personas que recibieron información sobre la gratuidad de trámites y servicios y lo innecesario de los intermediarios - DUT.....	26
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.....	27
Gráfica 30. Porcentaje de ciudadanos que comprendieron los mensajes de gratuidad de los trámites y servicios y de no acceso a intermediarios – DUT.....	27
Gráfica 31. Porcentaje de ciudadanos que interpusieron algún tipo de petición – DUT.....	28
Gráfica 32. Porcentaje de tiempo de respuesta por la entidad –DUT.....	29
Gráfica 33. La respuesta cumple con lo que pregunto el ciudadano –DUT.....	29
Gráfica 34. La respuesta es fácil de comprender – DUT.....	29
Gráfica 35. La respuesta suministrada fue de calidad-DUT.....	30
Gráfica 36. Población encuestada por localidad - DMV.....	31
Gráfica 37. Estrato socio económico de los usuarios – DMV.....	32
Gráfica 38. Género de la población encuestada DMV.....	32
Gráfica 39. Edad y género de la población encuestada – DMV.....	33
Gráfica 40. Escolaridad de la población encuestada – DMV.....	34

Gráfica 41.Nivel de estudios por localidad – DMV	34
Gráfica 42.Estado civil de la población encuestada – DMV	35
Gráfica 43.Situación laboral de los usuarios – DMV.....	35
Gráfica 44.Cantidad de habitantes por vivienda - DMV	36
Gráfica 45.Motivo de la visita – DMV	37
Gráfica 46.Tiempo de permanencia en el proceso – DMV	37
Gráfica 47.Suministro de información suficiente sobre el proceso – DMV	38
Gráfica 48.Suministro de información suficiente sobre el proceso – DMV	39
Gráfica 49.Calificación de los atributos del servicio – DMV.....	40
Gráfica 50.Nivel de satisfacción de los usuarios con el servicio prestado – DMV.....	41
Gráfica 51.Población satisfecha e insatisfecha con el servicio – DMV	41
Gráfica 52.Motivos de baja satisfacción – DMV	42
Gráfica 53.Diagrama de Pareto de los motivos de baja satisfacción – DMV	42
Gráfica 54.Calificación - Aspectos específicos del área misional – DMV	43
Gráfica 55.Servicios de telefonía e Internet de la población – DMV.....	44
Gráfica 56.Disposición de dispositivos TIC de la población – DMV	45
Gráfica 57.Acceso de la población a Internet – DMV	45
Gráfica 58.Frecuencia de acceso de la población a Internet – DMV	45
Gráfica 59.Usos que la población encuestada hace del Internet – DMV.....	46
Gráfica 60.Uso de los canales de comunicación – DMV	47
Gráfica 61.Utilidad de la información suministrada a través de los canales de comunicación – DMV.....	47
Gráfica 62.Habitualidad en el uso de los canales de comunicación (volverlos a usar) - DMV	48
Gráfica 63.Personas que recibieron información sobre la gratuidad de trámites y servicios – DMV	49
Gráfica 64.Medio por la cual el ciudadano obtuvo la información sobre la gratuidad de trámites y servicios y lo innecesario de los intermediarios – DMV	49
Gráfica 65.Porcentaje de ciudadanos que comprendieron los mensajes de gratuidad de trámites y servicios y de no acceso a los intermediarios – DMV	50
Gráfica 66. Ciudadanos que interpusieron algún tipo de petición – DUT.....	51
Gráfica 67.Porcentaje de tiempo de respuesta por la entidad – DUT.....	51
Gráfica 68.La respuesta cumple con lo que pregunto el ciudadano - DUT.....	52
Gráfica 69.La respuesta es fácil de comprender – DUT.....	52
Gráfica 70. La respuesta suministrada fue de calidad- DUT	52
Gráfica 71.Población encuestada por localidad - DRH	53
Gráfica 72.Estrato socio económico de los usuarios – DRH.....	54
Gráfica 73.Género de la población encuestada DRH.....	54
Gráfica 74.Edad y género de la población encuestada – DRH	55
Gráfica 75.Escolaridad de la población encuestada – DRH.....	56
Gráfica 76.Nivel de estudios por localidad – DRH	56
Gráfica 77.Estado civil de la población encuestada - DRH.....	57
Gráfica 78.Situación laboral de los usuarios – DRH.....	57
Gráfica 79.Cantidad de habitantes por vivienda - DRH	57
Gráfica 80.Motivo de la visita – DRH	58
Gráfica 81.Tiempo de permanencia en el proceso – DRH	59
Gráfica 82.Suministro de información suficiente sobre el proceso – DRH	59
Gráfica 83.Suministro de información suficiente sobre el proceso – DRH	60

Gráfica 84. Calificación de los atributos del servicio – DRH.....	61
Gráfica 85. Nivel de satisfacción de los usuarios con el servicio prestado - DRH	62
Gráfica 86. Población satisfecha e insatisfecha con el servicio – DRH	62
Gráfica 87. Motivos de baja satisfacción - DRH.....	63
Gráfica 88. Diagrama de Pareto de los motivos de baja satisfacción – DRH	63
Gráfica 89. Calificación - Aspectos específicos del área misional – DRH	64
Gráfica 90. Servicios de telefonía e Internet de la población – DRH.....	65
Gráfica 91. Disposición de dispositivos TIC de la población – DRH	65
Gráfica 92. Forma de acceso de la población a Internet – DRH	66
Gráfica 93. Frecuencia de acceso de la población a Internet – DRH	66
Gráfica 94. Uso que la población encuestada hace del Internet – DRH	67
Gráfica 95. Uso de los canales de comunicación – DRH	68
Gráfica 96. Utilidad de la información suministrada de los diversos canales de comunicación – DRH	68
Gráfica 97. Habitualidad del uso de los canales de comunicación (repetir la experiencia) - DRH.....	68
Gráfica 98. Porcentaje de personas que recibieron información sobre la gratuidad de trámites y servicios y lo innecesario de los intermediarios – DRH.....	69
Gráfica 99. A través de que canal el ciudadano obtuvo la información sobre la gratuidad de trámites y servicios y lo innecesario de los intermediarios – DRH.....	70
Gráfica 100. Porcentaje de ciudadanos que comprendieron los mensajes de gratuidad de trámites y servicios y de no acceso a los intermediarios – DRH	70
Gráfica 101. Porcentaje de ciudadanos que interpusieron algún tipo de petición – DRH	71
Gráfica 102. Porcentaje de tiempo de respuesta por la entidad –DRH.....	72
Gráfica 103. La respuesta cumple con lo que pregunto el ciudadano -DRH	72
Gráfica 104. La respuesta es fácil de comprender	72
Gráfica 105. La respuesta suministrada fue de calidad -DRH	73
Gráfica 106. Porcentaje de sexo de usuarios encuestados –DMB	76
Gráfica 107. Grupo etario de los encuestados –DMB	77
Gráfica 108. Forma de tenencia de la vivienda–DMB	77
Gráfica 109. Gestión de los profesionales de la –DMB.....	78
Gráfica 110. Respuesta del contratista a PQRS –DMB	79
Gráfica 111. Mecanismos de información y divulgación de las actividades del Plan de gestión social –DMB.....	79
Gráfica 112. Porcentaje de satisfacción de los encuestados –DMB.....	80
Gráfica 113. Impactos generados por la obra–DMB	81
Gráfica 114. Percepción de la responsabilidad del cuidado de la obra –DMB	81

1. URBANIZACIONES Y TITULACIÓN (DUT)

En el desarrollo de la encuesta realizada para la recolección de datos los usuarios de la Dirección de Urbanización y Titulación (DUT). Es aplicada a 100 personas que pertenecen la mayoría a las localidades de Ciudad Bolívar, Kennedy, Usme, como se describe en la siguiente tabla.

Tabla 1. Población encuestada por localidad – DUT

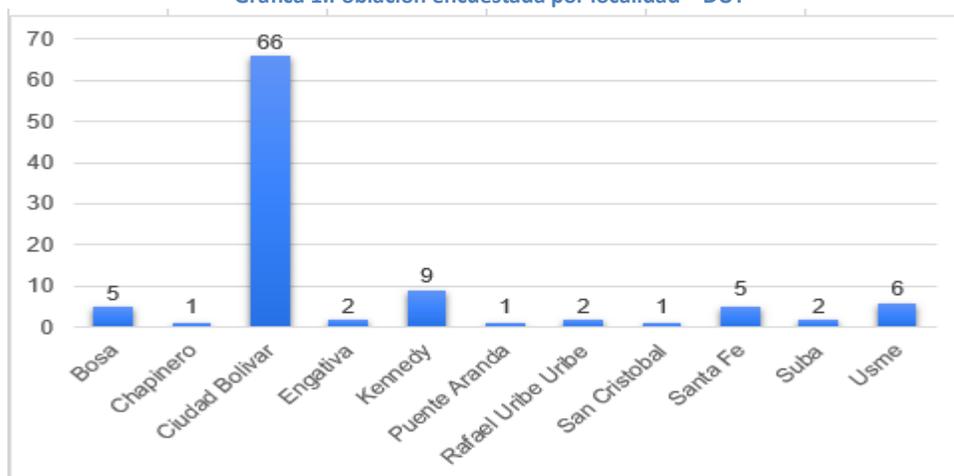
Localidad	Total	Porcentaje
Bosa	5	5%
Chapinero	1	1%
Ciudad Bolívar	66	66%
Engativa	2	2%
Kennedy	9	9%
Puente Aranda	1	1%
Rafael Uribe Uribe	2	2%
San Cristobal	1	1%
Santa Fe	5	5%
Suba	2	2%
Usme	6	6%
Total General	100	100%

En la encuesta realizada se recolectó información que permite evaluar los siguientes aspectos: Variable demográfica, calidad del servicio, satisfacción del usuario, gratuidad de los trámites y servicios que presta la CAJA DE LA VIVIENDA POPULAR, de igual manera la comunicación y acceso a las tecnologías de información (TIC). Y peticiones solicitadas por los ciudadanos, a continuación, se presentan los datos más relevantes de cada uno de ellos ya mencionados anteriormente.

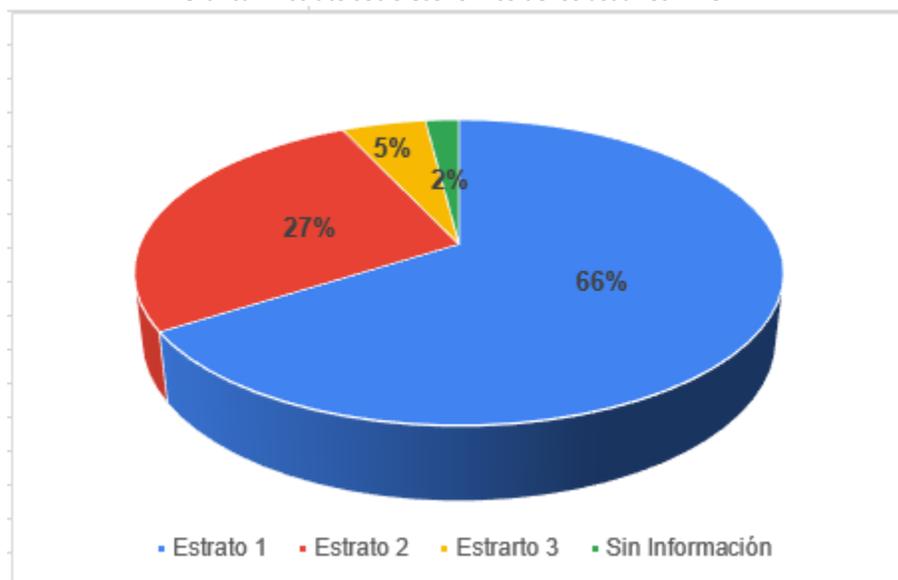
1.1. VARIABLES DEMOGRÁFICAS

La localidad con más representación en la encuesta es Ciudad Bolívar con un 66%, seguidas de las localidades de Kennedy y Usme con participación del 9% y 6%. La participación de los encuestados hace referencia a los estratos socio económicos 1 y 2 con un porcentaje de 93%.

Gráfica 1. Población encuestada por localidad – DUT

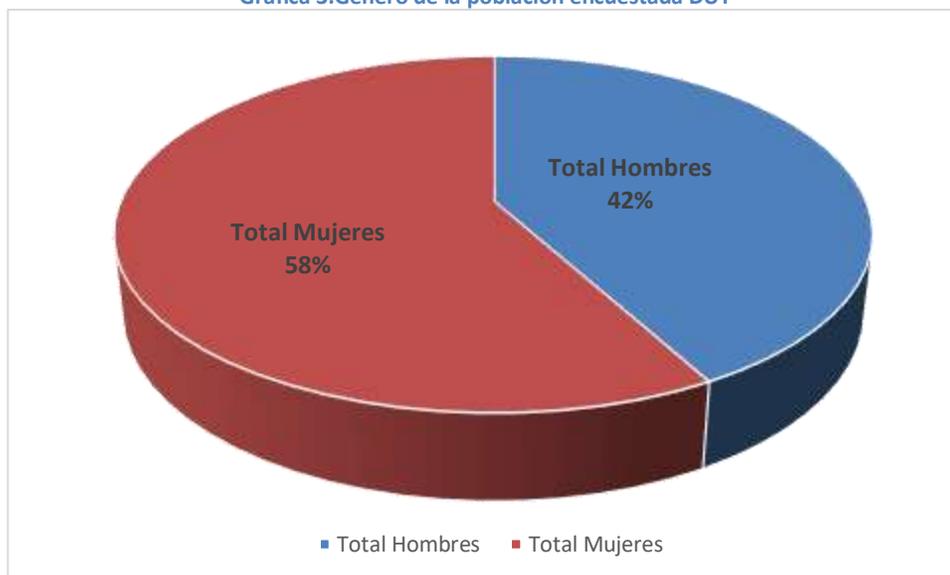


Gráfica 2. Estrato socio económico de los usuarios – DUT



De la encuesta realizada se pudo establecer que el género de las mujeres representa el 58% y los hombres constituyen un 42% del total de los encuestados.

Gráfica 3. Género de la población encuestada DUT

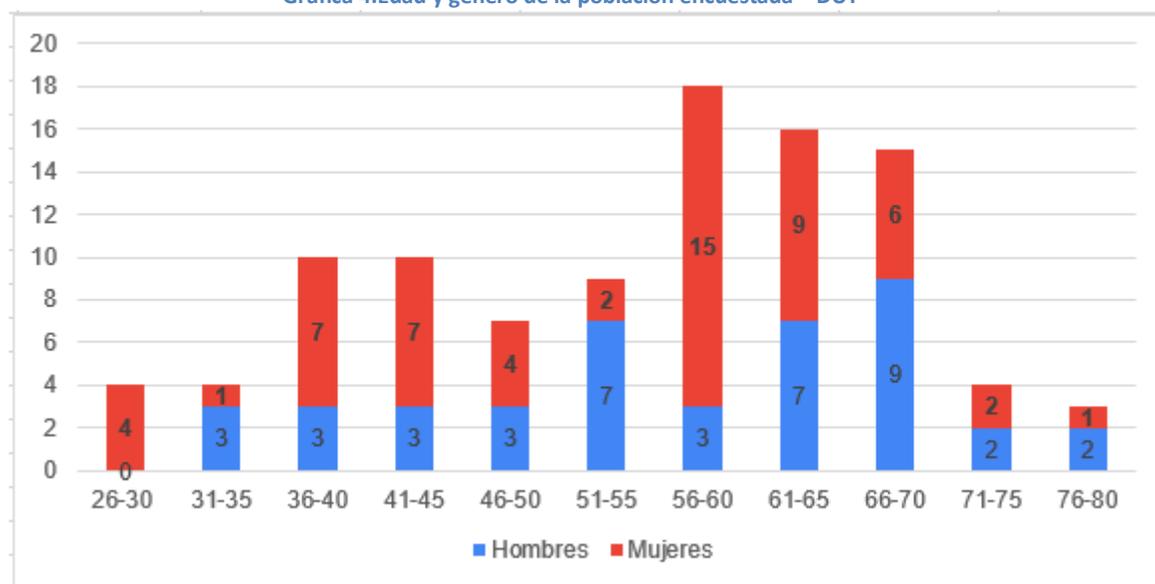


La distribución por edades de los ciudadanos encuestados muestra que el 85% de la población tiene edades entre 40 y 70 años. La población masculina está constituida con el 83% y la población femenina con 86%.

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

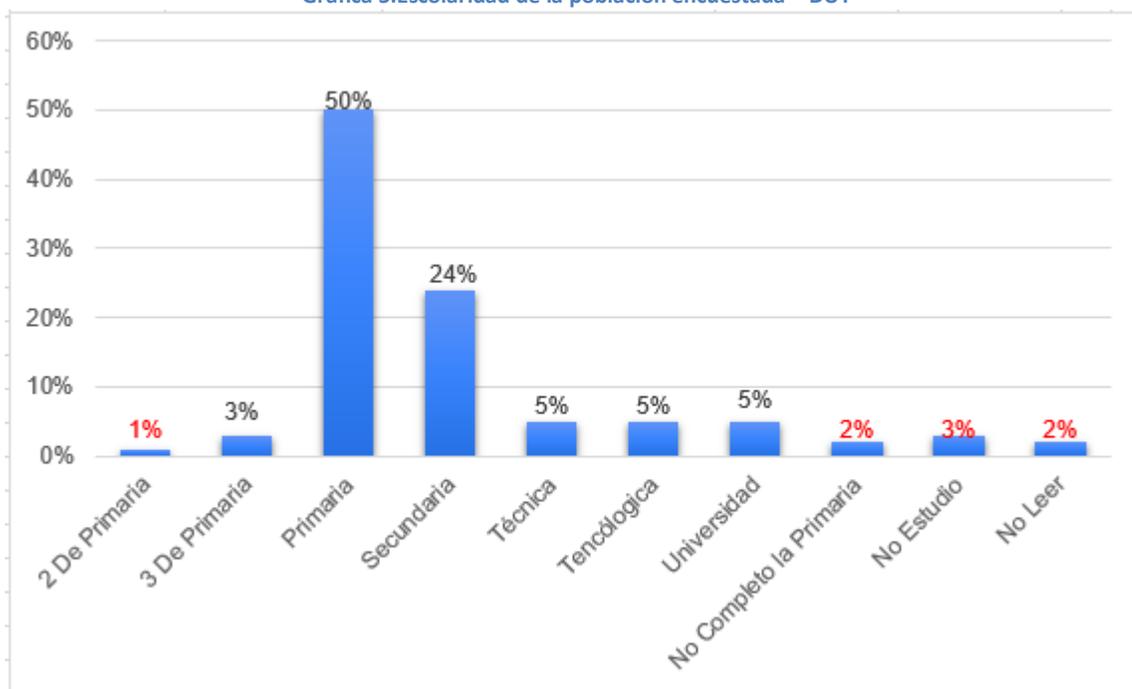
Rango de Edad	Hombres	Mujeres	Porcentaje de edad Hombres	Porcentaje de edad Mujeres
26-30	0	4	0%	7%
31-35	3	1	7%	2%
36-40	3	7	7%	12%
41-45	3	7	7%	12%
46-50	3	4	7%	7%
51-55	7	2	17%	3%
56-60	3	15	7%	26%
61-65	7	9	17%	16%
66-70	9	6	21%	10%
71-75	2	2	5%	3%
76-80	2	1	5%	2%
(+) de 80	0	0	0%	0%
Total General	42	58	100%	100%

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

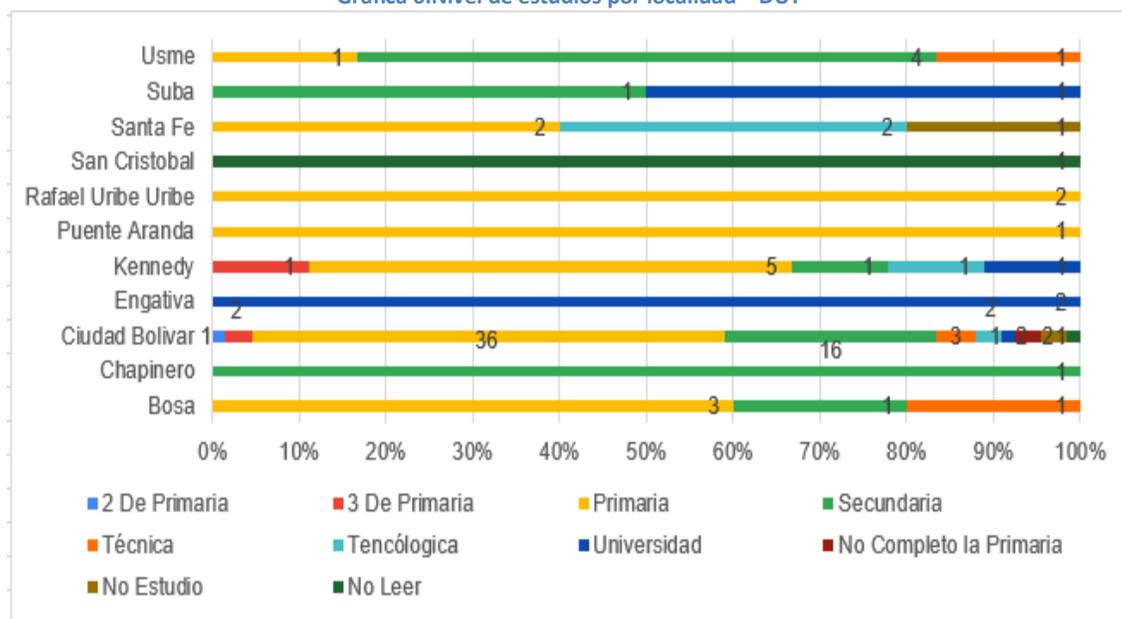


El nivel de escolaridad a la población encuestada indica que el 50% tiene una educación primaria, 24% secundaria. Lo que es un factor predominante en las localidades. El 15% de los encuestados indica tener educación superior y el 5% indica que no estudio o no sabe leer.

Gráfica 5. Escolaridad de la población encuestada – DUT

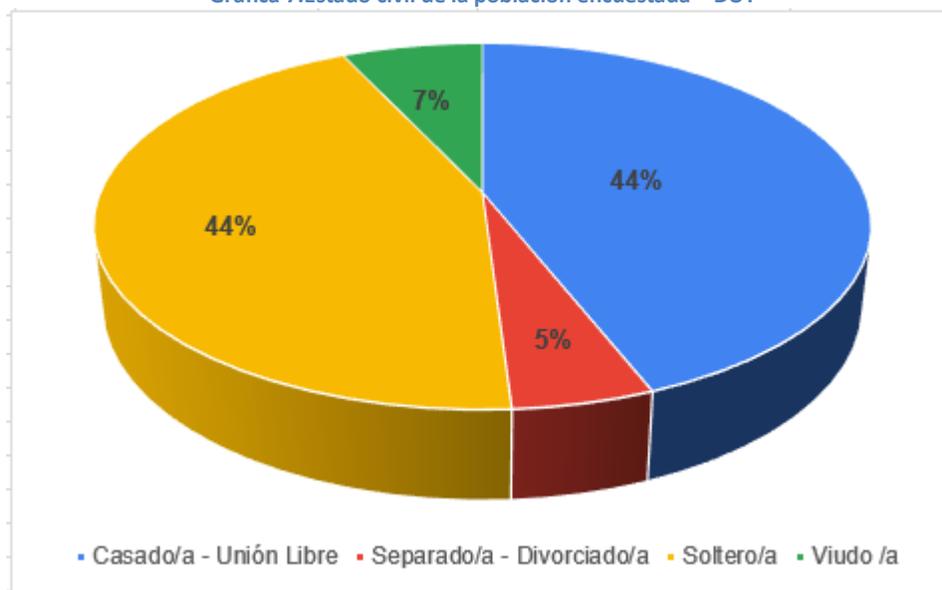


Gráfica 6. Nivel de estudios por localidad – DUT



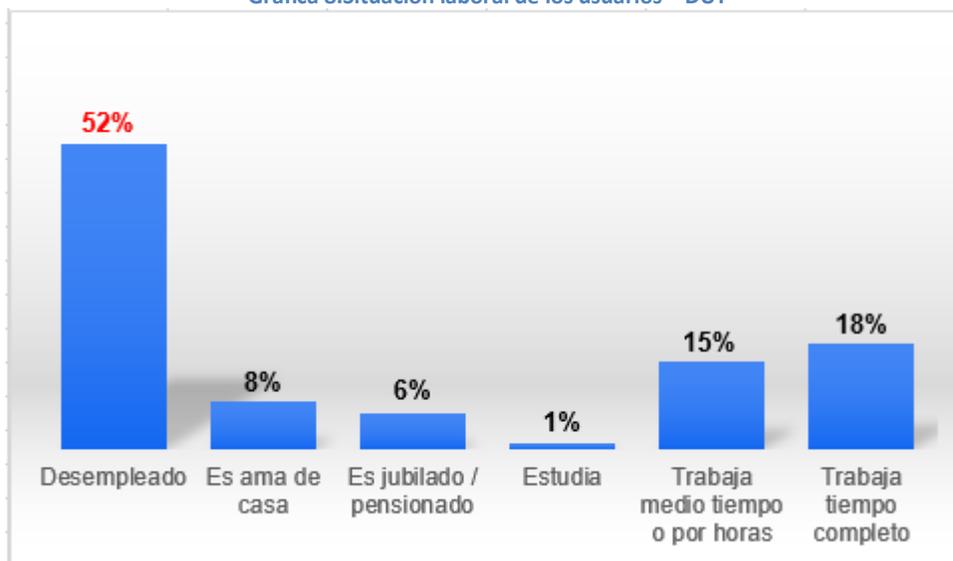
La categoría de Estado civil de la población encuestada y la que más predomina es casado o en unión libre y soltero presentando cada uno un porcentaje del 44%, seguida de viudo con el 7%.

Gráfica 7.Estado civil de la población encuestada – DUT



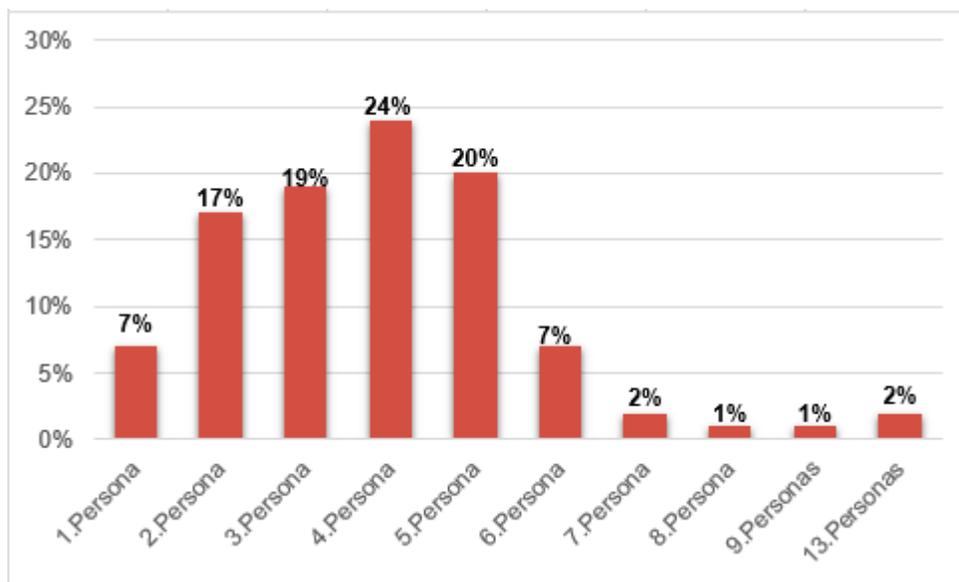
La población encuestada en la categoría de situación laboral es alarmante ya que el 52% indica estar desempleado, un 18% manifiesta trabajar de tiempo completo, el 15% trabaja medio tiempo o por horas, el 8% son amas de casa y 6% de la población esta jubilada o pensionada.

Gráfica 8.Situación laboral de los usuarios – DUT



Otro dato de interés arrojado en la encuesta realizada nos indica que cada familia está constituida por un promedio de 4 personas con un porcentaje del 24%, el 20% lo conforman familias hasta de 5 integrantes y 19% de 3 personas.

Gráfica 9.Cantidad de habitantes por vivienda – DUT

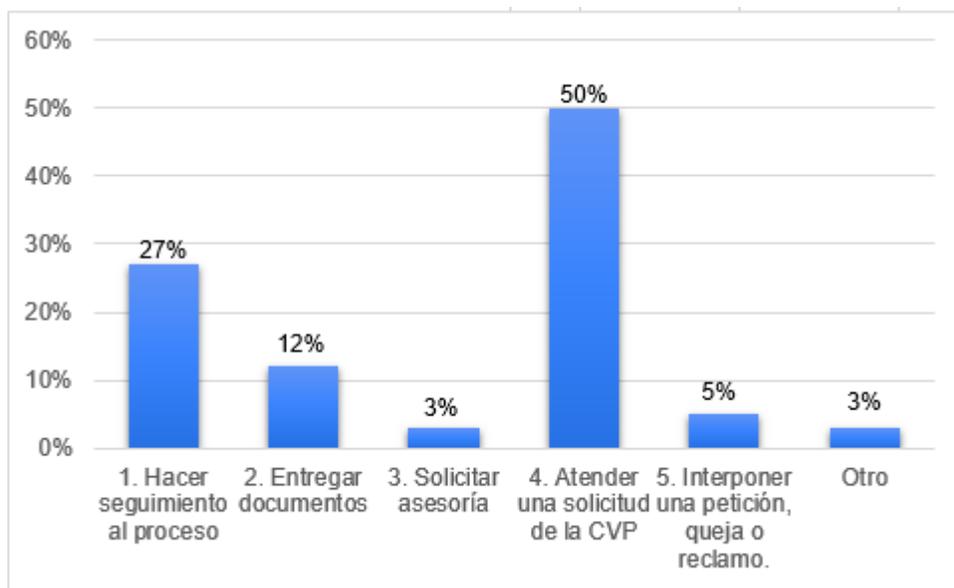


1.2. MOTIVO DE LA VISITA DEL CIUDADANO Y PERMANENCIA EN EL PROCESO

Los datos registrados por los ciudadanos encuestados de Urbanizaciones y Titulación indican que se acercan a CVP, por un motivo particular y el más predominante es que se acercan atender una solicitud de la CVP, con un porcentaje del 50%, el 27% de los ciudadanos encuestados indican que realizan seguimiento al proceso que llevan y 12% manifiesta que se acerca a entregar documentos.

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

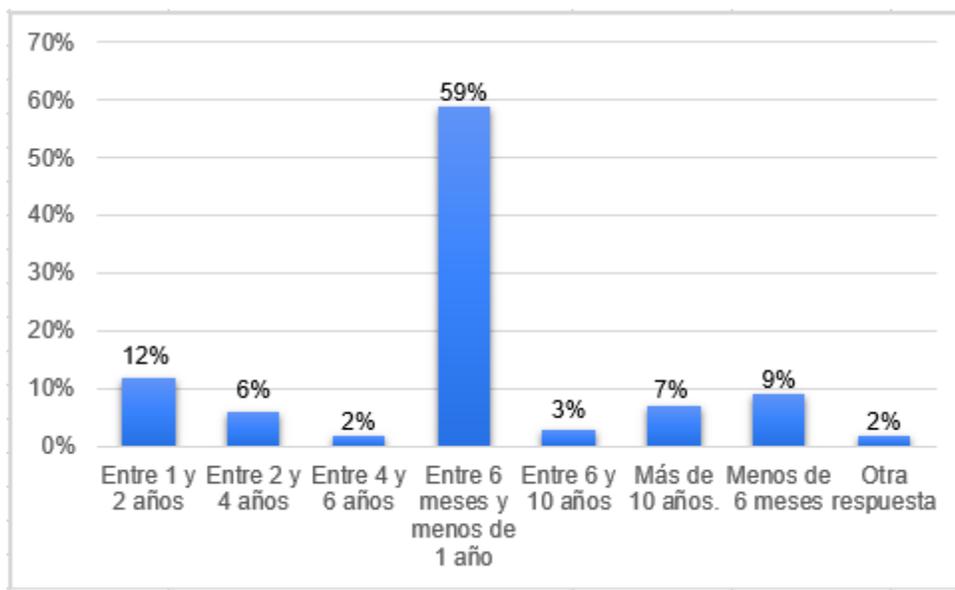
Descripción	Total	Porcentaje
1. Hacer seguimiento al proceso	27	27%
2. Entregar documentos	12	12%
3. Solicitar asesoría	3	3%
4. Atender una solicitud de la CVP	50	50%
5. Interponer una petición, queja o reclamo.	5	5%
Otro	3	3%
Total General	100	100%



El desarrollo de la encuesta se establece un porcentaje del 68%, llevan un proceso con menos de un año en CVP y a diferencia del 7% de los encuestados indican que llevan un proceso de más de 10 años con CVP. Esto puede obedecer a la falta de corresponsabilidad de los usuarios para culminar los trámites con la entidad o a las dificultades presentadas de información para llevar una secuencia lógica de los procesos de titulación principalmente porque carecen de una buena información.

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

Descripción	Total	Porcentaje
Entre 1 y 2 años	12	12%
Entre 2 y 4 años	6	6%
Entre 4 y 6 años	2	2%
Entre 6 meses y menos de 1 año	59	59%
Entre 6 y 10 años	3	3%
Más de 10 años.	7	7%
Menos de 6 meses	9	9%
Otra respuesta	2	2%
Total General	100	100%



Se obtiene un porcentaje del 84% indica que está bien informando de manera suficiente sobre el proceso en curso con la CVP, y el 16% manifiesta que no le han brindado información idónea. Se puede observar en la siguiente gráfica la distribución porcentual por localidad del suministro de información del proceso DUT. La localidad que demuestra una alta calificación que no se siente bien informado es la localidad de Usme con un porcentaje del 50% que corresponde a 3 personas del total de los encuestados lo que conduce a validar el proceso de comunicación y entrega de información a los ciudadanos de dicha localidad.

