

Control de Cambios		
Versión	Fecha	Descripción de la Modificación
1	29/12/2017	Emisión del documento.
2	15/04/2021	Actualización de formato e inclusión de glosario
3	25/04/2022	Se realizan ajustes a las actividades (Las dependencias generan el Informe Semestral y lo envían a Tics para su publicación)

Elaboró	Revisó	Aprobó
<p>Narda Cristina Natagaima López Profesional Universitario Atención al Ciudadano</p>	<p>Franklin Enrique Molina Contratistas Subdirección Corporativa y Asuntos Disciplinarios</p> <p>Alejandro Bejarano Bernal Contratista OAP</p>	<p>María Eugenia Tovar Subdirectora Corporativa y Asuntos Disciplinarios</p> <p>Ivan Ernesto Rojas Guzmán Jefe Oficina Asesora de Planeación</p>

Contenido

1.	Objetivo general	3
2.	Glosario	3
3.	Consideraciones generales.....	3
3.1.	Métodos para la Realización e Implementación de Encuestas de Percepción	3
A.	Métodos Directos o Estudios Específicos	3
B.	Métodos indirectos	4
C.	Población y Muestra	4
4.	DESARROLLO	7
4.1.	Implementación de encuestas de percepción en el IDIGER	7
4.2.	Etapas Para Realizar un Estudio de Percepción	8
Etapa 1.	Definición del objeto de estudio	8
Etapa 2.	Construcción del material para la realización del estudio	9
Etapa 3.	Aplicación del cuestionario	11
Etapa 4.	Recolección y análisis de la información	12
Etapa 5.	Aplicación de acciones de mejora según los resultados obtenidos.	14
6.	Bibliografía	17
7.	Anexos	17

1. Objetivo general

Implementar el proceso metodológico para el diseño y aplicación de las encuestas de percepción, de forma que permitan determinar el nivel o grado de satisfacción de los ciudadanos frente a los trámites y servicios prestados el IDIGER.

1.1. Objetivos específicos

- Identificar el conocimiento que tiene la ciudadanía frente a los trámites y servicios de la entidad.
- Evaluar la percepción de los ciudadanos acerca de la calidad del servicio prestado y las expectativas de los ciudadanos.
- Implementar acciones que lleven a la mejora continua de la entidad.

2. Glosario

Facilidad de acceso a la información sobre el trámite y/o servicios hace referencia a la información que brinda la entidad sobre el trámite y /o servicio.

Oportunidad: Hace referencia a que Cumplimiento en las fechas establecidas para la entrega de respuesta a las solicitudes realizadas.

Claridad: Hace referencia a que la respuesta emitida por la entidad se brinde en términos comprensibles para la ciudadanía.

Coherencia: Relación que existe entre la respuesta emitida por la entidad y el requerimiento realizado por la ciudadanía.

Trato cordial: Tiene relación con la atención del funcionario entendido como un trato digno, amable y respetuoso.

3. Consideraciones generales

3.1. Métodos para la Realización e Implementación de Encuestas de Percepción

Para identificar el grado de satisfacción del ciudadano frente a los trámites y servicios ofrecidos por la entidad existen dos métodos de recolección de información, el primero es el método directo que consiste en preguntar directamente a través de un estudio de opinión, o bien recoger información y el método indirecto que consiste en revisar reclamos, sugerencias y quejas que se han presentado durante un periodo determinado y los indicadores de gestión.

A. Métodos Directos o Estudios Específicos

Se trata de una estrategia diseñada para recoger directamente la opinión de los ciudadanos con respecto a los servicios prestados evaluando factores y elementos del servicio como cordialidad, tiempos de respuesta, claridad en la información ofrecida, entre

Otros, la recolección, sistematización y análisis de la información muestra la calidad del servicio prestado, para ello se debe elaborar cuestionarios sencillos fáciles de diligenciar.

Para ello se identifican diferentes métodos de entrevista como:

- **Entrevista individual:** Es una entrevista guiada con preguntas abiertas o cerradas, la cual necesita de la disposición y tiempo de los usuarios para su realización, se debe diligenciar de forma individual a través de un guion de puntos a tratar (trámites y servicios) previamente definido, se recoge la opinión en profundidad respecto al servicio que se presta.
- **Entrevista Focus group:** Consiste en reunir un pequeño grupo de 6 a 12 personas para contestar una serie de preguntas y generar una discusión en torno al trámite y servicio evaluado, las preguntas se pueden responder de forma dinámica y de acuerdo con el deseo de participación del grupo.
- **Encuestas por internet:** Es un formato predeterminado que se pueden remitir mediante correo electrónico o subirlo a la página de la entidad, para que las personas que han realizado trámites y servicios puedan brindar su opinión al respecto.
- **Encuestas telefónicas:** Las encuestas telefónicas se realizan de forma individual mediante contacto telefónico lo que no genera ningún tipo de desplazamiento para el entrevistado, ni para el entrevistador.

