



Caracterización ciudadanos, usuarios y grupos de interés.

2022

Tabla de contenido

Introducción	3
Objetivo General	4
Objetivos Específicos	4
Alcance	4
Variables	5
Priorizar variables	7
Mecanismos de recolección de información	8
Análisis de la información - variables	9
Conclusiones	16
Recomendaciones	17

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 de ciudadanos, usuarios y grupos de interés, la cual permite identificar intereses, expectativas, características y particularidades de la ciudadanía y los grupos de valor que interactúan con la Entidad.

Lo anterior con el fin de realizar mejoras y tomar decisiones que permitan incrementar la efectividad de las políticas, trámites, atención y servicio al ciudadano y fortalecimiento de la oferta institucional, a partir de identificar necesidades que se deben satisfacer.

La Caracterización de ciudadanos, usuarios y grupos de interés, 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 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 General

Identificar las principales características y necesidades de los ciudadanos, usuarios y 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 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

Reconocer la diversidad de usuarios que acceden a 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 2022.

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.

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 Grupo de Servicio al Ciudadano de la Superfinanciera, el cual trabajará y coordinará al interior de la entidad el uso de la información recolectada.

Variables y niveles de desagregación de la información.

Geográficas

Se refieren a la ubicación geográfica de los ciudadanos, usuarios o interesados y a aquellas características que están directamente relacionadas. Se considera un dato relevante, pero por si 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
Demográficas	Grupo de interes	1	1	1	1
	Género	1	1	1	1
	Estrato socioeconomico	1	1	1	1
	Rango de Edad	1	1	1	1
	Nivel Educativo	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 2022 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.

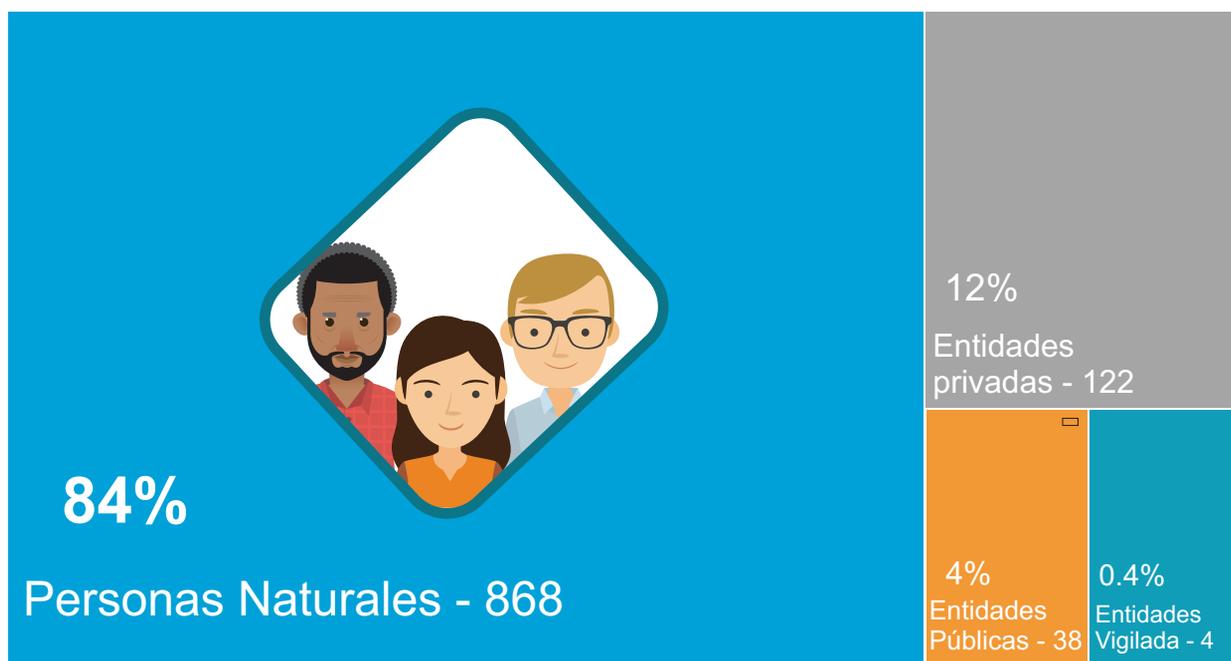
Los datos se obtienen a partir de cuestionarios bien estructurados, definidos y dirigidos a la población objeto de estudio.