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

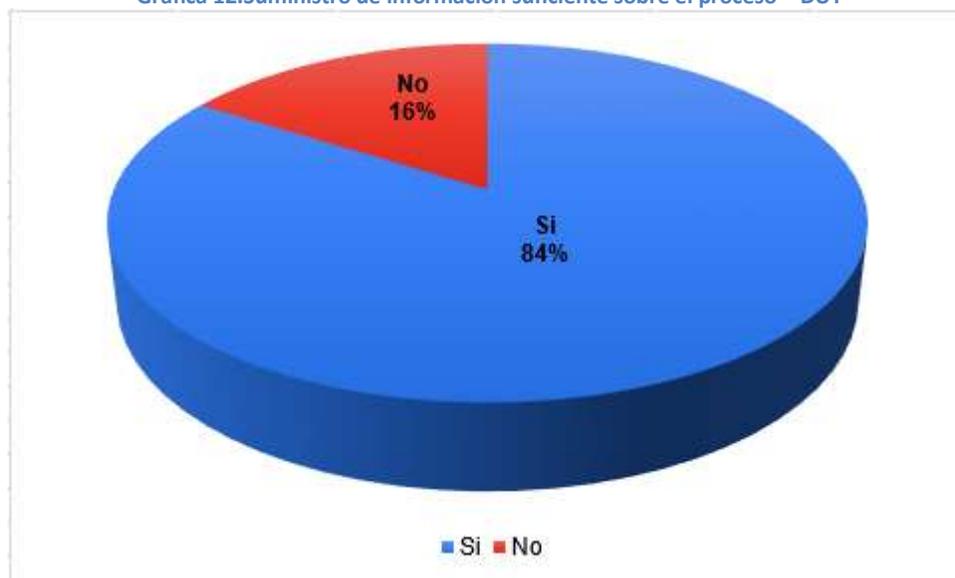
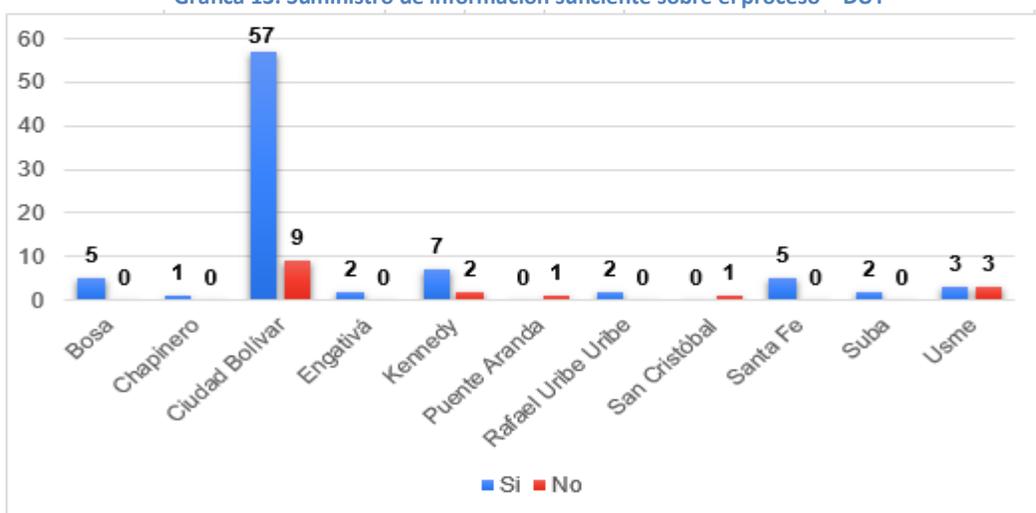


Tabla 5. Distribución porcentual del suministro de información sobre el proceso – DUT

Localidad	Si	No	Total	Porcentaje - Si	Porcentaje - No
Bosa	5	0	5	100%	0%
Chapinero	1	0	1	100%	0%
Ciudad Bolívar	57	9	66	86%	14%
Engativá	2	0	2	100%	0%
Kennedy	7	2	9	78%	22%
Puente Aranda	0	1	1	0%	100%
Rafael Uribe Uribe	2	0	2	100%	0%
San Cristóbal	0	1	1	0%	100%
Santa Fe	5	0	5	100%	0%
Suba	2	0	2	100%	0%
Usme	3	3	6	50%	50%
Total General	84	16	100	84%	16%

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

DIMENSIONES DE LA CALIDAD DEL SERVICIO	
FIABILIDAD	Habilidad para realizar el servicio de modo cuidadoso (seguro) y fiable (eficiente). Capacidad de desempeñarse de manera consistente y libre de incumplimientos. Cumplir promesas y no reprocesar
CAPACIDAD DE RESPUESTA	Disposición y voluntad para ayudar a los ciudadanos y proporcionar un servicio rápido.
SEGURIDAD	Conocimientos y atención mostrados por los servidores públicos y sus habilidades para generar credibilidad y confianza.
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 un modo de respuesta de escala numérica de 1 a 5, donde 1 es la calificación más baja y 5 es la más alta. La calificación promedio de los atributos del servicio de la Dirección de Urbanizaciones y Titulación fue de 4,52. Destacándose la calidad y amabilidad del personal. Se obtiene una satisfacción de servicio ya que las calificaciones de los atributos son similares como se muestran en la siguiente gráfica.

Gráfica 14. Calificación de los atributos del servicio – DUT

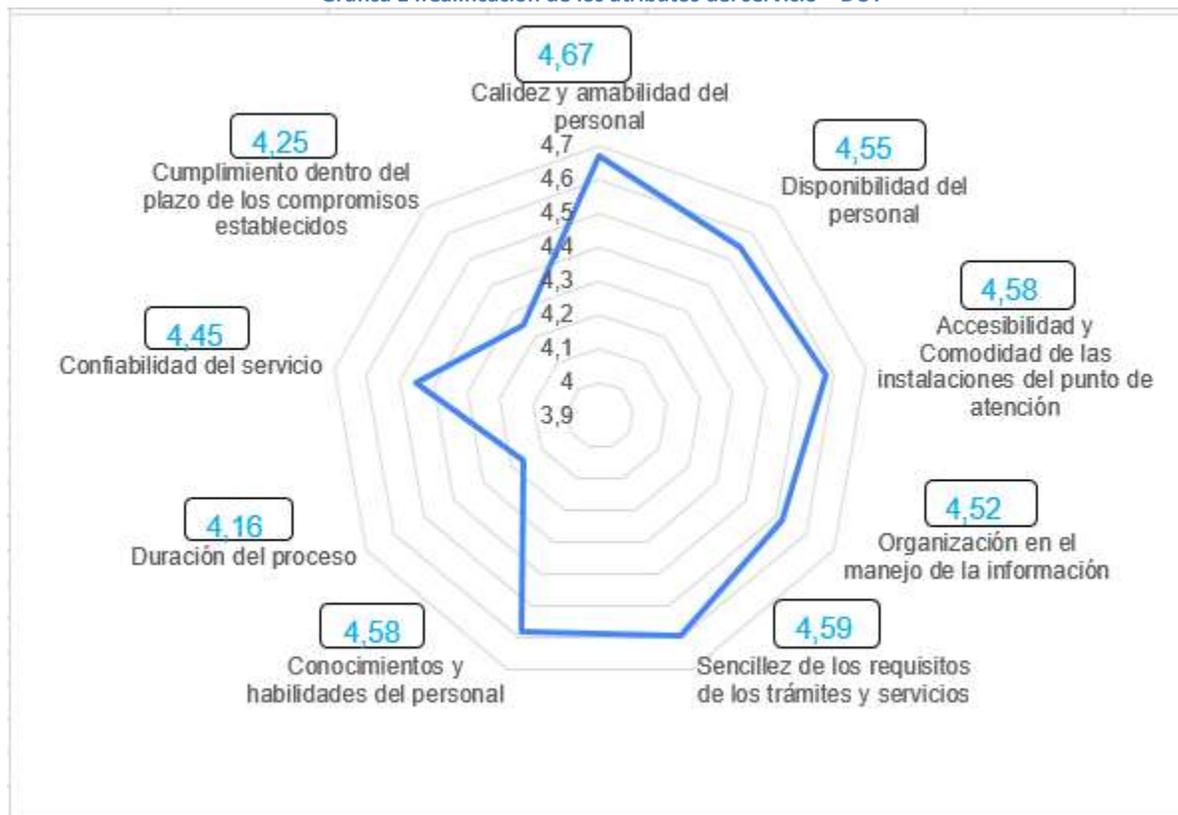


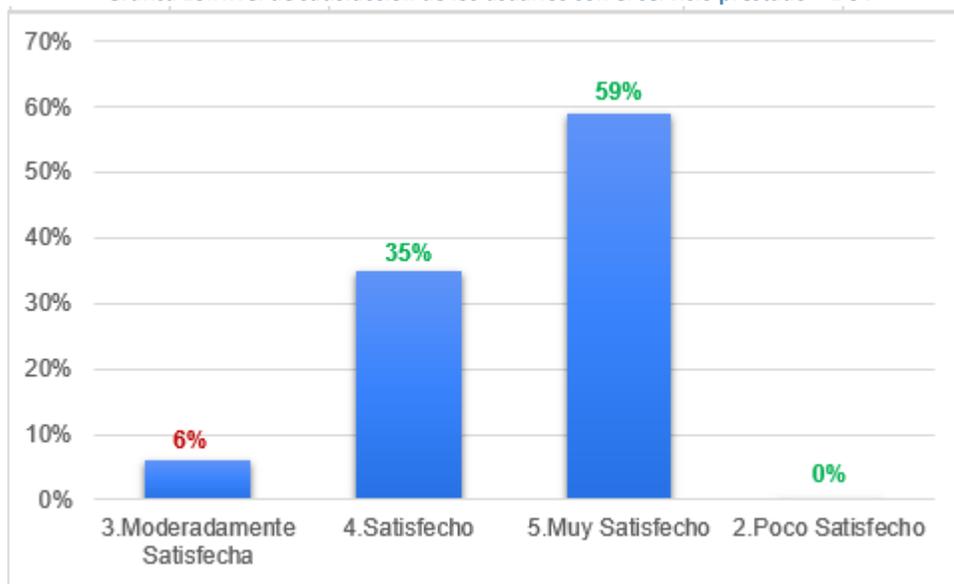
Tabla 7. Atributos y dimensiones de la calidad del servicio – DUT

Atributos	Calificación	Dimensión de la Calidad del Servicio
Calidez y amabilidad del personal	4,67	Empatía
Disponibilidad del personal	4,55	Capacidad de Respuesta
Accesibilidad y Comodidad de las instalaciones del punto de atención	4,58	Elementos Tangibles
Organización en el manejo de la información	4,52	Fiabilidad, Capacidad de Respuesta
Sencillez de los requisitos de los trámites y servicios	4,59	Fiabilidad, Capacidad de Respuesta
Conocimientos y habilidades del personal	4,58	Seguridad
Duración del proceso	4,16	Capacidad de Respuesta
Confiabilidad del servicio	4,45	Fiabilidad
Cumplimiento dentro del plazo de los compromisos establecidos	4,25	Capacidad de Respuesta

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

para 4, SATISFECHO, para 3, MODERADAMENTE SATISFECHO, para 2, POCO SATISFECHO y para 1, INSATISFECHO.

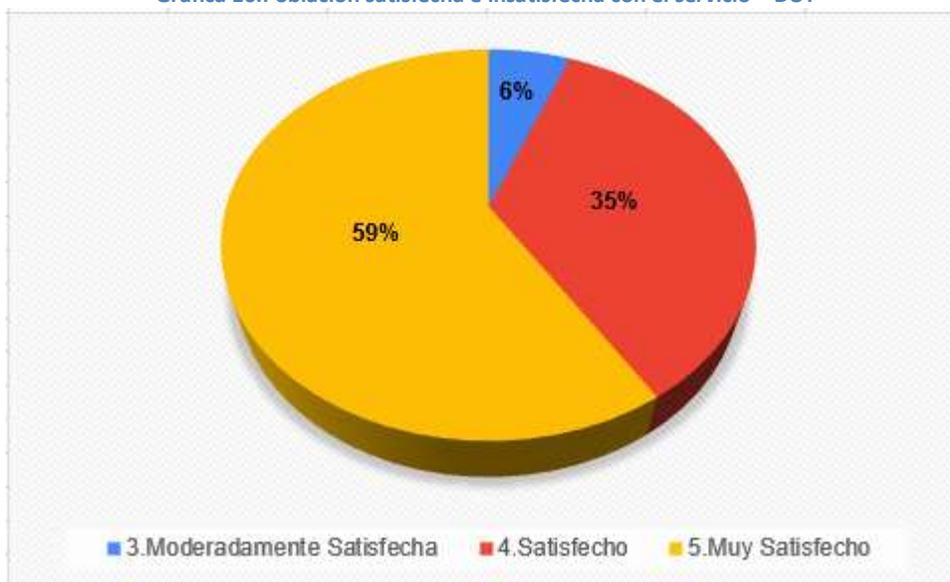
Gráfica 15. Nivel de satisfacción de los usuarios con el servicio prestado – DUT



En la encuesta realizada se puede observar que un 59% de los ciudadanos encuestados se encuentran muy satisfechos con el servicio y atención que se brinda en la Dirección de Urbanizaciones y Titulación de CVP, y un 35% indican que están satisfechos y un 6% de la población encuestada indica que se siente moderadamente satisfecha, Para evaluar de manera general el indicador de satisfacción, se tomaron las respuestas más altas con calificación de 4 y 5 y con respuestas de baja satisfacción se toma la calificación de del 1 al 3.

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

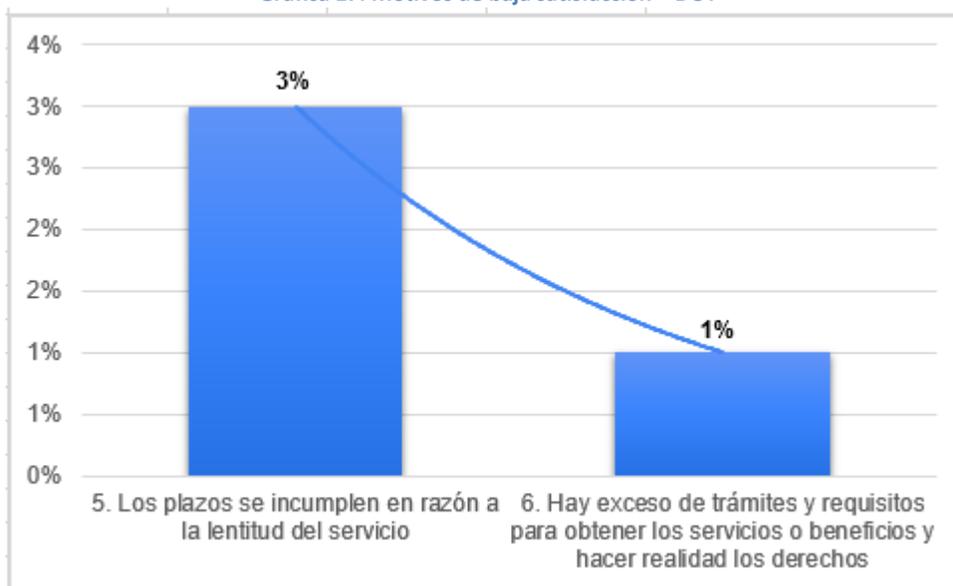
Gráfica 16. Población satisfecha e insatisfecha con el servicio – DUT



La grafica anterior nos indica que la población encuestada corresponde a un 6% que indica estar moderadamente satisfecha con los servicios que presta la Dirección de Urbanizaciones y Titulación de CVP.

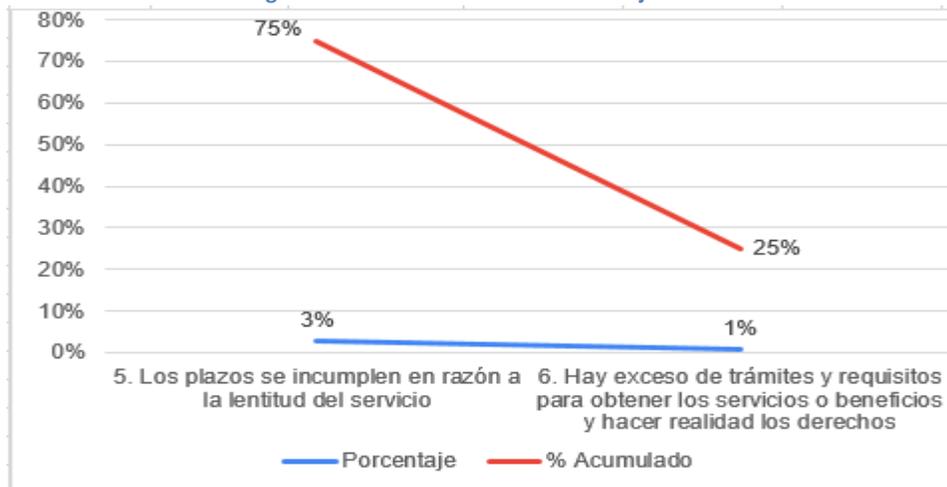
Al tabular la información de los encuestados el porcentaje de su baja satisfacción fueron 2 razones puntuales las que expresaron su inconformidad con el proceso. El motivo principal es en que los plazos se incumplen en razón a la lentitud del servicio esto representa el 3% y el segundo motivo fue en que hay exceso de trámites y requisitos para obtener los servicios o beneficios y hacer realidad los derechos esto con un porcentaje del 1%. De esta manera se concluye el porcentaje del total de 100 encuestados.

Gráfica 17. Motivos de baja satisfacción – DUT



De acuerdo a la gráfica de Diagrama de Pareto el 75% del motivo de baja satisfacción corresponde a los dos aspectos mencionados anterior mente los cuales los esfuerzos de mejora continua deberán estar ajustados a dichos indicadores y así tener una satisfacción del 100% de los encuestados.

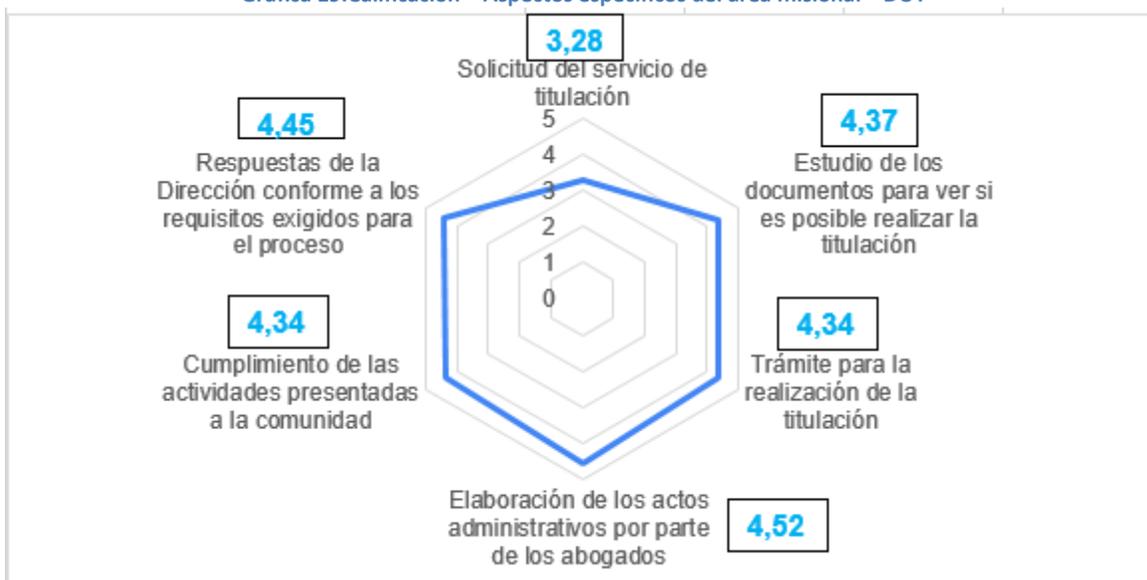
Gráfica 18. Diagrama de Pareto de los motivos de baja satisfacción – DUT



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 4,21 en una escala igual a la empleada para medir la satisfacción general del usuario y que se explicó con anterioridad, situación que no obsta para revisar algunos de dichos aspectos específicos en aras de establecer acciones de mejora continua.

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



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

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

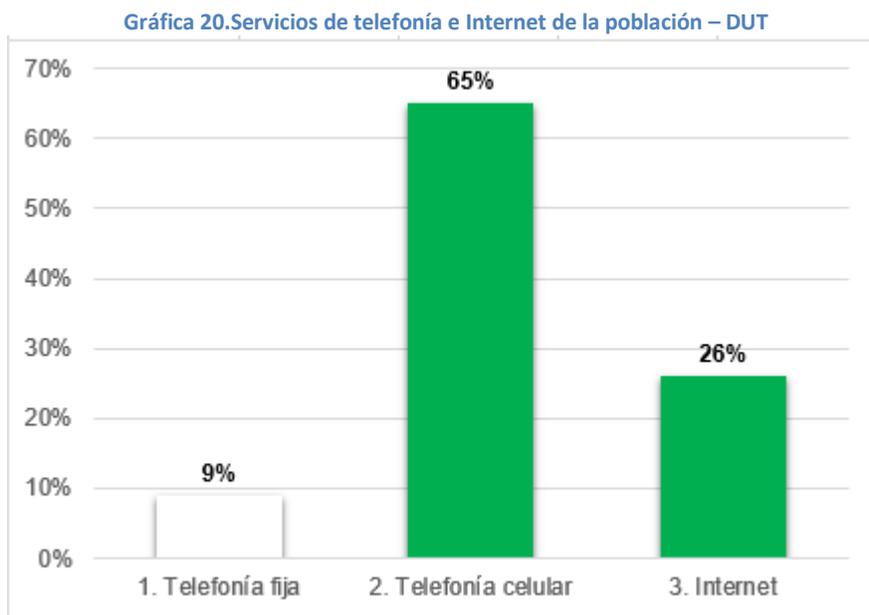
Al indagar sobre los indicadores básicos de TIC en los hogares de los encuestados, se encontró que hay un porcentaje del 9% que cuenta con una telefonía fija, el 65% cuenta con línea de telefonía celular y 26% tiene acceso al servicio de internet.

A nivel de dispositivos TIC, las respuestas se analizaron por ítems separados (es decir por dispositivo ya que no son mutuamente excluyentes), y se encontró que el 38% cuenta con una línea fija, el 89% posee un teléfono celular, el 42% indica que tiene computador de escritorio/portátil o tableta electrónica y el 8% indica no tener ningún dispositivo digital.

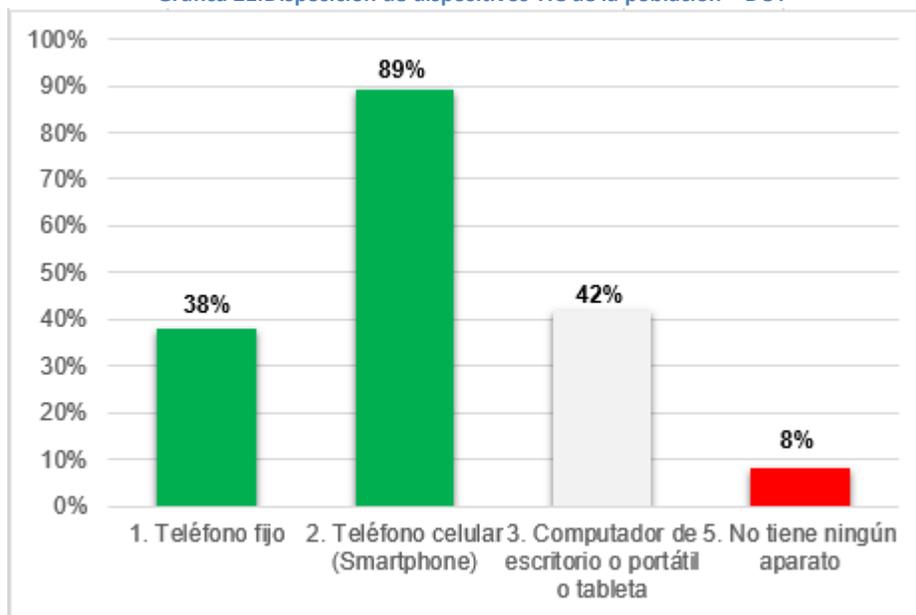
Para indagar de cómo la población encuestada accede a internet, se formuló una pregunta con múltiple opción de respuesta, teniendo una consideración que los ciudadanos pueden acceder de varias formas (la mayoría de los ítems de la pregunta no son mutuamente excluyentes) y se obtuvo que el 42% cuenta con una red fija o wifi, el 39% de la población tiene un plan de datos para el celular, el 3% de los encuestados indica que accede a una sala de café internet, 1% accede a través de una red gratuita y el 33% indica que no accede a la internet.

En el desarrollo de tabulación de la encuesta se observa una cifra alta que corresponde a un 33% de los encuestados que manifiestan que no acceden al internet, con una variación del 45% de los encuestados que indican que acceden al uso del internet todos los días, el 13% indica que varios días a la semana y un 9% utiliza una vez a la semana el internet.

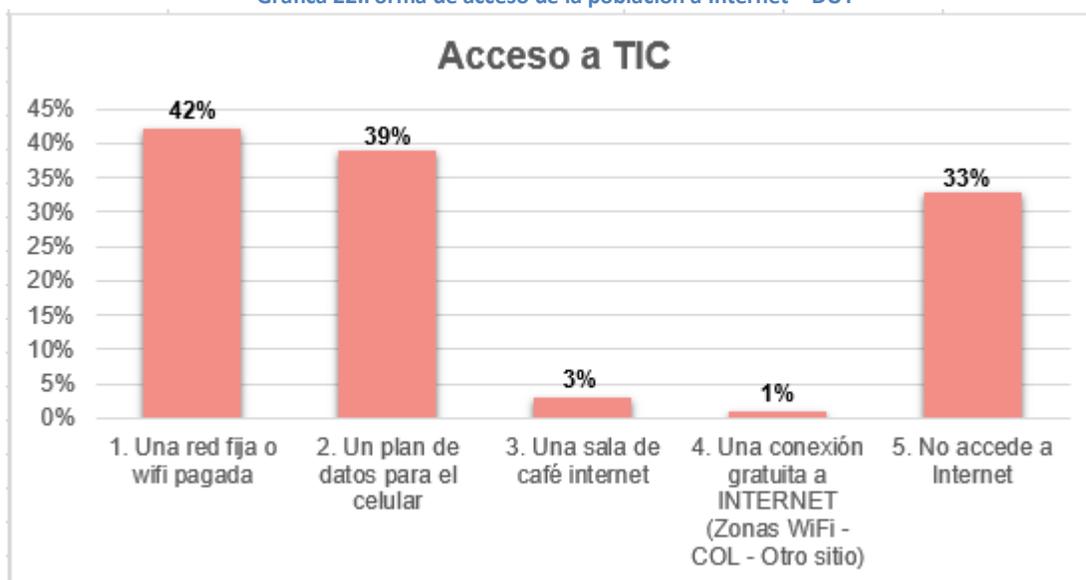
Con respecto a los usos dados al servicio de Internet, (tomando en consideración que los ítems no son mutuamente excluyentes) el 49% de la población tiene el hábito de conectarse para consultar su correo electrónico y redes sociales, un 44 % usa el servicio como herramienta de trabajo o estudio, el 37% lo utiliza para entretenerse, el 10% de los encuestados utiliza esta herramienta para realizar transacciones o tramites en con entidades públicas o privadas.



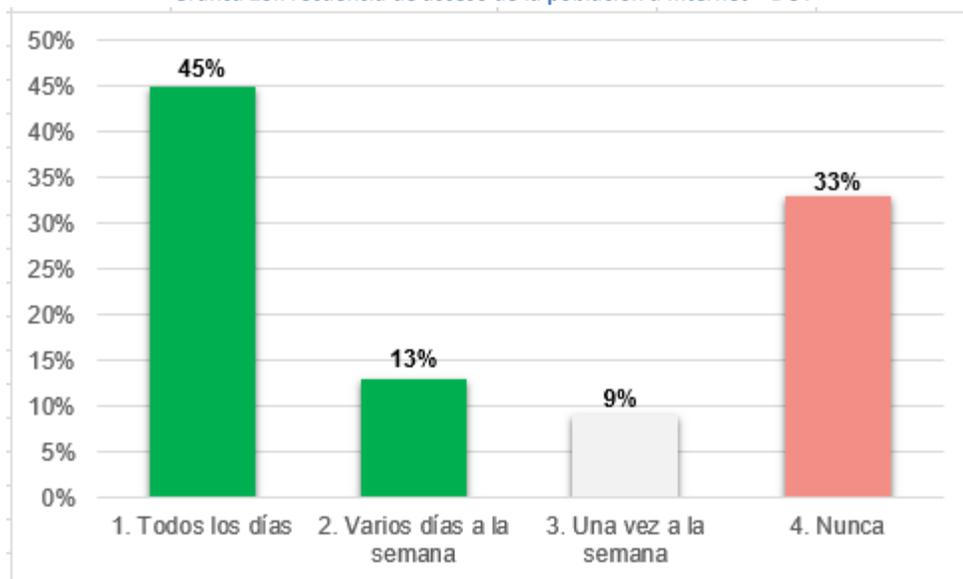
Gráfica 21. Disposición de dispositivos TIC de la población – DUT



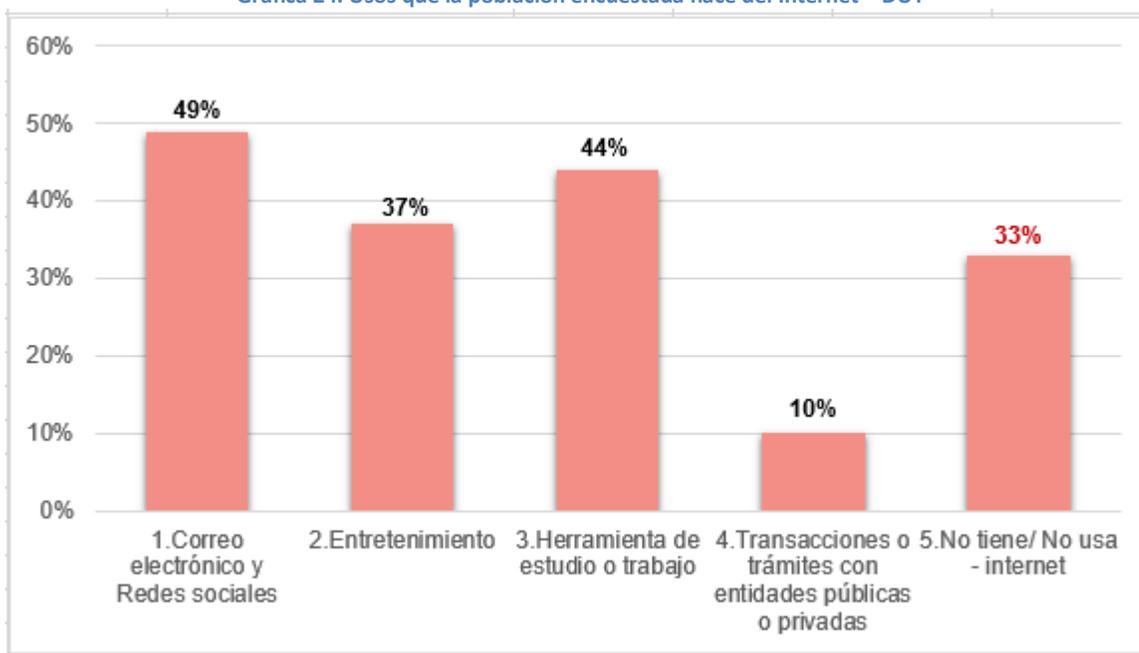
Gráfica 22. Forma de acceso de la población a Internet – DUT



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



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



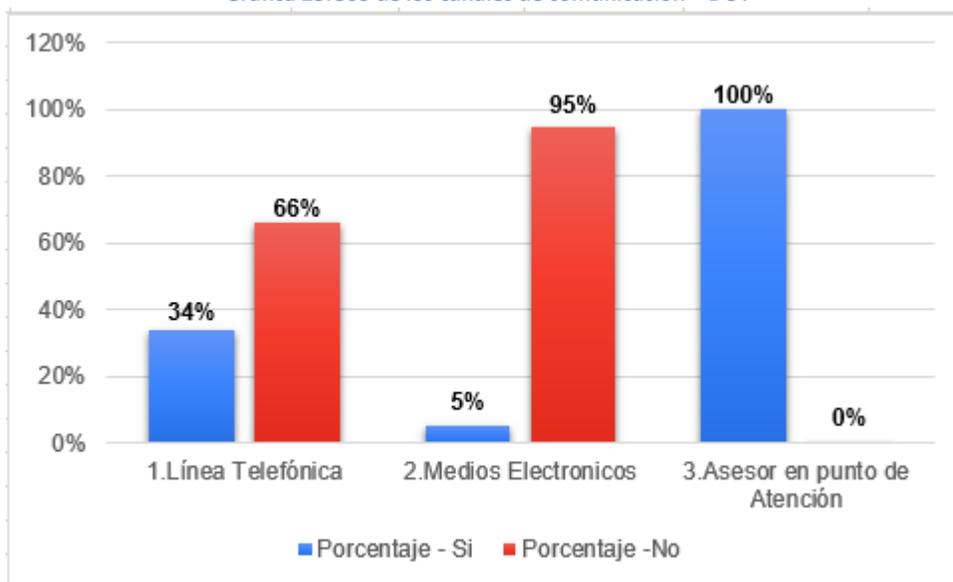
Otro aspecto a medir consiste en la forma de cómo los ciudadanos se comunican con la CVP. El canal más frecuentado por el usuario fue el presencial (asesor en punto de atención), seguido del telefónico. La proporción de este último canal es del 34%, se puede mencionar un porcentaje favorable y de buena percepción por los ciudadanos. Adicionalmente los ciudadanos encuestados de la Dirección de Urbanizaciones y titulación no es claro establecer una comunicación a través de los medios electrónicos que brinda la entidad, a un que cabe destacar que los ciudadanos establecen comunicación por el correo electrónico soluciones@cajaviviendapopular.gov.co, para interponer sus peticiones quejas y reclamos ya que en la encuesta nos indica que el canal tiene un porcentaje del 5%.

Reconociendo la importancia de que una buena comunicación e intercambio de información con el ciudadano impacta en gran medida en el buen desarrollo del proceso, se indagó sobre la utilidad de la información suministrada o encontrada en los canales de comunicación, y si el usuario volviese a usar cada uno de dichos canales. Como se mencionó anteriormente, el medio que más usó el usuario fue el presencial, con una participación del 100%, y con un porcentaje del 98% considerado un canal útil, mientras que el 34% de los encuestados usó el canal telefónico y un 28% lo consideró como un canal útil.

