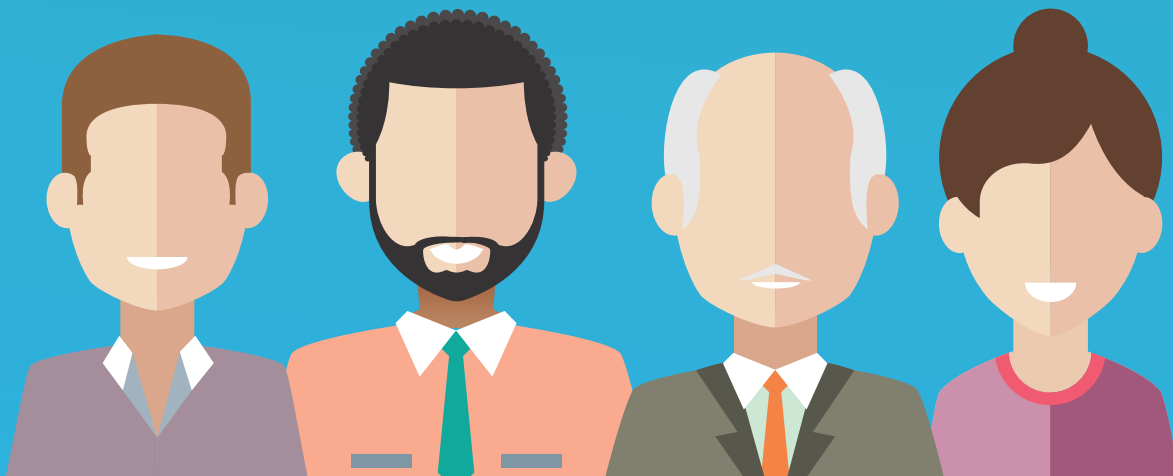


2018

---

## Caracterización de ciudadanos, usuarios y grupos de interés.

---



# Tabla de contenido

Introducción .....	3
Objetivo General .....	4
Objetivos Específicos .....	4
Alcance .....	4
Líder ejercicio de caracterización .....	5
Variables .....	6
Priorizar variables .....	8
Mecanismos de recolección de información .....	9
Resultados obtenidos .....	10
Análisis de la información - variables .....	11
Divulgación y publicación de la información .....	12

# Introducción

---

La Superintendencia Financiera de Colombia, con el compromiso constante de brindarle a la ciudadanía en general los medios y mecanismos de interacción eficientes frente a los servicios y trámites ofrecidos, ha desarrollado la presente caracterización en la cual se busca identificar intereses, expectativas y características de los ciudadanos o interesados que interactúan con la Entidad.

Lo anterior con el fin de realizar mejoras y tomar decisiones que permitan aumentar la efectividad de las políticas, trámites, atención y servicio al ciudadano.

Caracterizar usuarios, es el primer paso para el adecuado diseño de la oferta de servicios de la Entidad, presentar ofertas de servicios focalizadas para responder satisfactoriamente el mayor número de requerimientos, así como para la obtención de retroalimentación y al aumento de la participación activa de la ciudadanía.

La caracterización de usuarios permite la descripción de un conjunto de usuarios por medio de variables geográficas (ubicación geográfica), demográficas (estudio población humana), intrínsecas (sus características) y de comportamiento (manera cómo actúan) con el fin de identificar sus cualidades (necesidades y motivaciones de los mismos al acceder a un servicio).

# Objetivos y Alcance

---

## Objetivo General

Identificar las principales características y necesidades de los ciudadanos o grupos de interés de la Superintendencia Financiera de Colombia, con el fin de establecer mejoras continuas de acuerdo a los resultados obtenidos.

## Objetivos Específicos

Determinar las necesidades y requerimientos de los ciudadanos con el fin de suministrarles información clara y precisa sobre los servicios y productos que ofrece la Entidad.

Identificar información necesaria sobre las preferencias de los ciudadanos por los canales de atención, para lograr mejoras en el nivel de atención y satisfacción al ciudadano.

Diseñar estrategias de comunicación y participación de cara al ciudadano.

Suministrar los resultados a las dependencias de la entidad, con el propósito de que sea información relevante para la toma de decisiones para fortalecer el servicio hacia el ciudadano.