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

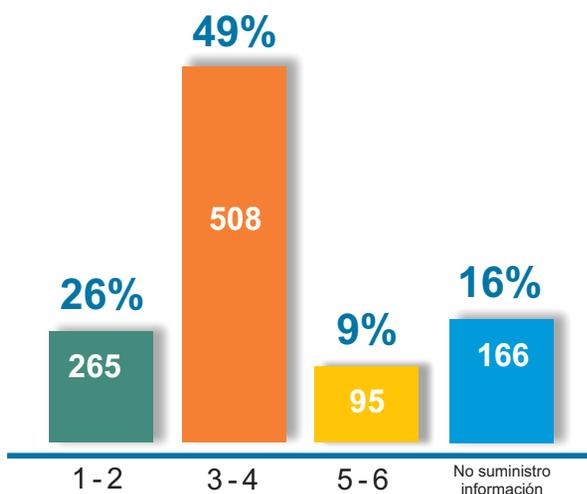


De acuerdo con la información obtenida para el año 2021, se pudo observar que 1.034 ciudadanos utilizaron algunos de los servicios prestados por la Superfinanciera, de estos, se identificó que los grupos que utilizan los servicios de la entidad con mayor frecuencia son las personas naturales en un 84%, seguido de entidades privadas con un 12%, entidades públicas con un 4%, entidades vigiladas con un 0.4% y ONG, Agremiaciones o Fundaciones.

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 y grupos de valor como entidades supervisadas, agremiaciones, veedurías ciudadanas, establecimientos educativos, medios de comunicación, órganos de control y ciudadanos en general.

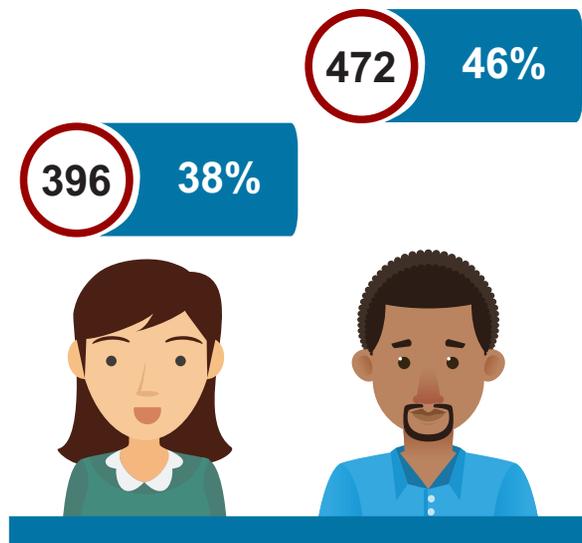
Análisis de la Información

Demográfica: Estrato socioeconómico - Género



Según el resultado arrojado se concluye que los ciudadanos de estrato 3-4 fueron los que más tuvieron contacto con la Entidad con un 49%, seguidos del 1-2 con un 26% y por último los estratos 5-6 con un 9%.

Cabe destacar que el 16% de los ciudadanos no suministró información sobre su estrato socioeconómico.

