

CAJA DE LA VIVIENDA POPULAR

**INFORME DE MEDICIÓN DEL
GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS
BENEFICIARIOS DE LOS PROCESOS
MISIONALES**

**SEGUNDO INFORME BIMESTRAL
MARZO – ABRIL DEL 2022**

Contenido

1. DIRECCIÓN DE REASENTAMIENTOS.....	9
1.1. VARIABLE DEMOGRAFICA	10
1.2. MOTIVO DE VISITA Y PERMANENCIA EN EL PROCESO	15
1.3. CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CIUDADANO (A)	17
1.4. DISPONIBILIDAD Y USO DE LAS TECNOLOGIAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES (TIC). 23	
1.5. ASPECTOS PROCESO DE SERVICIO AL CIUDADANO MEDICIÓN DEL EFECTO DE INFORMACIÓN SUMINISTRADA A LOS CIUDADANOS (AS) SOBRE GRATUIDAD DE TRAMITES Y SERVICIOS Y LA NO RECURENCIA A INTERMEDIARIOS.	28
1.6. ATENCIÓN DE PQRS SERVICIO AL CIUDADANO SEGUIMIENTO A PETICIONES QUEJAS O RECLAMOS EN LA CVP	30
2.DIRECCIÓN DE URBANIZACIÓN Y TITULACIÓN.....	34
2.1. VARIABLE DEMOGRAFICA	34
2.2. MOTIVO DE VISITA Y PERMANENCIA EN EL PROCESO	39
2.3. CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CIUDADANO (A)	42
2.4. DISPONIBILIDAD Y USO DE LAS TECNOLOGIAS DE INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES (TIC)	46
2.5. ASPECTOS PROCESO DE SERVICIO AL CIUDADANO MEDICIÓN DEL EFECTO DE INFORMACIÓN SUMINISTRADA A LOS CIUDADANOS (AS) SOBRE GRATUIDAD DE TRAMITES Y SERVICIOS Y LA NO RECURENCIA A INTERMEDIARIOS	51
2.6. ATENCIÓN DE PQRSD SERVICIO AL CIUDADANO SEGUIMINETO A PETICIONES QUEJAS O RECLAMOS EN LA CVP	54
3. DIRECCIÓN DE MEJORAMIENTO DE VIVIENDA	57
3.1. VARIABLE DEMOGRAFICA	57
3.2. MOTIVO DE VISITA Y PERMANENCIA EN EL PROCESO	62
3.3. CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CIUDADANO (A)	65
3.4. DISPONIBILIDAD Y USO DE LAS TECNOLOGIAS DE INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES (TIC)	69
3.5. ASPECTOS PROCESO DE SERVICIO AL CIUDADANO MEDICIÓN DEL EFECTO DE INFORMACIÓN SUMINISTRADA A LOS CIUDADANOS (AS) SOBRE GRATUIDAD DE TRAMITES Y SERVICOS Y LA NO RECURENCIA A INTERMEDIARIOS	74
3.6. ATENCIÓN DE PQRSD SERVICIO AL CIUDADANO SEGUIMIENTO A PETICIONES QUEJAS O RECLAMOS EN LA CVP	76
4. DIRECCIÓN DE MEJORAMIENTOS DE BARRIOS	79
4.1. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN NODO LA CECILIA – LOCALIDAD DE SAN CRISTOBAL.....	79

4.1.1. PERCEPCIÓN RESPECTO A LA ATENCIÓN A LA CIUDADANIA DURANTE LA EJECUCIÓN DE LA OBRA	82
4.1.2. PERCEPCIÓN RESPECTO A LA PARTICIPACIÓN DE LA COMUNIDAD DURANTE LA EJECUCIÓN DE LA OBRA	87
4.1.2. PERCEPCIÓN RESPECTO A LA OBRA ENTREGADA	89
4.1.3. PERCEPCIÓN DEL IMPACTO QUE GENERA LA OBRA	90
4.2. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE FINALIZACIÓN DE LAS OBRAS BARRIO LLANURITA – FRANJA DE BUENAVISTA	93
4.2.1. INTRODUCCIÓN	93
4.2.2. OBJETIVOS	94
4.2.2.1. OBJETIVO GENERAL	94
4.2.2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	94
4.2.3. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	94
4.2.4. MUESTRA	94
4.2.4.1. CATEGORÍAS DE CLASIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN Y ANÁLISIS	95
4.2.5. CONCLUSIONES	105
5. ATENCIÓN PROCESO SERVICIO AL CIUDADANO	105
6. CONSOLIDADO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LA CIUDADANIA	106
7. CONCLUSIONES	107

Lista de Graficas.

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

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

Gráfica 81. Cantidad de habitantes por vivienda.....	61
Gráfica 82. Motivo de la visita.....	62
Gráfica 83. Tramite y servicio – Proceso.....	63
Gráfica 84. Tiempo de permanencia en el proceso	63
Gráfica 85. Información suficiente sobre el proceso	64
Gráfica 86. Distribución porcentual por localidad del suministro de información sobre el proceso	64
Gráfica 87. Suministro de información suficiente sobre el proceso	64
Gráfica 88. Calificación de los atributos del servicio.....	65
Gráfica 89. Nivel de satisfacción de los usuarios con el servicio prestado	66
Gráfica 90. Población satisfecha e insatisfecha con el servicio.....	67
Gráfica 91. Motivos de baja satisfacción.....	67
Gráfica 92. Diagrama de Pareto de los motivos de baja satisfacción	68
Gráfica 93. Aspectos específicos del área misional.....	69
Gráfica 94. Servicios de telefonía e Internet de la población	70
Gráfica 95. Disposición de dispositivos TIC de la población.....	71
Gráfica 96. Acceso de la población a Internet.....	71
Gráfica 97. Frecuencia de acceso de la población a Internet	72
Gráfica 98. Usos que la población encuestada hace del Internet.....	72
Gráfica 99. Uso de los canales de comunicación	73
Gráfica 100.. Utilidad de la información suministrada a través de los canales de comunicación	73
Gráfica 101. Habitualidad en el uso de los canales de comunicación (volverlos a usar).....	74
Gráfica 102. Información sobre la gratuidad de trámites y servicios	75
Gráfica 103. Información sobre la gratuidad de trámites y servicios y lo innecesario de los intermediarios.....	75
Gráfica 104. Comprendieron los mensajes de gratuidad de trámites y servicios y de no acceso a los intermediarios.....	76
Gráfica 105. Ciudadanos (as) que interpusieron algún tipo de petición.....	77
Gráfica 106. Porcentaje de tiempo de respuesta por la entidad	77
Gráfica 107. La respuesta cumple con lo que pregunto el ciudadano (a).....	78
Gráfica 108. La respuesta es fácil de comprender	78
Gráfica 109.. La respuesta suministrada fue de calidad	78
Gráfica 110. Identificación Sexo.....	80
Gráfica 111. Grupo etario.....	80
Gráfica 112. Tipo de tenencia de vivienda	81
Gráfica 113. Organización social/comunitaria	82
Gráfica 114. Calificación instalaciones y uso PAC	83
Gráfica 115. ¿Realizó alguna PQRS?.....	84
Gráfica 116. La respuesta obtenida fue	84
Gráfica 117. Mecanismos para realizar PQRS	85
Gráfica 118. Forma de respuesta a PQRS.....	86
Gráfica 119. Gestiones profesionales sociales CVP.....	86
Gráfica 120. Mecanismos de información sobre el proyecto	87
Gráfica 121. Asistencia a actividades sociales.....	87
Gráfica 122. Cumplimiento expectativas actividades sociales.....	88

Gráfica 123. ¿Conoció el Comité de Veeduría?.....	88
Gráfica 124. Calificación Gestión Comité Veedor	89
Gráfica 125. ¿Se encuentra Satisfecho.....	89
Gráfica 126. Efecto generado en cuanto a calidad	90
Gráfica 127. Impactos generados por la obra	90
Gráfica 129.Responsable(s) del cuidado de la obra	91
Gráfica 130. Tipo de beneficiario	95
Gráfica 131. Sexo.....	96
Gráfica 132. Grupo Etario.....	96
Gráfica 133. Grupo etario.....	96
Gráfica 134. Organizaciones sociales o comunitarias	97
Gráfica 135. ¿Conoce el PAC?	97
Gráfica 136. ¿cómo califica las instalaciones del PAC?	98
Gráfica 137. ¿Ha puesto PQRSD?	98
Gráfica 138. ¿La respuesta a su PQRSD fue?.....	99
Gráfica 139. Mecanismo utilizado para la realización la PQRSD.....	99
Gráfica 140. Mecanismos utilizados para dar respuesta	100
Gráfica 141. ¿Cómo califica la gestión social de Mejoramiento	100
Gráfica 142. Medios de divulgación del proyecto.....	101
Gráfica 143. Asistencia actividades con la comunidad	101
Gráfica 144. ¿Conoce el comité veedor?	102
Gráfica 145. Calificación de la gestión del comité veedor	102
Gráfica 146. ¿Se encuentra satisfecho con la obra?	103
Gráfica 147. Efecto generado por la obra	104
Gráfica 148. Responsables por el cuidado de las obras	104
Gráfica 149. Orientación modulo#1 servicio al ciudadano	105
Gráfica 150. Usted ha radicado algún tipo de documento en la entidad de manera presencial ...	106
Gráfica 151. Orientación ventanilla de radicación servicio al ciudadano	106

Lista de Tablas

Tabla 1. Población encuestada por localidad.....	9
Tabla 2. Distribución de la edad y género de la población encuestada.....	11
Tabla 3. Distribución porcentual de los motivos de la visita.....	15
Tabla 4. Clasificación de Otra	16
Tabla 5. Distribución porcentual tiempo de permanencia en el proceso.....	16
Tabla 6. Distribución porcentual del suministro de información sobre el proceso	17
Tabla 7. Dimensiones de la calidad del servicio modelo SERVQUAL	18
Tabla 8. Atributos y dimensiones de la calidad del servicio.....	19
Tabla 9. Distribución de la población encuestada por localidad.....	34
Tabla 10. Distribución de la edad y género de la población encuestada.....	36
Tabla 11. Distribución porcentual de los motivos de la visita.....	39
Tabla 12. Distribución porcentual tiempo de permanencia en el proceso.....	41
Tabla 13. Distribución porcentual por localidad del suministro de información sobre el proceso ..	42
Tabla 14. Atributos y dimensiones de la calidad del servicio.....	43
Tabla 15. Población encuestada por localidad.....	57
Tabla 16. Distribución de la edad y género de la población encuestada.....	59
Tabla 17. Distribución porcentual de los motivos de la visita.....	62
Tabla 18. Distribución porcentual tiempo de permanencia en el proceso.....	63
Tabla 19. Atributos y dimensiones de la calidad del servicio.....	65
Tabla 20. Identificación de Genero	80
Tabla 21. Grupo Etario	80
Tabla 22. Tipo de tenencia de vivienda.....	81
Tabla 23. Organización social/comunitaria.....	82
Tabla 24. Conocimiento PAC.....	83
Tabla 25. Calificación instalaciones y uso PAC.....	83
Tabla 26. Mecanismos para realizar PQRS.....	85
Tabla 27. ¿Conoció el Comité de Veeduría?	88
Tabla 28. Calificación gestión Comité Veedor.....	89
Tabla 29. ¿Se encuentra satisfecho con la obra?	90
Tabla 30. Impactos generados por la obra.....	91
Tabla 31. Calidad del servicio, la satisfacción del usuario de los procesos misionales.....	107

1. DIRECCIÓN DE REASENTAMIENTOS

El desarrollo del cuestionario y recolección de datos de los ciudadanos (as) correspondientes al proceso de la Dirección de Reasentamientos fue aplicada a 40 ciudadanos (as), mediante canal presencial con un porcentaje de participación del 25% y canal telefónico con un porcentaje de 75%, las cuales autorizaron a la caja de vivienda popular de usar la información recopilada con fines estadísticos, y de conformidad con la política de tratamiento de datos personales Ley 1581 del 2012.

Nota: El desarrollo de la encuesta se dio en 4 entornos sociales, correspondientes a la entrega de apartamentos, en reunión con la comunidad en el proyecto Santa Teresita los días 4, 26 y 31 de marzo del 2022 y en el sorteo de apartamentos para el proyecto de Santa Teresita en el auditorio de la Entidad Calle 54 # 13-30 el día 28 de marzo del 2022.

El desarrollo de las encuestas se evidencia de una manera predominante en las localidades de San Cristóbal y Ciudad Bolívar.

Gráfica 1. Aplicación de Encuesta

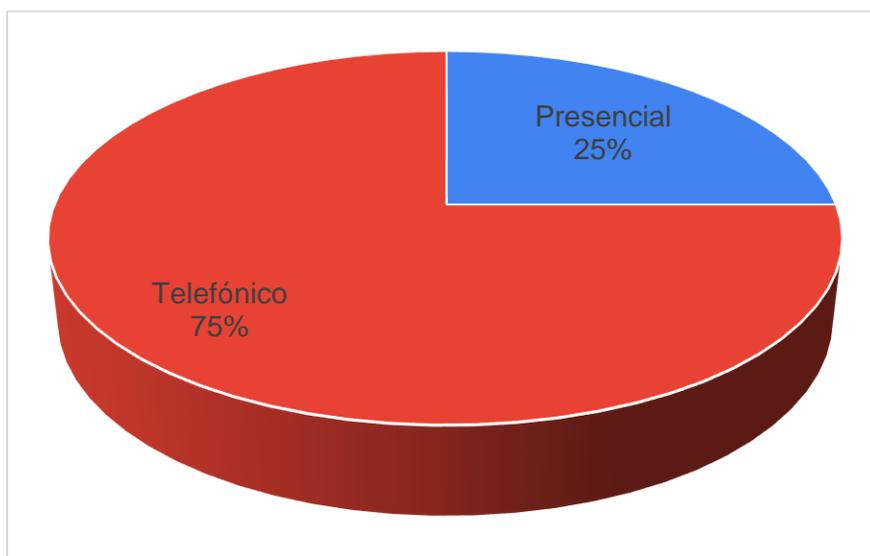


Tabla 1. Población encuestada por localidad

LOCALIDAD	#PERSONAS	%PORCENTAJE
Rafael Uribe Uribe	1	2,50%
Ciudad Bolívar	10	25,00%
San Cristóbal	26	65,00%
Usme	1	2,50%
Otro lugar	2	5,00%
Total, General	40	100%

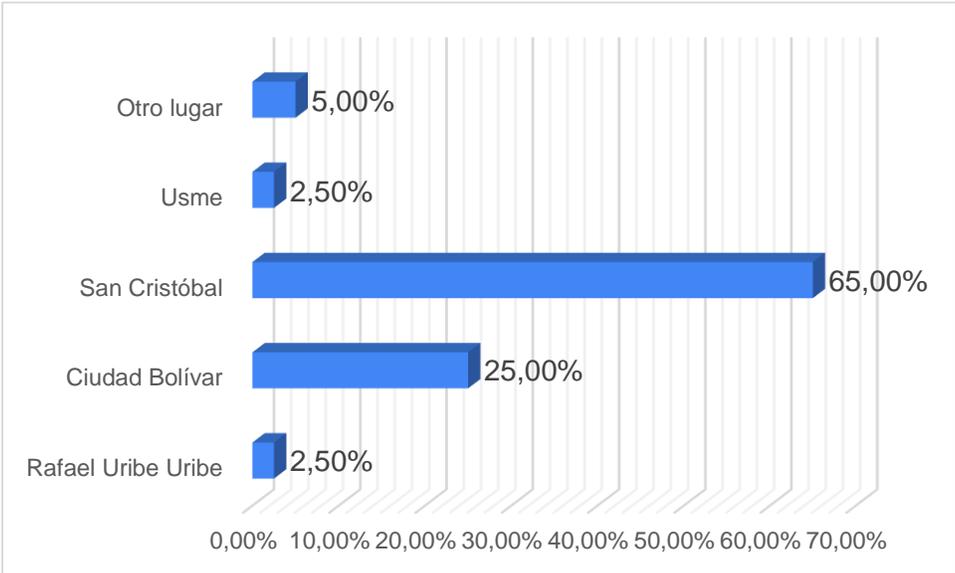
En la encuesta aplicada se recolecto información que permite medir los siguientes aspectos: Variable demográfica, calidad del servicio, satisfacción del usuario, gratuidad de los trámites y

servicios que presta la CAJA DE LA VIVIENDA POPULAR, de igual manera la comunicación y acceso a la tecnología información (TIC), peticiones interpuestas por los ciudadanos (as) y la atención brindada por el canal de servicio al ciudadano. A continuación, se presentan los datos más relevantes de cada uno de ellos:

1.1. VARIABLE DEMOGRAFICA

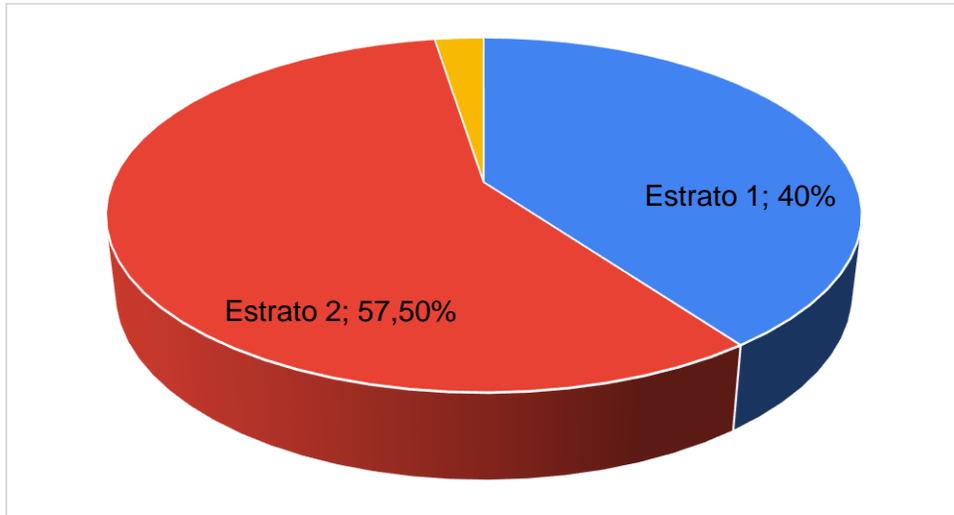
Las localidades con mayor representación en la encuesta son San Cristóbal con un 65,00% y Ciudad Bolívar 25,00%. La población encuestada hace referencia a los estratos socioeconómico 1,2 y Otra identificada como Invasión, con una participación de estrato 1 con el 40%, seguido de estrato 2 con el 57,50% y otra correspondiente a invasión con el 2,50%.

Gráfica 2. Población encuestada por localidad



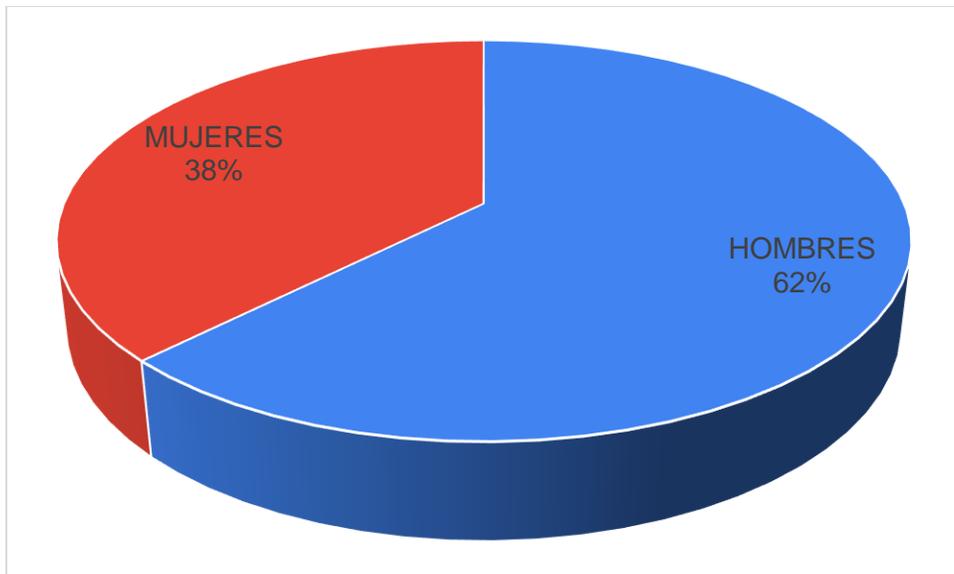
Gráfica 3. Estrato socio económico de los usuarios

Invasión: 2,50%



De la encuesta realizada se puede identificar que el género de los hombres lo representa el 62% y el de las mujeres lo representa el 38% del total de la población encuestada.

Gráfica 4. Género de la población encuestada

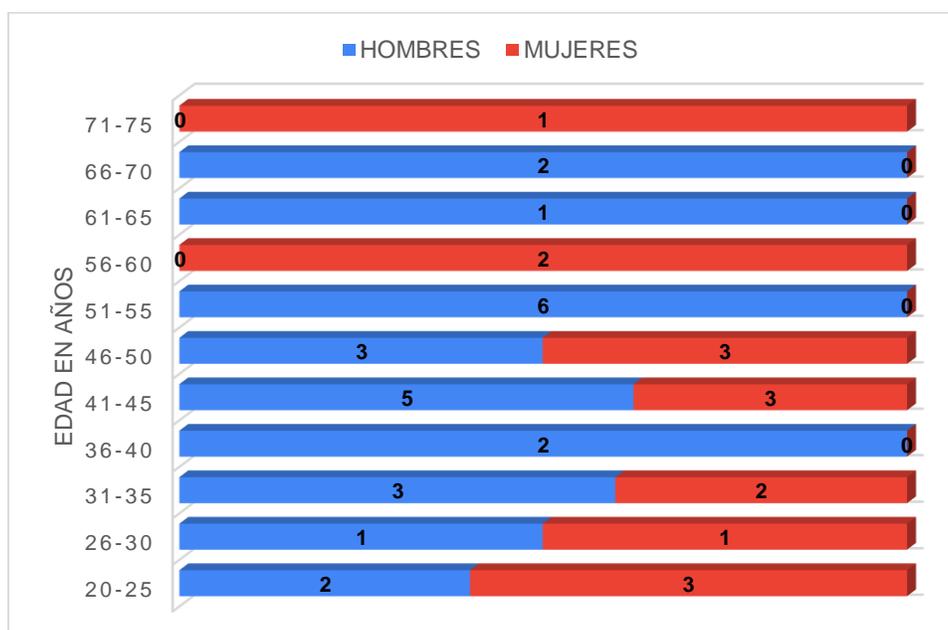


La distribución por edades de los ciudadanos (as) encuestados (as) muestra que 68% de la población está constituida entre los 40 y 70 años. La población masculina está en el 76% y la población femenina con el 53%

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

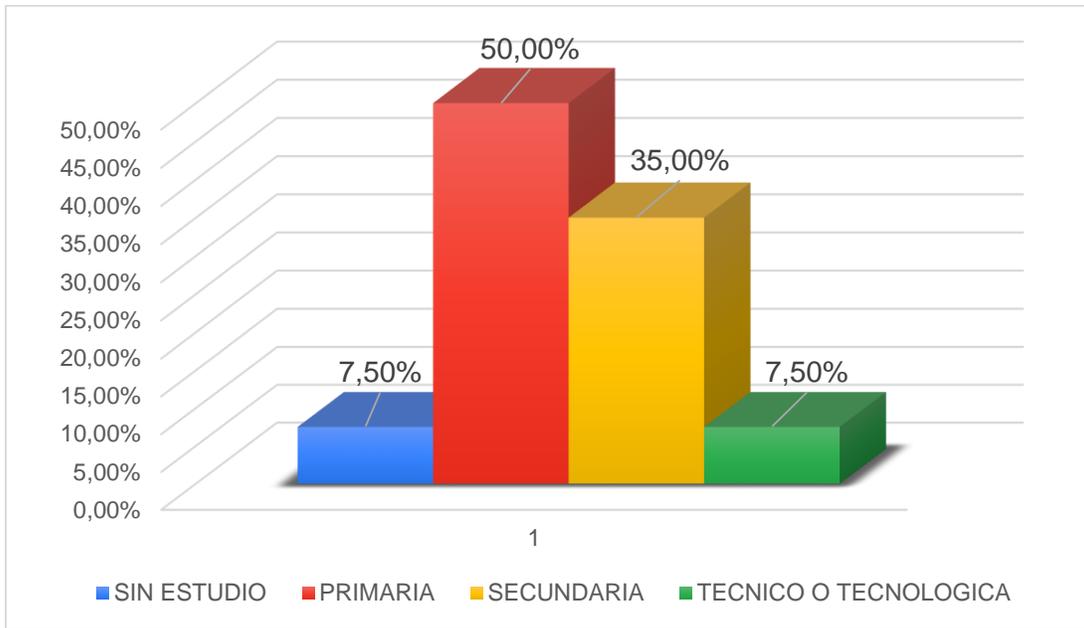
RANGO DE EDAD (AÑO)	HOMBRES	MUJERES	% EDAD (HOMBRES)	% EDAD (MUJERES)
20-25	2	3	8%	20%
26-30	1	1	4%	7%
31-35	3	2	12%	13%
36-40	2	0	8%	0%
41-45	5	3	20%	20%
46-50	3	3	12%	20%
51-55	6	0	24%	0%
56-60	0	2	0%	13%
61-65	1	0	4%	0%
66-70	2	0	8%	0%
71-75	0	1	0%	7%
Total	25	15	100%	100%
%Porcentaje	62%	38%		

Gráfica 5. Edad y género de la población encuestada

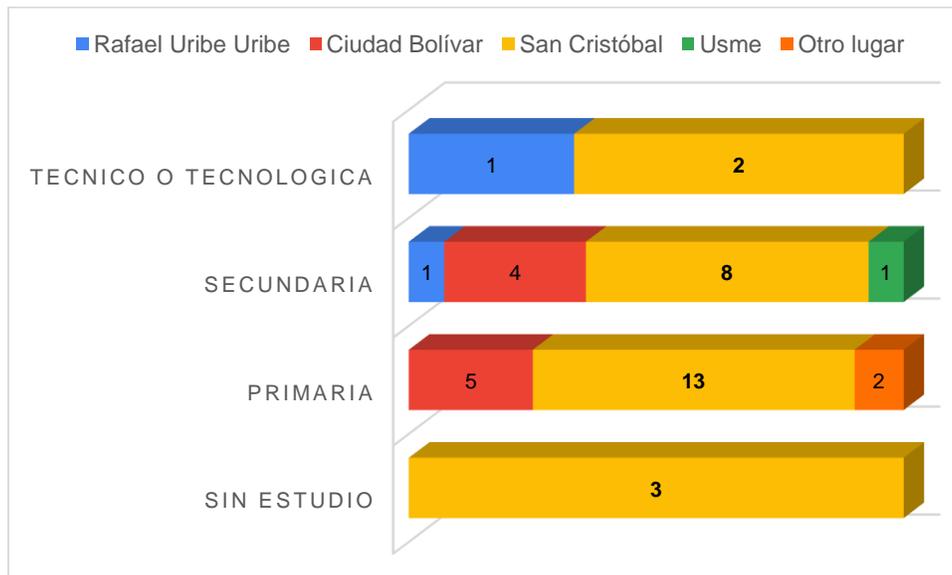


El nivel de escolaridad de la población encuestada indica que el 7,50% no tuvo educación, el 50% de la población manifiesta tener educación primaria, el 35% indico tener educación secundaria y el 7,50% indicar tener estudio superior correspondiente a Técnico o Tecnológico.

Gráfica 6. Escolaridad de la población encuestada

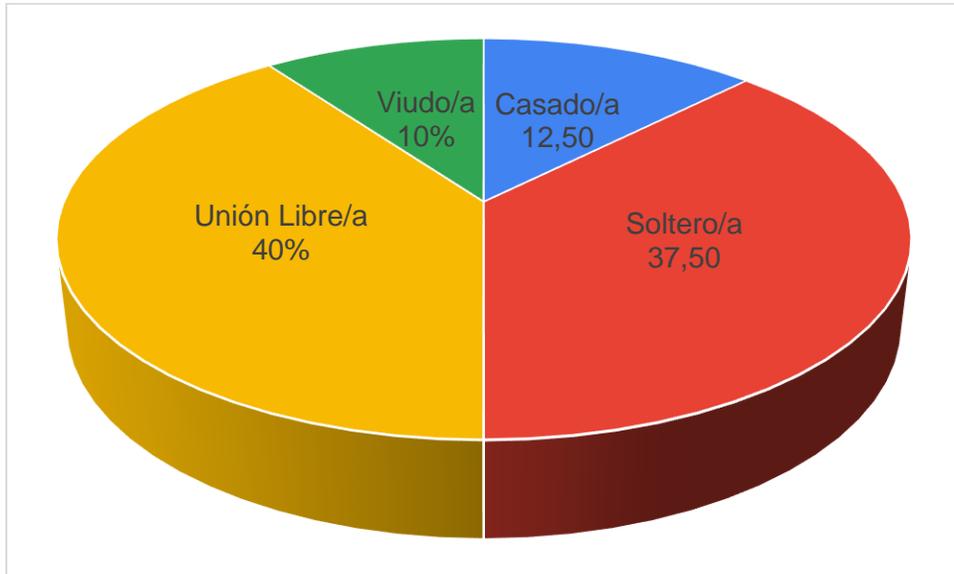


Gráfica 7. Nivel de estudios por localidad



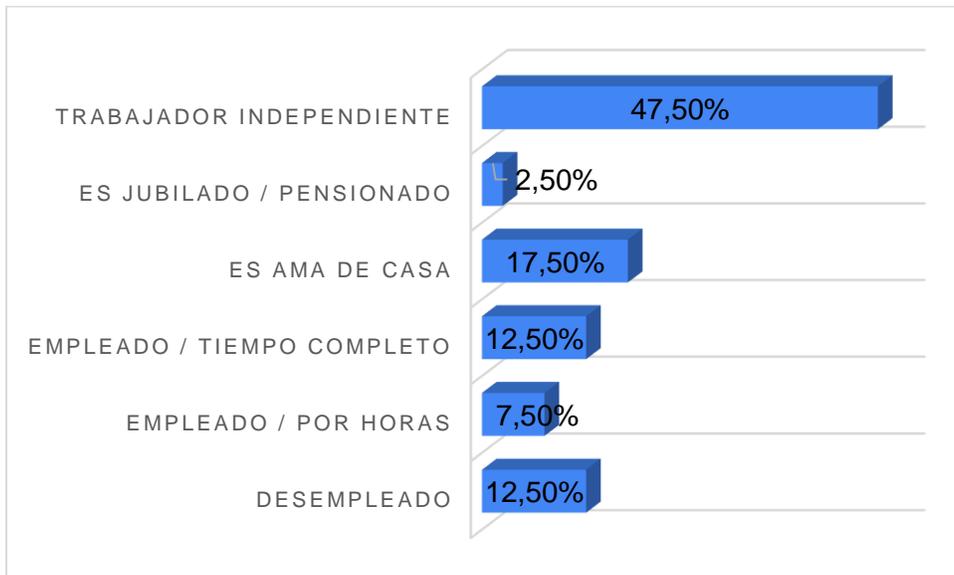
Referente al estado civil de la población encuestada y las más concurrente son Unión libre/a con un porcentaje del 40%, seguido de soltero/a con un porcentaje de participación del 37,50%.

Gráfica 8. Estado civil de la población encuestada



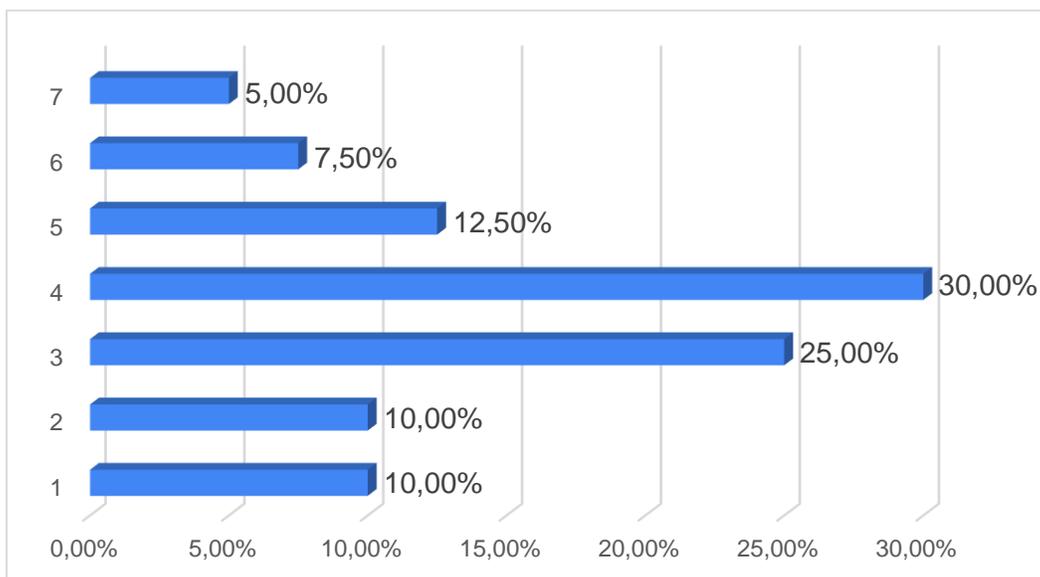
La población encuestada en la categoría de situación laboral corresponde a trabajador (informal) independiente con un porcentaje del 47,50%, seguida de ama de casa con una participación del 17,50% y con el 12,50% indica que es desempleado y con el mismo porcentaje de participación, ciudadanos (as) encuestados (as) manifestaron tener un empleo de tiempo completo.

Gráfica 9. Situación laboral de los usuarios



Un dato interesante que nos arroja la tabulación de la encuesta es la identificación del número de integrantes con las que están constituidas cada familia. El resultado fue un promedio de 4 personas, con un porcentaje del 30%, seguido de 3 personas con un porcentaje del 25% y el de 5 integrantes con una participación del 12,50%.

Gráfica 10. Cantidad de habitantes por vivienda



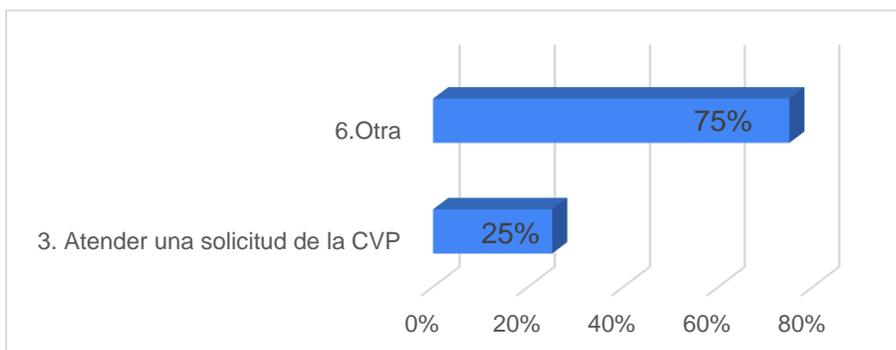
1.2. MOTIVO DE VISITA Y PERMANENCIA EN EL PROCESO

Como se indicó anteriormente el desarrollo de la encuesta se presentó con los siguientes entornos sociales: Atender una solicitud de la CVP con un porcentaje de participación del 25% y Otra correspondiente a una participación del 75%

Tabla 3. Distribución porcentual de los motivos de la visita

MOTIVO DE VISITA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
3. Atender una solicitud de la CVP	10	25%
6. Otra	30	75%
Total General	40	100%

Gráfica 11. Motivo de la visita



Se separa la clasificación de “Otra”, como se explica en la siguiente tabla.

Tabla 4. Clasificación de Otra

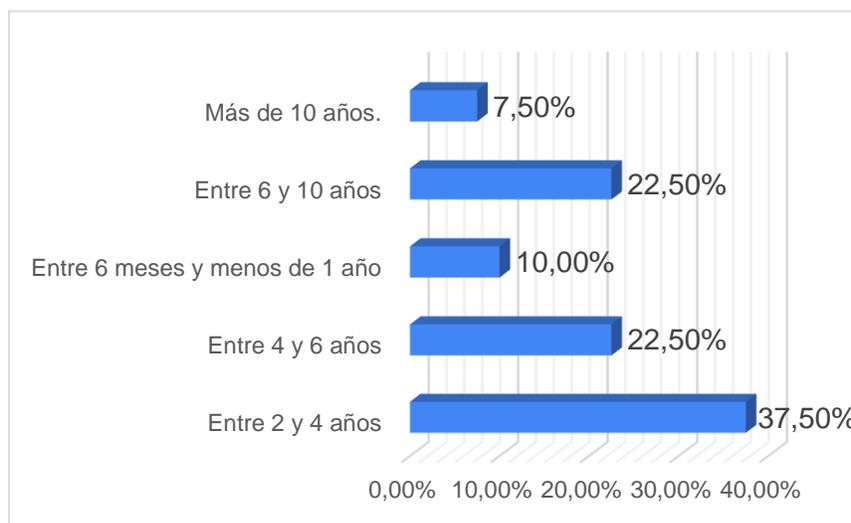
DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Entrega de apto Santa Teresita 31/03/22	9	22,5%
Entrega de apto el 4/03/22	13	32,5%
Reunión con la comunidad	8	20,0%
Atender solicitud de CVP	10	25,0%
Total, General	40	100%

En el desarrollo de la encuesta se establece un porcentaje del 37,50% que lleva un proceso entre 2 y 4 años, seguido de 22,50% con un tiempo consecutivo de 4 y 6 años, el 10% entre 6 meses y 1 año y con un porcentaje del 30%, ciudadanos (as) indicaron llevar un proceso entre 6 y 10 años activo con la Dirección de Reasentamiento.

Tabla 5. Distribución porcentual tiempo de permanencia en el proceso

TIEMPO DE PERMANENCIA EN EL PROCESO	FRECUENCIA	%PORCENTAJE
Entre 2 y 4 años	15	37,50%
Entre 4 y 6 años	9	22,50%
Entre 6 meses y menos de 1 año	4	10,00%
Entre 6 y 10 años	9	22,50%
Más de 10 años.	3	7,50%
Total, General	40	100%

Gráfica 12. Tiempo de permanencia en el proceso



En la encuesta desarrollada se indaga sobre si está bien informado del proceso y se obtiene un porcentaje de 85% que se sienten bien informados sobre el proceso que lleva con la Dirección de Reasentamiento - CVP, y el 15% manifiesta que no le brindaron información idónea. Se representa en la siguiente grafica la distribución porcentual por localidades del suministro de información sobre el proceso de Reasentamiento. Las localidades que indican estar mal informadas corresponden a

Ciudad Bolívar y San Cristóbal, cada una representada el 50%. De esta manera los datos obtenidos conducen a validar la comunicación y entrega de información a los ciudadanos (as).

