

**INFORME CUALITATIVO DE SATISFACCION NIVEL NACIONAL  
DIRECCION DE PROMOCION Y DESARRROLLO  
Periodo Enero – Junio 2013**

**1. Aspectos Generales:**

La medición de la satisfacción de cliente es un elemento fundamental para asegurar el mejoramiento continuo de los procesos y procedimientos que despliegan las instituciones del Estado en procura del reconocimiento efectivo de los derechos ciudadanos. Debido a las particulares funciones de la Dirección de Promoción y Desarrollo el Control Ciudadano, centradas en la prestación de servicios a la ciudadanía para que mejore sus competencias en la vigilancia de la inversión de los recursos públicos, es a través de la evaluación de la satisfacción de los ciudadanos que participan en las actividades del Sistema de Control Fiscal Participativo como puede mejorarse el trabajo de la Contraloría en procura de vincular a la comunidad en el cuidado de lo público.

Dentro del Sistema Integrado de Gestión y Control de Calidad, la percepción del cliente sobre el quehacer institucional en el área de promoción y desarrollo se evalúa periódicamente con base en los resultados recogidos en la aplicación del Instrumento de Medición de la Satisfacción del Cliente – Ciudadanía, que se reciben diligenciados por los asistentes al finalizar las actividades susceptibles de evaluación. La información que se compila se centra en la caracterización de la población y la opinión sobre el servicio prestado en cada evento, buscando identificar las fortalezas y debilidades de la estrategia implementada para atender las expectativas de los clientes y los aspectos relevantes para el proceso derivados del tipo de ciudadanos que participan en las actividades.

En el periodo comprendido entre el 01 de enero y el 30 de junio de 2013, la Dirección evaluó la satisfacción del cliente en 896 actividades de Promoción y Desarrollo, en las que se aplicaron 12.503 instrumentos de medición de la satisfacción. Considerando que durante el semestre se realizaron 994 actividades, en las que participaron 26.864 personas, tenemos que fue evaluada la satisfacción del 90,1% de las actividades y el 46,5% de los asistentes manifestó su opinión a través del instrumento de medición.

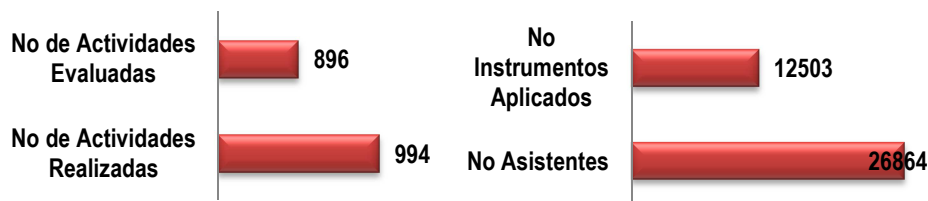


Gráfico 1. Total general instrumentos y eventos

De acuerdo a la distribución por estrategias, tenemos que el 75% de los instrumentos fueron diligenciados en el marco de actividades de la Estrategia de Formación, mientras que las actividades que componen las Estrategias de Información y Articulación aportan el 1% de los instrumentos para la medición de la satisfacción y las actividades de la Estrategia de deliberación llegan al 3% de instrumentos diligenciados. Esta situación se justifica, de una parte, en el énfasis de la labor de la Dirección, pues el 60% de las actividades realizadas durante el periodo corresponden a la estrategia de Formación; de otra, en la dinámica propia de las actividades que la conforman, que buscan la convocatoria de al menos 30 personas

por sesión para que de una forma participativa y constructivista mejoren sus competencias para incidir en la gestión pública y en el seguimiento a la inversión de los recursos. Las actividades de la Estrategia de Organización, en las que se aplicaron el 17% del total de los instrumentos, despliegan una estrategia de trabajo encaminada a apoyar a grupos pequeños que ejercen su derecho a vigilar los recursos públicos, lo que justifica este aparentemente bajo aporte a la medición de la satisfacción del cliente, aunque representan el 29% del total de las actividades realizadas.

