



FUNDACIÓN
GILBERTO ALZATE
AVENDAÑO



**SUBDIRECCIÓN DE GESTIÓN CORPORATIVA
GESTIÓN DOCUMENTAL Y ATENCIÓN AL CIUDADANO
INFORME DE ENCUESTAS DE SATISFACCION
TERCER TRIMESTRE 2025**



Dirección: Calle 10 # 3-16, Bogotá D.C. - Colombia
Atención virtual de servicio al ciudadano: Línea de WhatsApp 3227306238
Oficina virtual de correspondencia: atencionalciudadano@fuga.gov.co
Teléfono: +60(1) 432 04 10
Información: Línea 195
www.fuga.gov.co



Tabla de Contenido

1. Introducción	4
2. Evaluación de la Satisfacción de Servicios	6
2.1 Encuesta de Satisfacción Público- Actividades de Formación Artística SC-FT-07	6
2.2 Encuesta de Satisfacción Público - Eventos Artísticos y Culturales - SC- FT-04	7
2.2.1 Canales de difusión:	8
2.2.2 Valoración de los criterios:	9
2.3 Encuesta de Satisfacción de Servicio Técnico de los Escenarios SC-FT-05	16
2.3.1. Espacio de desarrollo de las actividades:.....	16
2.3.2. Valoración de los criterios:	16
2.4. Encuesta de satisfacción Transparencia y Acceso a la Información de la FUGA... 18	18
2.4.1. Variable Intrínseca – Temas de interés:.....	18
2.5. Encuesta de Satisfacción respuestas a las PQRS emitidas por la FUGA	20
2.5.1. Canales de atención:	20
2.5.2. Valoración de los criterios:	21
3. Observaciones y sugerencias recibidas por los ciudadanos.	24
4. Conclusiones.....	25

Lista de tablas

Tabla 1 Métricas - página web	19
Tabla 2 Temas de interés - pagina web.....	20
Tabla 3 Recomendaciones y sugerencias recibidas por los ciudadanos.....	28

Tabla de gráficos

Gráfico 1 Calificación satisfacción general FUGA	6
Gráfico 2 Valoración de criterios encuestas formación FUGA.....	7
Gráfico 3 Valoración experiencia eventos de la FUGA.....	8
Gráfico 4 Canales de interacción de los participantes de eventos artísticos y culturales....	8
Gráfico 5 Calidad artística de la actividad	9
Gráfico 6 Inclusión de la actividad.....	10
Gráfico 7 Apropiada para todas las edades	10
Gráfico 8 Trato del personal que lo atendió	11
Gráfico 9 Instalaciones	12
Gráfico 10 Horarios de la actividad	13
Gráfico 11 Puntualidad de la actividad.....	13
Gráfico 12 Sonido	14
Gráfico 13 Iluminación	15
Gráfico 14 Audiovisuales	15
Gráfico 15 Valoración de criterios - Iluminación	16
Gráfico 16 Valoración de criterios - Sonido	17
Gráfico 17 Valoración de criterios - Escenarios.....	17
Gráfico 18 Valoración de criterios – Logística	18
Gráfico 20 Análisis de satisfacción PQRS.....	21
Gráfico 21 Análisis de satisfacción general.....	22
Gráfico 22 Análisis de satisfacción por canales canal de atención.....	23

1. Introducción

Con el objetivo de consolidar una administración pública moderna, eficiente, transparente y participativa, la Fundación Gilberto Alzate Avendaño (FUGA) ha implementado una metodología sistemática para medir la satisfacción de sus grupos de valor. Esta metodología se detalla en la "Guía para la medición de la satisfacción de los usuarios de la FUGA", un instrumento que, alineado con el ciclo PHVA (Planificar, Hacer, Verificar, Actuar), establece responsabilidades claras y dirige la aplicación de encuestas de satisfacción a través del Sistema Integrado de Gestión (SIG).

La información recopilada mediante estas encuestas persigue un doble propósito estratégico:

- I. Caracterizar los diferentes grupos de valor incorporando enfoques etario, étnico, diferencial y de género, con el fin de identificar sus particularidades. Los resultados obtenidos son remitidos a la Oficina Asesora de Planeación (OAP) para su consolidación dentro del proceso de caracterización institucional. Los grupos de valor caracterizados son los siguientes:
 - La ciudadanía que participa de manera activa o pasiva de los servicios, espacios y canales de la Fundación Gilberto Álzate Avendaño.
 - Usuarios de página web quienes acceden a la información pública de la entidad
 - Agentes del ecosistema cultural y creativo conformado por beneficiarios de las convocatorias de la FUGA dirigidas al sector cultural y creativo (artistas), quienes acceden principalmente a través del Portafolio Distrital de Estímulos y/o por invitación.
 - Aliados institucionales, como el sector privado, instituciones educativas y entidades públicas, que participan de manera colaborativa en la ejecución de las actividades ofertadas por la entidad.
- II. Evaluar el nivel de satisfacción: Se mide la percepción de los anteriores grupos de valor descritos sobre la calidad de los servicios prestados, la atención recibida por los diferentes canales y la información publicada en la página web de la entidad.

Este informe presenta los resultados de las encuestas de satisfacción aplicadas, junto con el análisis y la sistematización de la información por los siguientes procesos:

- Proceso de Planeación: Evalúa la satisfacción relacionada con la transparencia y el acceso a la información publicada en el sitio web de la entidad.
- Proceso Transformación Cultural para la Revitalización del Centro – Áreas Misionales: Mide la percepción sobre los eventos artísticos y culturales, las actividades de formación artística, y el servicio técnico prestado en los escenarios de la FUGA y sus aliados.



- Proceso Servicio al Ciudadano: Analiza el nivel de satisfacción respecto a las respuestas brindadas a las Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias (PQRS), así como la calidad de la atención e información brindada a través de los diferentes canales de atención dispuestos.

Es importante tener en cuenta que la participación en las encuestas es voluntaria. Esto puede generar una disparidad entre el número total de asistentes a las actividades y el número de respuestas obtenidas.

Asimismo, se garantiza el cumplimiento de la Ley Estatutaria 1581 de 2012 y de la Política de Tratamiento de Datos durante la aplicación de las encuestas, asegurando la opción de anonimato para aquellos usuarios que así lo prefieran, permitiéndoles responder únicamente las preguntas relacionadas con la percepción de satisfacción.

Finalmente, Los resultados obtenidos son un insumo fundamental para la toma de decisiones informadas respecto a la oferta programática de la FUGA, permitiendo identificar fortalezas, y oportunidades de mejora para ajustar los servicios a las necesidades y expectativas de los diferentes grupos de valor.



2. Evaluación de la Satisfacción de Servicios

2.1 Encuesta de Satisfacción Público- Actividades de Formación Artística SC-FT-07

Esta encuesta, dirigida a participantes provenientes de diversos sectores sociales, reviste una importancia estratégica para comprender las necesidades, percepciones y expectativas de un segmento clave de la población objetivo de la entidad. Durante el tercer trimestre se recibieron 59 respuestas correspondientes a la encuesta de satisfacción aplicada al público que participó en las actividades de formación. Si bien los resultados corresponden a este periodo, es importante señalar que esta medición tiene un carácter anual, dado que el público que toma parte en los procesos formativos tiende a mantenerse constante a lo largo del año. En este sentido, los resultados obtenidos ofrecen una visión representativa del comportamiento general de los participantes y permiten identificar la valoración de los criterios relacionados con el cumplimiento de expectativas, la calidad de los contenidos y la pertinencia de las metodologías empleadas, aportando información clave para el fortalecimiento y ajuste de la oferta formativa institucional.

