

**CONTRALORÍA DELEGADA PARA LA PARTICIPACIÓN
CIUDADANA**

**MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE - CIUDADANIA
PERÍODO ENERO – DICIEMBRE DE 2014**

2014

**MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE – CIUDADANÍA
NIVEL NACIONAL
DIRECCIÓN DE ATENCIÓN CIUDADANA
PERÍODO ENERO - DICIEMBRE DE 2014**

La Dirección de Atención Ciudadana de la Contraloría Delegada para la Participación Ciudadana, continua con la búsqueda de mejorar la atención a la ciudadanía, para ello realiza la encuesta al ciudadano en el momento de presentar su solicitud ante la Entidad ya sea personal o telefónicamente, con el fin de medir la calidad del servicio prestado.

Tanto en las Gerencias Departamentales como en el Nivel Central, los datos son ingresados en el Sistema de Información para la Participación Ciudadana – SIPAR y de allí se genera el consolidado Nacional.

Las encuestas realizadas constan de tres preguntas: La primera está enfocada a medir si el servicio prestado cumple con las expectativas del ciudadano, la segunda si el servicio se prestó oportunamente y la tercera mide si la información suministrada fue de utilidad para el ciudadano.

A continuación se muestra el resultado de la tabulación de la medición de la satisfacción del cliente ciudadanía durante el periodo Enero –Diciembre de 2014.

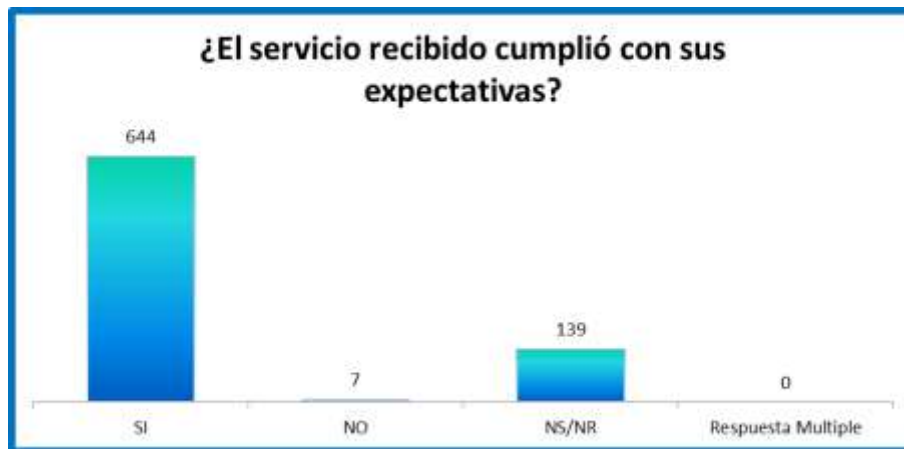
Ítem	SI	NO	NS/NR	Respuesta Múltiple	Total
¿El servicio recibido cumplió con sus expectativas?	81.52%	0.89%	17.59%	0,00%	100%
¿El servicio se prestó de manera oportuna?	82.15%	0.38%	17.47%	0,00%	100%
¿Considera útil la información recibida?	82.15%	0,51%	17.34%	0,00%	100%

FUENTE: Datos tomados del SIPAR

Primera Pregunta: ¿El servicio recibido cumplió con sus expectativas?

Ítem	SI	NO	NS/NR	Respuesta Múltiple	Total
¿El servicio recibido cumplió con sus expectativas?	81.52%	0.89%	17.59%	0,00%	100%

