



Caracterización de ciudadanos, usuarios y grupos de interés.

2020

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
Análisis de la información - variables	10
Resultados obtenidos	17
Conclusiones	18

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).

Objetivo

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

- Determinar las necesidades y expectativas de los ciudadanos.
- Identificar información necesaria sobre las preferencias de los ciudadanos por los canales de atención.
- Diseñar estrategias de comunicación y participación ciudadana.
- Suministrar los resultados a las dependencias de la entidad.

Alcance

Mejorar los servicios y productos ofrecidos por la Superfinanciera, mediante la identificación de las necesidades y expectativas de los ciudadanos, usuarios y grupos de interés a través de la encuesta de satisfacción publicada en el sitio web de la Entidad durante el año 2020.

A partir de las conclusiones de esta caracterización se diseñarán estrategias de mejoramiento y toma de decisiones que permitan aumentar la efectividad de las políticas, trámites, atención y servicio al ciudadano.

Establecer un líder del ejercicio de caracterización.

El ejercicio de la caracterización de ciudadanos, usuarios y grupos de interés, es liderado por el líder del Proceso de Servicio al Ciudadano y el 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.
- Promover la actualización permanente de la información en el ejercicio de la caracterización de ciudadanos, usuarios y grupos de interés.

Variables y niveles de desagregación de la información.

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
Demográficas	Grupo de interés	1	1	1	1
	Rango de Edad	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 interés, se tomo la siguiente fuente de información:

Resultados de la encuesta de satisfacción publicada en el sitio Web de la Entidad en el año 2020 a través del siguiente enlace:

<https://www.superfinanciera.gov.co/inicio/atencion-y-servicios-a-la-ciudadania/atencion-al-ciudadano/encuesta-de-satisfaccion-retroalimentacion-de-partes-interesadas--60866>

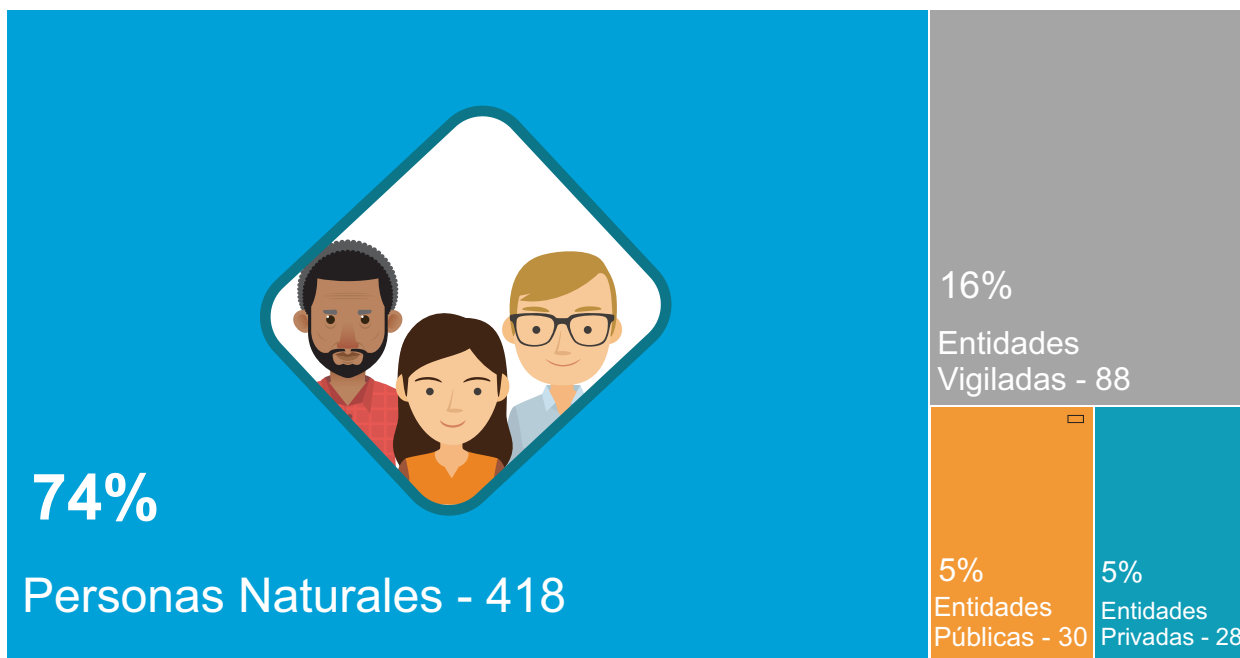
Las encuestas se clasifican como estudios observacionales, es decir, en el que el investigador no modifica el entorno ni controla el proceso que se encuentra bajo observación. Los datos se obtienen a partir de cuestionarios bien estructurados, definidos y dirigidos a la población objeto de estudio.