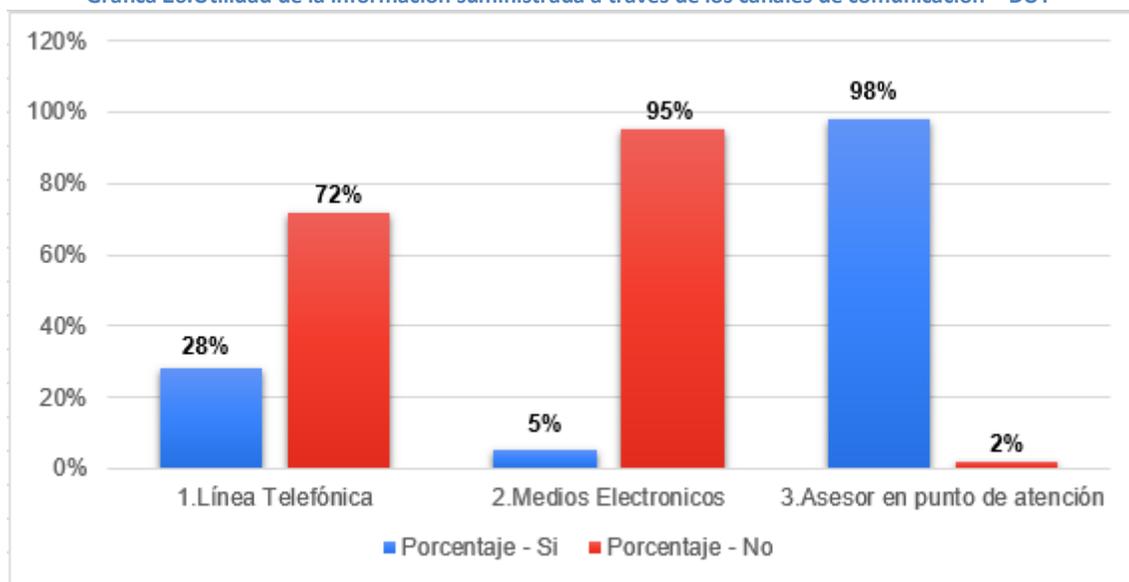
El 98% de los ciudadanos encuestados, afirmó que volvería a usar el canal presencial y el 29 % de los encuestados volvería a usar el canal telefónico.

Es indudable que el canal presencial es el medio por excelencia que frecuentan los ciudadanos, y si bien es cierto que el 89% 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 apropiar a las TIC de una mejor manera.

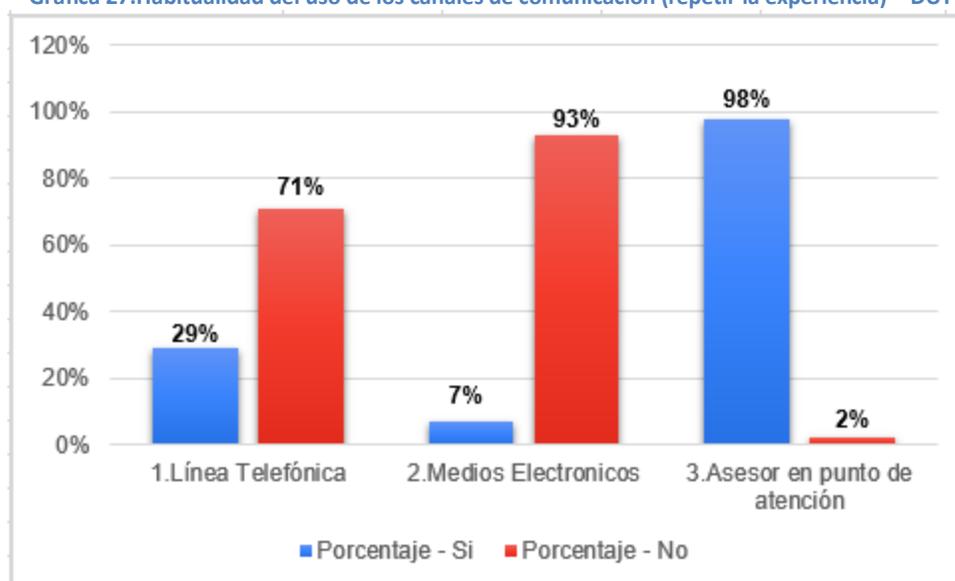
Gráfica 25. Uso de los canales de comunicación – DUT



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



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



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

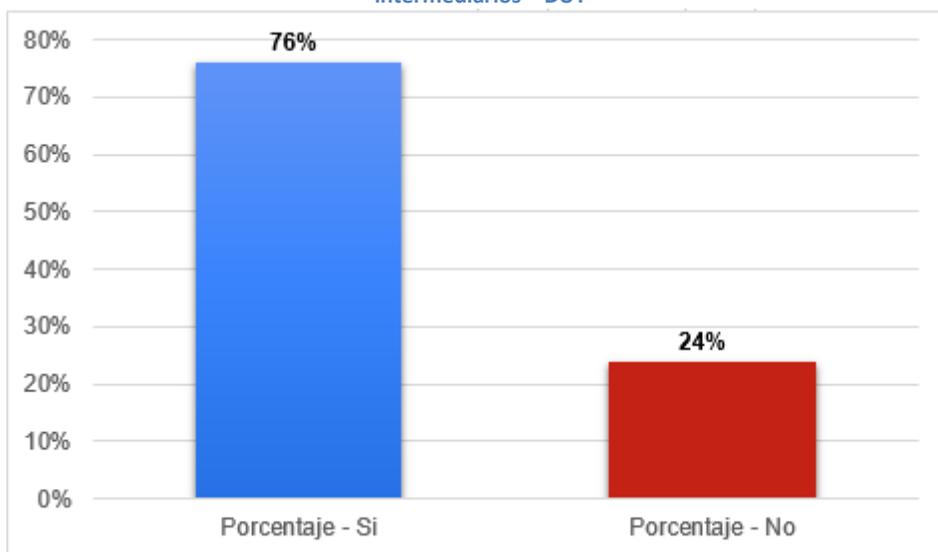
Durante la presente vigencia y dando continuidad a los esfuerzos de fortalecimiento de la transparencia y la prevención de la corrupción, se organizó una campaña institucional a través de medios presenciales y virtuales sobre la gratuidad de los trámites y servicios y lo innecesario de los intermediarios. Se adelantaron acciones con un fin determinado, es decir, se informó y sensibilizó a la ciudadanía para que no sea víctima del abuso por parte de servidores públicos que realizan mediaciones ilegales, cobros indebidos o prácticas no éticas para realizar trámites y prestar servicios. 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 76% de los usuarios encuestados de la Dirección de Urbanizaciones y Titulación contestó de manera afirmativa, es decir que recibieron información sobre la gratuidad de trámites y servicios y lo innecesario de los intermediarios o se enteraron a través de algún medio presencial o virtual y un porcentaje del 24% 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.

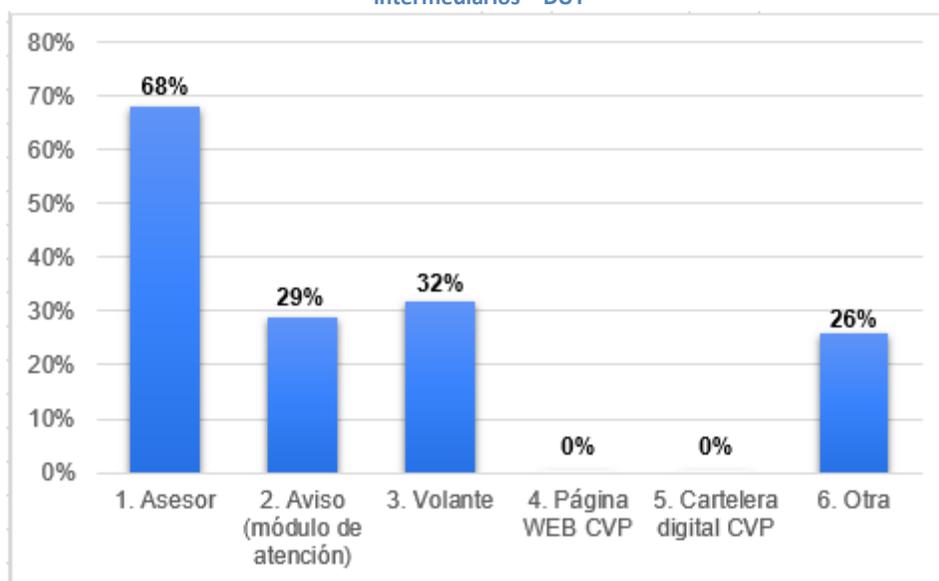
Gráfica 28. Porcentaje de personas que recibieron información sobre la gratuidad de trámites y servicios y lo innecesario de los intermediarios – DUT



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), otro medio. Los resultados obtenidos fueron los siguientes: El 68% de los usuarios de la Dirección de Urbanizaciones y Titulación, si ha recibido información verbal suministrada por los asesores que los atendieron, el 29% se enteró a través del aviso localizado en el módulo de atención y el 32% 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 y un porcentaje del 26% indica que se informa de otra manera

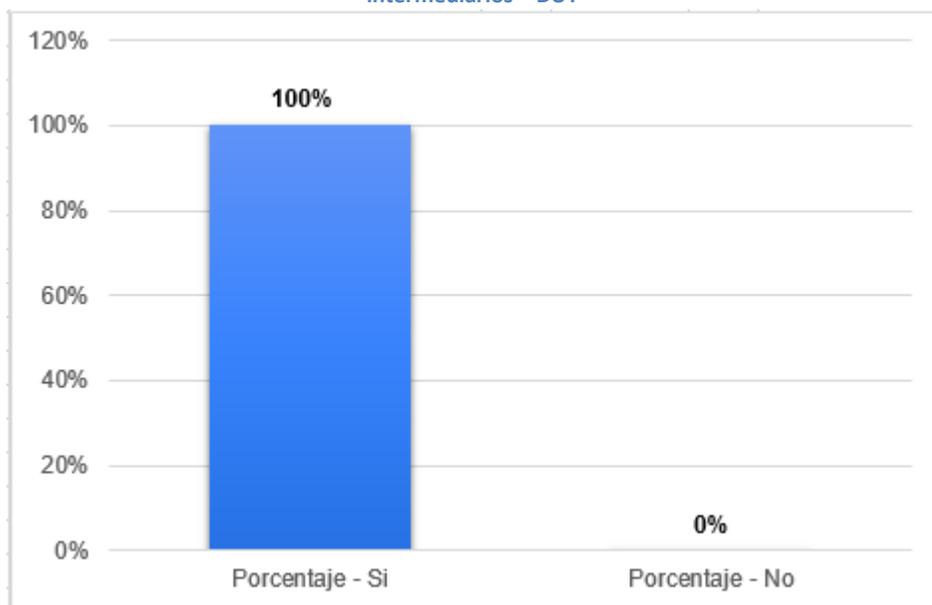
del proceso de gratuidad de los servicios prestados por CVP. Los resultados de la medición suministran información útil para plantear estrategias de divulgación al ciudadano que fomenten un mayor uso de medios virtuales de información, de esta índole, diferentes a los tradicionales (presenciales).

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 100% 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.

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



1.6. SEGUIMIENTO A PETICIONES QUEJAS O RECLAMOS EN CVP.

En el desarrollo de la encuesta se abrió la oportunidad a la mejora continua y se incluyó en el formulario de la encuesta si durante el último año el ciudadano a interpuesto algún tipo de petición ante la CVP. Se indica para ello lo siguiente. A ¿Durante el presente año, Ud. ha interpuesto algún tipo de petición ante la CVP? SI LA RESPUESTA ES NEGATIVA PASAR A LA PREGUNTA D1. B. ¿La respuesta que le dieron fue oportuna, es decir dentro de los términos? C ¿La respuesta que le dieron fue de fondo, es decir que le respondieron lo que solicitó o preguntó? D. ¿La respuesta que le dieron fue clara, es decir que la respuesta fue fácil de comprender?, E ¿La respuesta que le dieron fue cálida?

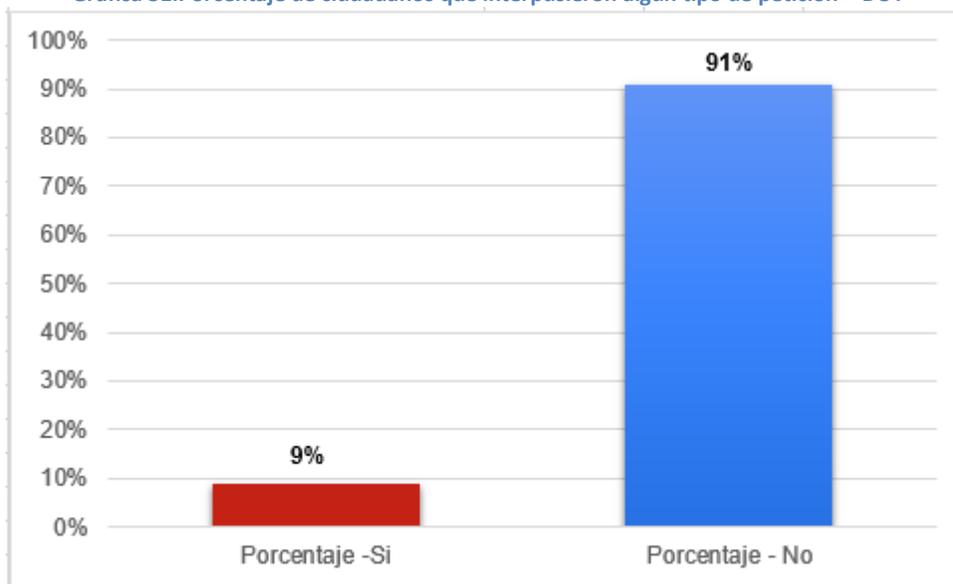
Al formular la pregunta a los ciudadanos si han interpuesto algún tipo de petición durante el último año se obtuvo un porcentaje del 91% negativo y 9% positivo.

Al obtener ciudadanos que, si interpusieron algún tipo de petición ante la CVP, se indaga en si la respuesta que le brindaron fue oportuna dentro de los tiempos establecidos y se tiene un porcentaje de satisfacción del 9%. También se indaga sobre si la respuesta brindada por la entidad si cumple con lo que pregunta y se tiene un 8% de afirmación y 1% que indica que la respuesta no cumplió con sus expectativas.

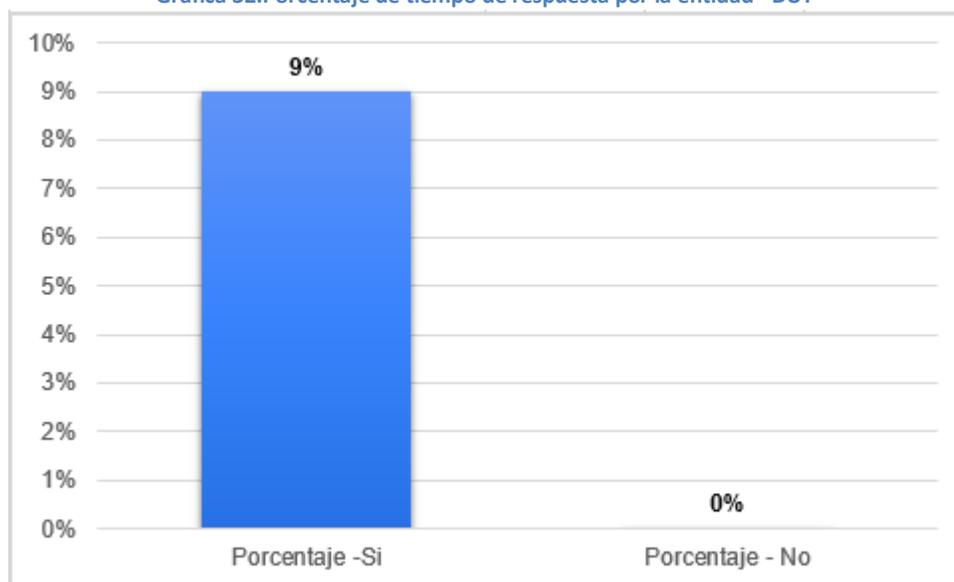
Se pregunta si la respuesta brindada por CVP. Fue fácil de comprender es su contexto y los ciudadanos encuestados indican con un porcentaje favorable del 7% y el 2% manifiesta que la respuesta no es clara.

Se quiere indagar con los ciudadanos si la respuesta que es emitida por CVP, es una respuesta de calidad y según los encuestados indican un 9% en que la respuesta brindada por la entidad calidad.

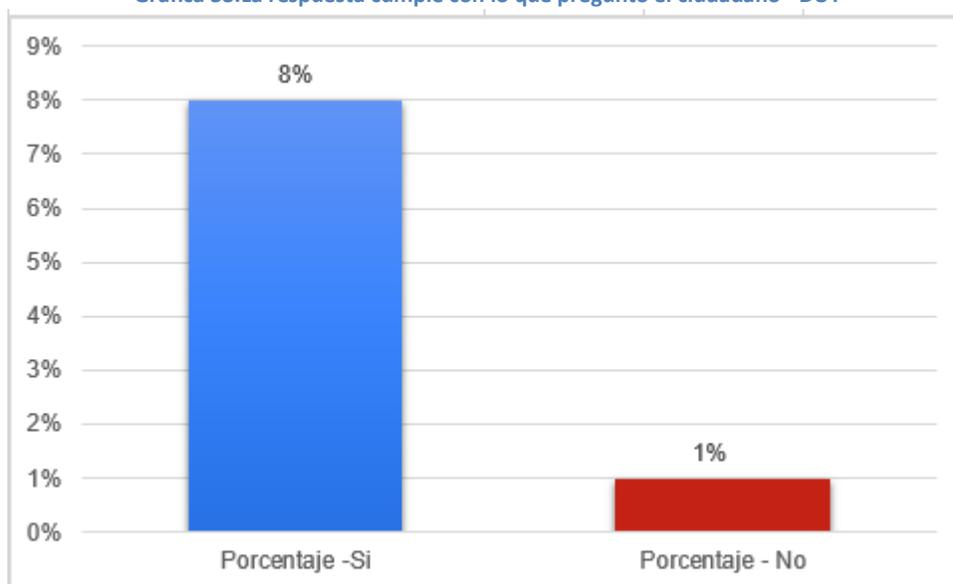
Gráfica 31. Porcentaje de ciudadanos que interpusieron algún tipo de petición – DUT



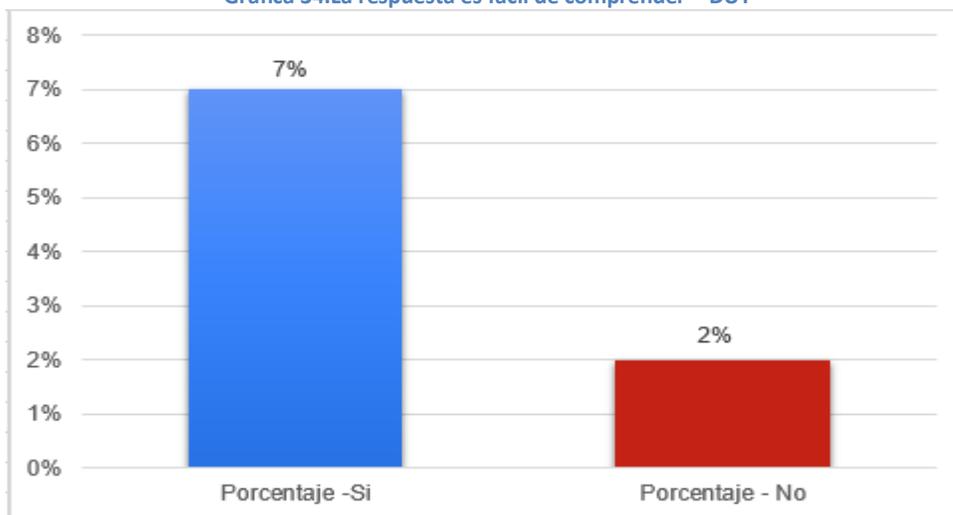
Gráfica 32. Porcentaje de tiempo de respuesta por la entidad –DUT



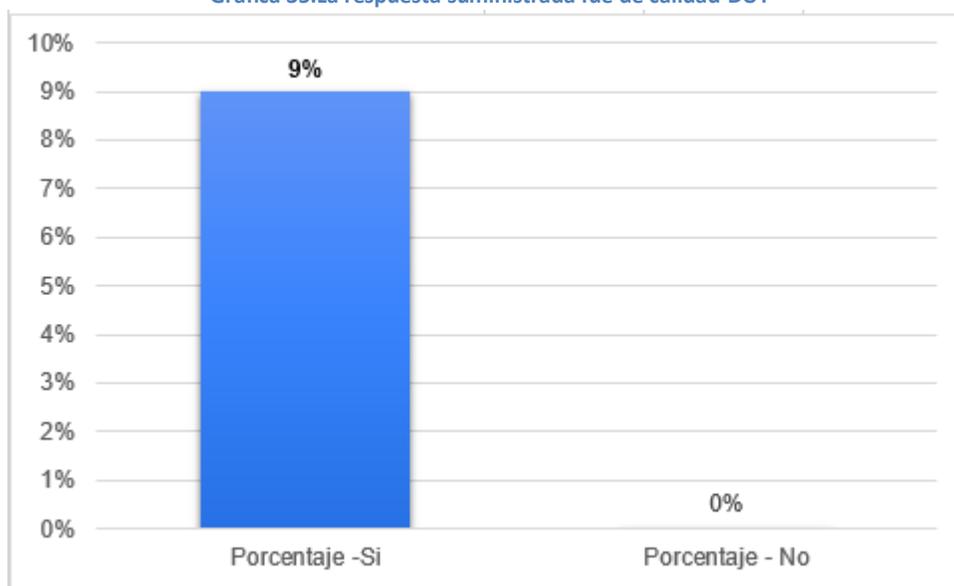
Gráfica 33. La respuesta cumple con lo que pregunto el ciudadano –DUT



Gráfica 34. La respuesta es fácil de comprender – DUT



Gráfica 35. La respuesta suministrada fue de calidad-DUT



2. MEJORAMIENTO DE VIVIENDA

La encuesta realizada a los usuarios de la Dirección de Mejoramiento de Vivienda (DMV), fue aplicada a 100 personas teniendo una mayor participación las localidades de Ciudad Bolívar, Usme y Bosa, como se demuestra en la siguiente tabla.

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

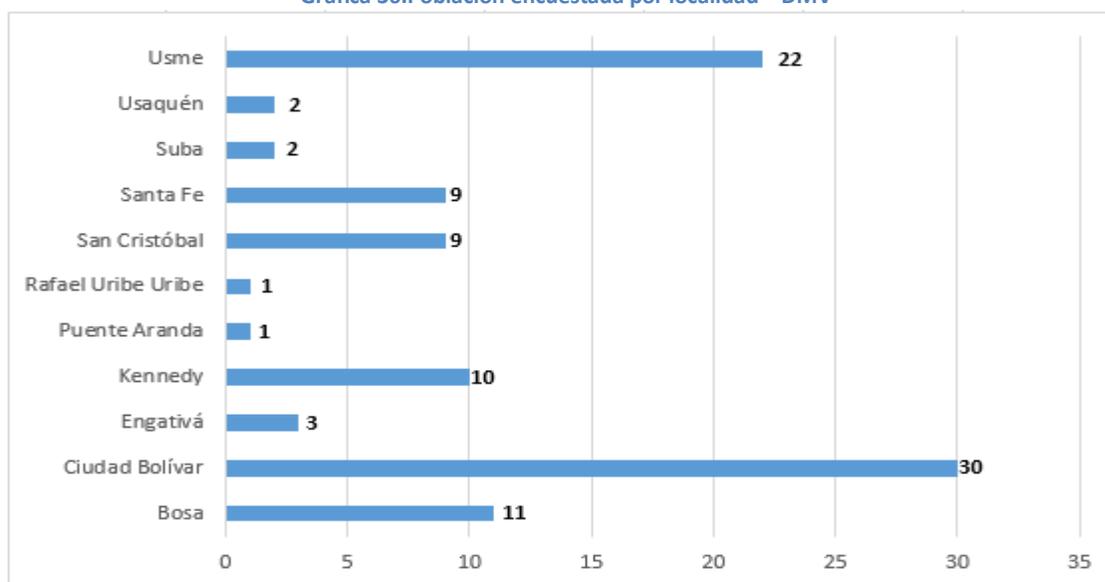
Localidad	Total	Porcentaje
Bosa	11	11%
Ciudad Bolívar	30	30%
Engativá	3	3%
Kennedy	10	10%
Puente Aranda	1	1%
Rafael Uribe Uribe	1	1%
San Cristóbal	9	9%
Santa Fe	9	9%
Suba	2	2%
Usaquén	2	2%
Usme	22	22%
Total general	100	100%

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

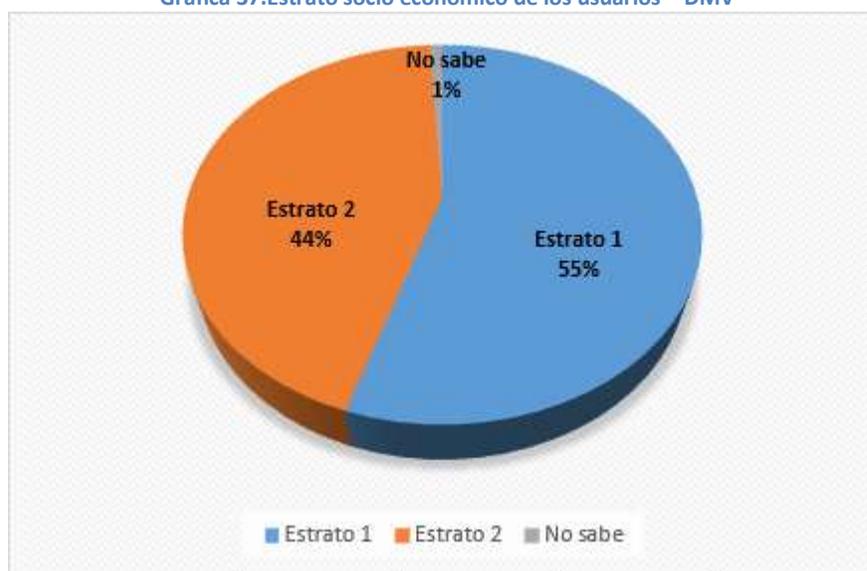
2.1. VARIABLES DEMOGRÁFICAS

La mayor representación de población encuestada corresponde a las localidades de Ciudad Bolívar con un porcentaje del 30%, Usme con una participación de 22% y Bosa con un porcentaje del 11%, los ciudadanos encuestados corresponden a un estrato socio económico de 1 y 2.

Gráfica 36. Población encuestada por localidad – DMV

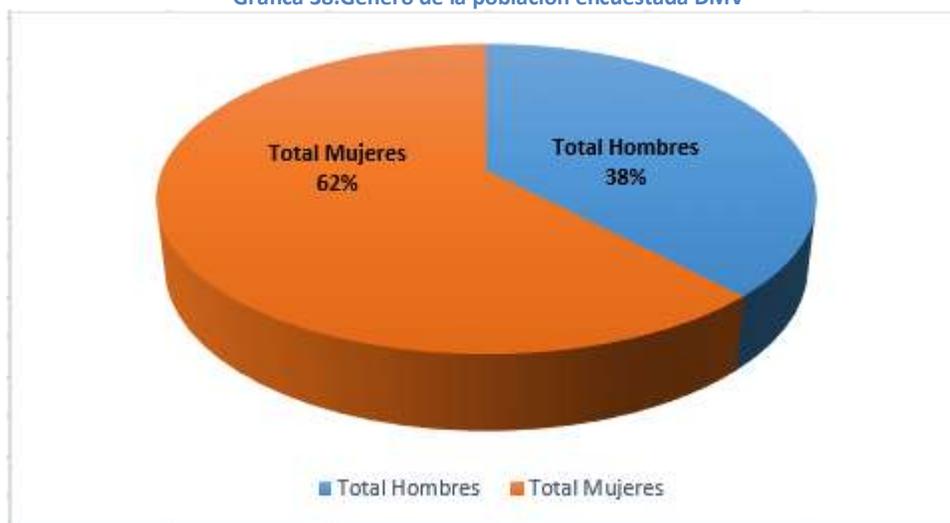


Gráfica 37. Estrato socio económico de los usuarios – DMV



De acuerdo con la población encuestada se puede establecer que las mujeres representan la mayoría del porcentaje con una representación del 62% y los hombres con un porcentaje de participación del 38%.

Gráfica 38. Género de la población encuestada DMV

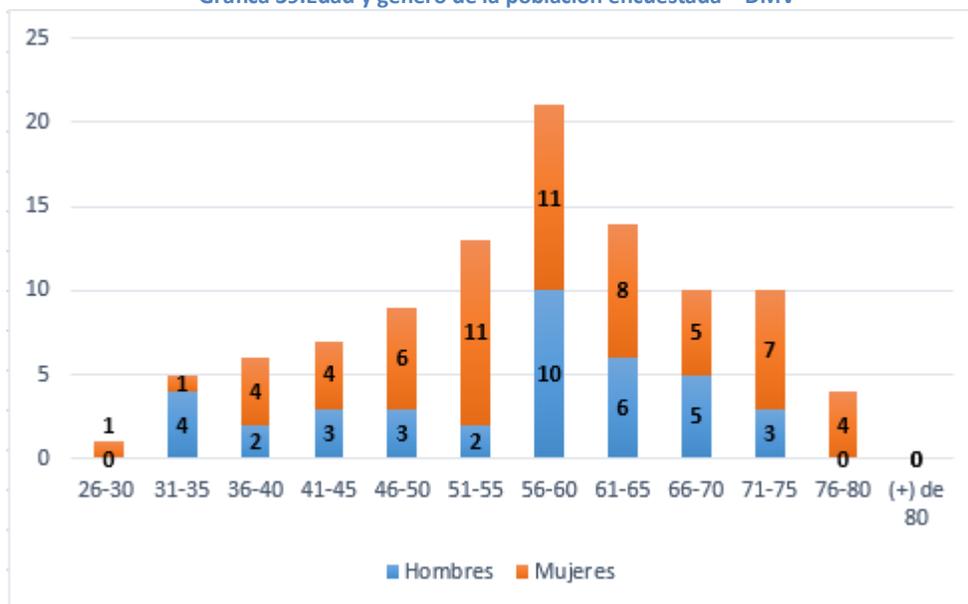


La distribución por el rango de edades de los ciudadanos encuestados corresponde al 74% de la población que tiene una edad comprendida entre los 41 y 70 años. Para los hombres encuestados corresponden al 76% y las mujeres con un porcentaje del 73%.

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

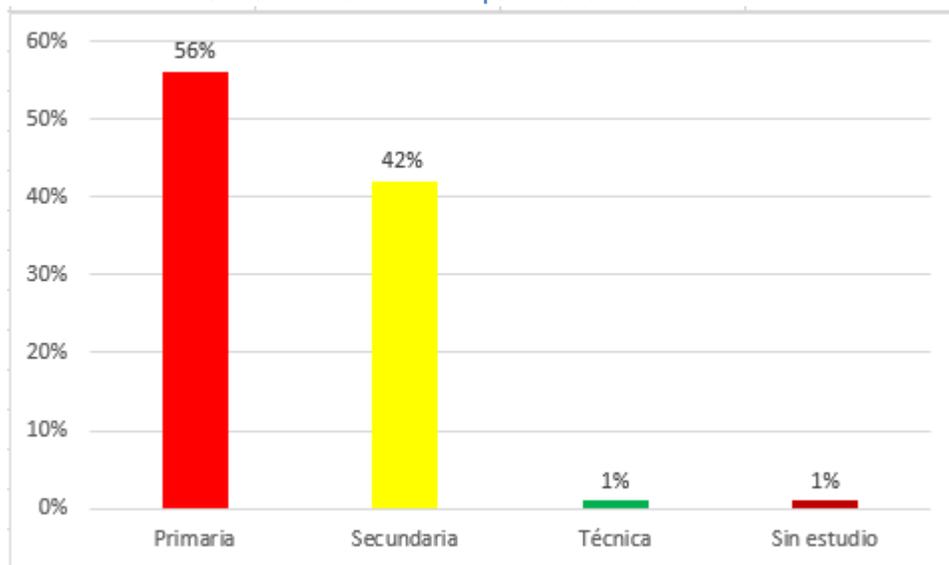
Rango de Edad	Hombres	Mujeres	Porcentaje de edad Hombres	Porcentaje de edad Mujeres
26-30	0	1	0%	2%
31-35	4	1	11%	2%
36-40	2	4	5%	6%
41-45	3	4	8%	6%
46-50	3	6	8%	10%
51-55	2	11	5%	18%
56-60	10	11	26%	18%
61-65	6	8	16%	13%
66-70	5	5	13%	8%
71-75	3	7	8%	11%
76-80	0	4	0%	6%
(+) de 80	0	0	0%	0%
Total general	38	62	100%	100%

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

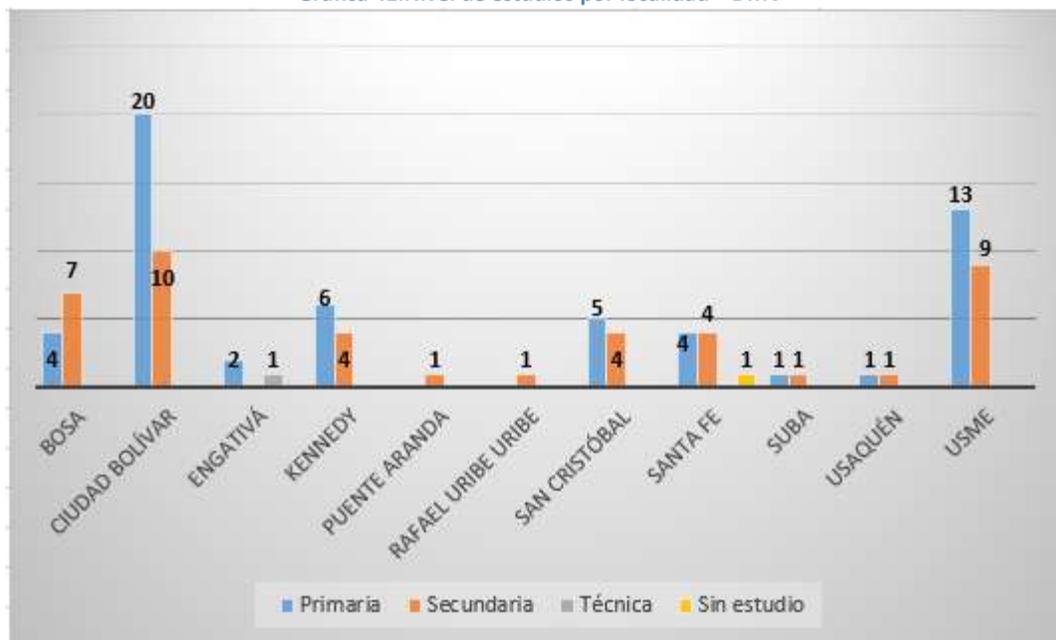


Se observa que los ciudadanos encuestados tienen un nivel de escolaridad con un porcentaje del 56% educación primaria, el 42% posee una educación secundaria estos datos es predominante en las localidades, el 1% indica que tiene educación superior y 1% de los ciudadanos encuestados no tiene estudio.