FUENTE: Datos tomados del SIPAR

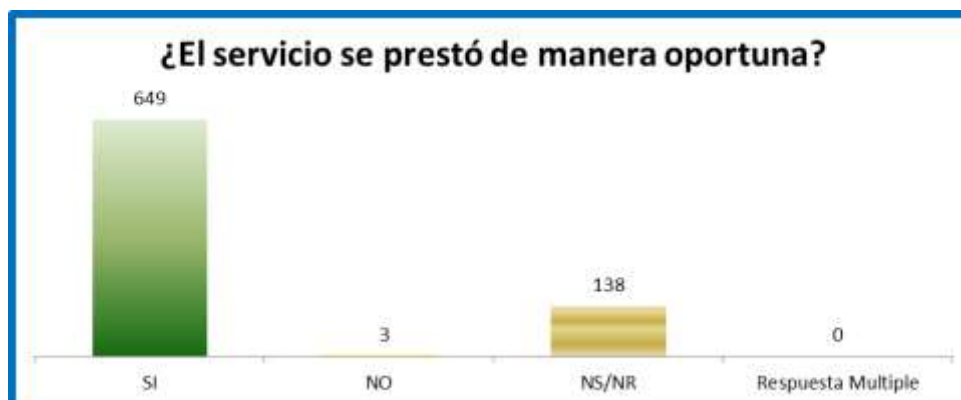


FUENTE: Datos tomados del SIPAR

De un total de 790 ciudadanos encuestados el 81.52% informa que el servicio prestado satisfizo sus expectativas, frente al 0.89% que respondió que no.

Segunda Pregunta: ¿El servicio se prestó de manera oportuna?

Ítem	SI	NO	NS/NR	Respuesta múltiple	Total
¿El servicio se prestó de manera oportuna?	82.15%	0.38%	17.47%	0,00%	100%

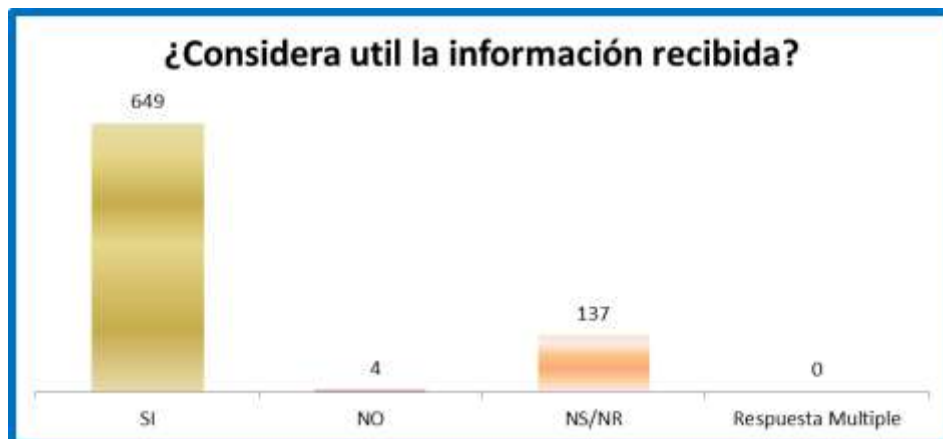


FUENTE: Datos tomados del SIPAR

El 82.15% de los 790 ciudadanos está de acuerdo en que el Servicio se prestó con oportunidad, frente al 0.51% que respondió que no.

Tercera Pregunta: ¿Considera útil la información recibida?

Ítem	SI	NO	NS/NR	Respuesta múltiple	Total
¿Considera útil la información recibida?	82.15%	0,51%	17.34%	0,00%	100%

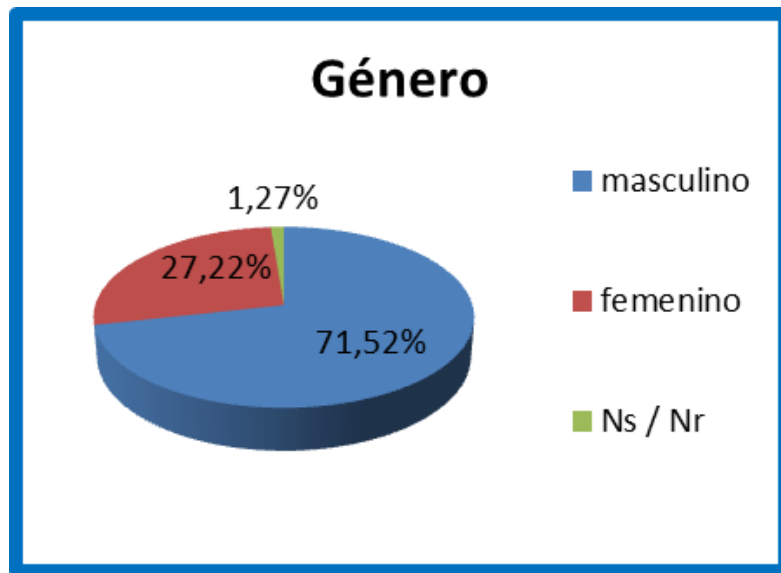


FUENTE: Datos tomados del SIPAR

El 82.15% de las personas que diligenciaron el instrumento están de acuerdo en que la información suministrada por la Entidad fue de utilidad, mientras que el 0.51%, respondió que No. Un 17.34% de los ciudadanos no sabe o no responde.