## Alcance

A partir de la información y los resultados obtenidos en la encuesta de satisfacción publicada en el sitio web de la entidad durante el año 2019, se elaboran conclusiones que permiten mejorar la calidad en la prestación de los servicios a través de los diferentes canales de atención.

## Establecer un líder del ejercicio de caracterización.

---

El ejercicio de la caracterización de ciudadanos, usuarios y grupos de interés, es liderado por el Grupo de Servicio al Ciudadano de la Superfinanciera, el cual trabajará y coordinará al interior de la entidad el uso de la información recolectada.

- Asegurar que la información sea publicada.
- Facilitar la consulta externa de los resultados para generar sinergias con otras entidades y público en general.
- Socializar la información al interior de la entidad para mejorar las intervenciones de las diferentes dependencias en servicio al ciudadano.



# Variables y niveles de desagregación de la información.

---

## Geográficas

---

Se refieren a la ubicación geográfica de los ciudadanos, usuarios o interesados y aquellas características que están directamente relacionadas. Se considera un dato relevante, pero por sí solo no genera información para acciones específicas.

## Demográficas

Se refiere a las características de una población y su desarrollo en el transcurso del tiempo.

## Intrinsecas

---

Hacen referencia de actividades o valores comunes (preferencias individuales o estilos de vida) de los ciudadanos, usuarios o grupos de interés que permiten identificar características para diferenciarlos.

## De comportamiento

Corresponden a las acciones observadas en los ciudadanos, usuarios o grupos de interés, más allá de lo que dicen hacer o preferir. Permiten identificar los motivos o eventos que los llevan a interactuar con una entidad y las características de esta interacción.

# Variables y niveles de desagregación de la información.



# Priorizar Variables

Una vez identificadas las variables a medir en el ejercicio de caracterización, se realizó la priorización de las mismas, escogiendo las más relevantes para el cumplimiento de los objetivos establecidos.

## Calificación - La variable es

Variable	Tipo	Relevante	Medible	Asociativa	Consistente
Geográficas	Ubicación	1	1	1	1
Demográficas	Edad	1	1	1	1
	Género	1	1	1	1
	Estrato socioeconómico	1	1	1	1
	Grupo de interés	1	1	1	1
	Vulnerabilidad	1	1	1	1
Intrínsecas	Uso de canales	1	1	1	1
	Uso de servicios	1	1	1	1
Comportamiento	Nivel de uso	1	1	1	1





# Mecanismos de recolección de información

---

Para el desarrollo de la caracterización de ciudadanos, usuarios y grupos de valor, se tomo como fuentes de información:

- Resultados de la encuesta de satisfacción publicada en el sitio Web de la Entidad en el año 2018.

Las encuestas se clasifican como estudios observacionales, es decir, en el que el investigador no modifica el entorno ni controla el proceso que se encuentra bajo observación. Los datos se obtienen a partir de cuestionarios bien estructurados, definidos y dirigidos a la población objeto de estudio.

Pueden realizarse presencialmente, a través de la cual la entidad obtiene también información del contexto espacial y la interacción del usuario con éste; virtual o telefónicamente para poder abarcar mayor número de personas, disminuir costos y obtener una respuesta ágil.

## Resultados obtenidos

---

La caracterización del año 2018 se enfoco en la identificación de las variables sugeridas para mejorar, ajustar o desarrollar productos y servicios que fortalezcan el impacto en la oferta institucional y la satisfacción de los ciudadanos.