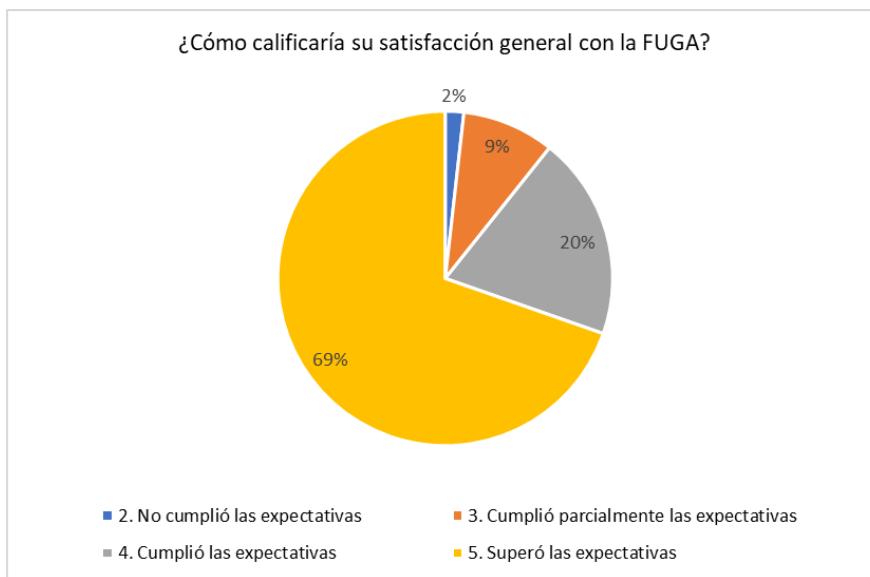


Gráfico 1 Calificación satisfacción general FUGA

La evaluación de satisfacción general entre los participantes de las actividades de formación de la FUGA refleja resultados ampliamente favorables. El 89 % de los encuestados manifestó que el servicio superó y/o cumplió sus expectativas, mientras que sólo un 9% consideró que se cumplieron parcialmente y 2% que no se cumplieron. Estos resultados evidencian una percepción positiva y consolidada de la calidad y pertinencia de los procesos formativos de la entidad. En conjunto, los datos ratifican la confianza de los usuarios y el impacto positivo de la gestión institucional en la experiencia ciudadana.

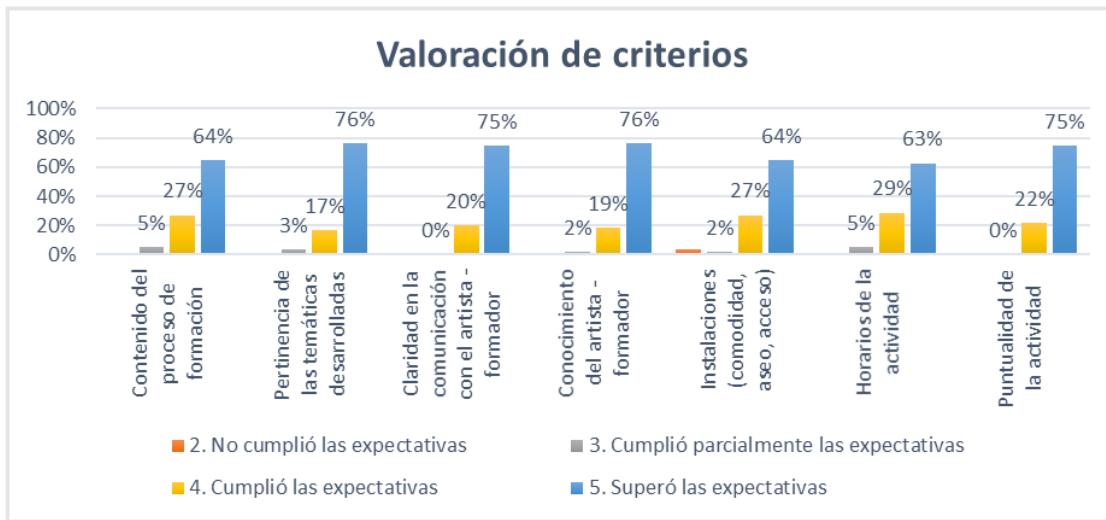


Gráfico 2 Valoración de criterios encuestas formación FUGA

Lo anterior se corrobora en el análisis de la valoración de criterios, el cual evidencia una percepción ampliamente positiva frente a los procesos de formación ofrecidos por la FUGA. En promedio, más del 70% de los participantes indicó que el servicio superó sus expectativas, destacándose la pertinencia de las temáticas desarrolladas, la claridad en la comunicación y el conocimiento del artista formador. Estos resultados reflejan la efectividad y calidad pedagógica de los procesos, así como la buena percepción de la logística y organización de las actividades formativas.

2.2 Encuesta de Satisfacción Público - Eventos Artísticos y Culturales - SC- FT-04

Como parte del proceso de evaluación de la satisfacción de los eventos artísticos y culturales organizados por la Subdirección Artística y Cultural en conjunto con la Subdirección para la Gestión del Centro, se aplicaron un total de 295 encuestas dirigidas a los asistentes. Dichas encuestas permitieron valorar la percepción del público frente a diversos aspectos de las actividades. Los resultados obtenidos constituyen una base fundamental para el análisis de la calidad de los procesos y la mejora continua en la gestión cultural y artística.



Gráfico 3 Valoración experiencia eventos de la FUGA

Ante la pregunta central sobre “¿Cómo calificaría su experiencia en la FUGA?”, 283 participantes indicaron que sus expectativas fueron cumplidas o superadas, lo que se traduce en un índice de satisfacción del 96%. Este resultado, refleja la efectividad y el impacto positivo de la oferta cultural de la entidad, así como el alto nivel de aceptación y valoración por parte del público participante.