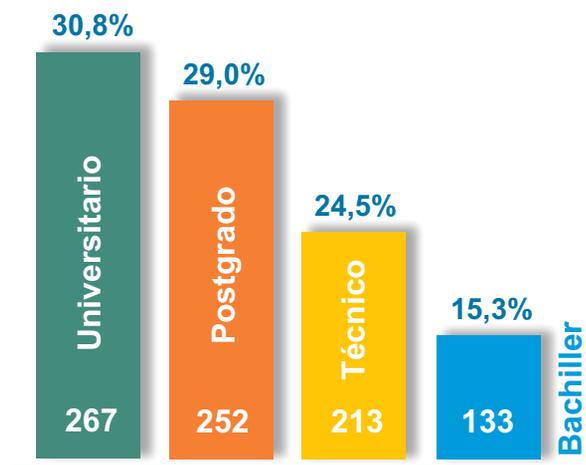
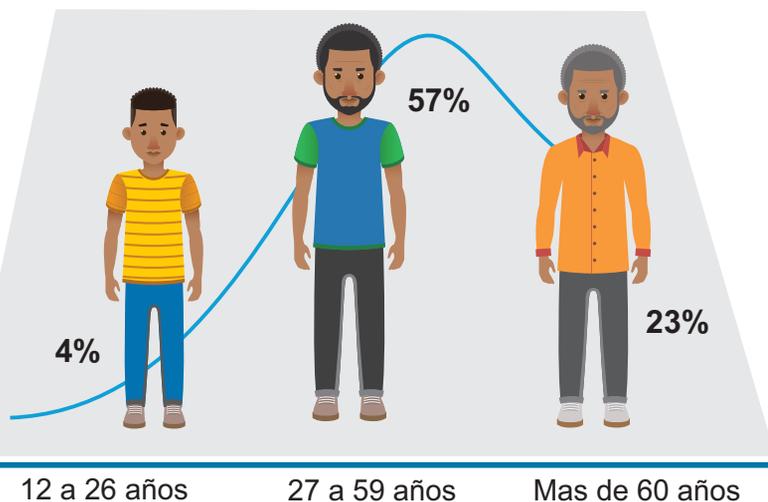


Para el 2022 se puede identificar que el género masculino representado en un 46% realiza solicitudes de información y orientación con más frecuencia, en comparación con el femenino con un 38%.

Para el 16% restante, se evidencia que los ciudadanos no suministran información.

Análisis de la Información

Demográfica: Rango de edad - Nivel educativo



Se identifica que la población que realizó más solicitudes o radico algún tipo de trámite ante la Superfinanciera en 2022, fue la que se encuentra dentro del rango de 27 a 59 años, representada en un 57%, seguido por la de más de 60 años con el 23% y el de 12 a 26 años con el 4%.