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.



Análisis de la Información

Demográfica - Grupo de interés

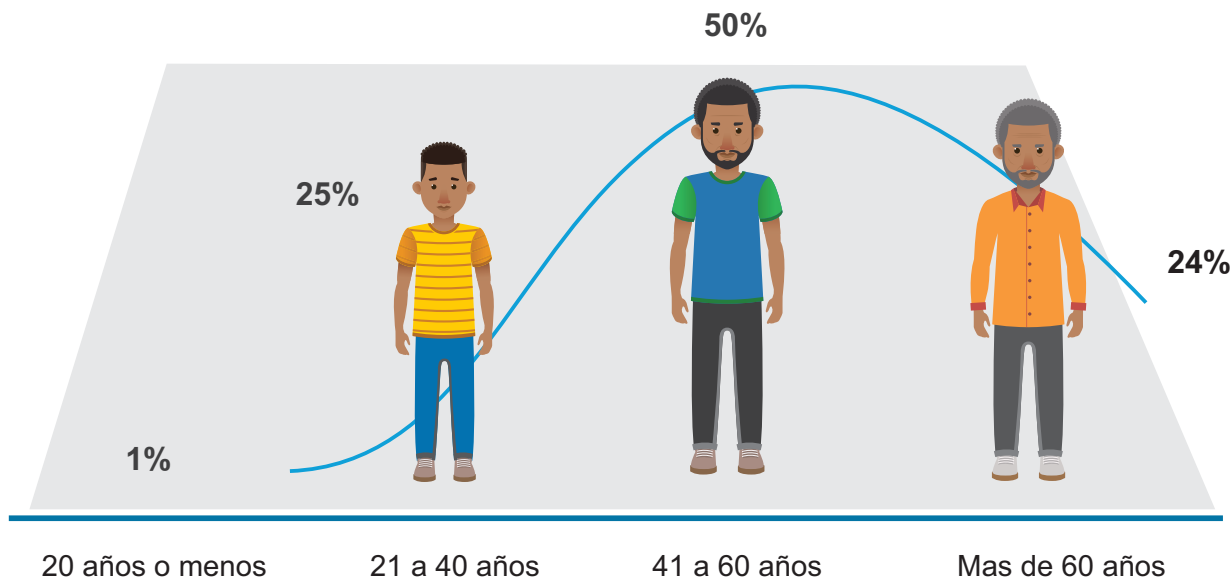


De la información obtenida para el año 2020, se evidencia que de los 564 ciudadanos que solicitaron algún servicio en la entidad, el grupo de interés que recurre con mayor frecuencia a los servicios de la Superfinanciera es el de personas naturales representado en un 74%, seguido por entidades vigiladas con el 16% y entidades públicas y privadas con el 5% cada una.

Lo anterior se fundamenta, entre otros, por la implementación de diferentes estrategias que cada vez utiliza la Entidad para la participación e interacción con los consumidores financieros, las entidades supervisadas, las agremiaciones, las veedurías ciudadanas, los establecimientos educativos, los medios de comunicación, los órganos de control y ciudadanos en general. De igual manera, el comportamiento obedece a la situación por la emergencia sanitaria y las acciones definidas por el Gobierno Nacional en la materia.