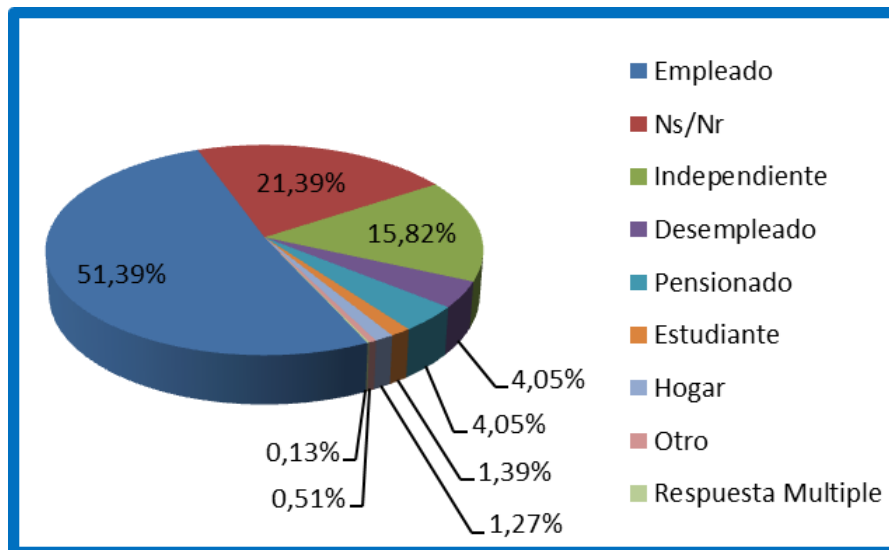
De igual manera, se analiza la información Demográfica de los encuestados obteniendo la siguiente información:

El 71.52% del total de 790 personas corresponde al sexo masculino, frente al 27.22% de sexo femenino, lo que indica que continua siendo mayor la participación por parte del género masculino. El 1.27% de los encuestados no sabe o no responde a la pregunta.



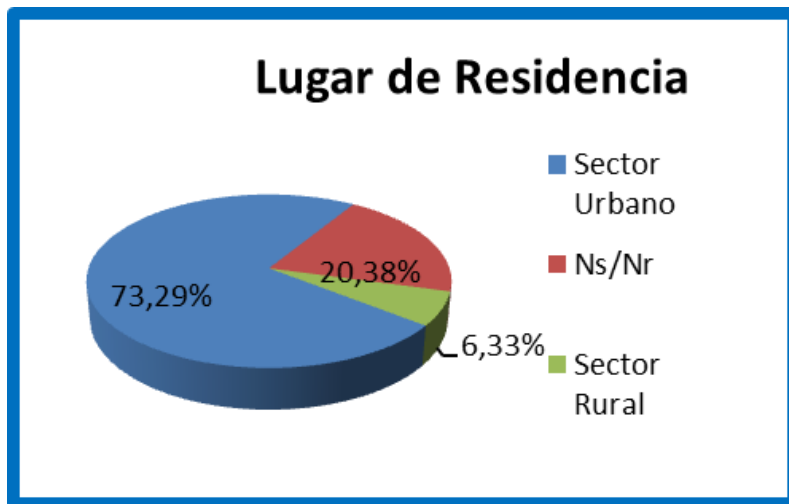
FUENTE: Datos tomados del SIPAR

En el siguiente cuadro se puede observar que el 51.39% de los ciudadanos que respondieron la encuesta dentro de su **actividad desarrollada** son empleados, seguido de los independientes con el 15.82%, los desempleados con el 4.05%, entre otros. El 21.39% de los encuestados no saben o no responden a la pregunta