B. Métodos indirectos

Son fuentes de información indirecta con los que cuenta la entidad para medir la satisfacción de la ciudadanía, estos son los indicadores de gestión que ingresan a la entidad mediante los canales virtuales, radicación directa o que fueron depositados en el buzón de sugerencias que se encuentra en la recepción, tiene valor como complemento de las mediciones directas de percepción.

Estos métodos pueden ser

- Quejas, Reclamos, Sugerencias y Felicitaciones de los usuarios con respecto a: Tiempos de respuesta; oportunidad en los plazos de entrega; Información sobre el trámite; trato recibido; cordialidad; felicitaciones y agradecimientos recibidos, entre otros.
- Buzón de Quejas y Sugerencias: En la entidad se dispone de forma permanentemente de un buzón de quejas y sugerencias como herramienta de recopilación de opiniones de los usuarios cuando la atención o servicio no está al nivel que se espera, o se observan conductas irregulares o por el contrario de reconocimiento a la gestión adelantada por los servidores públicos, es una fuente de información complementaria que se debe tener en cuenta al momento de evaluar la percepción. En cualquier caso,
- esta información debe utilizarse para el diseño y complemento de cualquier estudio de recolección específica de opiniones.

C. Población y Muestra

La población es la cantidad total de usuarios que recibieron o solicitaron un trámite o servicio de la entidad en un tiempo determinado, la muestra es una selección determinada de acuerdo con la aplicación de fórmulas que representen a la totalidad de los usuarios y que la información estadística arroje un resultado real.

- Población Objetivo

La encuesta de percepción se realizará a las personas naturales y jurídicas que han recibido información u orientación o han hecho uso de los trámites o servicios que la entidad ofrece a la ciudadanía.

La población objetivo será la que cada una de las áreas tenga debidamente identificada en una base de datos con datos con nombres y apellidos completos, dirección, teléfonos validos (fijos o móviles completos), correo electrónico, fecha de la realización del trámite o servicio, definir si es persona natural o jurídica en este último caso identificar una persona y teléfono de contacto, posteriormente se realizará de forma aleatoria una selección de un subconjunto de personas a las cuales se les denominará población operativa de dicha población que permitirá generalizar los resultados obtenidos durante la muestra.

- **Método de muestreo**

Para calcular los tamaños de muestra óptimos para cada uno de los trámites se realizará mediante la técnica de muestreo aleatorio simple, que consiste en asignar un número a cada de los usuarios a través de bases con números aleatorios.

De modo que se elegirá el número de usuarios en los subgrupos de acuerdo con el tamaño de cada población.

Existen diferentes tipos de muestreo, estos son:

- **Muestreo estratificado:** el investigador divide a la población en diferentes grupos o estratos los cuales pueden ser por rangos de edad, género, nivel socioeconómico.
- **Muestreo por conglomerados:** el investigador toma como población inicial un género determinado y de este primero realiza encuestas de percepción a los usuarios entre los 20 y 30 años, posteriormente a los usuarios entre 31 y 59 años y por último a los usuarios mayores de 60, luego de esta información se toma una sub - muestra que se podría realizar por nivel socioeconómico.
- **Muestreo aleatorio simple:** el investigador toma una base de datos con la información obtenida durante un periodo determinado de tiempo y puede realizar una ecuación que le permita escoger de forma aleatoria una cantidad de personas y con ellas tener una muestra representativa. Este es uno de los más utilizados ya que la única fuente de error que puede afectar los resultados es el azar.

- **Unidad de muestreo**

Información o base de datos de los usuarios que han utilizado los trámites o servicios de la entidad, compuesto por el nombre de quien realiza la solicitud, los números telefónicos de contacto, ciudad, departamento, género. Los registros incompletos o errados, no se tienen en cuenta en la selección de las unidades de muestra.

- **Tasa de muestreo**

La tasa de muestreo varía según el trámite y/o servicio prestado por el IDIGER y que se desee evaluar.