Análisis de la Información

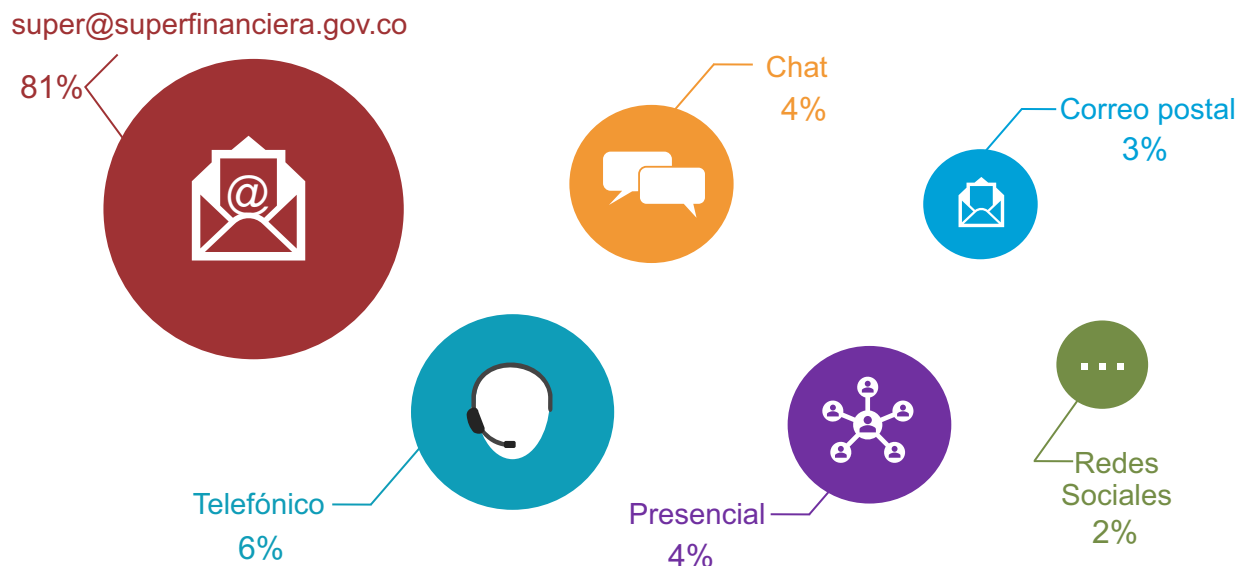
Demográfica - Rango de edad



Analizando los datos obtenidos, se puede identificar que la población que realizó más solicitudes o radico algún tipo de trámite ante la Superfinanciera para el periodo de 2020 fue la que se encuentra dentro del rango de 41 a 60 años, representada en un 50%, seguido por el de 21 a 40 años con el 25% y el de más de 60 años con el 24%, finalmente el rango de 20 años o menos se vio representado en un 1%.

