

**Caracterización de ciudadanos que se comunican con
Prosperidad Social, a través de los canales Telefónico, Chat SMS,
Chat Web, Video Llamada**

Periodo 2016

**Departamento Administrativo para la Prosperidad Social - Prosperidad Social
Grupo de Participación Ciudadana
Bogotá D.C., julio de 2017**

Contenido

1. Introducción	3
2. Aspectos generales	4
2.1 Alcance	4
2.2 Objetivo General	4
2.3 Objetivos Específicos	4
2.4 Periodo utilizado para la caracterización:	4
3. Contextualización	5
4. Tipos o categorías de variables requeridas	6
5. Fuentes de información y metodología de captura	7
6. Descripción de los campos de la base de datos e identificación de variables	7
7. Priorización de las variables	8
8. Premisas para el análisis de información	10
9. Resultados del ejercicio	11
9.1 Resultados generales por grupos etarios	11
9.2 Resultados generales por canal de atención	12
9.3 Resultados por canal de atención y grupos de edad.....	12
9.4 Resultados generales por departamento	13
9.5 Resultados generales por municipios más representativos	15
9.6 Uso de los canales por departamento.....	17
9.7 Grupos de edad por departamento	23
9.8 Resultados generales por tema de la consulta	25
9.9 Temas consultados por grupos de edad	27
9.10 Temas consultados por departamentos.....	30
9.11 Nivel de uso de los canales	32
10. Conclusiones y recomendaciones.....	33
11. Trabajos citados	35
12. Anexo 1. Alcance y Objetivos.....	36

1. Introducción

Prosperidad Social es el organismo del Gobierno Nacional que busca fijar políticas, planes generales, programas y proyectos para la asistencia, atención y reparación a las víctimas de la violencia, la inclusión social, la atención a grupos vulnerables y su reintegración social y económica.

Los objetivos estratégicos de Prosperidad Social establecen entre otros; fortalecer la comunicación estratégica y la participación ciudadana. En el marco de este objetivo se definen prioridades para la atención y servicio a los ciudadanos, dirigidas para la mejora de la gestión de los procesos de soporte de Prosperidad Social y el fortalecimiento de la comunicación estratégica y la participación ciudadana, para lo cual se requiere facilitar el acceso a la información con el fin de promover la transparencia, la confianza de los ciudadanos y su participación en la construcción y el seguimiento de las políticas implementadas bajo el concepto de Gobierno Abierto.

Con este fin, Prosperidad Social cuenta con una estrategia multicanal: telefónico, presencial, virtual y móvil; a través de la cual los ciudadanos pueden comunicarse por el canal de su preferencia y que el mismo se ajuste a sus condiciones, para elevar diferentes requerimientos (PQRSD).

Este ejercicio de caracterización se desarrolla a partir del análisis de los requerimientos recibidos por Prosperidad Social desde el primero de enero de 2016 hasta el 31 de diciembre de 2016, de parte de ciudadanos que se comunicaron a través de los canales Telefónico, Chat SMS, Chat Web, y Video Llamada.

Para la elaboración de este ejercicio de caracterización se utilizó como guía metodológica la *“Guía de caracterización de ciudadanos, usuarios e interesados”*, la cual fue adaptada del documento original hecho por el Departamento Nacional de Planeación (DNP) a partir de la Ley de Transparencia¹.

En el documento en primer lugar, se exponen los aspectos generales del ejercicio; alcance, el objetivo general y los específicos, fechas de la muestra, la contextualización del ejercicio, la explicación sobre la base de datos usada, luego en la siguiente sección se desarrolla el análisis de las variables y, por último, se presentan las conclusiones.

Se espera que los resultados de esta caracterización permitan identificar mejoras en la gestión de solicitudes a través de los canales, así como optimar la interacción con los peticionarios a través del diseño de campañas, fortalecimiento de los canales y estrategias de comunicación.

¹ Para apoyar el cumplimiento de las principales disposiciones de la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional, Ley 1712 de 2014 y de su decreto reglamentario (1081 de 2015) se han diseñado cuatro herramientas, la primera de ellas es la Guía de caracterización de usuarios, ciudadanos y grupos interesados: Fuente <http://www.anticorruptcion.gov.co/Paginas/guia-implementacion-ley-transparencia.aspx>

2. Aspectos generales

2.1 Alcance

El ejercicio de caracterización que se desarrolla, identifica las características de los ciudadanos que se encuentran ubicados en el territorio nacional, y que han hecho diversos requerimientos a Prosperidad Social en el año 2016 a través de los canales Telefónico, Chat SMS, Chat Web, y Video Llamada, con el fin de fortalecer la estrategia de atención a través de estos canales de la Entidad.