2.2.1 Canales de difusión:

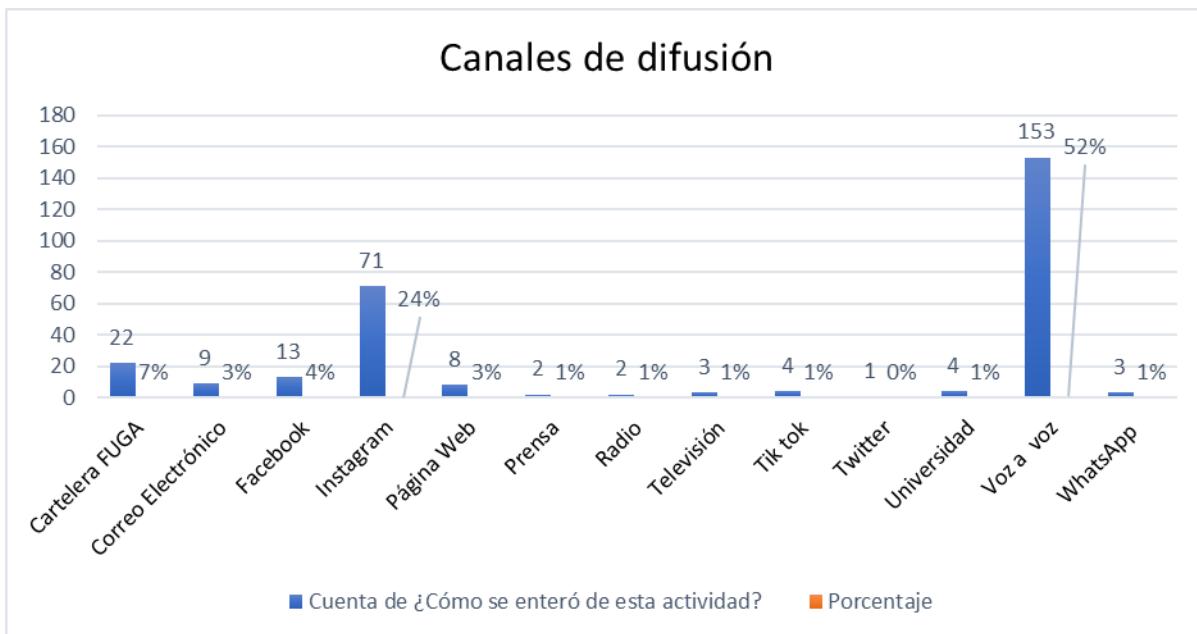


Gráfico 4 Canales de difusión de los participantes de eventos artísticos y culturales

Con relación a los canales por los cuales las personas se enteran sobre los eventos realizados por la FUGA, se posiciona el voz a voz como el principal medio de difusión, con un 52 % de las respuestas. Le siguen las redes sociales, donde Instagram destaca como el canal digital más efectivo para la difusión de las actividades con un 24%. Otros medios como la cartelera FUGA, Facebook y la página web presentan una participación menor, aunque complementan la estrategia de comunicación institucional.

2.2.2 Valoración de los criterios:

De las 295 encuestadas, 248 personas (equivalentes al 84 %) indicaron que la calidad de la actividad cumplió y/o superó sus expectativas. Por su parte, 39 personas (un 13 %) manifestaron que sus expectativas se cumplieron parcialmente, mientras que 8 personas (equivalentes al 3 %) señalaron que la actividad no cumplió con sus expectativas y/o expresaron estar extremadamente insatisfechas en relación a la calidad del evento asistido.



Gráfico 5 Calidad artística de la actividad

De las 295 encuestadas, 213 personas (equivalentes al 72 %) indicaron que la inclusión en la actividad cumplió y/o superó sus expectativas, mientras que 61 personas (21%) consideraron que estas se cumplieron parcialmente. Por otro lado, 11 personas (4%) señalaron que la actividad no cumplió sus expectativas, y 10 personas (3%) expresaron estar extremadamente insatisfechas.

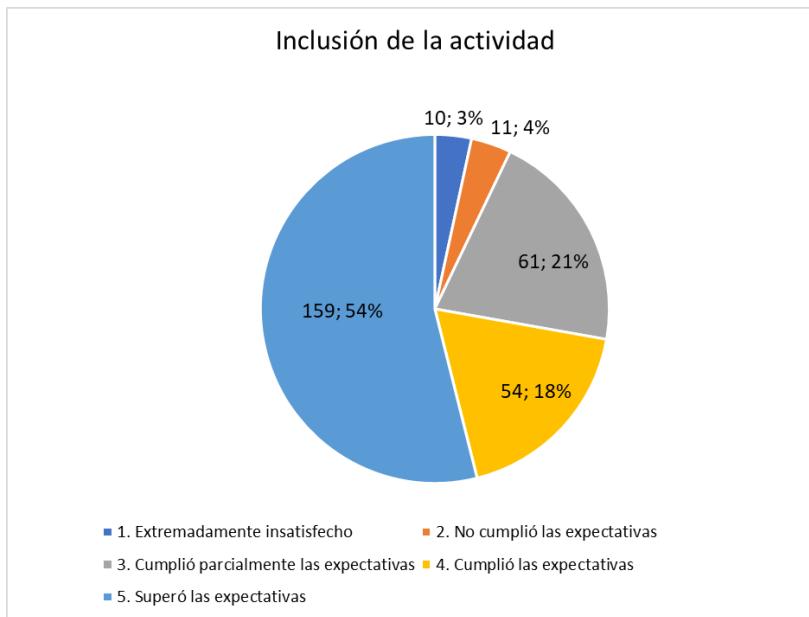


Gráfico 6 Inclusión de la actividad

De las 295 encuestas realizadas, 224 personas (equivalentes al 76 %) indicaron que la actividad cumplió y/o superó sus expectativas en cuanto a la garantía de ser apropiada para todas las edades; mientras que 44 personas (15 %) indicaron que estas se cumplieron parcialmente. Por otro lado, 27 personas (9 %) expresaron que la actividad no cumplió sus expectativas y/o expresaron estar extremadamente insatisfechas.



Gráfico 7 Apropriada para todas las edades

De las 295 encuestas practicadas, 247 personas (equivalentes al 83%) indicaron que el trato de las personas que los atendieron cumplió y/o superó sus expectativas; mientras que 38 personas (13 %) consideraron que se cumplieron parcialmente. Por otro lado, 4 personas (1 %) manifestaron estar extremadamente insatisfechas.



Gráfico 8 Trato del personal que lo atendió

De las 295 encuestas practicadas, 238 personas (equivalentes al 81 %) indicaron que las instalaciones, comodidad, aseo y acceso del lugar de la actividad cumplieron y/o superaron sus expectativas; mientras que 41 personas (14 %) consideraron que estas se cumplieron parcialmente. Por otro lado, 8 personas (3 %) manifestaron que no se cumplieron sus expectativas, y expresaron estar extremadamente insatisfechas (para cada criterio).



Gráfico 9 Instalaciones

De las 295 encuestadas, 237 personas (equivalentes al 80 %) indicaron que el horario de la actividad cumplió y/o superó sus expectativas; mientras que 43 personas (15 %) consideraron que estas se cumplieron parcialmente. Por otro lado, 8 personas (3 %) manifestaron que no se cumplieron sus expectativas, y 7 personas (2 %) expresaron estar extremadamente insatisfechas.



Gráfico 10 Horarios de la actividad

De las 295 encuestadas, 231 personas (equivalentes al 78 %) indicaron que la puntualidad de la actividad cumplió y/o superó sus expectativas; mientras que 47 personas (16 %) consideraron que estas se cumplieron parcialmente. Por otro lado, 11 personas (4 %) manifestaron que no se cumplieron sus expectativas, y 6 personas (2 %) expresaron estar extremadamente insatisfechas.