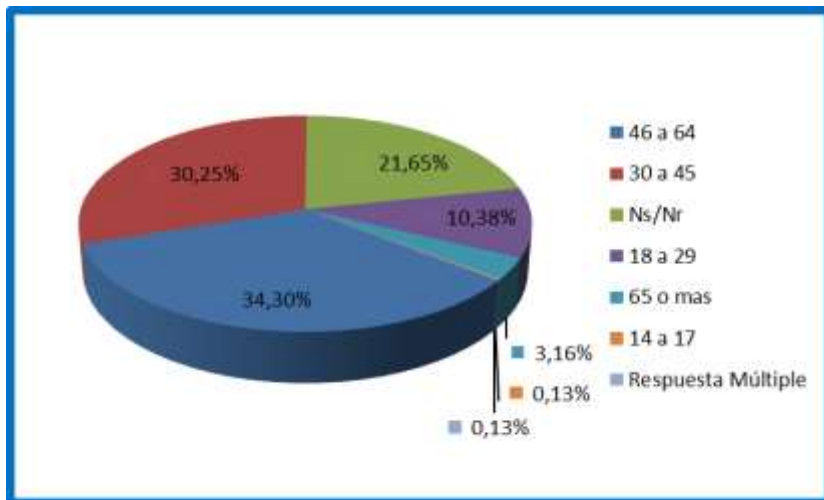
FUENTE: Datos tomados del SIPAR

Así mismo, del total de instrumentos diligenciados se establece que el 73.29% de las personas que respondieron vive en el área Urbana, mientras que el 6.38% vive en el sector rural. El 20.38% de las personas no sabe o no responde a la pregunta.



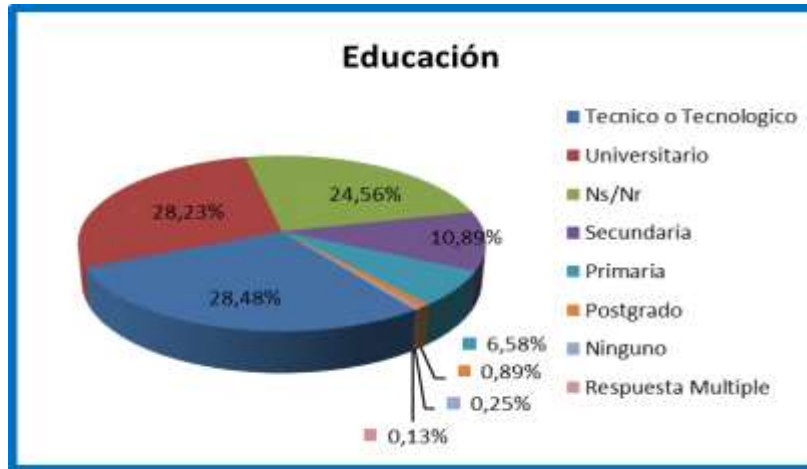
FUENTE: Datos tomados del SIPAR

La edad promedio de los Ciudadanos que mayor participación presentan se encuentran en el rango de 46 a 64 con un 34.30%, seguido de 30 a 45 con el 30.25%, entre otras. El 21.65% las personas que diligenciaron el instrumento no sabe o no respondió a la pregunta.



FUENTE: Datos tomados del SIPAR

El nivel educativo de los Ciudadanos que mayor aporte tienen, es el técnico o tecnológico con un 28.48%, seguido del universitario con el 28.23%, entre otras. El 24.56% de los encuestados no sabe o no responde a la pregunta.



FUENTE: Datos tomados del SIPAR

**MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE – CIUDADANÍA
NIVEL NACIONAL
DIRECCIÓN DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO DEL CONTROL CIUDADANO
PERÍODO ENERO - DICIEMBRE DE 2014**

La medición de la satisfacción del 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 funciones de la Dirección de Promoción y Desarrollo orientadas a la prestación de servicios a la ciudadanía para mejorar sus competencias en la vigilancia de la inversión de los recursos públicos, la evaluación de la satisfacción de los ciudadanos que participan en las actividades del Sistema de Control Fiscal Participativo - CFP se constituye en una herramienta que permite detectar aspectos susceptibles de mejora en el trabajo de la Contraloría en lo que tiene que ver con el control social.

Dentro del Sistema Integrado de Gestión y Control de Calidad, la percepción del cliente (ciudadano) 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, los cuales son diligenciados por los asistentes al finalizar las actividades del Sistema de CFP 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 ejecutada para atender las expectativas de los clientes y los aspectos relevantes para el proceso, derivados de la tipología de los ciudadanos que participan en las actividades y de su realimentación sobre los servicios que les fueron prestados.