Gráfica 13. Suministro de información suficiente sobre el proceso

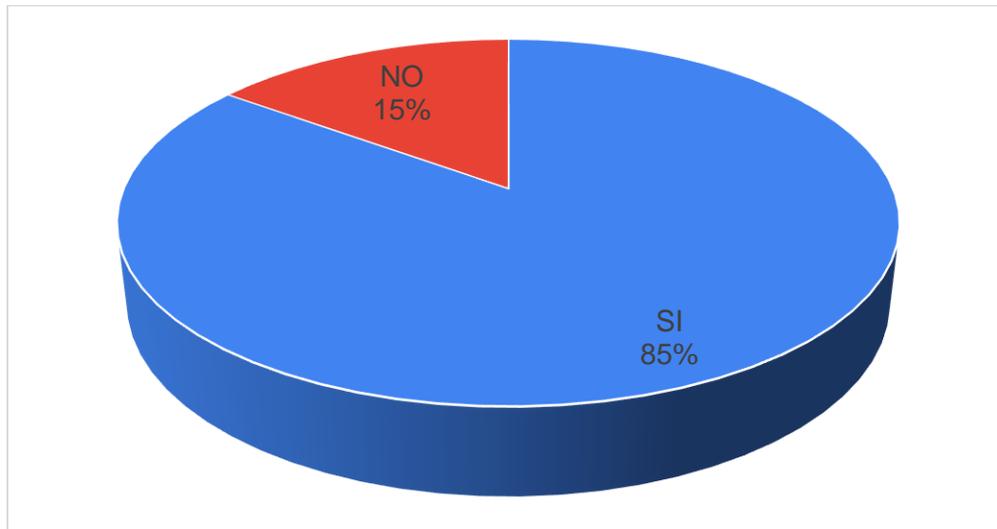
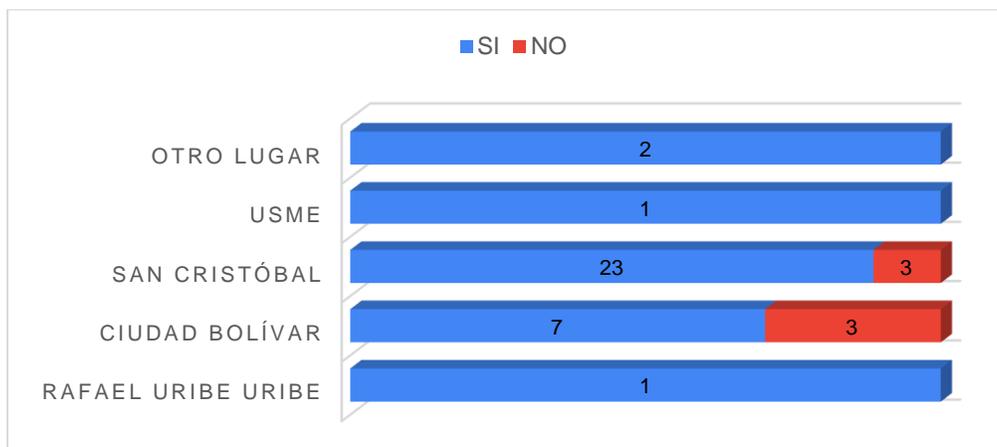


Tabla 6. Distribución porcentual del suministro de información sobre el proceso

LOCALIDAD	BIEN INFORMADO		FRECUENCIA	PORCENTAJE	
	SI	NO		SI	NO
Rafael Uribe Uribe	1		1	2,94%	
Ciudad Bolívar	7	3	10	20,59%	50%
San Cristóbal	23	3	26	67,65%	50%
Usme	1		1	2,94%	
Otro lugar	2		2	5,88%	
Total, General	34	6	40	85%	15%

Gráfica 14. Suministro de información suficiente sobre el proceso



1.3. CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CIUDADANO (a)

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 7. Dimensiones de la calidad del servicio modelo SERVQUAL

DIMENSIONES DE CALIDAD DEL SERVICIO	
FIABILIDAD	Habilidad para realizar el servicio de modo cuidadoso (seguro) y fiable (eficiente), Capacidad de desempeñarse de manera consistente y libre de incumplimientos. Cumplir promesas y no reprocesar
CAPACIDAD DE RESPUESTA	Disposición y voluntad para ayudar a los ciudadanos (as) y proporcionar un servicio rápido.
SEGURIDAD	Conocimientos y atención mostrados por los servidores públicos y sus habilidades para generar credibilidad y confianza.
EMPATIA	Atención personalizada que otorga la entidad a los ciudadanos (as). Capacidad de demostrar interés en el ciudadano (a). 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 Reasentamientos fue de 4,16. Destacándose la calidez y amabilidad del personal. En general la calificación de los atributos es similar. Aunque el atributo que presentó menor calificación fue la sencillez de los requisitos de los tramites y servicio con una calificación de 3,87 es un atributo que forma parte de la dimensión de la capacidad del servicio (capacidad de respuesta) que constituye y evalúa el tiempo que tarda el proceso en sus etapas, desde que el ciudadano (a) ingresa al programa con motivo de Reasentamiento hasta su traslado a la nueva alternativa habitacional. Se sugiere validar las normas y verificar si se pueden optimizar los procedimientos, requisitos y tiempos de ejecución de cada tramite y servicio; también emplear el uso y apropiación de las TIC para contar con tramites en línea.

Gráfica 15. Calificación de los atributos del servicio

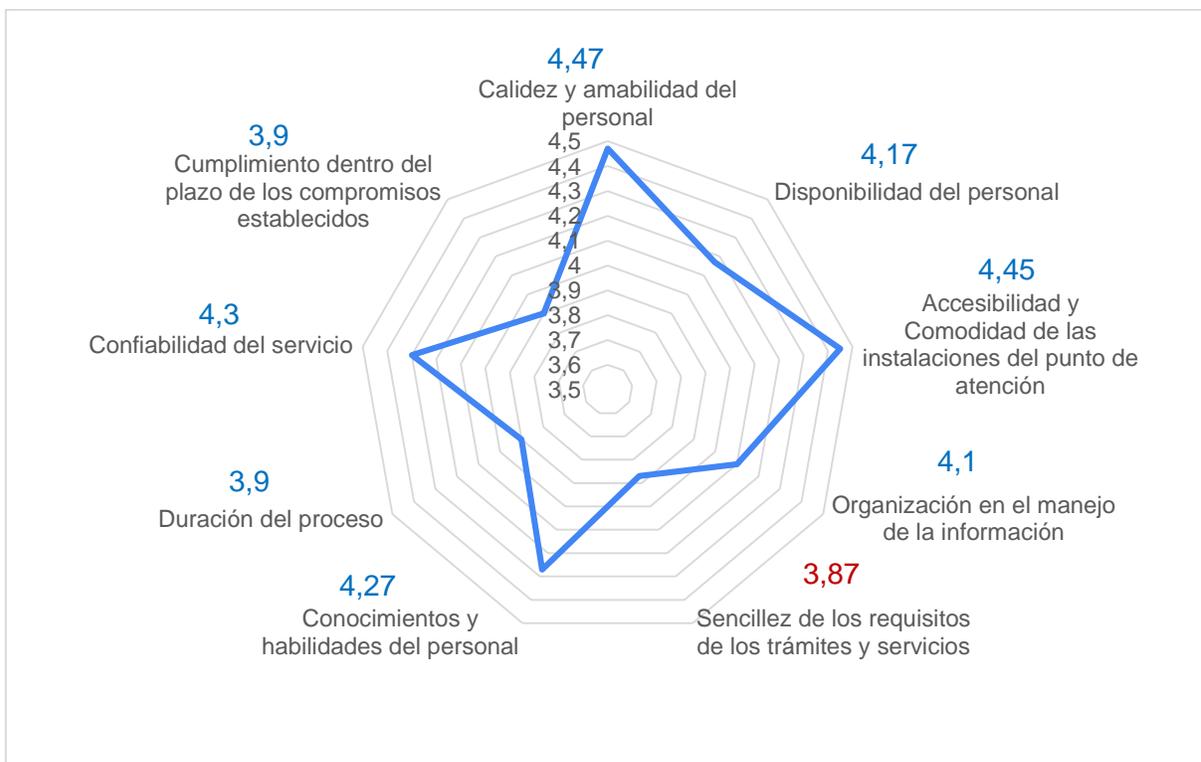


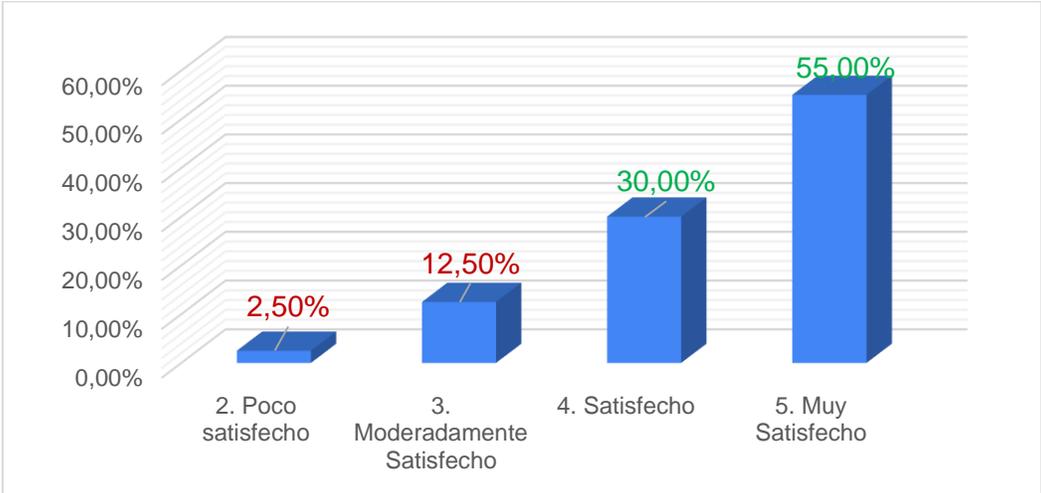
Tabla 8. Atributos y dimensiones de la calidad del servicio

ATRIBUTO	CALIFICACIÓN	DIMENSIÓN CALIDAD DE SERVICIO
Calidez y amabilidad del personal	4,47	Empatía
Disponibilidad del personal	4,17	Capacidad de Respuesta
Accesibilidad y Comodidad de las instalaciones del punto de atención	4,45	Elementos Tangibles
Organización en el manejo de la información	4,1	Fiabilidad, Capacidad de Respuesta
Sencillez de los requisitos de los trámites y servicios	3,87	Fiabilidad, Capacidad de Respuesta
Conocimientos y habilidades del personal	4,27	Seguridad
Duración del proceso	3,9	Capacidad de Respuesta
Confiabilidad del servicio	4,3	Fiabilidad
Cumplimiento dentro del plazo de los compromisos establecidos	3,9	Capacidad de Respuesta
PROMEDIO	4,16	

La satisfacción general de los usuarios de la Dirección de Reasentamientos 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,

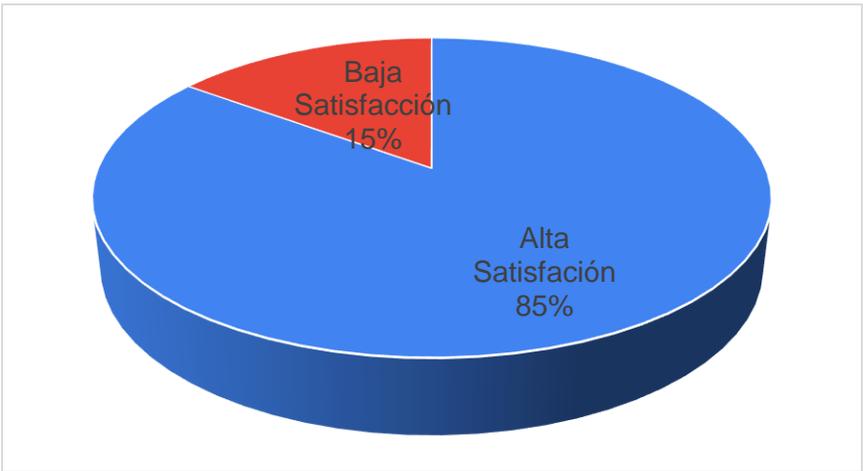
SATISFECHO, para 3, MODERADAMENTE SATISFECHO, para 2, POCO SATISFECHO y para 1, INSATISFECHO.

Gráfica 16. Nivel de satisfacción de los usuarios con el servicio prestado



En la evaluación anterior podemos apreciar que hay un porcentaje del 55,00% de los ciudadanos (as) encuestados (as) que se encuentran muy satisfechos con el servicio y atención prestada por la Dirección de Reasentamientos de la entidad, el 30,00% de la población indica estar satisfecho, el 12,50% de los encuestados manifiestan que se sienten moderadamente satisfechos con el servicio y el 2,50% indico estar poco satisfecho. 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 Dirección de Reasentamientos, que resulta de la percepción de los atributos de calidad, ha sido 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 (a) en la gestión de la dependencia.

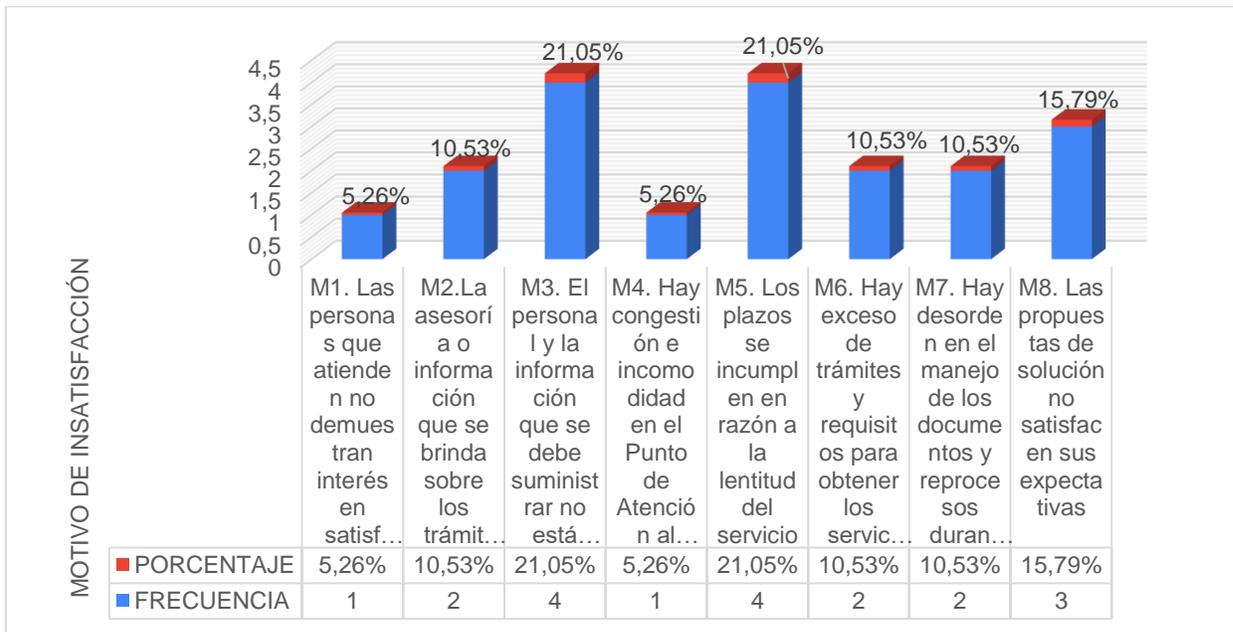
Gráfica 17. Población satisfecha e insatisfecha con el servicio



Como se mencionó con anterioridad, los usuarios con un porcentaje del 15% afirmo tener un bajo nivel de satisfacción con respecto a la Dirección de Reasentamientos de la Caja Vivienda Popular. Al

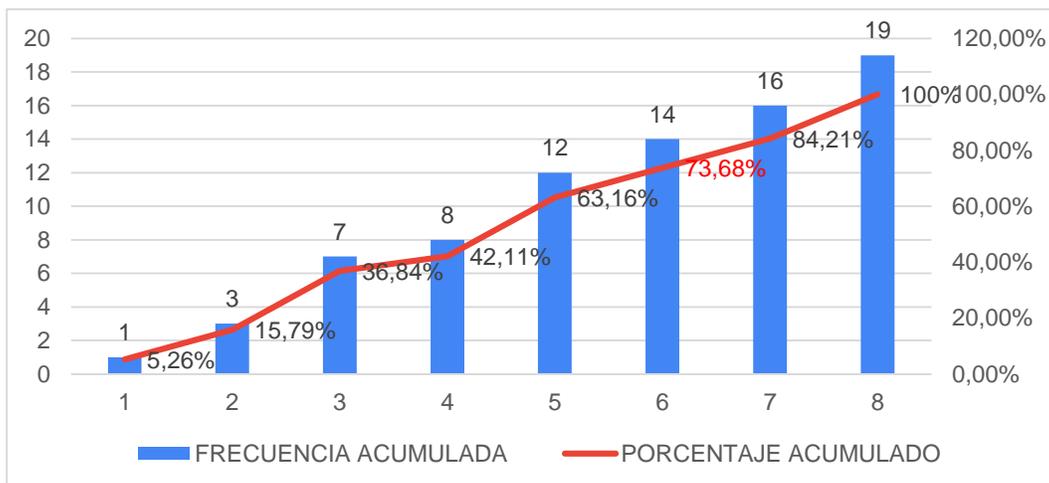
tabular la información de los encuestados se obtuvo que los ciudadanos (as) seleccionaron 8 motivos, lo que corresponde a 19 razones que explicarían dicha inconformidad. Los motivos con mayor frecuencia de incumplimiento son: El personal y la información que se debe suministrar no está disponible con un porcentaje del 21,05%, seguido de que los plazos se incumplen en razón a la lentitud del servicio con un mismo porcentaje, un tercer motivo corresponde a que las propuestas de solución no satisfacen sus expectativas con una participación del 15,79%

Gráfica 18. Motivos de baja satisfacción



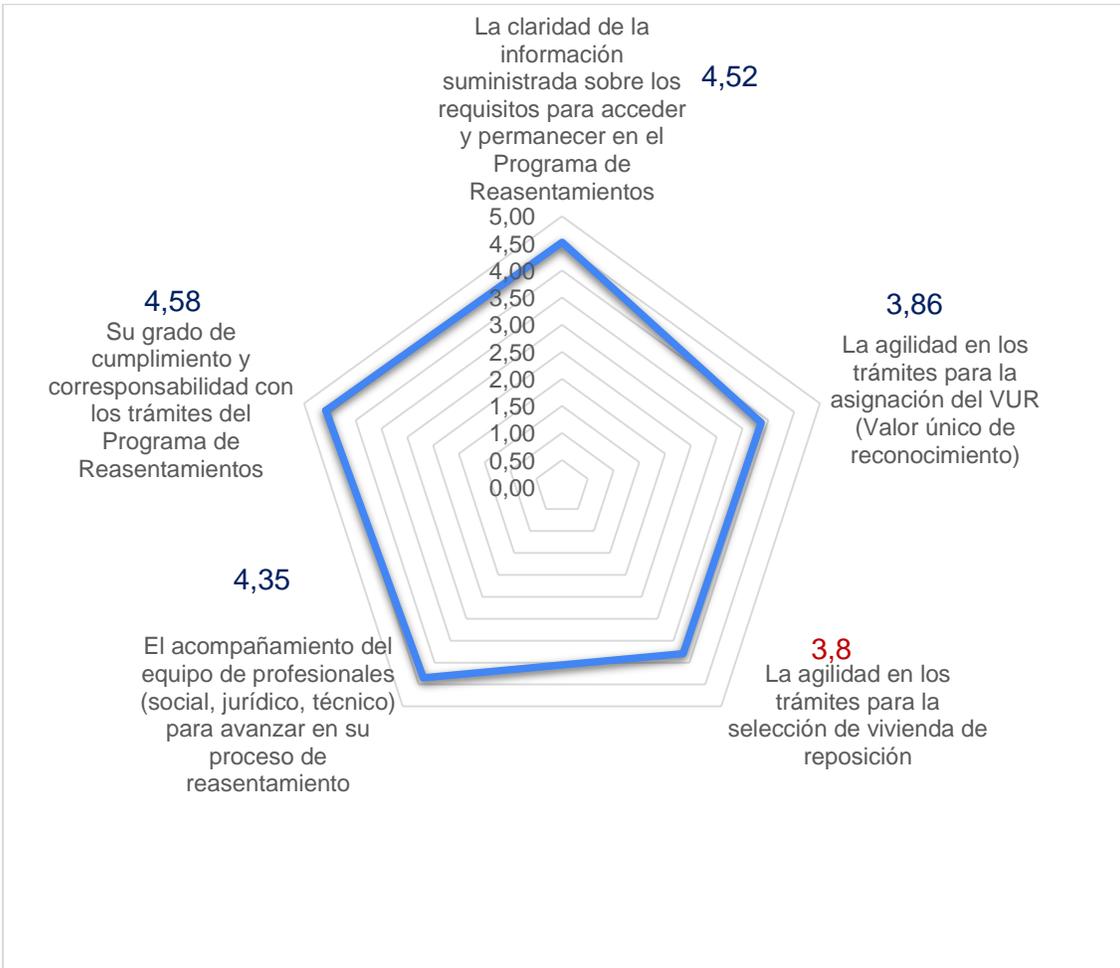
De acuerdo con el diagrama de Pareto, el 73,68% de los motivos de baja satisfacción obedecen a los tres primeros aspectos antes mencionados, los cuales deben orientar esfuerzos de mejora con finalidad de afianzar el impacto generado en la ciudadanía.

Gráfica 19. Diagrama de Pareto de los motivos de baja satisfacción



Otros indicadores de satisfacción los constituyen 5 preguntas específicas que preparó la Dirección de Reasentamientos para evaluar el nivel de satisfacción con respecto a aspectos, instancias, acciones o etapas del proceso atinentes a: a) La claridad de la información suministrada sobre los requisitos para acceder y permanecer en el Programa de Reasentamientos, b) La agilidad en los trámites para la asignación del VUR (Valor único de reconocimiento), c) La agilidad en los trámites para la selección de vivienda de reposición, d) El acompañamiento del equipo de profesionales (social, jurídico, técnico) para avanzar en su proceso de reasentamiento y e) Su grado de cumplimiento y corresponsabilidad con los trámites del Programa de Reasentamientos. La calificación promedio de cada pregunta específica fue de 4,22 en una escala igual a la empleada para medir la satisfacción general del usuario (a) y que se explicó con anterioridad, situación que sugiere revisar algunos aspectos específicos en aras de establecer acciones de mejora continua.

Gráfica 20. Calificación – Aspectos específicos del área misional



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

En el desarrollo de la encuesta a ciudadanos (as) se indago sobre la apropiación, reconocimiento a la tecnología de información y comunicación TIC, se indago sobre la disponibilidad, acceso y uso de servicios como los son la línea telefónica, internet y pertenencia de dispositivos de comunicación. También se indaga 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 (a).

Al indagar sobre los indicadores básicos de TIC en los hogares de los ciudadanos (as) encuestados (as), se encontró que hay un porcentaje del 11% que cuenta con una telefonía fija, el 60% cuenta con línea de telefonía celular y el 29% tiene acceso al servicio de internet.

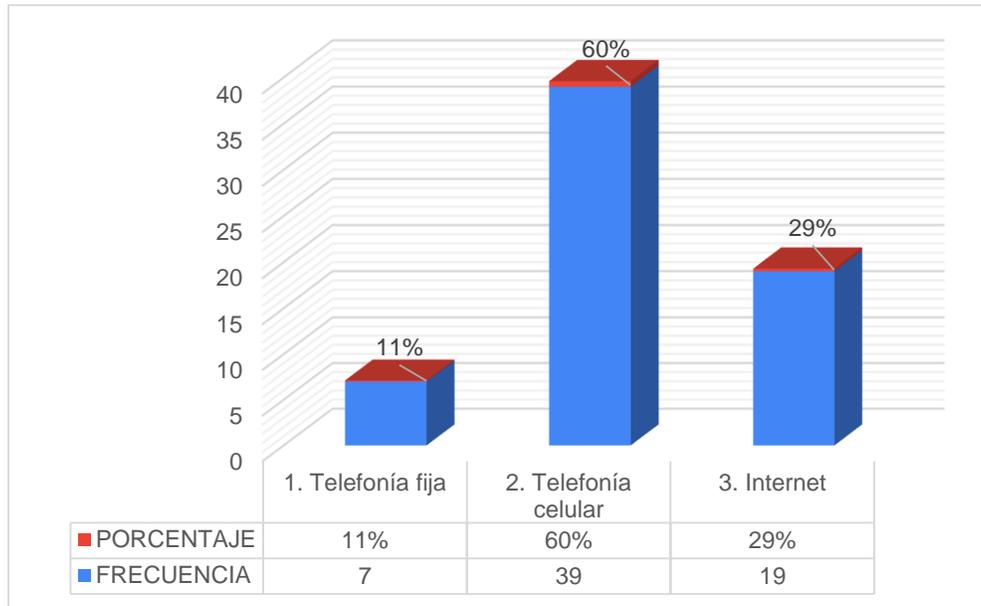
A nivel de dispositivos TIC, las respuestas se analizaron por ítems separados (es decir por dispositivo ya que no son mutuamente excluyentes), y se encontró que el 12% cuenta con una línea fija, el 69% posee un teléfono celular y el 19% indica que tiene computador de escritorio/portátil o tableta electrónica.

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 (as) pueden acceder de varias formas (la mayoría de los ítems de la pregunta no son mutuamente excluyentes) y se obtuvo que el 36,96% cuenta con una red fija o wifi, el 30,43% de la población tiene un plan de datos para el celular, el 4,35% de los encuestados indica que accede a una sala de café internet y el 28,26% indica que no accede a internet.

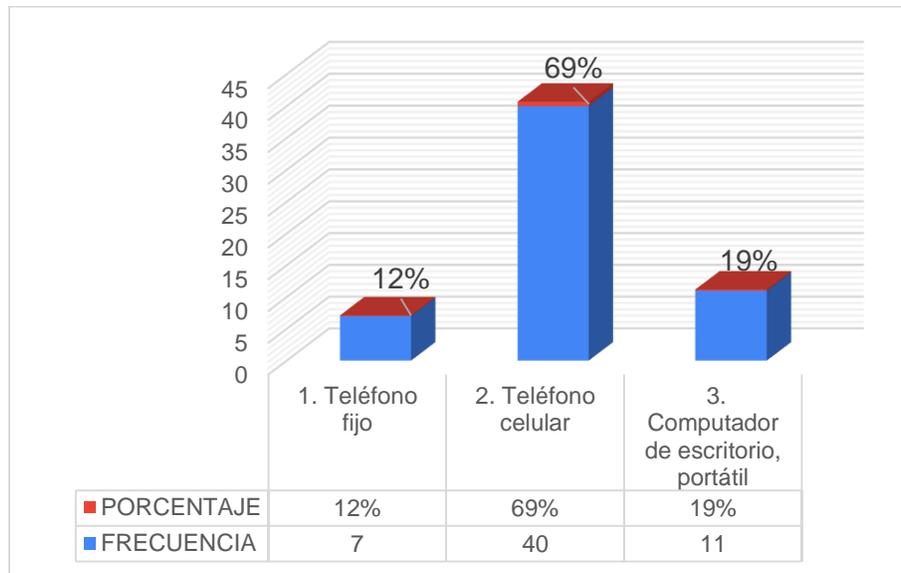
En el desarrollo de tabulación de la encuesta se observa que un porcentaje del 45% de los encuestados ingresan a este servicio todos los días, el 12,50% de los ciudadanos (as) encuestados (as) indicaron que ingresan varios días a la semana, el 5% solo acceden al servicio de internet una vez a la semana y el 37,50% manifestaron no acceder a este servicio.

Con respecto a los usos dados al servicio de Internet, (tomando en consideración que los ítems no son mutuamente excluyentes), se pudo identificar que el 44% de los usuarios encuestados utilizan para validar correo electrónico y redes sociales, seguido del 26% como canal de entretenimiento, el 28% de los beneficiarios indicaron que lo utilizan como herramienta de estudio o trabajo y el 2% lo utiliza para realizar transacciones o tramites con entidades públicas o privadas.

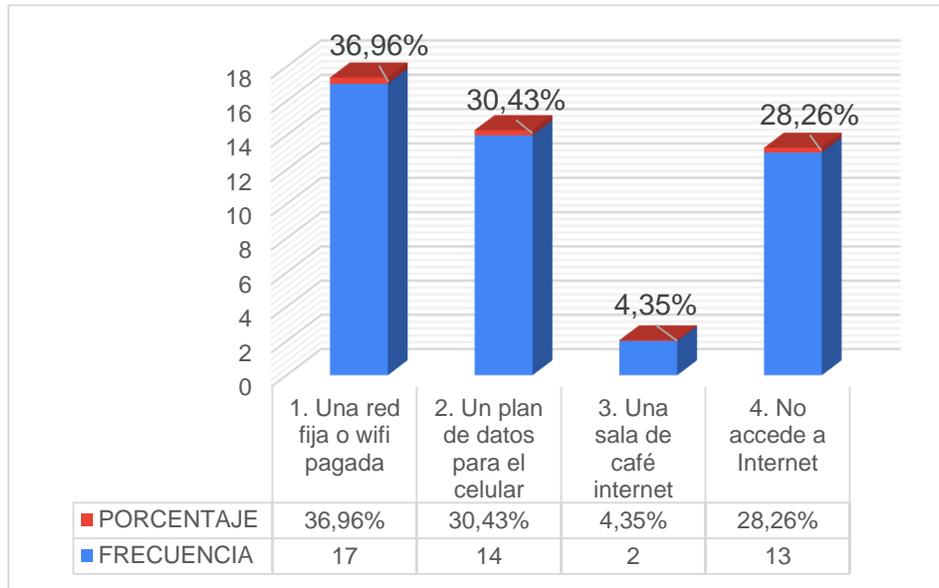
Gráfica 21. Servicios de telefonía e Internet de la población



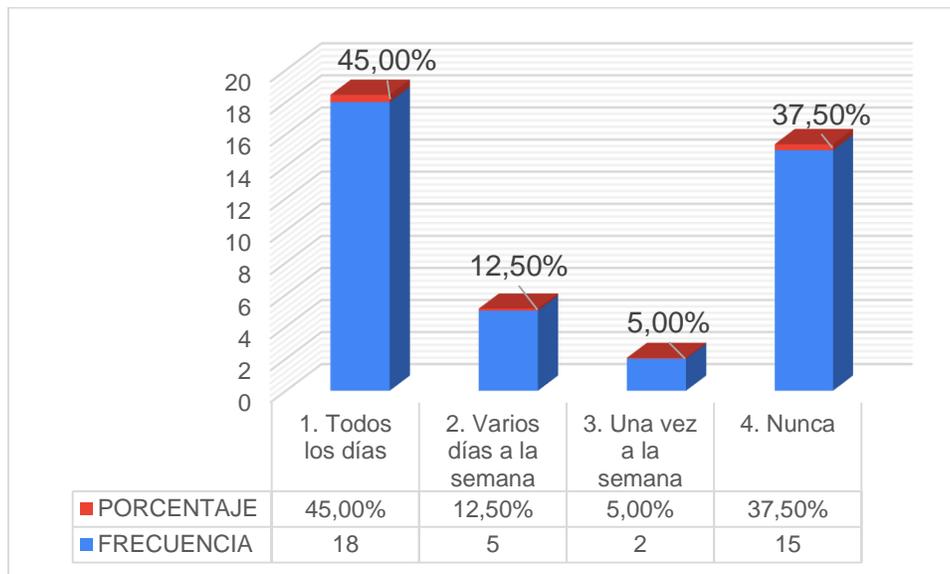
Gráfica 22. Disposición de dispositivos TIC de la población



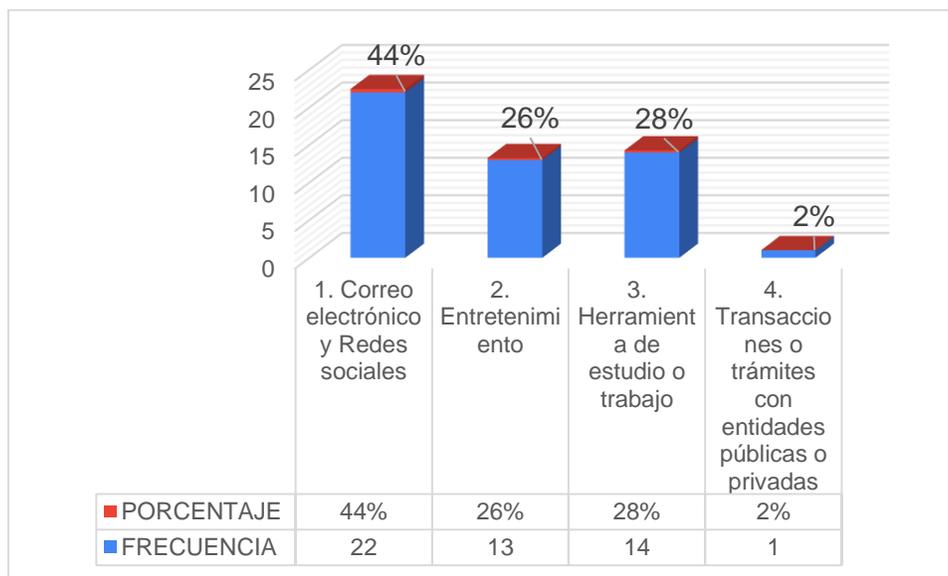
Gráfica 23. Forma de acceso de la población a Internet



Gráfica 24. Frecuencia de acceso de la población a Internet

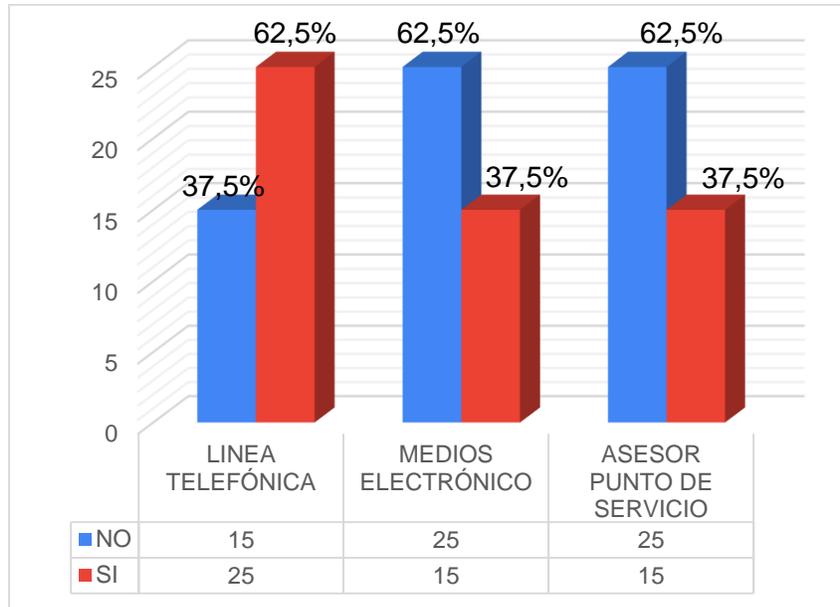


Gráfica 25. Usos que la población encuestada hace del Internet

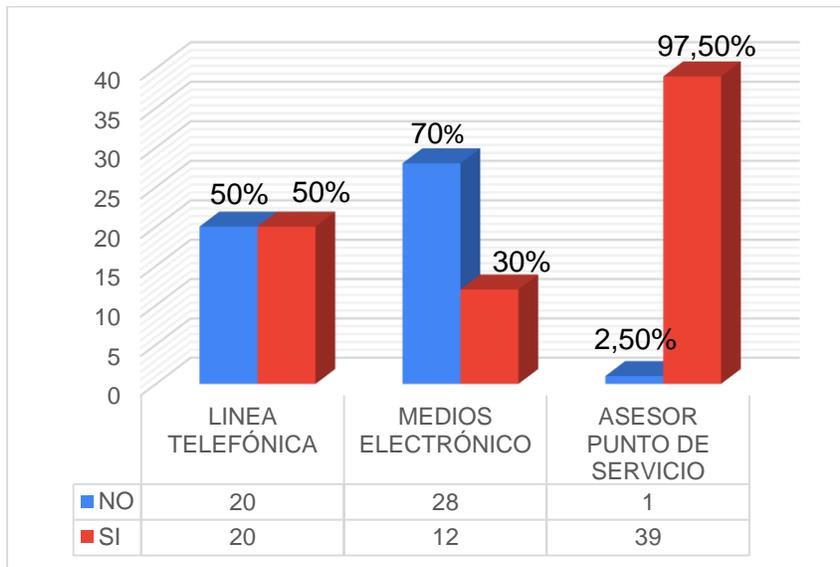


Otro aspecto medido, consiste en la forma de cómo los beneficiarios se comunican con la Caja de la Vivienda Popular - CVP. El canal más frecuentado por el ciudadano (a) fue el canal telefónico (Línea telefónica), seguido del correo electrónico y presencial en el punto de servicio. Se identifica un crecimiento de atención por los canales de TIC, lo que corresponde a línea telefónica y correo electrónico siendo un porcentaje favorable y de buena acogida por los usuarios (as), con un porcentaje de participación del 62,5% para la línea telefónica. En la tabulación de la encuesta se identifica que los ciudadanos (as) que establecen comunicación por el correo electrónico: soluciones@cajaviviendapopular.gov.co, para interponer sus peticiones quejas y reclamos tiene un porcentaje del 37,5%, reconociendo la importancia de emplear una buena comunicación e intercambio de información con el ciudadano (a) impactando 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(a) volviese a usar cada uno de dichos canales. Los usuarios (as) informaron que el canal de su preferencia corresponde al presencial considerando que es útil el 97,50%; y 92,50% de los ciudadanos (as) encuestados (as) indican que volverían a utilizar este canal; mientras que el 50% de los ciudadanos (as) encuestados (as) consideran útil y con el mismo porcentaje de participación indican que volverían a utilizar el canal telefónico. El canal electrónico que los ciudadanos (as) utilizaron para realizar sus peticiones, tuvo una participación de 37,5% e indican que volverían a utilizar este canal un porcentaje del 32,50%. Esta situación constituye una oportunidad para fortalecer la capacidad de la entidad de comunicarse con el usuario(a) a través de la promoción y desarrollo de otros canales que fomenten la participación ciudadana y que permitan apropiarse a las TIC de una mejor manera, como serían chats, mayor número de líneas celulares dispuestas para la atención a la ciudadanía.

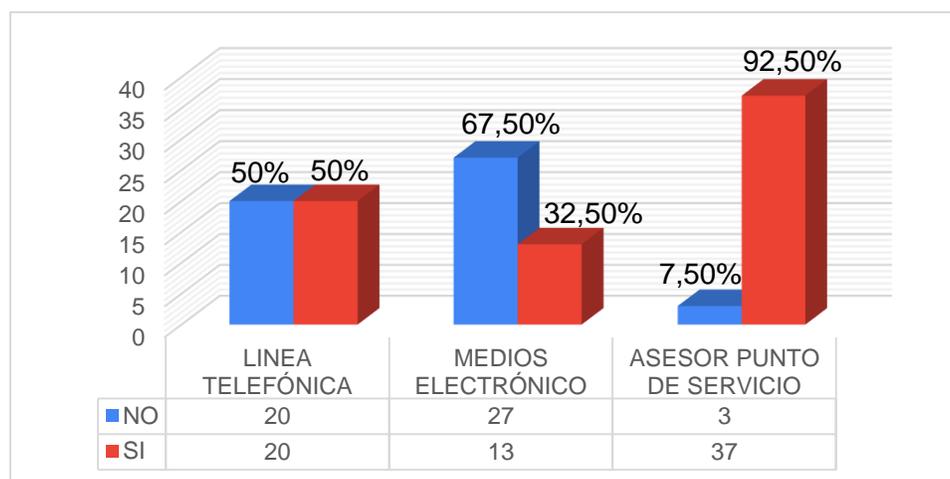
Gráfica 26. Uso de los canales de comunicación



Gráfica 27. Utilidad de la información suministrada a través de los canales de comunicación



Gráfica 28. Habitualidad del uso de los canales de comunicación (repetir la experiencia)



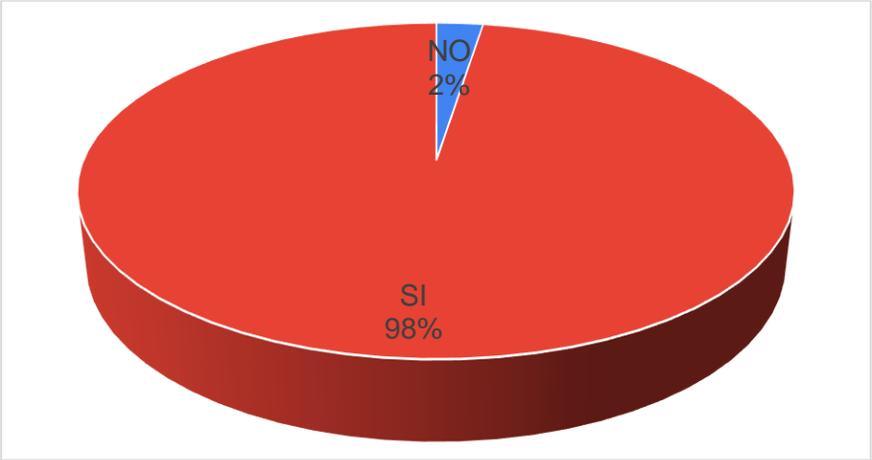
1.5. ASPECTOS PROCESO DE SERVICIO AL CIUDADANO (A) MEDICIÓN DEL EFECTO DE INFORMACIÓN SUMINISTRADA A LOS CIUDADANOS (AS) SOBRE GRATUIDAD DE TRAMITES Y SERVICIOS Y LA NO RECURENCIA A INTERMEDIARIOS.