- **Tiempo de referencia de muestreo**

La recolección de información será de seis (06) meses de la prestación de los trámites y servicios

Con la información suministrada, se determinan:

1. El tamaño de la población registrada por trámite.
2. El marco de muestreo por cada grupo

- Tamaño de la Muestra

La determinación del tamaño de la muestra óptimo para cada segmento y subgrupo poblacional se calcula mediante el método de "Precisión estadística" basado en los resultados de la medición del NSU (tanto promedio como varianza) de los índices reportados en los años anteriores y como se conoce el tamaño de la población (finita) en cada subpoblación, la muestra se determinará con la aplicación de una fórmula estandarizada.

Variables que intervienen en el cálculo del tamaño muestral (n)

Tamaño poblacional (N): En cuanto mayor sea el tamaño de la población objetivo del estudio, mayor será el tamaño de la muestra necesaria para obtener la misma fiabilidad del resultado. NO obstante, esta relación no es proporcional.

Nivel de confianza (1 α): Es la probabilidad de que la estimación que se ha obtenido se ajuste a la realidad, al aumentar el nivel de confianza aumenta también el tamaño de la muestra que necesitara obtener. Los valores de z de este coeficiente, basados en una distribución normal N (0,1), se muestran en la siguiente tabla.

z	1 α
1,645	90%
1,96	95%
2,05	96%
2,17	97%
2,325	98%

Error muestral (e): Es el nivel de precisión de las estimaciones, es decir la magnitud de las desviaciones respecto al valor en la población. A mayor precisión (menor error) mayor tamaño muestral.

Fórmula para calcular el tamaño muestral

Muestra finita

$$n = \frac{Nz^2\hat{p}/2\delta^2}{E^2(N-1) + Z^2 \hat{p}/2\delta^2}$$

- n= Tamaño de la muestra
- N= Tamaño del universo
- Z= Es la desviación del valor medio que aceptamos para lograr el nivel de confianza deseado. Es decir para un nivel de confianza de 96% (Z=2,05)
- e= Es el margen de error máximo que admite. e= 2%
- p=Es la proporción que esperamos encontrar

- Definición de la muestra:

Nivel de error relativo, igual o inferior al 5% del nivel de dominio, para garantizar la confiabilidad de los datos obtenidos a nivel de la Encuesta.

El 95% de nivel de confianza significa que se puede confiar en ese porcentaje del tamaño de la muestra.

La selección de la muestra debe ser aleatoria, para que sea representativa de la experiencia de los usuarios en cualquier turno de trabajo, día u horario.

4. DESARROLLO

4.1. Implementación de encuestas de percepción en el IDIGER

En cumplimiento los elementos de los estándares internacionales aplicables a la Gestión institucional como la “Medición, análisis y mejora”, se identificó que con el fin de implementar acciones de mejora al interior de la entidad se debía conocer la percepción de los usuarios con respecto a la prestación de los trámites y servicios y por ello se suscribió un contrato con la empresa AVALGIS Ltda., con el objeto de “Elaborar e implementar el proceso metodológico de las encuestas de percepción que permitan determinar el nivel o grado de satisfacción de los ciudadanos frente a los trámites y servicios prestados por el IDIGER”, mediante el cual se emitieron algunas recomendaciones y conclusiones como:

- La atención de los servidores públicos es resaltada por los encuestados de forma positiva.
- La entidad de manera urgente debe realizar una estandarización y optimización de las bases de datos de cada uno de los trámites y servicios prestados, ya que se presenta ausencia de dirección, teléfono de contacto y nombres y apellidos de los usuarios, para los casos de funcionarios públicos es indispensable contar con el cargo desempeñado y el área a la cual pertenecen.
- Gracias a los avances tecnológicos existen diferentes formas por las cuales se pueden realizar procesos de encuestas de percepción como: correo electrónico, estación de PC, página de la entidad o contratando empresas dedicadas a esta actividad.
- Se deben reforzar los tiempos de realización de algunos trámites
- Se recomienda diseñar estrategias de divulgación de los trámites y servicios de la entidad.

- Es necesario generar acciones que permitan mantener o aumentar el índice de calidad en el desempeño obtenido de la atención brindada por los servidores públicos.