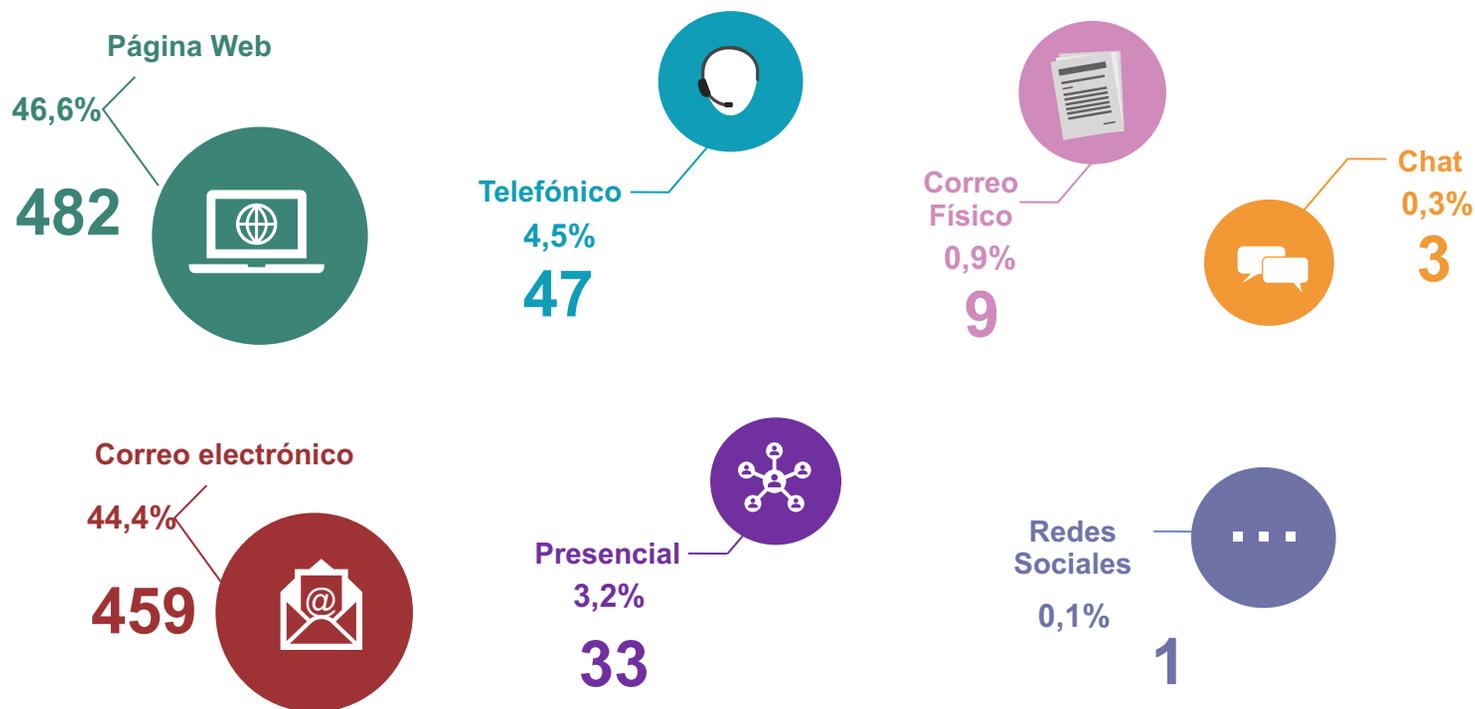
El 16% de los ciudadanos no suministro información sobre su rango de edad.

Se identifica que la categoría de ciudadanos que más realizaron solicitudes y orientación son los del rango educativo universitario con un 30,8%, postgrado con un 29%, seguido por el técnico con 24,5% y el de bachiller con el 15,3%.

Ahora bien, de 868 personas naturales que realizaron solicitudes y orientación por los diferentes canales de atención ofrecidos por la Entidad, 3 no indicaron su nivel académico.