El canal presencial se revisará en otro ejercicio de caracterización, debido a que en el año 2016 se hicieron migraciones de sistemas de información y las fuentes de este canal no son uniformes, ni completas y por ello no resultaría confiable el ejercicio.

2.2 Objetivo general

Identificar las características de los usuarios que se comunicaron con Prosperidad Social, a partir de los requerimientos realizados por los mismos, a través de los canales Telefónico, Chat SMS, Chat Web, y Video Llamada durante el año 2016, con el fin de tener insumos que permitan hacer mejoras en la gestión de estos canales y fortalecer la estrategia de atención multicanal de la Entidad.

2.3 Objetivos específicos

1. Identificar las necesidades de información de los usuarios sobre los diferentes programas y servicios de Prosperidad Social.
2. Identificar las preferencias de los usuarios por los diferentes canales de información seleccionados para el ejercicio.
3. Identificar los canales de atención sobre los que se deben implementar acciones de mejora o fortalecimiento para la atención adecuada según el tipo de usuario.

2.4 Periodo utilizado para la caracterización:

Desde el 1 de enero de 2016 hasta el 31 de diciembre de 2016.

Este ejercicio cumple con 4 políticas enfocadas al desarrollo administrativo. Ver anexo 1.

3. Contextualización

Prosperidad Social cuenta con cuatro canales de atención que facilitan la interacción del ciudadano con la Entidad²:

- Canal telefónico
- Canal por teléfono móvil
- Canal virtual
- Canal presencial

- **Canal telefónico**

Prosperidad Social brinda atención telefónica a través del Centro de Contacto del Operador Américas BPS, empresa con la cual suscribió contrato a través de Colombia Compra Eficiente, y actualmente opera con la Orden de Compra 13093 de 2016.

La atención telefónica se realiza de manera continuada a través del Centro de Contacto y comprende principalmente los servicios de llamadas de entrada, recepción de peticiones, denuncias, quejas y reclamos y campañas de salida para contactar, transmitir información, realizar convocatorias o aplicar encuestas a los ciudadanos.

- **Canal por teléfono móvil**

Se realiza a través de la estrategia conocida en Prosperidad Social como Conversemos, consistente en la comunicación entre el ciudadano y la Entidad a través de mensaje de texto -SMS y USSD chat móvil, y mensajes masivos de texto, todo a través del celular. Cualquier tipo de celular se puede usar en este canal, no requiere plan de datos, ya que el servicio es gratuito.

- **Canal virtual**

Este canal consta de:

- Chat web y Video llamada: Se accede a través de www.prosperidadsocial.gov.co en la sección Servicio al Ciudadano, es administrado por el Centro de Contacto Telefónico.
- Formulario en línea y consulta de peticiones escritas a través del sitio web de la Entidad en la sección Servicio al Ciudadano.
- Correo electrónico para peticiones (servicioalciudadano@prosperidadsocial.gov.co).
- Correo electrónico de la Oficina Asesora Jurídica para las notificaciones judiciales (notificaciones.juridica@prosperidadsocial.gov.co).
- Micro sitio para consulta del resultado de la verificación de compromisos y requisitos Jóvenes en Acción <http://jovenesenaccion.dps.gov.co/JeA/IncentivosJea.aspx>.

² Prosperidad Social, *Guía: protocolo de servicio al Ciudadano código: G-AC-1 versión: 4*, Grupo Interno de Trabajo de Participación Ciudadana, Bogotá, 2016, p. 11.

- **Canal presencial**

Consta de 35 Direcciones Regionales en donde se reciben y radican tanto peticiones escritas como peticiones verbales, Ventanilla Única en Bogotá D.C. para radicación de correspondencia, ubicada en la Carrera 13 No. 60-67 Chapinero, cinco (5) puntos de atención en Bogotá; y en el Centro Regional de la Unidad para las Víctimas en las ciudades de Cúcuta, Montería y Soacha.

El Canal presencial tiene dos sistemas de registro: Sistema de Gestión Documental Orfeo, y desde septiembre de 2016 el Sistema de Gestión Documental DELTA.

El Centro de Contacto telefónico, es el punto integrado de contacto donde se presta apoyo operativo para recibir solicitudes a través de no sólo el canal telefónico, atención del canal virtual, atención de mensajes por celular, chat web y en él se recibe la mayor cantidad de solicitudes de la Entidad.