4.2. Etapas Para Realizar un Estudio de Percepción



A continuación, se describe más en detalle las acciones a implementar en cada una de las etapas identificadas para realizar el estudio de la encuesta de percepción

Etapa 1. Definición del objeto de estudio

En esta etapa se debe tomar la decisión sobre el área y trámite y/o servicio que se analizaría en primer lugar y definir aspectos concretos del mismo. (Ejemplo certificación de riesgo, certificado de afectación, visita técnica de valoración de la condición de riesgo inminente).

- **Paso 1. Definir trámites y servicios que serán objeto de la encuesta de percepción.**

Debido a que la entidad brinda diferentes tipos de trámites y servicios se dificulta elaborar un cuestionario sencillo que sirva para recoger información de manera general, por lo tanto, se debe

determinar cuál es el área y trámite que se quieren analizar en primer lugar, sobre todo si no existen experiencias anteriores realizadas desde la entidad como puntos de referencia en análisis de información.

Etapa 2. Construcción del material para la realización del estudio

Se requiere diseñar y elaborar una herramienta sencilla y clara pero que aporte información relevante, para ello es necesario identificar si las preguntas de la encuesta se realizaran de forma general sobre el trámite o sobre aspectos específicos que se deseen abordar.

- **Paso 1. Identificar factores que van a ser evaluados en el trámite o servicio objeto de la encuesta.**

Antes de comenzar a formular las preguntas sobre el trámite y/o servicio se debe definir los aspectos concretos del mismo en cada una de sus dimensiones o atributos.

Entre los atributos más utilizados se pueden identificar los siguientes:

- **Facilidad de acceso** a la información sobre el trámite y/o servicios hace referencia a la información que brinda la entidad sobre el trámite y /o servicio.
- **Oportunidad:** Hace referencia a que Cumplimiento en las fechas establecidas para la entrega de respuesta a las solicitudes realizadas.
- **Claridad:** Hace referencia a que la respuesta emitida por la entidad se brinde en términos comprensibles para la ciudadanía.
- **Coherencia:** Relación que existe entre la respuesta emitida por la entidad y el requerimiento realizado por la ciudadanía.
- **Trato cordial:** Tiene relación con la atención del funcionario entendido como un trato digno, amable y respetuoso.

Los temas que se elija para el desarrollo de las encuestas de percepción deben ir dirigidos a las mejoras del servicio y a cumplir con las expectativas que los usuarios tienen sobre el trámite o servicio recibido.

Subdirección	Tramites U Opas	Oportunidad en la atención del trámite.	Pregunta	Cordialidad en la respuesta	Pregunta
Manejo de Emergencias y Desastres	Certificación de afectación por emergencia calamidad o desastre	X			

Ejemplo: Identificación de atributos por trámite

- Paso 2. Realización de las preguntas a incluir en el cuestionario

Una vez se tenga claro los temas objeto de la consulta que se desean analizar por cada uno de los trámites y/o servicios, se deben redactar las preguntas sencillas y concretas, que se entiendan con facilidad, no utilizar tecnicismos y no se debe realizar dos preguntas en una, para cada pregunta debe haber una opción de respuesta.

Existen dos tipos de preguntas abiertas y cerradas.

Preguntas abiertas

Las preguntas abiertas o libres dan la oportunidad al usuario de que conteste aquello que desee y puede transmitir ideas, opiniones, dan la oportunidad de conocer detalles que no se tenían contemplados, su análisis debe realizarse de forma cualitativa.

PREGUNTA ABIERTA	
¿Cómo se siente usted con respecto a la información y/o respuesta suministrada por el IDIGER con relación al trámite solicitado?	

Cuadro No. 1. Ejemplo pregunta abierta

Preguntas cerradas

Son preguntas en la que se busca que la respuesta sea específica de un tema determinado y bajo parámetros preestablecidos y en las cuales se encuentran escalas de valor, su análisis se realiza de forma cuantitativa.

PREGUNTA CERRADA				
Muy satisfecho	Satisfecho	Aceptable	Insatisfecho	Muy Insatisfecho
1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

Cuadro No. 2. Ejemplo de pregunta cerrada

Es importante tener en cuenta que un cuestionario sencillo y fácil de diligenciar hará que exista una mayor colaboración por parte de los usuarios, debe disponer de un encabezado e introducción que harán referencia sobre el trámite que se analiza.

- Paso 3. Diseño cuestionario

El cuestionario es un medio que se utiliza para recoger información en el marco de investigación a personas que de forma directa han recibido un trámite o servicio de la entidad.