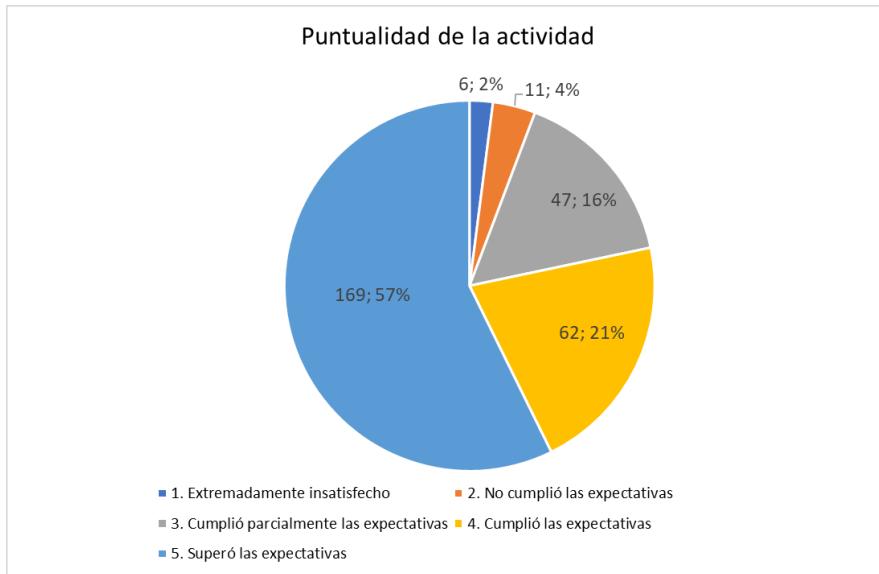


Gráfico 11 Puntualidad de la actividad

De las 295 encuestas practicadas, 243 personas (equivalentes al 82 %) indicaron que la calidad del sonido de la actividad cumplió y/o superó sus expectativas; mientras que 37 personas (13 %) consideraron que estas se cumplieron parcialmente. Por otro lado, 6 personas (2 %) manifestaron que no se cumplieron sus expectativas, y 9 personas (3 %) expresaron estar extremadamente insatisfechas.



Gráfico 12 Sonido

De las 295 encuestas practicadas, 237 personas (equivalentes al 80 %) indicaron que la calidad de la iluminación de la actividad cumplió y/o superó sus expectativas; mientras que 42 personas (14%) consideraron que estas se cumplieron parcialmente. Por otro lado, 7 personas (3%) manifestaron que no se cumplieron sus expectativas, y 9 personas (3 %) expresaron estar extremadamente insatisfechas.

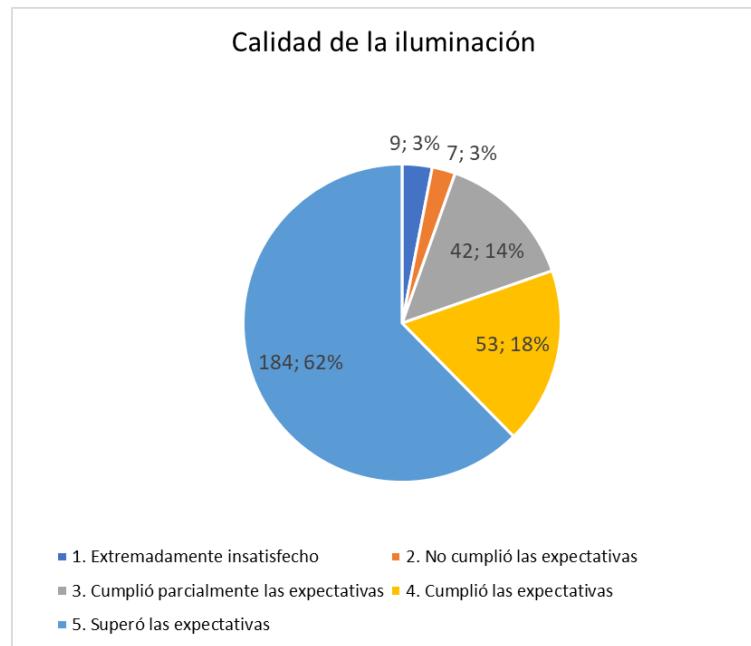


Gráfico 13 Iluminación

De las 295 encuestadas practicadas, 229 personas (equivalentes al 77 %) indicaron que la calidad de las ayudas audiovisuales de la actividad cumplió y/o superó sus expectativas; mientras que 47 personas (16%) consideraron que estas se cumplieron parcialmente. Por otro lado, 11 personas (4%) manifestaron que no se cumplieron sus expectativas, y 8 personas (3 %) expresaron estar extremadamente insatisfechas.

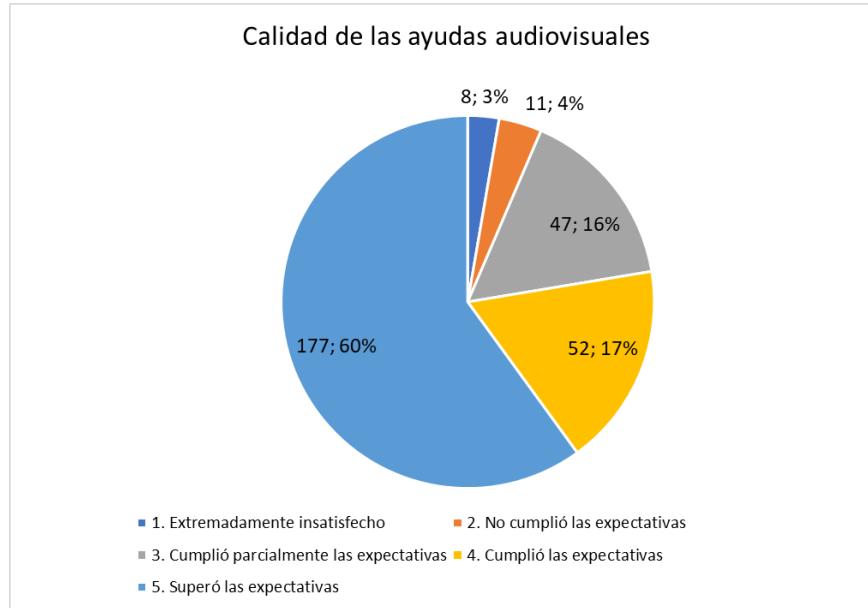


Gráfico 14 Audiovisuales

2.3 Encuesta de Satisfacción de Servicio Técnico de los Escenarios SC-FT-05

La encuesta de servicio técnico de los escenarios fue diligenciada en el tercer trimestre, por 15 de los Agentes del ecosistema cultural y creativo (artistas) que se presentaron en el muelle de la entidad, con el objetivo de recoger percepciones sobre aspectos técnicos como la calidad del sonido, la iluminación, el escenario y la logística. Adicionalmente se indagó sobre aspectos específicos como: la puntualidad, la atención oportuna a los requerimientos, el respeto en el trato, el manejo profesional de los equipos, la adecuación del diseño escénico propuesto por el artista, la eficiencia en la solución de problemas y el conocimiento de los requerimientos antes, durante y después de la presentación.

2.3.1. Espacio de desarrollo de las actividades:

Del número de encuestados para este trimestre el 100% de las encuestas realizadas correspondieron a actividades y/o eventos realizados en el espacio del Muelle

2.3.2. Valoración de los criterios:

De las 15 encuestas aplicadas, correspondientes a los cinco criterios evaluados en el componente de iluminación, se obtuvieron 60 respuestas en total. De estas el 100 % de los participantes manifestaron que se cumplió y/o superó sus expectativas, sin registrarse calificaciones negativas ni percepciones de incumplimiento.

