MONITOREO

IPES INFORME DE AVANCE

INFORME ENCUESTA PERCEPCIÓN PRIMER TRIMESTRE 2025

Subdirección de Diseño y Análisis Estratégico

Bogotá, 16 de mayo de 2025

ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. | INSTITUTO PARA LA ECONOMÍA SOCIAL | BOGOTÁ

Dependencia
Subdirección de Diseño y Análisis Estratégico
Instituto para la Economía Social – IPES

Proyectó
Edson Baena Martínez
Contratista
Revisó
Adriana Villamizar Navarro
Subdirectora de Diseño y Análisis Estratégico

Vigencia
Marzo 2025
Trimestre 1

Fecha de Elaboración
30/04/2025

CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN 4
2. OBJETIVO 4
3. APLICACIÓN DE LA ENCUESTA DE SATISFACCIÓN 4
3.1. PERFIL DE LOS USUARIOS ENCUESTADOS 4
3.2. PUNTO DE ATENCIÓN Y CANAL UTILIZADO 5
3.3. VALORACIÓN DE LA ATENCIÓN RECIBIDA 5
3.4. SATISFACCIÓN CON LA INFORMACIÓN ENTREGADA. 6
4. CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES GENERALES 6
4.1. RECOMENDACIONES: 6

1. INTRODUCCIÓN

El presente informe recoge el análisis cualitativo de los resultados obtenidos en la Encuesta de Percepción del Servicio al Usuario aplicada por el Instituto para la Economía Social – IPES durante el primer trimestre del año 2025. Esta encuesta se aplicó a personas atendidas presencialmente en los puntos institucionales, con el objetivo de conocer el nivel de satisfacción y percepción frente a la atención recibida. La información obtenida constituye un insumo valioso para la toma de decisiones en materia de mejora continua del servicio, fortalecimiento del enfoque ciudadano y ajustes en los canales de atención.
.

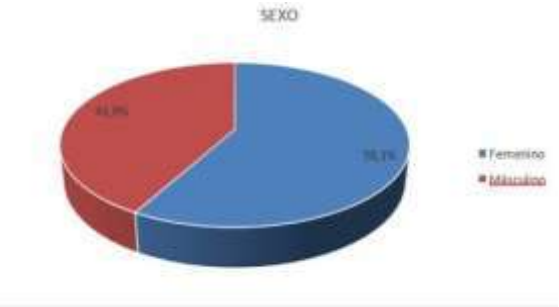
2. OBJETIVO

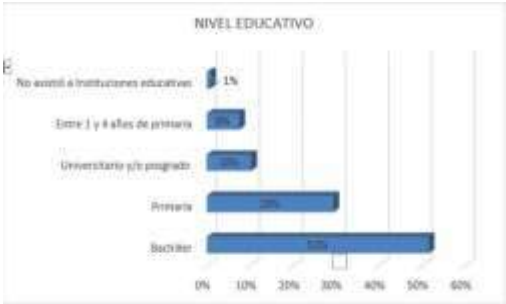
Evaluar la percepción de la ciudadanía frente a los servicios de atención prestados por el IPES durante el primer trimestre de 2025, identificando fortalezas, oportunidades de mejora y elementos clave para el fortalecimiento institucional en la relación con los usuarios.

3. APLICACIÓN DE LA ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

3.1. Perfil de los usuarios encuestados

La encuesta evidenció que la mayoría de las personas atendidas son hombres (58,1%), con un nivel educativo predominante de formación secundaria (52%), seguido de primaria (29%) y en menor medida, educación superior (10%). Este perfil sugiere que la atención debe mantenerse cercana, clara y adaptada a contextos sociales diversos. La mayoría de los encuestados se encuentran entre los 31 y 60 años, franja representativa de los beneficiarios de programas institucionales.

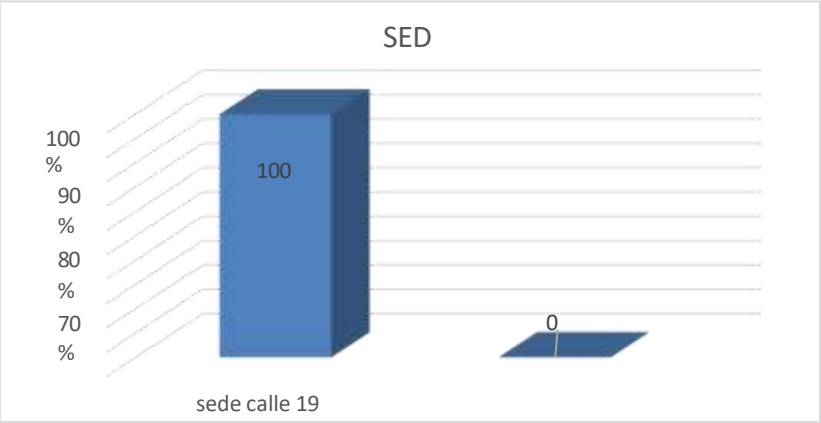




Fuente. Estudio

3.2. Punto de atención y canal utilizado

El 100% de las personas encuestadas fueron atendidas en la sede Calle 19, lo que indica una fuerte centralización de la atención presencial en este punto. La ausencia de registros desde el SuperCADE de Calle 13 podría estar asociada a baja demanda, limitaciones de cobertura o falta de visibilidad del canal.



Fuente. Estudio

3.3. Valoración de la atención recibida

La percepción del servicio fue altamente favorable: el tiempo de atención fue calificado como “bueno” (69%) y “excelente” (28%). El trato del personal fue destacado positivamente: el 81,4% lo calificó como “bueno” y el 18,4% como “excelente”. El nivel de resolución de inquietudes alcanzó el 97,9%, reflejando calidad en la orientación y efectividad operativa.

Fuente. Estudio

Fuente. Estudio

3.4. Satisfacción con la información entregada.

El 86% de los encuestados indicó que la información entregada cumplió con sus expectativas, lo que refuerza la percepción de claridad, suficiencia y adecuación en la atención prestada por el personal institucional.

4. CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES GENERALES

La encuesta muestra un balance muy positivo en la percepción del servicio al usuario del IPES durante el primer trimestre de 2025. Se destaca la efectividad del equipo humano en atención, la calidad en la resolución de inquietudes y la claridad en la entrega de información.

4.1. Recomendaciones:

- Revisar la operatividad y visibilidad del punto de atención en el SuperCADE Calle 13 para optimizar la cobertura territorial.
- Fortalecer estrategias de comunicación inclusiva y lenguaje claro, adaptadas al perfil educativo de los usuarios.
- Consolidar esta herramienta como insumo permanente para el seguimiento a la política de servicio al ciudadano.
- Diseñar estrategias de desconcentración de la atención presencial y promover el uso complementario de canales digitales.