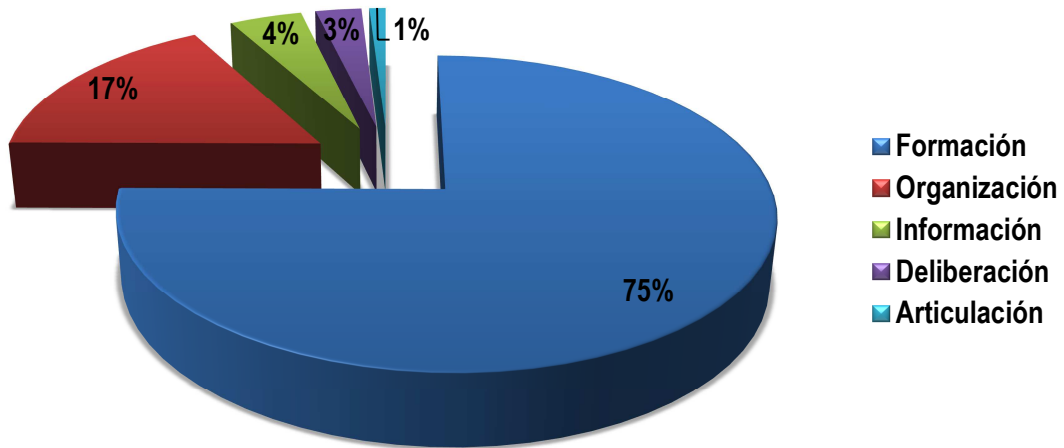


Gráfico 2. Porcentaje de instrumentos aplicados por Estrategia del CFP

2

Ahora bien, en lo que toca a la proporción de las actividades evaluadas frente a las actividades realizadas en cada estrategia, el porcentaje evaluado más alto corresponde a la Estrategia de Formación, en el que se midió la satisfacción del cliente en el 92,7% de las actividades realizadas, y el más bajo a la Estrategia de Información, en la que este porcentaje alcanzó el 68%.

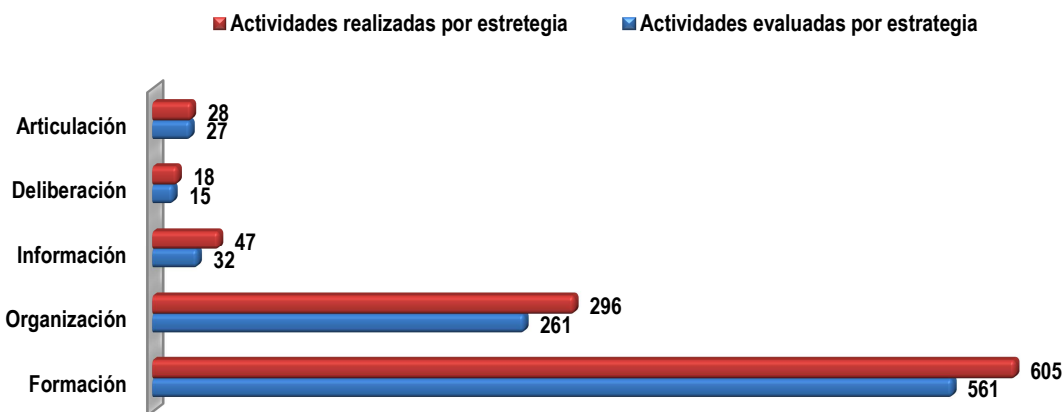


Gráfico 3. Comparación actividades realizadas y evaluada por estrategia del CFP

En el desagregado por Tipo de Actividad se verifica que las actividades de Capacitación en el área de formación básica aportaron a la evaluación de la satisfacción del cliente la mayor cantidad de instrumentos (31,8%) y evaluaron al 55,6% de sus participantes. Las actividades que reportan el menor porcentaje de

participantes que diligenciaron el instrumento, según los datos, con el 12%, fue la de Audiencias Públicas Deliberativas y con el 18% Divulgación en actividades públicas.