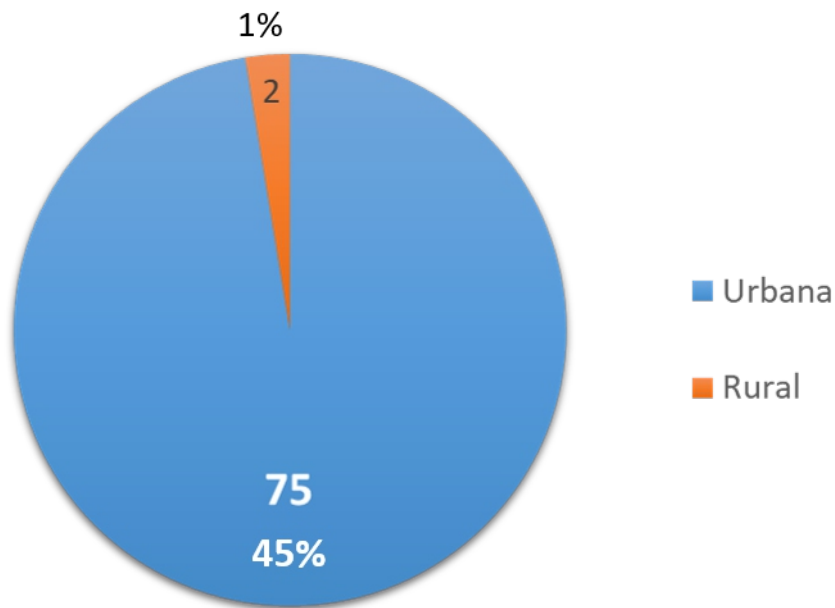
- El canal de correo electrónico fue el canal de comunicación más utilizado por los ciudadanos.
- En el 2018 las mujeres solicitaron más asesoría en la entidad.
- Los ciudadanos con mayor participación, se encuentran entre los rangos de edad de 41 a 60 años.
- Las Personas Naturales fueron quienes más tuvieron interrelación con la Entidad en el 2018.
- El servicio mas utilizado por los ciudadanos es el de Peticiones, Quejas y Reclamos
- Los estratos socioeconómicos 3 y 4 fueron los más representativos en el 2018.

## Análisis de la Información

### Geográfica

#### Ubicación

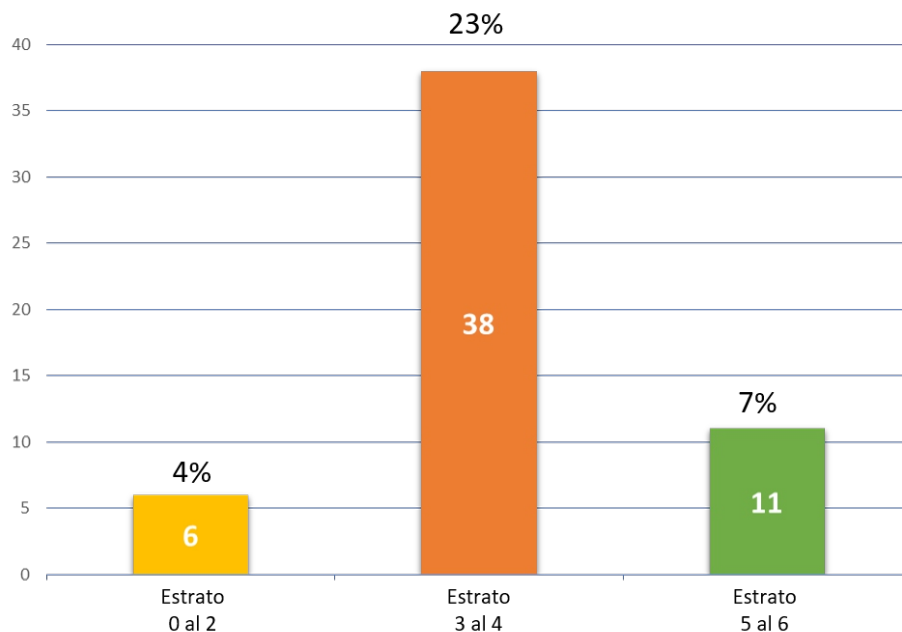
Se puede identificar que los ciudadanos que solicitaron algún servicio en la Entidad, el 45% tiene su lugar de residencia en una zona urbana, mientras que el 1% vive en zona rural. Cabe resaltar que de las 167 encuestas diligenciadas en la página Web de la Entidad, el 54% no respondió a la pregunta, es decir 90 ciudadanos.