Gráfica 40. Escolaridad de la población encuestada – DMV

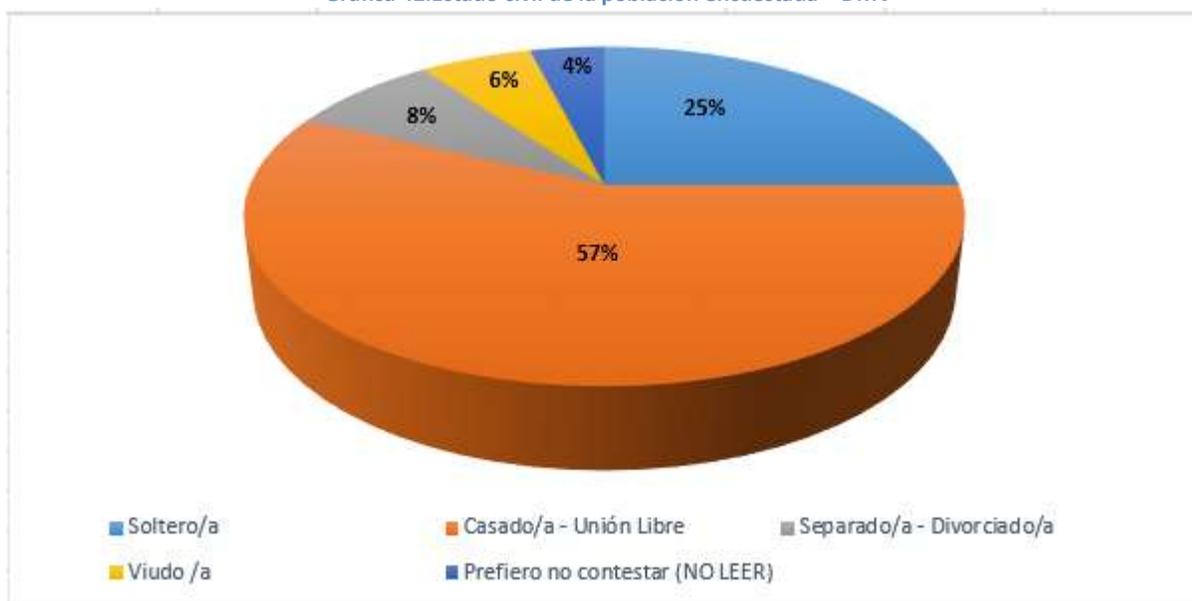


Gráfica 41. Nivel de estudios por localidad – DMV

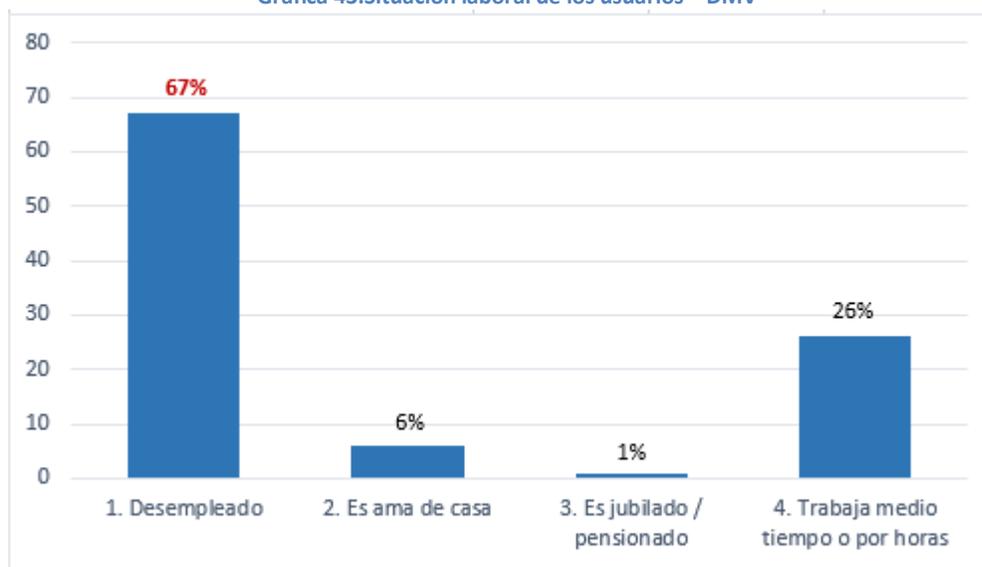


La categoría del estado civil de la población que más se repite es casado o en unión libre con una frecuencia relativa del 57%, seguida del estado civil soltero con un 25%. Con respecto a su situación ocupación los ciudadanos encuestados manifestó un alto porcentaje de desempleado con 67%, un 26% de los ciudadanos indica que trabaja medio tiempo o por horas, 6% son ama de casa y 1% es jubilado. Otra variable tangible que puede determinar es la variable demográfica que indica el número de personas que convive cada hogar. Obteniendo los siguientes resultados que el 37% de los hogares está conformado por 4 personas, el 24% con tres integrantes, el 15% son pareja y el 11% de los hogares lo conforman por 6 personas.

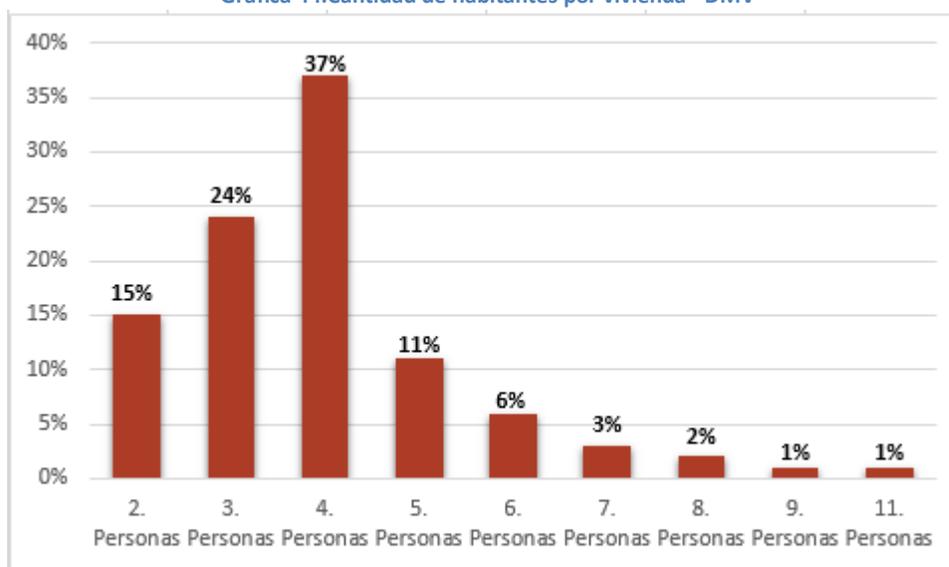
Gráfica 42. Estado civil de la población encuestada – DMV



Gráfica 43. Situación laboral de los usuarios – DMV



Gráfica 44.Cantidad de habitantes por vivienda - DMV



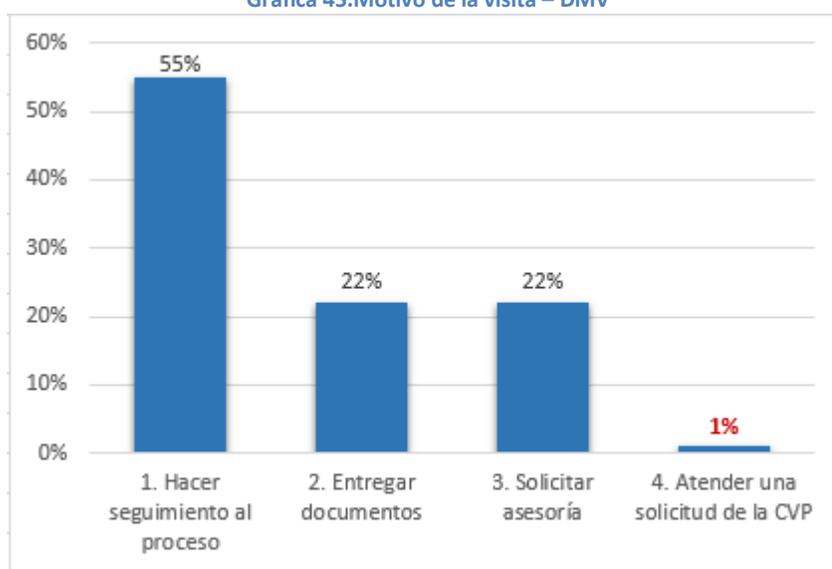
2.2. MOTIVO DE LA VISITA DEL CIUDADANO Y PERMANENCIA EN EL PROCESO

Los ciudadanos encuestados de Mejoramiento de Vivienda sobre el motivo de su visita en el punto de atención al ciudadano indican que el motivo principal es hacer seguimiento al proceso con el 55%, seguida de 22% a entregar documentos y solicitar asesoría cada uno y 1% indica que viene a atender una solicitud de CVP.

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

Descripción	Total	Porcentaje
1. Hacer seguimiento al proceso	55	55%
2. Entregar documentos	22	22%
3. Solicitar asesoría	22	22%
4. Atender una solicitud de la CVP	1	1%
Total General	100	100%

Gráfica 45.Motivo de la visita – DMV

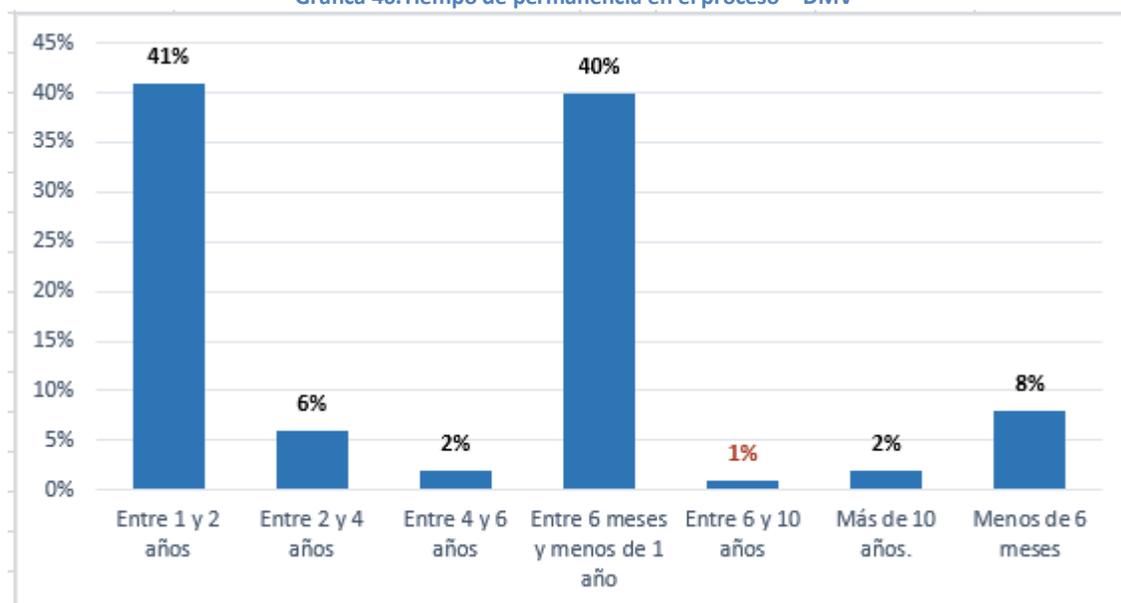


La variable de permanencia en el proceso con CVP, nos indica que el 48% de los ciudadanos encuestados llevan un promedio de 6 meses a un año y el 2 % de los ciudadanos indica que llevan más de 10años en el proceso.

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

Descripción	Total	Porcentaje
Entre 1 y 2 años	41	41%
Entre 2 y 4 años	6	6%
Entre 4 y 6 años	2	2%
Entre 6 meses y menos de 1 año	40	40%
Entre 6 y 10 años	1	1%
Más de 10 años.	2	2%
Menos de 6 meses	8	8%
Total General	100	100%

Gráfica 46.Tiempo de permanencia en el proceso – DMV



En la tabulación de la encuesta arroja un porcentaje 77% de los ciudadanos encuestados que indican que consideran que están bien informados del proceso y un 23% los encuestados indica que no tienen la suficiente información del proceso, la localidad que presenta mayor insatisfacción de información es la localidad de suba con 50%, lo que establece un seguimiento y revisión del proceso de cómo se entrega la información y comunicación.

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

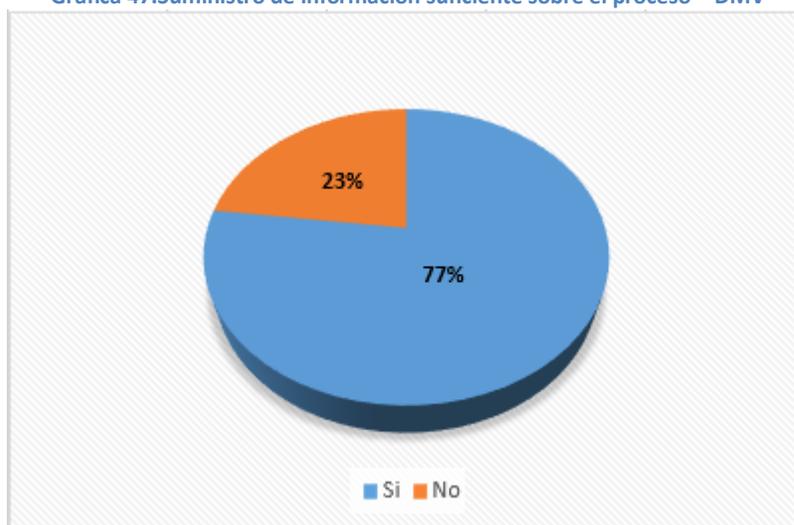
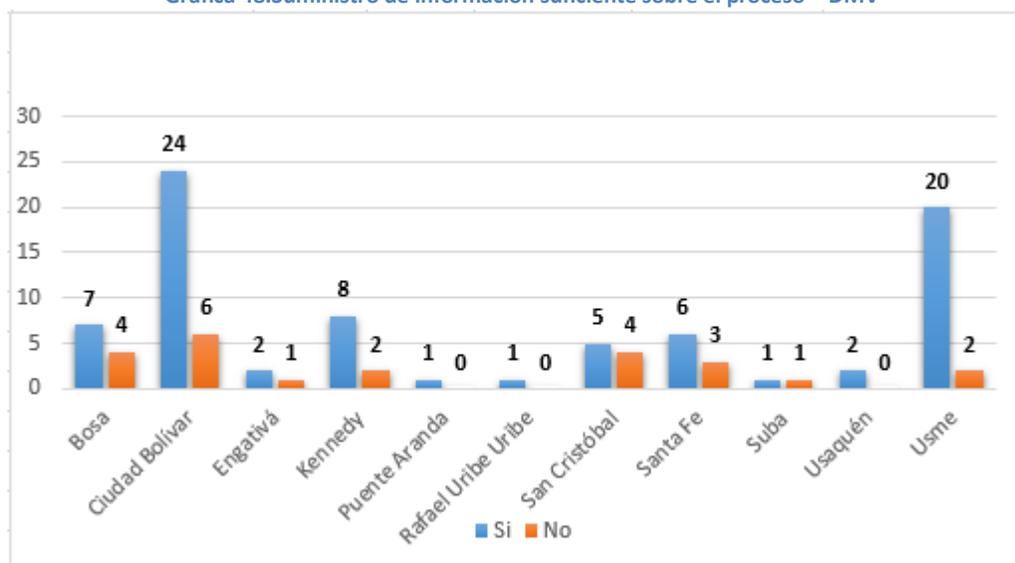


Tabla 12. Distribución porcentual por localidad del suministro de información sobre el proceso – DMV

Localidad	Si	No	Total	Porcentaje - Si	Porcentaje - No
Bosa	7	4	11	64%	36%
Ciudad Bolívar	24	6	30	80%	20%
Engativá	2	1	3	67%	33%
Kennedy	8	2	10	80%	20%
Puente Aranda	1	0	1	100%	0%
Rafael Uribe Uribe	1	0	1	100%	0%
San Cristóbal	5	4	9	56%	44%
Santa Fe	6	3	9	67%	33%
Suba	1	1	2	50%	50%
Usaquén	2	0	2	100%	0%
Usme	20	2	22	91%	9%
Total General	77	23	100	77%	23%

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



2.3. CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CIUDADANO

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

Se empleó una escala de valoración ordinal con opciones de respuestas numéricas de 1 a 5, donde 1 es la calificación más baja y 5 es la más alta. La calificación promedio de los atributos del servicio de la Dirección de Mejoramiento de Vivienda fue de 3,41, 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 2,92. 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 49. Calificación de los atributos del servicio – DMV

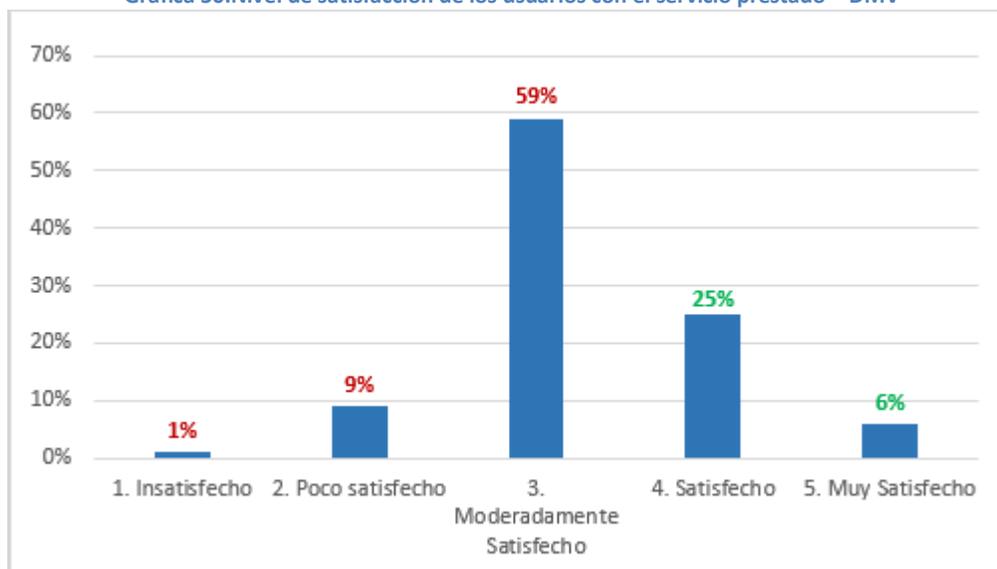


Tabla 13. Atributos y dimensiones de la calidad del servicio – DMV

Atributos	Calificación	Dimensión de la Calidad del Servicio
Calidez y amabilidad del personal	3,9	Empatía
Disponibilidad del personal	3,77	Capacidad de Respuesta
Accesibilidad y Comodidad de las instalaciones del punto de atención	3,87	Elementos Tangibles
Organización en el manejo de la información	3,31	Fiabilidad, Capacidad de Respuesta
Sencillez de los requisitos de los trámites y servicios	3,19	Fiabilidad, Capacidad de Respuesta
Conocimientos y habilidades del personal	3,45	Seguridad
Duración del proceso	2,92	Capacidad de Respuesta
Confiabilidad del servicio	3,15	Fiabilidad
Cumplimiento dentro del plazo de los compromisos establecidos	3,09	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 50. Nivel de satisfacción de los usuarios con el servicio prestado – DMV



En el desarrollo de la encuesta se puede determinar que el 59% de los ciudadanos encuestados se encuentran moderadamente satisfecho con el servicio y atención prestado por la Dirección de Urbanizaciones y Titulación de CVL, el 25% se siente satisfecho, el 6% de los encuestados se encuentran muy satisfecho, el 9% de las personas se encuentran poco satisfecho y 1% manifiesta que se siente insatisfecho con el proceso. Para calcular el índice de satisfacción se tomaron como respuestas de alta satisfacción las calificaciones 4 y 5 y como respuestas de baja satisfacción, las calificaciones de 1, 2 y 3.

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

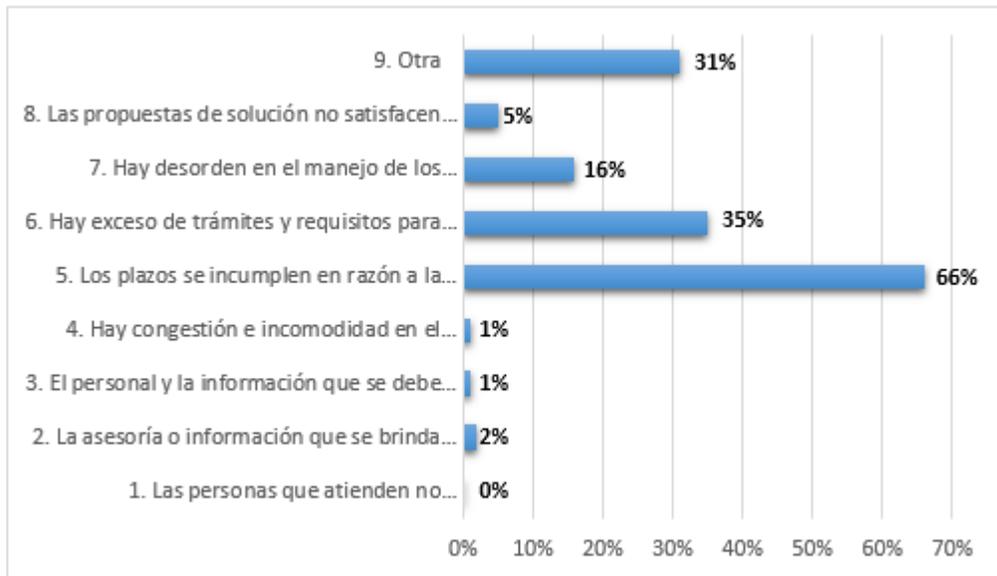
Gráfica 51. Población satisfecha e insatisfecha con el servicio – DMV



Al realizar la tabulación de los porcentajes se observa que los ciudadanos afirman tener un alto porcentaje de baja satisfacción que corresponde al 69% con el servicio prestado por la Dirección de Mejoramiento de vivienda de CVP.

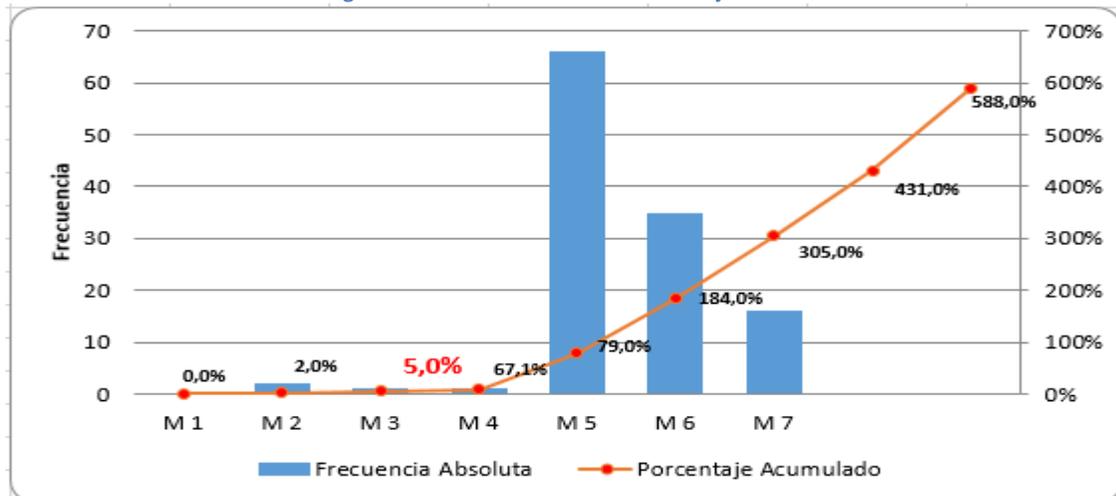
Al indagar los motivos expresados por este porcentaje de la población, los encuestados escogieron 9 motivos que explicarían dicha inconformidad. El motivo de mayor concurrencia es en que los tramites se incumplen en razón a la lentitud del servicio con 66% de los 100 encuestados, el segundo motivo corresponde al exceso de trámites y requerimientos para obtener los servicios o beneficios y hacer realidad los derechos con porcentaje del 35%, y el tercero y no menos importante corresponde a que los ciudadanos perciben desorden en el manejo de documentos y reprocesos durante la prestación del servicio o ejecución de los tramites con un 16%.

Gráfica 52.Motivos de baja satisfacción – DMV



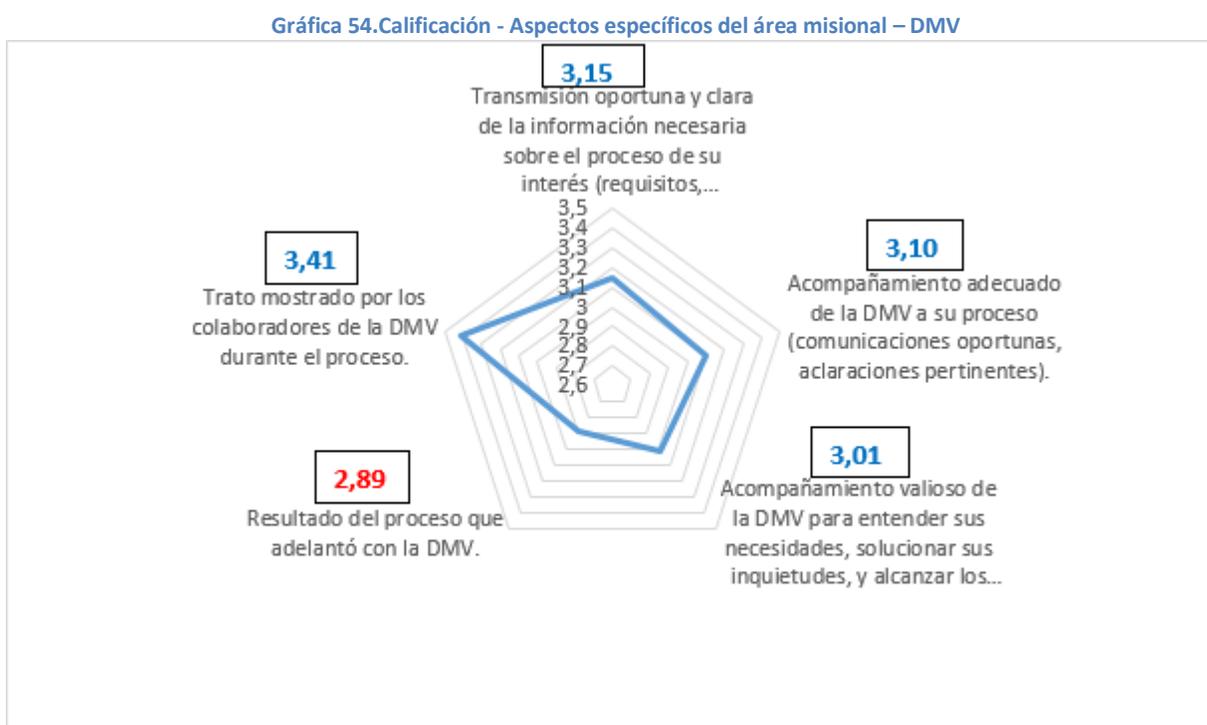
De acuerdo con el Diagrama de Pareto, el 5,0% de los motivos de baja satisfacción obedecen a los tres aspectos descritos anteriormente descritos y los cuales se deben puntualizar y hacer seguimiento de mejora continua y generar una mejor satisfacción con los ciudadanos.

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



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

La calificación promedio de cada pregunta específica fue de 3,112 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.



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

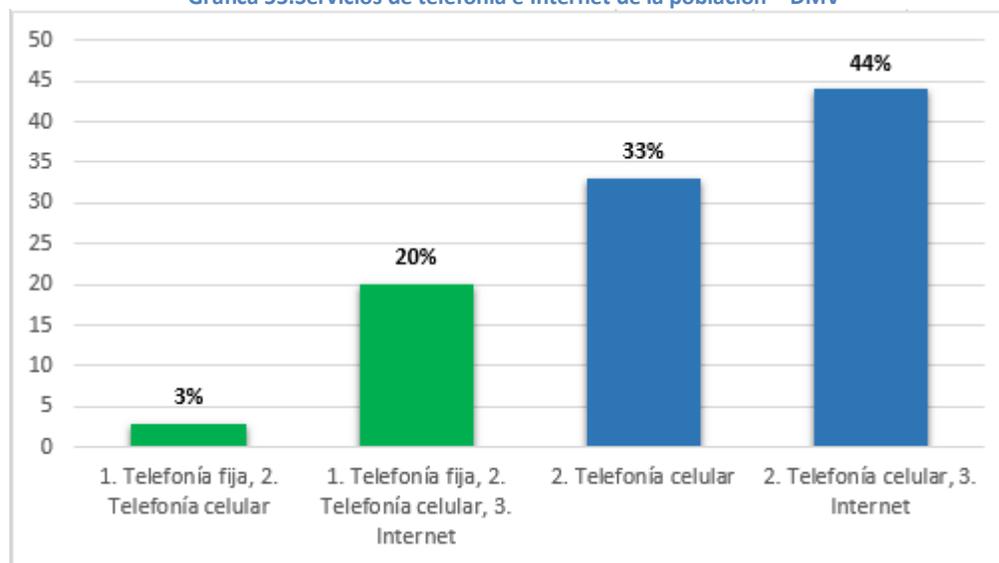
En el desarrollo de la encuesta se indaga sobre el uso, conocimiento y manejo de las TIC, por ciudadanos de la CVP, se realizaron preguntas como disponibilidad, acceso y uso de servicios de telefonía e internet y la tenencia de dispositivos de comunicación con CVP. Los resultados obtenidos son útiles para plantear estrategias que fomenten la cultura y uso de la tecnología, esto será un proceso de diseño e implementación de servicios en línea que faciliten a los ciudadanos realizar consultas de su interés. Validando los indicadores básicos de TIC, en los ciudadanos encuestados se puede establecer que en los hogares hay varios dispositivos las preguntas están formuladas con opción múltiple lo cual las respuestas se agruparon en varios ítems y se obtuvo la siguiente información, el 44% de los ciudadanos cuenta 2 servicios que son telefonía celular e internet, el 33% posee un teléfono celular, el 20% de los ciudadanos encuestados indican que tienen 3 servicios que son línea fija, teléfono celular e internet y un 3% de los ciudadanos manifiestan solo tener línea fija y teléfono celular.

En cuanto a nivel de apropiación de dispositivos TIC, se encontraron respuestas las cuales se analizaron por ítems separados (es decir por dispositivo ya que no son mutuamente excluyentes), y se encontró que el 20% tiene teléfono fijo, el 91% dispone de teléfono celular que el 55% de los encuestados posee computador de escritorio, portátil o tableta, un 10% indica no tener ningún tipo de dispositivo digital.

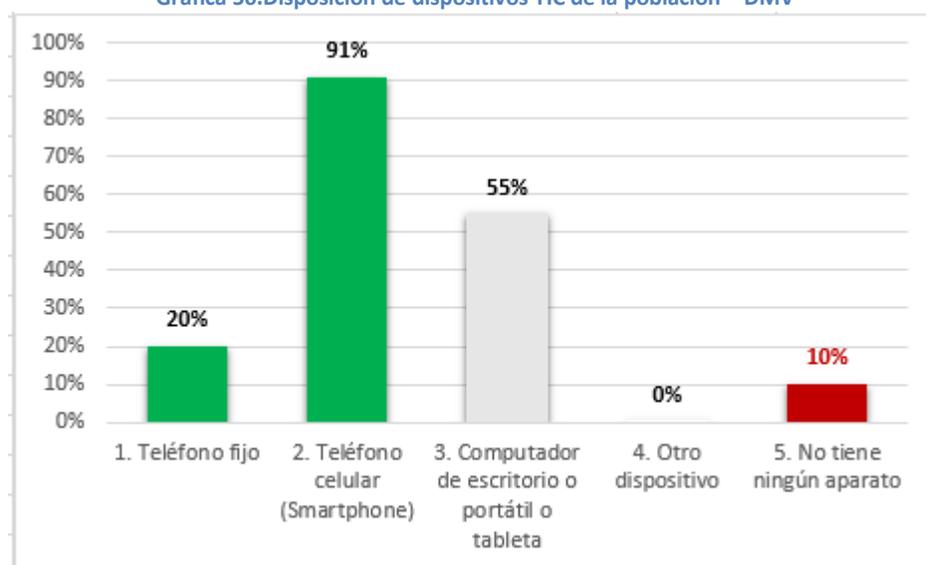
En el desarrollo de la encuesta se indaga con la población de como accede a internet, lo cual se formula la pregunta con múltiple respuesta teniendo en consideración que los ciudadanos pueden acceder a Internet a través de varias formas (la mayoría de los ítems de la pregunta no son mutuamente excluyentes) y se encontró que uno de los datos más relevantes y que más llama la atención, es que el 78% de los encuestados tiene un plan de datos para el celular, el 45% accede a través red pagada, el 7% de los encuestados manifiesta que accede al internet por medio de una sala de café internet y el 21% indica que no accede al internet. Con respecto a la frecuencia de uso (preguntas con ítems mutuamente excluyentes), se advierte que el 78% de los encuestados accede todos los días, el 1% lo utiliza un día a la semana y 21% manifiesta que no ingresa a internet.

Con respecto a los usos dados al servicio de Internet, (tomando en consideración que los ítems no son mutuamente excluyentes) el 77% indica que lo utiliza como herramienta de estudio o trabajo, el 71% lo usa para consultar correo electrónico y redes sociales, el 51% de la población accede por entretenimiento y 21% de los encuestados manifiestan que no acceden a internet.