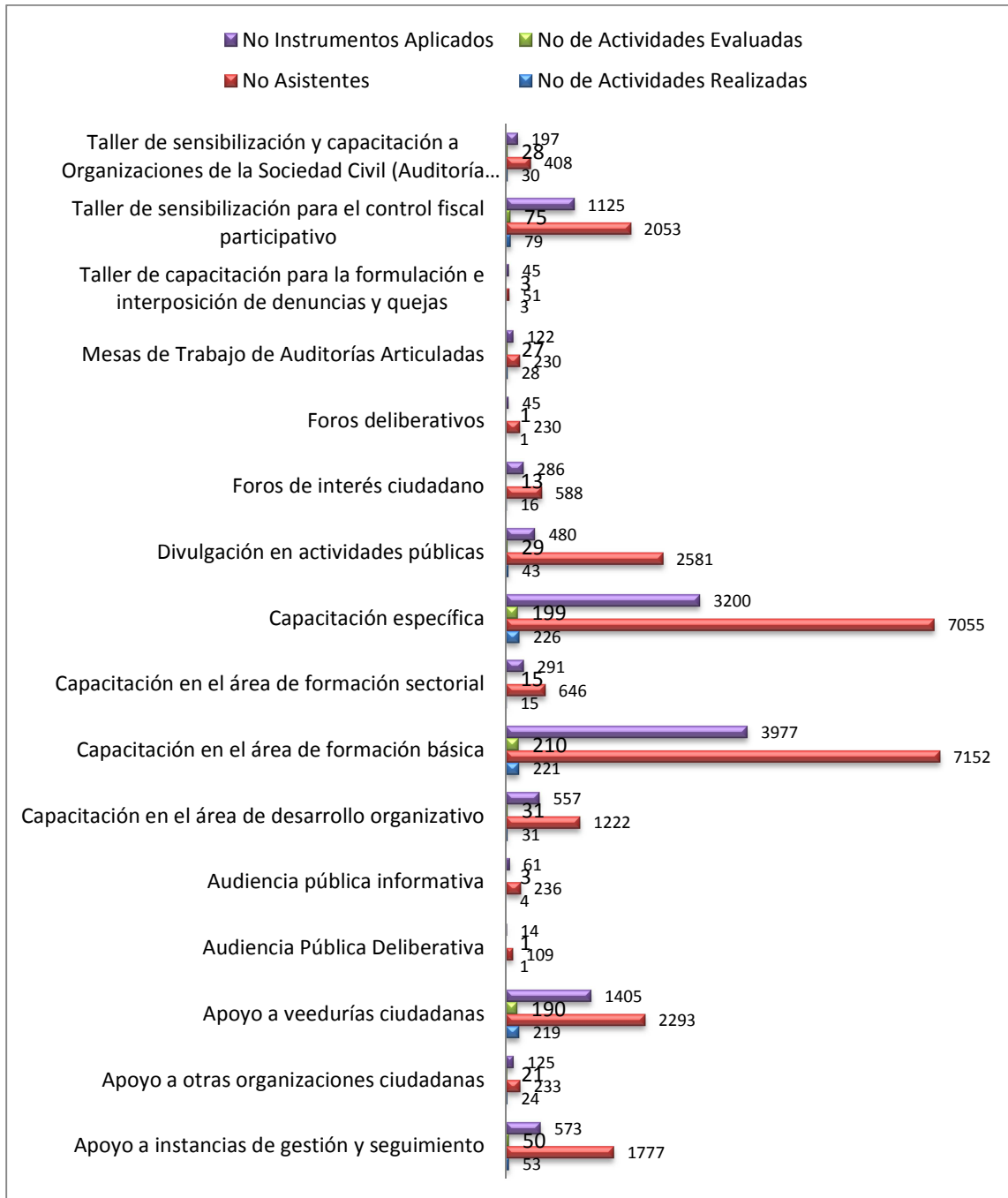


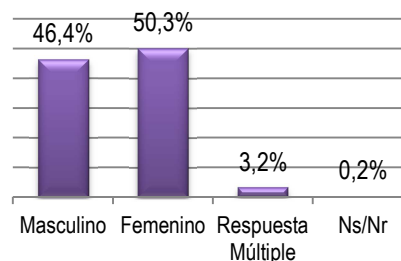
Gráfico 4. Distribución de instrumentos y actividades evaluadas por Tipo de Actividad

Las actividades de Apoyo a Veedurías Ciudadanas y Apoyo a otras organizaciones ciudadanas recogieron la opinión del 61,27% y del 53,64% de los participantes, respectivamente.