# Análisis de la Información

## Demográfica

### Estrato Socioeconómico



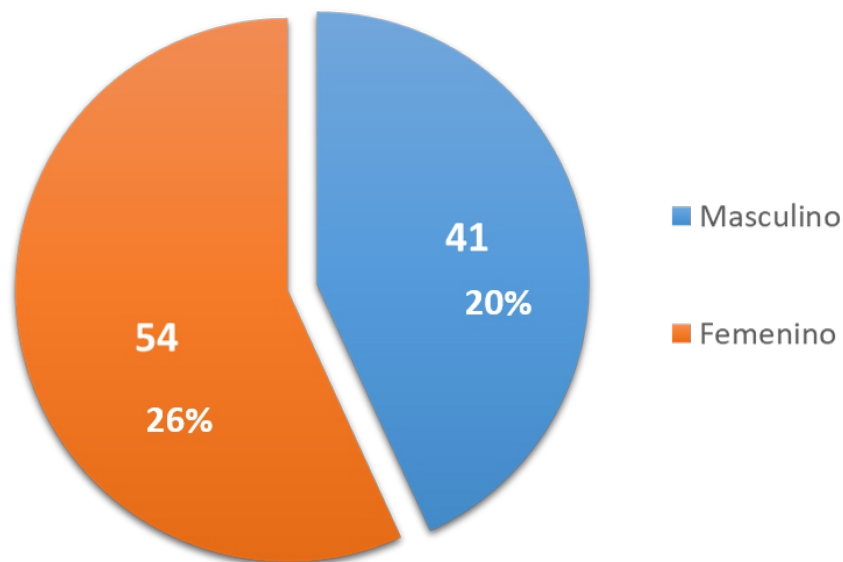
Según el resultado obtenido se concluye que los ciudadanos de estrato 3 y 4 fueron los que más tuvieron contacto con la Entidad con un 23%, seguidos del estrato 5 y 6 con un 7% y por último los de estrato 0 y 2 con un 4%. Cabe destacar que el 66% de los ciudadanos no suministro información sobre su estrato socioeconómico.

## Análisis de la Información

### Demográfica

#### Género

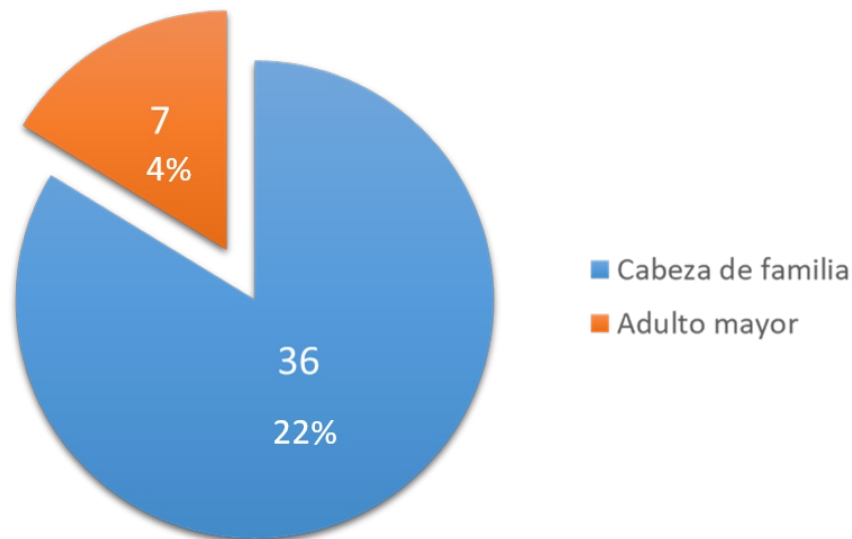
Para el 2018 se puede identificar que el género Femenino representado en un 54% realiza peticiones con más frecuencia, a comparación con el género Masculino con un 41%. Por otro lado, se destaca que un 54% de los ciudadanos no suministra información.