Análisis de la Información

Intrínseca - Uso de canales

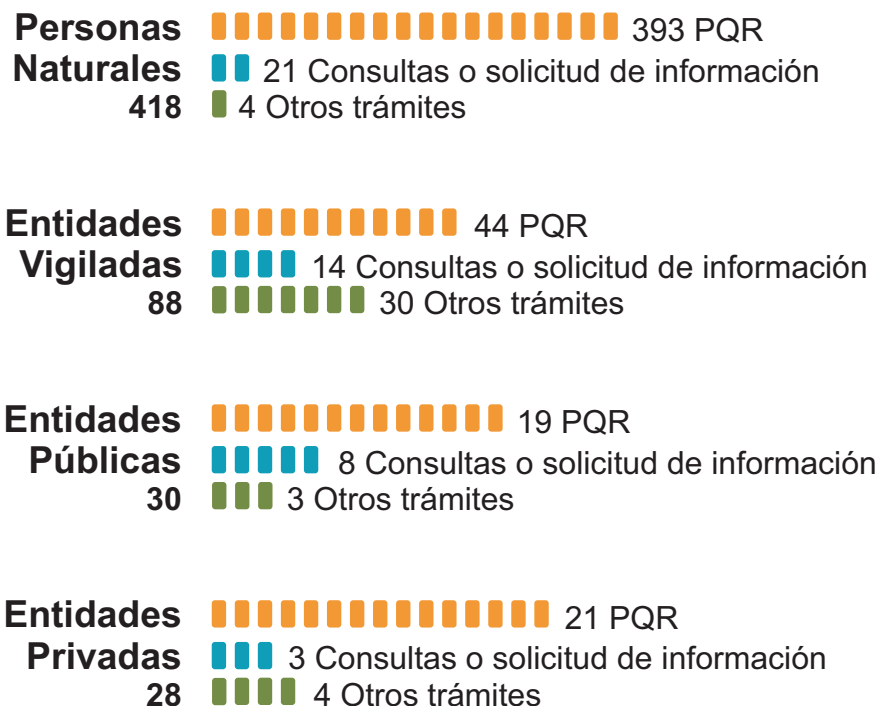


El canal de atención más utilizado por los ciudadanos fue el correo electrónico con un 81%, seguido del canal telefónico con el 6%, chat y canal presencial con un 4% cada uno, finalmente el correo postal y redes sociales con un 3% y 2% respectivamente.

Se presenta un marcado crecimiento anual en el canal de atención correo electrónico super@superfinanciera.gov.co, dado que para el informe de caracterización realizado para el periodo 2019 se reportó una cifra del 75% en ser utilizado por los grupos de interés.

Análisis de la Información

Intrínseca - Uso de servicios



Para el periodo de 2020, los diferentes grupos de interés identificaron el servicio de peticiones, quejas y reclamos (PQR) como el más utilizado con un 85%, seguido por las consultas o solicitudes de información con un 8% y otros trámites con un 7%. Lo anterior se debe a que los canales virtuales han adquirido un mayor interés en razón a que se encuentran disponibles de manera oportuna en cuanto a su diligenciamiento y respectivo seguimiento por parte del ciudadano.

Análisis de la Información

De comportamiento - Niveles de uso

Recomendaría los servicios



Utilizaría nuevamente los servicios

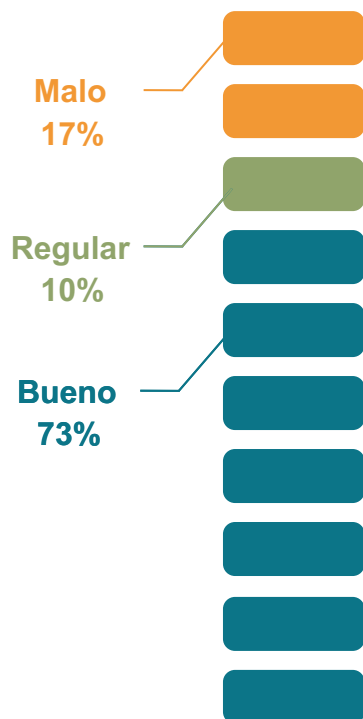


Frente a los 564 servicios atendidos por parte de la Entidad se logró evidenciar que los diferentes grupos de interés recomendarían y utilizarían de nuevo nuestros servicios al responder afirmativamente con un promedio del 77% y 79% respectivamente.