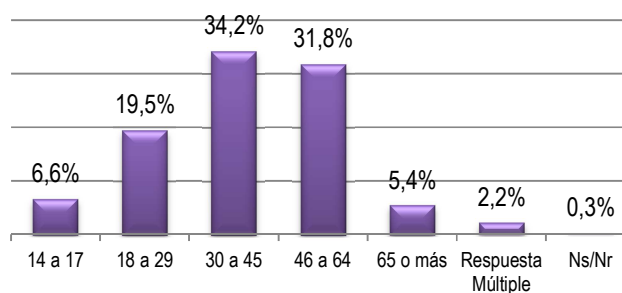
De otra parte, en las actividades que componen las Estrategias de Deliberación se recogió la opinión sobre la satisfacción, en promedio, del 37,21% de los participantes, mientras que en la estrategia de Información aumentó al 50,52% el número de participantes que diligenciaron el instrumento respecto del último semestre de 2012. En la Estrategia de Articulación este porcentaje alcanzó el 53%, situación que se explica en que el procedimiento contempla que si bien se registra la totalidad de participantes en las Mesas de Trabajo de Articulación, sólo se evalúa la satisfacción de los asistentes de las organizaciones de la sociedad civil que participan en el proceso y no se aplica el instrumento a los funcionarios de la CGR que forman parte de la auditoría o estudio sectorial.

## 2. Análisis Caracterización Poblacional

De acuerdo con los datos recogidos en el instrumento de medición de la satisfacción, tenemos que el 50,3% de los participantes en las actividades evaluadas y que contestaron la encuesta afirman pertenecer al género femenino, mientras que el 46,4% reporta pertenecer al sexo masculino. El 3,2% de la muestra señaló ambas opciones. Durante este semestre se mantuvo el comportamiento habitual de una mayor participación femenina en las actividades evaluadas, si bien la participación de ambos sexos puede considerarse equilibrada en todo el país.

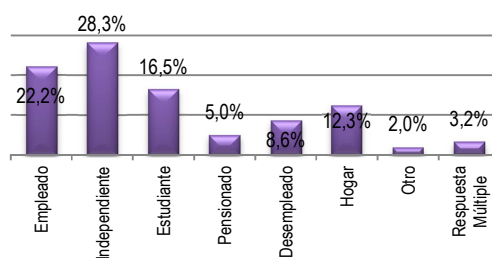


En lo que se refiere a las edades de los participantes, el 6,6% de la población que diligenció el instrumento se encuentra en el rango entre 14 y 17 años. La población adulta, esto es, mayor de 30 años y en edad productiva (hasta los 64) corresponde al 66% del total de la población atendida. La población mayor de los 64 años representa el 5,4% del total de la muestra.

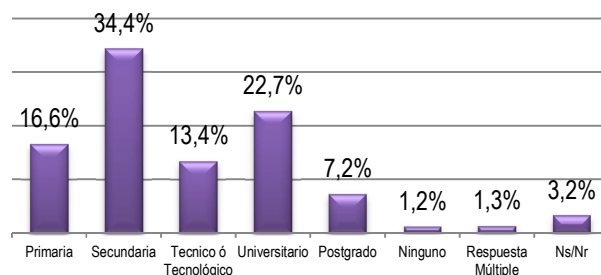


Esta situación demuestra una intención clara de la Dirección de renovar su oferta de servicios en función de grupos poblacionales de edad adulta, lo que implica el desarrollo de metodologías específicas para atender las necesidades y requerimientos, tales como metodologías que incluyan la andragogía y que cubran grupos como adulto mayor y demás población calificada que se ubique en este rango etario y que desarrolle actividades productivas.

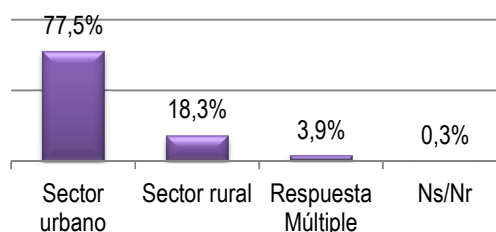
De acuerdo con los resultados recogidos en los instrumentos diligenciados, el 28,3% de los participantes refiere que es independiente, siendo éste el mayor indicador dentro de la población que respondió los instrumentos, teniendo en cuenta que si consideramos el rango productivo de la población compuesto por las personas que reportaron ser empleados o laborar de forma independiente, se encuentra que un 50,5% de la muestra esta en este segmento. Sólo el 8,6% de los participantes refirieron estar desempleados, lo que implica que el grueso de las personas que reciben los servicios de la Delegada tienen una actividad paralela y que la oferta de la CGR debe ser lo suficientemente atractiva y articulada como para que resulte una inversión de tiempo de las personas que participan de estos ejercicios.