1. Definir el tipo de preguntas con las que se va a realizar el cuestionario, si son cerradas, abiertas o mixtas (cerradas y abiertas). Sin embargo, para esta metodología se sugiere la aplicación de preguntas cerradas con opción de elección la cual permitirá objetividad al momento de la tabulación y análisis de la información.
2. Tener en cuenta el tipo de información que se desea recolectar, el cuestionario debe ser corto y las preguntas de mayor relevancia deben ir al inicio.

3. Elaborar tantas preguntas como se desee y luego reducir la cantidad hasta las que se quieran poner en el cuestionario, pero evitando que sea muy extenso.
4. Evitar preguntas que causen confusión, las preguntas sesgadas pueden generar que el usuario conteste justo lo que el encuestador desea, pero la información no va a ser clara y real.
5. Realizar una introducción o presentación se trata de explicar a quién va a responder el cuestionario para qué sirve la información que están aportando, el tratamiento que se le va a dar y aclarar que la entidad es quien se hará responsable de la información que suministren.

Ejemplo: El Instituto Distrital de Gestión de Riesgos – IDIGER con el fin de realizar acciones que permitan de forma continua mejorar la calidad de la atención al ciudadano y la prestación de los trámites y servicios desde las diferentes áreas de la entidad, realiza la siguiente encuesta de percepción.

6. Al finalizar el cuestionario o formato siempre se debe agradecer a quien nos dio su colaboración.

Etapa 3. Aplicación del cuestionario

- Paso 1. Identificar los grupos de usuarios por trámite y o servicio

Es importante tener en cuenta que en la mayoría de los casos no se puede acceder a la totalidad de la población usuaria, la encuesta se debe aplicar a una muestra representativa del total, se deben dividir los grupos según el trámite y/o servicio solicitado.

- Paso 2. Realización de una prueba piloto

La prueba piloto se realiza a una cantidad mínima de personas con el fin de identificar y detectar las fallas que se puedan presentar en el momento de la aplicación del cuestionario, como errores de interpretación, preguntas poco claras que tiendan a confundir al encuestado u otros aportes que se puedan conocer con el fin de realizar una mejora significativa.

- Paso 3. Determinar la entrega del cuestionario

Una vez definido el cuestionario se debe identificar cual es el medio más idóneo para la realización de la encuesta.

Encuesta por correo: Consiste en enviar un cuestionario a través mediante correo para que después de ser respondido, sea regresado al remitente.

Encuesta telefónica: Consiste en realizar la encuesta de percepción a través de una llamada telefónica, en la que el encuestador debe ir diligenciando las respuestas del encuestado y suministrar la información de manera responsable.

Encuesta persona a persona: Consiste en realizar el cuestionario de forma directa, debe existir una interacción entre encuestador y encuestado el encuestador solo entrega el cuestionario y es el encuestado quien lo diligencia.

Encuesta online: Consiste en realizar el cuestionario utilizando el internet como medio de distribución, las encuestas online se caracterizan principalmente por ser económicas y tener un mayor índice de respuesta.

Etapa 4. Recolección y análisis de la información

Una vez recogida la información se debe realizar la selección de la información y posteriormente el análisis de lo que se encontró durante la revisión de las encuestas de percepción.

- Paso 1. Revisión Preliminar

Se realiza una revisión preliminar en la que se debe verificar la utilidad de todo el material, ya que toda la información suministrada al momento del diligenciamiento del formato puede no corresponder a lo que en realidad se busca o a lo que se está preguntando, la información que no fue suministrada correctamente deberá tenerse en cuenta con el fin de realizar un análisis de porque pudo darse las situaciones mencionadas con anterioridad.

- Paso 2. Análisis información incorrecta

La información que no fue suministrada correctamente deberá tenerse en cuenta con el fin de realizar un análisis de porque pudo darse las situaciones mencionadas con anterioridad.

- Paso 3. Análisis cuantitativo preguntas cerradas

El análisis de datos cuantitativos se realiza a las preguntas cerradas, se puede medir mediante datos estadísticos sencillos por medio de elaboración de tablas y gráficos permitiendo conocer las incidencias en opinión de forma numérica mediante porcentajes respecto al servicio prestado.