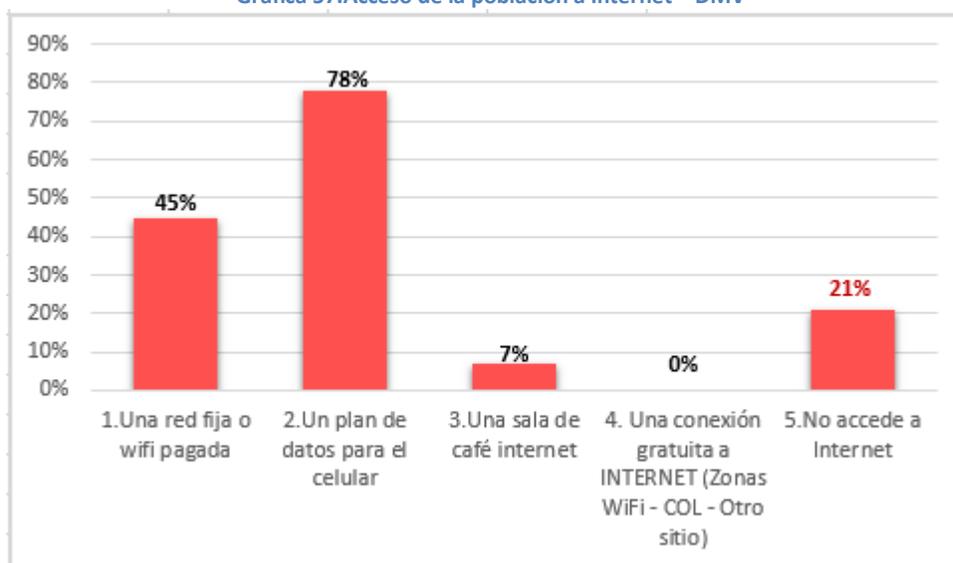
Gráfica 55. Servicios de telefonía e Internet de la población – DMV



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

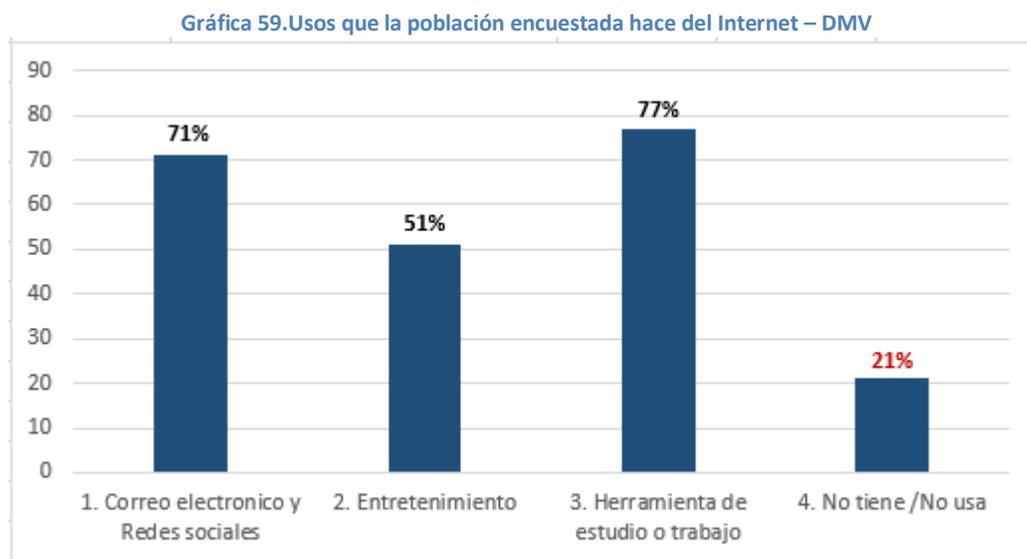


Gráfica 57. Acceso de la población a Internet – DMV



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





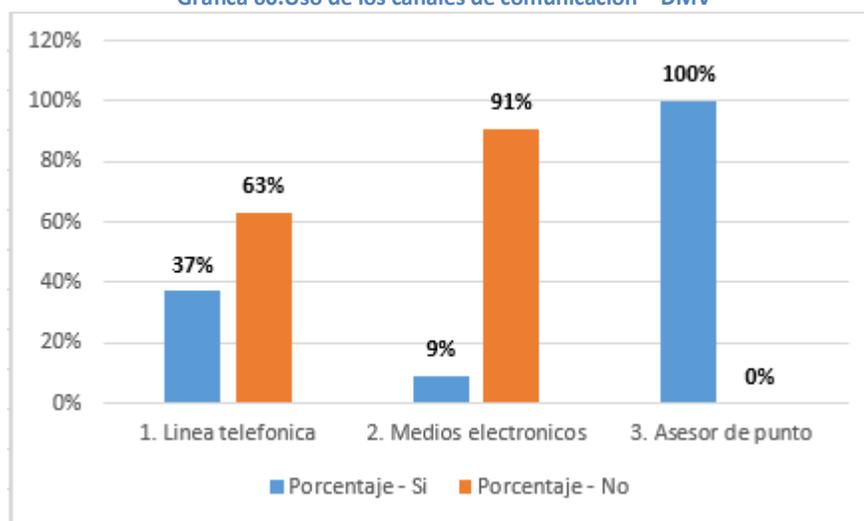
Otro aspecto relevante de la encuesta consistió en medir la forma como el usuario se comunica con la CVP. El canal más usado por el usuario fue el presencial (asesor en punto de atención) con un 100%, seguido del telefónico con un 37%.

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.

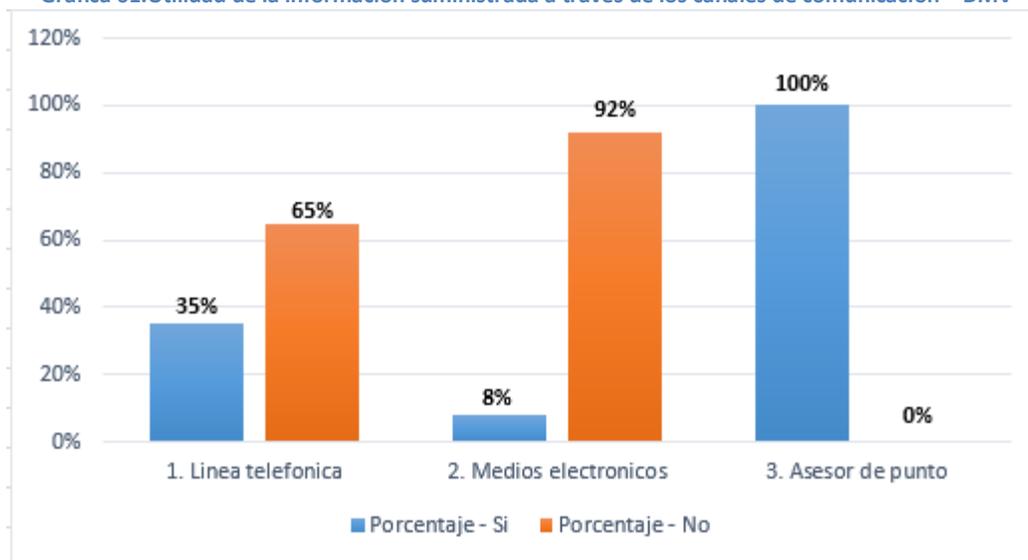
Como se mencionó anteriormente, el medio que más usó el usuario fue el presencial, con una participación del 100%, y con el mismo porcentaje, fue considerado como el canal más útil y los ciudadanos manifestaron querer tener una nueva experiencia a través de dicho canal. El 35% de los encuestados usó el canal telefónico considerando útil y lo volverían a usar.

El resultado de la encuesta manifiesta que el canal más frecuentado es el presencial, gracias a su buen manejo y trato, adicional a esto el medio virtual cuenta con un porcentaje del 9% y el 8% lo considera como un canal útil y con el mismo porcentaje volvería a utilizar este medio. Esta medida sedita ya que la población tiene una oportunidad de acceder a los medios de TIC.

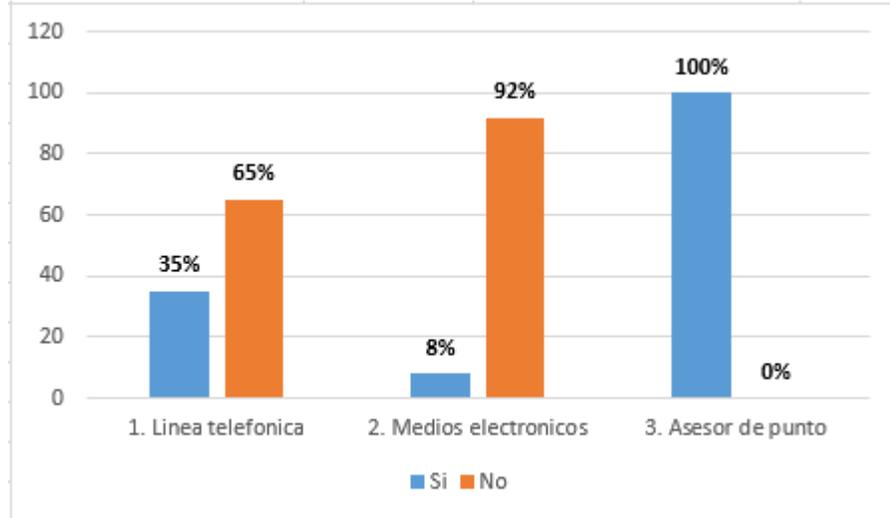
Gráfica 60. Uso de los canales de comunicación – DMV



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



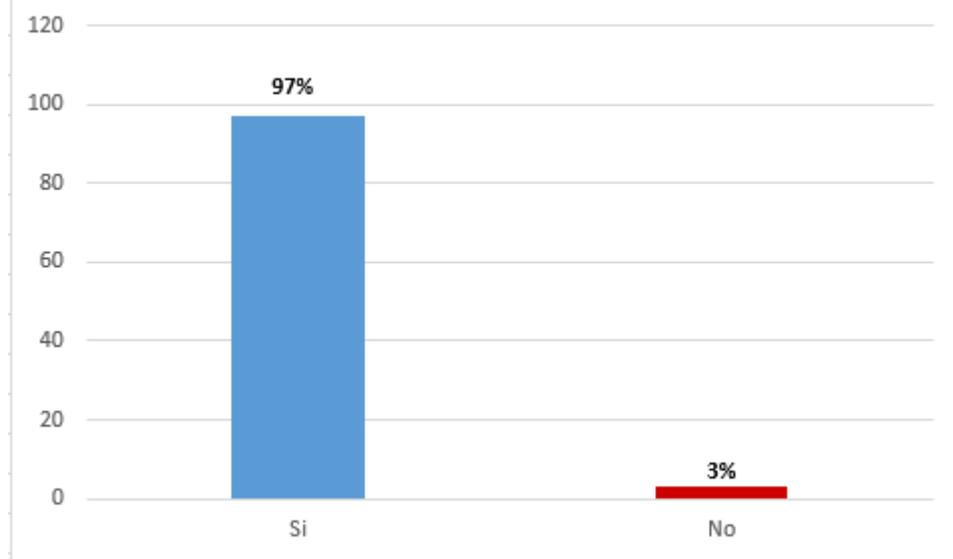
Gráfica 62. Habitualidad en el uso de los canales de comunicación (volverlos a usar) – DMV



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

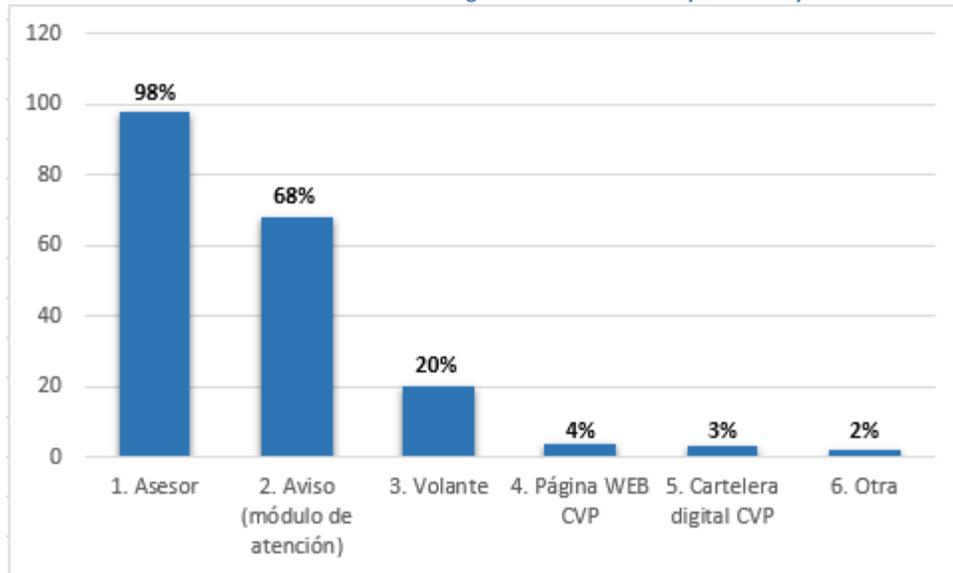
En el desarrollo de la encuesta de satisfacción a los ciudadanos se evaluó el grado de adaptación de información y comprensión de los mensajes de gratuidad y de no recurrir a intermediarios para el desarrollo de los trámites y servicios prestados por la CVP. De la Dirección de Mejoramiento de vivienda se realizaron tres preguntas a los ciudadanos aclarando que, si la primera de dichas preguntas era respondida de manera negativa, es decir, que el ciudadano no obtuvo los mensajes referidos, no se evaluaban las siguientes dos preguntas. Como se explicó anteriormente, la primera de las preguntas consistió en averiguar si durante el presente año el ciudadano ha recibido información o se ha enterado sobre la gratuidad de los trámites y servicios en la CVP y lo innecesario de los intermediarios para acceder a dichos servicios. El 97% 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 3% de los visitantes, manifestaron no haber recibido la información respectiva o no haberse enterado por algún medio virtual o presencial. Esta situación sugiere que probablemente los ciudadanos encuestados dirigieron su interés a otros asuntos y no advirtieron por lo menos los avisos de los módulos o no prestaron atención al mensaje verbal de gratuidad. También es probable que ningún asesor les haya entregado de manera verbal la información de la gratuidad y lo innecesario de los intermediarios.

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



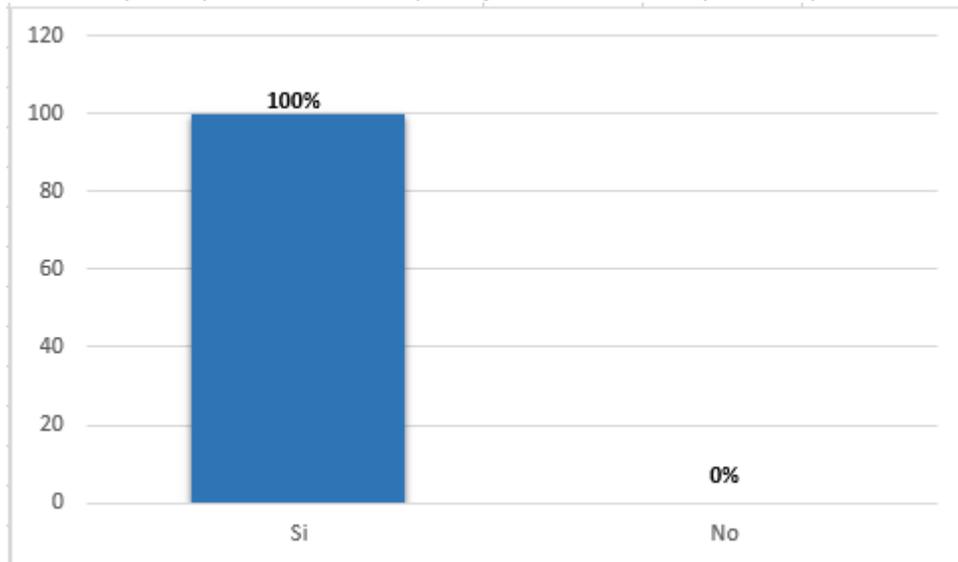
La segunda pregunta examinó el medio a través del cual el ciudadano había obtenido la información. Esta pregunta consideró 5 opciones con múltiple respuesta, es decir, opciones que no son mutuamente excluyentes (Asesor, Aviso en el módulo de atención, Volante, Página WEB CVP, Cartelera digital CVP Otra). Los resultados obtenidos fueron los siguientes: El 98% de los usuarios de la DMV, si ha recibido información verbal suministrada por los asesores que los atendieron, el 68% se enteró a través del aviso localizado en el módulo de atención, el 20% a través de volantes, el 4% de los ciudadanos encuestados indican que se enteraron a mediante la página WEB de CVP, un 3% manifiesta que entero mediante la cartelera digital CVP y 2% indica que se enteró a través de otro medio (la Televisión).

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



La tercera pregunta de gratuidad corresponde establecer si los ciudadanos comprendieron el mensaje transmitido el cual se obtiene que 100% de los ciudadanos encuestados en la Dirección de mejoramiento de vivienda contesto de manera afirmativa.

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



2.6 SEGUIMIENTO A PETICIONES QUEJAS O RECLAMOS EN CVP.

En el desarrollo de la encuesta se abrió campo a la mejora continua y se incluyó en el formulario de la encuesta si durante el último año el ciudadano a interpuesto algún tipo de petición ante la CVP. Se indica para ello lo siguiente. A ¿Durante el presente año, Ud. ha interpuesto algún tipo de petición ante la CVP? SI LA RESPUESTA ES NEGATIVA PASAR A LA PREGUNTA D1. B. ¿La respuesta que le dieron fue oportuna, es decir dentro de los términos? C ¿La respuesta que le dieron fue de fondo, es decir que le respondieron lo que solicitó o preguntó? D. ¿La respuesta que le dieron fue clara, es decir que la respuesta fue fácil de comprender?, E ¿La respuesta que le dieron fue cálida?

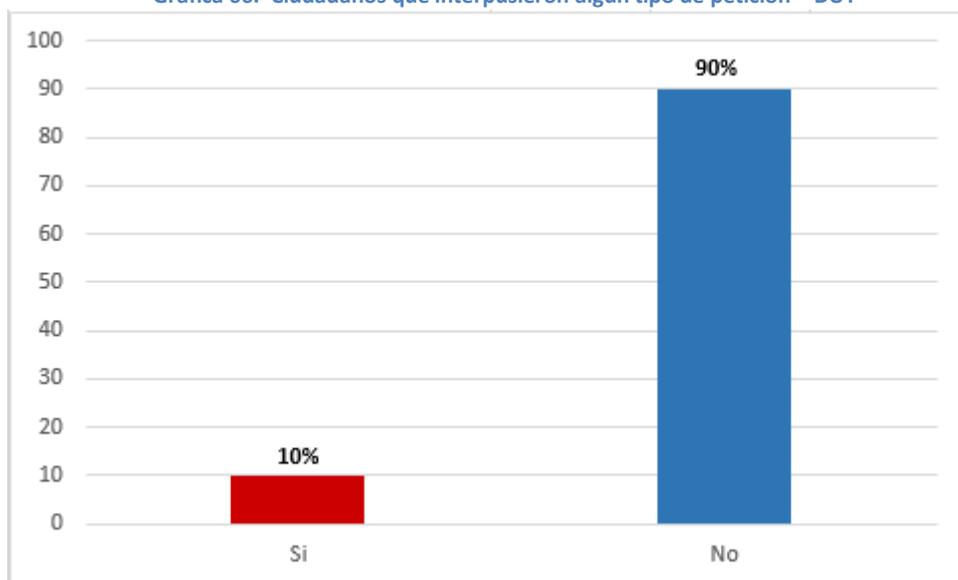
Al formular la pregunta si los ciudadanos han interpuesto algún tipo de petición durante el último año se obtuvo un porcentaje del 90% negativo y 10% positivo.

Al indagar a los ciudadanos que, si interpusieron algún tipo de petición ante la CVP, se indaga en si la respuesta que le brindaron fue oportuna dentro de los tiempos establecidos y se tiene un porcentaje de satisfacción del 7% y 3% manifiesta que no fue dentro del tiempo establecido.

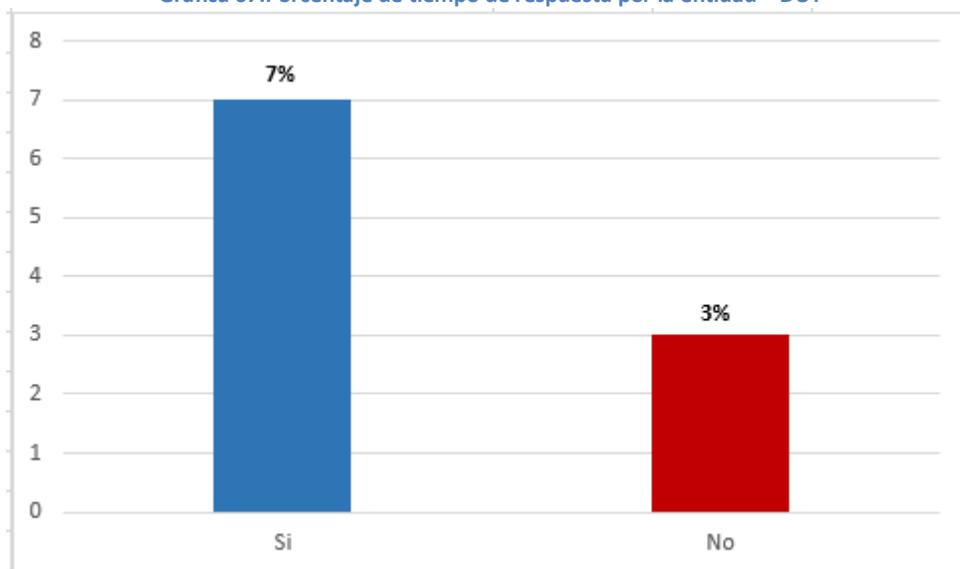
También se pregunta si la respuesta brindada por la entidad cumple con lo que pregunto y se tiene un 6% de afirmación y 4% que indica que la respuesta no cumplió con sus expectativas.

Se pregunta si la respuesta brindada por CVP. Fue fácil de comprender es su contexto y los ciudadanos encuestados indican con un porcentaje favorable del 7% y el 3% manifiesta que la respuesta no es clara. Por último, se valida si la respuesta emitida por la entidad es de calidad cumple con el contexto del proceso que lleva y se obtiene 6% de satisfacción en la respuesta brindada por CVP y un 4% que manifiesta no tener claridad en la respuesta.

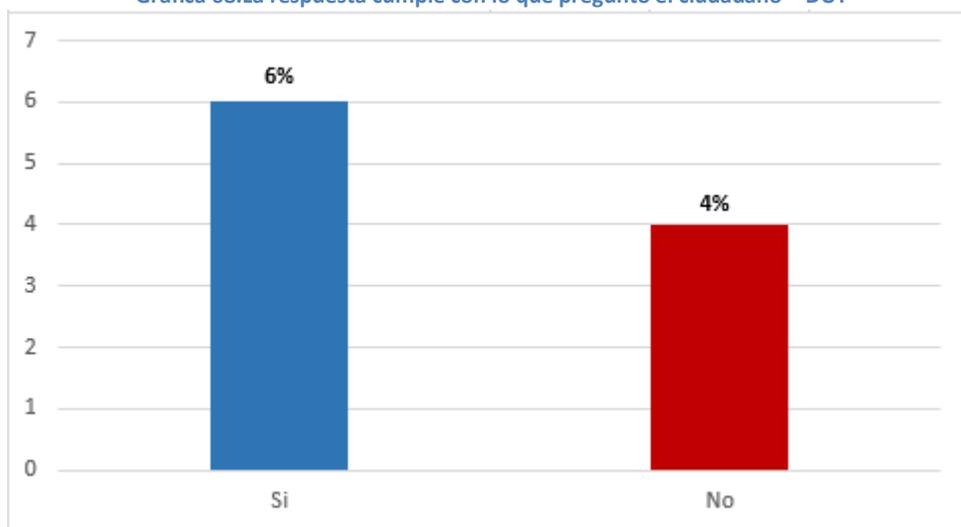
Gráfica 66. Ciudadanos que interpusieron algún tipo de petición – DUT



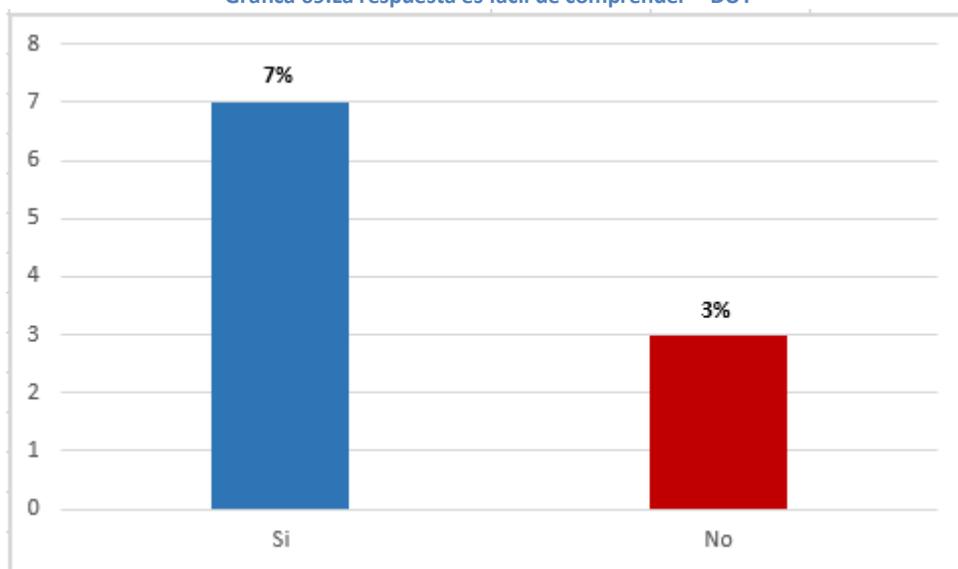
Gráfica 67. Porcentaje de tiempo de respuesta por la entidad – DUT



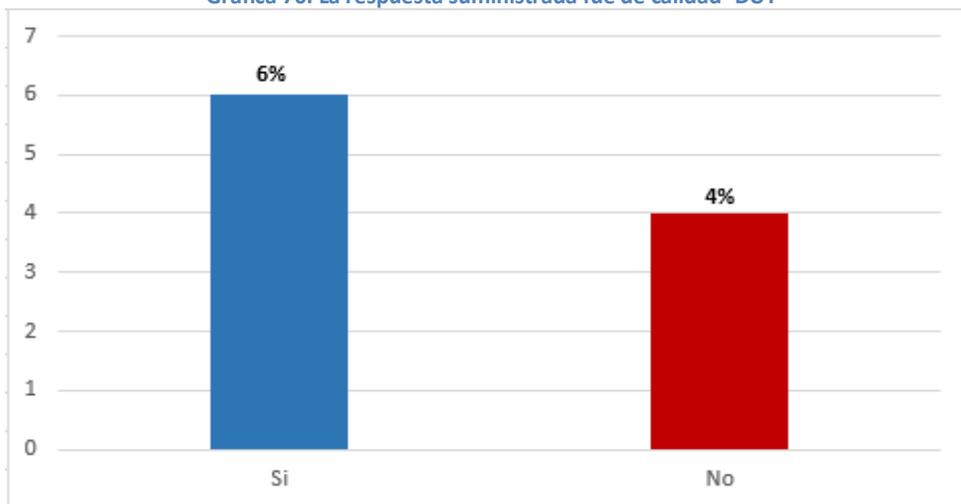
Gráfica 68. La respuesta cumple con lo que pregunto el ciudadano – DUT



Gráfica 69. La respuesta es fácil de comprender – DUT



Gráfica 70. La respuesta suministrada fue de calidad- DUT



3. REASENTAMIENTOS HUMANOS

Llevando el desarrollo de las encuestas realizadas a los usuarios de la Dirección de Reasentamientos Humanos (DRH), la cual fue aplicada a 100 personas que pertenecen de una manera predominante entre las localidades de Ciudad Bolívar, San Cristóbal y Kennedy.

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

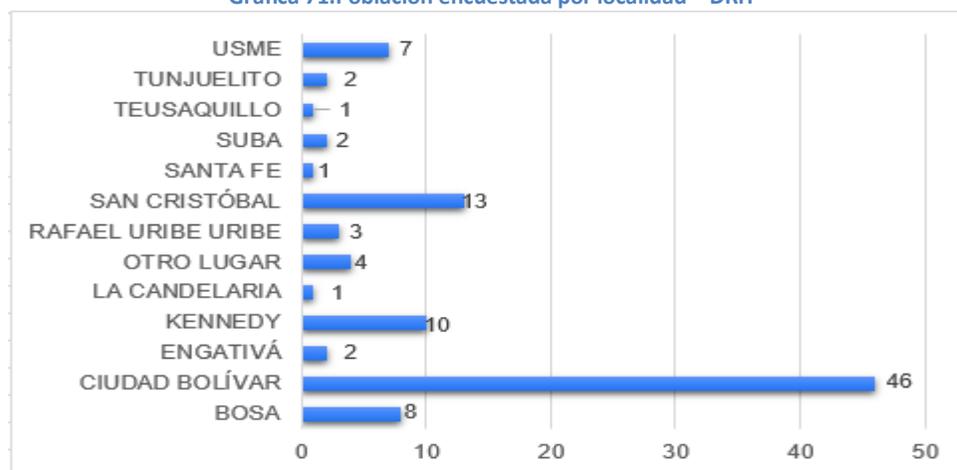
Localidad	# Personas	Porcentaje
BOSA	8	8%
CIUDAD BOLÍVAR	46	46%
ENGATIVÁ	2	2%
KENNEDY	10	10%
LA CANDELARIA	1	1%
OTRO LUGAR	4	4%
RAFAEL URIBE URIBE	3	3%
SAN CRISTÓBAL	13	13%
SANTA FE	1	1%
SUBA	2	2%
TEUSAQUILLO	1	1%
TUNJUELITO	2	2%
USME	7	7%
Total General	100	100%

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

3.1. VARIABLES DEMOGRÁFICAS

La mayor representación de la población encuestada corresponde a la localidad de Ciudad Bolívar con un 46%, seguida de las localidades de San Cristóbal con un 13% y Kennedy con un 10%. El 90% de los encuestados se ubica en los estratos socio económicos 1 y 2.

Gráfica 71. Población encuestada por localidad – DRH



Gráfica 72. Estrato socio económico de los usuarios – DRH



De acuerdo con el género, las mujeres representan la mayoría con el 65% de la población encuestada y los hombres constituyen un 35% de los encuestados.

Gráfica 73. Género de la población encuestada DRH

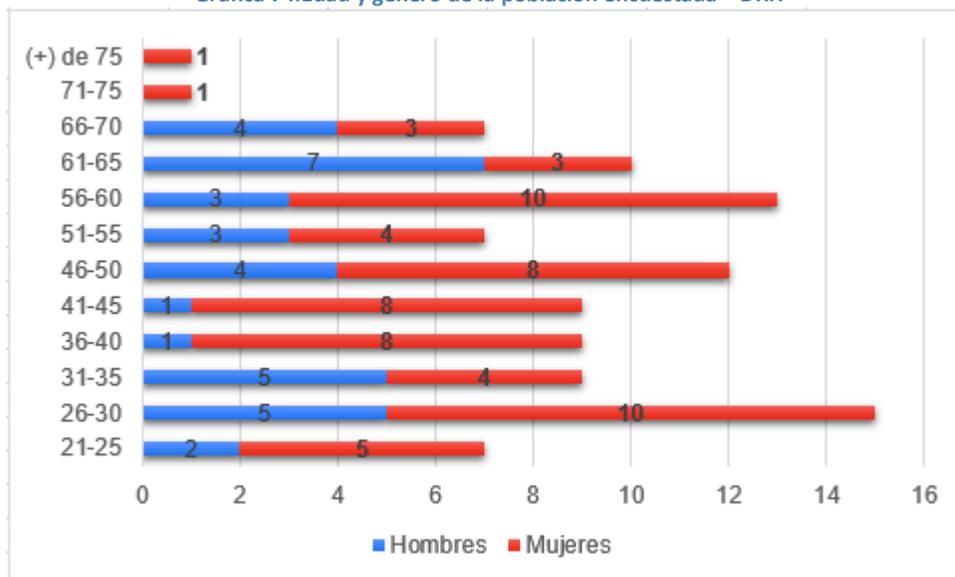


La distribución por edades de los ciudadanos encuestados muestra que el 58% de la población tiene edades entre 41 y 70 años. En el caso de los hombres, la mayor proporción, es del 63%, se encuentra en el rango de edad 41 y 70 años y para las mujeres, la menor participación que corresponde al 55%.