Análisis de la Información

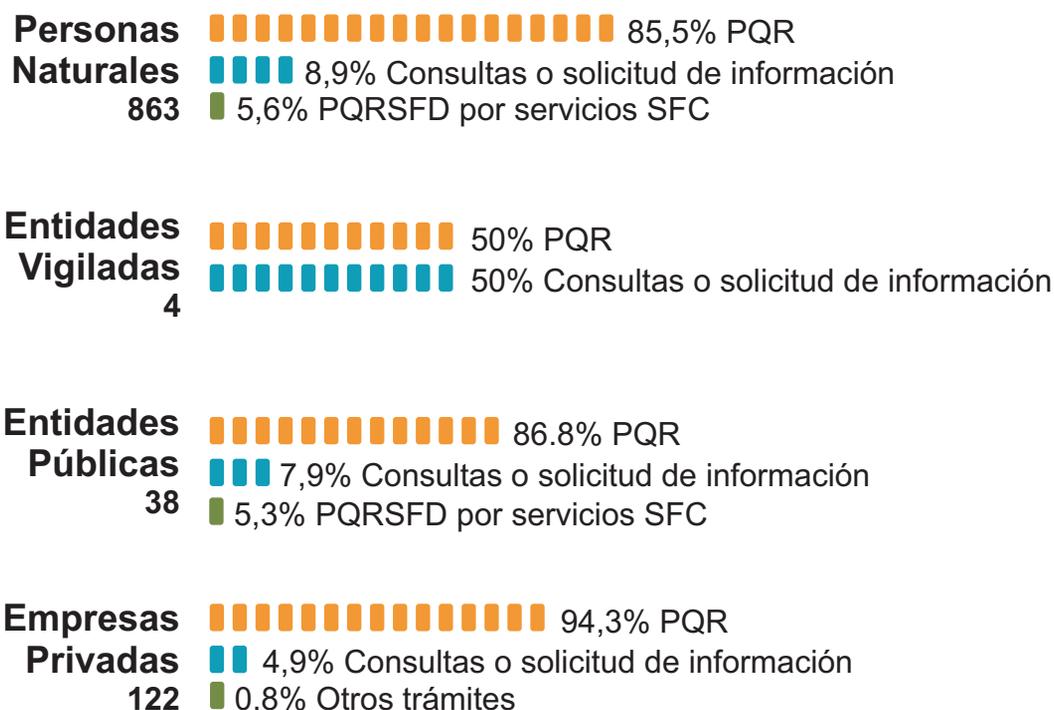
Intrínseca - Uso de canales



La Entidad recibió 1.034 encuestas en la que se pudo evidenciar que el canal de atención más utilizado por los ciudadanos fue la página web con un 46,6%, seguido del correo electrónico con un 44,4%, canal telefónico con el 4,5%, presencial con el 3,2%, correo físico con el 0,9%, chat con un 0,3% y finalmente las redes sociales con un 0,1% .

Análisis de la Información

Intrínseca - Uso de servicios



Para el periodo de 2022, los diferentes grupos de interés identificaron el servicio de peticiones, quejas y reclamos (PQR) como el más utilizado con un promedio del 79.1%, seguido por las consultas o solicitudes de información con un 17.92% y PQRSFD con un 3.9%. 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



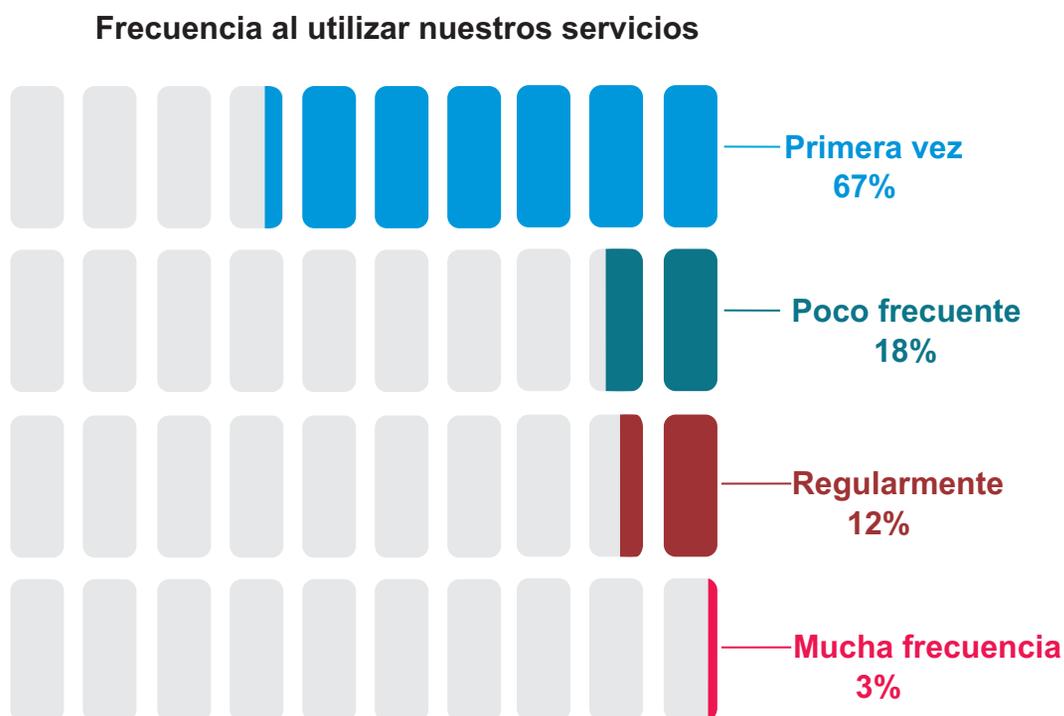
Nivel de satisfacción servicios ofrecidos por la SFC



Frente a los servicios atendidos por parte de la Entidad se logró evidenciar que los diferentes grupos de interés recomendarían nuestros servicios al responder afirmativamente con un promedio del 83.25%. De igual manera el nivel de satisfacción por los servicios ofrecidos obtuvo un promedio del 82.5%.