4. Tipos o categorías de variables requeridas

De acuerdo con los objetivos establecidos, las variables necesarias para realizar la caracterización se pueden agrupar en las siguientes categorías generales:

Categoría de variable	Descripción
Geográficas	Se refiere a la ubicación a nivel de departamento y municipio del ciudadano que hace una consulta a la Entidad, y permite identificar la representatividad de cada área geográfica.
Demográficas	Son algunos factores de carácter individual, como tipo y número de documento, las cuales permiten identificar de manera única cada ciudadano, con el fin de realizar búsquedas en sistemas de información y cruces de bases de datos, y otras como la edad, que permiten crear segmentos de población.
Intrínsecas	Hacen referencia a actividades o preferencias individuales de los ciudadanos, como el canal de atención más utilizado para interactuar con la Entidad
De comportamiento	Permiten identificar los motivos que tiene el ciudadano para comunicarse, y las características de esta interacción, en esta categoría se incluye como variable el tipo de consulta hecha por el ciudadano.

Una vez identificadas las categorías de las variables a medir en el ejercicio de caracterización es importante hacer una priorización de las mismas, con el fin de escoger solamente aquellas que sean relevantes para el cumplimiento de los objetivos, sean fácilmente medibles y el beneficio de la información que aporta al ejercicio sea superior al costo de su recolección; con este fin antes de considerar nuevos mecanismos de

recolección de información se tienen en cuenta las fuentes existentes y la información ya recogida en diferentes sistemas de información y bases de datos de la Prosperidad Social.

5. Fuentes de información y metodología de captura

La información utilizada en el ejercicio de caracterización se tomó de la base de datos de 2016, del aplicativo CRM (Customer Relationship Management) entregada por el Centro de Contacto del Operador Américas BPS, en donde se registra y almacena la información de contacto de los ciudadanos tales como nombres, direcciones y números telefónicos, entre otros, además, mantiene un registro de la actividad del ciudadano como las llamadas telefónicas, mensajes SMS, ingresos por chat web, video llamada y clasificación de la solicitud.

6. Descripción de los campos de la base de datos e identificación de variables

La base de datos de usuarios, alimentada y suministrada por la empresa Américas BPS contiene la información de los usuarios que hicieron solicitudes a través de los siguientes canales en 2016

- Canal telefónico:
 - Inbound (llamadas entrantes)
 - Outbound (llamadas que salen)
- Chat SMS
- Chat Web
- Video Llamada

En 2016 la base de datos tenía 29 campos identificados así:

Nombre del campo	Descripción	Categoría de variable para el ejercicio
IDCASO	Corresponde a la asignación numérica consecutiva de acuerdo al orden de incorporación de la tipificación de la llamada en el CRM	De control
PRIMER_NOMBRE	Primer nombre del usuario	De control
SEGUNDO_NOMBRE	Segundo nombre del usuario	De control
PRIMER_APELLIDO	Primer apellido del usuario	De control
SEGUNDO_APELLIDO	Segundo apellido del usuario	De control
TIPO_DOCUMENTO	Tipo de documento de identificación del usuario asignada por la autoridad competente (Cédula, NIT, etc.)	Demográfica
IDENTIFICACION	Número de identificación del usuario	Demográfica

Nombre del campo	Descripción	Categoría de variable para el ejercicio
FECHA_NACIMIENTO	Indica la fecha de nacimiento del usuario.	Demográfica
EDAD	Establece los años de vida del usuario.	Demográfica
PAIS	País de residencia	Geográfica
DEPARTAMENTO	Departamento de residencia del usuario.	Geográfica
MUNICIPIO	Municipio o ciudad de residencia del usuario	Geográfica
TELEFONO	Teléfono reportado por el usuario.	De control
CELULAR	Teléfono celular reportado por el usuario.	De control
EMAIL	email reportado por el usuario.	De control
DIRECCION	Dirección reportada por el usuario	De control
DIRECCIONES_MISIONALES	Son las direcciones que manejan la oferta institucional de la Entidad.	De control
PROGRAMA	Clasificación temática de las consultas de los ciudadanos (tema de consulta).	Intrínseca
TIPIFICACION	Datos de la tipificación realizada de acuerdo a las consultas del ciudadano.	De control
SUBTIPIFICACION1	Datos de la tipificación realizada de acuerdo a las consultas del ciudadano.	De control
SUBTIPIFICACION2	Datos de la tipificación realizada de acuerdo a las consultas del ciudadano	De control
CONSULTA	Solicitud, o requerimiento presentada por el ciudadano.	De comportamiento
RESPUESTA	Respuesta dada a la solicitud, o requerimiento presentada por el ciudadano	De control
CANAL_ATENCION	Canal a través del cual el usuario se comunicó con la Entidad.	Intrínseca
USUARIO	Agente del Centro de Contacto que atendió la solicitud.	De control
FECHA	Fecha de la solicitud.	De control
HORA	Hora de la solicitud.	De control
MES	Mes de la solicitud.	De comportamiento
AÑO	Año de la solicitud.	De control