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

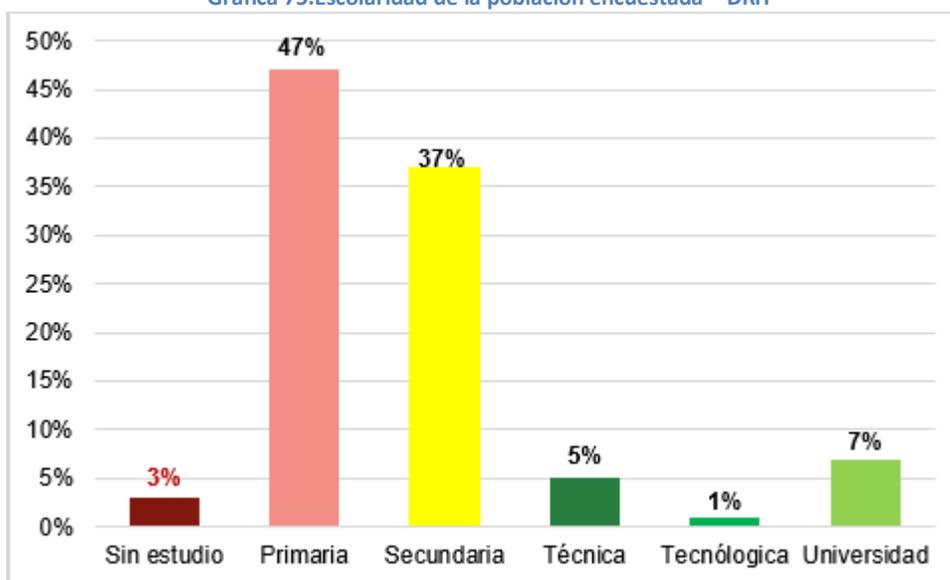
Rango de edad (años)	Hombres	Mujeres	% edad (Hombres)	% edad (Mujeres)
21-25	2	5	6%	8%
26-30	5	10	14%	15%
31-35	5	4	14%	6%
36-40	1	8	3%	12%
41-45	1	8	3%	12%
46-50	4	8	11%	12%
51-55	3	4	9%	6%
56-60	3	10	9%	15%
61-65	7	3	20%	5%
66-70	4	3	11%	5%
71-75	0	1	0%	2%
(+) de 75	0	1	0%	2%
Total General	35	65	100%	100%

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

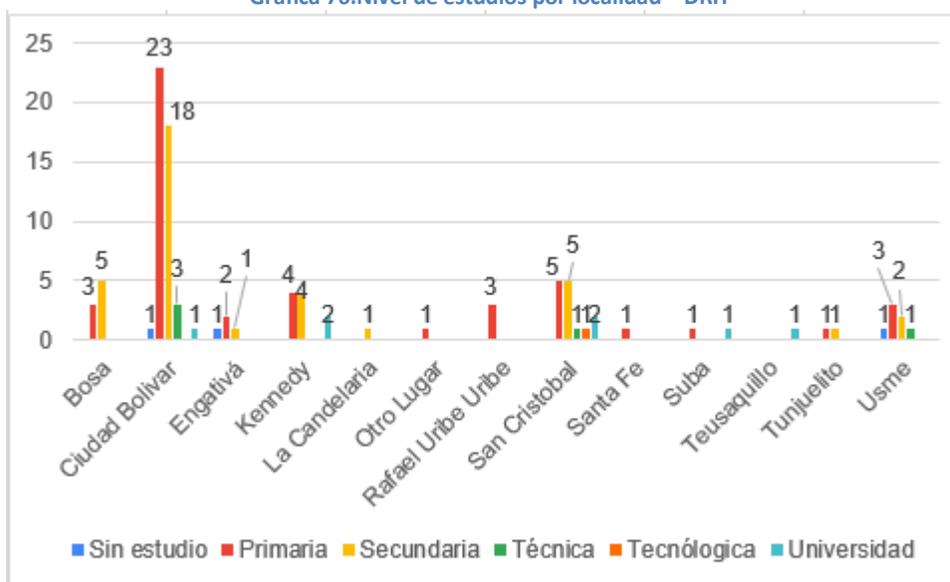


En cuanto a la distribución por nivel de escolaridad se encontró que el 47% de los ciudadanos encuestados tiene un nivel educativo de primaria y el 37% cuenta con educación secundaria, situación que es similar en casi todas las localidades. El 13% de la población tiene educación superior y 3% de los encuestados no tiene estudios.

Gráfica 75. Escolaridad de la población encuestada – DRH

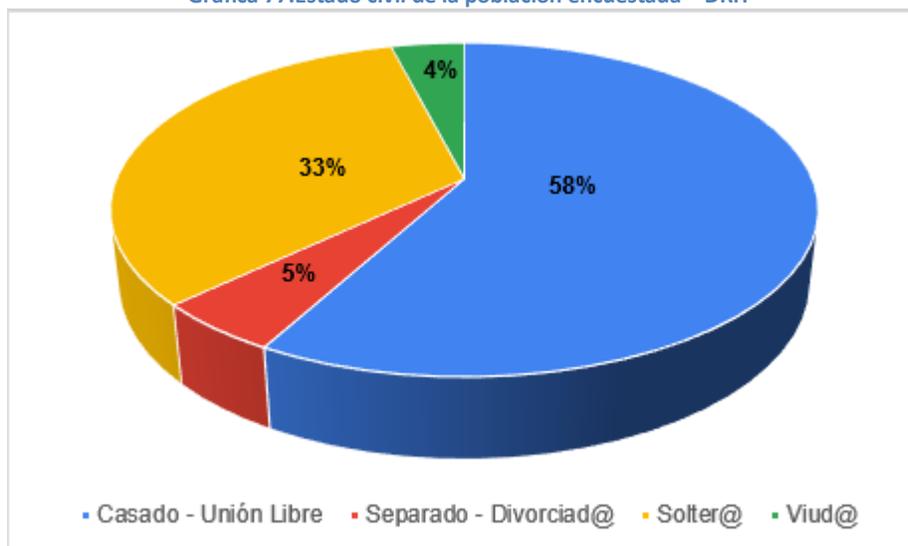


Gráfica 76. Nivel de estudios por localidad – DRH

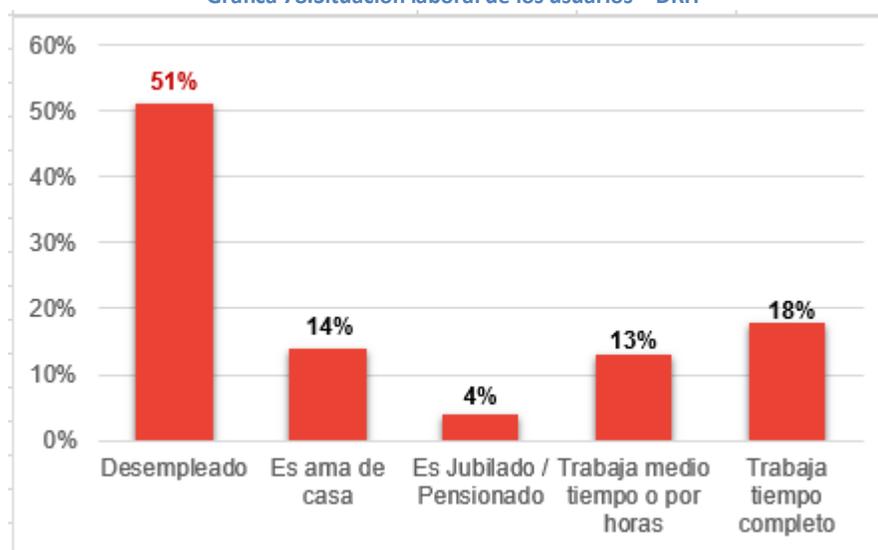


En el desarrollo de la encuesta se puede observar que el estado civil de los ciudadanos encuestados el más predominante es casado – unión libre con un porcentaje del 58%, y le sigue en esta misma categoría de estado civil el soltero (@) con una participación del 33%, el 5% de los encuestados indican estar separado – divorciado (@). Adicional se observa que la ocupación o estado laboral de los encuestados es 51% manifiesta que está desempleada, el 18% de los encuestados indica que trabaja de tiempo completo y el 14% de los ciudadanos encuestados lo representan amas de casa, otra variable demográfica que se puede cuantificar es el número de personas que conforman los hogares de las personas encuestadas obteniendo los siguientes datos que el 34% lo conforman 4 personas, el 21% de los hogares encuestados está habitado por 5 personas y el 20% lo componen de 3 personas.

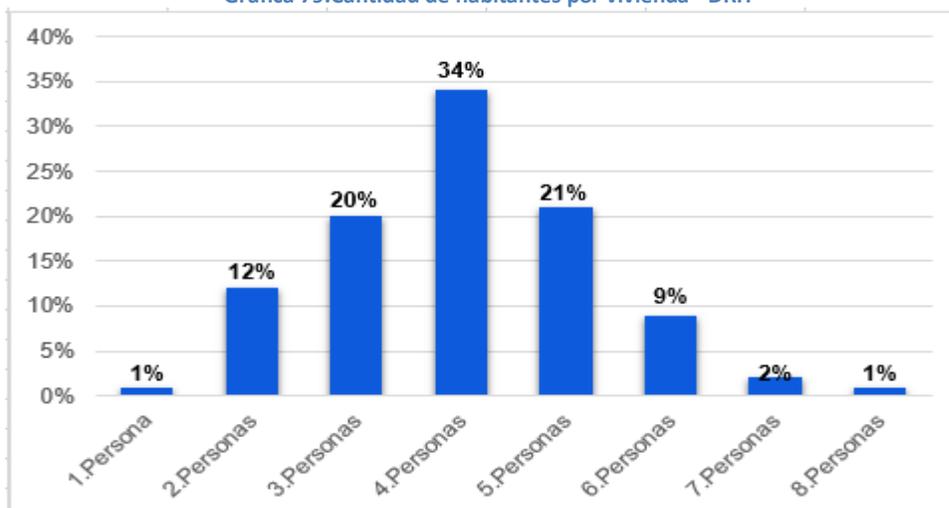
Gráfica 77.Estado civil de la población encuestada – DRH



Gráfica 78.Situación laboral de los usuarios – DRH



Gráfica 79.Cantidad de habitantes por vivienda - DRH



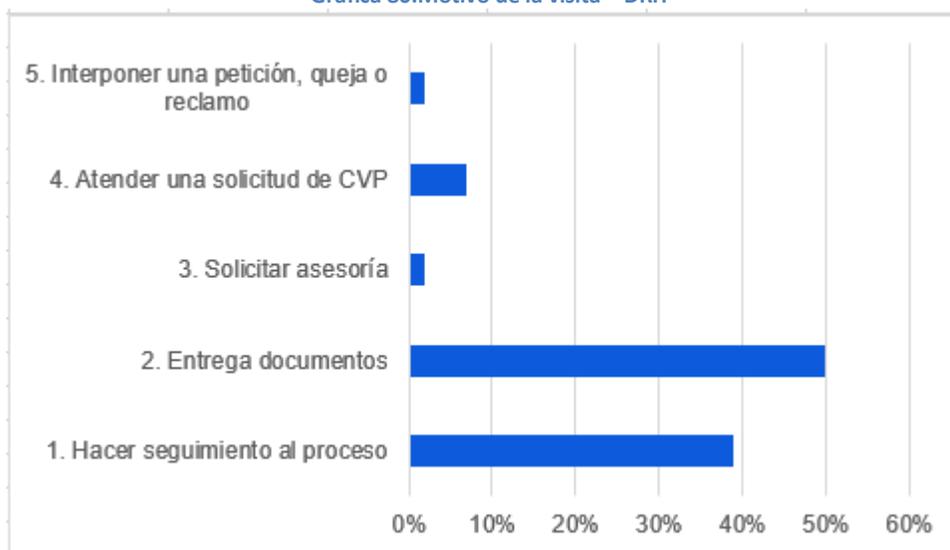
3.2. MOTIVO DE LA VISITA DEL CIUDADANO Y PERMANENCIA EN EL PROCESO

Al preguntar a los ciudadanos encuestados de la Dirección de Reasentamientos, manifestaron que el motivo principal de su visita en la entidad es por la entrega de documentos con un porcentaje del 50%, el 39% de los encuestados se acercaron a la CVP, hacer seguimiento al proceso.

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

Motivo de visita	Total	Porcentaje
1. Hacer seguimiento al proceso	39	39%
2. Entrega documentos	50	50%
3. Solicitar asesoría	2	2%
4. Atender una solicitud de CVP	7	7%
5. Interponer una petición, queja o reclamo	2	2%
Total General	100	100%

Gráfica 80. Motivo de la visita – DRH

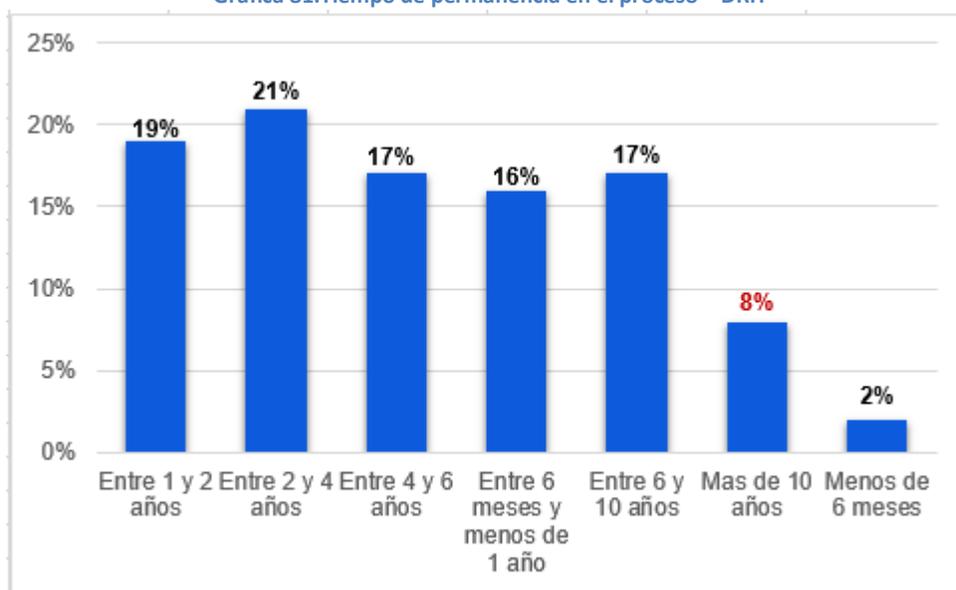


Los ciudadanos encuestados y en un porcentaje del 21% manifiestan llevar un proceso entre dos y cuatro años, el 19% un tiempo de uno y dos años, el 18% de los encuestados no llevan más de 1 año en el proceso y un 8% de la población indican que lleva más de 10 años en la entidad procesos que pueden surgir a situaciones de casos especiales.

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

Tiempo permanencia en el proceso	Total	Porcentaje
Entre 1 y 2 años	19	19%
Entre 2 y 4 años	21	21%
Entre 4 y 6 años	17	17%
Entre 6 meses y menos de 1 año	16	16%
Entre 6 y 10 años	17	17%
Mas de 10 años	8	8%
Menos de 6 meses	2	2%
Total General	100	100%

Gráfica 81. Tiempo de permanencia en el proceso – DRH



Los ciudadanos encuestados indican con un porcentaje del 71% estar bien informados o de manera suficiente sobre el proceso con la entidad y el 29% manifiestan en que no le han manifestado información correcta idónea a su proceso, la localidad que presenta mayor insatisfacción de información es la localidad de Ciudad Bolívar con un porcentaje del 52%, lo que establece un seguimiento y revisión del proceso de cómo se entrega la información y comunicación.

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

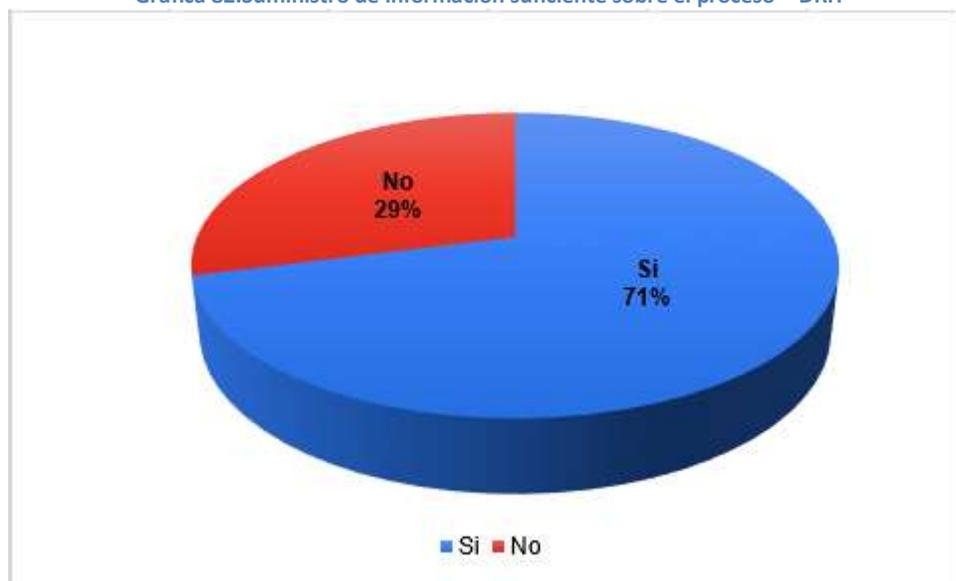
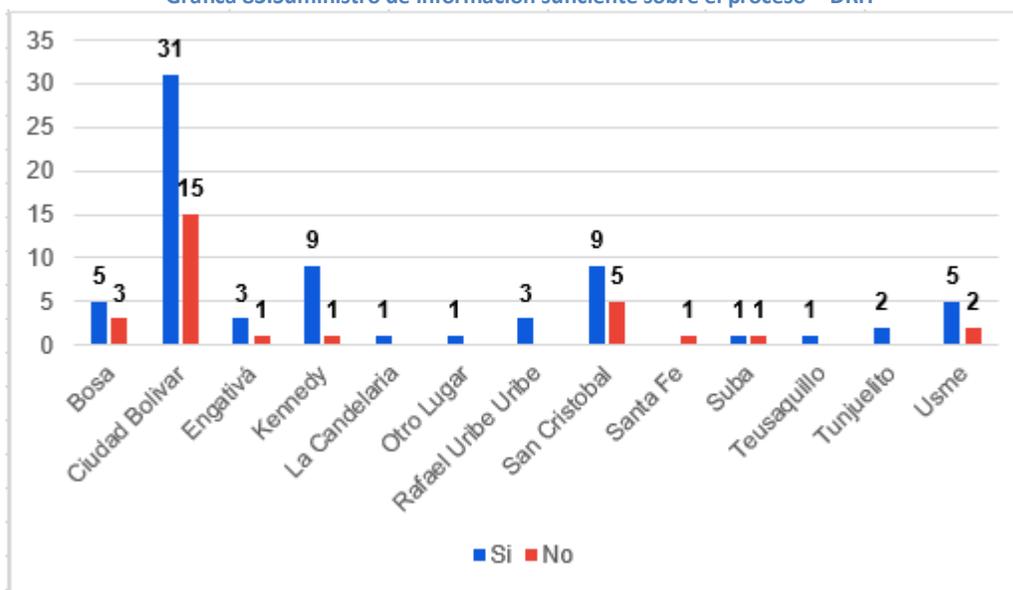


Tabla 18. Distribución porcentual por localidad del suministro de información sobre el proceso – DRH

Localidad	Esta suficientemente informado con el proceso			Porcentaje	
	Si	No	Total	Si %	No%
Bosa	5	3	8	7%	10%
Ciudad Bolívar	31	15	46	44%	52%
Engativá	3	1	4	4%	3%
Kennedy	9	1	10	13%	3%
La Candelaria	1		1	1%	0%
Otro Lugar	1		1	1%	0%
Rafael Uribe Uribe	3		3	4%	0%
San Cristóbal	9	5	14	13%	17%
Santa Fe		1	1	0%	3%
Suba	1	1	2	1%	3%
Teusaquillo	1		1	1%	0%
Tunjuelito	2		2	3%	0%
Usme	5	2	7	7%	7%
Total General	71	29	100	71%	29%

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



3.3. CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CIUDADANO

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

Se empleó una escala de valoración ordinal con opciones de respuestas numéricas de 1 a 5, donde 1 es la calificación más baja y 5 es la más alta. La calificación promedio de los atributos del servicio de la Dirección de Reasentamientos Humanos fue de 3,84, destacándose la accesibilidad y comodidad de las instalaciones del punto de atención y en general las calificaciones de los atributos de calidad son similares. La calidad de menor valor fue, la duración del proceso (2,95) atributo que forma parte de la dimensión de la calidad del servicio “Capacidad de Respuesta” y evalúan el tiempo que tardan los procesos, desde que el ciudadano ingresa al programa de Reasentamientos hasta su traslado a la nueva alternativa habitacional. Es recomendable que se realice una revisión

de normas para reducir o eliminar requisitos y tiempos de ejecución de los trámites y servicios, y se optimicen los procedimientos para hacer más sencillo el uso y diligenciamiento de formularios y documentos. También se puede hacer uso y apropiación de las TIC para contar con trámites y servicios en línea.

Gráfica 84. Calificación de los atributos del servicio – DRH

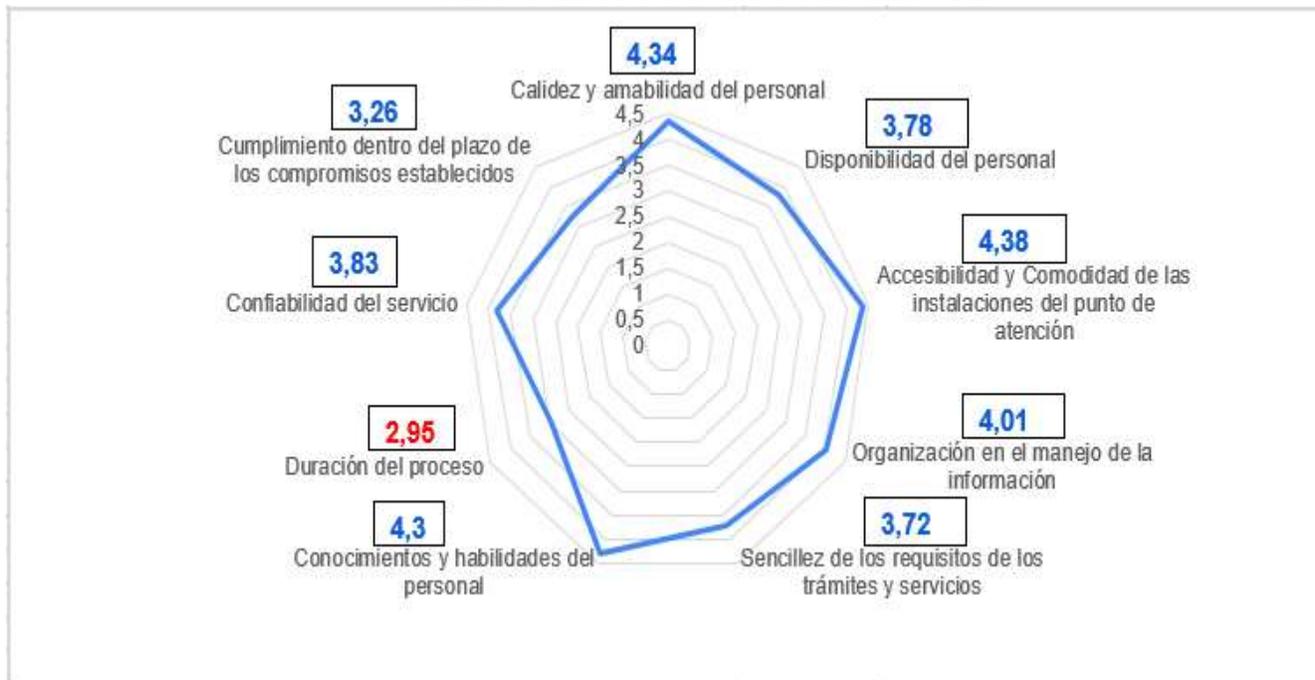
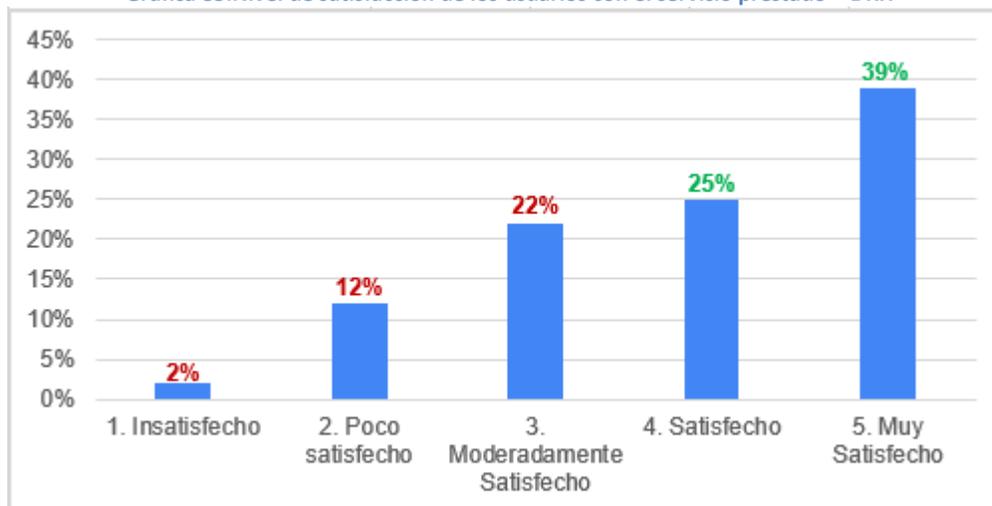


Tabla 19. Atributos y dimensiones de la calidad del servicio – DRH

Atributos	Calificación	Dimensión de la Calidad del Servicio
Calidez y amabilidad del personal	4,34	Empatía
Disponibilidad del personal	3,78	Capacidad de Respuesta
Accesibilidad y Comodidad de las instalaciones del punto de atención	4,38	Elementos Tangibles
Organización en el manejo de la información	4,01	Fiabilidad, Capacidad de Respuesta
Sencillez de los requisitos de los trámites y servicios	3,72	Fiabilidad, Capacidad de Respuesta
Conocimientos y habilidades del personal	4,3	Seguridad
Duración del proceso	2,95	Capacidad de Respuesta
Confiabilidad del servicio	3,83	Fiabilidad
Cumplimiento dentro del plazo de los compromisos establecidos	3,26	Capacidad de Respuesta

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

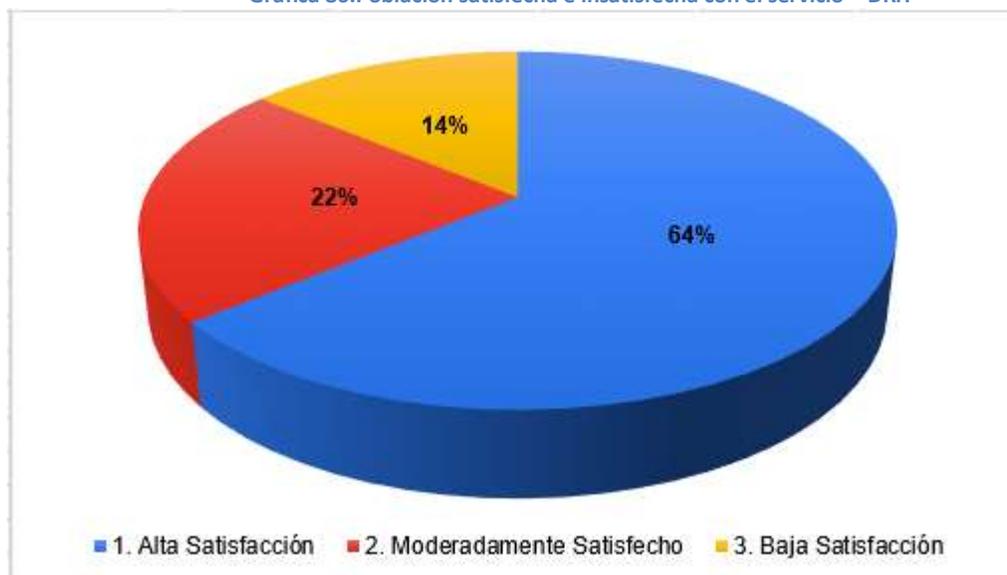
Gráfica 85. Nivel de satisfacción de los usuarios con el servicio prestado – DRH



La respuesta de los ciudadanos encuestados anterior mente indica que el 39% manifiesta estar muy satisfecho con el servicio y atención brindados por la Dirección de Reasentamientos Humanos de la CVP, el 25% de los encuestados está satisfecho con la orientación, el 22% moderadamente satisfecho, el 12% de la población indica estar poco satisfecho y el 2% dice estar insatisfecho. Para realizar una ponderación de manera global con el proceso se tomaron como respuesta de alta satisfacción las calificaciones 4 y 5 y como respuestas de baja satisfacción, las calificaciones de 1, 2 y 3.

La opinión de los encuestados de la Dirección de Reasentamientos expresa que la gran mayoría se encuentra satisfecha con su proceso, su direccionamiento con un porcentaje del 64% y el 36% de los encuestados manifiestan su indiferencia e insatisfacción que llevan en CVP. Dicho porcentaje puede obedecer a factor emocional del usuario, donde están mezcladas interacciones físicas, emocionales y psicológicas, constituye un indicador para determinar el grado de confianza del ciudadano en la gestión de la dependencia.

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



Como se mencionó con anterioridad, un 22% de los usuarios afirmó tener un bajo nivel de satisfacción con respecto al servicio prestado por la Dirección de Reasentamientos de la CVP.

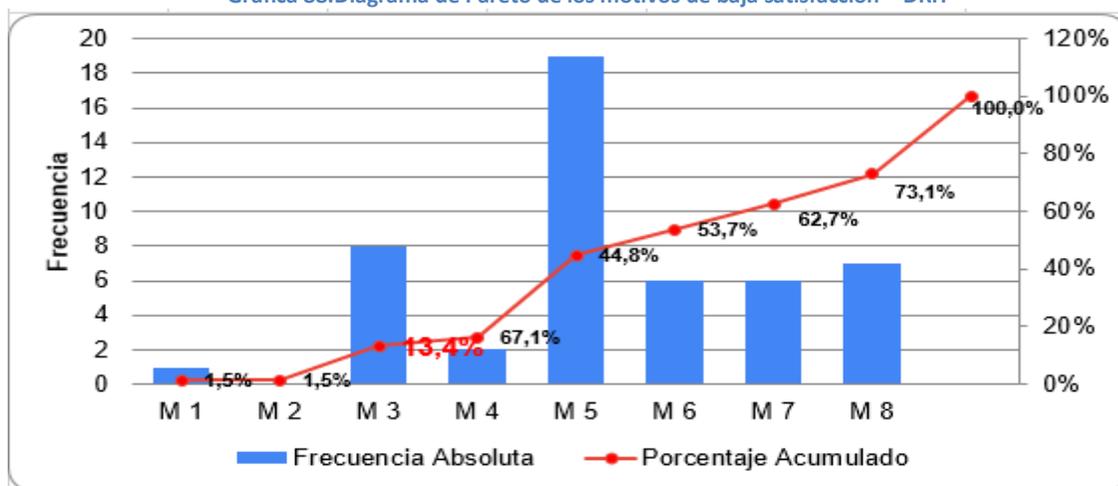
Al validar los motivos expresados por este porcentaje de la población indico 9 motivos con 67 razones que explican dicha inconformidad, el motivo con mayor insatisfacción es el motivo 9 que es Otra(el ciudadano no supo expresar su inconformidad), con un porcentaje del 27%, Seguido del motivo 5 que corresponden a los plazos se incumplen en razón de lentitud del servicio con un porcentaje del 25% y con un porcentaje del 10% los motivos de que los ciudadanos perciben desorden en el manejo de documentos y reprocesos durante la presentación del servicio o ejecución del trámite y en que las respuestas de solución no satisfacen sus expectativas.

Gráfica 87.Motivos de baja satisfacción – DRH



De acuerdo con el Diagrama de Pareto, el 13,4% 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.

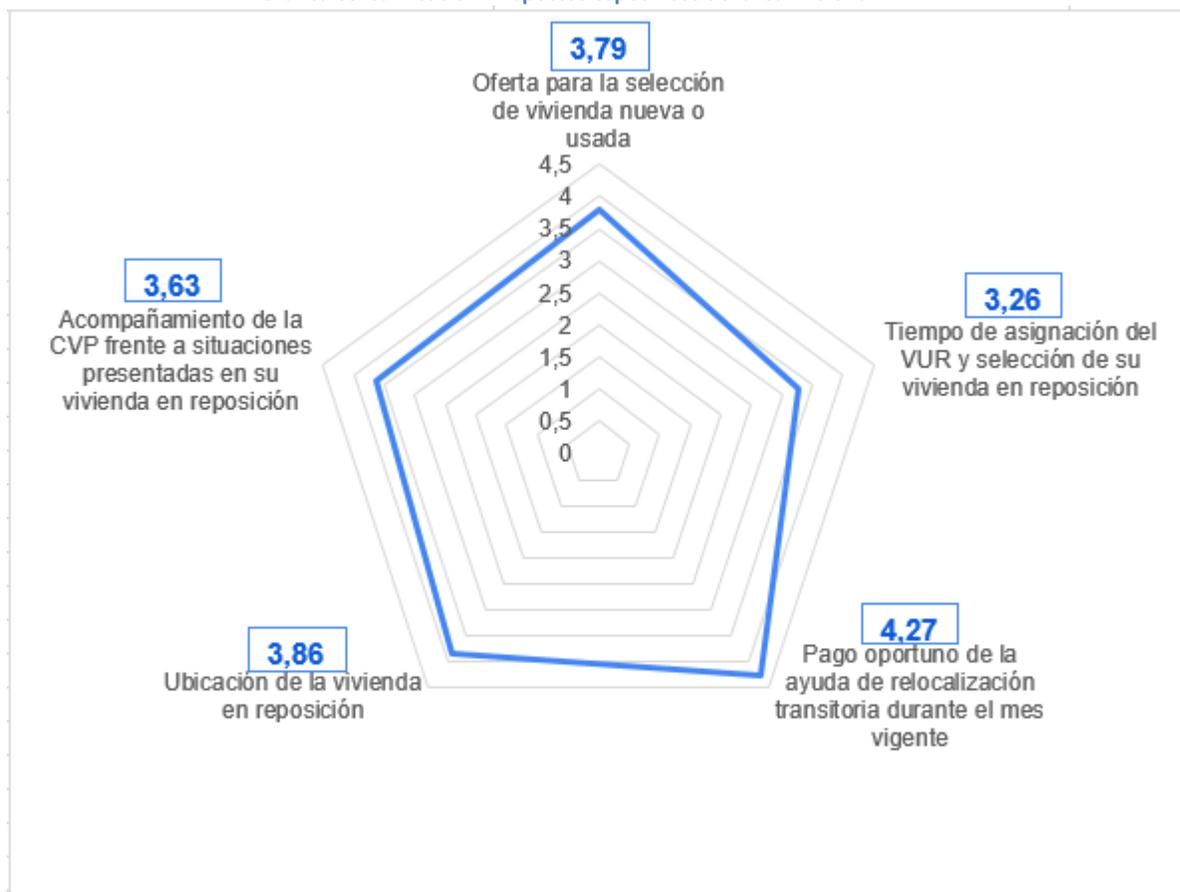
Gráfica 88.Diagrama de Pareto de los motivos de baja satisfacción – DRH



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

La calificación promedio de las preguntas específica fue de 3,76 en una escala igual a la empleada para medir la satisfacción general del usuario y que se explicó con anterioridad, situación que sugiere revisar algunos aspectos específicos en aras de establecer acciones de mejora continua en particular, el tiempo de asignación del VUR y la vivienda de reposición.