Durante la presente vigencia y dando continuidad a los esfuerzos de fortalecimiento de la transparencia y la prevención de la corrupción, se organizó una campaña institucional a través de medios presenciales y virtuales sobre la gratuidad de los trámites y servicios y lo innecesario de los intermediarios. Se adelantaron acciones con un fin determinado, es decir, se informó y sensibilizó a la ciudadanía para que no sea víctima del abuso por parte de servidores públicos que realizan mediaciones ilegales, cobros indebidos o prácticas no éticas para realizar trámites y prestar servicios. Para evaluar el grado de conocimiento y comprensión de los mensajes de gratuidad y de no recurrir a intermediarios, en el marco de la presente encuesta se realizaron tres preguntas a los ciudadanos (as) de la Dirección de Reasentamientos, aclarando que, si la primera de dichas preguntas era respondida de manera negativa, es decir, que el ciudadano (a) 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 (a) 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 98% de los usuarios encuestados de la Dirección de Reasentamientos 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 2% lo que corresponde a un usuario, manifestó no haber recibido la información respectiva o no haberse enterado por algún medio virtual o presencial. Esta situación sugiere que probablemente el ciudadano (a) encuestado (a) dirigió su interés a otros asuntos y no observo por

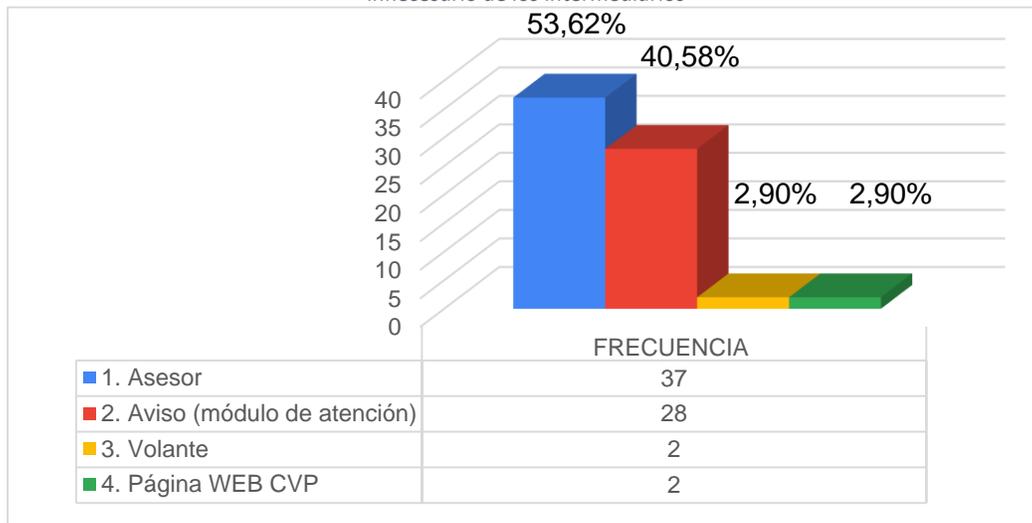
lo menos los avisos de los módulos o no prestaron atención al mensaje verbal de gratuidad. También es probable que ningún asesor les haya entregado de manera verbal la información de la gratuidad y lo innecesario de los intermediarios.

Gráfica 29. Porcentaje de personas que recibieron información sobre la gratuidad de trámites y servicios y lo innecesario de los intermediarios



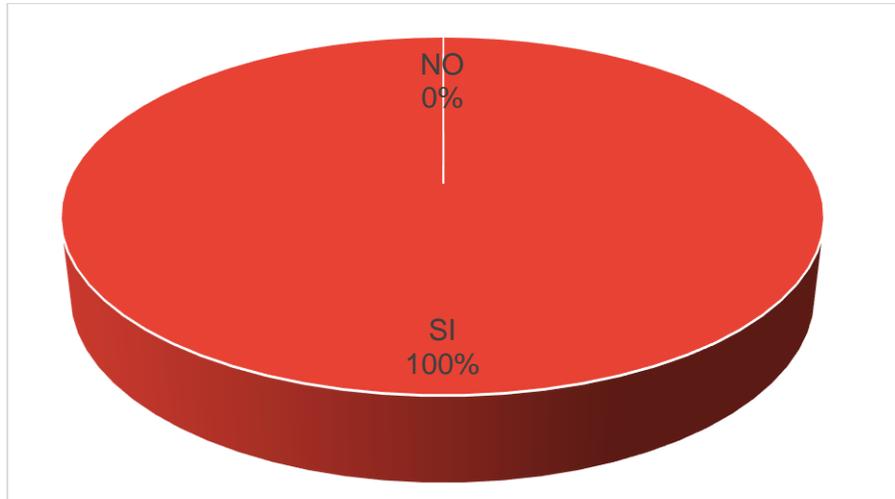
La segunda pregunta examinó el medio a través del cual el ciudadano (a) había obtenido la información. Esta pregunta consideró 5 opciones con múltiple respuesta, es decir, opciones que no son mutuamente excluyentes (Asesor, Aviso en el módulo de atención, Volante, Página WEB CVP, Cartelera digital CVP), los resultados obtenidos fueron los siguientes: el 53,62% de los usuarios de la Dirección de Reasentamientos, si ha recibido la información verbal suministrada por los asesores que los atendieron, el 40,58% se enteró a través del aviso localizado en el módulo de atención, el 2,90% se enteró mediante volante entregados en campañas adelantadas por la entidad y con un mismo porcentaje se enteraron a través de la página web de la Caja de la Vivienda Popular. Los resultados obtenidos nos sugieren realizar estrategias de divulgación al ciudadano (a) que fomenten uso de medios virtuales de información y no sean los mismos medios tradicionales como lo es el canal presencial.

Gráfica 30. Medio a través del cual el ciudadano (a) obtuvo la información sobre la gratuidad de trámites y servicios y lo innecesario de los intermediarios



La tercera pregunta de esta temática se orientó a conocer si el ciudadano (a) que recibió el mensaje, lo comprendió. El 100% de los 39 usuarios encuestados de la Dirección de Reasentamientos contestó de manera afirmativa, es decir que si entendieron el mensaje de gratuidad y de no acceso a intermediarios.

Gráfica 31. Porcentaje de ciudadanos (as) que comprendieron los mensajes de gratuidad de los trámites y servicios y de no acceso a intermediarios



1.6. ATENCIÓN DE PQRS SERVICIO AL CIUDADANO (A) SEGUIMIENTO A PETICIONES QUEJAS O RECLAMOS EN LA CVP

En el desarrollo de la encuesta se permite conocer si durante la vigencia de este año el ciudadano(a) a interpuesto algún tipo de petición ante la CVP. Se indica para ello lo siguiente. A ¿Durante el

presente año, Usted ha interpuesto algún tipo de petición ante la CVP? ¿SI LA RESPUESTA ES NEGATIVA PASAR A LA PREGUNTA 16? De ser afirmativa se formulan las siguientes preguntas B. ¿La respuesta que le dieron fue oportuna, es decir dentro de los términos? C ¿La respuesta que le dieron fue de fondo, es decir que le respondieron lo que solicitó o preguntó? D. ¿La respuesta que le dieron fue clara, es decir que la respuesta fue fácil de comprender?, E ¿La respuesta que le dieron fue cálida?

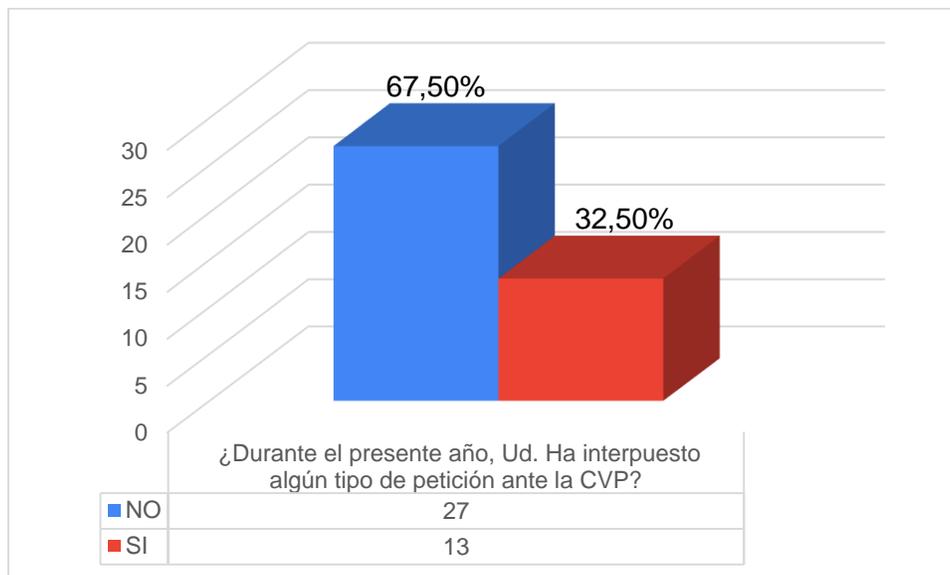
Al formular la pregunta a los ciudadanos (as) si han interpuesto algún tipo de petición durante la presente vigencia se obtuvo un porcentaje del 67,50% negativo y 32,50% positivo.

A los ciudadanos (as) que respondieron que sí habían interpuesto algún tipo de petición ante la CVP, se indaga en si la respuesta que le brindaron fue oportuna dentro de los tiempos establecidos, obteniéndose un porcentaje de satisfacción del 62% e insatisfacción en la oportunidad del 38%. También se indaga sobre si la respuesta brindada por la entidad si cumple con lo que pregunta y se tiene un 54% de afirmación y 46% indica que la respuesta no cumplió con sus expectativas.

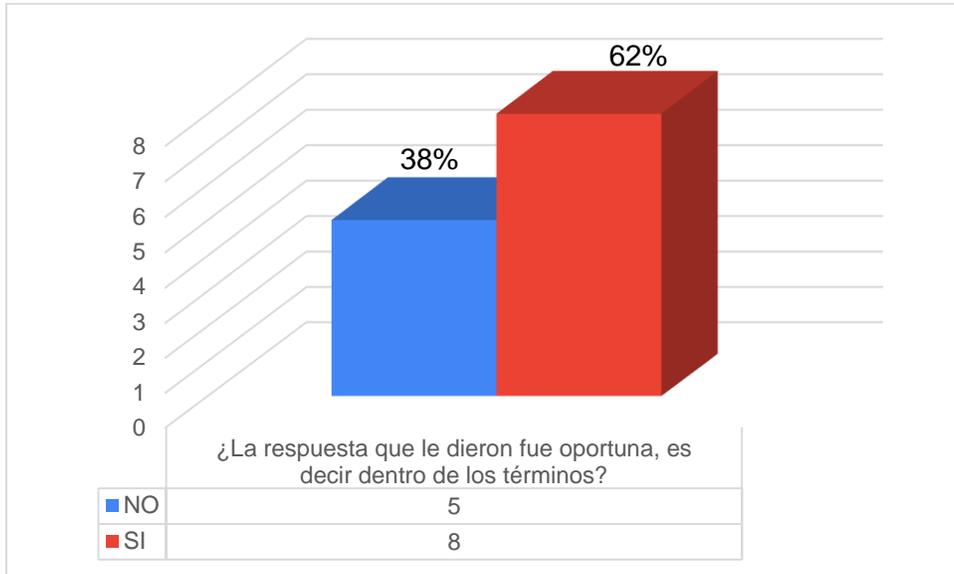
Se pregunta si la respuesta brindada por CVP, fue fácil de comprender en su contexto y los ciudadanos (as) encuestados (as) indican con un porcentaje favorable del 46% y el 54% manifiesta que la respuesta no es clara.

Se indaga con los ciudadanos (as) encuestados si la respuesta que es emitida por CVP, es una respuesta de calidad y según los encuestados (as) indican un 54% que la respuesta brindada por la entidad es cálida y 46% manifiesta que la respuesta emitida no es cálida.

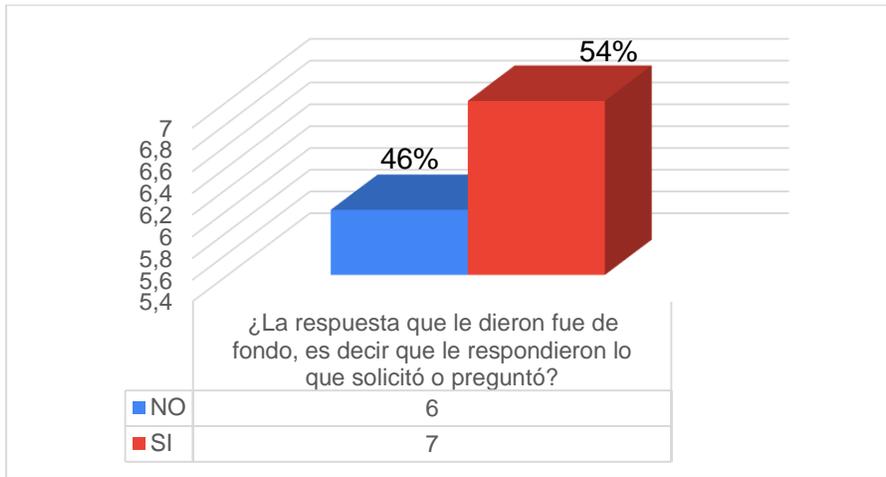
Gráfica 32. Porcentaje de ciudadanos (as) que interpusieron algún tipo de petición



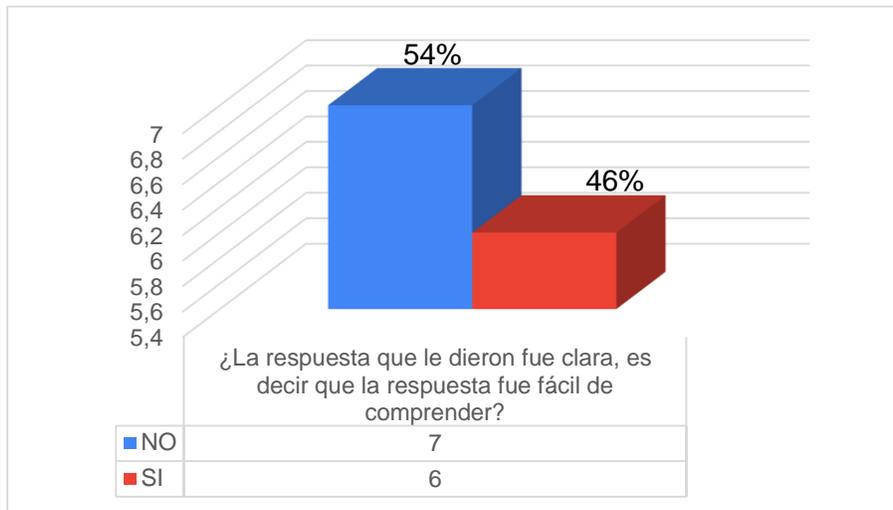
Gráfica 33. Porcentaje de tiempo de respuesta por la entidad



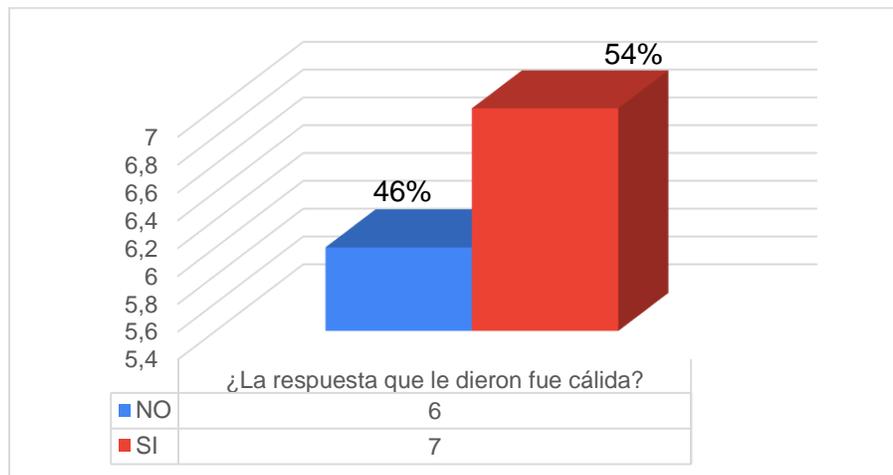
Gráfica 34. La respuesta cumple con lo que pregunta el ciudadano (a)



Gráfica 35. La respuesta es fácil de comprender



Gráfica 36. La respuesta suministrada fue de calidad



2.DIRECCIÓN DE URBANIZACIÓN Y TITULACIÓN

El desarrollo de las encuestas realizadas para la recolección de datos los usuarios(as) de la Dirección de Urbanización y Titulación, fue aplicada a 40 ciudadanos (as), los cuales autorizaron a la Caja de la Vivienda Popular, usar la información recopilada con fines estadísticos y de conformidad con la política de tratamientos de datos personales Ley 1581 del 2012. En el desarrollo del cuestionario se evidencia de una manera predominante a las localidades de Ciudad Bolívar, Rafael Uribe Uribe y Usme.

Tabla 9. Distribución de la población encuestada por localidad

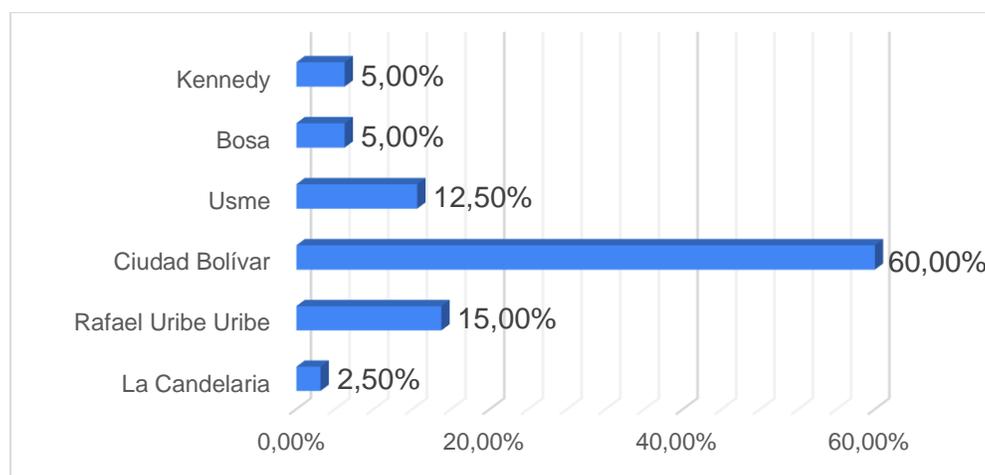
LOCALIDAD	#PERSONAS	%PORCENTAJE
La Candelaria	1	2,50%
Rafael Uribe Uribe	6	15,00%
Ciudad Bolívar	24	60,00%
Usme	5	12,50%
Bosa	2	5,00%
Kennedy	2	5,00%
Total, general	40	100%

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

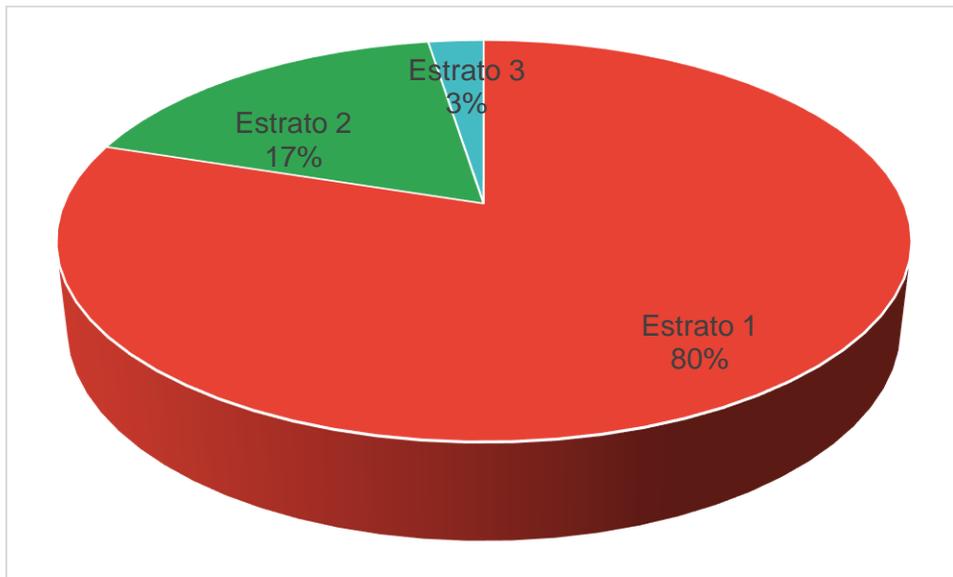
2.1. VARIABLE DEMOGRAFICA

La mayor representación de población encuestada corresponde a las localidades de Ciudad Bolívar con un porcentaje del 60,00%, Rafael Uribe Uribe con 15,00% y Usme con una participación del 12,50% La población encuestada corresponde a un estrato socio económico de 1,2 y 3

Gráfica 37. Población encuestada por localidad

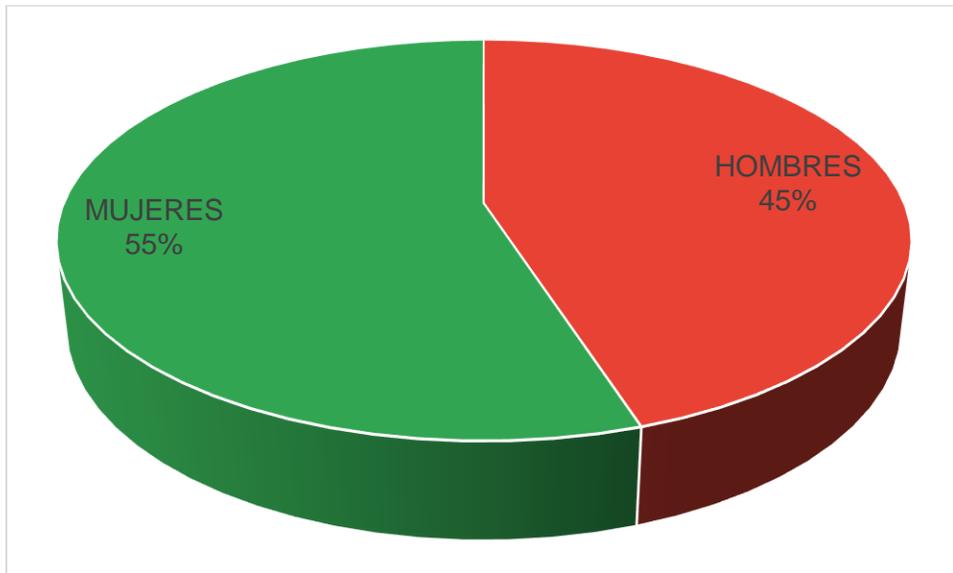


Gráfica 38. Estrato socio económico de los usuarios



De acuerdo con la población encuestada se puede establecer que el género femenino lo representa un porcentaje del 55% y el género masculino con una participación del 45%

Gráfica 39. Género de la población encuestada

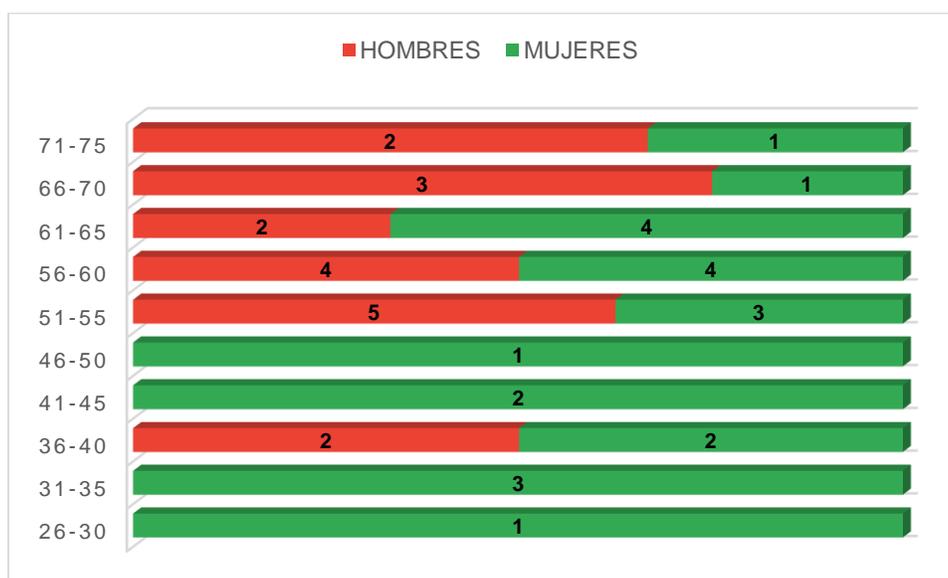


De acuerdo con la población encuestada se puede establecer que su rango de edad corresponde entre los 40 y 70 años con un porcentaje del 89% para el género masculino y el género femenino con un porcentaje de participación del 77%

Tabla 10. Distribución de la edad y género de la población encuestada

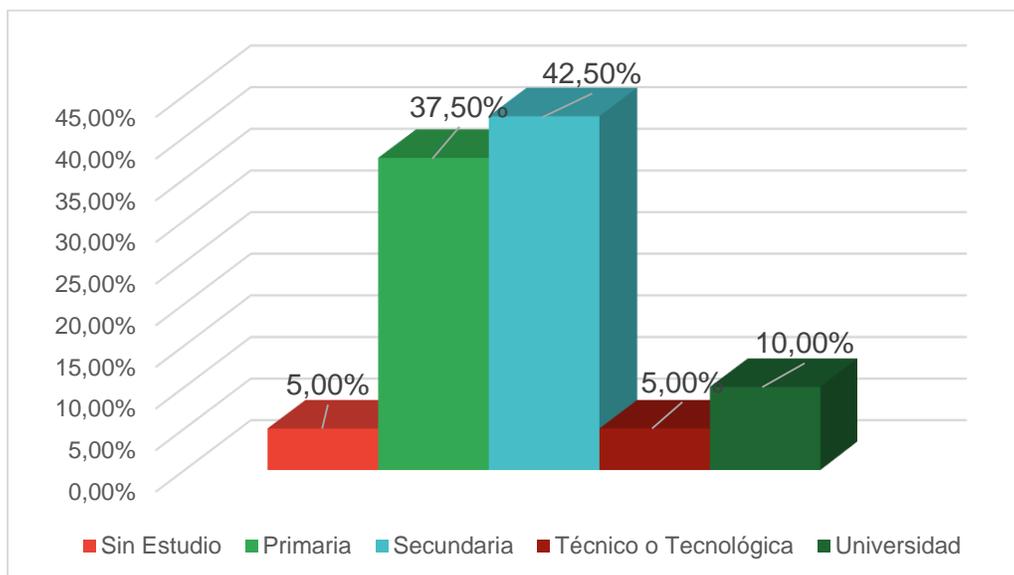
RANGO DE EDAD (AÑO)	HOMBRES	MUJERES	% EDAD (HOMBRES)	% EDAD (MUJERES)
21-25			0%	0%
26-30		1	0%	5%
31-35		3	0%	14%
36-40	2	2	11%	9%
41-45		2	0%	9%
46-50		1	0%	5%
51-55	5	3	28%	14%
56-60	4	4	22%	18%
61-65	2	4	11%	18%
66-70	3	1	17%	5%
71-75	2	1	11%	5%
(+)75			0%	0%
Total	18	22	100%	100%
Porcentaje	45%	55%		

Gráfica 40. Edad y género de la población encuestada

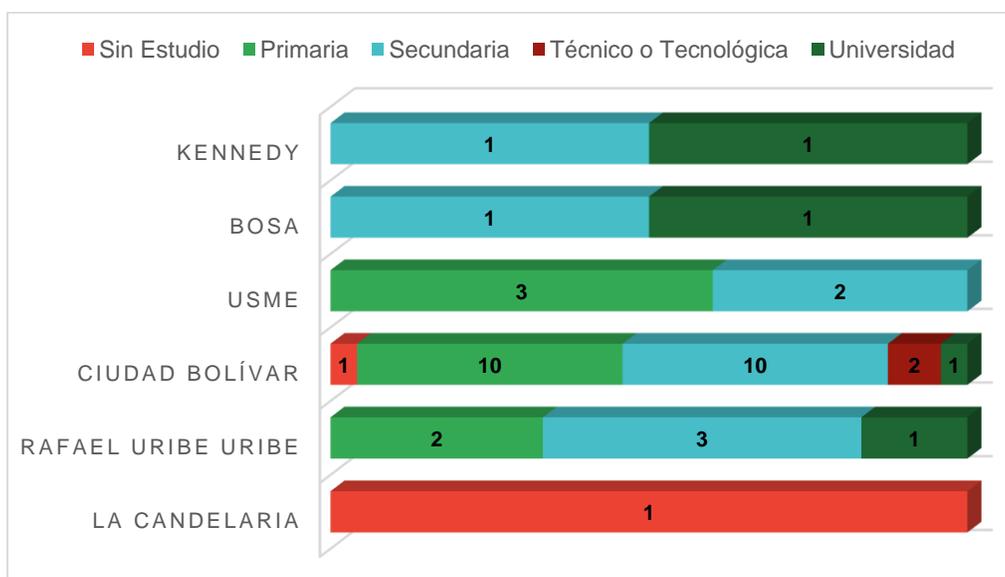


En la encuesta realizada se puede identificar que los ciudadanos (as) tienen un nivel de escolaridad de 5% sin estudio, seguido del 37,50% de los ciudadanos (as) indicar tener educación primaria, el 42,50% manifiesta tener educación secundaria y el 15% indica tener educación superior correspondiente a técnico, tecnológico o universitario.

Gráfica 41. Escolaridad de la población encuestada

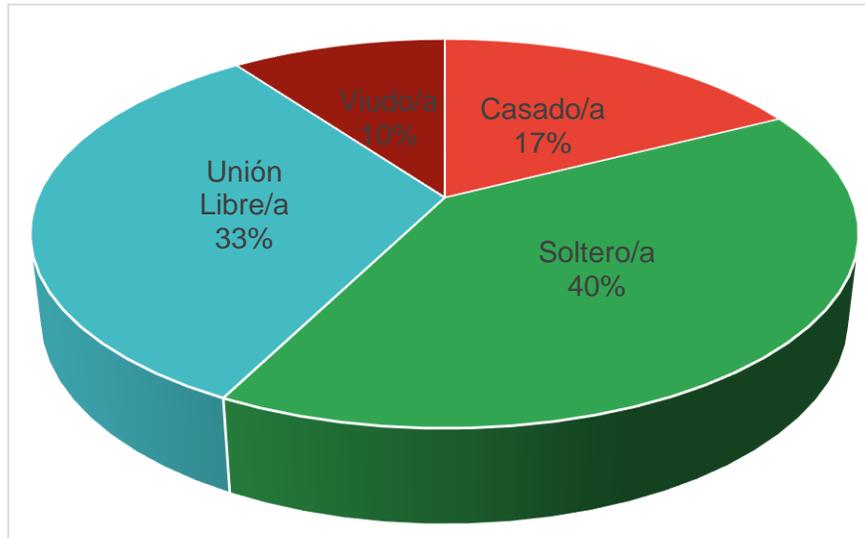


Gráfica 42. Nivel de estudios por localidad

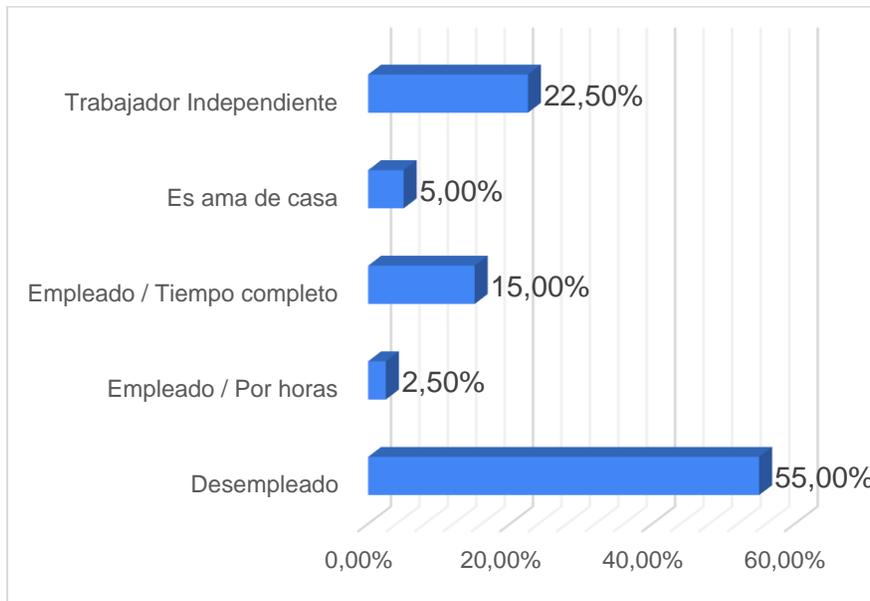


La categoría de estado civil de la población que más se repite es soltero/a con un porcentaje del 40%, seguido de unión libre representado con el 33%, casado/a con un porcentaje del 17% y viudo con un porcentaje del 10%. Referente a su situación laboral actual los ciudadanos (as) encuestados (as) manifestaron con una cifra alarmante estar desempleadas con un porcentaje del 55%, seguido de trabajador informal (independiente) con un porcentaje del 22,50%. Otra variable que se puede identificar corresponde al número de integrantes que conforman cada hogar encontrando que el 27,50% está conformado por 3 integrantes, el 22,50% conformado por 2 integrantes y el 15% conformado por familias de 4 y 5 integrantes.

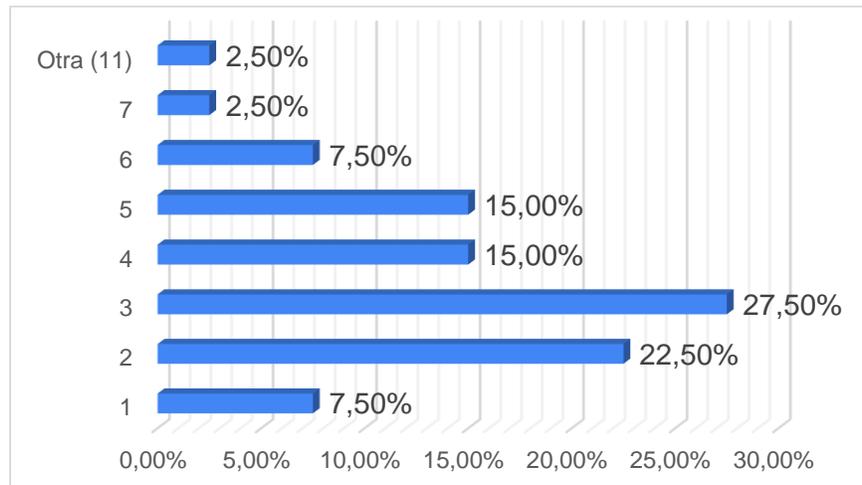
Gráfica 43. Estado civil de la población encuestada



Gráfica 44. Situación laboral de los usuarios



Gráfica 45. Cantidad de habitantes por vivienda



2.2. MOTIVO DE VISITA Y PERMANENCIA EN EL PROCESO

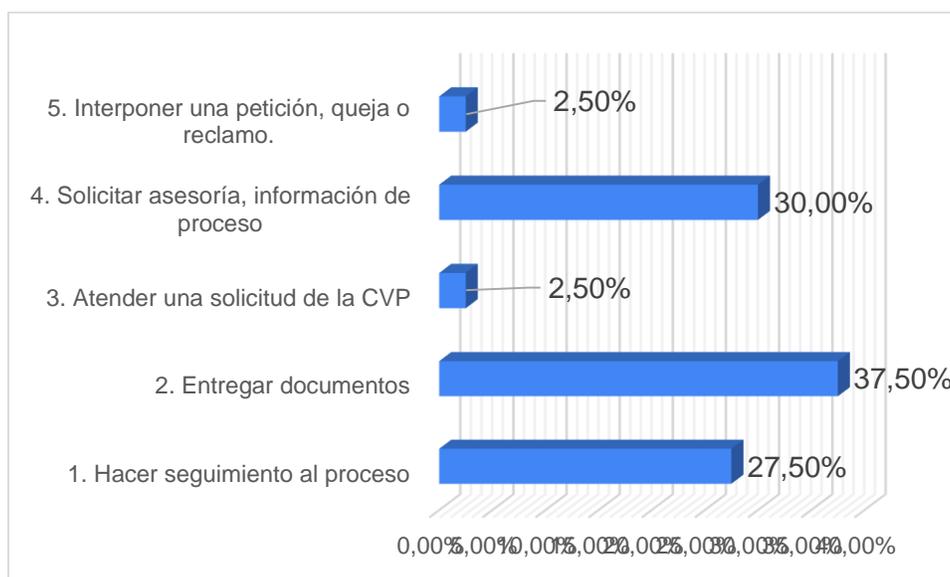
Al ser indagados los ciudadanos (as) de la Dirección de Urbanización y Titulación sobre el motivo de su visita en el punto de atención al ciudadano (a) indican que el motivo principal es entregar documentos correspondientes al trámite que están con CVP con un porcentaje del 37,50%, seguido del 30% que indica que se acercan a solicitar asesoría e información del proceso y con el 27,50% de los beneficiarios encuestados indican que vienen a hacer seguimiento al proceso.

En la tabulación de datos se identifica que el 75% de la población encuestada adelanta un trámite individualmente y el 25% adelanta un trámite en conjunto con otras personas.

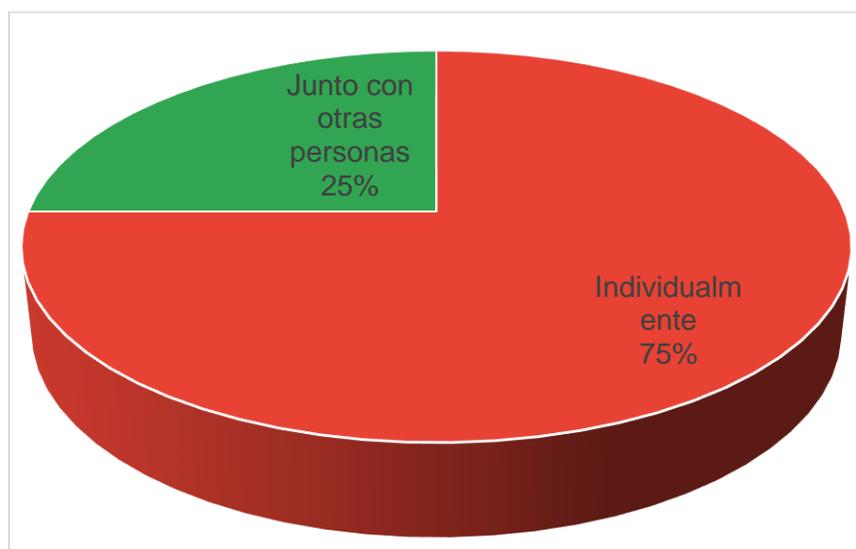
Tabla 11. Distribución porcentual de los motivos de la visita

MOTIVO DE VISITA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1. Hacer seguimiento al proceso	11	27,50%
2. Entregar documentos	15	37,50%
3. Atender una solicitud de la CVP	1	2,50%
4. Solicitar asesoría, información de proceso	12	30,00%
5. Interponer una petición, queja o reclamo.	1	2,50%
Total, General	40	100%

Gráfica 46. Motivo de la visita



Gráfica 47. trámite de titulación individualmente o junto con otras personas



La variable de permanencia en el proceso con CVP, nos indica que el 32,50% de los ciudadanos (as) encuestados llevan un proceso de menos de 6 meses, seguido del 22,50% con proceso entre 6 meses y 1 año y el 12,50% manifiestan llevar un proceso entre 1 y 2 años, con este mismo nivel de porcentaje indicaron ciudadanos (as) que se acercaron a solicita asesoría e información del proceso.

Tabla 12. Distribución porcentual tiempo de permanencia en el proceso

TIEMPO DE PERMANENCIA EN EL PROCESO	FRECUENCIA	%PORCENTAJE
Entre 1 y 2 años	5	12,50%
Entre 2 y 4 años	3	7,50%
Entre 4 y 6 años	3	7,50%
Entre 6 meses y menos de 1 año	9	22,50%
Entre 6 y 10 años	2	5,00%
Menos de 6 meses	13	32,50%
Solicita Asesoría, información de proceso	5	12,50%
Total, General	40	100%

Gráfica 48. Tiempo de permanencia en el proceso



En la tabulación de la encuesta arroja un porcentaje 85% de los ciudadanos (as) encuestados (as) que indican que consideran que están bien informados del proceso y el 15% los encuestados indica que no tienen la suficiente información del proceso, las localidades que manifiestan su insatisfacción son Ciudad Bolívar con un porcentaje del 67%, seguida de las localidades la Candelaria y Usme con un porcentaje para cada del 17%. Lo que establece realizar un seguimiento y revisión del proceso.