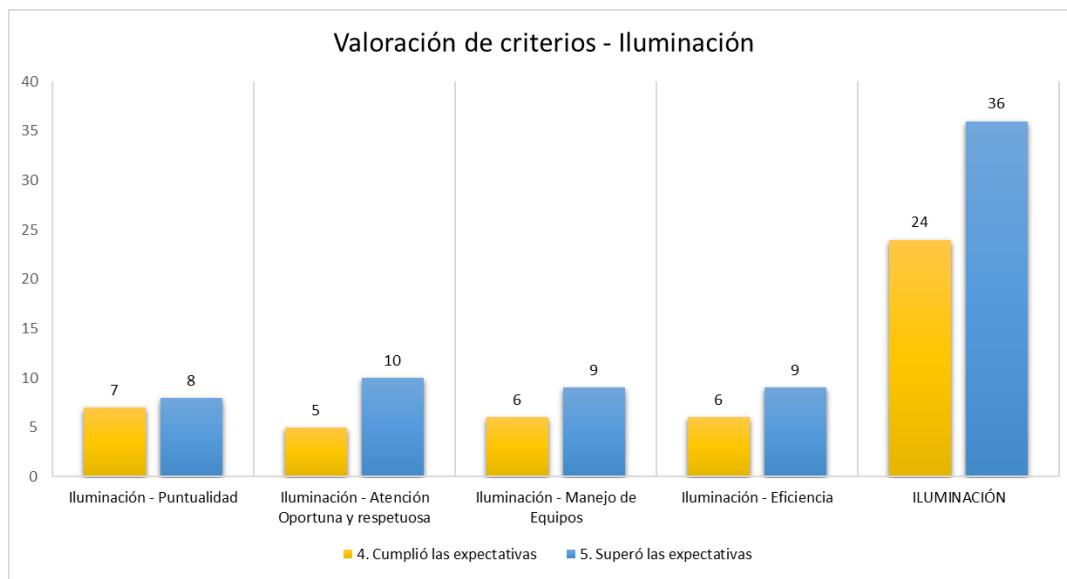


Gráfico 15 Valoración de criterios - Iluminación

En relación a los cuatro criterios evaluados respecto al sonido, y las 15 encuestas aplicadas, correspondientes a los cinco criterios evaluados en el componente de sonido, se obtuvieron 60 respuestas en total. De estas el 100 % de los participantes manifestaron que se cumplió y/o superó sus expectativas, sin registrarse calificaciones negativas ni percepciones de incumplimiento.

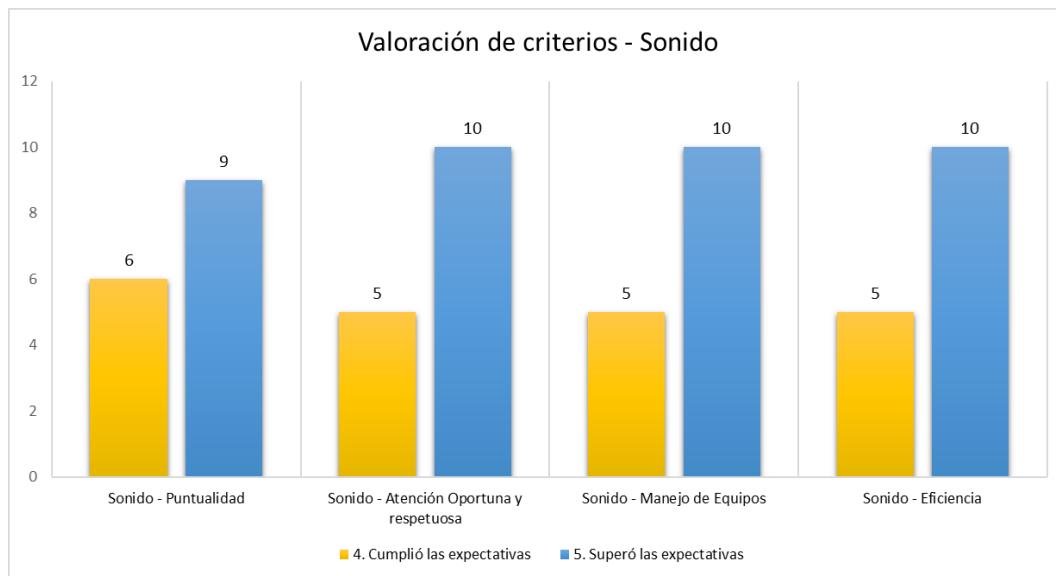


Gráfico 16 Valoración de criterios - Sonido

De acuerdo con los cuatro criterios relacionados con el manejo del escenario, De las 15 encuestas aplicadas, correspondientes a los cinco criterios evaluados en el componente de escenario, se obtuvieron 60 respuestas en total. De estas el 100 % de los participantes manifestaron que se cumplió y/o superó sus expectativas, sin registrarse calificaciones negativas ni percepciones de incumplimiento.



Gráfico 17 Valoración de criterios - Escenarios

Con respecto a los tres criterios sobre la logística, De las 15 encuestas aplicadas, correspondientes a los cinco criterios evaluados en el componente de logística, se obtuvieron 45 respuestas en total. De estas el 100 % de los participantes manifestaron que se cumplió y/o superó sus expectativas, sin registrarse calificaciones negativas ni percepciones de incumplimiento.

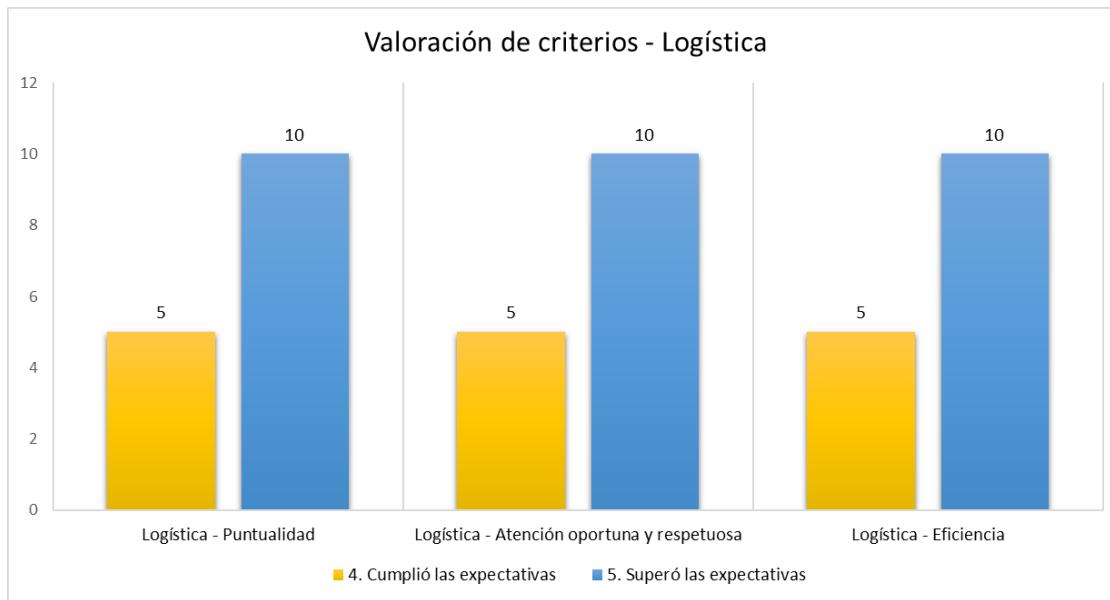


Gráfico 18 Valoración de criterios – Logística

2.4. Encuesta de satisfacción Transparencia y Acceso a la Información de la FUGA

Para el tercer trimestre de 2025, a pesar de la publicación de la encuesta de transparencia en la página principal de la entidad, no se registraron respuestas en la encuesta de satisfacción. Debido a la ausencia de participación, no fue posible obtener datos demográficos de los usuarios. Por esta razón, se realizó un análisis basado en el comportamiento de los visitantes del sitio web, utilizando la información suministrada por Google Analytics de la FUGA (<https://fuga.gov.co/>)