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



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

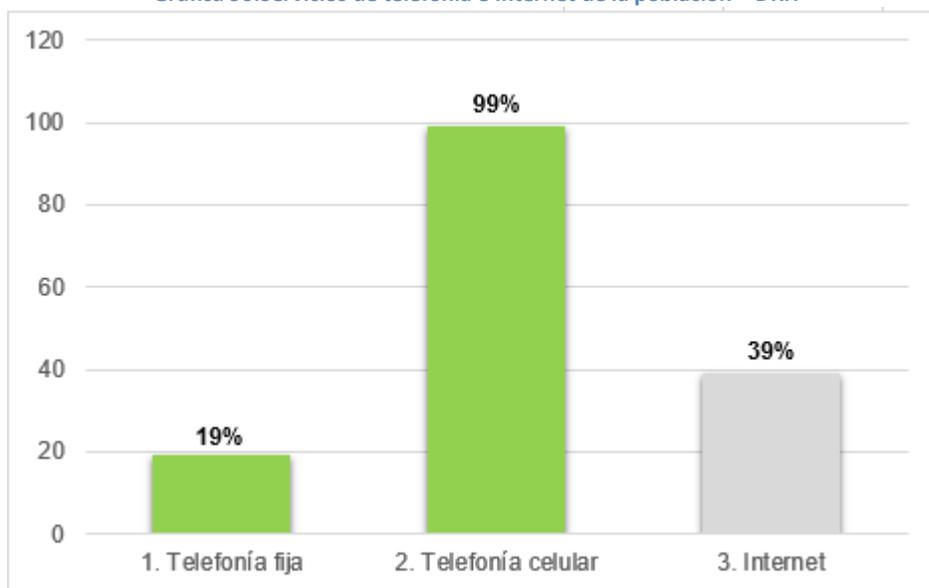
En la encuesta realizada a los usuarios de CVP, se indagó sobre el grado de apropiación de la tecnología y uso de las TIC. Validando la disponibilidad, acceso y uso de servicios de telefonía e Internet y la tenencia de dispositivos de comunicación. También se indagó sobre el uso de los canales o medios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

Al analizar los datos obtenidos de los indicadores básicos de TIC en los hogares encuestados, y tomando en consideración que hay preguntas que están conformadas por varios ítems y por lo tanto admiten una respuesta múltiple, se agruparon varios ítems y se encontró lo siguiente: que el 19% de los encuestados manejan telefonía fija, 99% poseen una línea telefónica celular y el 39% de los encuestados cuentan con servicio de internet en sus hogares.

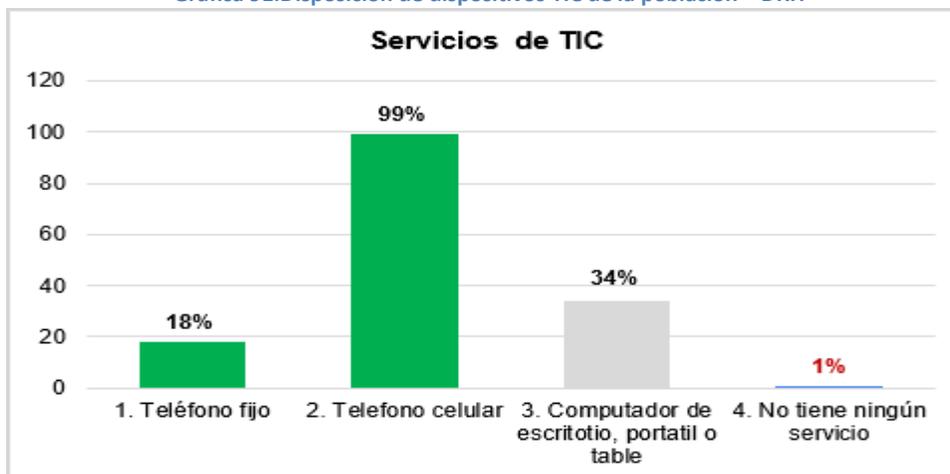
En el desarrollo de la encuesta se puede cuantificar que dispositivos TIC, poseen los ciudadanos encuestados se analiza por ítems separado (es decir por dispositivo ya que no son mutuamente excluyentes), y se encontró que la gran mayoría con un porcentaje del 99% de los encuestados, dispone de un teléfono celular, el 34% tiene computador de escritorio o portátil o tableta y el 18% tiene teléfono fijo.

Al indagar sobre la manera de cómo la población encuestada se conecta a Internet, se formuló una pregunta con múltiple respuesta teniendo en consideración que los ciudadanos pueden acceder a la red a través de varios modos (la mayoría de los ítems de la pregunta no son mutuamente excluyentes) y se encontró que el 64% accede a través de un plan de datos para su celular, el 23% de los encuestados cuenta con una red fija o wifi pagada y 12% manifiesta que no accede o usa el internet, se valida que la frecuencia de uso tienen los ciudadanos y se aprecia que 45% lo utiliza todos los días, el 33% indica que ingresa varios días a la semana y que el 12% indica que no utiliza/ no accede al internet. Con respecto a los usos dados al servicio de Internet, (tomando en consideración que los ítems no son mutuamente excluyentes) el 78% de los encuestados emplea la red para acceder a su correo electrónico y redes sociales, el 63% la usa como herramienta de trabajo o estudio, el 38% usa el Internet con fines de entretenimiento, el 3% ingresa a la red para realizar transacciones o tramites con entidades públicas o privadas y el 13% indica que lo emplea para otras actividades.

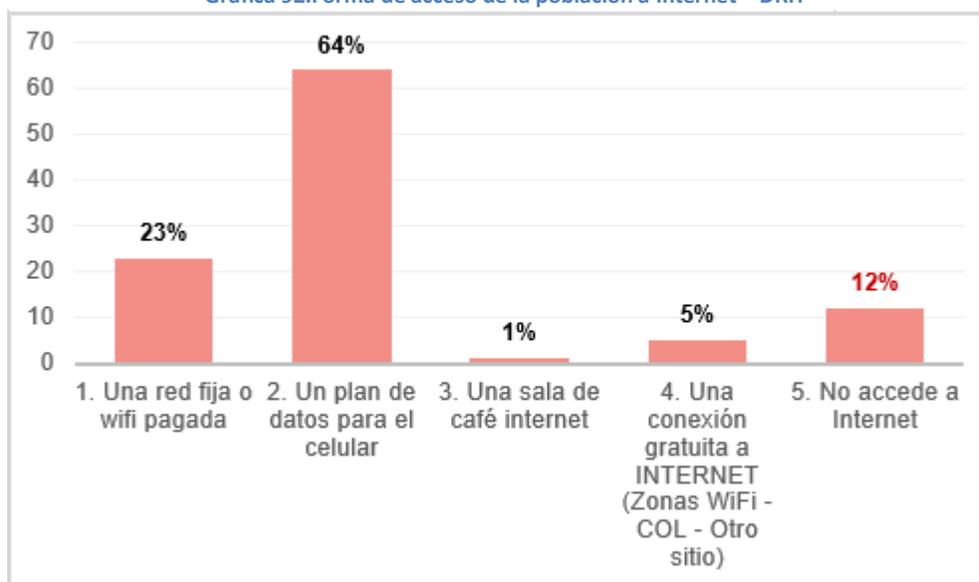
Gráfica 90. Servicios de telefonía e Internet de la población – DRH



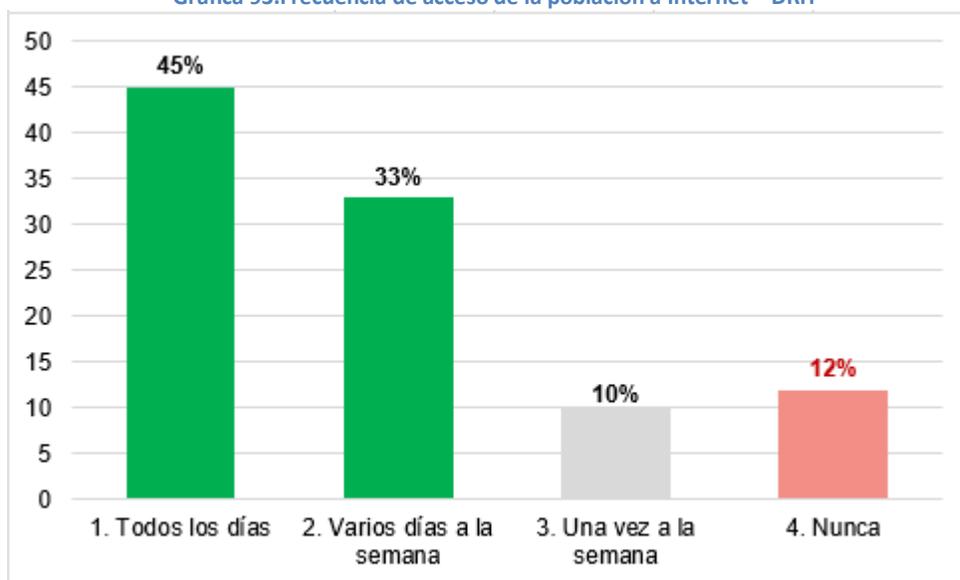
Gráfica 91. Disposición de dispositivos TIC de la población – DRH



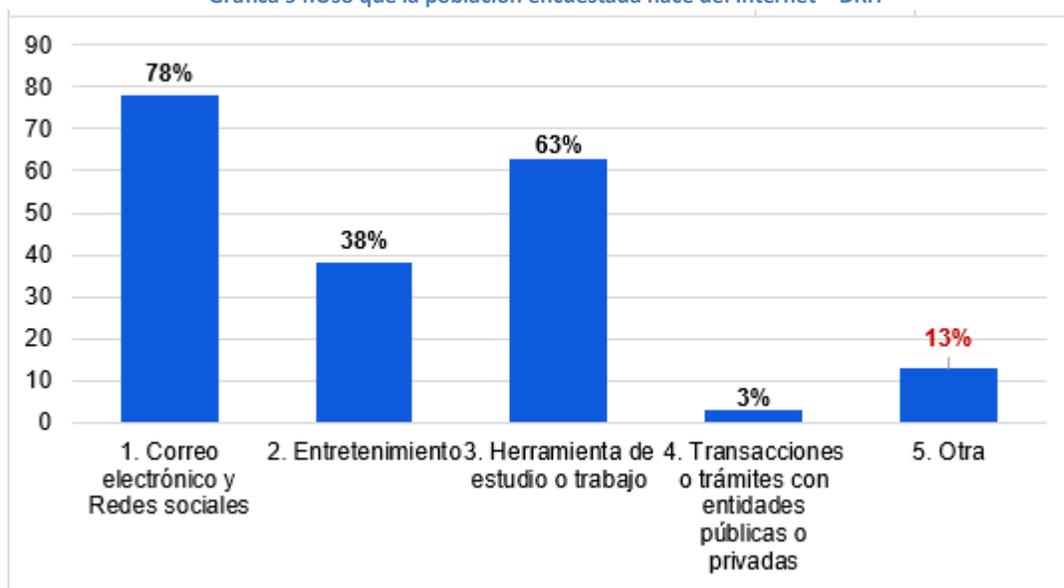
Gráfica 92. Forma de acceso de la población a Internet – DRH



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



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

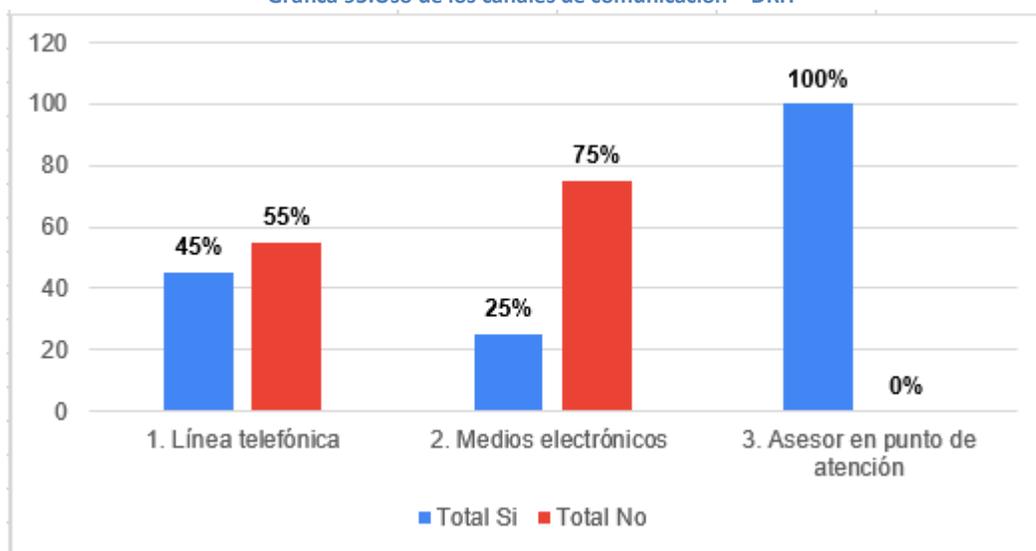


Otro aspecto relevante de la encuesta consistió en medir la forma como los ciudadanos se comunican con la CVP. El canal más frecuentado por el usuario fue el presencial (asesor en punto de atención), un 100% de los 100 encuestados así opinó. Para el caso del canal telefónico el porcentaje corresponde al 45% de los 100 ciudadanos encuestados y para el canal de medios electrónicos de genero un porcentaje del 25% lo que rectifica que los ciudadanos ya están empleando esta herramienta como canal de consulta.

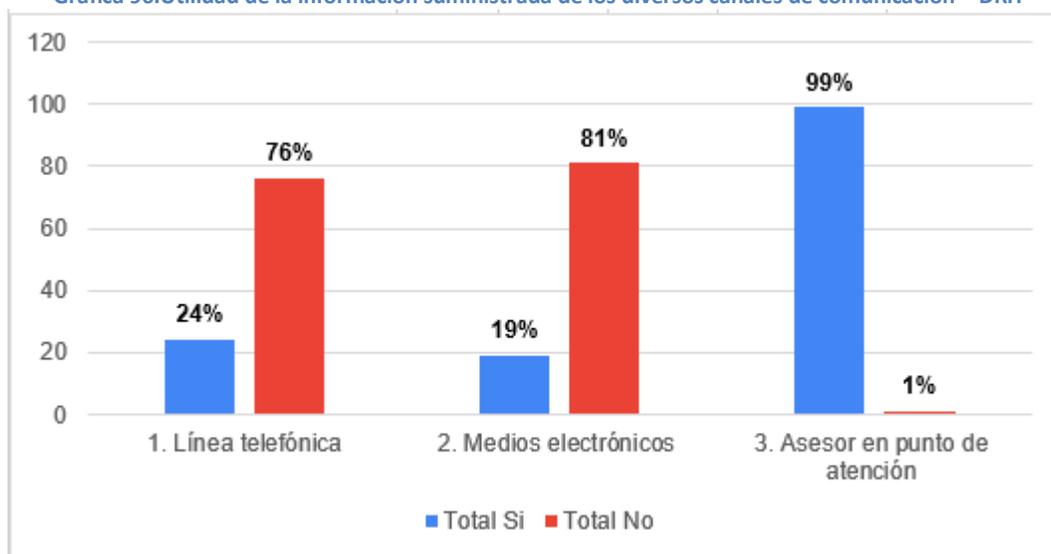
Reconociendo la importancia de manejar una buena comunicación e intercambio de información con el ciudadano impacta en gran medida en el buen desarrollo del proceso, se indagó sobre la utilidad de los canales e información transmitida y si el usuario volviese a usar cada uno de dichos canales. El medio que más útil le pareció al usuario y que volvería a usar, fue el presencial con una participación del 99% de utilidad y con 100% de los encuestados lo volverían a utilizar, en seguida del canal telefónico con una utilidad del 24% y según los encuestados lo utilizarían nuevamente con un porcentaje del 41% y el canal electrónico lo encontraron útil el 19% y lo volverían a utilizar un porcentaje del 45%.

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

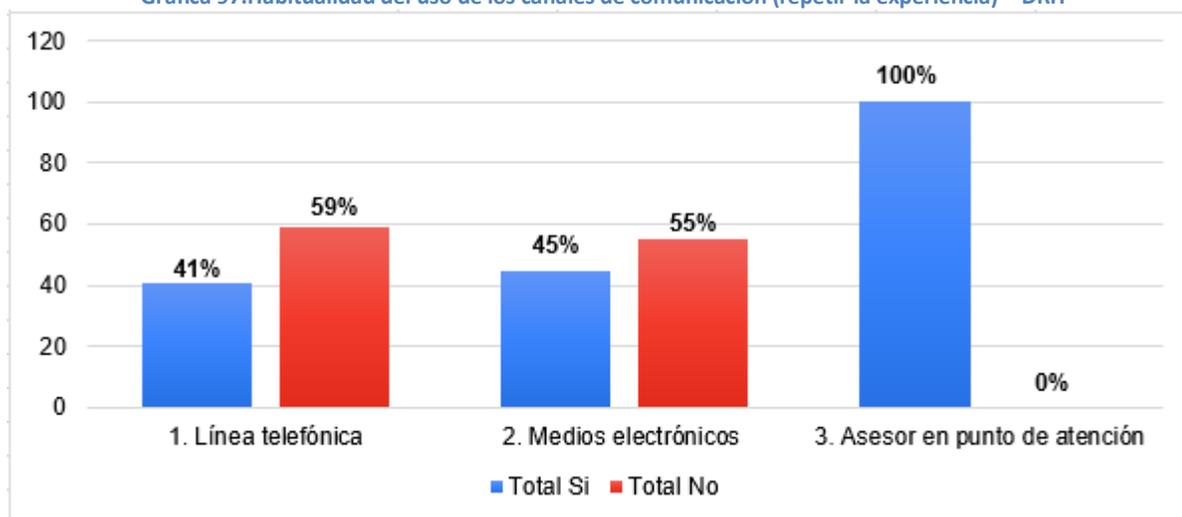
Gráfica 95. Uso de los canales de comunicación – DRH



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



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



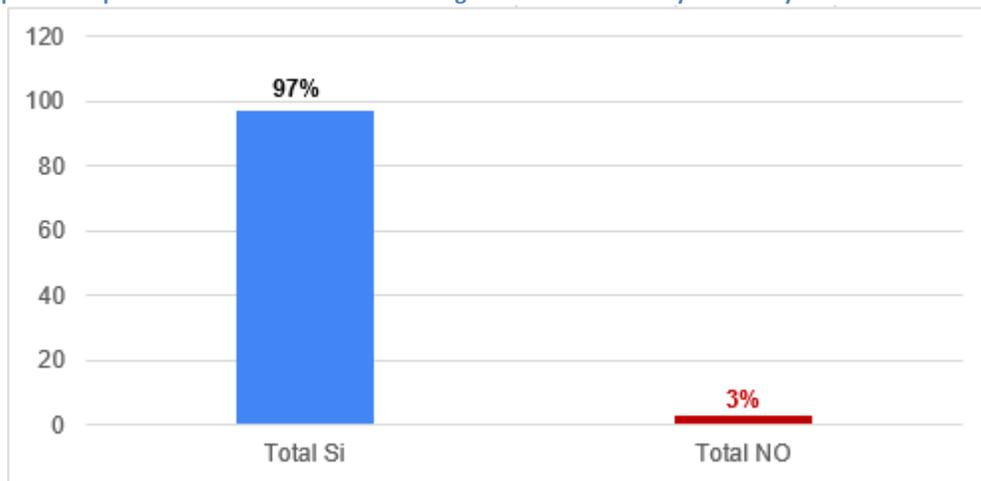
3.5. MEDICIÓN DEL EFECTO DE LA INFORMACIÓN SUMINISTRADA A LOS CIUDADANOS SOBRE GRATUIDAD DE TRÁMITES Y SERVICIOS Y LA NO RECURRENCIA A INTERMEDIARIOS

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

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

Como se explicó anteriormente, la primera de las preguntas consistió en averiguar si durante el presente año el ciudadano ha recibido información o se ha enterado sobre la gratuidad de los trámites y servicios en la CVP y lo innecesario de los intermediarios para acceder a dichos trámites y servicios. La gran mayoría que corresponde al 97% de los usuarios encuestados de la Dirección de Reasentamientos Humanos, contestó de manera afirmativa, y el 3% de los visitantes, manifestaron no haber recibido la información respectiva o no haberse enterado por algún medio virtual o presencial.

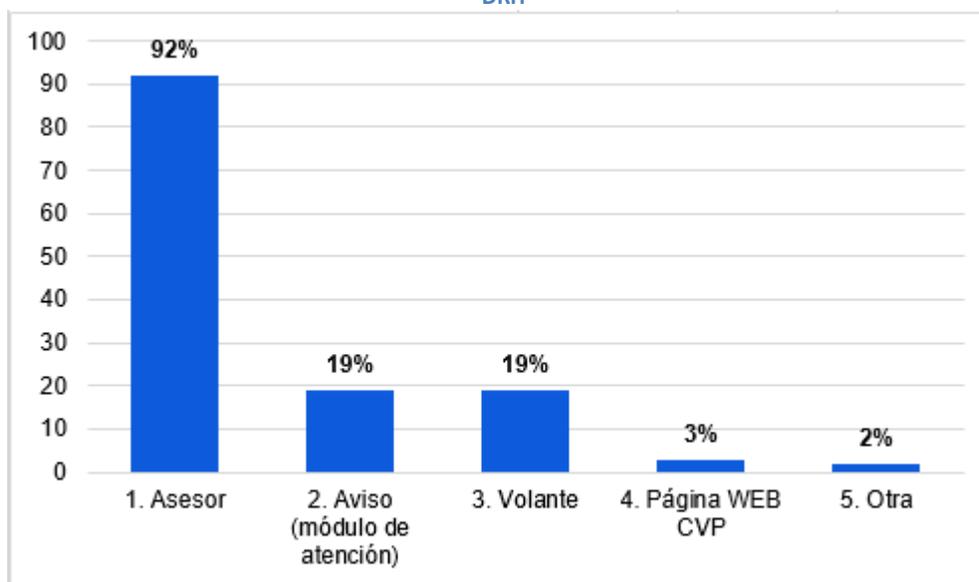
Gráfica 98. Porcentaje de personas que recibieron información sobre la gratuidad de trámites y servicios y lo innecesario de los intermediarios – DRH



La segunda pregunta hace referencia de cuál fue el canal por el que el ciudadano obtuvo 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 y Otra). Los resultados obtenidos fueron los siguientes: El 92% de los ciudadanos encuestados manifestó haber recibido información del asesor, el 19% de los visitantes se enteró a través del aviso localizado en cada uno de los módulos de atención de servicio al ciudadano con un mismo porcentaje mediante volanteo, el 3% de los entrevistados se enteró a través de la página WEB de CVP y 2% de los encuestados indicaron que se enteraron por otro medio. Los resultados obtenidos en la encuesta son de

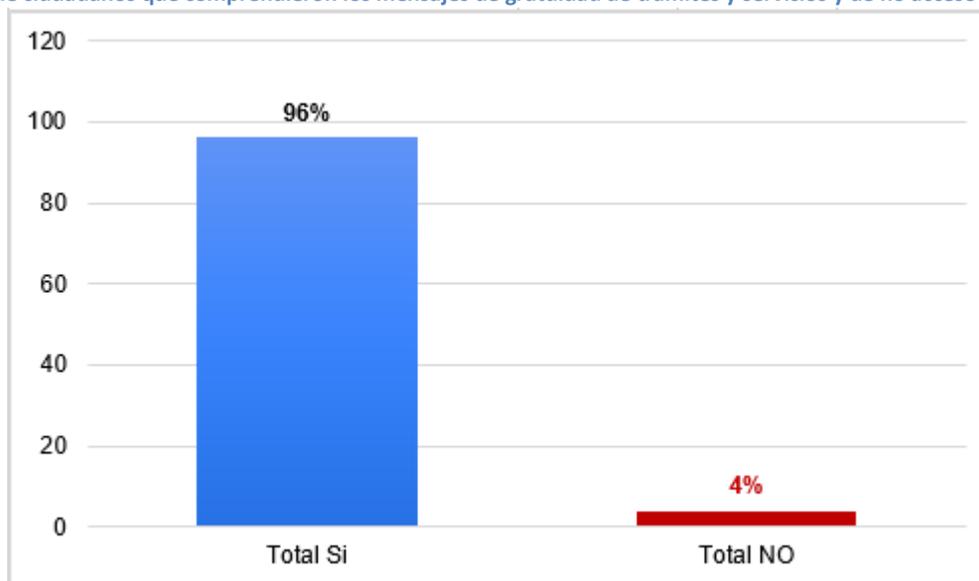
gran utilidad para adelantar o plantear estrategias de divulgación al ciudadano que fomenten un mayor uso de los medios virtuales.

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



La tercera pregunta de esta temática sobre el tema de gratuidad se desea conocer si los ciudadanos encuestados entendieron el mensaje, si lo comprende y los datos obtenidos indica con un porcentaje del 96% de usuarios de la Dirección de Reasentamientos Humanos manifiesta de una manera positiva es decir que si atendieron el mensaje al cual no debe acceder a intermediarios y 4% de los encuestados manifestaron no comprender el mensaje. 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 4% de los encuestados no recibió la información de gratuidad o no la advirtió y por ende no la comprendió.

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



3.6. SEGUIMIENTO A PETICIONES QUEJAS O RECLAMOS EN CVP.

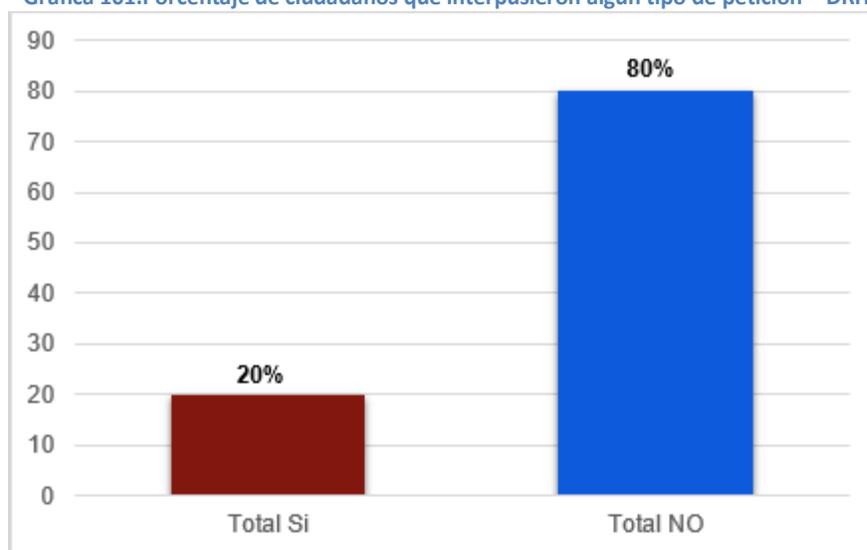
En el desarrollo de la encuesta se abrió la oportunidad a la mejora continua y se incluyó en el formulario de la encuesta si durante el último año el ciudadano a interpuesto algún tipo de petición ante la CVP. Se indica para ello lo siguiente. A ¿Durante el presente año, Ud. ha interpuesto algún tipo de petición ante la CVP? SI LA RESPUESTA ES NEGATIVA PASAR A LA PREGUNTA D1. B. ¿La respuesta que le dieron fue oportuna, es decir dentro de los términos? C ¿La respuesta que le dieron fue de fondo, es decir que le respondieron lo que solicitó o preguntó? D. ¿La respuesta que le dieron fue clara, es decir que la respuesta fue fácil de comprender?, E ¿La respuesta que le dieron fue cálida?

Al formular la pregunta si los ciudadanos han interpuesto algún tipo de petición durante el último año se obtuvo un porcentaje del 80% negativo y 20% positivo.

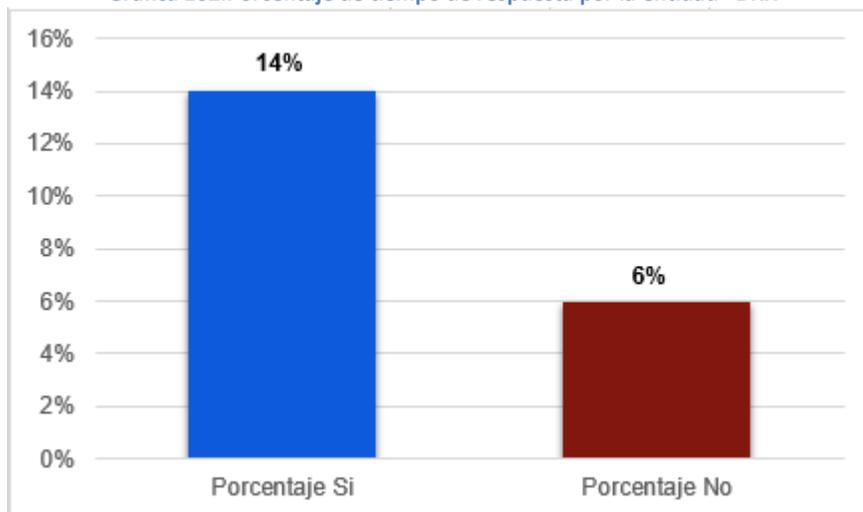
Al indagar a los ciudadanos que, si interpusieron algún tipo de petición ante la CVP, se indaga en si la respuesta que le brindaron fue oportuna dentro de los tiempos establecidos y se tiene un porcentaje de satisfacción del 14% y 6% manifiesta que no fue dentro del tiempo establecido. Se indaga si la respuesta brindada por la entidad cumple con lo que pregunto y se tiene un 11% de afirmación y 9% que indica que la respuesta no cumple con lo solicitado.

Se indaga si la respuesta brindada por CVP. Fue fácil de comprender es su contexto y los ciudadanos encuestados indican con un porcentaje favorable del 11% y el 9% manifiesta que la respuesta no es clara. Por último, se valida si la respuesta emitida por la entidad es de calidad cumple con el contexto del proceso que lleva y se obtiene 14% de satisfacción en la respuesta brindada por CVP y un 6% que manifiesta no tener claridad en la respuesta.

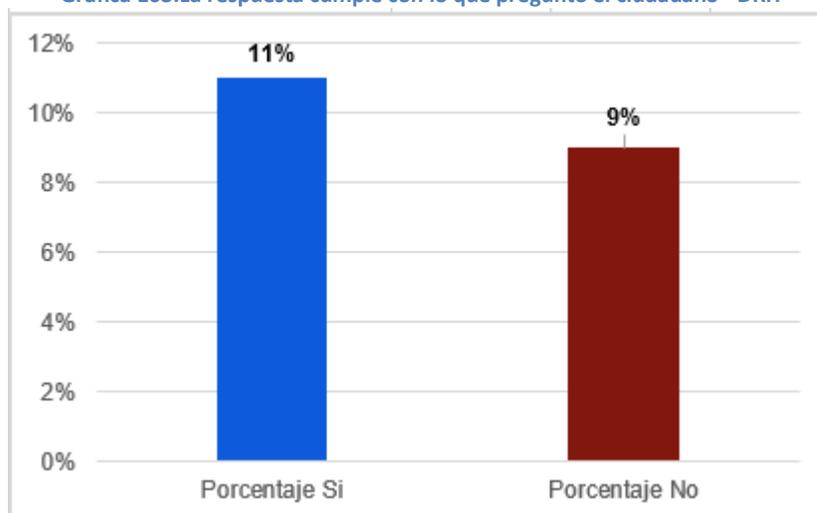
Gráfica 101. Porcentaje de ciudadanos que interpusieron algún tipo de petición – DRH



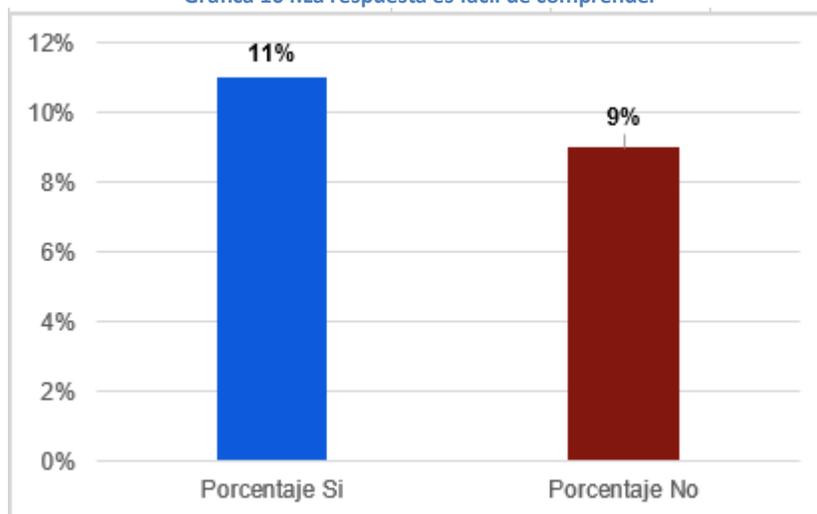
Gráfica 102. Porcentaje de tiempo de respuesta por la entidad –DRH



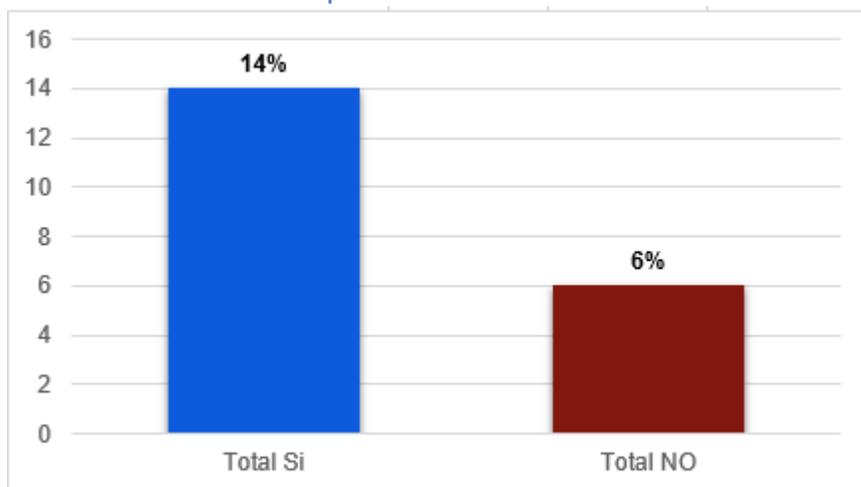
Gráfica 103. La respuesta cumple con lo que pregunto el ciudadano –DRH



Gráfica 104. La respuesta es fácil de comprender



Gráfica 105.La respuesta suministrada fue de calidad –DRH



4. MEJORAMIENTO DE BARRIOS

Caja de la Vivienda Popular- CVP tiene como misión Ejecutar las políticas de la Secretaría del Hábitat en los programas de Titulación de Predios, Mejoramiento de Vivienda, Mejoramiento de Barrios y Reasentamientos Humanos, mediante la aplicación de instrumentos técnicos, jurídicos, financieros y sociales con el propósito de elevar la calidad de vida de la población de estratos 1 y 2 que habita en barrios de origen informal o en zonas de riesgo, buscando incrementar el bienestar de sus habitantes, generando confianza en la ciudadanía, en la capacidad de ser mejores y vivir mejor.