Procesamiento de los instrumentos de medición de la satisfacción del cliente ciudadanía

1. **Aspectos Generales:** En el período comprendido entre el 01 de enero y el 31 de diciembre de 2014, la Dirección evaluó la satisfacción del cliente en 1.462 actividades de Promoción y Desarrollo, en las que se aplicaron 17.030 instrumentos de medición de la satisfacción.

Considerando que durante el mismo período se realizaron 1.626 actividades, en las que participaron 40.198 personas, se tiene que fue evaluada la satisfacción del 89,9% de las actividades y el 42,4% de los asistentes diligenció el instrumento. Este resultado mantiene la tendencia en cuanto al aumento en la proporción de los instrumentos aplicados frente a la cantidad de ciudadanos que participan en las

actividades, con lo que se demuestran los esfuerzos de la Dirección por obtener información de los clientes sobre los servicios ofrecidos y asegura la confiabilidad de los análisis basados en la población que finalmente responde el instrumento de medición de la satisfacción.



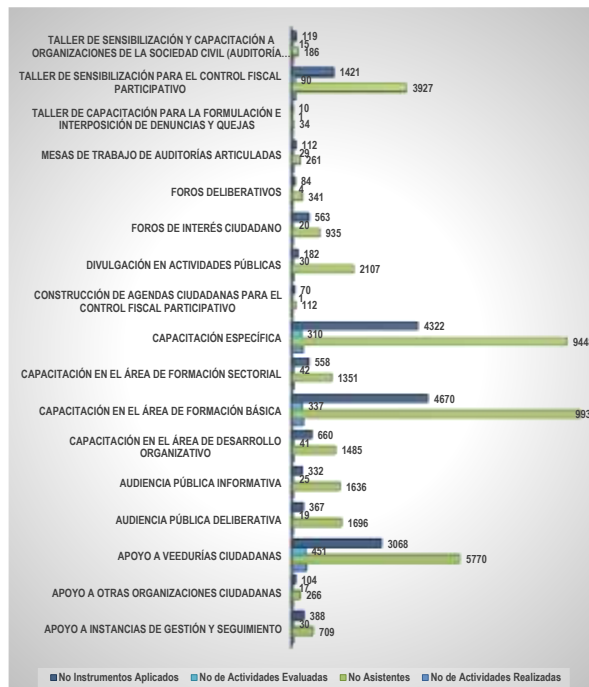
Vigencia 2014. Fuente: SIPAR

De acuerdo con el comportamiento de las actividades y el énfasis en la estrategia de Formación que se observa en el desempeño nacional de la Dirección, resulta que las actividades de esta estrategia aportan el mayor número de instrumentos diligenciados, alcanzando el 69% del total.



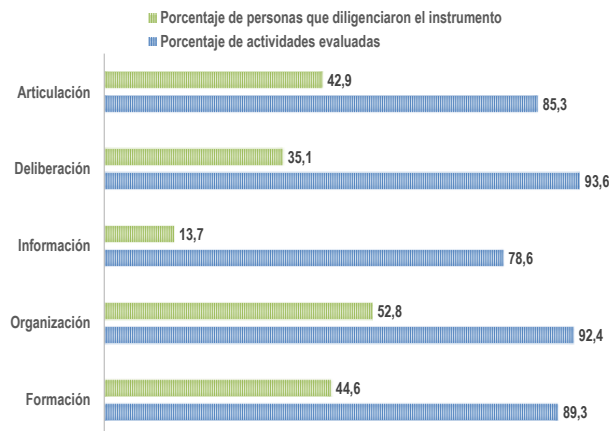
Porcentaje de instrumentos diligenciados por estrategia sobre el total de instrumentos. Vigencia 2014. Fuente: SIPAR

Por tipo de actividad, la gráfica muestra que fueron las capacitaciones en el área de formación básica las que aportaron el mayor número de instrumentos, seguidas de cerca por las de capacitación específica. En este conteo, el tercer lugar lo ocupan las actividades de apoyo a veedurías ciudadanas, de la estrategia de Organización.