Gráfica 49. Suministro de información suficiente sobre el proceso

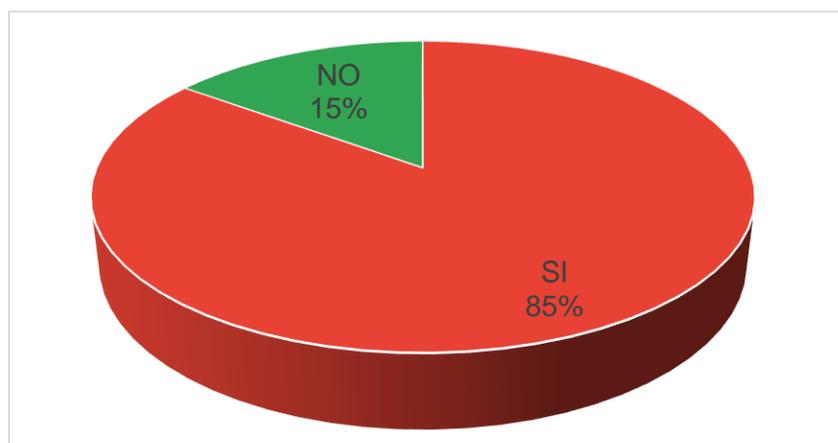


Tabla 13. Distribución porcentual por localidad del suministro de información sobre el proceso

LOCALIDAD	BIEN INFORMADO		FRECUENCIA	PORCENTAJE	
	SI	NO		SI	NO
La Candelaria	0	1	1	0%	17%
Rafael Uribe Uribe	6	0	6	18%	0%
Ciudad Bolívar	20	4	24	59%	67%
Usme	4	1	5	12%	17%
Bosa	2	0	2	6%	0%
Kennedy	2	0	2	6%	0%
Total, General	34	6	40	85%	15%

Gráfica 50. Suministro de información suficiente sobre el proceso



2.3. CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CIUDADANO (A)

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 Urbanización y Titulación fue 4,29, destacándose la calidez y amabilidad del personal y la disponibilidad del personal. En general la calificación de los atributos de calidad es similar. Aunque el atributo con menor calificación fue la sencillez de requisitos de los trámites y servicios con una calificación de 4,17. Este es un atributo que forma parte de la dimensión de la capacidad del servicio (capacidad de respuesta y fiabilidad) que constituye y evalúa el tiempo que tarda el proceso en sus etapas. Desde que el ciudadano (a) ingresa al programa con motivo de escrituración o en virtud diagnóstico integral de barrios y hasta obtener su título de propiedad.

Gráfica 51. Calificación de los atributos del servicio

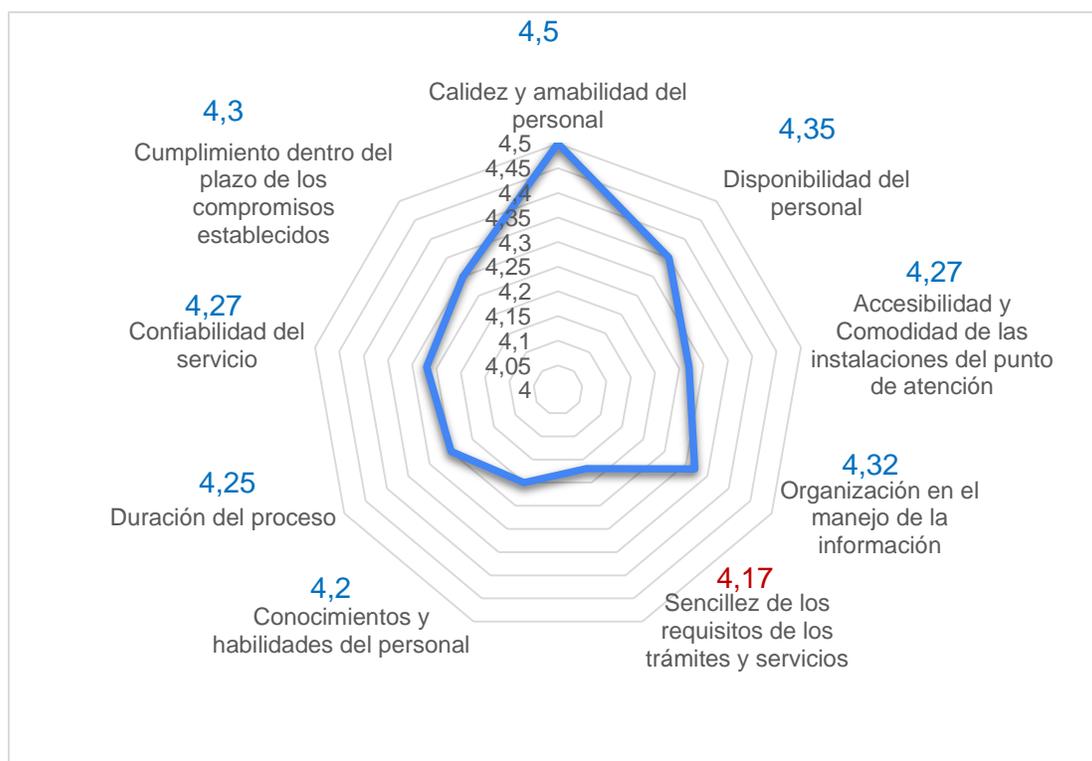


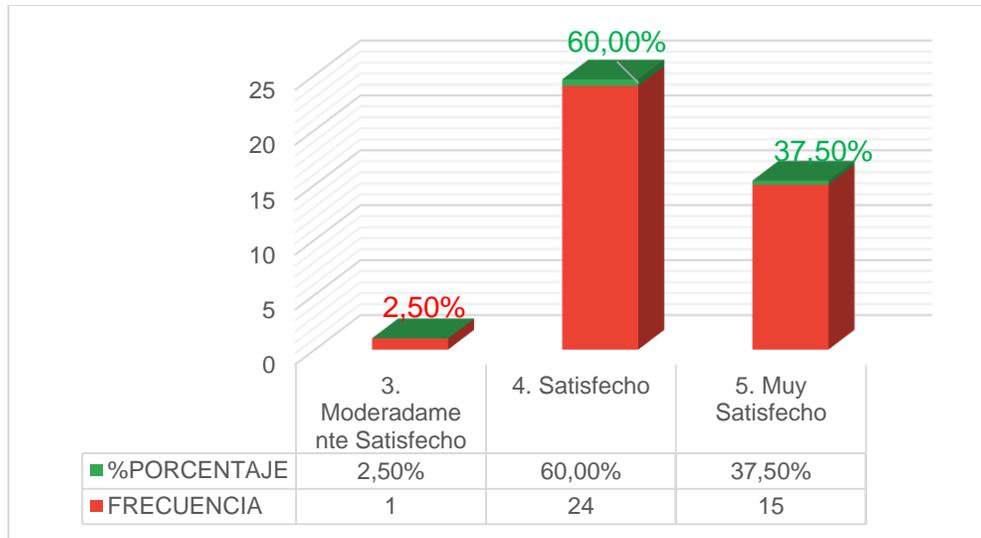
Tabla 14. Atributos y dimensiones de la calidad del servicio

ATRIBUTO	CALIFICACIÓN	DIMENSIÓN CALIDAD DE SERVICIO
Calidez y amabilidad del personal	4,5	Empatía
Disponibilidad del personal	4,35	Capacidad de Respuesta
Accesibilidad y Comodidad de las instalaciones del punto de atención	4,27	Elementos Tangibles
Organización en el manejo de la información	4,32	Fiabilidad, Capacidad de Respuesta
Sencillez de los requisitos de los trámites y servicios	4,17	Fiabilidad, Capacidad de Respuesta
Conocimientos y habilidades del personal	4,2	Seguridad
Duración del proceso	4,25	Capacidad de Respuesta
Confiabilidad del servicio	4,27	Fiabilidad
Cumplimiento dentro del plazo de los compromisos establecidos	4,3	Capacidad de Respuesta
Promedio	4,29	

La satisfacción general de los usuarios de la Dirección de Urbanización 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

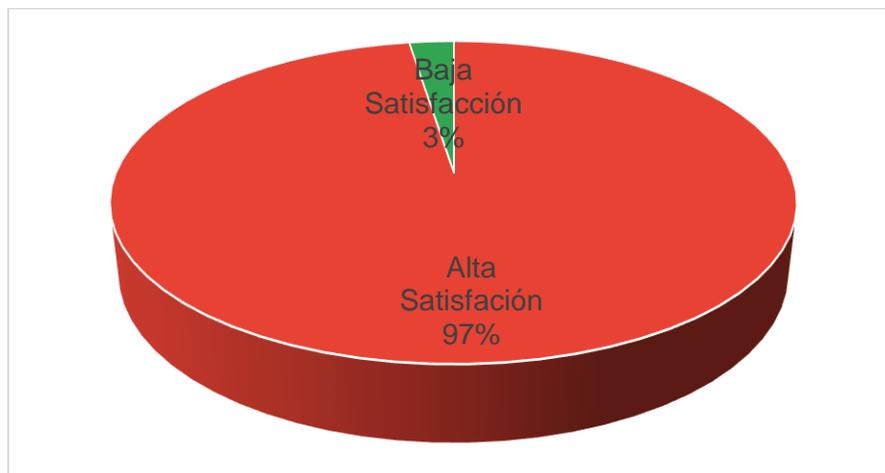
una etiqueta de la siguiente forma: para la alternativa 5, la etiqueta MUY SATISFECHO, para 4, SATISFECHO, para 3, MODERADAMENTE SATISFECHO, para 2, POCO SATISFECHO y para 1, INSATISFECHO.

Gráfica 52. Nivel de satisfacción de los usuarios con el servicio prestado



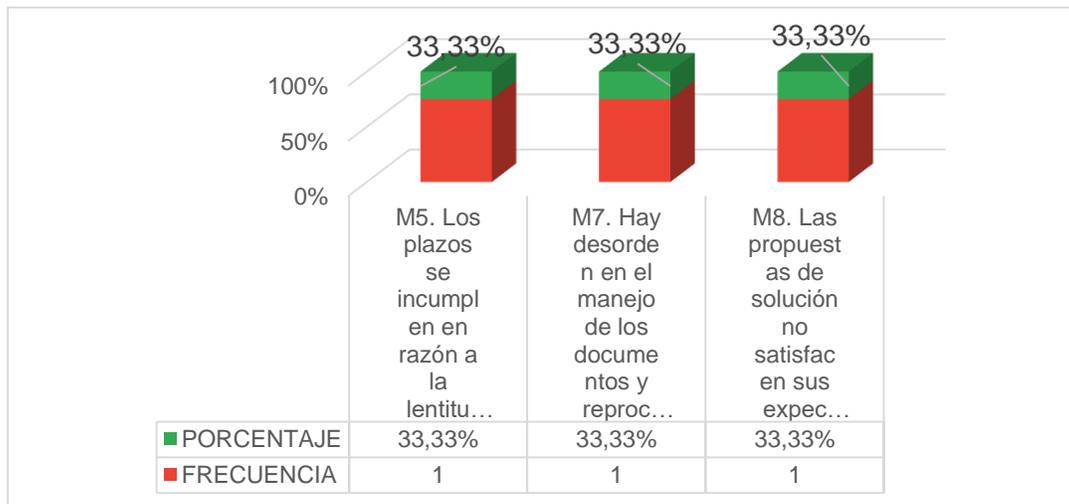
En la gráfica anterior podemos apreciar que hay un porcentaje del 37,50% de los ciudadanos (as) se encuentran muy satisfecho con el servicio y atención brindada por la Dirección de Urbanización y Titulación de la entidad CVP, el 60% de la población indica estar satisfecho y el 2,50% se sienten moderadamente satisfecho con el servicio. Para evaluar de manera general el indicador, se toman las respuestas más altas con calificación 4 y 5 y respuestas de baja satisfacción se toma la calificación del 1 al 3. La experiencia del usuario de la Dirección de Urbanización y Titulación, 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 (a) en la gestión del proceso misional.

Gráfica 53. Población satisfecha e insatisfecha con el servicio



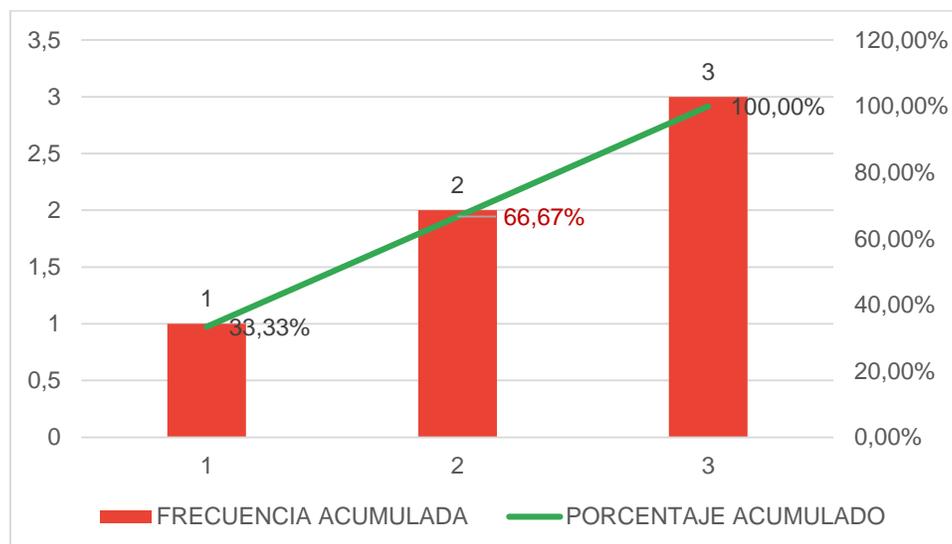
La grafica anterior nos indica que a la población encuestada hay un porcentaje del 3% lo que corresponde a un ciudadano (a), indica o manifiesta tener una baja satisfacción con el servicio que presta la Dirección de urbanización y Titulación de la Caja Vivienda Popular. En la respuesta obtenida del beneficiario se obtuvieron 3 motivos lo que representa 3 razones que explicarían dicha inconformidad, los motivos indicados por el beneficiario corresponden a: 1) Los plazos se incumplen en razón a la lentitud del servicio, 2) Hay desorden en el manejo de los documentos y reprocesos durante la prestación del servicio y 3) Las propuestas de solución no satisfacen sus expectativas. Cada uno de los motivos mencionados los representa un porcentaje del 33,33%

Gráfica 54. Motivos de baja satisfacción



De acuerdo con el diagrama de Pareto, el 66,67% de los motivos de baja satisfacción obedecen a los tres primeros aspectos antes mencionados, los cuales deben orientarse los esfuerzos de mejora con finalidad de afianzar los impactos de satisfacción con la ciudadanía

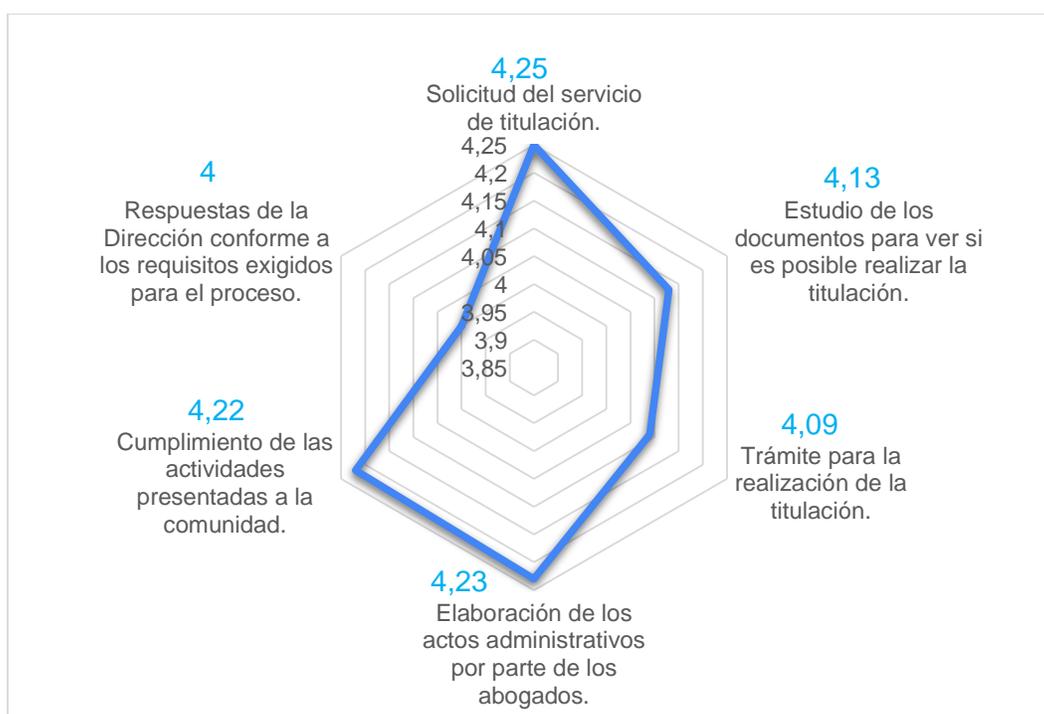
Gráfica 55. Diagrama de Pareto de los motivos de baja satisfacción



Otros indicadores de satisfacción los constituyen 6 preguntas específicas que preparó la Dirección de Urbanización y Titulación. Para evaluar el nivel de satisfacción con respecto a aspectos, instancias, acciones o etapas lógicas del proceso atinentes a: a) Solicitud del servicio de titulación, b) Estudio de los documentos para ver si es posible realizar la titulación, c) Trámite para la realización de la titulación, d) Elaboración de los actos administrativos por parte de los abogados, e) Cumplimiento de las actividades presentadas a la comunidad y 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 4,15 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 56. Calificación – Aspectos específicos del área misional



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

En el desarrollo de la encuesta a ciudadanos (as) se indagó sobre la apropiación, reconocimiento a la tecnología de información y comunicación las TIC; así mismo, 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 indaga 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 (a).

Al indagar sobre los indicadores básicos de TIC en los hogares de los ciudadanos (as) encuestados (as), se encontró que hay un porcentaje del 6,67% cuenta con una telefonía fija, el 66,67% cuenta con línea de telefonía celular y el 26,67% cuenta con servicio de internet.

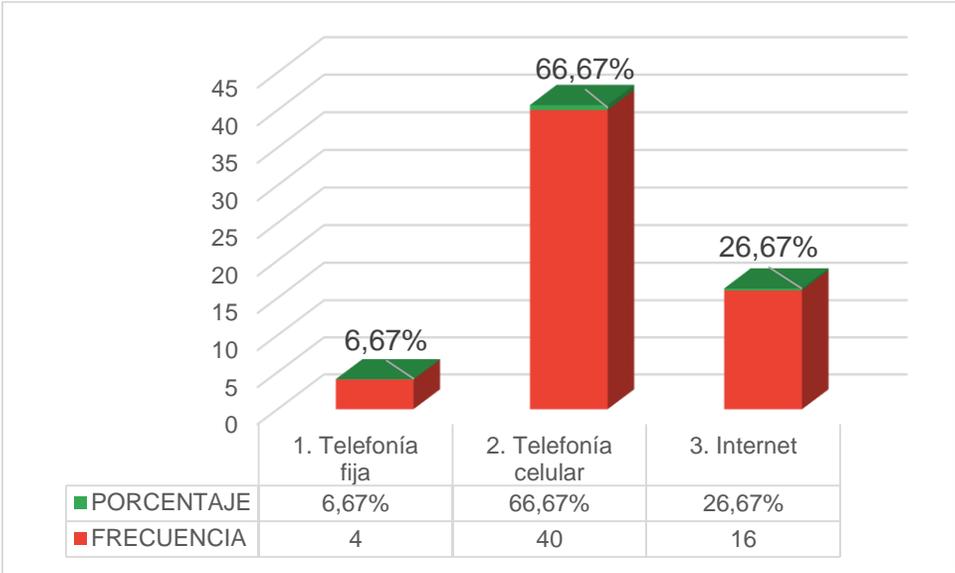
A nivel de dispositivos TIC, las respuestas se analizaron por ítems separados (es decir por dispositivo ya que no son mutuamente excluyentes), y se encontró que el 5% cuenta con una línea fija, el 70% posee un teléfono celular y el 25% indica que tiene computador de escritorio/portátil o tableta electrónica.

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 (as) pueden acceder de varias formas (la mayoría de los ítems de la pregunta no son mutuamente excluyentes) y se obtuvo que el 22% cuenta con una red fija o wifi, el 60% de la población tiene un plan de datos para el celular, el 6% de los encuestados indica que accede mediante una sala de café internet y el 12% indica que no accede ala internet.

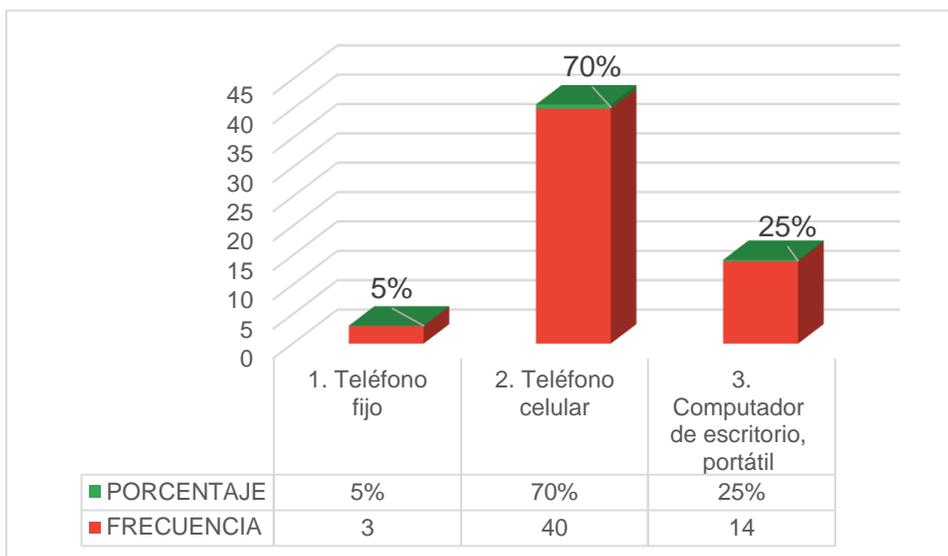
En el desarrollo de tabulación de la encuesta se identifica que el 70% de los ciudadanos (as) encuestados (as) ingresan todos los días al servicio de internet, el 12,05% de la población manifiesta que ingresa varios días a la semana, el 2,50% indico que accede al servicio de internet una vez a la semana y el 15% indico que no accede o utiliza este servicio.

Con respecto a los usos dados al servicio de Internet, (tomando en consideración que los ítems no son mutuamente excluyentes) el 25% de la población tiene el hábito de conectarse para consultar su correo electrónico y redes sociales, el 33% lo utiliza como canal de entretenimiento, el 36% lo utiliza como herramienta de estudio o trabajo y el 6% de la población encuestada lo utiliza para realizar transacciones o tramites con entidades públicas o privadas.

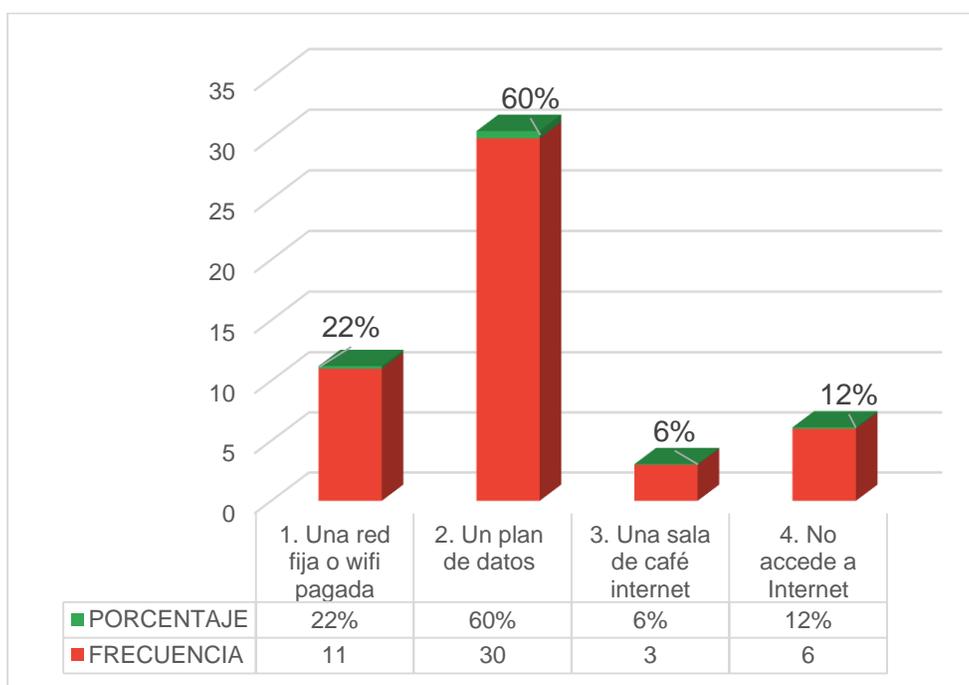
Gráfica 57. Servicios de telefonía e Internet de la población



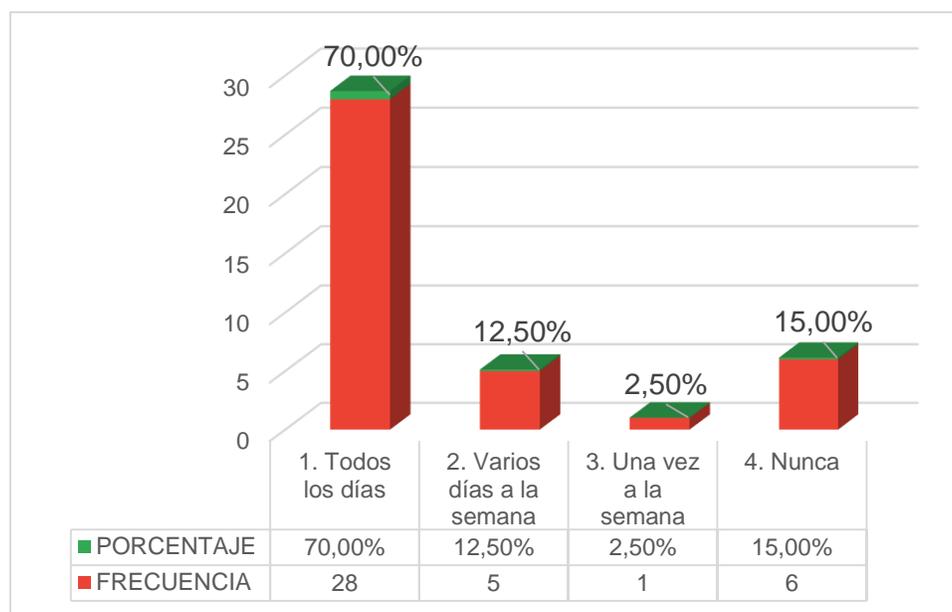
Gráfica 58. Disposición de dispositivos TIC de la población



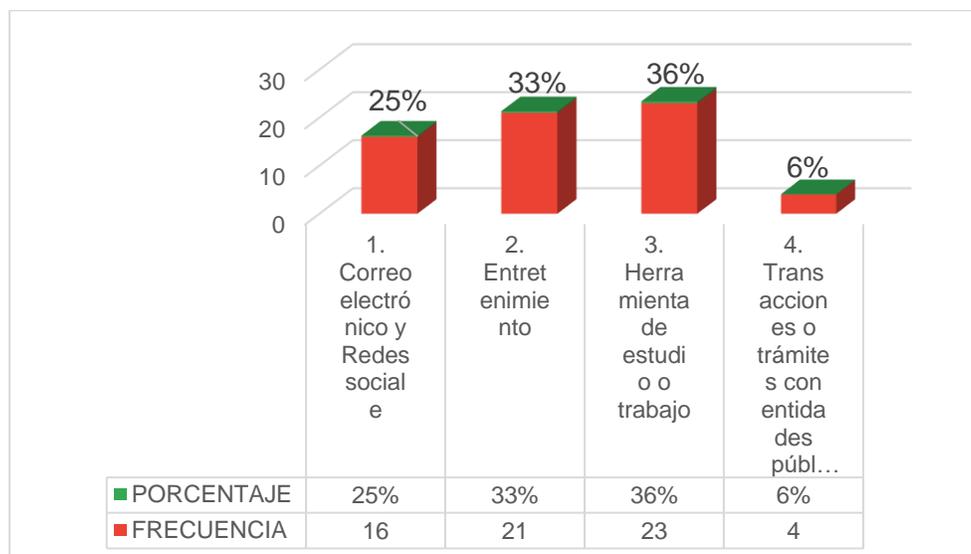
Gráfica 59. Forma de acceso de la población a Internet



Gráfica 60. Frecuencia de acceso de la población a Internet



Gráfica 61. Usos que la población encuestada hace del Internet



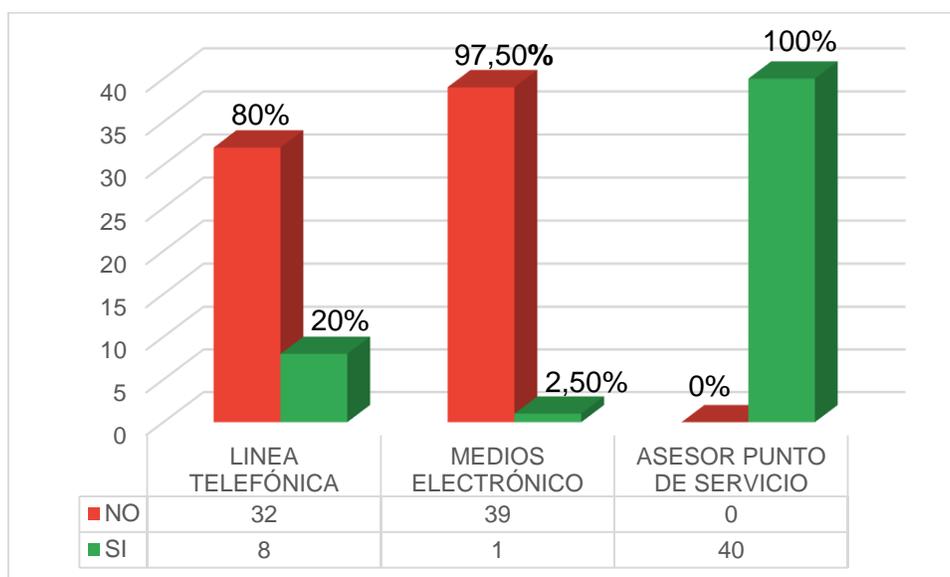
Otro aspecto por medir consiste en la forma de cómo los ciudadanos (as) se comunican con la Caja Vivienda Popular. El canal más frecuentado por el usuario fue el presencial (asesor en punto de atención), seguido del telefónico. La proporción de este último canal es del 20%, se puede mencionar un porcentaje favorable y de buena percepción por los ciudadanos (as). Adicionalmente los ciudadanos (as) encuestados (as) de la Dirección de Urbanización y titulación informan que no es claro establecer una comunicación a través de los medios electrónicos que brinda la entidad, aunque cabe destacar que los beneficiarios establecen comunicación por el

canal electrónico al correo: soluciones@cajaviviendapopular.gov.co, canal para interponer sus peticiones quejas y reclamos ya que en la tabulación de recolección de datos se tiene una participación del 2,50%.

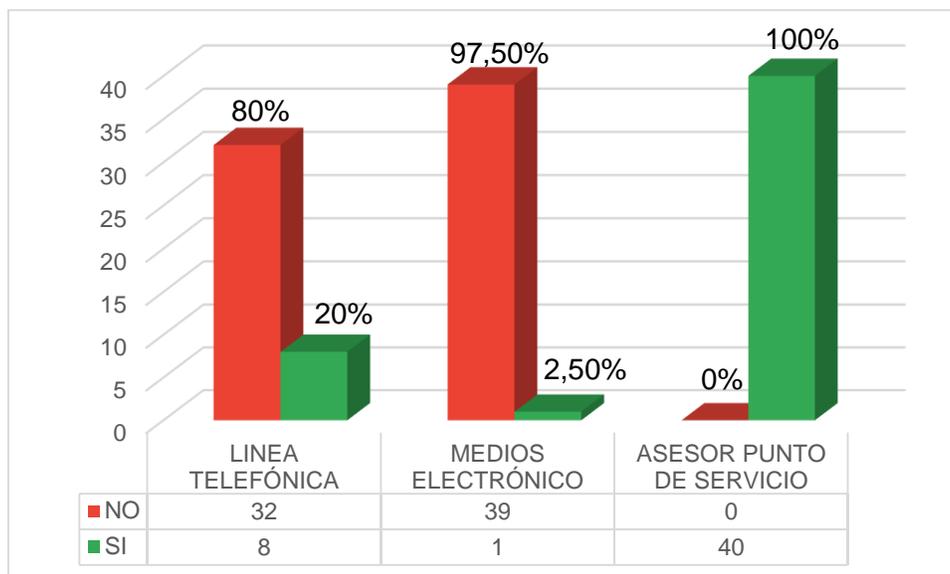
Reconociendo la importancia y eficiencia de una buena comunicación e intercambio de información con el ciudadano (a) impacta en gran medida y el buen desarrollo en el proceso, se indaga sobre la utilidad de la información suministrada o encontrada en los canales de comunicación, y si el usuario volviese 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% considerando que es un canal útil con un porcentaje del 100% y 100% de la población indica que volvería a utilizar este canal, mientras que el 20% de los ciudadanos (as) encuestados (as) uso el canal telefónico considerándolo un canal útil con ese mismo nivel de porcentaje y volverían a utilizar este canal un 35%.

Es indudable que el canal presencial es el medio por excelencia que frecuentan los ciudadanos (as), no obstante un porcentaje del 2,50% de la población encuestada manifestó que ha utilizado el canal virtual y de la misma manera lo considera una herramienta útil y además indican que sí repiten la experiencia de este canal con un porcentaje del 15%. Esta situación constituye una oportunidad para fortalecer la capacidad de la entidad de comunicarse con el usuario a través de la promoción y desarrollo de otros canales como la apropiación de las TIC y no los canales tradicionales.

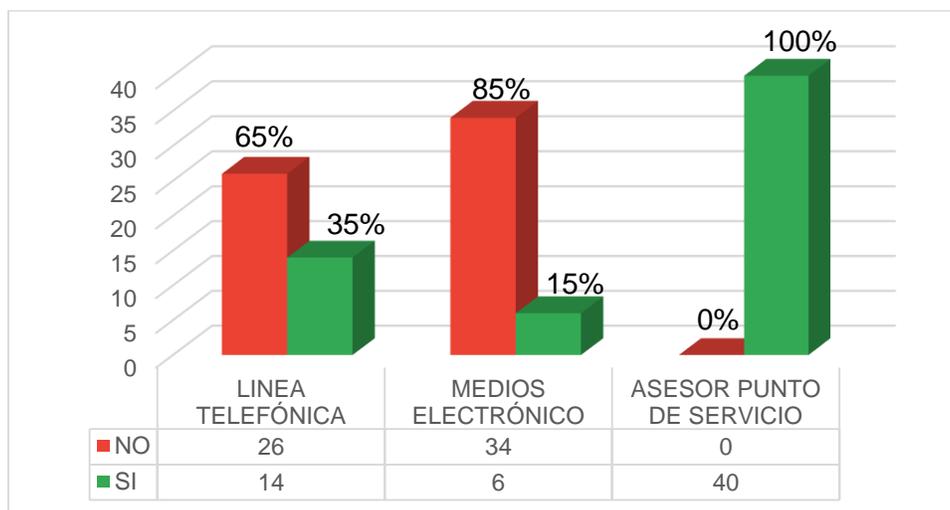
Gráfica 62. Uso de los canales de comunicación



Gráfica 63. Utilidad de la información suministrada a través de los canales de comunicación



Gráfica 64. Habitualidad del uso de los canales de comunicación (repetir la experiencia)



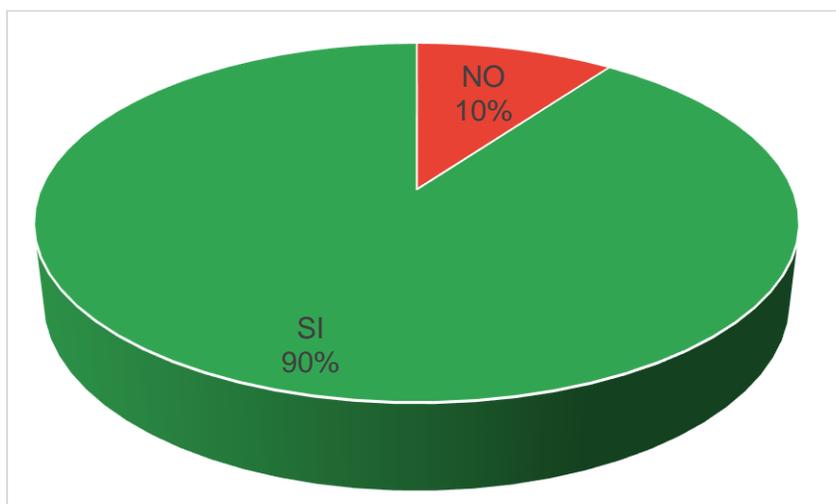
2.5. ASPECTOS PROCESO DE SERTVICIO AL CIUDADANO MEDICIÓN DEL EFECTO DE INFORMACIÓN SUMINISTRADA A LOS CIUDADANOS (AS) SOBRE GRATIUDAD DE TRAMITES Y SERVICIOS Y LA NO RECURENCIA A INTERMEDIARIOS

Durante la presente vigencia y dando continuidad a los esfuerzos de fortalecimiento de la transparencia y la prevención de la corrupción, se organizó una campaña institucional a través de medios presenciales y virtuales sobre la gratuidad de los trámites y servicios y lo innecesario de

los intermediarios. Se adelantaron acciones con un fin determinado, es decir, se informó y sensibilizó a la ciudadanía para que no sea víctima del abuso por parte de servidores públicos que realizan mediaciones ilegales, cobros indebidos o prácticas no éticas para realizar trámites y prestar servicios. Para evaluar el grado de conocimiento y comprensión de los mensajes de gratuidad y de no recurrir a intermediarios, en el marco de la presente encuesta se realizaron tres preguntas a los ciudadanos (as) 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 (a) no obtuvo los mensajes referidos, no se evaluaban las siguientes dos preguntas.