7. Priorización de las variables

Como lo señala la “*Guía de caracterización de ciudadanos, usuarios e interesados*”, una vez identificadas las variables se priorizan con el fin de escoger sólo aquellas que sean:

- Relevantes:** relacionadas con el cumplimiento de los objetivos del ejercicio,
- Económicas:** el beneficio que aporta al ejercicio es superior al costo de su recolección.
- Medibles:** pueden observarse o medirse para cada ciudadano o usuario.
- Asociativas:** permiten realizar segmentaciones.
- Consistentes:** los resultados o valores permanecen en el tiempo.

El puntaje mínimo a partir del cual se elige o se descarta una variable es 4.

Categoría de la variable		Criterio: La variable es					Puntaje total	Seleccionada	
		Relevante	Económica	Medible	Asociativa	Consistente		Sí	No
Geográfica (persona natural)	País	0	1	1	1	0	3		X
	Departamento	1	1	1	1	0	4	X	
	Municipio	1	1	1	1	0	4	X	
Demográfica (persona natural)	Tipo de documento de identificación	1	1	1	1	0	4	X	
	Número de documento de identificación	1	1	1	0	1	4	X	
	Fecha de nacimiento del usuario	0	1	1	0	1	3		X
	Edad	1	1	1	1	0	4	X	
Intrínseca (persona natural)	Uso de canales de atención	1	1	1	1	0	4	X	
	Tema de consulta	1	1	1	1	0	4	X	
De comportamiento (persona natural)	Nivel de uso	1	1	1	1	0	4	X	

Variables seleccionadas:

Categoría	Variable
Geográfica	Departamento
	Municipio
Demográfica	Tipo de documento de identificación
	Número de documento de identificación
	Edad
Intrínseca	Uso de canales de atención
	Tema de consulta
De comportamiento	Nivel de uso

Las variables tipo de documento de identificación y número de documento de identificación se utilizan únicamente para establecer un parámetro de identificación único sobre cada individuo, con el fin de facilitar las consultas en la base de datos CRM y establecer la cantidad de ciudadanos individuales que efectivamente se comunicaron con la Entidad.

Para el ejercicio de caracterización la variable edad, se trabajó como grupo etario y se definió de la siguiente manera:

- a. 0 a 6 años
- b. 7 a 15 años
- c. 16 a 24 años
- d. 25 a 59 años
- e. 60 años en adelante.

La variable nivel de uso hace referencia a la frecuencia con la que el ciudadano se comunica con la Entidad, no se obtiene directamente de la base de datos, es calculada a partir del número de consultas por ciudadano en un periodo de tiempo establecido.

8. Premisas para el análisis de información

La información utilizada en el ejercicio de caracterización se tomó de la base de datos del sistema de información CRM entregada por el Centro de Contacto; en esta, se registraron las solicitudes hechas a Prosperidad Social por los ciudadanos durante 2016 a nivel nacional. La base tiene originalmente un total de 1.726.986 registros, esta cantidad de registros corresponde a las diferentes tipificaciones, entendiéndose éstas como la ruta o desagregación temática que sigue la consulta de un ciudadano, es decir una sola consulta de un ciudadano, sobre un tema específico, puede tener varios registros en la base de datos.

El ejercicio evidenció errores de calidad de los datos en el registro de la información, lo cual hizo necesario realizar procesos de depuración de la base de datos; adicionalmente se realizaron varios filtros para identificar los ciudadanos individuales, por esta razón luego del proceso de depuración de la base de datos y de hacer los filtros correspondientes, se tomó como universo de datos 946.345 registros aptos para el análisis, este volumen de registros corresponde a las consultas realizadas por 431.193 ciudadanos únicos.

El valor de 431.193 es la cantidad de personas, que efectivamente se comunicaron con la Entidad e hicieron una o más consultas en el año; éste es el valor que se usará para trabajar las variables demográficas e intrínsecas; de la variable geográfica (departamento y municipio) existe información para 430.571 ciudadanos.

Para la variable comportamental *Nivel de Uso* se toma el total del universo de datos 946.345 registros, filtrándolo por documento de identificación y período, con el fin de determinar cuántas veces en el período un mismo ciudadano se comunica con la Entidad, este cálculo

es importante para el ejercicio de caracterización pues permite identificar los ciudadanos que son habituales o reiterativos.