2.4.1. Variable Intrínseca – Temas de interés:

Para el periodo comprendido entre 01 de julio al 30 de septiembre de 2025, la entidad mantiene la disponibilidad de la encuesta, sin embargo, no se obtuvieron resultados aplicados por parte de la audiencia que visita la sección.

Los datos representativos obtenidos durante la medición del tercer trimestre 2025 de la sede electrónica, da a conocer las métricas generales de tráfico, el rendimiento del contenido por página y el perfil demográfico de la audiencia durante el periodo. A



continuación, se visualiza el panorama del alcance digital de la Fundación que nos permiten comprender el volumen de la audiencia y su nivel de interacción en el sitio web:

MÉTRICA	VALOR
Usuarios Activos	12,027
Vistas Totales	33,242
Vistas por Usuario Activo	2,76
Tiempo de Interacción Medio	57 segundos

Tabla 1 Métrica - página web

Teniendo en cuenta lo anterior, se evidencia una base de usuarios sólida y una exploración activa del contenido, con un promedio de 2,76 vistas por usuario. Un tiempo de interacción de 57 segundos indica que los usuarios son eficientes en encontrar la información que buscan, como convocatorias o fechas de agenda.

Las **páginas más visitadas (10)** o con mayor tráfico durante el tercer trimestre 2025 son:

Temas - Enlaces de interés de los ciudadanos			
PÁGINA	VISTAS	USUARIOS	TIEMPO DE INTERACCIÓN MEDIO (en segundos)
1. Inicio	6,666	4,113	30 s
2. Convocatorias	2,258	1,021	48 s
3. Agenda cultural	2,007	939	50 s
4. Acerca de la FUGA	1,004	698	57 s
5. Transparencia y acceso a la información pública	915	262	1 min y 14 s
6. Llega la fiesta electrónica a cielo abierto en Bogotá, Monumentum 2025	894	738	34 s
7. Transparencia / 4. Planeación, Presupuesto e Informes	847	98	2 min y 09 s
8. La electrónica se toma Bogotá: conoce a los artistas de Monumentum 2025	662	434	34 s
9. Estados financieros a junio 2024 Excel	521	484	12 s
10. Noticias	419	94	56 s



Tabla 2 Temas de interés - página web
Fuente: Google Analytics www.fuga.gov.co

La correlación entre la interpretación del comportamiento y el análisis de las páginas de mayor tráfico ha establecido patrones de uso muy concretos y predecibles

- La página de bienvenida funciona como el principal punto de entrada al sitio, acumulando el 20% de todas las vistas. Se evidencia bajo tiempo de interacción (30 segundos) lo que puede sugerir, que los usuarios la utilizan principalmente como un portal para navegar rápidamente hacia otras secciones de interés.
- Las secciones de "Convocatorias" y "Agenda cultural" se posicionan como el segundo y tercer contenido más popular, respectivamente. Esto demuestra que una que quienes navegan en el sitio web, buscan oportunidades de participación y asistencia a eventos.
- "Monumentum 2025" generó un tráfico significativo, con dos páginas dedicadas al evento. Esto promueve la continuidad para crear contenido específico y detallado para eventos destacados, atrayendo a segmentos de audiencia con intereses particulares.
- Los contenidos de "Transparencia" (1 min 14 s y 2 min 09 s) representa una oportunidad estratégica para posicionar a la FUGA como un referente en la disponibilidad de información pública en el sector cultural.

2.5. Encuesta de Satisfacción respuestas a las PQRS emitidas por la FUGA

2.5.1. Canales de atención:

Durante el tercer trimestre de 2025, desde el proceso de Servicio al Ciudadano se atendió a 61 personas a través de los diferentes canales de atención evidenciando que el WhatsApp fue el canal más utilizado, por el cual se atendió a 32 personas equivalentes al 52 %. Le sigue el canal telefónico, con un 30 %, y en menor proporción el presencial, con un 18 %. Estos resultados reflejan una preferencia marcada por los canales digitales, lo que evidencia la efectividad del uso de herramientas de mensajería instantánea en la atención al público y la necesidad de mantener una estrategia que combine la inmediatez de los medios virtuales con la atención personalizada presencial.



Dirección: Calle 10 # 3-16, Bogotá D.C. - Colombia
Atención virtual de servicio al ciudadano: Línea de WhatsApp 3227306238
Oficina virtual de correspondencia: atencionalciudadano@fuga.gov.co
Teléfono: +60(1) 432 04 10
Información: Línea 195
www.fuga.gov.co



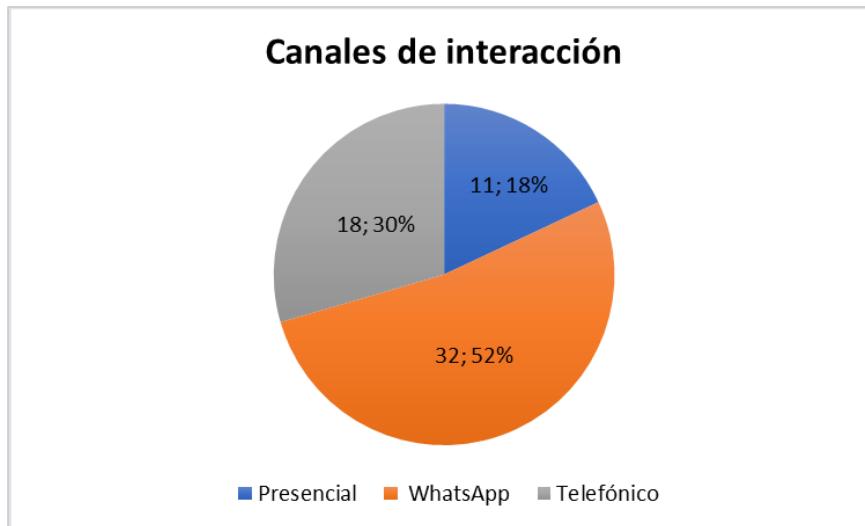


Gráfico 19 Análisis de canales de interacción.