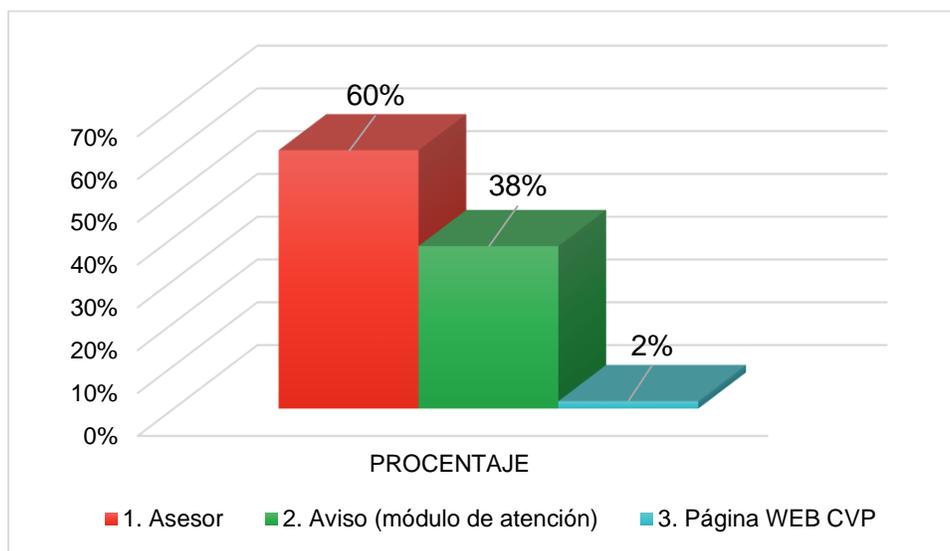
Como se explicó anteriormente, la primera de las preguntas consistió en averiguar si durante la presente vigencia el ciudadano (a) ha recibido información o se ha enterado sobre la gratuidad de los trámites y servicios en la Caja Vivienda Popular y lo innecesario de los intermediarios para acceder a dichos trámites y servicios. El 90% 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 10% manifestaron no haber recibido la información respectiva o no haberse enterado por algún medio virtual o presencial. Esta situación sugiere que probablemente los ciudadanos (as) encuestados (as) 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 65. Información sobre la gratuidad de trámites y servicios y lo innecesario de los intermediarios



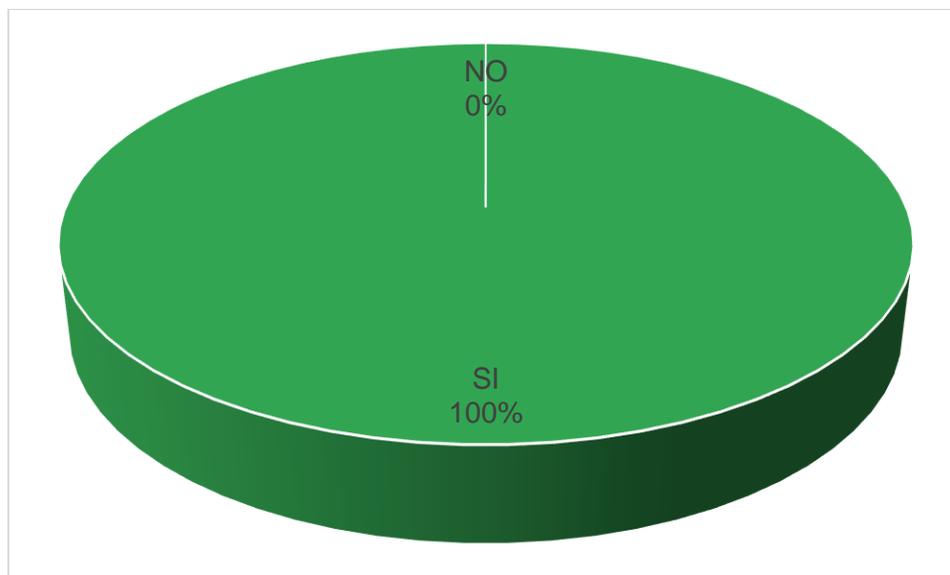
La segunda pregunta examinó el medio a través del cual el ciudadano (a) había obtenido la información. Esta pregunta consideró 5 opciones con múltiple respuesta, es decir, opciones que no son mutuamente excluyentes (Asesor, Aviso en el módulo de atención, Volante, Página WEB CVP, Cartelera digital CVP), los resultados obtenidos fueron los siguientes: El 60% de los usuarios de la Dirección de Urbanización y Titulación, si recibió información de manera verbal por parte de los asesores que lo han atendido, el 38% se enteró a través del aviso localizado en el módulo de atención y el 2% de la población encuestada manifestó haberse enterado a través de la página web de CVP, los resultados de la medición suministran información útil para plantear estrategias de divulgación al ciudadano (a) que fomenten un mayor uso de medios virtuales de información diferentes a los tradicionales como lo es el canal presencial.

Gráfica 66. Información sobre la gratuidad de trámites y servicios y lo innecesario de los intermediarios



La tercera pregunta de esta temática se orientó a conocer si el ciudadano (a) que recibió el mensaje, lo comprendió. El 100% de los 36 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 67. Comprendieron el mensaje de gratuidad de los trámites y servicios y de no acceso a intermediarios



2.6. ATENCIÓN DE PQRSD SERVICIO AL CIUDADANO SEGUIMINETO A PETICIONES QUEJAS O RECLAMOS EN LA CVP

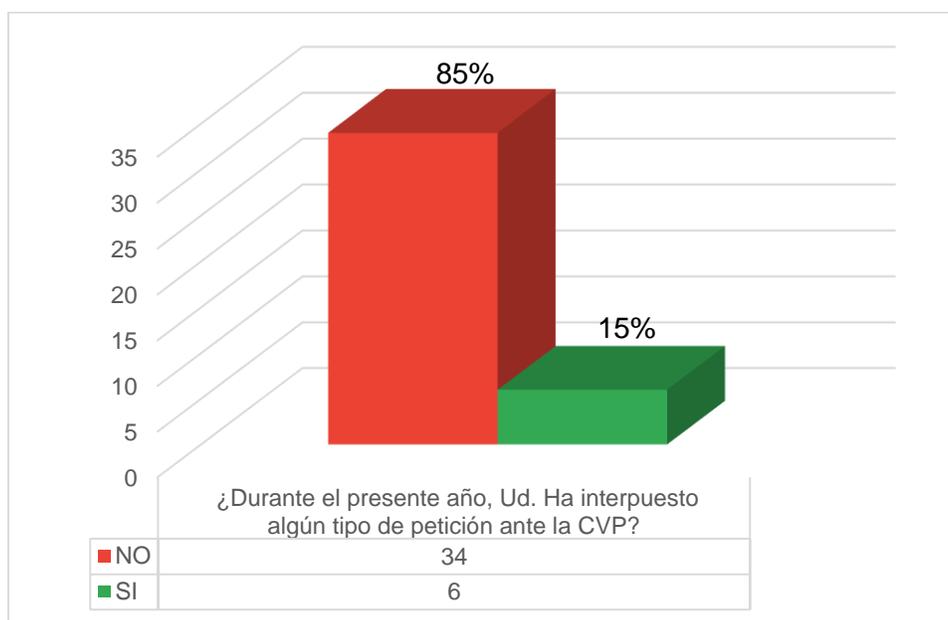
En el desarrollo de la encuesta se permite conocer si durante la presente vigencia el ciudadano (a) interpuso algún tipo de petición ante la Caja Vivienda Popular. Se indica para ello lo siguiente. A ¿Durante el presente año, Usted ha interpuesto algún tipo de petición ante la CVP? ¿SI LA RESPUESTA ES NEGATIVA PASAR A LA PREGUNTA 16? De ser afirmativa se formulan las siguientes preguntas B. ¿La respuesta que le dieron fue oportuna, es decir dentro de los términos? C ¿La respuesta que le dieron fue de fondo, es decir que le respondieron lo que solicitó o preguntó? D. ¿La respuesta que le dieron fue clara, es decir que la respuesta fue fácil de comprender?, E ¿La respuesta que le dieron fue cálida? Al formular la pregunta a los ciudadanos (as) si han interpuesto algún tipo de petición durante la presente vigencia se identificó con un porcentaje del 85% negativo y el 15% de manera positiva.

A los ciudadanos (as) que respondieron que sí habían interpuesto 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 100%. También se indaga sobre si la respuesta brindada por la entidad si cumple con lo que pregunta y se tiene también un 100% de satisfacción.

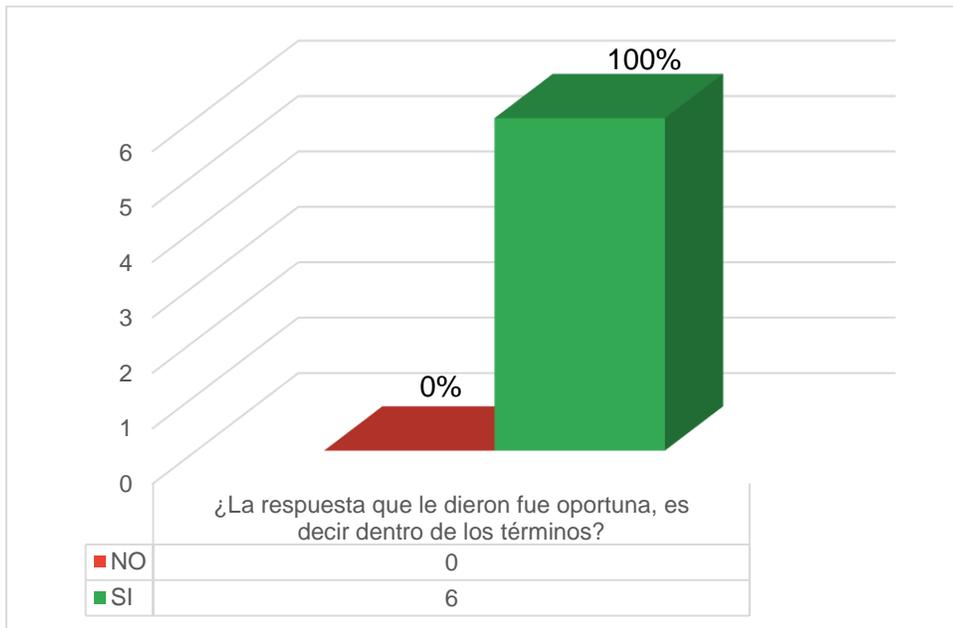
Se pregunta si la respuesta brindada por CVP. Fue fácil de comprender es su contexto y los ciudadanos (as) encuestados (as) indican con un porcentaje favorable del 100%

Al indagar con los ciudadanos (as) encuestados (as) si la respuesta que es emitida por Caja de la Vivienda Popular - CVP, es una respuesta de cálida y según los encuestados indican un 100% en que la respuesta brindada por la entidad fue cálida.

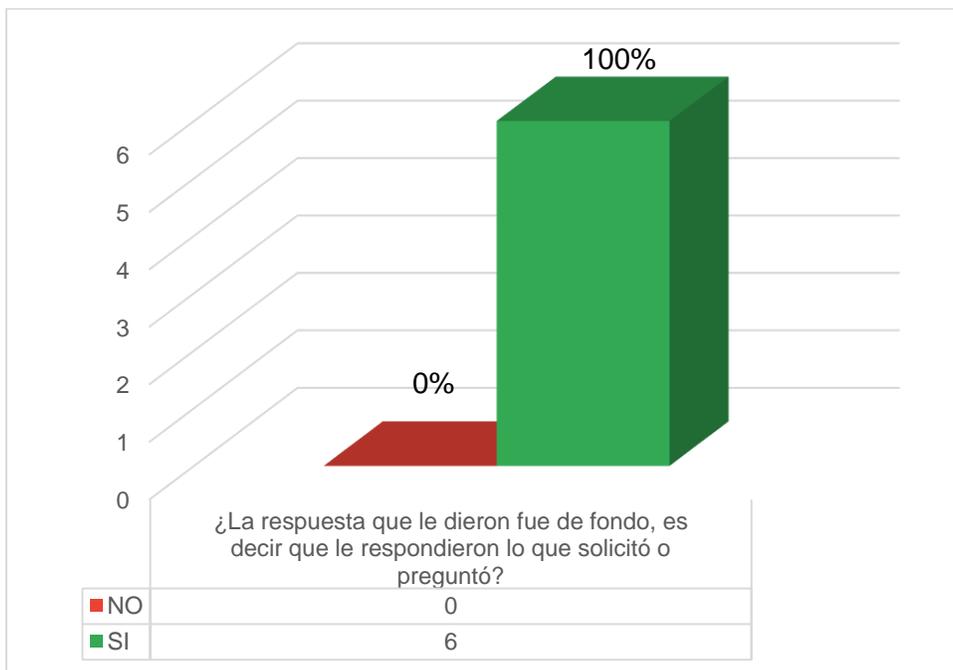
Gráfica 68. Ciudadanos (as) que interpusieron algún tipo de petición



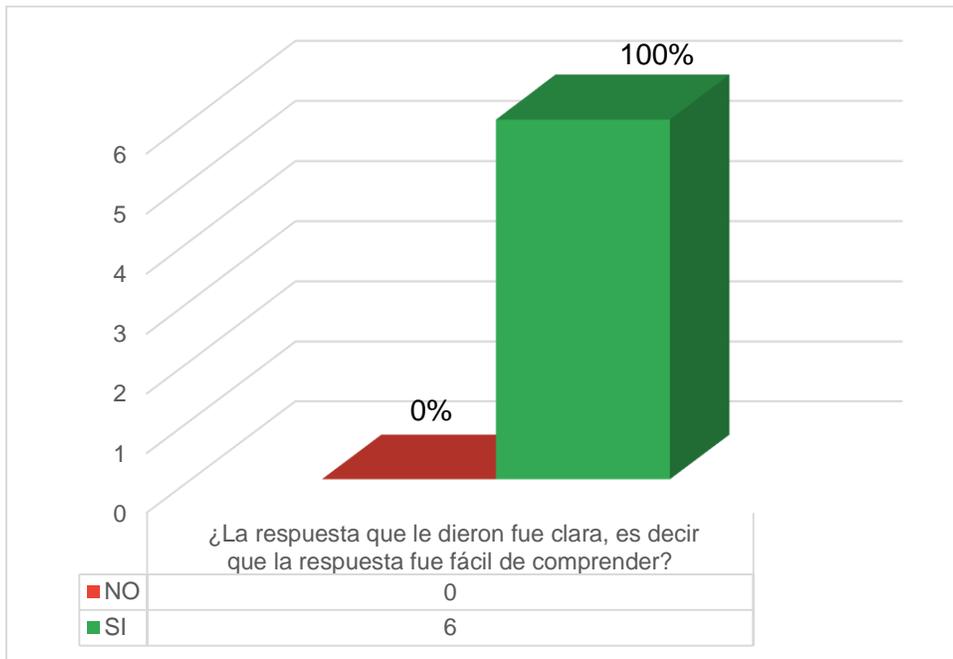
Gráfica 69. T tiempo de respuesta por la entidad



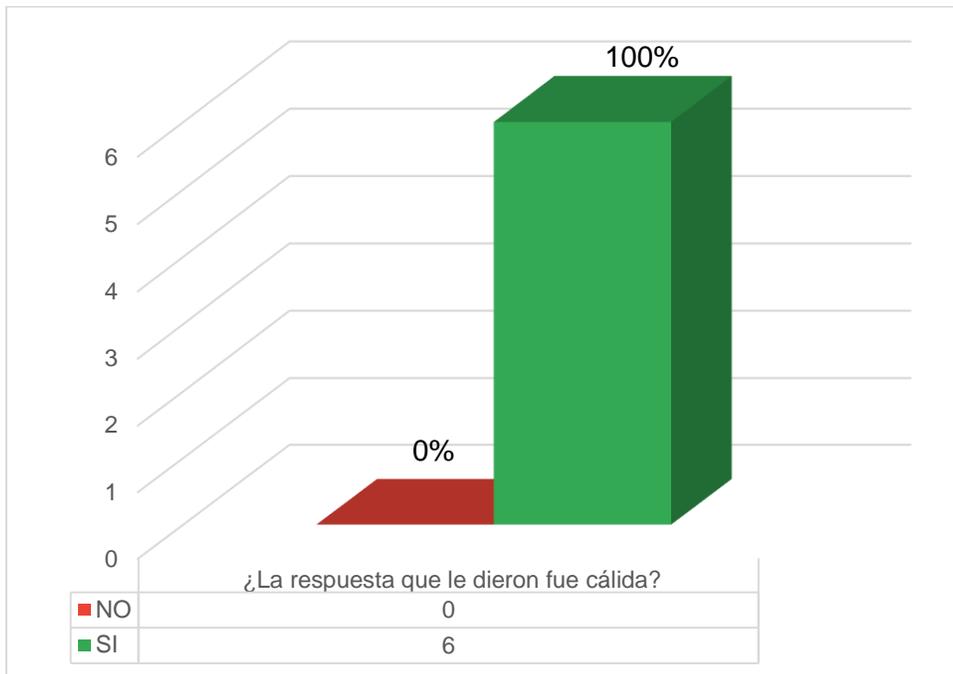
Gráfica 70. La respuesta cumple con lo que pregunto el ciudadano (a)



Gráfica 71. La respuesta es fácil de comprender



Gráfica 72. La respuesta suministrada fue de calidad



3. DIRECCIÓN DE MEJORAMIENTO DE VIVIENDA

El desarrollo de las encuestas realizadas para la recolección de datos los usuarios de la Dirección de Mejoramiento de Vivienda, fue aplicada a 40 ciudadanos (as), los cuales autorizaron a la Caja de la Vivienda Popular de usar la información recopilada con fines estadísticos, y de conformidad con la política de tratamientos de datos personales Ley 1581 del 2012. En el desarrollo de la encuesta se evidencia de una manera sobresaliente a las localidades de Ciudad Bolívar, Usme y San Cristóbal.

Tabla 15. Población encuestada por localidad

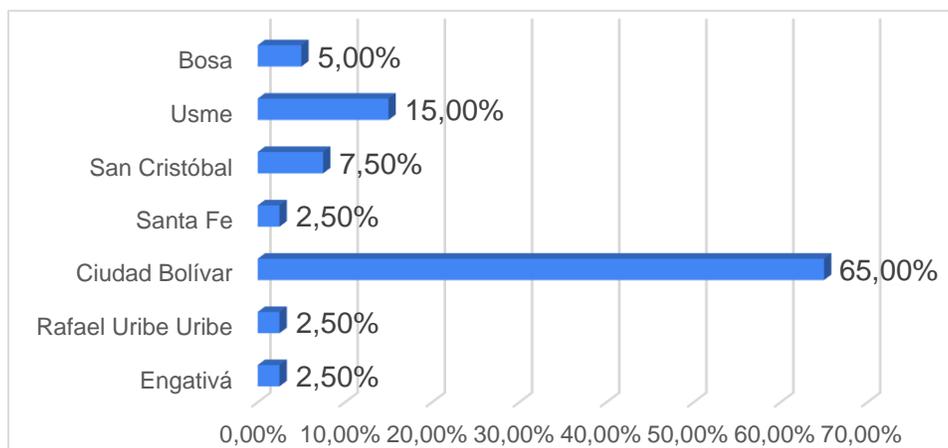
LOCALIDAD	#PERSONAS	%PORCENTAJE
Engativá	1	2,50%
Rafael Uribe Uribe	1	2,50%
Ciudad Bolívar	26	65,00%
Santa Fe	1	2,50%
San Cristóbal	3	7,50%
Usme	6	15,00%
Bosa	2	5,00%
Total, General	40	100%

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

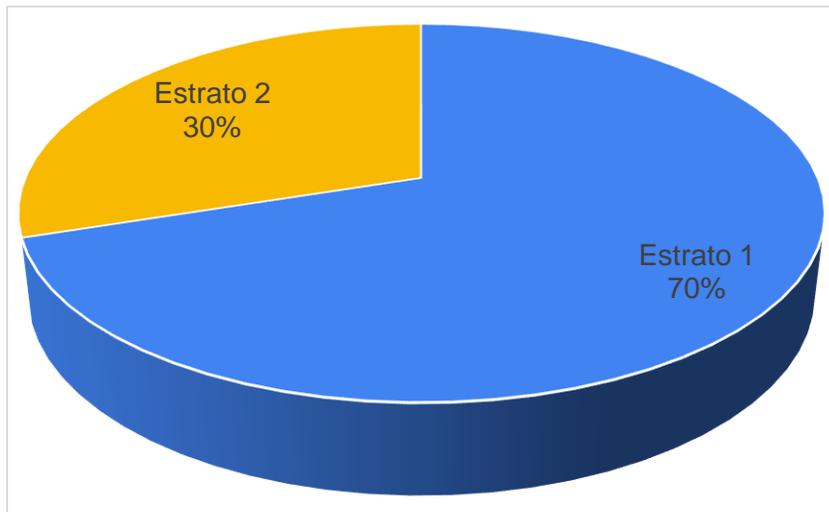
3.1. VARIABLE DEMOGRAFICA

La mayor representación de población encuestada corresponde a las localidades de Ciudad Bolívar con un porcentaje del 65%, el 15% la localidad de Usme y con el 7,50% la localidad de San Cristóbal. La población encuestada refiere que corresponde a un estrato socio económico de 1 y 2.

Gráfica 73. Población encuestada por localidad

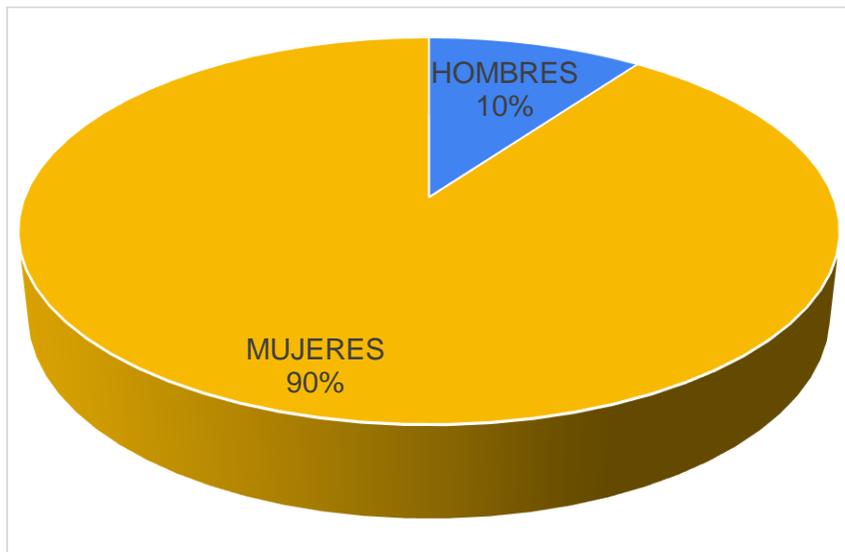


Gráfica 74. Estrato socio económico de los usuarios



De acuerdo con la población encuestada se puede establecer que el género femenino representa la mayoría del porcentaje con una representación del 90% y el género masculino tiene una participación del 10%.

Gráfica 75. Género de la población encuestada



La distribución por el rango de edades de los ciudadanos (as) encuestados (as) corresponde al 93% de la población que tiene una edad comprendida entre los 40 y 75 años. Para los hombres encuestados corresponden al 100% y las mujeres con un porcentaje del 92%.

Tabla 16. Distribución de la edad y género de la población encuestada

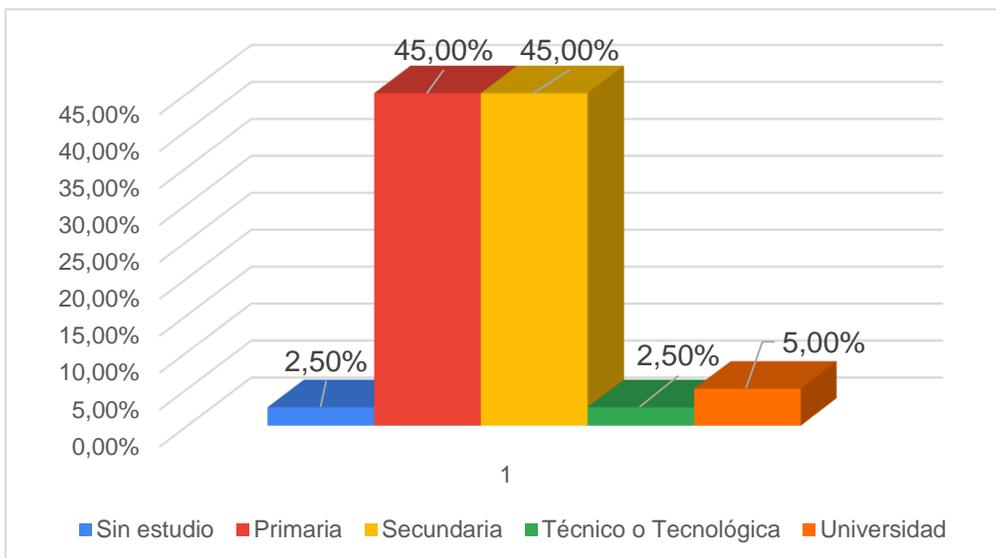
RANGO DE EDAD (AÑO)	HOMBRES	MUJERES	% EDAD (HOMBRES)	% EDAD (MUJERES)
21-25				
26-30		1		3%
31-35		2		6%
36-40		2		6%
41-45	2	5	50%	14%
46-50		3		8%
51-55		5		14%
56-60		9		25%
61-65	1	3	25%	8%
66-70		2		6%
71-75	1		25%	
(+) 75		4		11%
Total	4	36	100%	100%
%Porcentaje	10%	90%		

Gráfica 76. Edad y género de la población encuestada

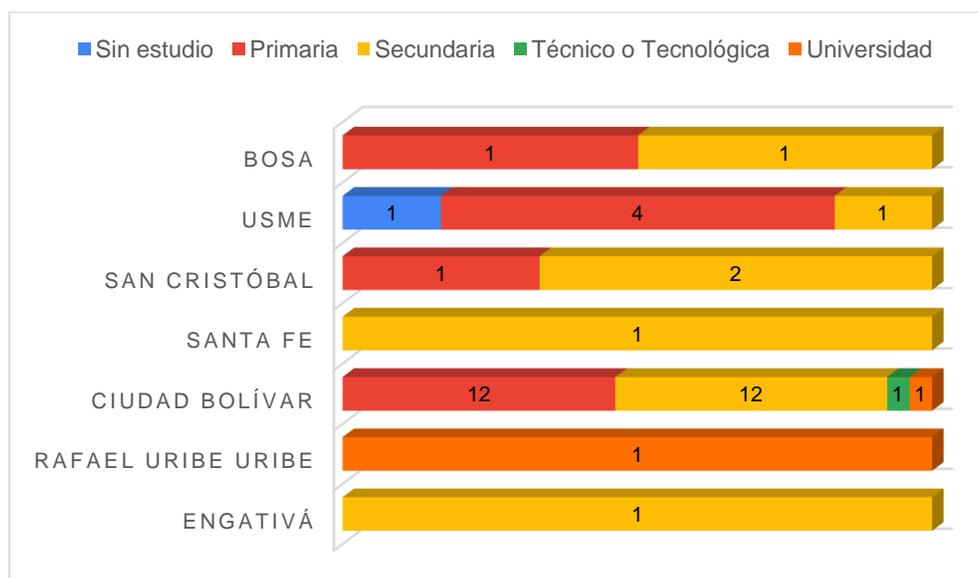


Se observa que los ciudadanos (as) encuestados (as) tienen un nivel de escolaridad del 2,50% sin estudio, el 45% los ciudadanos (as) encuestados (as) manifestaron tener una educación primaria y con el mismo porcentaje de participación un nivel educativo correspondiente a la secundaria y el 7,50% indicaron tener educación superior correspondiente a técnico, tecnológico o universitaria.

Gráfica 77. Escolaridad de la población encuestada



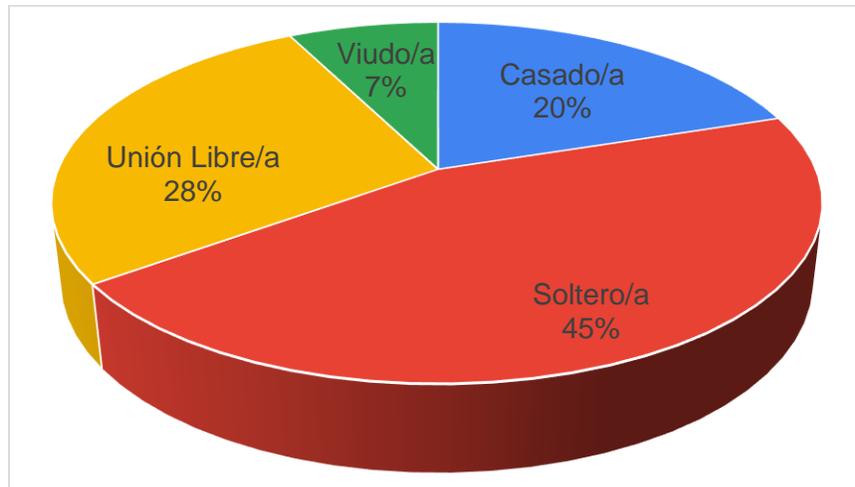
Gráfica 78. Nivel de estudios por localidad



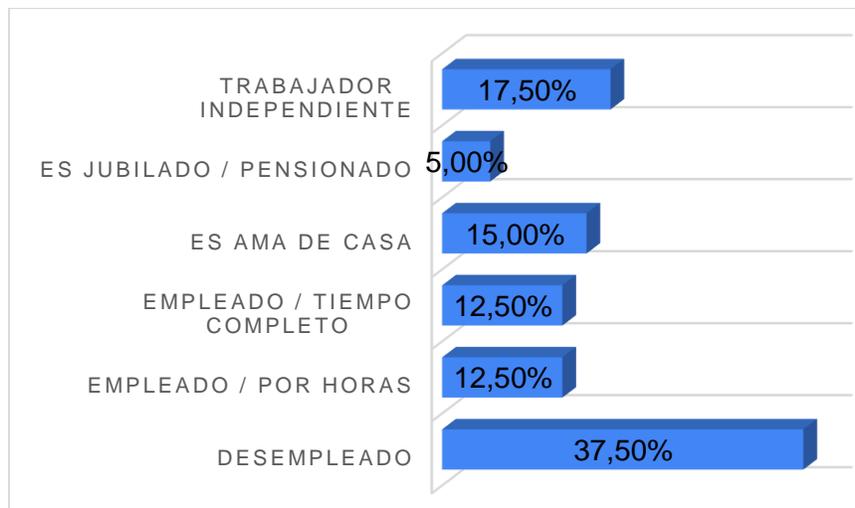
En el desarrollo de la encuesta se identifica el estado civil de la población y la que más predomina es soltero/a con un porcentaje del 45%, seguido de Unión Libre con una representación del 28% y casado/a con el 20%. Con relación a ocupación laboral actual de la población encuestada se identificó que el 37,50% está desempleada, el 17,50% trabaja de manera informal (independiente) y el 15% afirmó que es ama de casa.

Otra variable demográfica de interés que se puede medir es el número de integrantes que está conformado cada hogar. Diciendo esto se encontró que el 27,50% está constituido por 3 personas, el 25% está formado por 2 integrantes y el 17,50% lo representan familias integradas por 5 personas.

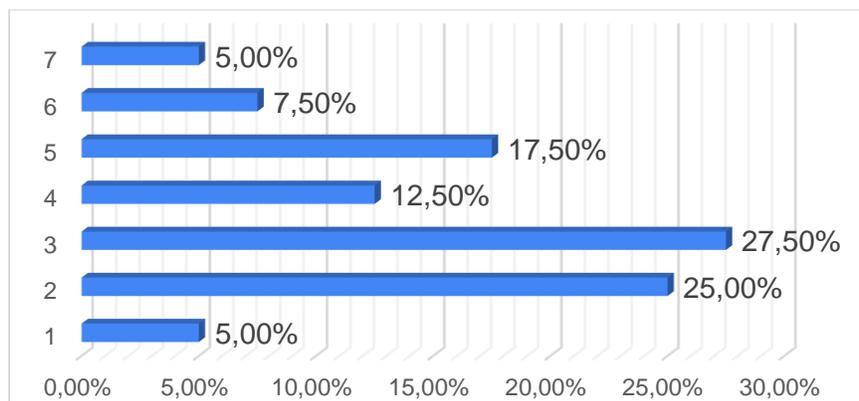
Gráfica 79. Estado civil de la población encuestada



Gráfica 80. Situación laboral de los usuarios



Gráfica 81. Cantidad de habitantes por vivienda



3.2. MOTIVO DE VISITA Y PERMANENCIA EN EL PROCESO

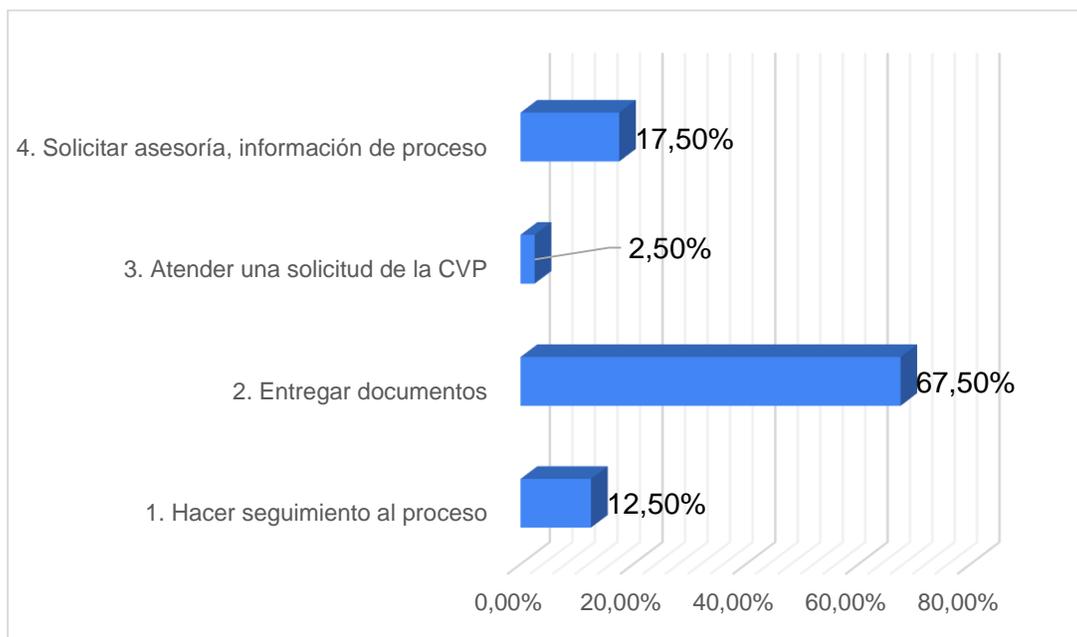
Al ser indagados los ciudadanos (as) de la Dirección de Mejoramiento de Vivienda sobre el motivo de su visita en el punto de atención al ciudadano indican que el motivo principal es entregar documentos referentes al proceso que adelantan con la entidad un porcentaje del 67,50%, seguido de solicitar asesoría, información del proceso con un porcentaje del 17,50% y con el 12,50% vienen a realizar seguimiento a su proceso.

En la recolección de datos se identifica que la población encuestada viene en busca de acceder al plan terraza con un porcentaje del 78% de atención en servicio presencial de la entidad, seguido del 20% que buscan información correspondiente al acto de reconocimiento de predio y el 2% solicita información correspondiente a mejoramiento de vivienda.

Tabla 17. Distribución porcentual de los motivos de la visita

MOTIVO DE VISITA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1. Hacer seguimiento al proceso	5	12,50%
2. Entregar documentos	27	67,50%
3. Atender una solicitud de la CVP	1	2,50%
4. Solicitar asesoría, información de proceso	7	17,50%
Total, General	40	100%

Gráfica 82. Motivo de la visita



Gráfica 83. Tramite y servicio – Proceso

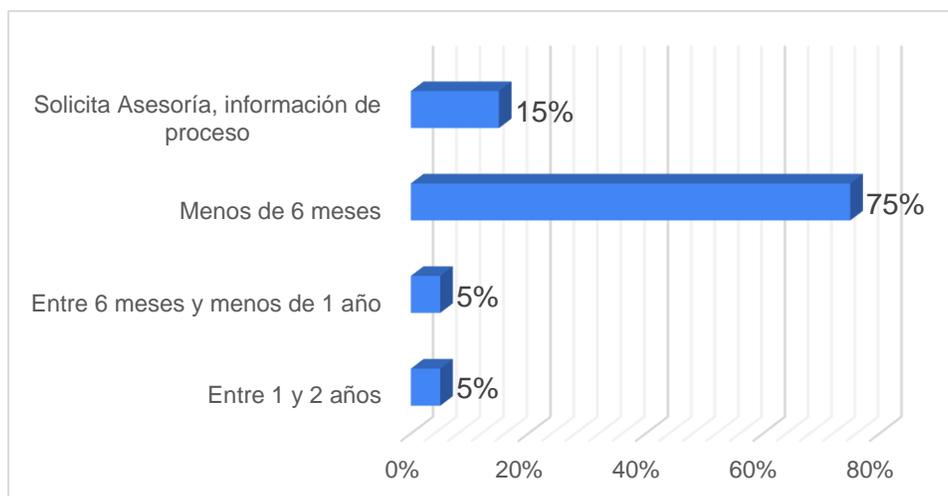


La variable de permanencia en el proceso con CVP, nos indica que el 75% lleva un trámite con menos de 6 meses, el 15% de los ciudadanos (as) encuestados (as) manifestaron que se acercaron a solicitar asesoría, información de proceso y con el 5% los beneficiarios indicaron llevar un proceso entre 6 meses y 1 año y con este mismo nivel de participación manifestaron llevar un proceso correspondiente entre 1 y 2 años

Tabla 18. Distribución porcentual tiempo de permanencia en el proceso

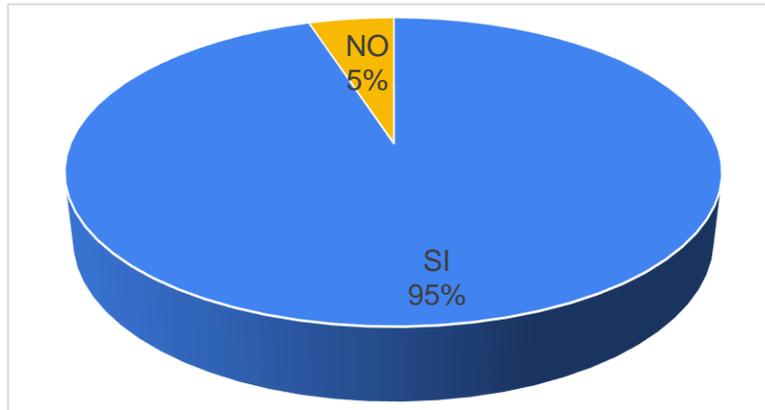
TIEMPO DE PERMANENCIA EN EL PROCESO	FRECUENCIA	%PORCENTAJE
Entre 1 y 2 años	2	5%
Entre 6 meses y menos de 1 año	2	5%
Menos de 6 meses	30	75%
Solicita Asesoría, información de proceso	6	15%
Total, General	40	100%

Gráfica 84. Tiempo de permanencia en el proceso



En la tabulación de la encuesta arroja un porcentaje 95% de los ciudadanos (as) encuestados (as) indican que consideran que están bien informados del proceso y el 5% manifiesta no estar bien informados. La localidad que presenta esta insatisfacción de información corresponde a Ciudad Bolívar 5% lo que relaciona a dos ciudadanos (as). Lo que establece un seguimiento y revisión del proceso de cómo se entrega la información y comunicación.

Gráfica 85. Información suficiente sobre el proceso



Gráfica 86. Distribución porcentual por localidad del suministro de información sobre el proceso

LOCALIDAD	BIEN INFORMADO		FRECUENCIA	PORCENTAJE	
	SI	NO		SI	NO
Engativá	1	0	1	3%	0%
Rafael Uribe Uribe	1	0	1	3%	0%
Ciudad Bolívar	24	2	26	63%	100%
Santa Fe	1	0	1	3%	0%
San Cristóbal	3	0	3	8%	0%
Usme	6	0	6	16%	0%
Bosa	2	0	2	5%	0%
Total, General	38	2	40	95%	5%

Gráfica 87. Suministro de información suficiente sobre el proceso



3.3. CALIDAD DE SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CIUDADANO (A)

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

Se empleó una escala de valoración ordinal con opciones de respuestas numéricas de 1 a 5, donde 1 es la calificación más baja y 5 es la más alta. La calificación promedio de los atributos del servicio de la Dirección de Mejoramiento de Vivienda fue de 4,54, destacándose la disponibilidad del personal y en general la calificación de los atributos de calidad es similar.