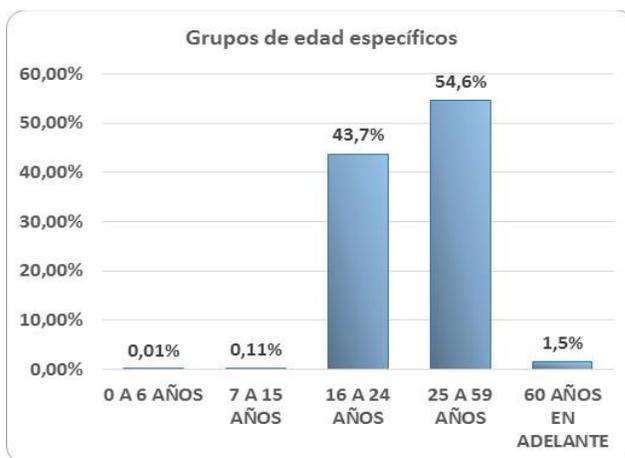
Para el análisis de la variable *canales de atención*, no se incluye el grupo de llamadas telefónicas de salida (outbound), toda vez que, éstas se dirigen a usuarios previamente seleccionados y que suelen ser beneficiarios de alguno de los programas, este tipo de llamadas no se inicia de manera autónoma por el ciudadano, y no son solicitudes del ciudadano.

Se tomaron dos variables fijas (Grupo Etario y Canal de Recepción), las cuales se combinaron con las demás variables: departamento y tema de la solicitud.

9. Resultados del ejercicio

9.1 Resultados generales por grupos etarios

Con respecto a los grupos de edad seleccionados para el ejercicio de caracterización, en donde se encuentran los rangos para acceder a programas de la Entidad como Jóvenes en Acción (16 a 24 años), se encuentra que:



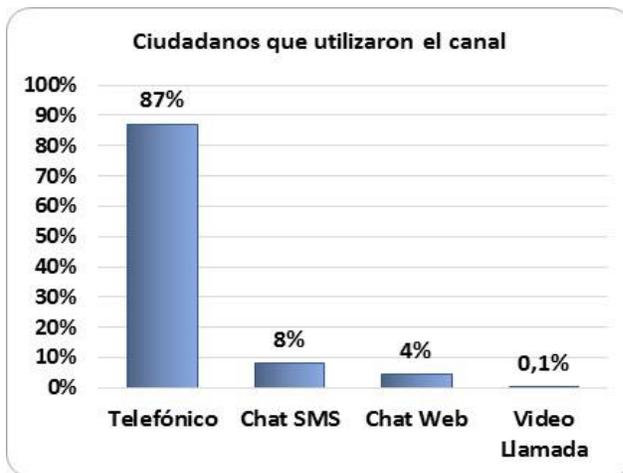
GRUPOS EDAD	Totales	%
0 A 6 AÑOS	38	0,01%
7 A 15 AÑOS	477	0,11%
16 A 24 AÑOS	188.424	44%
25 A 59 AÑOS	235.636	55%
60 AÑOS EN ADELANTE	6.618	1,5%
total	431.193	100,0%

El 55% de los ciudadanos que se comunicaron con la Entidad están en el grupo de edad de 25 a 59 años, seguido del grupo 16 a 24 años con el 44% del total; estos dos grupos son los más representativos con el 99% de la población atendida en el centro de contacto.

Aunque los beneficiarios de programas como Más Familias en Acción son los niños de 0 a 6 años; quienes se comunican con la Entidad y a quienes se da información, es a las madres o titulares del programa; las consultas de este grupo de edad corresponden a consultas de los titulares, pero la edad no estaba actualizada en la base de datos.

9.2 Resultados generales por canal de atención

Los 431.193 ciudadanos que se comunicaron con la Entidad a nivel nacional, utilizaron los canales según la siguiente distribución:



Canales	Ciudadanos que hicieron una o más consultas a través del canal	%
Telefónico	376.102	87%
Chat SMS	35.450	8%
Chat Web	19.204	4%
Video Llamada	437	0,1%
Total	431.193	100,0%

Se evidencia que la mayoría de los ciudadanos accedieron por el canal telefónico, con 376.102 usuarios, equivalentes al 87%, seguido de chat SMS con el 8% que es mucho menor en comparación, chat web fue utilizado por el 4%, y el uso de video llamada solo por el 0.1%.