Desagregado de instrumentos, actividades evaluadas por actividad del CFP. Vigencia 2014. Fuente: SIPAR

Ahora bien, en términos de la relación entre asistentes y actividades por cada estrategia, resulta que la estrategia de Deliberación se ubica en el porcentaje más alto de actividades evaluadas, mientras que en la de Organización encontramos la proporción más alta de personas que diligenciaron el instrumento:



Vigencia 2014. Fuente: SIPAR

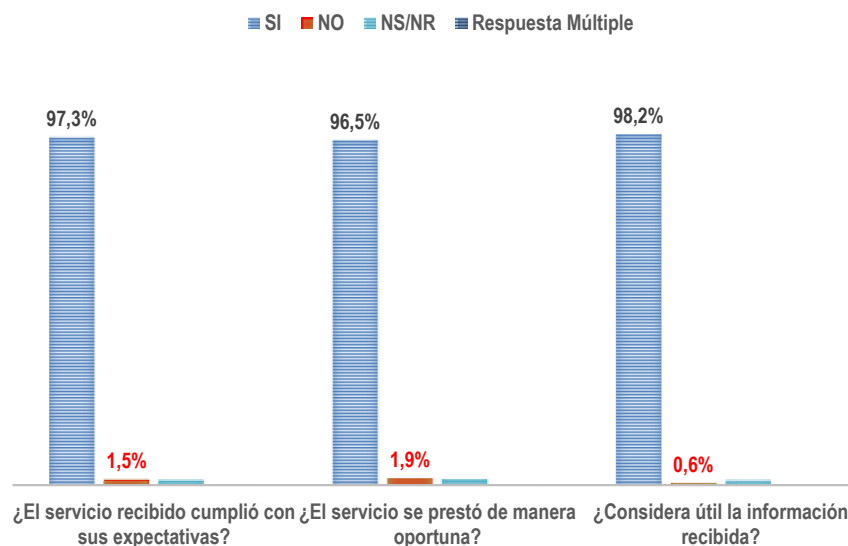
Las actividades de la estrategia de Información que se muestran en este consolidado incluyen el tipo Audiencia Pública Informativa, cuyo porcentaje de instrumentos diligenciados frente al total de asistentes alcanza el 20,8%, no así las de Divulgación, en las que esta misma proporción apenas alcanza el 8%, lo que explica el bajísimo porcentaje que reporta en el agregado la estrategia frente a las

personas que respondieron el instrumento de medición. En todo caso, esta estrategia reporta los valores más bajos en ambas variables.

2. Análisis de los Resultados de Satisfacción

Las tres preguntas que componen el instrumento de medición de la satisfacción del cliente – ciudadanía pretenden dar cuenta de las tres dimensiones esenciales del servicio prestado: en primer lugar, si las expectativas generadas antes de cada actividad de promoción y desarrollo fueron satisfechas en el encuentro entre la institución y la comunidad; en segundo lugar, si el servicio fue prestado oportunamente, esto es, en condiciones temporales que aseguran su utilidad y efectividad para los intereses ciudadanos; y, por último, si resultó de utilidad para cada participante la información suministrada por el facilitador en el espacio de interacción que constituye cada actividad de promoción y desarrollo.

Como se aprecia en el gráfico, la satisfacción general de la ciudadanía se ubica en todos los ítems evaluados por encima del 95%, lo que da cuenta del interés de la entidad de ofrecer servicios de calidad y que redunden en un correcto ejercicio del derecho a vigilar la gestión pública.



Satisfacción de las expectativas:

Las expectativas de los clientes definen el concepto de calidad que una entidad debe implementar en los servicios que ofrece. Así, los positivos resultados de esta variable muestran el compromiso de la Dirección en fortalecer el alcance de sus tareas para responder a las demandas cada vez más exigentes de la ciudadanía, que no se conforma con la presencia institucional sino que exige

resultados en términos de impacto en su interactuar con las entidades estatales. El comportamiento de este ítem muestra los efectos de la organización de las actividades de promoción y desarrollo en los Programas de Promoción del CFP, en el entendido de que la identificación de objetivos y metas claras en los diferentes sectores de la inversión permite ofrecer a la ciudadanía servicios más concretos y enfocados en sus requerimientos reales. Esta línea se puede exaltar reconociendo los intereses de las comunidades con enfoque territorial.