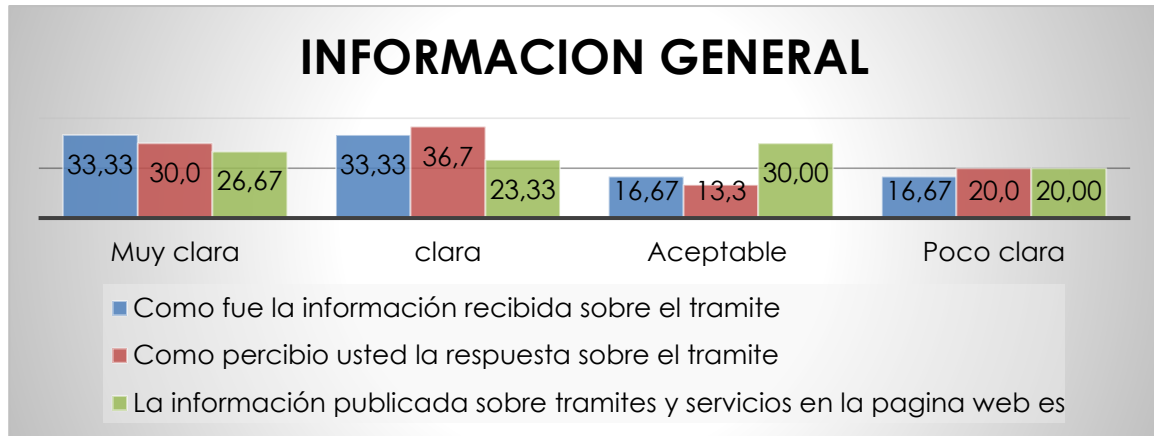
A continuación, se presenta un ejemplo de la cuantificación de encuestas de percepción realizada a 30 personas.

INFORMACIÓN GENERAL					
	Muy clara	clara	Aceptable	Poco clara	Total
Como fue la información recibida sobre el trámite	10	10	5	5	30
Como percibió usted la respuesta sobre el tramite	9	11	4	6	30
La información publicada sobre trámites y servicios en la página web es	8	7	9	6	30

Cuadro No. 3 Ejemplo de cuantificación de encuesta realizada a 30 personas

INFORMACIÓN GENERAL					
	Muy clara	clara	Aceptable	Poco clara	Total
Como fue la información recibida sobre el tramite	33,3%	33,3%	16,6%	16,6%	100%
Como percibió usted la respuesta sobre el tramite	30,0%	36,7%	13,3%	20,0%	100%
La información publicada sobre trámites y servicios en la página web es	26,6%	23,3%	30,0%	20,0%	100%

Cuadro No. 4 Ejemplo de análisis porcentual de encuesta realizada a 30 personas



Grafica No. 1 Ejemplo grafica porcentual de encuestas realizadas a 30 personas

Cuando el porcentaje de respuestas de satisfacción supera el 70% indica que la prestación del trámite y/o servicio ha cumplido con las expectativas de los ciudadanos, aunque se debe tener en consideración el mínimo porcentaje de inconformidad.

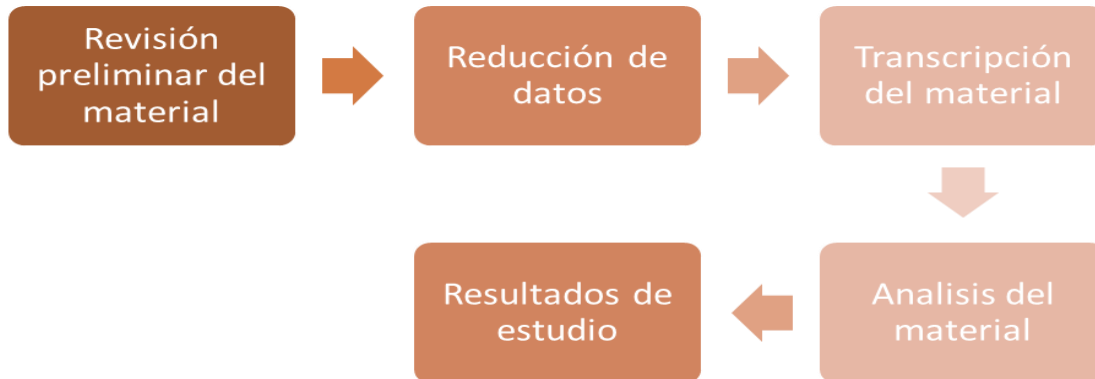
Se debe tener en cuenta que si el porcentaje de insatisfacción supera el 30% se debe considerar como un punto débil al momento de la prestación del trámite y/o servicio.