En cuanto al uso de más de un canal, el análisis de los datos mostro que 34.667 ciudadanos (8%) utilizaron más de un canal para comunicarse con la Entidad, significa esto que en un primer momento pudo haber seleccionado el teléfono, y en otro momento para hacer una consulta posterior, usar cualquiera de los otros 3 canales:

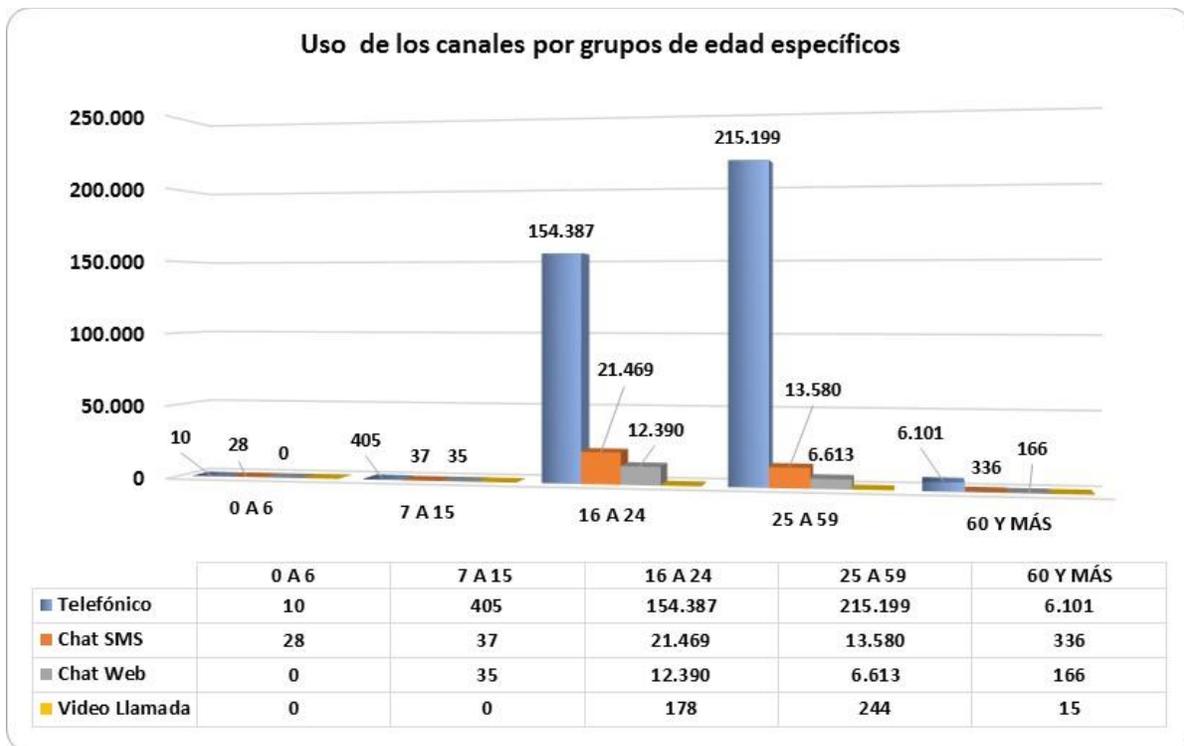
Canales usados	Ciudadanos	%
1 solo canal	396.525	92%
2 canales	30.992	7%
3 canales	3.630	0,8%
4 canales	45	0,01%
Total	431.192	100%

9.3 Resultados por canal de atención y grupos de edad.

El cruce de las variables canales de atención por grupos de edad, indica que el canal más usado en todos los grupos de edad, es el telefónico, seguido por el Chat a través de mensajes SMS.

Esto se explica por la facilidad de acceso al canal telefónico para los usuarios desde cualquier parte del país.

Canales	GRUPOS DE EDAD (Años)										
	0 A 6	%	7 A 15	%	16 A 24	%	25 A 59	%	60 Y MÁS	%	Totales
Telefónico	28	73,7%	405	84,9%	154.387	82%	215.199	91,3%	6.101	92,2%	376.102
Chat SMS	10	26,3%	37	7,8%	21.469	11%	13.580	5,8%	336	5,1%	35.450
Chat Web	0	0%	35	7,3%	12.390	7%	6.613	2,8%	166	2,5%	19.204
Video Llamada	0	0%	0	0%	178	0,1%	244	0,1%	15	0,2%	437
Total	38	100,0%	477	100,0%	188.424	100%	235.636	100,0%	6.618	100,0%	431.193



9.4 Resultados generales por departamento

En la base de datos CRM, la información de departamento y municipio está disponible para 430.571 ciudadanos; durante 2016 se comunicaron ciudadanos de todos los departamentos, los cuales en conjunto hicieron un total de 945.701 solicitudes a través de los canales (telefónico, chat SMS, chat web, video llamada) según la siguiente distribución:

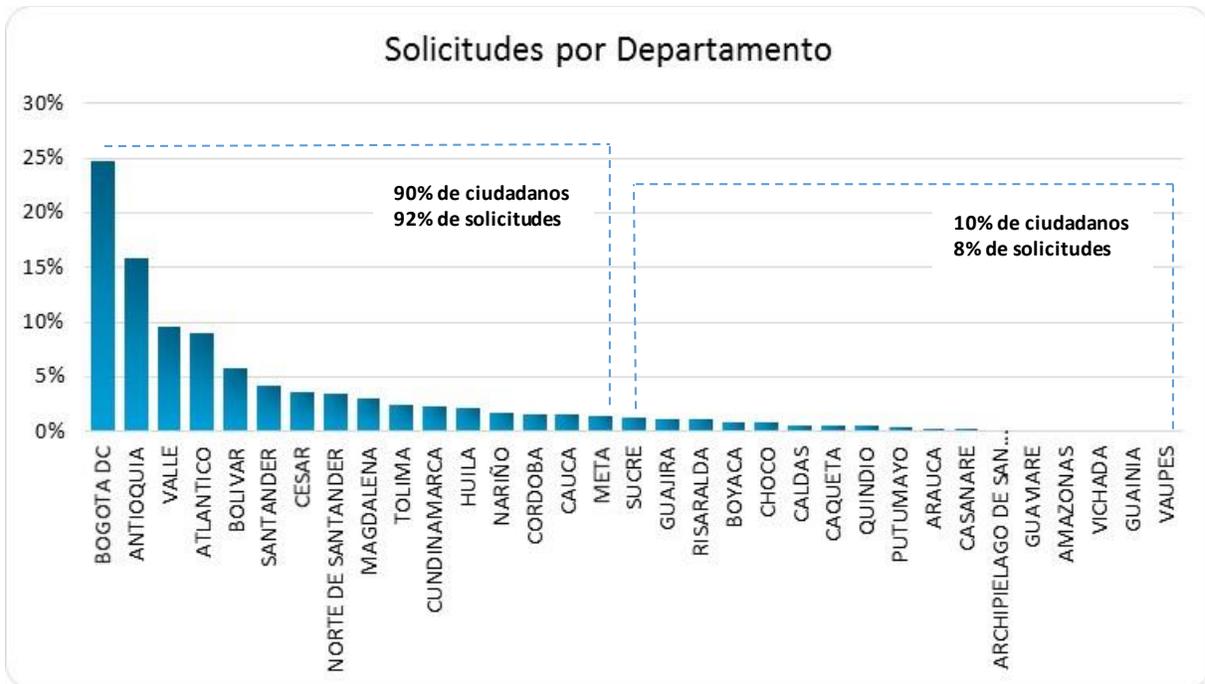
DEPARTAMENTO	Ciudadanos que se comunicaron	%	Solicitudes en el año	%
BOGOTÁ DC	88.251	20%	233.318	25%
ANTIOQUIA	60.986	14%	149.137	16%
VALLE	40.688	9,4%	89.866	10%
ATLANTICO	39.189	9,1%	85.118	9%
BOLIVAR	25.656	6,0%	54.642	6%
SANTANDER	18.917	4,4%	39.218	4,1%
CESAR	16.584	3,9%	34.413	3,6%
NORTE DE SANTANDER	15.547	3,6%	32.860	3,5%
MAGDALENA	15.077	3,5%	28.035	3,0%
TOLIMA	12.390	2,9%	23.373	2,5%
CUNDINAMARCA	11.190	2,6%	21.551	2,3%
HUILA	10.029	2,3%	20.272	2,1%
NARIÑO	9.921	2,3%	16.756	1,8%
CORDOBA	9.056	2,1%	14.687	1,6%
CAUCA	8.841	2,1%	15.119	1,6%
META	7.179	1,7%	13.085	1,4%
SUCRE	6.781	1,6%	12.218	1,3%
GUAJIRA	5.275	1,2%	10.926	1,2%
RISARALDA	5.014	1,2%	10.087	1,1%
BOYACA	4.537	1,1%	7.688	0,8%
CHOCO	4.344	1,0%	8.355	0,9%
CALDAS	3.098	0,7%	5.583	0,6%
CAQUETA	2.909	0,7%	4.821	0,5%
QUINDIO	2.890	0,7%	4.917	0,5%
PUTUMAYO	2.195	0,5%	3.435	0,4%
ARAUCA	1.747	0,4%	2.474	0,3%
CASANARE	1.645	0,4%	2.685	0,3%
ARCHIPIELAGO DE SAN ANDRES	185	0,0%	370	0,0%
GUAVIARE	184	0,0%	301	0,0%
AMAZONAS	115	0,0%	198	0,0%
VICHADA	91	0,0%	116	0,0%
GUAINIA	35	0,0%	39	0,0%
VAUPES	25	0,0%	38	0,0%
Total	430.571	100,0%	945.701	100%