Gráfica 88. Calificación de los atributos del servicio

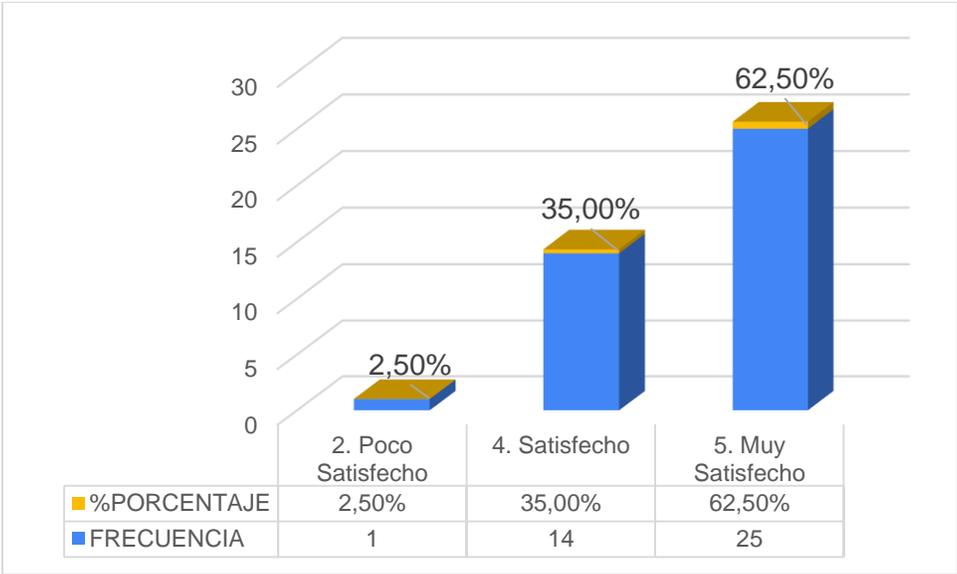


Tabla 19. Atributos y dimensiones de la calidad del servicio

ATRIBUTO	CALIFICACIÓN	DIMENSIÓN CALIDAD DE SERVICIO
Calidez y amabilidad del personal	4,55	Empatía
Disponibilidad del personal	4,6	Capacidad de Respuesta
Accesibilidad y Comodidad de las instalaciones del punto de atención	4,55	Elementos Tangibles
Organización en el manejo de la información	4,57	Fiabilidad, Capacidad de Respuesta
Sencillez de los requisitos de los trámites y servicios	4,57	Fiabilidad, Capacidad de Respuesta
Conocimientos y habilidades del personal	4,57	Seguridad
Duración del proceso	4,5	Capacidad de Respuesta
Confiabilidad del servicio	4,5	Fiabilidad
Cumplimiento dentro del plazo de los compromisos establecidos	4,45	Capacidad de Respuesta
PROMEDIO	4,54	

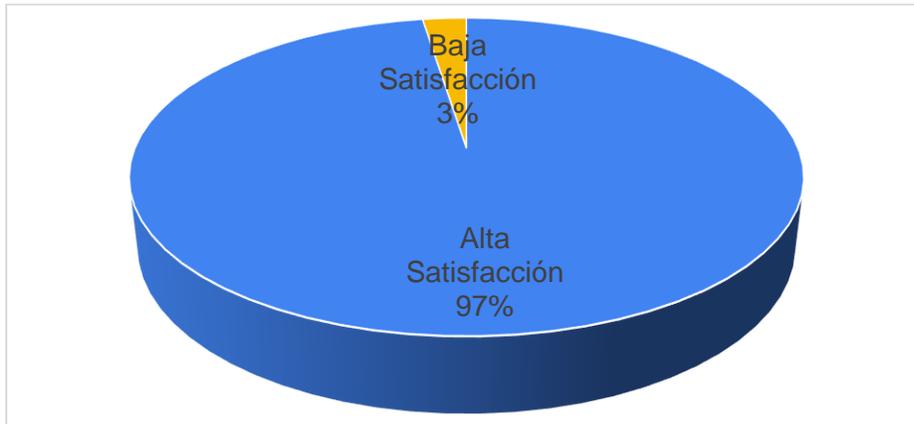
La satisfacción general de los usuarios (as) de la Dirección de Mejoramiento de Vivienda de la CVP se evaluó mediante una pregunta con 5 posibilidades de respuestas mutuamente excluyentes. Se empleó una escala de valoración ordinal con opciones de respuestas numéricas de 1 a 5, donde 1 es la calificación más baja y 5 es la más alta. De igual forma, y con el propósito de que el encuestado (a) 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 89. Nivel de satisfacción de los usuarios con el servicio prestado



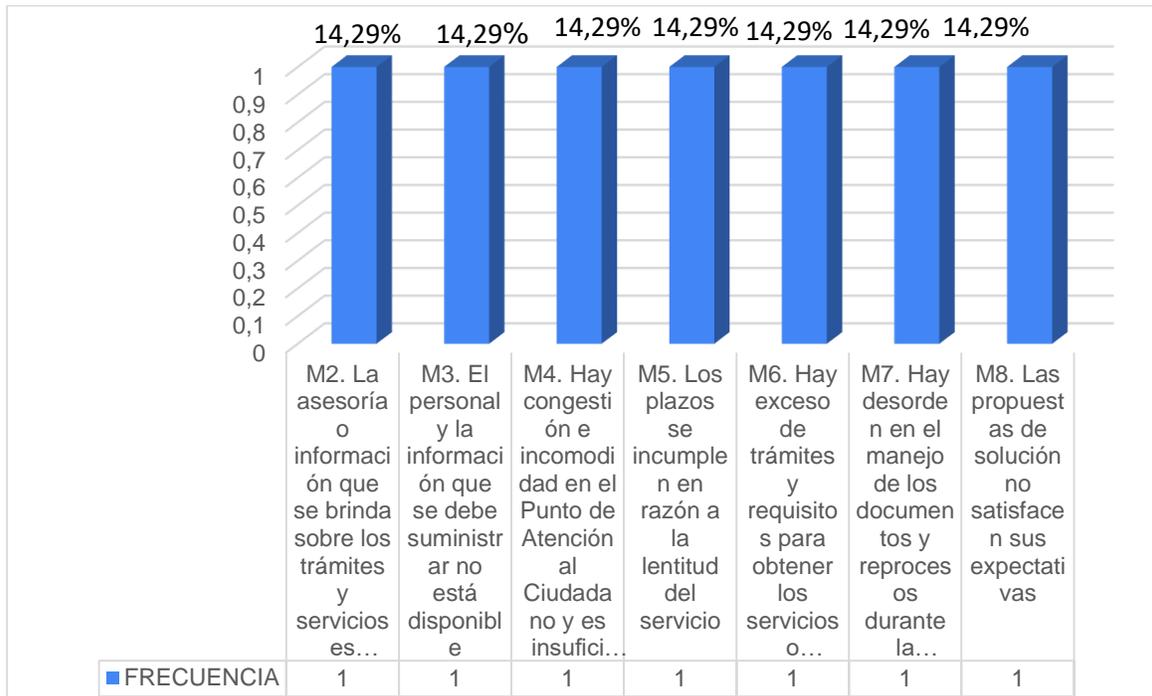
En el desarrollo de la encuesta se puede determinar que el 62,50% de los ciudadanos (as) encuestados (as) se encuentran muy satisfecho con el servicio y atención prestado por la Dirección de Mejoramiento de Vivienda de CVP, el 35% se siente satisfecho y el 2,50% de la población encuestada manifestó sentirse poco satisfecho. Para calcular el índice de satisfacción se tomaron como respuestas de alta satisfacción las calificaciones 4 y 5 y como respuestas de baja satisfacción, las calificaciones de 1, 2 y 3. La experiencia del usuario (as) de la Dirección de Mejoramiento de Vivienda resulta de la percepción de los atributos de calidad, ha sido buena en términos generales, y si bien es cierto, dicha medida obedece a un factor emocional del usuario (a), constituye un indicador para determinar el grado de confianza del ciudadano (a) en la gestión del proceso.

Gráfica 90. Población satisfecha e insatisfecha con el servicio



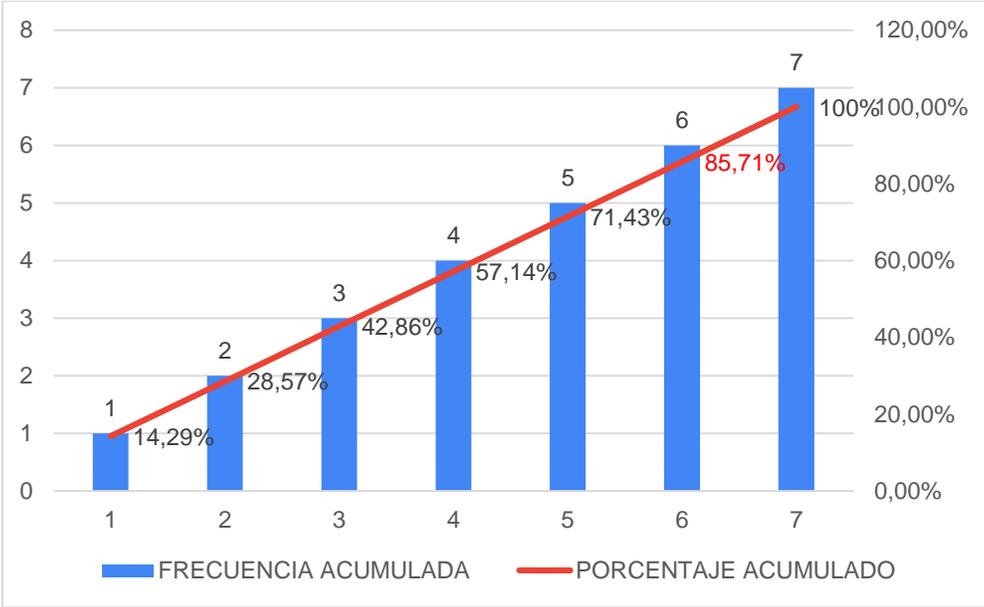
No obstante, lo anterior y como se indicó con anterioridad, solo un 3% lo que corresponde a un ciudadano (a) afirmó tener una baja satisfacción con relación al servicio prestado por la Dirección de mejoramiento de Vivienda, el ciudadano (a) indicó que son 7 los motivos de su insatisfacción de inconformidad los cuales son: 1) La asesoría o información que se brinda sobre los trámites y servicios es mala e insuficiente, 2) El personal y la información que se debe suministrar no está disponible, 3) Hay congestión e incomodidad en el Punto de Atención al Ciudadano y es insuficiente este espacio de atención, 4) Los plazos se incumplen en razón a la lentitud del servicio, 5) Hay exceso de trámites y requisitos para obtener los servicios o beneficios y hacer realidad los derechos, 6) Hay desorden en el manejo de los documentos y reprocesos durante la prestación del servicio o ejecución del trámite y 7) Las propuestas de solución no satisfacen sus expectativas. Cada uno de los motivos mencionados lo representa un porcentaje del 14,29%

Gráfica 91. Motivos de baja satisfacción



De acuerdo con el Diagrama de Pareto, el 85,71% de los motivos de baja satisfacción obedecen a validar los aspectos descritos anteriormente y los cuales se deben puntualizar y hacer seguimiento de mejora continua y generar una mejor satisfacción con los ciudadanos (as).

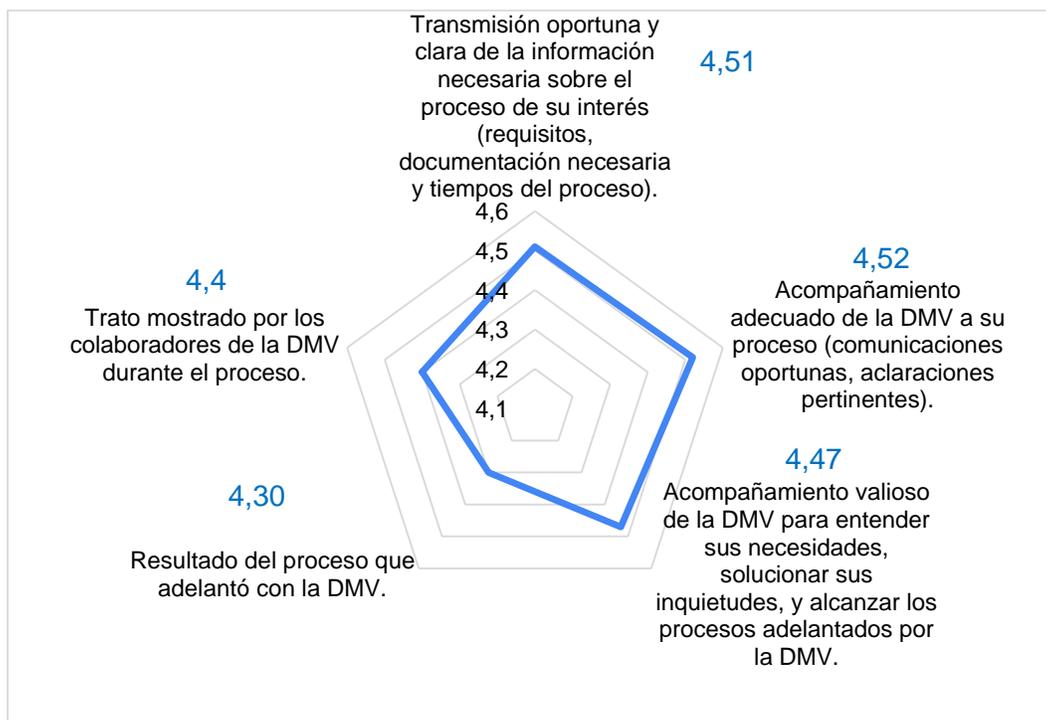
Gráfica 92. Diagrama de Pareto de los motivos de baja satisfacción



Otros indicadores de satisfacción los constituyen 5 preguntas específicas que preparó la Dirección de Mejoramiento de Vivienda 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 proceso de su interés (requisitos, documentación necesaria y tiempos del proceso), b) Acompañamiento adecuado de la DMV a su proceso (comunicaciones oportunas, aclaraciones pertinentes), c) Acompañamiento valioso de la DMV para entender sus necesidades, solucionar sus inquietudes, y alcanzar los procesos adelantados por la DMV, d) Resultado del proceso que adelantó con la DMV y e) Trato mostrado por los colaboradores de la DMV durante el proceso.

La calificación promedio de cada pregunta específica fue de 4,44 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 93. Aspectos específicos del área misional



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

En el desarrollo de la encuesta se indagó sobre el uso, conocimiento y manejo de las TIC, por ciudadanos (as) encuestados (as), se realizaron preguntas como disponibilidad, acceso y uso de servicios de telefonía e internet y la tenencia de dispositivos de comunicación con Caja Vivienda Popular. Los resultados obtenidos son útiles para plantear estrategias que fomenten la cultura de cero papel y uso de la tecnología, esto será un proceso de diseño e implementación de servicios en línea que faciliten a los ciudadanos (as) realizar consultas de su interés.

En la recolección de información referente a esta temática de las TIC, en los ciudadanos (as) encuestados (as) se identificó que hay varios dispositivos las preguntas formuladas son con opción múltiple lo cual las respuestas se agrupan en varios ítems y se pudo determinar que el 11% cuenta con telefonía fija, el 61% de ciudadanos (as) encuestados (as) afirmaron tener un teléfono celular, el 26% tiene acceso al internet y el 2% que lo representa un ciudadano (a) indico no tener ningún servicio.

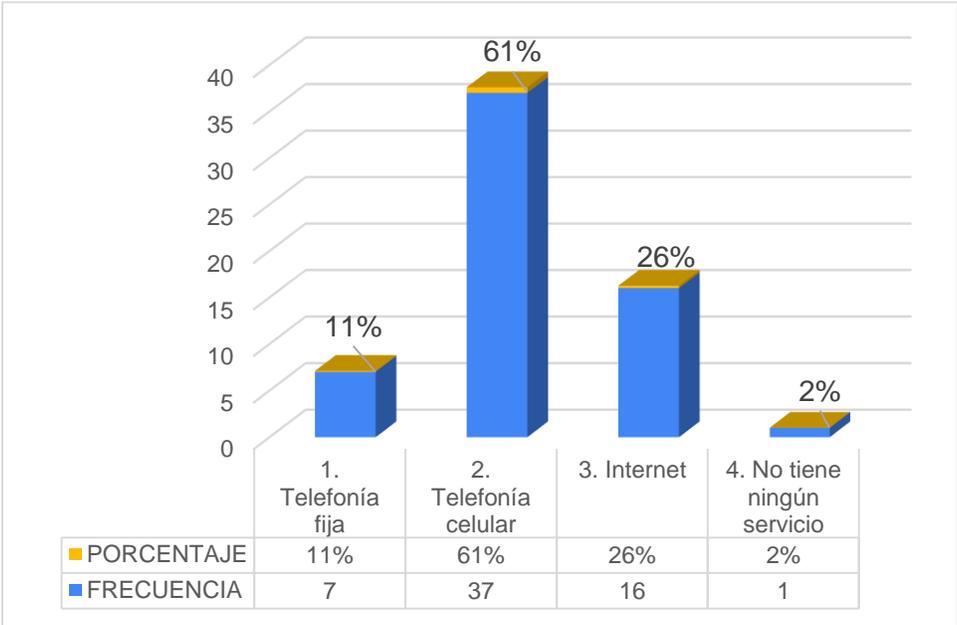
Referente al nivel de apropiación de estos dispositivos TIC, se pudo establecer por ítem separados como se había mencionado anteriormente, que el 13% cuenta con una línea telefónica fija, el 70% posee un teléfono celular, el 15% de los ciudadanos (as) encuestados (as) manifestaron tener un computador de escritorio, portátil o tabla electrónica y el 2% manifestó no tener ningún dispositivo.

En el desarrollo de la encuesta se indaga con la población de como accede a internet, lo cual se formula la pregunta con múltiple respuesta teniendo en consideración que los ciudadanos (as) 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 el 23% de los encuestados manifestó que accede a este servicio a través de una red fija o wifi, el 52% indico que pagan un plan de datos para su celular, el 5% accede a través de una conexión gratuita al servicio de internet y el 20% de la población encuestada manifestó que no accede a este servicio.

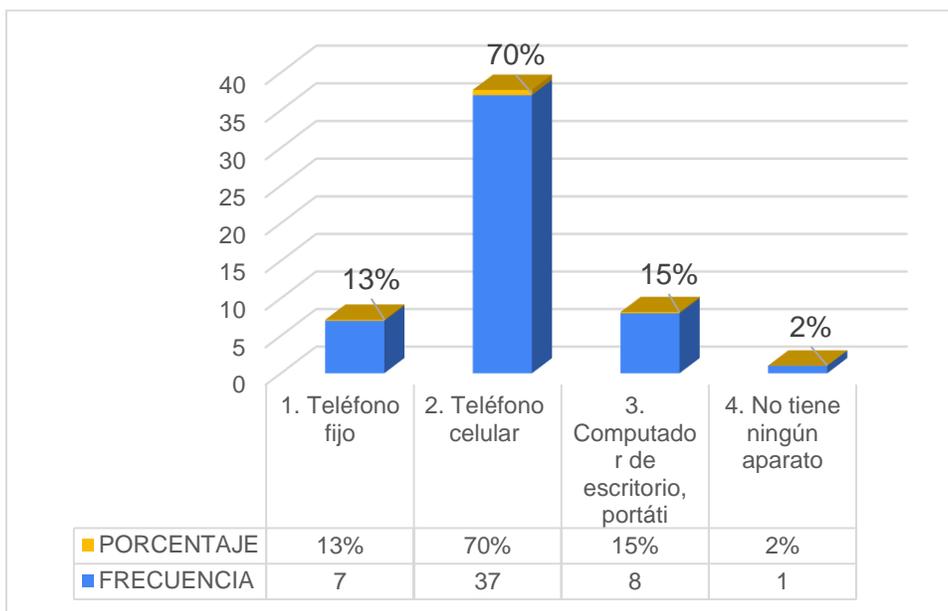
Con respecto a la frecuencia de uso (preguntas con ítems mutuamente excluyentes), se pudo establecer que el 49% de los ciudadanos (as) encuestados (as) accede todos los días, el 22% lo utiliza varios días a la semana, el 2% una vez a la semana accede al servicio y con el 27% ciudadanos (as) indicaron que nunca utilizan este servicio.

En los datos recolectados se identifica cual es el uso principal que la ciudadanía encuestada le da a este servicio (tomando en consideración que los ítems no son mutuamente excluyentes) se aprecia que el 24% lo utiliza para acceder al correo electrónico y redes sociales, el 32% manifiesta que utiliza este canal de entretenimiento, el 39% indica que su uso principal es de herramienta de estudio o trabajo y el 5% manifestó que utiliza la herramienta para realizar transacciones o tramites con entidades públicas o privadas

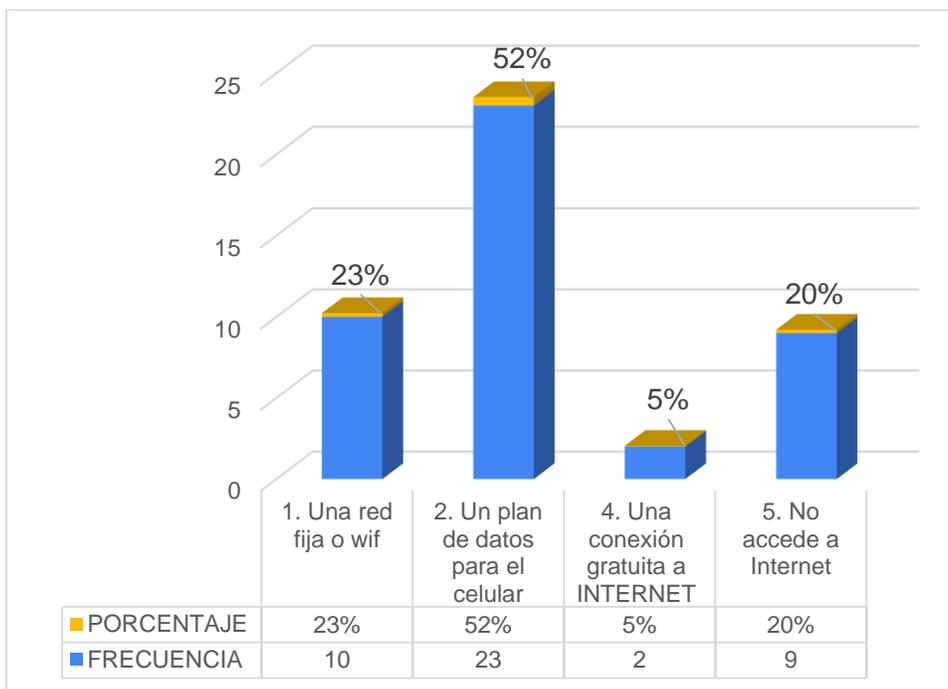
Gráfica 94. Servicios de telefonía e Internet de la población



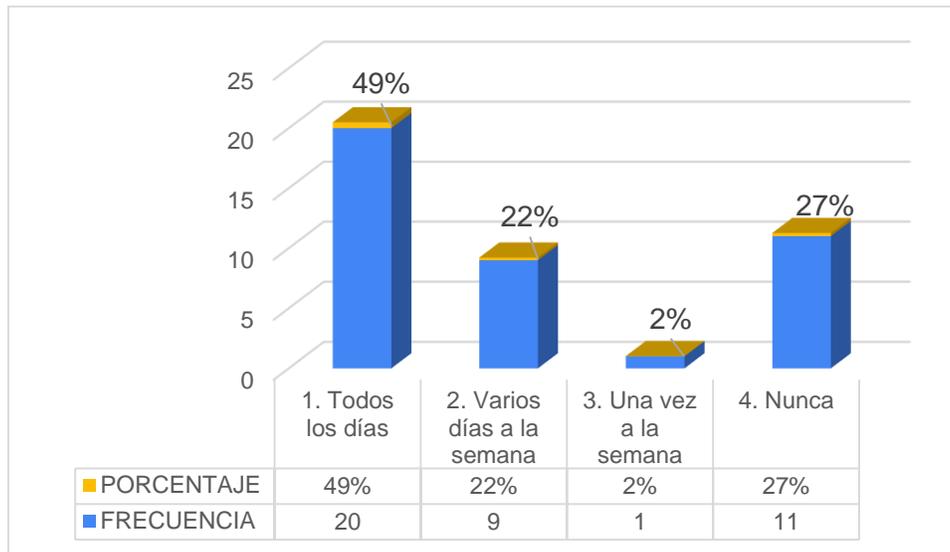
Gráfica 95. Disposición de dispositivos TIC de la población



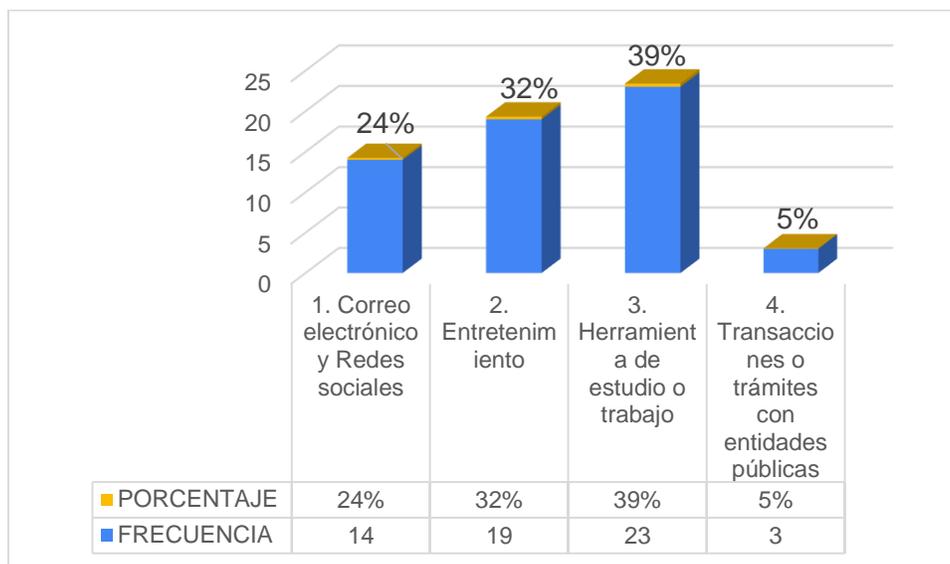
Gráfica 96. Acceso de la población a Internet



Gráfica 97. Frecuencia de acceso de la población a Internet



Gráfica 98. Usos que la población encuestada hace del Internet



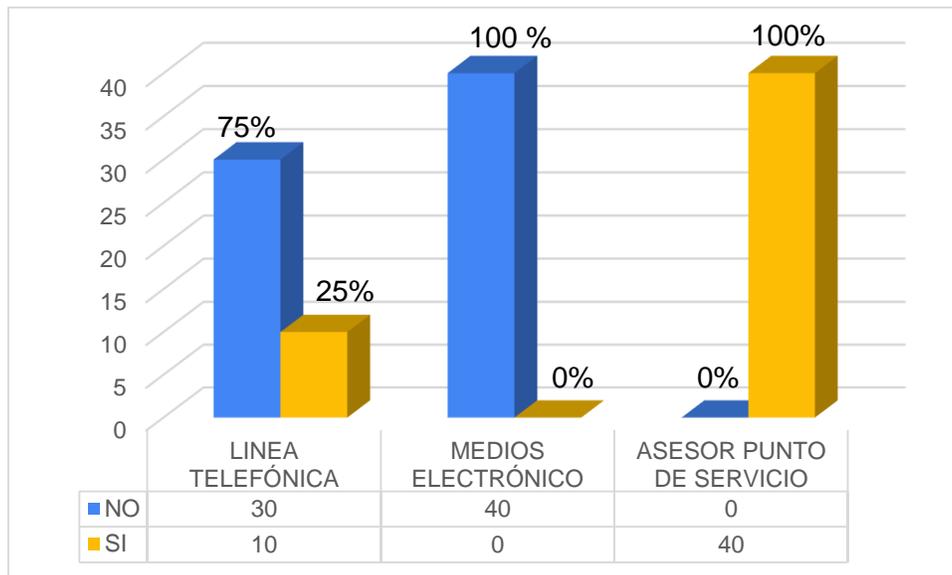
Otro aspecto relevante de la encuesta consistió en medir la forma como el usuario (a) se comunica con la Caja Vivienda Popular. El canal más usado por el usuario fue el presencial (asesor en punto de atención) con un porcentaje del 100%, seguido de la línea telefónica con un 25%.

Reconociendo la importancia de comunicación e intercambio de información con el ciudadano (a) 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, indicado lo anterior el medio que más utiliza el ciudadano (a) corresponde al canal presencial con un porcentaje del 100%, con su mismo porcentaje fue considerado como el más útil y en su totalidad lo volverían a utilizar, el

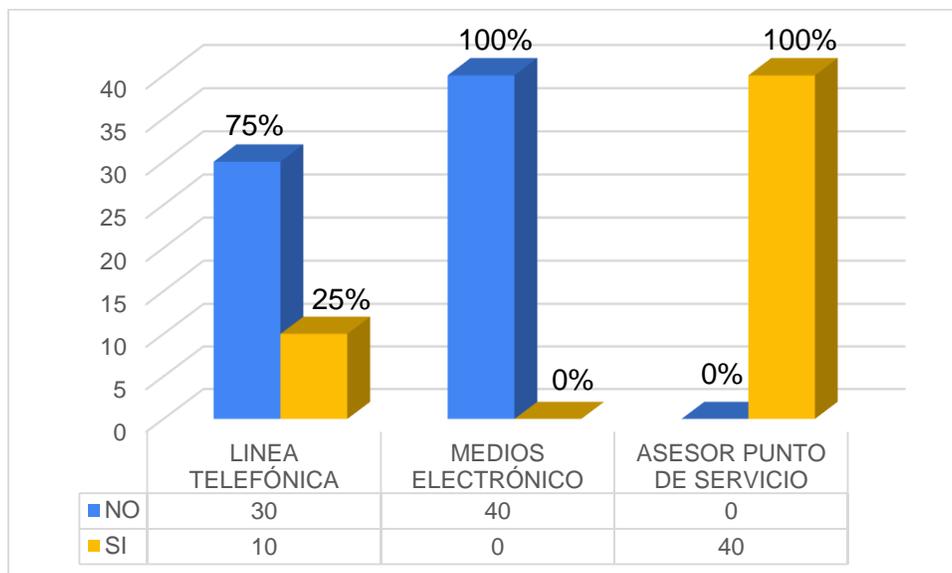
segundo canal concurrente corresponde a la línea telefónica con el 25% de los ciudadanos (as) considero útil este canal y lo volverían a utilizar el 43%.

En el desarrollo y tabulación de los resultados arrojados de la encuesta se evidencia que el canal más concurrente es el presencial, gracias a su buen manejo y trato, es de aclarar que se puede implementar el canal de correo electrónico ya que en el desarrollo y tabulación de datos se identifica que el 15% de la población encuestada estaría dispuesta a utilizar este medio, esta medida se da ya que la comunidad tiene la oportunidad de acceder a los medios de TIC.

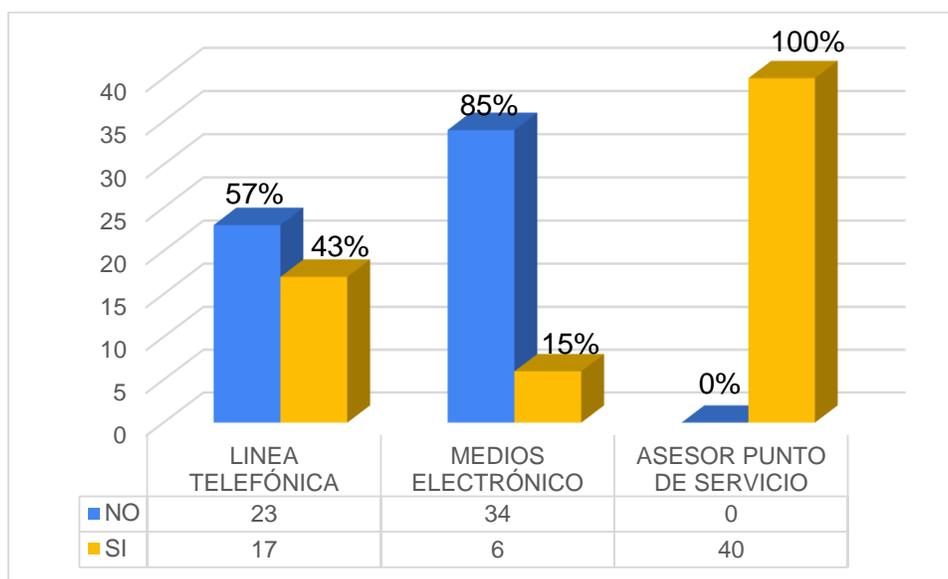
Gráfica 99. Uso de los canales de comunicación



Gráfica 100.. Utilidad de la información suministrada a través de los canales de comunicación



Gráfica 101. Habitualidad en el uso de los canales de comunicación (volverlos a usar)

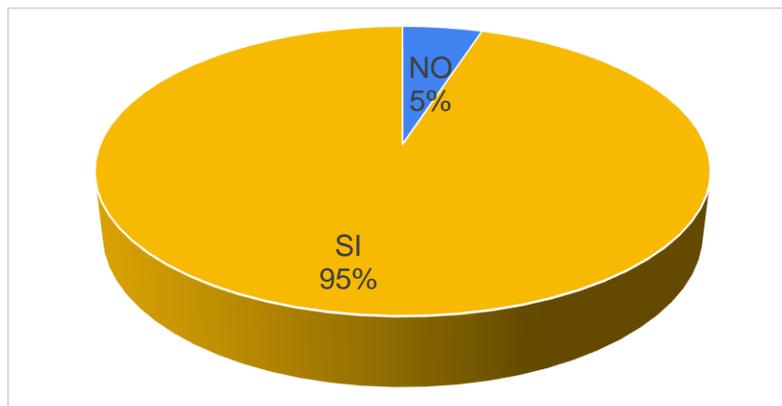


3.5. ASPECTOS PROCESO DE SERVICIO AL CIUDADANO MEDICIÓN DEL EFECTO DE INFORMACIÓN SUMINISTRADA A LOS CIUDADANOS (AS) SOBRE GRATUIDAD DE TRAMITES Y SERVICIOS Y LA NO RECURENCIA A INTERMEDIARIOS

En el desarrollo de la encuesta de satisfacción a los ciudadanos (as) se evaluó el grado de adaptación de información y comprensión de los mensajes de gratuidad y de no recurrir a intermediarios para el desarrollo de los trámites y servicios prestados por la Caja de la Vivienda Popular. De la Dirección de Mejoramiento de vivienda se realizaron tres preguntas a los ciudadanos (as) aclarando que, si la primera de dichas preguntas era respondida de manera negativa, es decir, que el ciudadano (a) no obtuvo los mensajes referidos, no se evaluaban las siguientes dos preguntas.

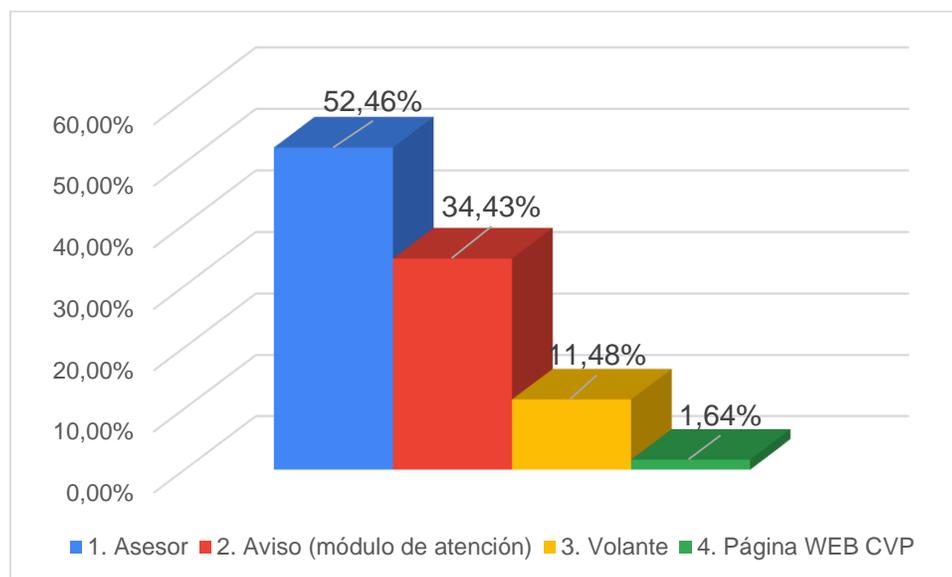
Como se explicó anteriormente, la primera de las preguntas consistió en averiguar si durante el presente año el ciudadano (a) ha recibido información o se ha enterado sobre la gratuidad de los trámites y servicios en la Caja Vivienda Popular y lo innecesario de los intermediarios para acceder a dichos servicios. Se obtuvo que el 95% de los ciudadanos (as) encuestados (as) 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 con el 5% de los visitantes, lo que corresponde a dos ciudadanos (as) manifestaron no haber recibido la información respectiva o no haberse enterado por algún medio virtual o presencial. Esta situación sugiere que probablemente los ciudadanos (as) encuestados (as) 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 102. Información sobre la gratuidad de trámites y servicios



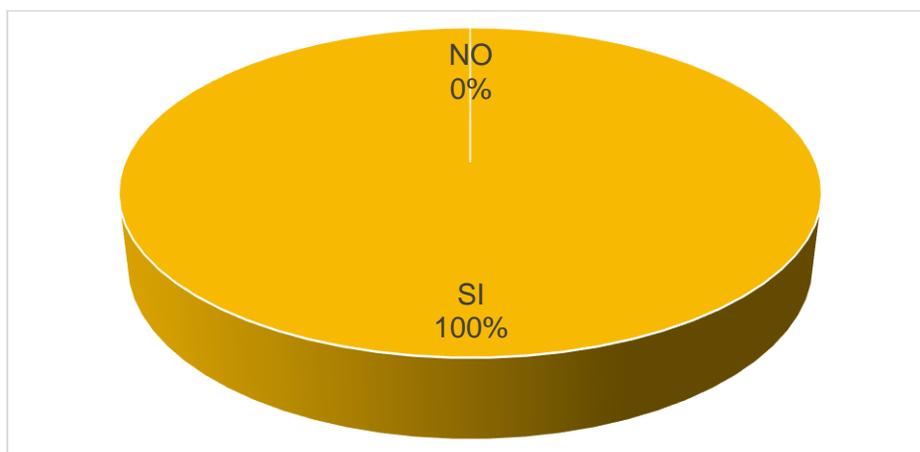
La segunda pregunta examinó el medio a través del cual el ciudadano (a) había obtenido la información. Esta pregunta consideró 5 opciones con múltiple respuesta, es decir, opciones que no son mutuamente excluyentes (Asesor, Aviso en el módulo de atención, Volante, Página WEB CVP, Cartelera digital CVP). Los resultados obtenidos fueron los siguientes: El 52,46% de los ciudadanos (as) encuestados (as) recibieron de manera verbal sobre el trámite de gratuidad por los asesores, el 34,43% se enteró a través del aviso localizado en el módulo de atención, el 11,48% indicaron haberse enterado a través de volante y el 1,64% manifestó que se enteró a través de página web de la CVP.

Gráfica 103. Información sobre la gratuidad de trámites y servicios y lo innecesario de los intermediarios



La tercera pregunta de gratuidad corresponde establecer si los ciudadanos (as) comprendieron el mensaje transmitido el cual se obtiene que 100% de los 38 ciudadanos (as) que manifestaron haberse enterado sobre el mensaje de gratuidad en la Dirección de mejoramiento de vivienda contestó de manera afirmativa es decir entendió que todos los tramites en la entidad son completamente gratuitos.

Gráfica 104. Comprendieron los mensajes de gratuidad de trámites y servicios y de no acceso a los intermediarios



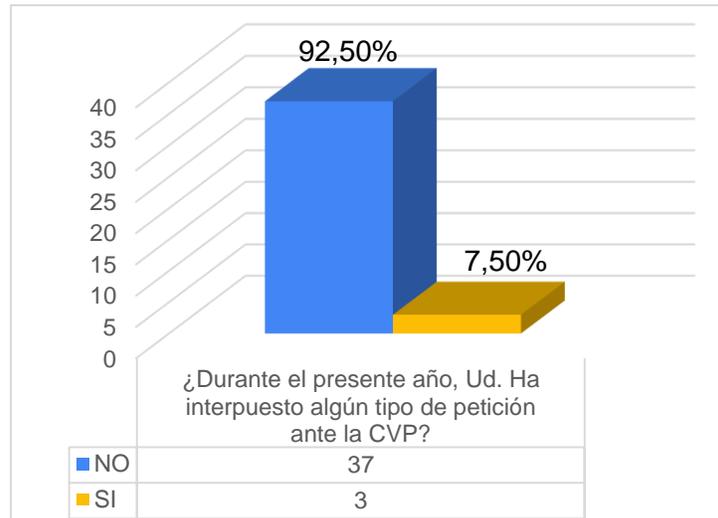
3.6. ATENCIÓN DE PQRSD SERVICIO AL CIUDADANO SEGUIMIENTO A PETICIONES QUEJAS O RECLAMOS EN LA CVP

En el desarrollo de la encuesta se permite conocer si durante la actual vigencia el ciudadano (a) interpuso algún tipo de petición ante la Caja Vivienda Popular. Se indica para ello lo siguiente. A ¿Durante el presente año, usted ha interpuesto algún tipo de petición ante la Caja Vivienda Popular? ¿SI LA RESPUESTA ES NEGATIVA PASAR A LA PREGUNTA 16? De ser afirmativa se formulan las siguientes preguntas B. ¿La respuesta que le dieron fue oportuna, es decir dentro de los términos? C ¿La respuesta que le dieron fue de fondo, es decir que le respondieron lo que solicitó o preguntó? D. ¿La respuesta que le dieron fue clara, es decir que la respuesta fue fácil de comprender?, E ¿La respuesta que le dieron fue cálida? Al formular la pregunta a los ciudadanos (as) si han interpuesto algún tipo de petición durante este año se obtuvo un porcentaje del 92,50% negativo y 7,50% de manera afirmativa lo que corresponde a 3 ciudadanos (as).