En lo que se refiere a nivel educativo, el 34,4% de la muestra indica tener estudios hasta educación secundaria. El 43,3% de los participantes que diligenciaron la encuesta refieren tener algún tipo de formación superior (universitaria, técnica o de posgrado), lo que representa también un porcentaje significativo de la población atendida durante el semestre. Este panorama, que muestra auditorios con diferentes capacidades a la hora de apropiar los contenidos propuestos y de implementar acciones de control, representa un desafío constante para el equipo de facilitadores de la Dirección y, en general, de toda la Delegada.



Ahora bien, en lo que toca a la localización geográfica de los participantes en las actividades de promoción y desarrollo durante el semestre, la tendencia se mantiene en una proporción considerable de la muestra que habita en el sector urbano, con el 77,5% del total de instrumentos diligenciados. El porcentaje de personas que señalaron habitar en zonas rurales alcanzó el 18,3%, lo que se explica en que el grueso de las actividades fueron realizadas en las cabeceras municipales. El 0,3% de la muestra no refirió claramente su lugar de residencia.



### 3. Análisis de los Resultados de Satisfacción

#### Satisfacción de las expectativas:

El 97,5% de las personas que diligenciaron la encuesta manifestaron encontrarse satisfechas con el servicio prestado, por llenar éste sus expectativas. La tendencia se mantiene estable y presenta un leve ascenso con respecto a la misma medición realizada en el segundo semestre del 2012. Sólo el 1,3% de los

participantes señalaron que no se cumplieron sus expectativas, lo que se encuentra dentro de un margen razonable de satisfacción y da cuenta de la disposición de la Dirección de cumplir los requerimientos de los clientes con la prestación de los servicios a su cargo. Este apartado bien puede mejorarse partiendo de procesos de concertación más claros con la ciudadanía que accede a los servicios de la entidad.

### Oportunidad del servicio:

En la medición de la percepción de oportunidad del servicio sólo el 1,1% de quienes diligenciaron el instrumento señalaron que no consideran oportuna la prestación del servicio, mientras que la población que lo consideró oportuno presentó un incremento significativo respecto del semestre anterior, puesto que el 97,2% de la muestra afirmó que el servicio se prestó oportunamente, mientras que, lo que se ubica dentro de un rango de satisfacción superior, habiendo estado históricamente en rangos más bajos, pero con el reporte de el presente semestre se confirma que la prestación de los servicios responde más ajustadamente a las expectativas de la comunidad teniendo respuesta por parte de la Entidad desde las competencias que tiene definidas constitucionalmente.

### Utilidad de la información recibida:

La opinión del 98,5% de la muestra refirió como útil la información recibida en las actividades de promoción realizadas durante el semestre y sólo el 0,4% valoró negativamente la información recibida, lo que ubica este índice en un nivel de satisfacción más que aceptable y da cuenta de la pertinencia de la oferta temática y de los énfasis sectoriales sobre los que se desarrollan las actividades de promoción y desarrollo.