Oportunidad del servicio

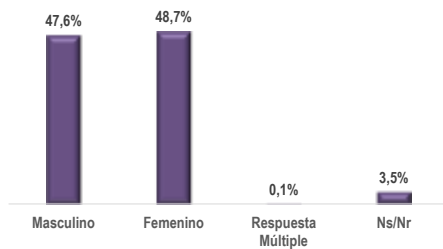
Los resultados de esta variable habían sido tradicionalmente los que alcanzaban los porcentajes más bajos en los datos reportados por el instrumento de medición, lo que se explica por la errónea impresión ciudadana de que la labor de la Contraloría se realiza de forma inmediata. Entre las vigencias 2011 y 2013 este apartado presentó un importante incremento porcentual, y los resultados del 2014 mantienen esta tendencia al mejoramiento. Esta situación demuestra, por un lado, la efectividad de los Programas a la hora de ofertar servicios de promoción más acordes con la realidad de la inversión de los recursos, y por otro, la renovada confianza ciudadana en el desempeño del ente de control, derivada de la nueva conceptualización del control y la vigilancia fiscal, que se siente más cercano a la ejecución de los recursos.

Utilidad de la información recibida

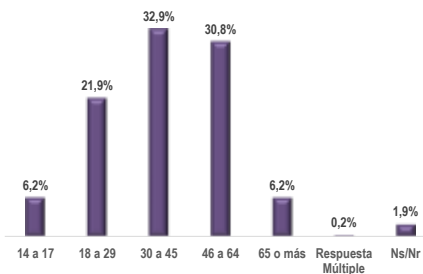
Los resultados de la medición de esta variable, años tras año, además de ser los más altos de la batería de indicadores, muestran un aumento porcentual sostenido que evidencia el interés de mejora en los procesos internos de la dependencia. La ciudadanía, interesada en obtener los conocimientos que requiere para relacionarse de forma efectiva con los ejecutores de los recursos, reconoce la pertinencia de la oferta temática y de los énfasis sectoriales sobre los que se desarrollan las actividades de promoción y desarrollo. Para mantener esta oferta, es necesario continuar con la actualización pedagógica, metodológica y conceptual del equipo de la Dirección, puesto que las novedades normativas y los diferentes énfasis en las políticas públicas requieren lenguajes nuevos y conceptos claros para que nuestro ente de control pueda mantener su alianza con la comunidad.

3. Análisis Caracterización Poblacional

El fundamento de los sistemas de gestión modernos es el conocimiento institucional sobre las características de los clientes, que para el caso de la Dirección de Promoción y Desarrollo son los ciudadanos que hacen parte de las actividades de información, formación, organización, deliberación y articulación, y cuya información resulta sensible a la intención con la que se construyen y ejecutan las estrategias del control fiscal participativo.

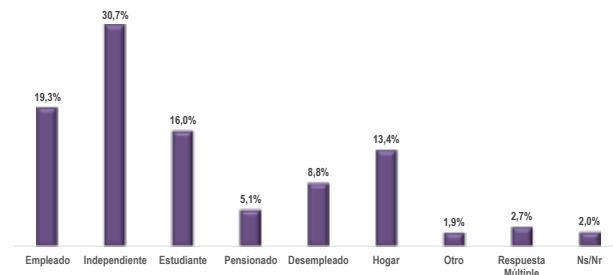


De acuerdo con los datos recogidos en el instrumento de medición de la satisfacción, tenemos que el 47,6% de los participantes en las actividades evaluadas y que contestaron la encuesta afirman pertenecer al género masculino, mientras que el 48,7% reporta pertenecer al sexo femenino. El 3,5% de la muestra no señaló ninguna opción. Durante el período se mantuvo la tendencia del aumento de la población femenina que se vincula a las actividades de promoción, lo que sin responder a una intención directa de los Programas sí da cuenta de un interés institucional por equiparar la participación de ambos géneros en los espacios del ejercicio del derecho a participar.

