

TRD - 240

Bogotá D.C., 20 de abril de 2025

Doctora:

ADRIANA ESMERALDA CAMEJO

Gerente (E)

Fondo de Bienestar Social de la CGR

Ciudad.

Asunto: Informe Encuesta Satisfacción en la Prestación de los Servicios Misionales del Fondo de Bienestar Social CGR (I Trimestre 2026).

Respetada doctora Adriana,

El Grupo de Atención al Usuario y Enlace con Grupos de Interés se permite presentar informe de los resultados obtenidos mediante la aplicación de la herramienta “*Encuesta de Satisfacción en la Prestación de los Servicios Misionales del Fondo de Bienestar Social de la CGR*”, realizada durante el primer trimestre de la presente vigencia con el propósito de medir la calidad de los servicios misionales de nuestra entidad.

Fecha: enero – marzo 2026

Área responsable: Coordinación de Atención al Usuario y Enlace con Grupos de Interés.

Elaborado por: Grupo de Atención al Usuario y Enlace con Grupos de Interés.

1. Objetivo.

Evaluar de manera integral la percepción de los servidores públicos y beneficiarios respecto a los servicios ofertados por el Fondo de Bienestar Social de la CGR, identificando fortalezas en la atención y oportunidades de mejora en la gestión operativa y administrativa.

2. Análisis de Demanda - Servicios más utilizados.

Basado en el registro de solicitudes y uso de servicios del periodo analizado, se presenta el siguiente orden de recurrencia:

- Durante este periodo, el servicio de **Cesantías** se consolidó como el más demandado por los usuarios del FBS.

SERVICIO	% DE USO	SATISFACCIÓN PROMEDIO	CALIDAD PROMEDIO
Cesantías	40.45%	4.56	4.58
Centro Médico y Atención Integral	15.73%	4.71	4.71
Crédito	10.11%	4.67	4.67
Actividades Deportivas y/o Culturales	7.87%	4.71	4.71
Préstamo Aparatos Ortopédicos	5.62%	4.80	4.80
Apoyos Educativos	4.49%	4.75	4.75
Gimnasio	3.37%	4.33	4.33
Atención al Usuario	3.37%	4.67	4.67
Colegio para Hijos CGR	3.37%	4.33	4.33
Otros	4.49%	3.25	4.25

3. Nivel de Percepción y Calidad:

La percepción general sigue siendo mayoritariamente positiva, con más del 73% de los usuarios otorgando la máxima calificación.

NIVEL DE ESCALA (1 A 5)	SATISFACCIÓN (%)	CALIDAD DEL SERVICIO (%)
5 - Excelente / Muy Satisfecho	73.02%	76.19%
4 - Bueno / Satisfecho	19.05%	17.46%
3 - Regular / Neutral	3.17%	3.17%
2 - Malo / Insatisfecho	0.00%	0.00%
1 - Muy Malo / Muy Insatisfecho	4.76%	3.17%

4. Puntos por Mejorar:

Del análisis cualitativo de las observaciones de los usuarios, se desprenden los siguientes puntos para mejorar la percepción real:

- *Tiempos de Respuesta y Seguimiento:* Existe una preocupación recurrente sobre la demora en el pago de cesantías y la falta de información durante el proceso. Los usuarios sugieren implementar un "Estado del Trámite" visible en la página web para evitar consultas presenciales y reducir la incertidumbre.
- *Comunicación y Notificaciones:* Se reportan inconsistencias entre las fechas de pago informadas por correo y el desembolso real, lo cual genera inconvenientes financieros a los servidores (ej. moras en compromisos externos).
- *Gestión de Créditos:* Se solicita priorizar a los afiliados con mayor antigüedad que aún no cuentan con vivienda propia, sugiriendo una revisión en los criterios de asignación para créditos de vivienda.
- *Puntos de Atención:* En servicios específicos como el "Punto Saludable", los usuarios manifiestan la necesidad de una mayor disponibilidad de atención en las sedes físicas (ej. edificios de la CGR).

5. Acciones de Mejora Propuestas:

Para elevar la percepción del usuario, se proponen las siguientes líneas estratégicas:

- ✓ *Optimización del Aplicativo de Cesantías:* Automatizar notificaciones automáticas en cada etapa del trámite (Radicado - Aprobado - Programado para pago - Pagado).
- ✓ *Mesa de Ayuda Directa:* Fortalecer los canales de contacto para consultas rápidas sobre trámites en curso, evitando que el usuario deba desplazarse físicamente para obtener una actualización.
- ✓ *Transparencia Financiera:* Asegurar que los montos girados coincidan exactamente con lo solicitado o, en su defecto, enviar una explicación clara sobre los descuentos o retenciones aplicadas de manera inmediata.

CONCLUSIÓN.

La percepción global de los usuarios del Fondo de Bienestar Social (FBS) es altamente positiva, consolidando a la entidad como un pilar fundamental para el bienestar de los servidores de la CGR. Los usuarios no solo valoran el servicio como un beneficio administrativo, sino como una solución real a sus necesidades de salud, vivienda y recreación.

Sin embargo, esta percepción se divide en dos dimensiones claras:

- *Calidad de la Atención: El Factor Humano como Fortaleza*

La atención es percibida como excelente y cálida. Las puntuaciones de 4.7/5.0 en servicios como el Centro Médico y la gestión de aparatos ortopédicos demuestran que, cuando el usuario interactúa con el personal del Fondo, siente que su necesidad es escuchada y resuelta con profesionalismo. La amabilidad es el atributo más constante en los comentarios positivos.

- *Prestación del Servicio: La Brecha de la "Incertidumbre Operativa"*

A pesar de la alta satisfacción, existe una percepción de "cuello de botella" en los servicios masivos y transaccionales, específicamente en Cesantías y Créditos. Aquí, la percepción del usuario se ve afectada por:

La falta de visibilidad: *El usuario se siente "a ciegas" una vez radica su solicitud.* La necesidad de realizar seguimiento presencial o telefónico constante genera una sensación de lentitud, aunque el trámite se resuelva en tiempos legales.

Expectativa vs. Realidad Financiera: Las discrepancias en saldos de cesantías o la falta de claridad en las fechas de desembolso son los principales puntos de fricción que bajan la calificación de "Excelente" a "Bueno".

Con el propósito de contribuir para una gestión eficiente y que los servicios ofertados por nuestra entidad se presten con *calidad y oportunidad*, se remite el presente informe.

Cordialmente,



ALEJANDRA MARIA RODRÍGUEZ SALAZAR
Coordinadora

Copia:

Dr. Camilo José García Vásquez – Jefe de Oficina de Planeación
Dra. María Angélica Ramos Ortega – Asesora de Gerencia