- Paso 4. Análisis información Cuantitativa

El análisis de la información cualitativa: Se realiza la revisión y separación preliminar del material como encuestas y entrevistas.

- Se realiza la transcripción de material de trabajo como entrevistas o cuestionarios, una vez se cuenta con esta información se procede al análisis de la misma a la identificación de las palabras suministradas y el sentido que tienen, este proceso requiere mayor recolección de datos y una selección más ardua.
- La información que suministren los ciudadanos al momento de responder la encuesta y que no corresponda al cuestionario o entrevista también deberá ser analizada, con el fin de identificar que pudo generar alguna confusión o simplemente tener en cuenta recomendaciones o comentarios que los encuestados puedan realizar.
- Una vez se cuenta con todos los datos se deben organizar las respuestas mediante categorías, las cuales requieren profesional calificado para la lectura y comprensión de la información, deben ser interpretados con el fin de que con los resultados se pueda determinar los puntos fuertes y débiles del servicio.

- Emisión resultados encuesta de percepción.



Grafica No. 2 Muestra gráfica de análisis de información cualitativa

Etapa 5. Aplicación de acciones de mejora según los resultados obtenidos.

- Paso 1. Identificación debilidades

Emitidos los resultados de las encuestas estos permitirán determinar cuáles son los puntos débiles que existen en cada una de la prestación de los trámites y servicios de la entidad, esta información deberá ser aplicada en los planes de mejora con el fin de cumplir con las expectativas de los usuarios y mejorar los estándares de calidad de la entidad.

- Paso 2.

Con el fin de evaluar las acciones recomendadas a raíz del estudio se debe realizar un seguimiento periódico, se deben incluir estas actividades en el plan de acción anual, determinando cuantas encuestas de percepción se van a realizar al año.

5.2. Aplicación

Una vez identificadas las etapas por medio de las cuales se indica cómo se realiza la implementación de encuestas de percepción, se presenta el paso a paso para la implementación de encuestas al interior de la entidad.

ETAPA	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE
1. Definición de la etapa de estudio	Definición de trámites servicios o procesos que serán objetos de evaluación de la encuesta de percepción	Cada proceso será el responsable de determinar los procesos, trámites o servicios de cara al ciudadano objetos de evaluación, los cuales se comunicarán de forma oficial a la Oficina Asesora de Planeación máximo en el primer semestre del año	Todas las dependencias de la entidad
2. Construcción del material para la realización del estudio.	Realizar el diseño del instrumento de medición (cuestionario) de satisfacción del usuario para su posterior aprobación	Cada dependencia será la responsable de utilizar la herramienta de medición existente o de definir una nueva.	Líderes de los Procesos

<p>3. Construcción del material para la realización del estudio</p>	<p>Aprobación del instrumento de medición (cuestionario)</p>	<p>El subdirector o jefe de oficina o quien haga sus veces realizará la aprobación de este</p>	<p>Subdirectores, jefes de oficina o líderes de proceso</p>
<p>4. Aplicación del cuestionario</p>	<p>Identificar los grupos de interés</p>	<p>Cada dependencia identificará la población objetivo, y se consolidará en una base de datos que contenga como mínimo datos como: -Nombres Completos del ciudadano que recibió el trámite o servicio. - Correo Electrónico - Datos de dirección, - Teléfonos validos (fijos o móviles completos, es decir de 7 a 10 dígitos según corresponda y con una estructura lógica). - Fecha de la realización del trámite, Si es jurídica identificar nombre completo y teléfono de persona contacto.</p>	<p>Subdirectores, jefes de oficina o líderes de proceso</p>
<p>5. Aplicación del cuestionario</p>	<p>Realización de prueba piloto</p>	<p>Cada dependencia aplicará prueba piloto para validar la coherencia, claridad y pertinencia del cuestionario, a través del medio que considere más idóneo para su aplicación (telefónica, presencial, virtual). Nota: si ya se ha realizado la prueba piloto del cuestionario establecido, la dependencia determinará si para una posterior aplicación se realiza nuevamente la prueba piloto, siempre y cuando no se haya redefinido el cuestionario.</p>	<p>Subdirectores, jefes de oficina o líderes de proceso</p>
<p>6. Aplicación del cuestionario</p>	<p>Aplicar la herramienta de medición de satisfacción al usuario</p>	<p>Cada dependencia aplicará de forma semestral el instrumento de medición, a través del medio que considere más idóneo para su aplicación (telefónica, presencial, virtual). Nota: La medición se realizará en dos periodos el primero comprendido del 01 de enero al 30 de junio y el segundo entre el 01 julio y el 31 de diciembre.</p>	
<p>7. Recolección y análisis de la información</p>	<p>Procesar los datos obtenidos del instrumento aplicado</p>	<p>La recolección de la información estará a cargo de cada uno de los líderes de proceso y cada dependencia realizará la consolidación y tabulación de los resultados de la medición y</p>	<p>Subdirectores, jefes de oficina o líderes de proceso</p>