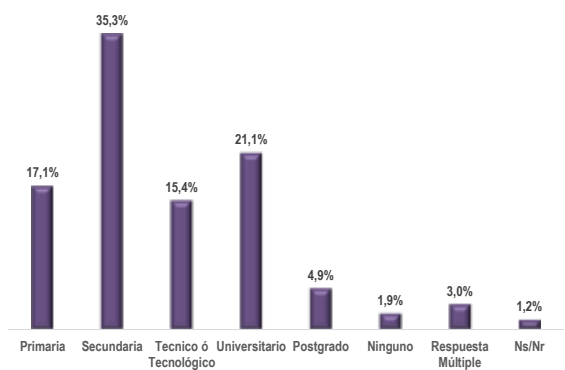


En lo que se refiere a las edades de los participantes, el 72% de la población que diligenció el instrumento es mayor de 30 años, siendo el rango de esta edad hasta los 45 años el que presenta el mayor porcentaje de incidencia (32,9%). Igualmente, el 28,1% del total de la población que diligenció la encuesta se

encuentra entre los 14 y los 29 años de edad. En menor proporción, se encuentra la población mayor de 65 años (4,1%). Así, resulta que el grueso de la población atendida es joven y adulta y casi la mitad se encuentra en edad productiva, lo que implica que la oferta de servicios de la CGR debe encontrar un lenguaje que permita a ambas generaciones aportar al control fiscal desde el ejercicio efectivo del derecho a controlar la gestión pública.

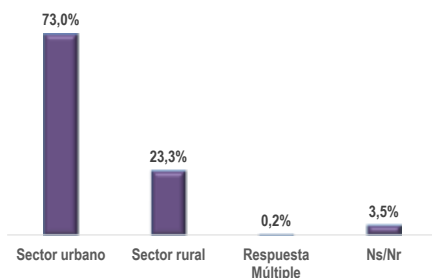


De acuerdo con los resultados recogidos en los instrumentos diligenciados, el 30,7% de los participantes señaló trabajar como independiente y el 19,3% tener alguna vinculación laboral, con lo que el 50% del total de los participantes dedica parte de su tiempo a sus labores de sustento, lo que implica que las actividades de promoción en las que participan se realizan en sus tiempos de ocio o restando horas a sus labores cotidianas. Cabe resaltar que el 13,4% de las personas manifestaron que realizan sus labores en el hogar y que el porcentaje de desempleados y pensionados alcanza escasamente el 13,9% del total, lo que desvirtúa la hipótesis de que el control ciudadano es una actividad de personas que no tienen otra ocupación.



En lo que se refiere a nivel educativo, el 35,3% de la muestra indica tener estudios de secundaria y el 31,4% reporta tener algún tipo de formación superior (técnica, universitaria o de posgrado). 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 la vigencia, la tendencia se mantiene en una proporción considerable de la muestra que habita en el sector urbano, con el 73% del total de instrumentos diligenciados. El porcentaje de personas que señalaron habitar en zonas rurales alcanzó el 23,3%, lo que se explica en que el grueso de las actividades fueron realizadas en las cabeceras municipales. El 3,5% de la muestra no refirió su lugar de residencia.

4. Conclusiones y Recomendaciones

✎ De acuerdo con el comportamiento de la medición de la satisfacción del cliente - ciudadanía durante el período enero a diciembre de 2014, puede concluirse que las actividades en las que se puede incidir en algún aspecto de la gestión pública (contempladas en las estrategias de articulación y organización) elevan la percepción ciudadana de oportunidad en la prestación del servicio. En este orden de ideas, la Dirección puede potenciar esta dimensión del trabajo en las demás estrategias para satisfacer en mayor grado las expectativas de la ciudadanía.

✎ Las características disímiles de la población atendida durante la vigencia 2014 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.

✎ Con el propósito de mantener la confiabilidad de las mediciones que se realizan sobre la satisfacción del cliente, es necesario mantener la disposición del nivel central para hacer seguimiento a la aplicación efectiva del instrumento en todas las actividades susceptibles de evaluar según el procedimiento en el nivel nacional.

✦ Si bien, esta medición global da cuenta de la prestación general del servicio en términos del sistema de gestión de calidad, no es óbice para que dentro de las actividades específicas se incluyan ejercicios independientes para identificar variables susceptibles de mejora para el facilitador y los componentes temático, pedagógico y conceptual que dan fundamento a las actividades del Sistema de Control Fiscal Participativo.

✦ Sobre los resultados de la evaluación, es necesario verificar la pertinencia de aplicar el instrumento en algunas actividades (como las de Divulgación), 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.

✦ La Contraloría Delegada para la Participación Ciudadana debe promover acciones en las que se vinculen nuevos sectores poblacionales, toda vez que el derecho a participar es universal.