## Análisis de la Información

### Demográfica

### Vulnerabilidad



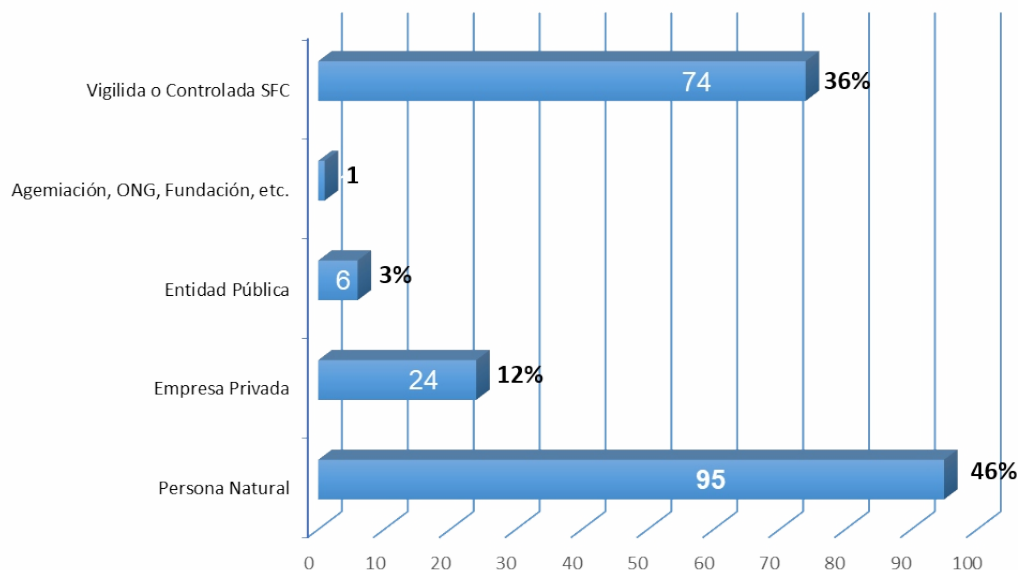
Se evidencia que la categoría de ciudadanos que más realizaron solicitudes y orientación ante la Superfinanciera son los de la categoría Cabeza de familia con un 22%, seguido por la de Adulto mayor con un 4% de participación.

Se resalta que de 167 ciudadanos que realizaron la encuesta de la página web de la Entidad, el 14% respondió no ubicarse en las categorías indicadas, mientras el 60% no suministro información.

# Análisis de la Información

## Demográfica

### Grupo de Interés



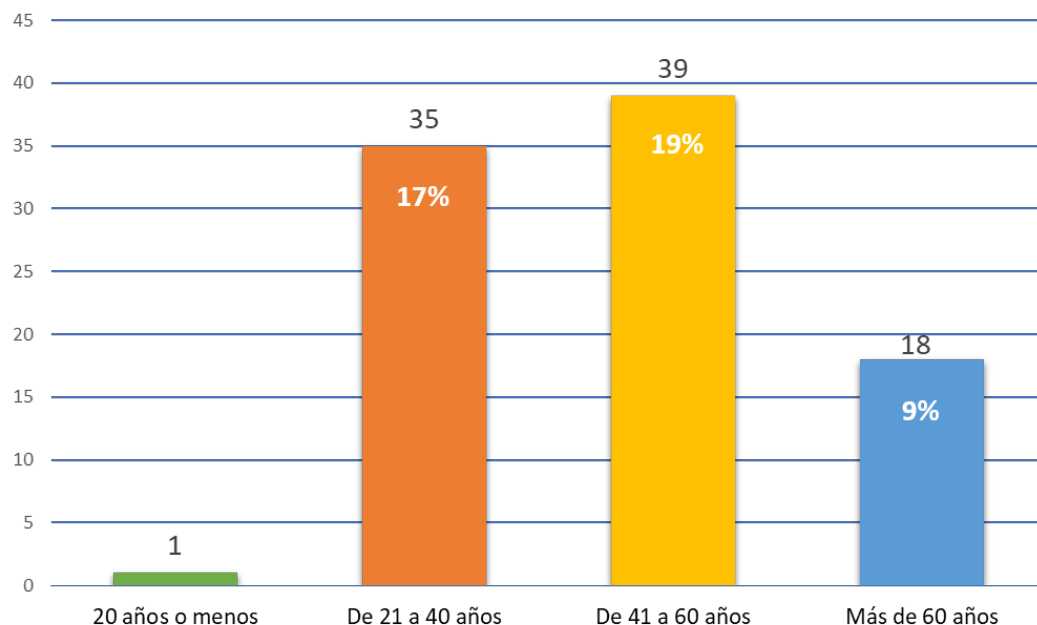
En la gráfica se evidencia que la mayor cantidad de requerimientos realizados en el periodo 2018 ante la Superfinanciera, los realizaron las personas naturales representadas en un 46%, seguido por las entidades vigiladas y controladas por esta Entidad con un 36%.

La empresa privada y entidades públicas representaron el 12% y 3% respectivamente.

# Análisis de la Información

## Demográfica

### Edad



Analizando los datos de la muestra, se identifica que la población que realizó más asesorías o radico algún tipo de solicitud ante la Superfinanciera para el periodo de 2018 fue la que se encuentra dentro del rango de 41 a 60 años, representada en un 19%, seguido por la de 21 a 40 años con un 17% y finalmente con un 9% se presenta la de más de 60 años. El restante 55% no suministro información.