2.5.2. Valoración de los criterios:

Durante el tercer trimestre de 2025, se recibieron un total de 31 encuestas diligenciadas relacionadas con la satisfacción frente a las respuestas emitidas a las PQRS. Aunque el volumen de participación fue bajo en relación con el total de respuestas emitidas durante el periodo, los resultados permiten identificar que 26 respuestas equivalentes al 84%, manifestaron que estas cumplieron y/o superaron sus expectativas, mientras que el 6% refirió que se cumplieron parcialmente, sólo el 10% indicó que estas no cumplieron y/o estaban extremadamente insatisfechos con la respuesta recibida.



Gráfico 20 Análisis de satisfacción PQRS

En términos generales, los ciudadanos califican positivamente la atención de la FUGA. En todos los criterios evaluados predominan las calificaciones “muy bueno” y “excelente”, con porcentajes superiores al 55 %. La amabilidad y cordialidad en la respuesta fue el aspecto mejor valorado, seguido del cumplimiento de los tiempos de respuesta. Los niveles “malo” y “regular” son mínimos, inferiores al 6 % en todos los casos, lo que refleja una percepción positiva generalizada sobre la calidad del servicio y la efectividad en la atención de solicitudes por parte de la entidad. De igual manera, es importante destacar que la FUGA ha dado cumplimiento a los plazos definidos por la Ley 1755 de 2015, reflejando su compromiso con la gestión efectiva de las solicitudes y el respeto por los derechos ciudadanos.

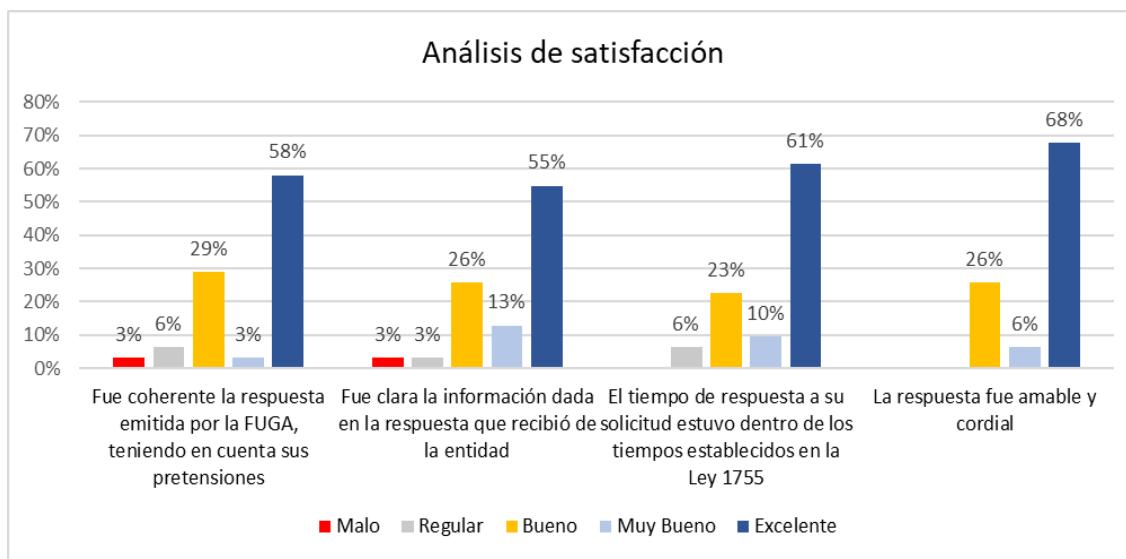


Gráfico 21 Análisis de satisfacción general

Durante el ciclo de atención del tercer trimestre de 2025, 61 personas evaluaron tanto la atención brindada como la información suministrada por los canales de la FUGA. En cuanto a la atención, la gráfica evidencia un alto nivel de satisfacción por parte de los usuarios. El 92 % calificó el servicio como “Excelente”, con 56 respuestas para los 3 canales discriminados con 10 respuestas en el canal presencial, 28 por WhatsApp y 18 por vía telefónica. Las valoraciones en la categoría “Bueno” fueron mínimas, con apenas cinco respuestas en total, y no se registraron calificaciones negativas, lo que refleja una atención oportuna, efectiva y de calidad en todos los canales.

Respecto a la información brindada, se mantiene una tendencia positiva, ya que la mayoría de los encuestados también la calificó como “Excelente”, con 52 respuestas para los 3 canales discriminados con 10 respuestas en el canal presencial, 27 por WhatsApp y 15 por vía telefónica. Las categorías “Regular” y “malo” presentaron porcentajes muy bajos, lo que demuestra que la información ofrecida por los distintos canales es clara, oportuna que satisface las necesidades de los usuarios.

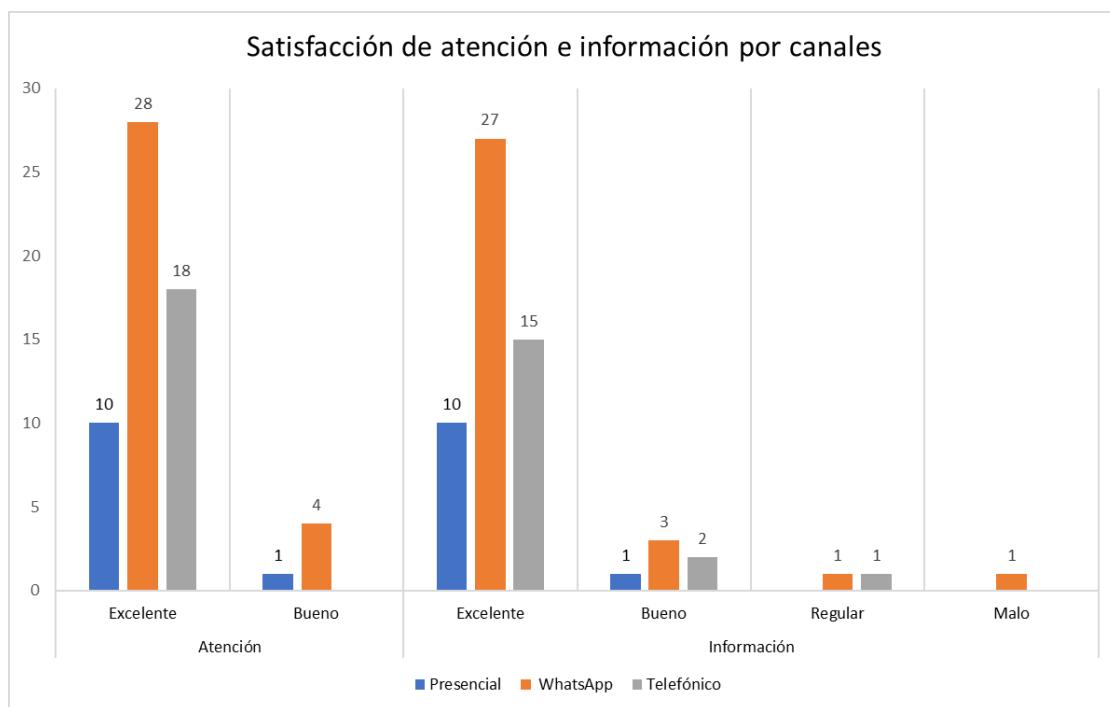


Gráfico 22 Análisis de satisfacción por canales canal de atención

3. Observaciones y sugerencias recibidas por los ciudadanos.

Las observaciones y sugerencias recibidas por los ciudadanos a través de las encuestas de satisfacción aplicadas en los eventos artísticos y culturales, constituyen un insumo fundamental para el fortalecimiento de la gestión institucional. Estos aportes permiten identificar oportunidades de mejora en la planeación, desarrollo y comunicación de las actividades, al tiempo que destacan las buenas prácticas que generan una experiencia positiva en los públicos. Su análisis orienta la toma de decisiones y la formulación de estrategias que contribuyen a consolidar una oferta cultural de mayor calidad, pertinencia e impacto en la comunidad.