Entre sus funciones la Caja de la Vivienda Popular ejecuta las obras de intervención física a escala barrial que han sido priorizados por la Secretaría Distrital de Hábitat en el marco del programa de Mejoramiento Integral de Barrios tales como: vías, senderos peatonales, escaleras, alamedas y reparaciones locativas en Salones Comunes.

El proceso de Mejoramiento de Barrios implementa los procedimientos de estudios de pre viabilidad, supervisión de contratos y finaliza con el procedimiento de seguimiento y control a la estabilidad y sostenibilidad de las obras que ha sido entregadas a la comunidad, cumpliendo con los objetivos estratégicos y de calidad correspondientes:

- a. Ejecutar las políticas de la secretaria del Hábitat a través de los programas de Titulación de Predios, Mejoramiento de Viviendas, Mejoramiento de Barrios y Reasentamientos humanos conforme el Plan Distrital de Desarrollo vigente.
- b. Promover la cultura de transparencia y probidad a través de una comunicación integral con las partes interesadas para construir relaciones de confianza.

4.1. OBJETIVO GENERAL

Conocer la percepción y el nivel de satisfacción de los ciudadanos beneficiarios directos de las obras de espacio público a escala barrial que han sido ejecutadas por la Dirección de Mejoramiento de Barrios y entregadas a la comunidad, en el marco del Contrato de obra No 691 de 2018 y contrato de interventoría No 691 de 2018.

4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer la percepción de los beneficiarios respecto a la atención a la ciudadanía durante la ejecución de la obra.
- Conocer la percepción de los beneficiarios respecto a la participación de la comunidad durante la ejecución de la obra.
- Conocer la percepción de los beneficiarios respecto a la obra entregada.
- Conocer la percepción de los beneficiarios respecto al impacto que genera la obra.
- Identificar oportunidades de mejora para el proceso de Mejoramiento de Barrios en el marco de la ejecución de las obras de infraestructura a escala barrial.

4.3. METODOLOGIA

La ejecución de obras de espacio público a escala barrial que han sido ejecutadas por la Dirección de Mejoramiento de Barrios y entregadas a la comunidad se realizan a partir de un acompañamiento integral interdisciplinario de los componentes Técnico, Social, SST-MA y Jurídico, así como intersectorial, de acuerdo con el ordenamiento territorial y ambiental vigente, que permitan el desarrollo de los derechos fundamentales y propicien el desarrollo integral de comunidades sostenibles.

El acompañamiento social se realiza mediante la implementación del Plan de Gestión Social, el cual busca lograr la vinculación efectiva de la comunidad beneficiada directa e indirectamente por el proyecto, facilitando y promoviendo la participación ciudadana, el control social a la gestión pública, la auto gestión comunitaria, la corresponsabilidad, el sentido de pertenencia y la sostenibilidad de las obras a través del desarrollo de actividades de divulgación, atención al ciudadano, información y participación.

Para elaborar el informe de satisfacción se requiere la aplicación del instrumento denominado ENCUESTA DE SATISFACCIÓN FINALIZACIÓN DE OBRA COMPONENTE SOCIAL, codificado en el Sistema Integrado de Gestión de Calidad con el Número 208-MB-Ft-12.

4.4. CUÁNDO APLICAR LA ENCUESTA

Finalizada la obra y entregada a la comunidad en el marco o posterior a la firma del Acuerdo de Sostenibilidad, el cual es un espacio de encuentro entre la comunidad, las organizaciones sociales y la administración para la apropiación de las obras, el uso adecuado y regulado del espacio público y la verificación de las condiciones finales del proyecto.

4.4.1. A QUIÉN SE LE APLICA LA ENCUESTA

- Beneficiarios directos: ciudadanos que habitan en predios colindantes con la obra.
- Beneficiarios indirectos: ciudadanos que se benefician indirectamente de la intervención, es decir, quienes hacen uso de la obra de acuerdo con el área de influencia.

4.4.2. QUIÉN APLICA EL FORMULARIO

Para contratos con vigencias anteriores al año 2017 los responsables son los profesionales de la Dirección de Mejoramiento de Barrios. Para contratos con vigencias del año 2017 en adelante, los profesionales sociales del contratista responsable de la ejecución de la obra son los responsables de la aplicación de la encuesta.

4.4.3. TIPO DE FORMULARIO

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN FINALIZACIÓN DE OBRA COMPONENTE SOCIAL, codificado en el Sistema Integrado de Gestión de Calidad con el Número 208-MB-Ft-12. Físico impreso en papel.

4.4.4. TIEMPO DE RESPUESTA DEL FORMULARIO

El tiempo estimado para la aplicación de la encuesta por cada ciudadano es de 15 a 20 minutos aproximadamente.

4.5. SISTEMATIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

La información obtenida como resultado de la aplicación de la encuesta, se tabula en una base datos de Excel y sus resultados se analizan cuantitativa y cualitativamente según corresponda, de acuerdo con el tipo de preguntas realizadas en la encuesta de satisfacción y a partir de una metodología combinada que incluye análisis documental, cartográfico, estadístico y trabajo de campo.

La medición y caracterización de los asentamientos humanos permiten realizar un análisis de los cambios, tipologías, características sociales, económicas, ambientales y políticas, así como los sistemas de planeamiento y gestión urbanos y territoriales. De esta manera, el reconocimiento e identificación de tales características, necesidades, intereses, expectativas y preferencias de la población objeto permiten ajustar la oferta institucional y presentar ofertas de servicios focalizadas que permitan responder en forma satisfactoria a los requerimientos de la población y lograr la participación activa de los ciudadanos, con el fin de cumplir los objetivos de las entidades y satisfacer los derechos de los ciudadanos. Así mismo, la identificación y agrupación de variables permite el análisis

de la información y la formulación de estrategias y cursos de acción que permitan a la comunidad la autogestión y el desarrollo sostenible de su hábitat.

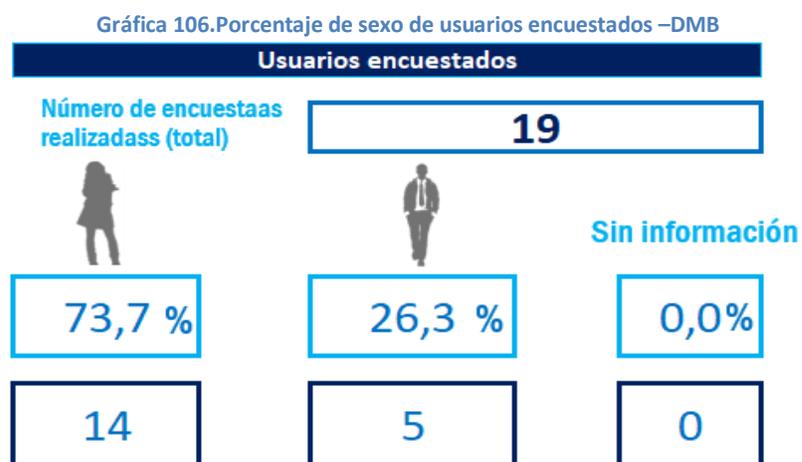
4.5.1 RESULTADOS CONTRATO DE OBRA NO 691 DE 2018 (CONSTRUCTORA CAMACON SAS) Y CONTRATO DE INTERVENTORÍA 691 (TECNICONULTA SAS)

El contrato tiene como objeto: “ADELANTAR LOS ESTUDIOS, DISEÑOS Y CONSTRUCCIÓN DE LAS OBRAS VIALES CON LOS CÓDIGOS DE IDENTIFICACIÓN VIAL-CIV PRIORIZADOS, UBICADOS EN LA LOCALIDAD DE USAQUÉN EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ D.C.”

Este informe, permite conocer los datos obtenidos a través de las encuestas de satisfacción enunciados a continuación y debido a la situación de emergencia que se presenta a nivel nacional debido al virus COVID 19 y las recomendaciones dadas por el Ministerio de Salud y Protección Social de evitar aglomeraciones y mantener la cuarenta estricta en cada una de las viviendas, la actividad del “Acuerdo de Sostenibilidad” para el presente contrato se llevó a cabo únicamente con la asistencia de las lideresas de los sectores de Cerro Norte y Santa Cecilia Norte parte alta, por tal motivo, las encuestas aplicadas se hicieron con seis (6) representantes de los comités de veeduría de ambos sectores y doce (12) habitantes de los CIV priorizados en el contrato, para un total de diecinueve (19) encuestados.

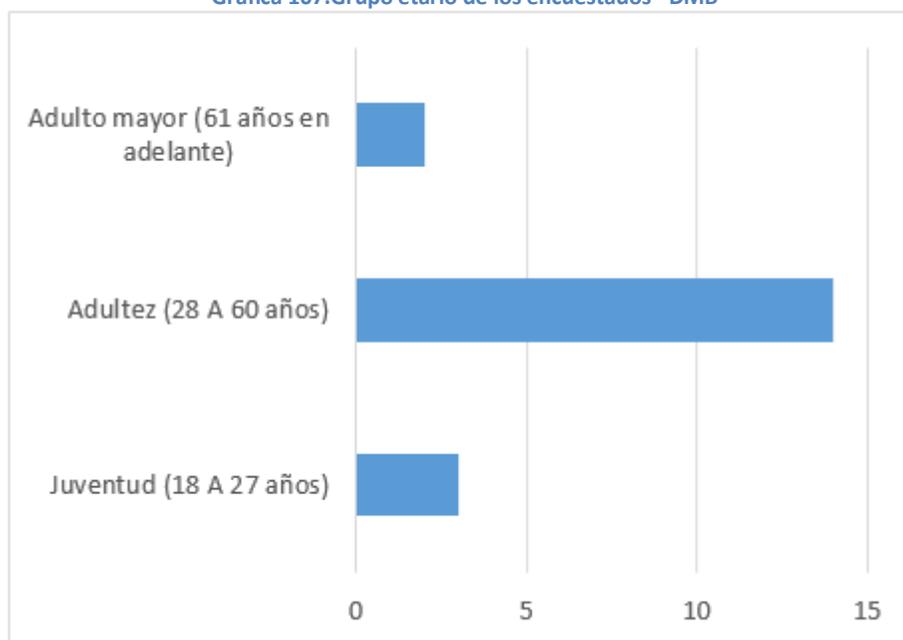
4.6. DATOS DEMOGRÁFICOS

En la siguiente gráfica se observa la relación de sexo de los usuarios encuestados, en la cual se puede observar mayor participación de mujeres (14) que de hombres (5), con un porcentaje de participación de 73.7% y 26.3% respectivamente.



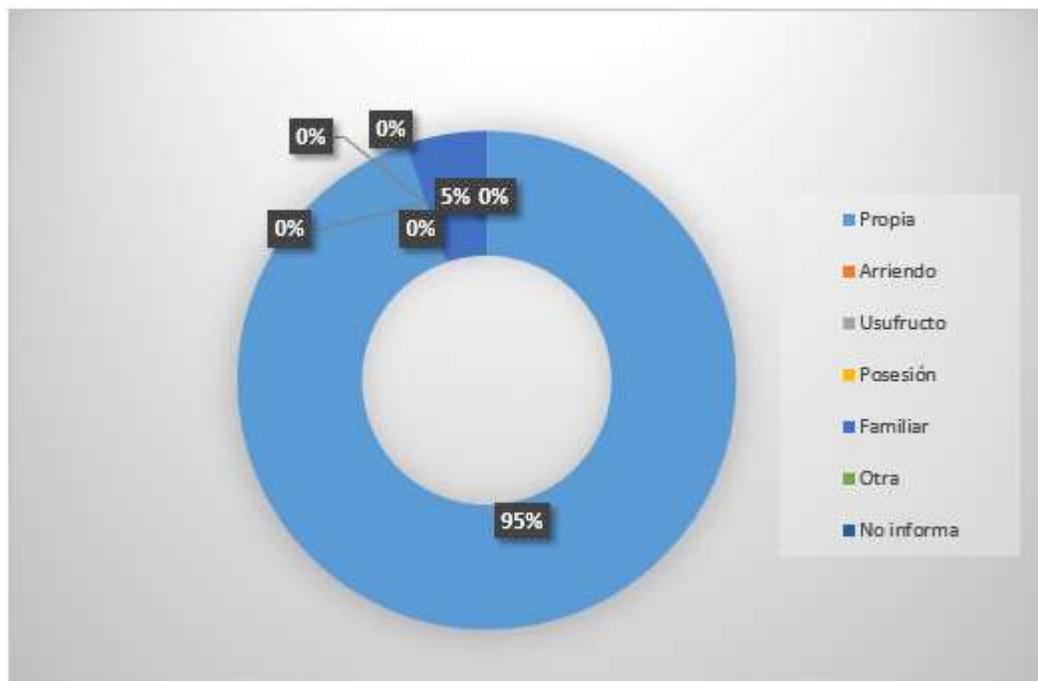
Respecto a la edad de los usuarios encuestados, se puede observar que la mayoría de ellos se encuentran en el grupo etario de 28 a 60 años de edad (Adultez), seguidos por el grupo entre 18 a 27 años (Juventud) y por último el de 61 años en adelante (Adulto mayor).

Gráfica 107. Grupo etario de los encuestados –DMB



Respecto a la forma de tenencia de la vivienda, el siguiente diagrama muestra que el 95% de los usuarios encuestados (18) son los propietarios del predio y el 5%, es decir, 1 usuario vive en una propiedad familiar, lo cual indica mayor compromiso con el bienestar y el desarrollo de la comunidad.

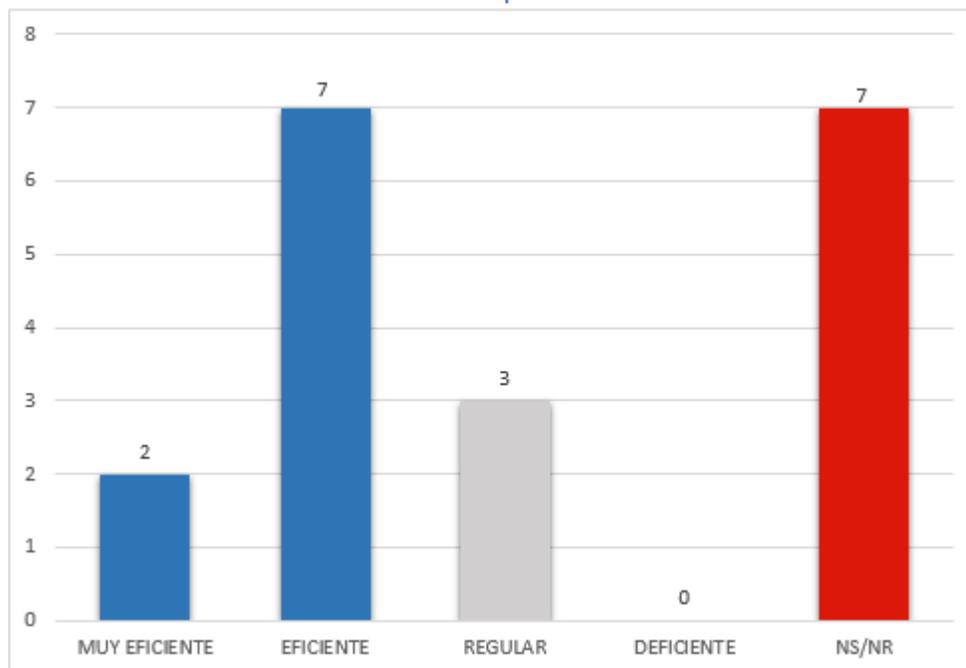
Gráfica 108. Forma de tenencia de la vivienda –DMB



4.7. PERCEPCIÓN DE ATENCIÓN A LA CIUDADANÍA

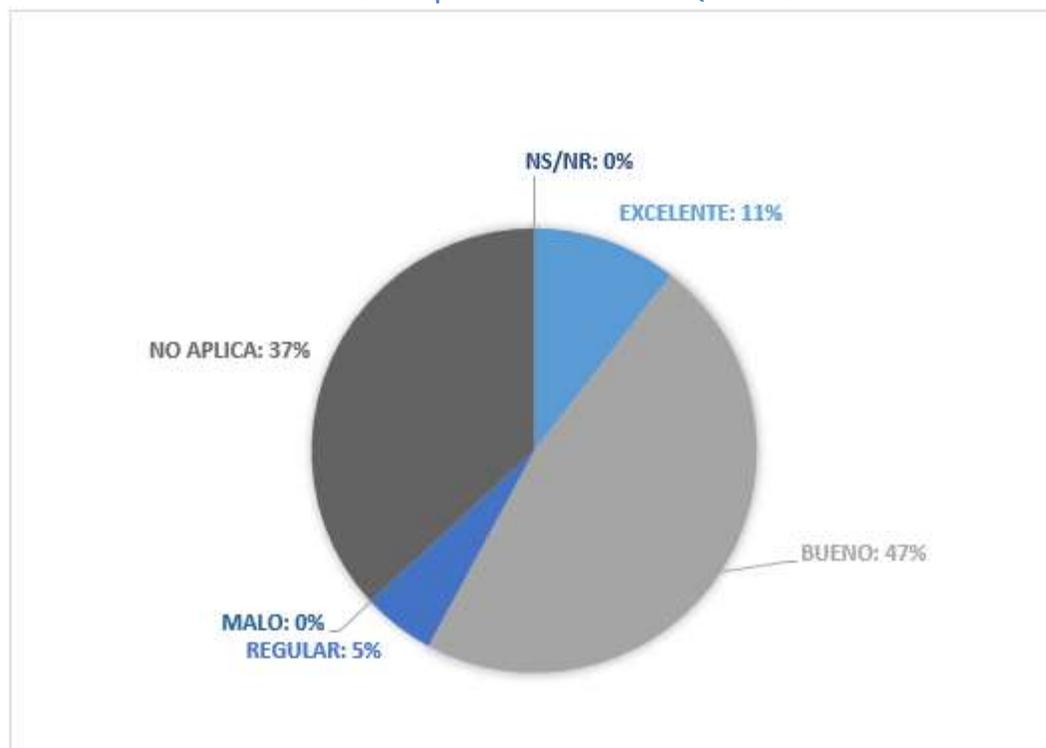
Los beneficiarios del proyecto han identificado como eficiente la gestión realizada por parte de los profesionales de la DMB; 7 encuestados, es decir, el 37% manifestaron no saber ni responder la pregunta sobre la gestión de los profesionales, 3 usuarios consideran regular la gestión realizada, es decir, el 16% y el otro 10% la considero como muy eficiente.

Gráfica 109. Gestión de los profesionales de la –DMB



Acerca del Punto de Atención a la Comunidad, el cual tiene por objeto atender, orientar e informar a los ciudadanos a través del residente social del contratista, acerca de los aspectos relacionados con la ejecución de la obra, así como recibir y tramitar los requerimientos que sean presentados por los beneficiarios directos e indirectos, se pueden apreciar los resultados mostrados en la siguiente gráfica acerca de la relación entre la presentación de un PQR y la respuesta obtenida. Estos resultados muestran que de los 12 beneficiarios que interpusieron una PQRS, el 47% de ellas, es decir 9, obtuvieron una buena respuesta, el 11% (esto es 2 de ellas) una excelente respuesta y el 5%, es decir, 1 una respuesta regular.

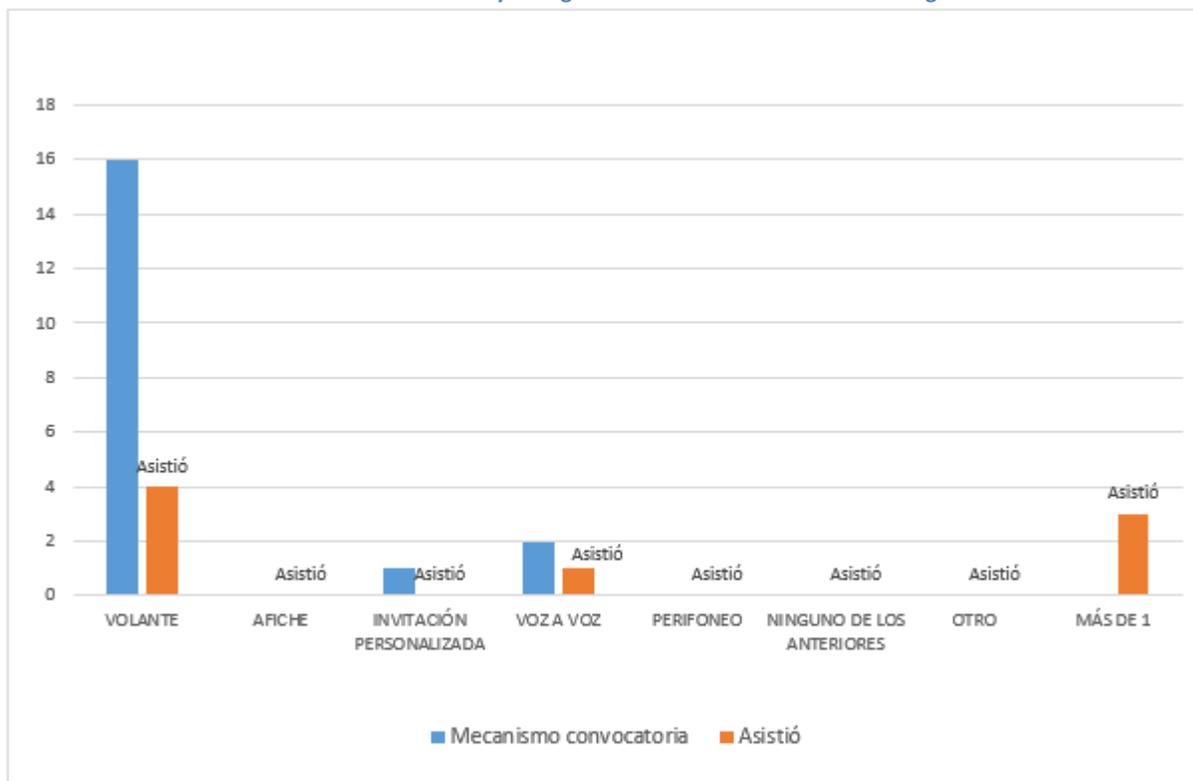
Gráfica 110. Respuesta del contratista a PQRS –DMB



Cabe resaltar que la atención de inquietudes, quejas o solicitudes ciudadanas también fueron atendidas durante los recorridos de obra realizados diariamente por la profesional social, en aquellos casos que por disponibilidad de tiempo no era fácil que los ciudadanos se acercaran al Punto de Atención a la Comunidad.

Durante la ejecución de la obra se realizan actividades en el marco del Plan de gestión social, las cuales tienen por objeto informar oportunamente a la población beneficiada directa e indirecta sobre el desarrollo del proyecto, así como brindar espacios de participación a la comunidad, de tal manera que se logre un alto nivel de vinculación y compromiso con el espacio intervenido. En este sentido, los usuarios encuestados reportaron los mecanismos por medio de los que fueron notificados de las diferentes programaciones de actividades e informaciones relevantes de la obra. En la gráfica se observa que de los 16 usuarios que reportaron haber sido informados de las actividades mediante volantes, el 100% de ellos (16) asistieron a las actividades convocadas; de los 2 usuarios que reportaron informarse de las socializaciones mediante él voz a voz, el 50% (1) asistió; finalmente, el único usuario que reportó conocer las actividades mediante el mecanismo de invitación personalizada, no asistió a las actividades convocadas por compromisos laborales previos. Los datos obtenidos en la encuesta nos permiten tener un registro claro de las razones por las cuales no asistieron 2 usuarios, las cuales se relacionaron por falta de disponibilidad por sus actividades laborales.

Gráfica 111. Mecanismos de información y divulgación de las actividades del Plan de gestión social –DMB

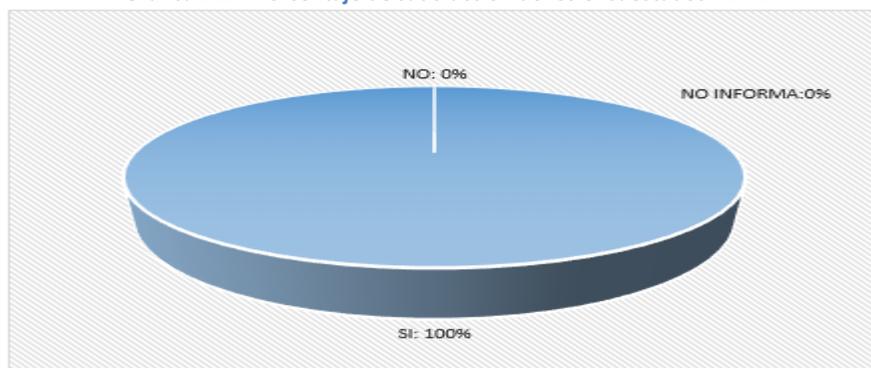


4.8. PERCEPCIÓN E IMPACTO GENERADO POR LA OBRA

Con el fin de conocer el nivel de satisfacción de la comunidad con la obra, se formularon tres preguntas enfocadas en conocer la percepción generada por la obra en cuanto a satisfacción de las necesidades de la comunidad beneficiaria; impacto generado por la obra en temas prioritarios relacionados con los capitales socio cultural, económico de seguridad y de movilidad en el sector; finalmente, la percepción de los usuarios acerca de quiénes consideran son los responsables del cuidado y sostenimiento de la obra entregada.

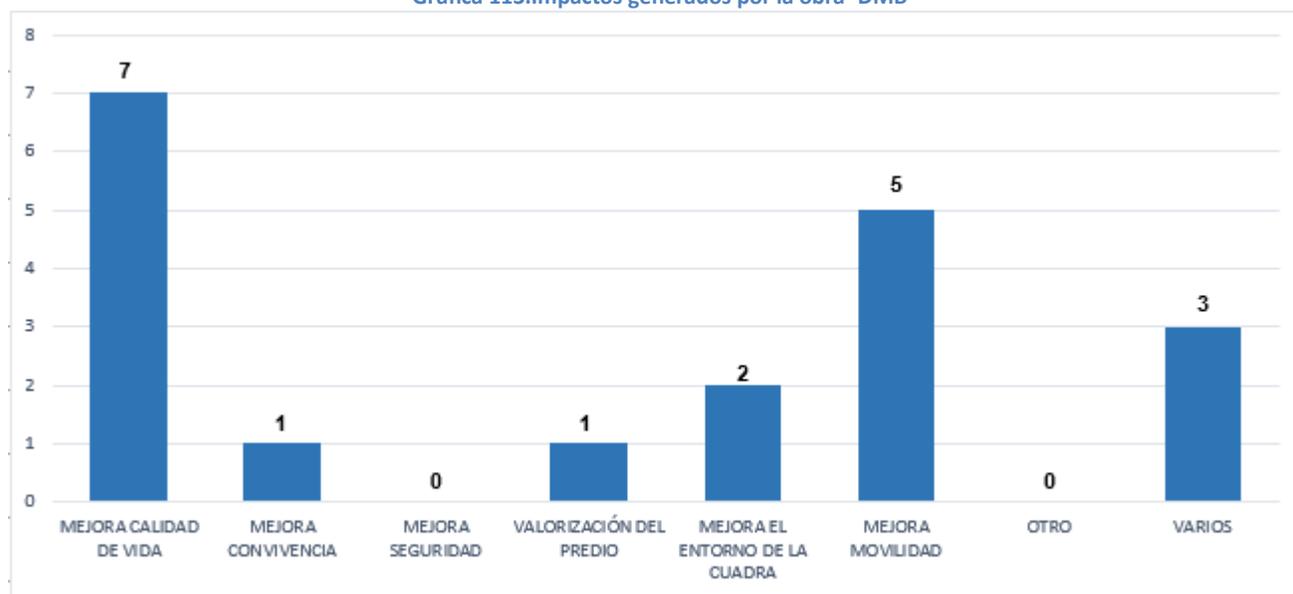
Al respecto, se puede apreciar en la siguiente gráfica que el 100% de los encuestados (19 usuarios) se encuentran satisfechos con la obra. Acerca de las razones principales informaron sentirse satisfechos por los accesos construidos hacia las viviendas, por mejorar la movilidad peatonal y por los accesos construidos a personas en condición de discapacidad y adultos mayores.

Gráfica 112.. Porcentaje de satisfacción de los encuestados –DMB



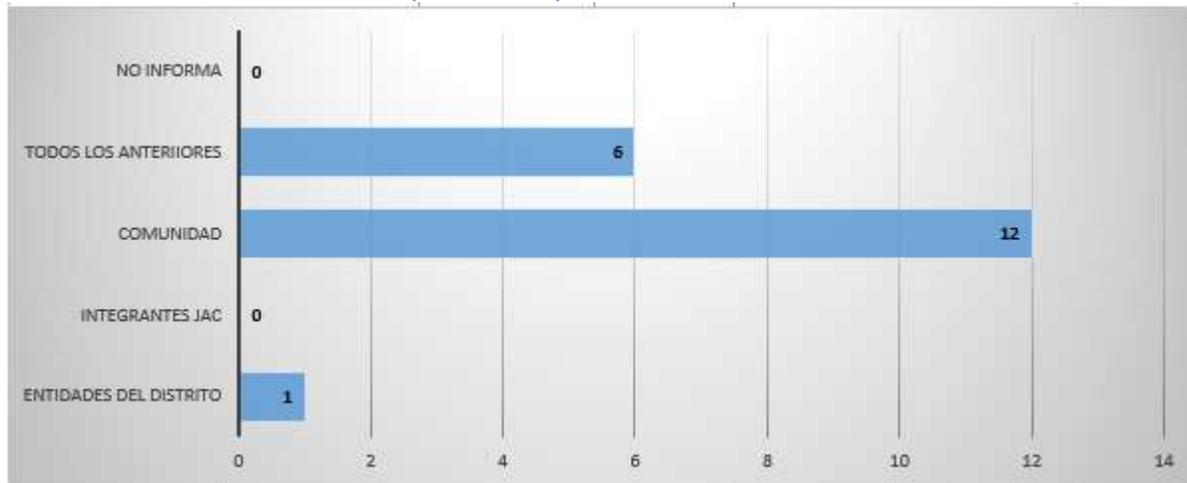
En cuanto a la percepción sobre el efecto causado por la obra, los encuestados coinciden en que las intervenciones realizadas, generaron un impacto positivo para la comunidad, observando que la totalidad de los encuestados (19) reportan una mejoría generada por la obra en varios aspectos tales como la calidad de vida, la convivencia, la seguridad, la valorización del predio, el entorno de la cuadra y la movilidad, entre otros, tal como se aprecia en la gestión de los profesionales. Así mismo, los aspectos en los cuales se puede apreciar mayor impacto positivo tienen que ver con el mejoramiento en la calidad de vida de los beneficiarios encuestados y la movilidad en sus cuadras. Una (1) de las personas encuestadas manifestó que mejora la convivencia ya que permite la integración entre vecinos para el cuidado de la obra realizada.

Gráfica 113. Impactos generados por la obra—DMB



Por último, se indaga a los usuarios acerca de su percepción sobre el empoderamiento de la comunidad con respecto a la responsabilidad y cuidado de la obra, sobre lo cual se puede apreciar que los beneficiarios reconocen la obra como propia y su responsabilidad en el cuidado y mantenimiento adecuado de los espacios priorizados permitiendo un proceso juicioso de estabilidad y sostenibilidad entre comunidad y distrito. De los beneficiarios encuestados 12 de ellos (63%) considera que el cuidado de la obra corresponde enteramente a la comunidad, 6 (32%) consideran que el cuidado debe darse por parte de la comunidad, los integrantes de la JAC y las entidades del Distrito. Solamente 1 usuario reportó que la responsabilidad del cuidado de la obra son las entidades del Distrito, tal como se evidencia en la siguiente gráfica

Gráfica 114. Percepción de la responsabilidad del cuidado de la obra –DMB



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

Dando a cabalidad y el desarrollo del presente informe se indica que la metodología empleada por el proceso de Servicio al Ciudadano y en conjunto de la dirección de mejoramientos de barrios se puede establecer que la satisfacción de los usuarios de CVP.

Se desarrolló tomando el consolidado del promedio obtenido en la calidad respecto de atributos, aspectos comunes y específicos del servicio como satisfacción del usuario. Se utiliza tres métricas distintas en una escala de 1 a 5 y cuyas calificaciones se explicaron anteriormente. La calificación consolidada para DUT fue 4,41, para DMV 3,26 y para DRH 3,82 La calificación promedio considerando las 3 métricas y los 3 procesos, sin establecer un peso específico corresponde a promedio general de 3,83

Tabla 20. Consolidado de la calidad del servicio, la satisfacción del usuario de los aspectos específicos

Métricas Por Proceso	DUT	DMV	DRH	Promedio
Atributos de Calidad del Servicio	4,48	3,4	3,84	3,91
Nivel de satisfacción del Usuario	4,53	3,26	3,87	3,89
Aspectos Específicos	4,21	3,11	3,76	3,69
Promedio General por procesos	4,41	3,26	3,82	3,83

6. CONCLUSIONES

- En la ejecución del presente documento se puede concluir que los procesos que lleva actualmente la CAJA DE VIVIENDA POPULAR, están acordes con un diagrama de flujo es decir que cada uno de los procesos empleados tiene una entrada, un proceso y una salida.
- Hay que emplear un lenguaje, ético y respetuoso para que todos los usuarios comprendan los mensajes emitidos por la entidad y de esta manera tener una satisfacción de 100% en cada proceso que maneja la CVP.
- Se observa que la población con mayor participación en los servicios prestados por CVP, son con población entre 40 a 65 años y que su rango de escolaridad en su mayoría pertenece a una educación primaria.
- Se puede determinar que los ciudadanos ya están adoptando el uso y acceso de la tecnología, lo que se podría aprovechar al 100% a favor de la entidad para ir adelantando tramites, asesorías e.c.t
- Indagar y estar en un contacto constante con aquellos ciudadanos que llevan proceso de larga duración e indagar el motivo y tratar de brindar una solución y cerrare casos o procesos de raíz.
- Hay una percepción positiva mayoritaria sobre los impactos que genera las obras en la calidad de vida, la movilidad, la convivencia, entre otros.

MARÍA MERCEDES MEDINA OROZCO
Directora de Gestión Corporativa y CID

Elaboró: Carlos Leonardo Galvis Bulla – Contrato No. 663 de 2020
Reviso: Roberto Carlos Narváez Cortés – Contrato No. 600 de 2020