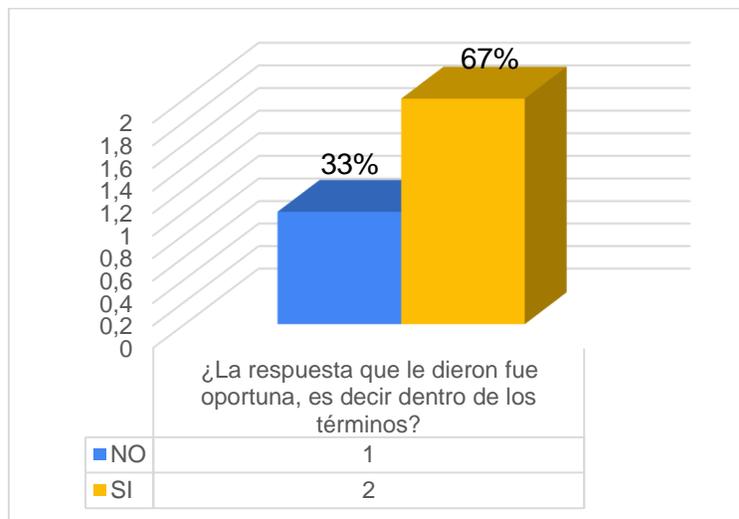
A los ciudadanos (as) que respondieron que sí habían interpuesto algún tipo de petición ante la Caja Vivienda Popular, se indaga en si la respuesta que le brindaron fue oportuna dentro de los tiempos establecidos y se tiene un porcentaje de satisfacción del 67%, se sondea si la respuesta por la entidad cumple con lo preguntado y se obtiene un porcentaje 67% favorable.

Se pregunta si la respuesta brindada por Caja Vivienda Popular. Fue fácil de comprender es su contexto y los ciudadanos (as) encuestados (as) indican con un porcentaje favorable del 67% y, por último, se valida si la respuesta emitida por la entidad es cálida cumpliendo con el contexto del proceso que lleva y se obtiene los mismos porcentajes anteriormente mencionados.

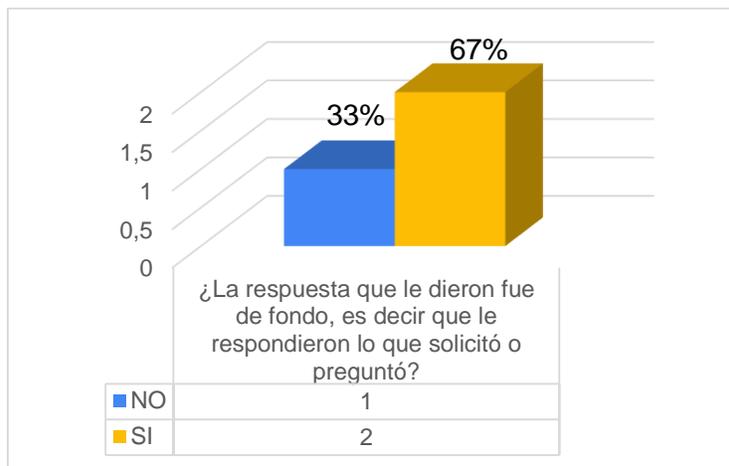
Gráfica 105. Ciudadanos (as) que interpusieron algún tipo de petición



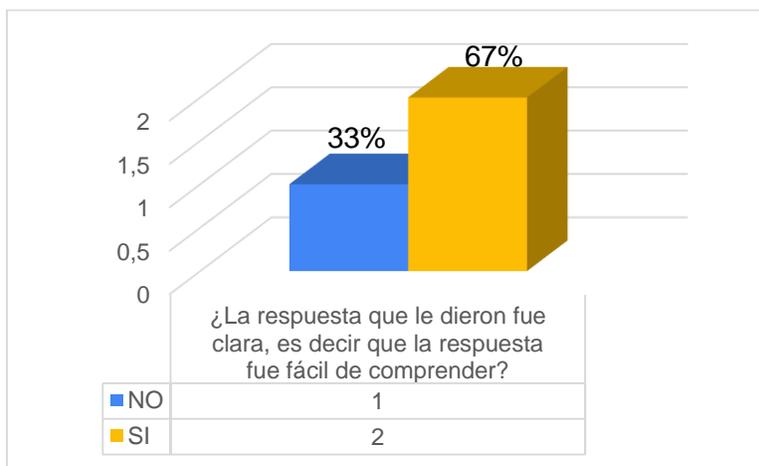
Gráfica 106. Porcentaje de tiempo de respuesta por la entidad



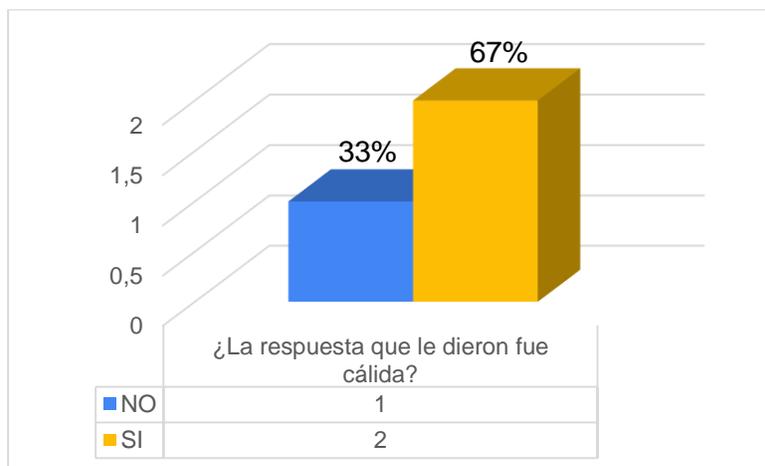
Gráfica 107. La respuesta cumple con lo que pregunto el ciudadano (a)



Gráfica 108. La respuesta es fácil de comprender



Gráfica 109.. La respuesta suministrada fue de calidad



4. DIRECCIÓN DE MEJORAMIENTOS DE BARRIOS

La información registrada en este capítulo informe de medición del nivel de satisfacción y en virtud de informar a la ciudadanía se indica que los datos a continuación relacionados son suministrados por la Dirección de Mejoramiento de Barrios al igual se indica que son ellos directamente quienes aplicaron la encuesta de satisfacción. De este modo se complementa la información correspondiente a los procesos misionales de la entidad CVP.

El presente documento hace referencia al contrato de obra No CVP-CTO-416-2021. “Realizar las obras de intervención física a escala barrial consistentes en la construcción de los tramos viales priorizados por la Caja de Vivienda Popular y la Secretaría Distrital del Hábitat en el territorio Alto Fucha de la Localidad de San Cristóbal, de conformidad con el concepto y diagnóstico técnico emitido en el contrato de consultoría SDHT 511 de 2016, en el marco del convenio interadministrativo 613 de 2020”

4.1. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN NODO LA CECILIA – LOCALIDAD DE SAN CRISTOBAL

En el marco de la ejecución del Contrato de Obra No 416 de 2021 y dando cumplimiento a las actividades estipuladas dentro del Anexo de Gestión Social, se llevó a cabo la actividad correspondiente al Programa – Acuerdo de Sostenibilidad en el nodo La Cecilia de la localidad San Cristóbal UPZ San Blas, el día sábado 26 de marzo de 2022; durante el desarrollo de esta actividad, se efectuó la aplicación por parte del Contratista Unión Temporal Vial CU del instrumento “Encuesta de Satisfacción de Finalización de Obra – Componente Social DMB”, cuyo objetivo es el de “conocer la percepción y el nivel de satisfacción de la comunidad beneficiada, respecto de las obras de espacio público entregadas por la Dirección de Mejoramiento de Barrios” de la Caja de la Vivienda Popular.

A continuación, se describe el análisis de los datos obtenidos partiendo de la base de datos, resultante de la aplicación de la encuesta a 13 personas que participaron durante la actividad, pues, tal como se indica en la mencionada Encuesta “se aplicará en la firma del Acuerdo de Sostenibilidad”; para el desarrollo de este análisis, se contemplan aspectos relacionados con: información del encuestado, percepción respecto a la atención a la ciudadanía durante la ejecución de la obra, percepción respecto a la participación de la comunidad durante la ejecución de la obra, percepción respecto a la obra entregada y, percepción del impacto que genera la obra.

Gráfica 110. Identificación Sexo

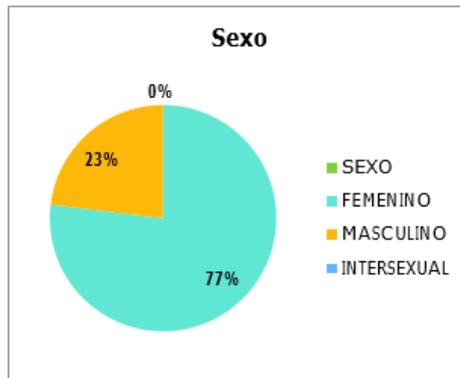


Tabla 20. Identificación de Genero

SEXO	
FEMENINO	10
MASCULINO	3
INTERSEXUAL	0

A través de la aplicación de la Encuesta de Satisfacción, se puede evidenciar que el 77% de los participantes encuestados durante el Acuerdo de Sostenibilidad son mujeres, y el 23% son hombres; de los cuales, tal como se refleja en la Tabla N°20, 10 de las personas participantes son mujeres y 3 son hombres, para un total de 13 encuestados.

Gráfica 111. Grupo etario

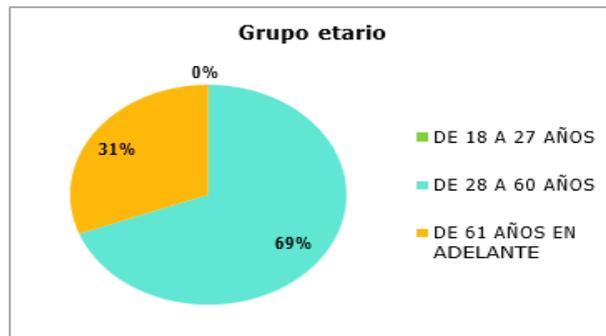


Tabla 21. Grupo Etario

GRUPO ETARIO	
DE 18 A 27 AÑOS	0
DE 28 A 60 AÑOS	9
DE 61 AÑOS EN ADELANTE	4

En relación con el grupo etario, se encontró que la edad del 100% de las personas encuestadas supera los 28 años, puesto que el 31% de los encuestados indicó tener 61 años en adelante, y el 69% señaló tener de 28 a 60 años; esto es, 4 personas pertenecen al primer grupo etario mencionado, y los 9 restantes, pertenecen al segundo grupo etario, respectivamente.

Gráfica 112. Tipo de tenencia de vivienda

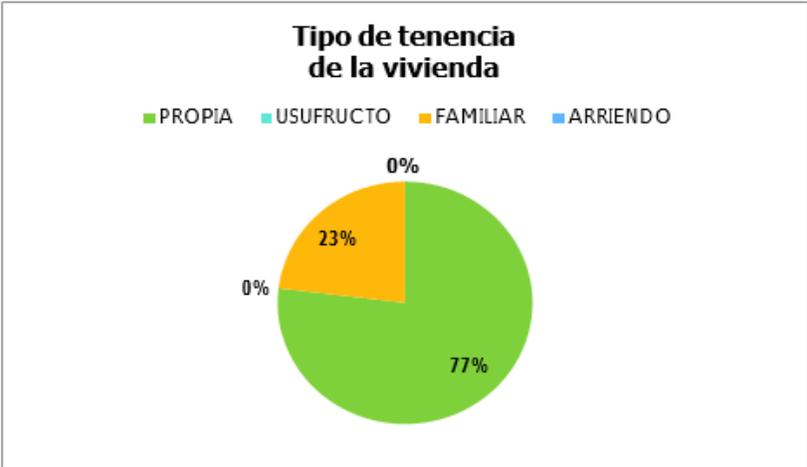


Tabla 22. Tipo de tenencia de vivienda

TIPO DE TENENCIA DE LA VIVIENDA	
PROPIA	10
USUFRUCTO	0
FAMILIAR	3
ARRIENDO	0

En cuanto al tipo de tenencia de la vivienda, tal como se observa en la Gráfica y Tabla N°22, se obtiene que el 77% de los encuestados tiene vivienda propia -10 personas-, mientras que el 23% restante viven en vivienda familiar -3 personas.

Gráfica 113. Organización social/comunitaria

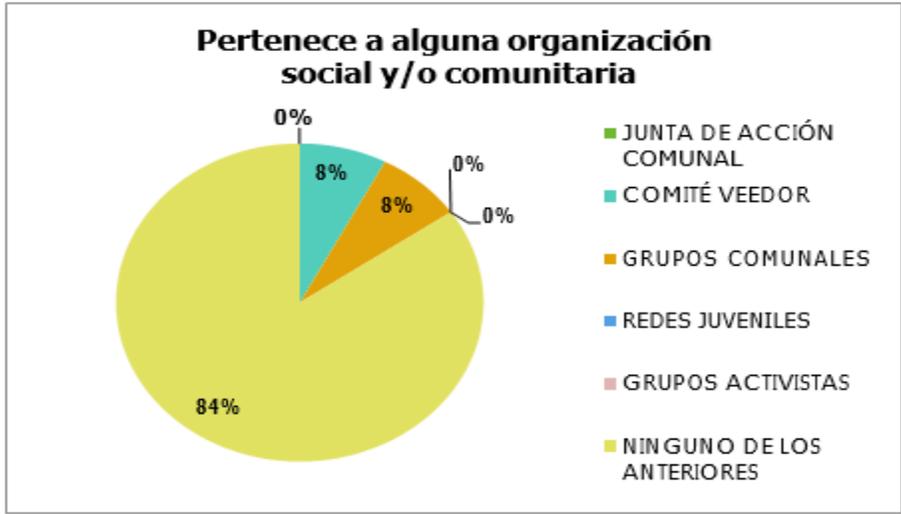


Tabla 23. Organización social/comunitaria

HACE PARTE DE ALGUNA ORGANIZACIÓN SOCIAL Y/O COMUNITARIA?	Organización	Cantidad
HACE PARTE DE ALGUNA ORGANIZACIÓN SOCIAL Y/O COMUNITARIA?	JUNTA DE ACCIÓN COMUNAL	0
	COMITÉ VEEDOR	1
	GRUPOS COMUNALES	1
	REDES JUVENILES	0
	GRUPOS ACTIVISTAS	0
	NINGUNO DE LOS ANTERIORES	11

Frente a la pertenencia o no, a organizaciones sociales y/o comunitarias, ninguna de las personas encuestadas hace parte de la junta de acción comunal, redes juveniles o grupos activistas; sin embargo, el 8% de los encuestados hace parte del comité de veeduría ciudadana -1 persona- y el otro 8% hace parte de grupos comunales -1 persona-, mientras que el 84% -11 personas- no hace parte de ninguna de las organizaciones sociales y/o comunitarias por las cuales se indagó en la encuesta.

4.1.1. PERCEPCIÓN RESPECTO A LA ATENCIÓN A LA CIUDADANIA DURANTE LA EJECUCIÓN DE LA OBRA

En relación con el conocimiento que se tiene por parte de la comunidad frente al Punto de Atención al Ciudadano, se puede observar que el 23% de los encuestados conoce el PAC, mientras que el 77% restante no lo conoce.

Tabla 24. Conocimiento PAC

¿CONOCE EL PUNTO DE ATENCIÓN AL CIUDADANO?	
SI	NO
3	10

Respecto a las instalaciones y el uso del Punto de Atención al Ciudadano, se obtuvo que el 77% de los encuestados refiere no saber y/o responder puesto que, de acuerdo con el ítem anterior, no conocieron el PAC; en cuanto a quienes sí conocen el PAC, se encuentra que, el 15% de los encuestados califica como buenas sus instalaciones, y el 8% restante las califica como excelente.

Gráfica 114. Calificación instalaciones y uso PAC

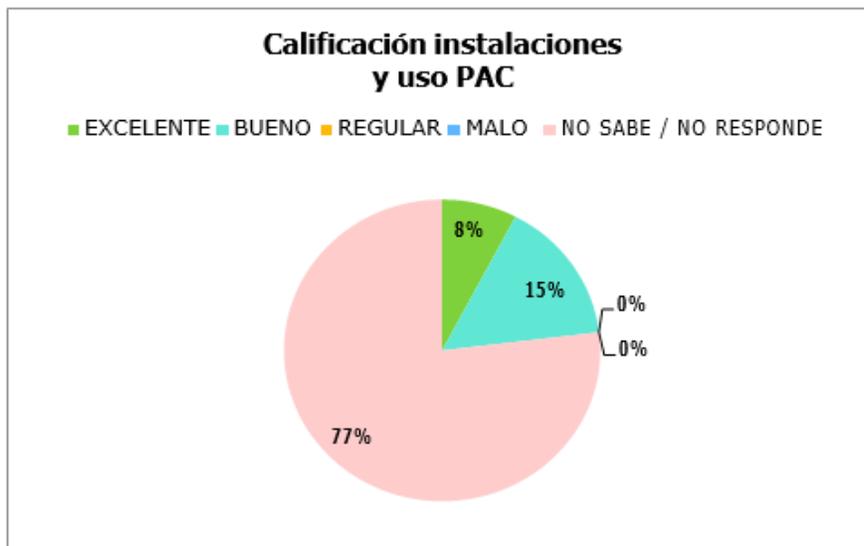


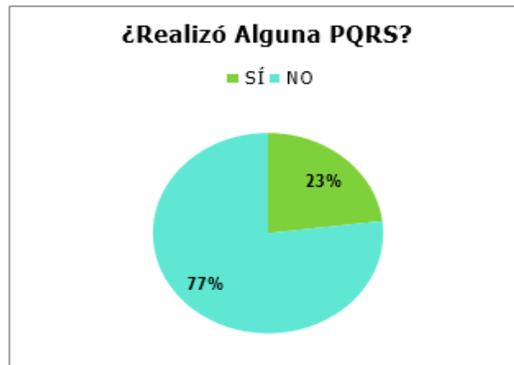
Tabla 25. Calificación instalaciones y uso PAC

¿CÓMO CALIFICA LAS INSTALACIONES Y EL USO DEL PUNTO DE ATENCIÓN A LA COMUNIDAD?				
EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO	NO SABE / NO RESPONDE
1	2	0	0	10

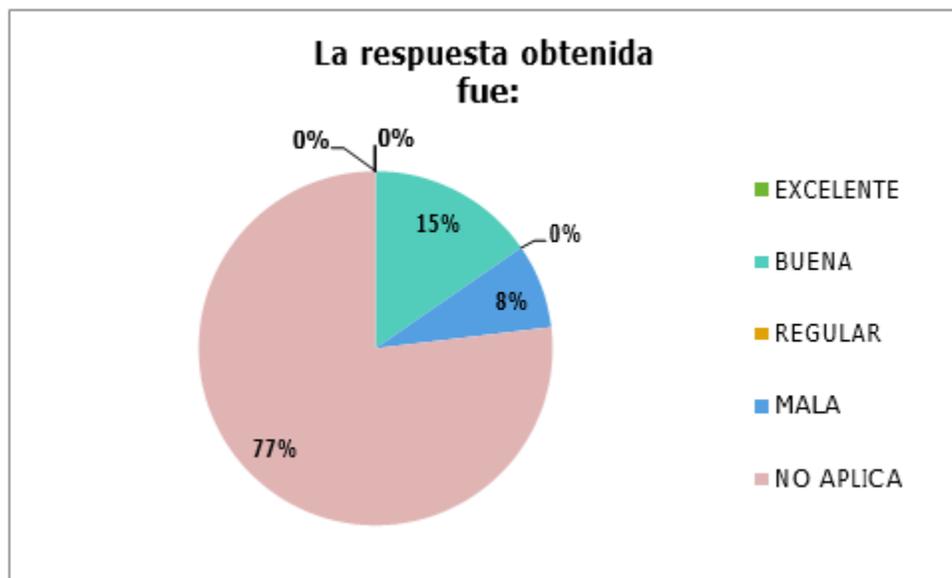
Sobre la realización de peticiones, quejas, reclamos o sugerencias, se encuentra que 3 de los encuestados han presentado alguna PQRS (23%) y 10 (77%), no han presentado ninguna PQRS

durante la ejecución de la obra; algunas de las PQRS presentadas, hicieron alusión a adecuación de rampas, instalación de barandas y pago de garajes. Las anteriores, ya fueron resueltas y se encuentran cerradas.

Gráfica 115. ¿Realizó alguna PQRS?



Gráfica 116. La respuesta obtenida fue



Referente a la respuesta obtenida a las PQRS presentadas, al 77% de los encuestados no aplica esta pregunta dado que no presentaron PQRS durante la ejecución del Contrato; por otro lado, se evidencia que el 15% (2 personas) de encuestados refiere haber obtenido una respuesta buena mientras que el 8% (1 persona) refirió obtener una mala respuesta.

Gráfica 117. Mecanismos para realizar PQRS

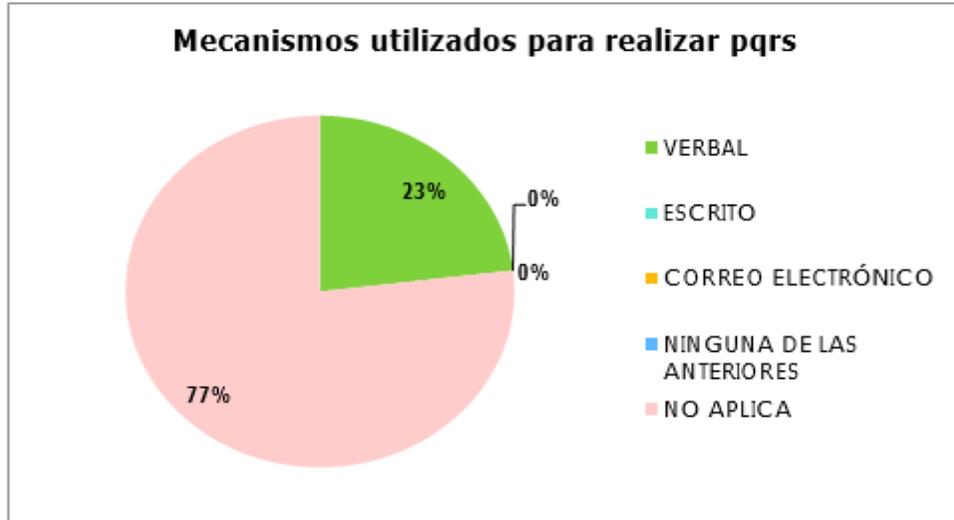


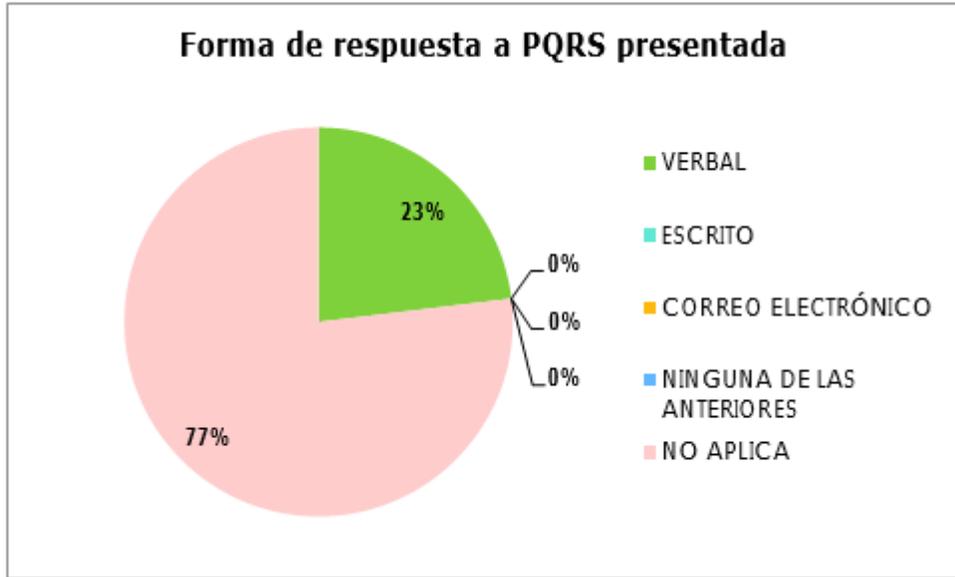
Tabla 26. Mecanismos para realizar PQRS

DE LOS SIGUIENTES MECANISMOS ¿CUÁL FUE USADO POR USTED PARA REALIZAR LA PQRS?	VERBAL	3
	ESCRITO	0
	CORREO ELECTRÓNICO	0
	NINGUNA DE LAS ANTERIORES	0
	NO APLICA	10

Ésta pregunta no aplica para el 77% de las personas encuestadas, en razón a que estas personas no presentaron ninguna PQRS durante la ejecución del Contrato; por otro lado, de las personas que sí presentaron alguna PQRS durante la ejecución de la obra, se obtuvo que el 23% presentó su PQRS de manera verbal. Ninguno de los encuestados presentó su PQRS a través de correo electrónico o de forma escrita.

En relación con la forma a través de la cual se dio respuesta a las PQRS por parte del Contratista, se observa que el 23% de los encuestados recibió su respuesta de manera verbal, y ninguno de los encuestados que interpusieron su PQRS recibió respuesta a través de correo electrónico el 77% restante de los encuestados, no aplica esta pregunta puesto que no interpuso ninguna PQRS durante la ejecución del contrato.

Gráfica 118. Forma de respuesta a PQRS



Gráfica 119. Gestiones profesionales sociales CVP

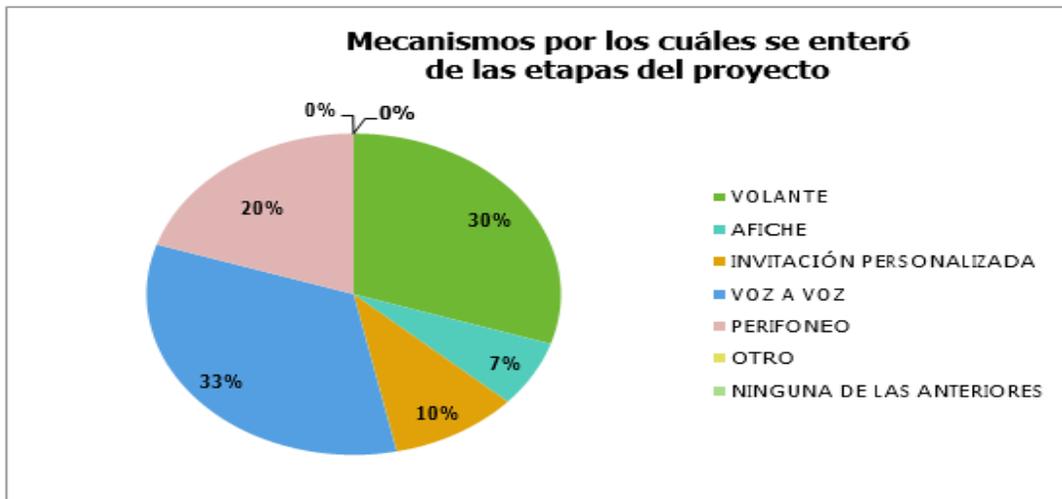


Frente a la gestión realizada por los profesionales sociales de la CVP, no se encontró una calificación deficiente o regular al respecto; por otra parte, se observa que el 54% de los encuestados calificó la gestión realizada por los profesionales sociales de la CVP como eficiente, y el 46% como muy eficiente.

4.1.2. PERCEPCIÓN RESPECTO A LA PARTICIPACIÓN DE LA COMUNIDAD DURANTE LA EJECUCIÓN DE LA OBRA

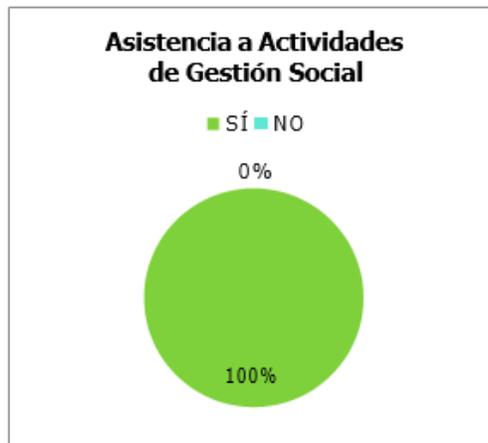
El mecanismo por los cuales se enteró de las etapas del proyecto respecta, se observa que tan solo el 7% de la población encuestada se enteró de estas etapas a través de la publicación de afiches, el 10% se enteró a través de invitación personalizada, el 20% se enteró por medio de perifoneo, el 30% a través de volantes y el 33% se enteró por medio de la voz a voz.

Gráfica 120. Mecanismos de información sobre el proyecto



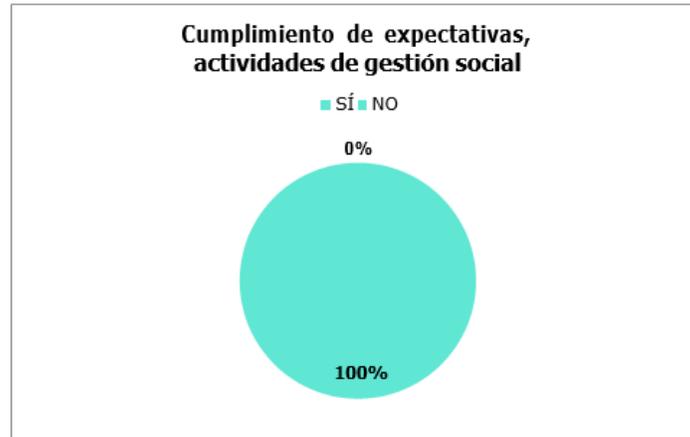
A partir de la gráfica y No 121, se infiere que el 100% de los encuestados asistió a las actividades de gestión social realizadas con la comunidad durante la ejecución de la obra.

Gráfica 121. Asistencia a actividades sociales



En lo que respecta al cumplimiento de expectativas de las actividades de gestión social, el 100% de la población encuestada señaló que estas actividades sí cumplieron sus expectativas.

Gráfica 122. Cumplimiento expectativas actividades sociales



Gráfica 123. ¿Conoció el Comité de Veeduría?

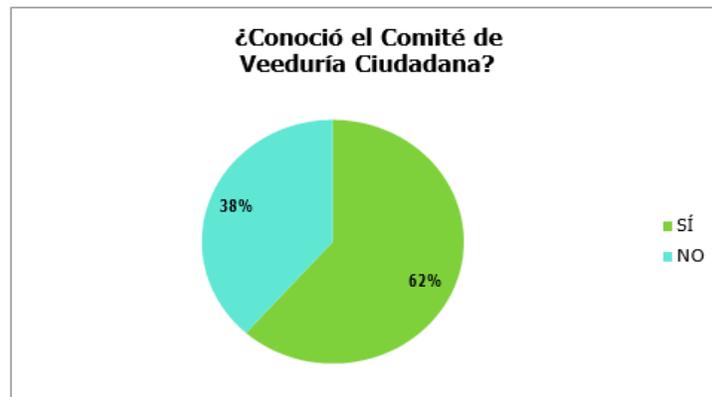


Tabla 27. ¿Conoció el Comité de Veeduría?

¿CONOCIÓ EL COMITÉ DE VEEDURÍA CIUDADANA DEL PROYECTO?	
SÍ	NO
8	5

En cuanto a si conoció o no al comité de veeduría ciudadana, el 62% de los encuestados refirió que sí conoció a este Comité, lo cual corresponde a 8 de las personas encuestadas; mientras que el 38% refirió no conocerlo, es decir, las 5 personas encuestadas restantes.

Gráfica 124. Calificación Gestión Comité Veedor

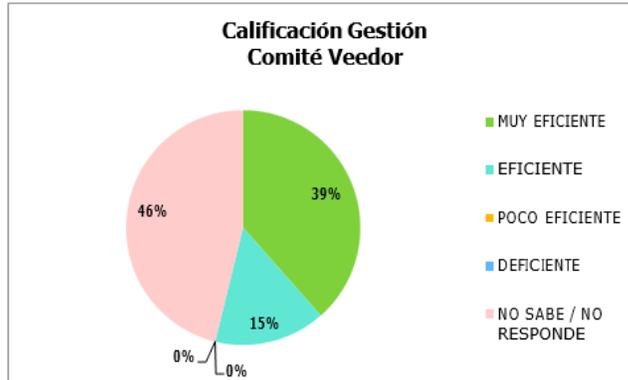


Tabla 28. Calificación gestión Comité Veedor

¿CÓMO CALIFICA LA GESTIÓN REALIZADA POR EL COMITÉ DE VEEDURÍA CIUDADANA?	MUY EFICIENTE	5
	EFICIENTE	2
	POCO EFICIENTE	0
	DEFICIENTE	0
	NO SABE / NO RESPONDE	6

En consideración a la calificación sobre la gestión realizada por el Comité de Veeduría Ciudadana, tal como se refleja en la gráfica y tabla N°16, el 46% de los encuestados refiere no saber y/o no responde esta pregunta; por otra parte, se observa que el 15% de los encuestados califica la gestión realizada por el comité de veeduría ciudadana como poco eficiente, mientras que el 39% restante la califica como muy eficiente.

4.1.2. PERCEPCIÓN RESPECTO A LA OBRA ENTREGADA

En lo concerniente a la satisfacción de la obra en su totalidad, se obtuvo que, el 92% de los encuestados sí está satisfecho con la obra en su totalidad, mientras que el 8% refirió no estar satisfecho con la misma en razón a que aún existen detalles pendientes por terminar

Gráfica 125. ¿Se encuentra Satisfecho

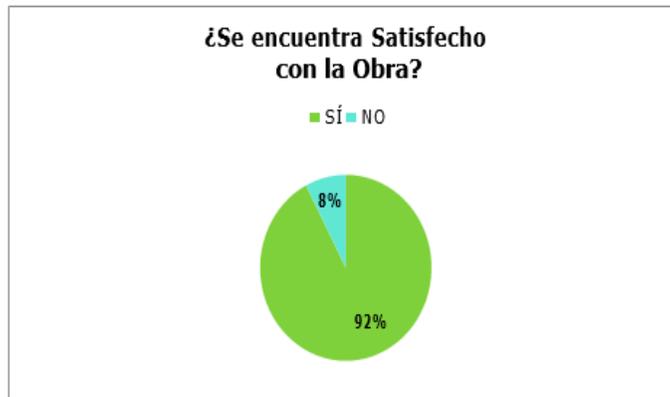
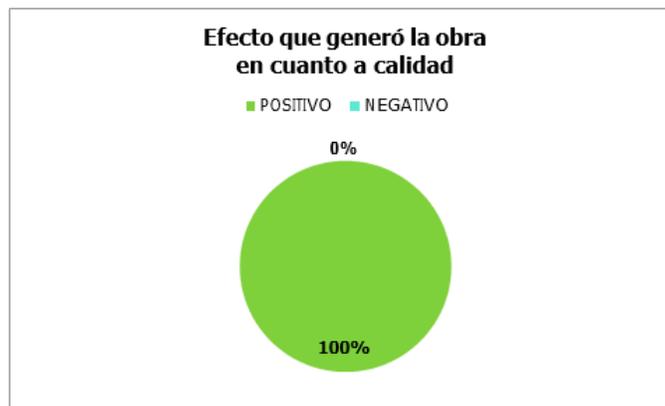


Tabla 29. ¿Se encuentra satisfecho con la obra?

¿SE ENCUENTRA SATISFECHO CON LA OBRA EN SU TOTALIDAD? (MATERIALES, ACABADOS, COLORES, ENTRE OTROS)	
SÍ	NO
12	1

Gráfica 126. Efecto generado en cuanto a calidad



En lo que corresponde al efecto provocado por la obra ejecutada en cuanto a su calidad, tal como se observa en la gráfica No126, el 100% de los encuestados refirió tener un efecto positivo frente a la ejecución de la obra.

4.1.3. PERCEPCIÓN DEL IMPACTO QUE GENERA LA OBRA

Gráfica 127. Impactos generados por la obra

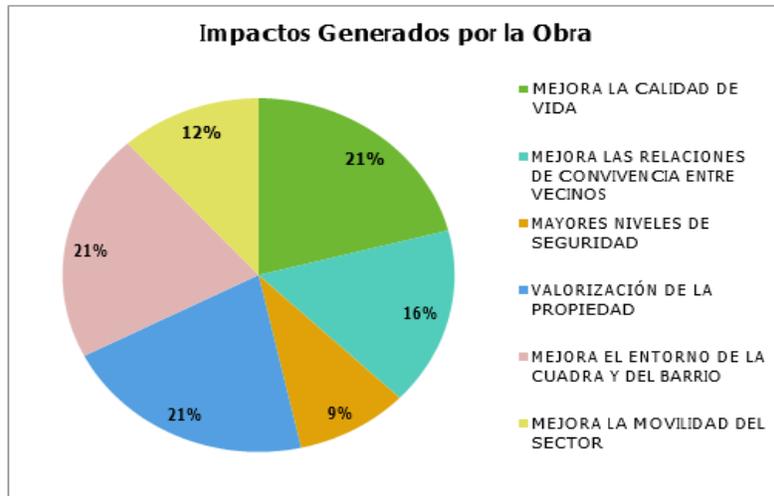
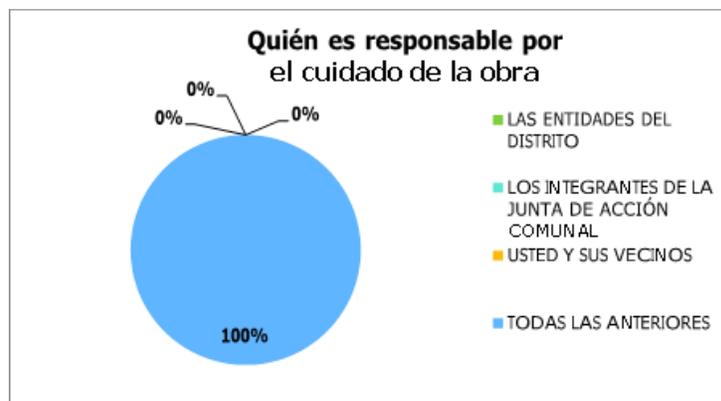


Tabla 30. Impactos generados por la obra

DE LAS SIGUIENTES OPCIONES, QUÉ IMPACTOS CONSIDERA QUE GENERA LA OBRA?	Impacto	Cantidad
	MEJORA LA CALIDAD DE VIDA	9
	MEJORA LAS RELACIONES DE CONVIVENCIA ENTRE VECINOS	7
	MAYORES NIVELES DE SEGURIDAD	4
	VALORIZACIÓN DE LA PROPIEDAD	9
	MEJORA EL ENTORNO DE LA CUADRA Y DEL BARRIO	9
	MEJORA LA MOVILIDAD DEL SECTOR	5

Acerca de los impactos generados por la obra, se infiere que, el 21% de los encuestados indicó que la obra mejora la calidad de vida, el 16% señaló que mejora las relaciones de convivencia entre vecinos, 9% que genera mayores niveles de seguridad, para el 21% la obra produce una valorización de la propiedad, el otro 21% considera que mejora el entorno de la cuadra y el barrio, y para el 12% restante, mejora la movilidad del sector; de las 13 personas encuestadas, 2 indicaron que la obra les generó cada uno de los 6 impactos mencionados en la pregunta realizada.

Gráfica 128. Responsable(s) del cuidado de la obra



Con respecto al responsable y/o responsables del cuidado de la obra, el 100% de los participantes de esta encuesta indicó que tanto las entidades del distrito, como los integrantes de la JAC, ellos y sus vecinos son responsables por los cuidados de la obra.

Como resultado de la aplicación de la Encuesta de Satisfacción de Finalización de la Obra a una muestra de 13 personas participantes de la Actividad Acuerdo de Sostenibilidad realizado el día sábado 26 de marzo de 2022, se puede afirmar que la mayor parte de participantes en la mencionada actividad fueron mujeres, puesto que 10 de las personas encuestadas señalaron sexo femenino durante la aplicación de la encuesta; 6 de ellas, con edades comprendidas entre los 28 a 60 años de edad, y las 4 restantes con 61 años en adelante. Por su parte, se observa que los 3 hombres participantes hacen parte del grupo etario de 28 a 60 años.