Observaciones y/o sugerencias	Cantidad
Agradecimiento	40
Diseño y/o contenido en las piezas de difusión	7
Mobiliario	6
Ampliación y/o diversificación oferta artística	4
Sonido	3
Luces y/o Calentadores	3
Horario y/o puntualidad	3
Frecuencia	2
Artistas Interesados en presentarse	2
Infraestructura y/o escenarios	2
Cafetería	2
Baños	1
Inquietudes	1
Total	76

Tabla 3 Recomendaciones y sugerencias recibidas por los ciudadanos.

Durante el período analizado se recopilaron 76 observaciones y/o sugerencias por parte de los participantes. La mayoría de los comentarios correspondió a agradecimientos (40 registros), lo que refleja una percepción positiva frente a los servicios y actividades ofrecidas. En menor proporción, se identificaron observaciones relacionadas con el diseño y contenido de las piezas de difusión (7) y el mobiliario (6), seguidas por aportes orientados a la ampliación de la oferta artística (4) y aspectos técnicos como sonido, luces o calentadores, y horarios o puntualidad (3 cada uno). Finalmente, se presentaron menciones puntuales sobre frecuencia de actividades, interés de artistas en participar, infraestructura o escenarios, cafetería e inquietudes generales, cada una con menos de tres registros. En conjunto, los resultados evidencian una alta satisfacción general y una participación activa orientada al fortalecimiento de los procesos culturales y logísticos de la entidad.

4. Conclusiones.

La administración de las encuestas de satisfacción depende en gran medida de un equipo dedicado y comprometido con la recepción, sistematización y seguimiento de la información recopilada. Reconociendo que la participación en las diferentes encuestas es voluntaria, se admite la tendencia inherente a obtener tasas de respuesta más bajas en relación con la asistencia general a los eventos. Sin embargo, los datos presentados en este informe reflejan la dedicación y el trabajo coordinado entre los equipos de Planeación, Servicio al Ciudadano y las Subdirecciones misionales, en la ejecución de diversas estrategias para la aplicación de las encuestas, cuyos resultados proporcionan valiosos conocimientos de tendencias para fundamentar la toma de decisiones.

El análisis presentado, indica que la mayoría de los asistentes se informan sobre las actividades principalmente a través del voz a voz y el uso de redes sociales. Así mismo, se ha ampliado con éxito este alcance orgánico con el uso estratégico de la cartelera de la FUGA para atraer nuevas audiencias y cultivar la confianza en la entidad. De cara al futuro, es imperativo que mantengamos los esfuerzos para ofrecer contenido actual y atractivo en el sitio web y los canales de redes sociales de la FUGA como plataformas esenciales para una difusión eficaz.

Para incrementar aún más la participación, las encuestas se difunden en diferentes espacios al final de cada actividad. Esta iniciativa tiene como objetivo fortalecer el recuerdo de la audiencia y enriquecer a aquellos que ya están familiarizados con las ofertas de la FUGA. En general, los resultados evidencian un alto nivel de satisfacción con la programación, que abarca la calidad de las actividades, el profesionalismo, del personal, la adecuación de los espacios y la eficacia del soporte técnico.

Cabe destacar la excepcional satisfacción expresada por los artistas con respecto a los servicios técnicos brindados en el escenario "El Muelle". La ausencia de comentarios negativos y la prevalencia de evaluaciones altamente positivas subrayan la excelente prestación de servicios por parte del equipo de producción, lo que se refleja en las frecuentes solicitudes de los artistas para hacer uso de nuestros espacios.

El análisis exhaustivo de las encuestas de satisfacción confirma un sólido nivel de satisfacción ciudadana con la oferta culturales, el servicio al ciudadano y la transparencia institucional. La mayoría de los encuestados percibe que los servicios cumplen o superan sus expectativas, con especial reconocimiento a la calidad de las actividades artísticas, la relevancia de la formación cultural y la eficacia de los servicios técnicos en los escenarios.

Los esfuerzos para mejorar el acceso a la información y la transparencia institucional han generado un progreso significativo. No obstante, la baja participación observada en las encuestas de transparencia evidencia la necesidad de intensificar las acciones para promover y mejorar la accesibilidad de estos mecanismos. Además, de optimiza la navegación del sitio web y la presentación de la información para facilitar un acceso más eficiente al contenido relevante.



FUNDACIÓN
GILBERTO ALZATE
AVENDAÑO



En conclusión, los resultados obtenidos reflejan un balance general positivo que respalda la efectividad de las acciones desarrolladas durante el período analizado. No obstante, la mejora continua se consolida como un eje estratégico y un compromiso institucional permanente, orientado a fortalecer los procesos, optimizar la prestación de servicios y garantizar una experiencia cada vez más satisfactoria para la ciudadanía y demás grupos de valor.

Aprobó: Gala Margarita Forero Yanquén - Profesional Universitario – Gestión Documental y Atención al Ciudadano

Revisó: Juan Pablo Cruz Gamez - Contratista Profesional Gestión Documental - Gestión Documental y Atención al Ciudadano



Dirección: Calle 10 # 3-16, Bogotá D.C. - Colombia
Atención virtual de servicio al ciudadano: Línea de WhatsApp 3227306238
Oficina virtual de correspondencia: atencionalciudadano@fuga.gov.co
Teléfono: +60(1) 432 04 10
Información: Línea 195
www.fuga.gov.co





Radicado: **20252300116643**
Fecha 19-11-2025 17:15

El Documento 20252300116643 fue firmado electrónicamente por:

Liliana Patricia Hernández Hurtado

Subdirectora de Gestión Corporativa,

Subdirección de Gestión Corporativa,

ID: 1026256195,

lherandez@fuga.gov.co,

Fecha de Firma: 19-11-2025 19:47:18

Gala Margarita Forero Yanquén

, Gestión Documental y Atención al Ciudadano,

ID: 1010201314,

gforero@fuga.gov.co,

Fecha de Firma: 19-11-2025 21:12:02

Aprobó:

Juan Pablo Cruz Gamez - Contratista Profesional Gestión Documental - Gestión Documental y Atención al Ciudadano



fb53aca949ad0946edc1e640b948cadefb792f25e5406823ad5b44a1423d5961

Código de Verificación CV: a02ca



Dirección: Calle 10 # 3-16, Bogotá D.C. - Colombia
Atención virtual de servicio al ciudadano: Línea de WhatsApp 3227306238
Oficina virtual de correspondencia: atencionalciudadano@fuga.gov.co
Teléfono: +60(1) 432 04 10
Información: Línea 195
www.fuga.gov.co