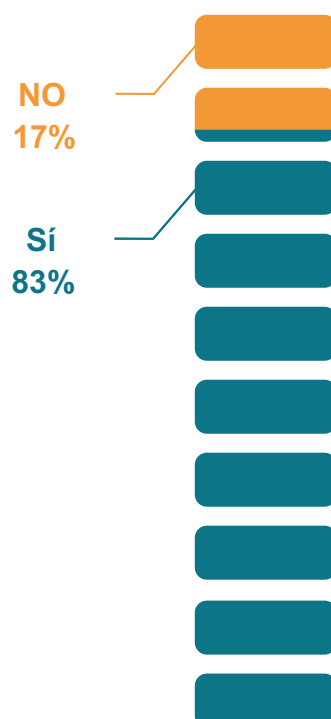
Análisis de la Información

De comportamiento - Niveles de uso

Calificación de los servicios



Calificación de los canales



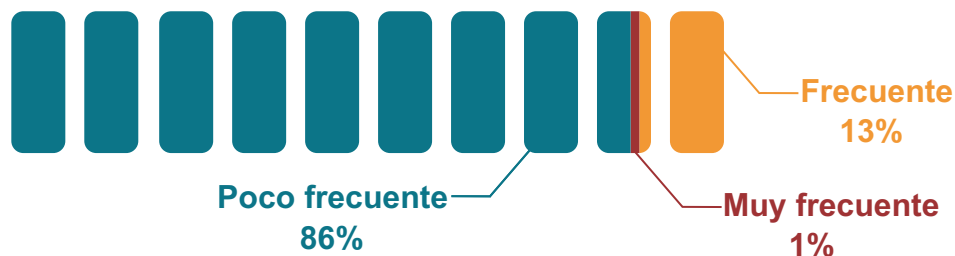
Frente a las respuestas suministradas por los ciudadanos, se logró evidenciar que de las variables indicadas en la calificación del servicio recibido la de *“amabilidad en la atención”* fue la que presentó mayor calificación. De igual manera se estableció que la variable *“Calidad en la respuesta”* se debe mejorar con el fin de suministrar información de manera completa, clara y precisa, en condiciones de tiempo, modo y lugar.

El acceso a los canales de contacto recibió una calificación favorable con un promedio del 83%, destacando el fácil acceso, uso y comprensión, así como ofrecer instrucciones claras y claridad en el horario de atención.

Análisis de la Información

De comportamiento - Niveles de uso

Frecuencia al utilizar nuestros servicios



Frente a la frecuencia de utilizar los servicios y productos de la Entidad por parte de los grupos de interés, se evidencio que el uso fue poco frecuente con un 86%, seguido de un 13% de manera frecuente y por último muy frecuente con un 1%. Lo anterior se puede determinar debido a la situación presentada por parte de la emergencia sanitaria y las acciones establecidas por el Gobierno Nacional frente al tema.

Resultados obtenidos

La caracterización del año 2020 se enfocó 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.

- Las Personas Naturales fueron quienes más tuvieron interrelación con la Entidad en el 2020.
- Los ciudadanos con mayor participación, se encuentran entre los rangos de edad de 41 a 60 años.
- El canal de correo electrónico fue el medio de comunicación más utilizado por los ciudadanos.
- El servicio mas utilizado por los grupos de interés es el de Peticiones, Quejas y Reclamos.
- Con una respuesta afirmativa del 78%, los ciudadanos recomendarían y utilizarían de nuevo nuestros servicios.

Divulgación y publicación de la información

Conclusiones



- Incorporar información disponible de otras áreas de la Entidad frente a los conocimientos generados por el Grupo de Servicio al Ciudadano, con el fin de identificar variables que permitan determinar información relevante sobre las necesidades y expectativas de los ciudadanos.
- Desarrollar actividades en conjunto con las dependencias competentes para lograr atender y responder satisfactoriamente los servicios y trámites que los grupos de interés utilizan con mayor frecuencia, de manera completa, clara y precisa, en condiciones de tiempo, modo y lugar.
- Continuar con la implementación de mecanismos que permitan la medición de percepción y satisfacción en los canales de atención que tienen mayor preferencia por parte de los ciudadanos, con el fin de generar planes de acción que permitan mejorar el servicio en términos de eficiencia, eficacia y calidad en la atención e información suministrada.