		<p>procesará los datos de manera clara y ordenada de forma semestral en los primeros 10 días siguientes al corte del periodo.</p> <p>Nota: La recolección de datos puede ser:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Presencial: al momento de la realización del trámite o servicio. 2. Telefónico: posterior a la finalización de trámite. 3. Virtual: Mediante el envío de notificación por correo electrónico. 	
8. Recolección y análisis de la información	Análisis de datos	Los líderes de cada proceso realizarán el análisis de los datos obtenidos de forma cuantitativa, de acuerdo con los resultados, se levantarán oportunidades de mejora sobre los atributos que arrojen resultados bajos, respecto a la meta propuesta.	Subdirectores, jefes de oficina o líderes de proceso
9. Recolección y análisis de la información	Consolidación y difusión de resultados	Los resultados obtenidos deberán ser sistematizados durante los primeros 10 días de los meses de enero y julio respectivamente.	Subdirectores, jefes de oficina o líderes de proceso
10. Recolección y análisis de la información	Consolidación y difusión de resultados	Cada Subdirección presentará los resultados ante el comité directivo para determinar las acciones de mejora que deberán ser aplicadas en el semestre siguiente. Cada Subdirección elaborará el informe correspondiente con los resultados obtenidos. Una vez el informe sea socializado, cada Subdirección le solicitará a la Oficina de TICS la publicación en la página del IDIGER.	Subdirectores, jefes de oficina o líderes de proceso
11 Acciones de mejora	Levantamiento de oportunidades de mejora.	Las acciones que se tomen como producto de la medición deberán ser eficaces y sus resultados se deberán reflejar en las mediciones de los periodos siguientes, de lo contrario se deberán replantear las acciones y debidamente registrados y formalizados de acuerdo con los procedimientos establecidos.	Todos los procesos

6. Bibliografía

- <http://www.cecep.edu.co/documentos/calidad/ISO-9001-2008.pdf>
- <https://www.questionpro.com/blog/es/como-determinar-el-tamano-de-una-muestra/>
- <https://psikipedia.com/libro/investigacion/1509-fases-de-una-encuesta>
- <https://www.procuraduria.gov.co/portal/media/file/C4.pdf>
- http://www.ambientebogota.gov.co/c/document_library/get_file?uuid=7eafcef3-02ed-40ee-8308-6b8deec48334&groupId=10157
- <http://www.ub.edu/ice/recerca/pdf/ficha8-cast.pdf>
- <https://www.questionpro.com/es/tipos-de-encuestas.html>
- <http://www.ugr.es/~erivera/PaginaDocencia/Posgrado/Documentos/ClementeCuadernoDescriptiva.pdf>
- <http://www.infolaft.com/es/art%C3%ADculo/%C2%BFqu%C3%A9-son-mediciones-cualitativas-o-cuantitativas>

7. Anexos

- Anexo 1 Cuestionario Visita técnica de valoración de la condición de riesgo inminente
- Anexo 2: Cuestionario concepto Técnico de Amenaza Ruina – CAR
- Anexo 3: Cuestionario Certificación de riesgo
- Anexo 4: Cuestionario Conceptos técnicos para licencia de Urbanización
- Anexo 5: Cuestionario entrega de ayudas humanitarias de carácter pecuniario AHCP
- Anexo 6: Cuestionario Certificación de afectación por emergencia calamidad o desastre
- Anexo 7: Cuestionario Evaluación de planes de emergencia y contingencia -PEC, y emisión de conceptos técnicos para aglomeraciones de público en el Distrito Capital.
- Anexo 8: Cuestionario Asesoría y acompañamiento en simulaciones y simulacros.
- Anexo 9: Cuestionario Visita de verificación general anual a los sistemas de transporte vertical en edificaciones y puestas eléctricas en el Distrito Capital.
- Anexo 10: Cuestionario Percepción de atención al ciudadano