6

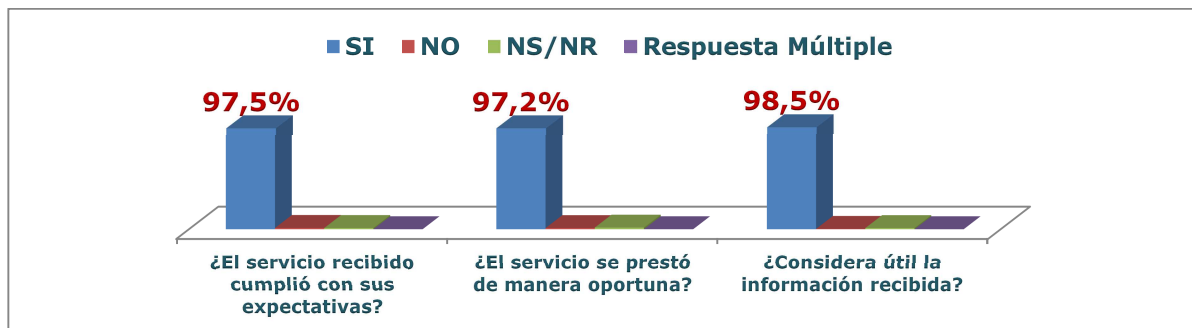


Gráfico 10. Resultados Medición de la Satisfacción del Cliente - Ciudadanía

## 4. Conclusiones y Recomendaciones

- La percepción del cliente ciudadanía frente a los servicios mantiene un comportamiento estable, en general, en lo que se refiere a la prestación del servicio. Esto implica que las actividades realizadas por la Delegada siguen los estándares de calidad definidos por el cliente, si bien puede requerirse un análisis más profundo que evidencie otras necesidades de la ciudadanía que no estén siendo atendidas por el ente de control a través de las estrategias del Control Fiscal Participativo.
- De acuerdo con el comportamiento de la medición de la satisfacción del cliente ciudadanía durante el período, se observa que la percepción de oportunidad del servicio aumentó, reflejo de la

organización en la oferta de servicios de la Dirección, en tanto que se encuentra desarrollada bajo unos programas estructurados que permite atender de manera más acertada las necesidades del cliente. Como resultado, y en aras de mantener el indicador, se requiere seguir caracterizando los programas con mayor detalle, delimitando las áreas de enfoque de acuerdo a las necesidades manifestadas por la ciudadanía pudiendo incorporarlas de manera directa dentro de los programas establecidos.

- Las características disimiles de la población atendida durante el semestre ratifican la necesidad de fortalecer las competencias del equipo de trabajo de la Delegada, con el propósito de atender adecuadamente las expectativas, capacidades y posibilidades de cada grupo etario.
- Surge la necesidad de caracterizar el tipo de información y nivel de lenguaje pues se trata de manera predominantemente con grupos cuyos participantes manifiestan tener algún tipo de formación superior, siendo un grupo al que debe entregarse una información cualificada, pero con características que puedan ser entregados a los demás grupos poblacionales.
- Las estadísticas muestran que las actividades tienen como público objeto en su gran mayoría a población adulta que tienen una actividad productiva, ya sea por que reportaron ser empleados o laborar de forma independiente, por lo que exigen que las actividades que se desarrollen por parte de los facilitadores de manera efectiva para que no se afecte la participación de este grupo y el desarrollo de las actividades de tipo productivo que desarrollan.
- Partiendo de la base que dentro de los programas planteados para el 2013 no se tendrá en cuenta población menor de edad (básica secundaria), se plantea un panorama en el cual se hace necesario crear nuevas estrategias que posibiliten desarrollar los procesos vinculando a nuevos actores que no han participado activamente en los ejercicios de control social (discapacitados, padres de familia, juntos de padres de familia, adulto mayor)
- Persiste la necesidad de evaluar la pertinencia de aplicar el instrumento en algunas actividades (como las que componen la estrategia de Información), puesto que la dinámica propia de estos ejercicios no siempre aporta efectivamente para la medición de la satisfacción de los servicios que presta la entidad y representan menos del 4% de los instrumentos diligenciados y tienen una asistencia masiva de público que no siempre permite la aplicación efectiva del instrumento estipulado para la recolección de la percepción ciudadana sobre la prestación del servicio.
- El porcentaje de participantes que diligencian el instrumento se mantiene cercano al 46,5%, lo que resulta significativo y permite realizar pronunciamientos efectivos sobre la opinión manifestada por los ciudadanos. La Dirección buscará que se aplique el instrumento en todas las actividades susceptibles de evaluación, con el propósito de recoger la información pertinente sobre la totalidad de los servicios prestados.

## **DANIEL HUMBERTO RESTREPO MIRA**

Director de Promoción de Desarrollo y Desarrollo del Control Ciudadano

Elaboró: N.García – R. Novoa