Se puede inferir que 7 de las mujeres encuestadas vive en vivienda propia, mientras que los 3 restantes viven en vivienda familiar; en cuanto a los hombres, se tiene los 3 hombres encuestados viven en vivienda propia. Frente a la pertenencia o no, a organizaciones sociales y/o comunitarias, se obtiene que 1 de las mujeres encuestadas hace parte del Comité de Veeduría Ciudadana y la otra, hace parte de grupos comunales; por otra parte, se puede observar que las 8 mujeres y los 3 hombres restantes no hacen parte de ninguna de las organizaciones sociales y/o comunitarias por las cuales se indagó en la encuesta.

Con respecto a la percepción respecto a la atención a la ciudadanía durante la ejecución de la obra, los datos obtenidos reflejan que el 23% de los encuestados conoce el Punto de Atención al ciudadano, de los cuales 2 son mujeres y 1 es hombre; por otro lado, se infiere que del 77% restante que no conoce el PAC, 8 son mujeres y 2 son hombres. Teniendo en cuenta que el 77% de los encuestados no conoce el PAC, se obtiene que estas personas no saben o prefieren no responder al respecto de las instalaciones del PAC; en cuanto a quienes, si lo conocen, un 15% califica sus instalaciones como buenas, y el 8% restante las califica como excelente.

Adicionalmente, 23% de los encuestados ha presentado una PQRS de manera verbal (23%), recibiendo su respectiva respuesta de manera verbal (23%); cabe resaltar que, al 77% de las personas no aplicó esta pregunta, puesto que no presentó PQRS durante la ejecución del contrato. De las personas que presentaron alguna PQRS, el 15% (2 personas) de encuestados refiere haber obtenido una respuesta buena mientras que el 8% (1 persona) refirió obtener una mala respuesta.

Frente a la gestión realizada por los profesionales sociales de la CVP, no se encontró una calificación deficiente o regular al respecto, por otra parte, se observa que el 54% de los encuestados calificó la gestión realizada por los profesionales sociales de la CVP como eficiente, y el 46% como muy eficiente.

En lo concerniente a la percepción respecto a la participación de la comunidad durante la ejecución de la obra, se obtuvo que los mecanismos más efectivos a través de los cuales las personas se enteran de las distintas etapas del proyecto son la voz a voz (33%), volantes informativos (30%) y perifoneo (20%); siendo el mecanismo menos efectivo, la invitación personalizada (10%) y la publicación de afiches (7%). De las actividades de gestión social realizadas con comunidad, se puede afirmar que el 100% de los encuestados asistió a estas actividades; de los asistentes a las actividades programadas con comunidad, participantes de esta encuesta, el 100% señaló que las actividades sí cumplieron con sus expectativas.

Sobre el Comité de Veeduría Ciudadana, se encontró que el 62% de los encuestados sí conoció a este grupo conformado por integrantes mismos de la comunidad, y 38% de los participantes indicó no conocerlo. Asimismo, el 46% de encuestados refirió no saber y/o responder la pregunta relacionada con la calificación de la gestión realizada por este equipo de trabajo; por otra parte, el 15% de los encuestados califica la gestión realizada por el comité de veeduría ciudadana como poco eficiente, mientras que el 39% la califica como muy eficiente.

Acerca de la percepción respecto a la obra entregada, se puede afirmar que la comunidad en su mayoría está satisfecha con la obra (92%) y al 100% de los encuestados, les generó un impacto positivo; lo anterior, se complementa con la percepción del impacto que genera la obra, pues se obtuvo que, el 21% de los encuestados indicó que la obra mejora la calidad de vida, el 16% señaló que mejora las relaciones de convivencia entre vecinos, 9% que genera mayores niveles de seguridad, para el 21% la obra produce una valorización de la propiedad, el otro 21% considera que mejora el entorno de la cuadra y el barrio, y para el 12% restante, mejora la movilidad del sector; de las 13 personas encuestadas, 2 indicaron que la obra les generó cada uno de los 6 impactos mencionados en la pregunta realizada. Adicionalmente, frente al responsable y/o responsables del cuidado de la obra, el 100% de los participantes de esta encuesta indicó que tanto las entidades del distrito, como los integrantes de la JAC, ellos y sus vecinos son responsables por los cuidados de la obra.

4.2. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE FINALIZACIÓN DE LAS OBRAS BARRIO LLANURITA – FRANJA DE BUENAVISTA

Contrato cvp-cto-668-2021 “ejecutar las obras de intervención física a escala barrial consistentes en la construcción de los tramos viales (códigos de identificación vial- CIV) localizados en las localidades de Usaquén y suba (grupo 1) en la ciudad de Bogotá d.c., de conformidad con los pliegos de condiciones, anexo técnico y demás documentos del proceso.”

4.2.1. INTRODUCCIÓN

El presente documento, da cuenta del proceso de análisis de la información recolectada mediante la aplicación del instrumento “Encuesta de Satisfacción de finalización de obra” código 208MB-

Ft-12, aplicado a los beneficiarios directos e indirectos del proyecto ejecutado por parte de la Caja de Vivienda Popular bajo la Dirección de Mejoramiento de Barrios, en el CIV 1007396 ubicado en la KR 5A entre CL 187B y CL 187C; durante la jornada de Acuerdo de sostenibilidad llevada a cabo el 29 de abril del 2022.

4.2.2. OBJETIVOS

4.2.2.1. OBJETIVO GENERAL

Identificar y reconocer la percepción de los beneficiarios directos e indirectos sobre el desarrollo y finalización de las labores de obra, de tal manera que permita evaluar los aspectos desde el componente de gestión social sobre los cuales se pueda implementar planes de mejora y optimización de los recursos y procesos en pro del bienestar de la comunidad acorde con los objetivos planteados en el Plan de Gestión.

4.2.2.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ❖ Organizar y clasificar la información registrada en los formatos de Encuesta de Satisfacción
- ❖ Hacer un análisis de la información recolectada

4.2.3. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Objeto de contrato: “Ejecutar las obras de intervención física a escala barrial consistentes en la construcción de los tramos viales (códigos de identificación vial –CIV) localizados en las localidades de Usaquén y Suba (grupo 1) en la ciudad de Bogotá D.C., de conformidad con los pliegos de condiciones, anexo técnico y demás documentos del proceso.”

Número de contrato: CVP-CTO-668-2021

Tiempo: Seis (6) meses, quince (15) días

4.2.4. MUESTRA

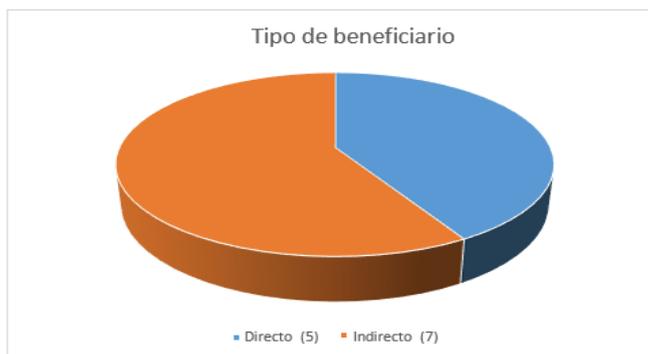
El instrumento de recolección de información fue aplicado a doce (12) asistentes a la jornada de Acuerdo de Sostenibilidad, los cuales son beneficiarios directos y/o indirectos del CIV de intervención, entendiendo que los beneficiarios directos son las personas que viven al interior de la zona de influencia directa del proyecto y los indirectos, a todo aquel ciudadano que se beneficia haciendo uso de los espacios intervenidos.

4.2.4.1. CATEGORÍAS DE CLASIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN Y ANÁLISIS

a. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

- ❖ Localidad: El 100% el de las encuestas, arrojó que los participantes viven en la localidad 1Usaquén
- ❖ UPZ: El 100% el de las encuestas, arrojó que los participantes viven en la UPZ 9 Verbenalde Usaquén
- ❖ Barrio: El 100% el de las encuestas, arrojó que los participantes viven en el barrio Llanurita- Franja de Buenavista
- ❖ Tipo de Obra: Construcción de sendero peatonal
- ❖ Código CIV: 1007396
- ❖ Fecha de aplicación: 29/04/2022
- ❖ Contratista de obra: Consorcio AB003
- ❖ Número de contrato de obra: CTO-CVP-668-2021
- ❖ Contratista interventoría: ING Servicios de Ingeniería SAS
- ❖ Número de contrato de interventoría: 592-2021
- ❖ Grupo: uno (1)

Gráfica 129. Tipo de beneficiario

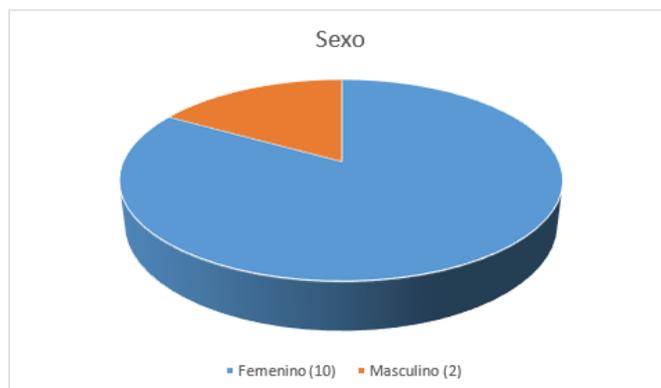


Tipo de beneficiario: La información recolectada arrojó que de 12 participantes que corresponden al 100% de la muestra, cinco (5) son beneficiarios directos del proyecto, lo cual corresponde al 41.66% y siete (7) participantes, son beneficiarios indirectos, siendo este el 58.33% restante.

a. INFORMACIÓN DEL ENCUESTADO

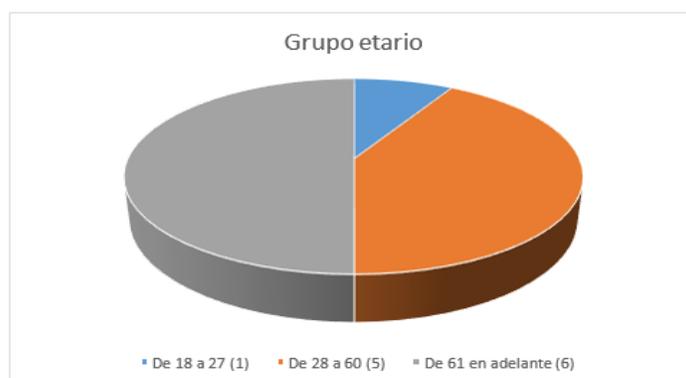
- Nombre completo

Gráfica 130. Sexo



Sexo: La información recolectada arrojó que de doce (12) participantes que corresponden al 100% de la muestra, diez (10) son mujeres, lo cual corresponde al 83% y dos (2) participantes, son hombres, siendo este el 16.66% restante.

Gráfica 131. Grupo Etario



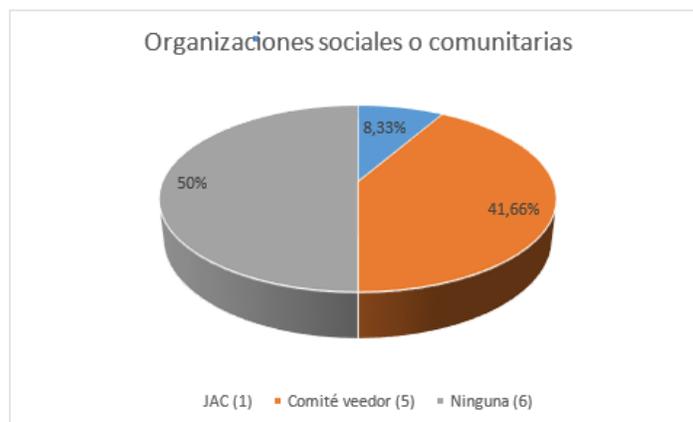
Grupo etario: La información recolectada arrojó que de 12 participantes que corresponden al 100% de la muestra, uno (1) está en el rango de 18 a 25 años, lo cual corresponde al 8.33%; cinco (5) participantes están en el rango de 28 a 60 correspondiente al 41.66% y seis (6) participantes están en el rango de 61 años en adelante correspondiente al 50%% restante.

Gráfica 132. Grupo etario



Tipo de tenencia de vivienda: La información recolectada arrojó que de doce (12) participantes que corresponden al 100% de la muestra, nueve (9) manifestaron vivir en casa propia equivalente al 75%, tres (3) en vivienda familiar restante correspondiente al 15%

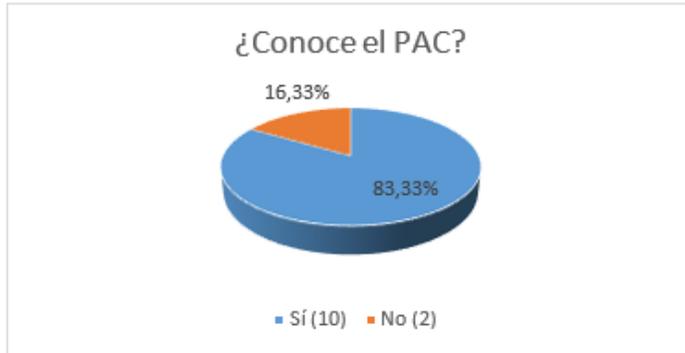
Gráfica 133. Organizaciones sociales o comunitarias



Organización social o comunitaria: La información recolectada arrojó que de doce (12) participantes que corresponden al 100% de la muestra, uno (a) manifestó pertenecer a la Junta de Acción Comunal del barrio, correspondiente 8.33% de la muestra, cinco (5) manifestaron hacer parte del Comité Veedor del proyecto correspondiente al 41.66% y seis (6) participantes correspondientes al 50% restante, manifestaron no estar vinculados a ningún tipo de organización social o comunitaria.

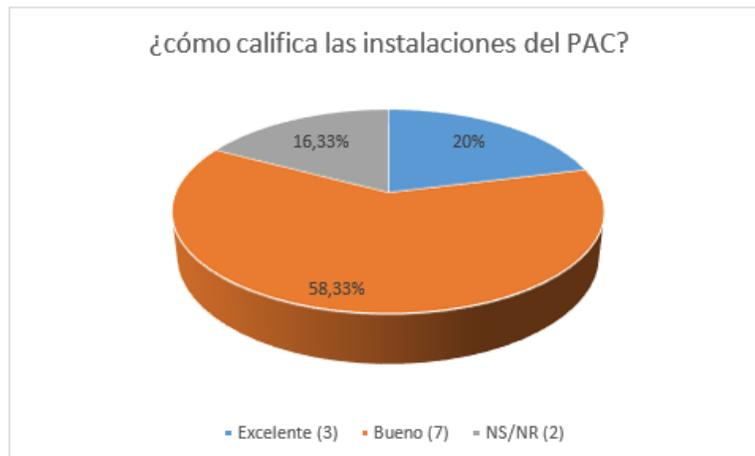
b. PERCEPCIÓN A LA ATENCIÓN A LA CIUDADANÍA DURANTE LA EJECUCIÓN DE LA OBRA

Gráfica 134. ¿Conoce el PAC?



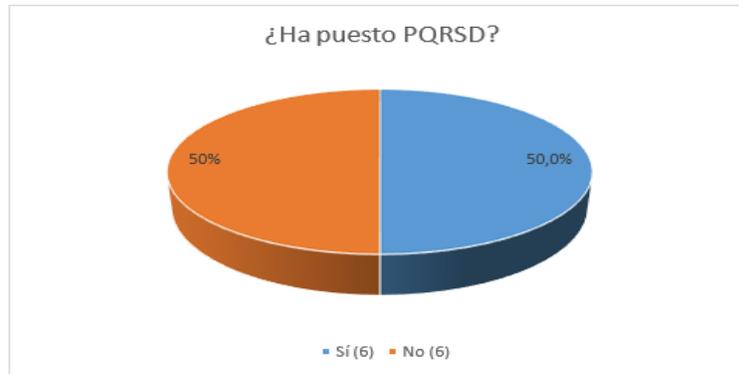
¿Conoce el punto de atención al ciudadano: La información recolectada arrojó que de doce (12) participantes que corresponden al 100% de la muestra, diez (10) manifestaron que sí conocen el PAC, correspondiente 83.33% de la muestra y dos (2) manifestaron no conocerlo, correspondiente al 16.33% restante

Gráfica 135. ¿cómo califica las instalaciones del PAC?



¿Cómo califica las instalaciones y el uso del PAC: La información recolectada arrojó que de diecinueve (19) participantes que corresponden al 100% de la muestra, uno (1) calificó como Excelente las instalaciones y uso del PAC, correspondiente al 5.3%, uno (1) lo calificó como Bueno siendo el 5.3% y diecisiete (17) participantes respondieron No sabe/No responde, correspondiente al 89.4% restante.

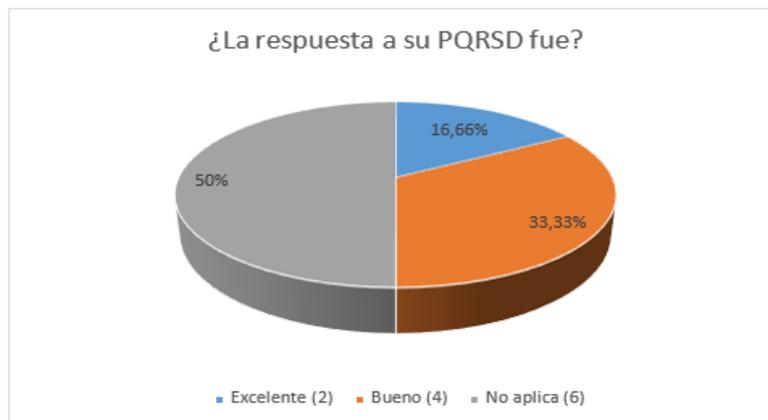
Gráfica 136. ¿Ha puesto PQRSD?



¿Ha puesto PQRSD?: La información recolectada arrojó que de doce (19) participantes que corresponden al 100% de la muestra, seis (6) manifestaron que sí han puesto PQRSD al contratista, correspondiente al 50% y seis (6) que no, equivalente al 50%.

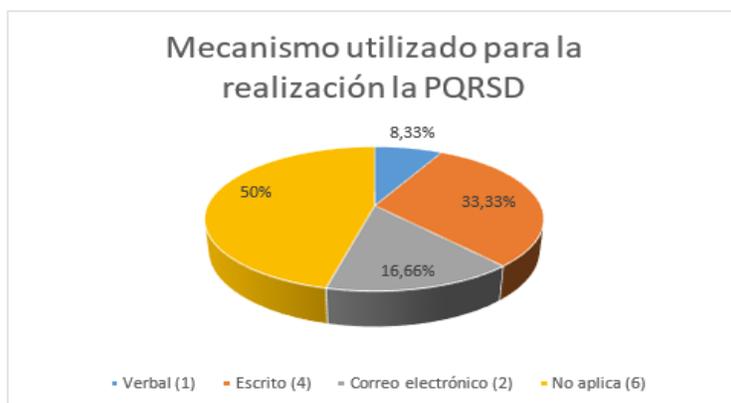
¿Cuál?: Las seis (6) personas que interpusieron el recurso de PQRSD manifestaron que presentaron afectaciones o impactos por la humedad a causa de la escorrentía de aguas lluvias en el CIV intervenido, las cuales a la fecha fueron subsanadas y cerradas en su totalidad.

Gráfica 137. ¿La respuesta a su PQRSD fue?



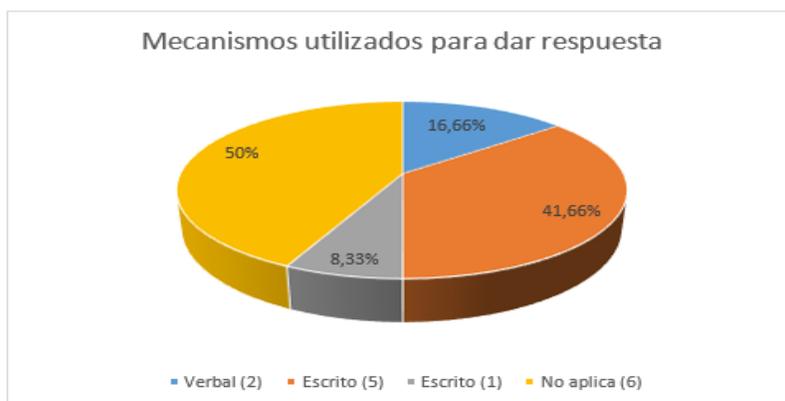
¿cómo califica la respuesta a su PQRSD? De los participantes que manifestaron haber interpuesto una PQRSD, dos (2) manifestaron que la respuesta fue excelente, correspondiente al 16.66%, cuatro (4) manifestaron que fue buena, siendo el 33.33% y seis (6) manifestaron que no aplica, equivalente al 50% restante.

Gráfica 138. Mecanismo utilizado para la realización la PQRSD



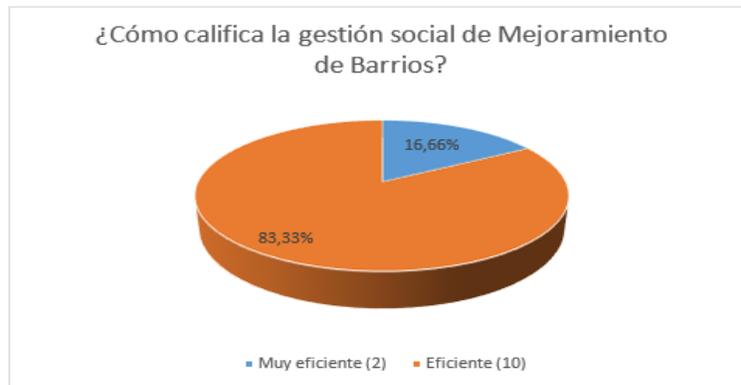
Mecanismo revisado para la realización del PQRSD: De los participantes que manifestaron haber interpuesto una PQRSD, uno (1) manifestó que la realizó de manera verbal, correspondiente al 8.33, cuatro (4) de manera escrita, siendo el 33.33%, dos (2) vía correo electrónico siendo el 16.66% y seis (6) no aplicaban, siendo el 50% restante.

Gráfica 139. Mecanismos utilizados para dar respuesta



Mecanismo utilizado para la respuesta de la PQRSD: De los participantes que manifestaron haber interpuesto una PQRSD, dos (2) manifestaron que obtuvieron respuesta de manera verbal, correspondiente al 16.66%, cinco (5) manifiesta que obtuvieron la respuesta de manera escrita, correspondiente al 41.66%, uno (1) vía correo electrónico siendo el 8.33% y seis (6) no aplicaban, siendo el 50% restante

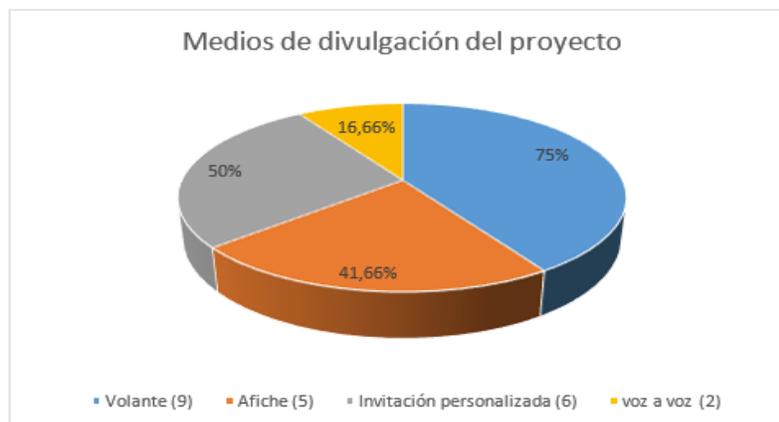
Gráfica 140. ¿Cómo califica la gestión social de Mejoramiento



¿Cómo califica la Gestión del Equipo Social de Mejoramiento de Barrios?: La información recolectada arrojó que de doce (12) participantes que corresponden al 100% de la muestra, dos (2) manifestaron que la Gestión por parte del equipo social ha sido muy eficiente, correspondiente al 16.66% y diez (10) eficiente 83.33%.

c. PERCEPCIÓN A LA PARTICIPACIÓN DE LA COMUNIDAD DURANTE LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO

Gráfica 141. Medios de divulgación del proyecto



Medio de Divulgación etapas del proyecto: Teniendo en cuenta que en esta pregunta el encuestado podía contestar más de una respuesta; los datos arrojados indicaron que, nueve(9) personas, equivalente al 75% manifestaron que fueron convocados a partir de Volantes, cinco (5) personas equivalente al 41.66%, respondieron que se enteraron de los avances de obra y actividades sociales a partir de afiches instalados directamente en sitios estratégicos, seis (6) personas equivalente al 50%, fueron informados a partir de invitaciones personalizadas y finalmente dos (2) personas equivalente a otro 16.66% indicó no enterarse vía voz a voz.

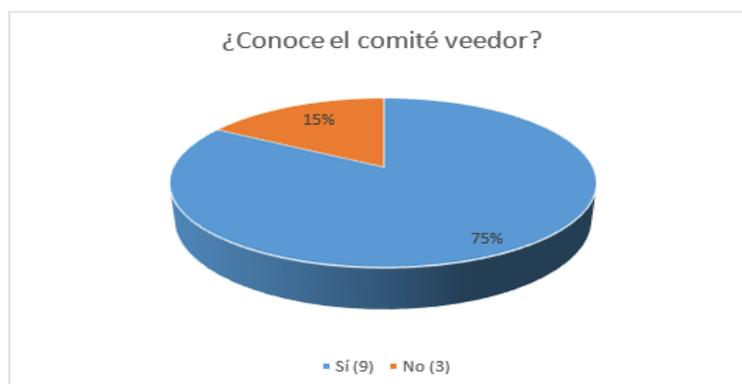
Gráfica 142. Asistencia actividades con la comunidad



¿Asistió a las actividades realizadas con la comunidad?: La información recolectada arrojó que de doce (12) participantes que corresponden al 100% de la muestra, diez (10) personas, equivalente al 83.33% asistieron y participaron activamente de las actividades de gestión social realizadas con la comunidad durante la ejecución de la obra, mientras que el 16.66% que son dos (2 personas respondieron que no pudieron asistir por diversas razones, entre ellas que se trasladaron al sitio de la obra hace poco tiempo.

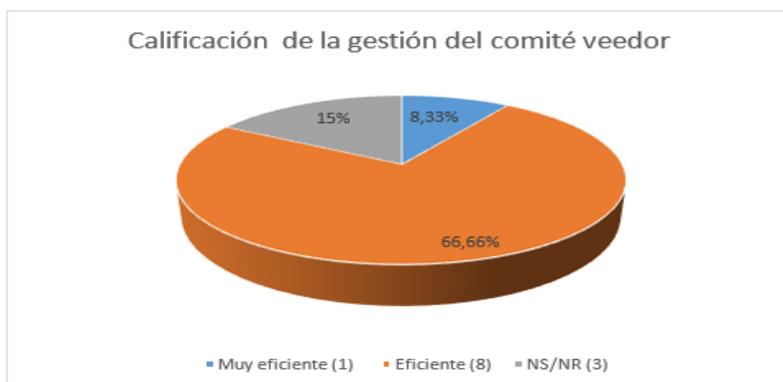
¿Las actividades de gestión social realizadas con la comunidad cumplieron sus expectativas? La información recolectada arrojó que de diecinueve (19) asistentes que corresponden al 100% de la muestra, dieciocho (18) personas, equivalente al 94,7% quedaron conformes con todas las actividades realizadas desde la gestión social con la comunidad, mientras que el 5,3% que equivale a una (1) persona indicó que no se cumplieron las expectativas que tenía en dichas actividades, mencionando que hay cosas pendientes por terminar en el parque, parte de la Propuesta de Valor Social.

Gráfica 143. ¿Conoce el comité veedor?



Conoce el Comité de Veeduría: La información recolectada arrojó que de doce (12) participantes que corresponden al 100% de la muestra, nueve (9) personas, equivalente al 75%, sí conocen al menos un miembro activo en el Comité de Veeduría de la ejecución de la obra, en cambio, el otro 15% que equivale a un total de tres (3) personas no reconocen a ninguno de los integrantes del Comité de Veeduría

Gráfica 144. Calificación de la gestión del comité veedor



Calificación de la gestión realizada por el comité de Veeduría Ciudadana: La información recolectada arrojó que de doce (12) asistentes que corresponden al 100% de la muestra, una (1) persona, equivalente al 8.33%, calificaron como muy eficiente su participación y gestión como Comité de Veeduría, otro 66.66% equivalente a ocho (8) personas, calificaron dicha gestión como eficiente, mientras que el 15% restante que equivale a un total de tres (3) personas no saben o no responden a esta pregunta por falta de conocimiento relacionado con este comité. Esto quiere decir que, en su mayoría la población aprueba dicha gestión cumpliendo con sus expectativas.

d. PERCEPCIÓN DEL RESPETO A LA OBRA ENTREGA

Gráfica 145. ¿Se encuentra satisfecho con la obra?

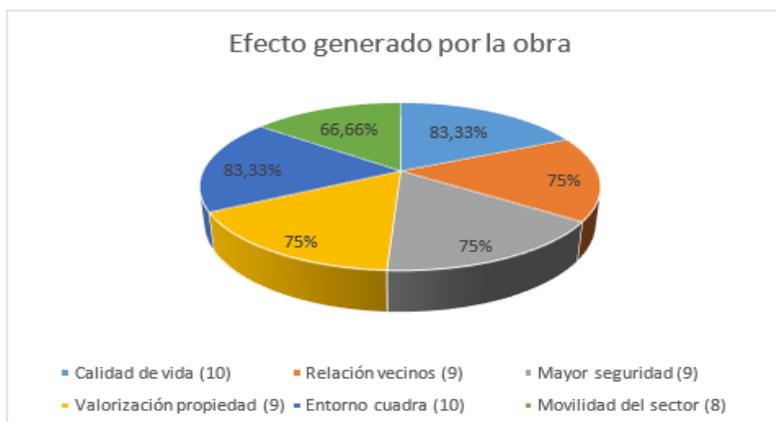


¿Se encuentra satisfecho con la obra en su totalidad?: La información recolectada arrojó que los doce (12) participantes que corresponden al 100% de la muestra, manifestaron estar satisfecho con las actividades ejecutadas durante el proyecto por parte del área técnica y las actividades implementadas en la Propuesta de Valor Social del Territorio

¿Qué efecto le generó la obra ejecutada en cuanto a su calidad?: El 100% de las personas encuestadas están de acuerdo que la obra ejecutada por la Caja de Vivienda Popular generó un efecto positivo en la comunidad, puesto que rejuvenece el barrio y le da un aire diferente.

e. PERCEPCIÓN DEL IMPACTO QUE GENERAN LAS OBRAS

Gráfica 146. Efecto generado por la obra



¿Qué impactos considera que genera la obra?: Este ítem de percepción es de selección múltiple y la información recolectada arrojó que, diez (10) participantes manifestaron que las obras contribuyen a mejorar la calidad de vida de los habitantes, correspondiente al 83.33%; nueve (9) manifestaron que contribuye a la mejora en la relación con los vecinos, correspondiente al 75%; nueve (9) manifestaron que contribuye a mejoras en seguridad, correspondiente al 75%; nueve (9) manifestaron que contribuye con la valorización de la propiedad, correspondiente al 75%; diez (10) que contribuye a mejoras en el entorno de la cuadra, correspondiente al 83.33% y ocho (8) manifestaron que contribuye a mejoras en las movilidad del sector equivalente al 66.66% restante.

Gráfica 147. Responsables por el cuidado de las obras



¿Para usted quién es el responsable del cuidado de la obra?: La información recolectada arrojó que de doce (12) participantes que corresponden al 100% de la muestra, seis (6) personas, equivalente al 50% consideran que el cuidado del proyecto del parque es total responsabilidad de la comunidad; mientras que el 50% restante que equivale a seis (6) personas indicaron que es una responsabilidad compartida con las entidades del distrito, la Junta de Acción Comunal y la comunidad.

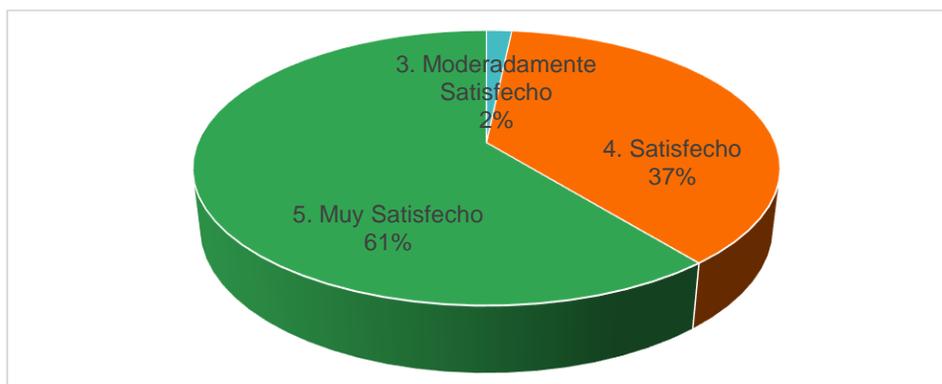
4.2.5. CONCLUSIONES

- ❖ Se obtuvo la organización, tabulación y clasificación de la información del formato de Encuestas de Satisfacción de tal manera que fue posible el posterior análisis y organización documental.
- ❖ Los resultados y análisis de la información arrojaron que la comunidad en un muy alto porcentaje está satisfecha con los procesos asociados a las labores de obra, tanto por los resultados físicos como la gestión en atención y acompañamiento a la comunidad, la cual fue percibida de manera satisfactoria, en donde cada acción realizada responde a las necesidades de la comunidad frente al proyecto; así como los mecanismos para la difusión de información y recepción de PQRSD.

5. ATENCIÓN PROCESO SERVICIO AL CIUDADANO

La satisfacción general de los usuarios atendidos por servicio al ciudadano 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 (a) 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 148. Orientación modulo#1 servicio al ciudadano

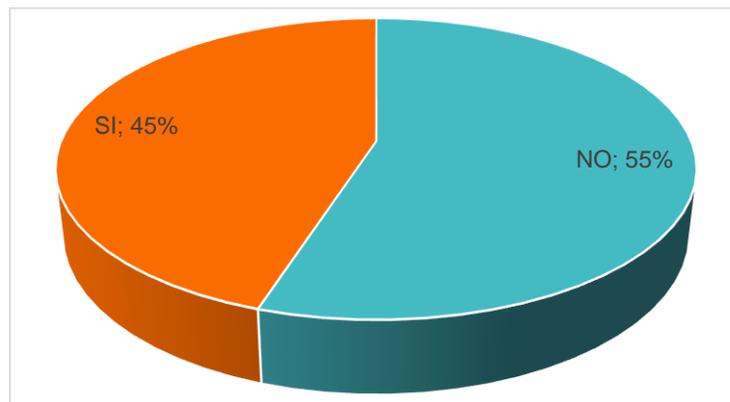


De acuerdo con la gráfica anterior y los datos obtenidos de los 120 ciudadanos (as) encuestados (as) de los procesos misionales correspondientes a: 1) Dirección de Reasentamientos, 2) Dirección de Urbanización y Titulación y 3) Dirección de Mejoramiento de Vivienda. Se obtiene un porcentaje del 61% de los beneficiarios se encuentran muy satisfecho con el servicio y atención prestado por servicio al ciudadano de la Caja Vivienda Popular, el 37% de la población encuestada

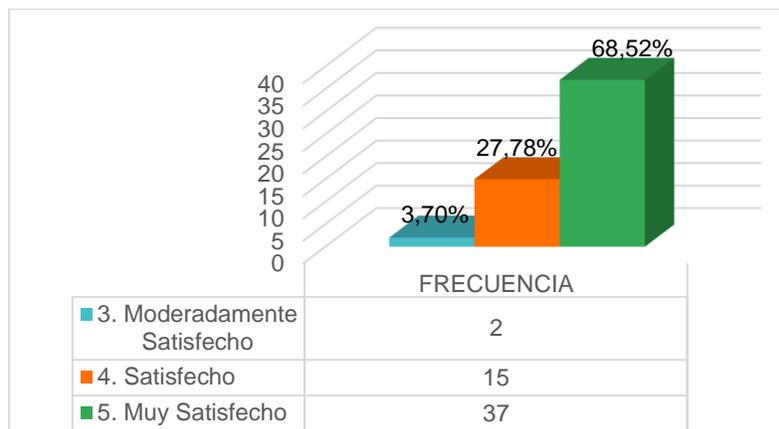
manifestó estar satisfecho y el 2% indica estar moderadamente satisfecho, los datos corresponden a la atención y orientación en el módulo #1.

De la misma se indago con los ciudadanos (as) encuestados (as) si han radicado de manera presencial en la entidad CVP y se obtuvo un porcentaje del 45% positivo y un 55% expreso no haber radicado en la ventanilla única de radicación, también se indago sobre la atención, servicio y orientación en la ventanilla de radicación. Obteniendo una calificación de 3,70% manifestó estar moderadamente satisfecha, el 27,78% indico estar satisfecho y el 68,52% de los ciudadanos (as) encuestados (as) indicaron estar muy satisfecho con la atención recibida en la ventanilla única de radicación de la CVP.

Gráfica 149. Usted ha radicado algún tipo de documento en la entidad de manera presencial



Gráfica 150. Orientación ventanilla de radicación servicio al ciudadano



6. CONSOLIDADO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DE LA CIUDADANIA

En el desarrollo de las metodologías empleadas en el informe de SATISFACCIÓN CIUDADANIA 2022 empleadas tanto por el proceso de Servicio al Ciudadano y sus procesos misionales se emplearon métricas de percepción sobre cada proceso que presta la Caja Vivienda Popular.

Se toma como medida la consolidación de datos obtenidos en la calidad respecto de atributos,

aspectos comunes y específicos del servicio como satisfacción del usuario. Se emplea tres métricas distintas en una escala de 1 a 5 y cuyas calificaciones se explicaron anteriormente. La calificación consolidada para la Dirección de Urbanización y Titulación es de 4,26, Para la Dirección de Mejoramiento de Vivienda 4,52 y para la Dirección de Reasentamientos fue de 4,25. La calificación promedio considerando las 3 métricas y los tres procesos, sin establecer un peso específico corresponde a: 4,34

Tabla 31. Calidad del servicio, la satisfacción del usuario de los procesos misionales

Métricas Por Proceso	DUT	DMV	DRH	Promedio
Atributos de Calidad del Servicio	4,29	4,54	4,16	4,33
Nivel de satisfacción del Usuario	4,35	4,57	4,37	4,43
Aspectos Específicos	4,15	4,44	4,22	4,27
Promedio General por procesos	4,26	4,52	4,25	4,34

7. CONCLUSIONES

- ❖ El presente informe se realizó con los datos recolectados en los meses de marzo y abril de 2022.
- ❖ Las encuestas para las Direcciones de Urbanizaciones y Titulación y Mejoramiento de Vivienda, fueron aplicadas en el punto de atención a la ciudadanía dispuesto por la Entidad en la Carrera 13 No. 54-13 y las encuestas para la Dirección de Reasentamientos fueron aplicadas en la entrega de apartamentos, en reunión con la comunidad en el proyecto Santa Teresita los días 4, 26 y 31 de marzo del 2022 y en el sorteo de apartamentos para el proyecto de Santa Teresita en el auditorio de la Entidad Calle 54 # 13-30 el día 28 de marzo del 2022.
- ❖ De los resultados obtenidos se evidencia que la Caja de la Vivienda Popular brinda un servicio satisfactorio a la ciudadanía.
- ❖ Es necesario que cada proceso de la Entidad fortalezca y establezca un lenguaje claro de información para tener un nivel de satisfacción del 100% en cada proceso.
- ❖ Se debe dar continuidad por parte de los procesos misionales a la divulgación del mensaje de gratuidad de los trámites y servicios ofrecidos por la Entidad, a través de los diferentes canales de atención.
- ❖ Se resalta la atención, dedicación y disponibilidad de las personas que pertenecen a los procesos misionales, en el aumento de satisfacción de la ciudadanía ya que para el presente informe bimestral que corresponde al segundo bimestre del año, tuvo un aumento de 0,53 en su promedio general.



MARÍA MERCEDES MEDINA OROZCO
Directora de Gestión Corporativa y CID

Elaboró: Carlos Leonardo Galvis Bulla – Contrato No 053 de 2022
Revisó: Roberto Carlos Narvárez Cortes – Contrato No 166 de 2022