Análisis de la Información

De comportamiento - Niveles de uso



Frente a la frecuencia de utilizar los servicios y productos de la Entidad por parte de los grupos de interés, se evidencio que en el nivel uso, se destaca el de primera vez con un 67%, seguido por el de poco frecuente con de 18% , 12% de manera regular y por último el de mucha frecuencia con un 3%.

Los ciudadanos accedieron a los servicios de la Superfinanciera haciendo uso de herramientas de tecnológicas principalmente, ya que realizaron sus solicitudes principalmente en la página web (Smartsupervisión) y el correo institucional super@superfinanciera.gov.co.

Conclusiones

La caracterización de usuarios 2022 permite conocer en detalle el perfil y características de los ciudadanos que acceden a los trámites y servicios de la Superintendencia Financiera de Colombia, permitiendo establecer los comportamientos de los ciudadanos, el grado de conocimiento y frecuencia con la que acceden a la oferta institucional.

- ◆ Los ciudadanos que accedieron principalmente a los servicios y trámites de la Superfinanciera fueron personas naturales.
- ◆ La edad de los ciudadanos que interrelacionaron con la Superfinanciera fue de entre 27 a 59 años y los hombres fueron quienes accedieron a más servicios de la Entidad en comparación a las mujeres.
- ◆ Los principales canales de atención por los que los ciudadanos establecieron una relación con los servicios de la entidad fueron de manera virtual, es decir, correo electrónico y pagina web.
- ◆ El servicio mas utilizado por los grupos de interés es el de Peticiones, Quejas y Reclamos.
- ◆ Con una respuesta afirmativa del 83.25%, los ciudadanos recomendarían y utilizarían de nuevo nuestros servicios. De igual manera el nivel de satisfacción por los servicios ofrecidos obtuvo un promedio del 82.5%.

Recomendaciones

La caracterización facilita y promueve el diseño e implementación de políticas públicas de manera transversal, en tanto es un insumo clave para la toma de decisiones con base en la identificación de necesidades que se deben satisfacer, para el diseño de estrategias que fortalezcan la interacción de la entidad con la ciudadanía, para el fortalecimiento de la oferta institucional y para la asignación de recursos en el desarrollo de proyectos institucionales, entre otros.

- ◆ Fortalecer la divulgación de los canales de atención de primer contacto como el telefónico, presencial, WhatsApp y chat institucional, los cuales tienen como objetivo orientar y solucionar las dudas de los ciudadanos para así evitar el incremento de radicaciones de comunicaciones oficiales.
- ◆ Difundir el uso del aplicativo para presentar inconformidades con productos o servicios de alguna de las demás entidades vigiladas por la Superintendencia Financiera de Colombia, así como el formulario de PQRSFD por los servicios que ofrece la Entidad, y que se encuentran publicados en la página web, ya que permiten recolectar la información de los grupos de valor de manera completa, permitiendo realizar una caracterización detallada de los usuarios.
- ◆ Continuar fortaleciendo la publicación de información actualizada, usable, accesible y escrita en lenguaje claro, con el objetivo de lograr una comunicación efectiva frente a las necesidades y expectativas del ciudadano con la Entidad.
- ◆ Incluir como mecanismo de recolección de información los datos de los grupos de valor que se incluyen en el gestor documental de la Entidad, para su respectiva caracterización.
- ◆ Incrementar la divulgación de los canales de atención telefónico, virtual y presencial en territorio con entidades gubernamentales, agremiaciones, academia, etc; con el fin de fortalecer la presencia institucional a nivel nacional.