La segmentación por departamento indica que Bogotá D.C. registra la mayor cantidad de ciudadanos, con el 20% del total que se comunicaron a Prosperidad Social, este grupo a su vez hizo la mayor cantidad de solicitudes con el 25% del total.

En segundo lugar Antioquia con 14% de los ciudadanos y 16 % de las solicitudes, Valle del Cauca registra el 9.4% de los ciudadanos quienes en su conjunto hicieron el 10% del total de solicitudes.

Atlántico registra con 9,1% de los ciudadanos y 9% de las solicitudes en el año, Bolívar 6% de los ciudadanos y 6% de las solicitudes.

En conjunto los primeros cinco departamentos registran el 59% del total de usuarios y el 66% de las consultas respondidas.



Bogotá D.C., Antioquia, Valle, Atlántico, Bolívar, Santander, Cesar, Norte de Santander, Magdalena, Tolima, Cundinamarca, Huila, Nariño, Córdoba, Cauca y Meta (16 departamentos), registran el 90% de ciudadanos, quienes en 2016 hicieron el 92% de las consultas.

9.5 Resultados generales por municipios más representativos

DEPARTAMENTO	Localidad /Municipio	Ciudadanos que se comunicaron	%	Solicitudes en el año	%
BOGOTA DC	CIUDAD BOLIVAR	14.868	17%	41.178	18%
	BOSA	10.960	12%	29.165	13%
	KENNEDY	9.673	11%	25.625	11%
	USME	7.753	9%	21.697	9%
ANTIOQUIA	MEDELLIN	37.963	62%	100.290	67%
	BELLO	3.390	6%	9.033	6%
	APARTADO	2.959	5%	6.065	4%
	TURBO	1.595	3%	3.511	2%

DEPARTAMENTO	Localidad /Municipio	Ciudadanos que se comunicaron	%	Solicitudes en el año	%
VALLE	CALI	19.308	47%	44.498	50%
	BUENAVENTURA	9.444	23%	22.318	25%
	PALMIRA	2.349	6%	4.875	5%
	TULUA	2.131	5%	4.172	5%
ATLANTICO	BARRANQUILLA	23.517	60%	50.298	59%
	SOLEDAD	9.768	25%	22.835	27%
	MALAMBO	1.495	4%	3.143	4%
	SABANALARGA	1.459	4%	3.097	4%
BOLIVAR	CARTAGENA	16.254	63%	36.466	67%
	EL CARMEN DE BOLIVAR	1.394	5%	2.510	5%
	MAGANGUE	1.372	5%	2.603	5%
	TURBACO	1.308	5%	3.031	6%
SANTANDER	BUCARAMANGA	7.896	42%	17.427	44%
	GIRON	2.181	12%	4.674	12%
	FLORIDABLANCA	2.014	11%	4.413	11%
	BARRANCABERMEJA	1.771	9%	3.052	8%
CESAR	VALLEDUPAR	10.143	61%	22.777	66%
	AGUACHICA	1.539	9%	3.142	9%
	AGUSTIN CODAZZI	1.012	6%	1.986	6%
	LA PAZ	404	2%	831	2%
NORTE DE SANTANDER	CUCUTA	10.131	65%	21.155	64%
	OCAÑA	1.831	12%	4.226	13%
	PAMPLONA	1.534	10%	3.646	11%
	VILLA DEL ROSARIO	536	3%	1.043	3%
MAGDALENA	SANTA MARTA	7.767	52%	15.773	56%
	CIENAGA	1.468	10%	2.742	10%
	FUNDACION	1.084	7%	1.666	6%
	ZONA BANANERA	655	4%	1.177	4%
TOLIMA	IBAGUE	7.319	59%	15.112	65%
	ESPINAL	802	6%	1.723	7%
	VILLAHERMOSA	504	4%	554	2%
	CARMEN DE APICALA	322	3%	381	2%
CUNDINAMARCA	SOACHA	5.143	46%	11.228	52%
	FACATATIVA	471	4%	820	3,8%
	FUSAGASUGA	466	4%	773	3,6%
	GIRARDOT	423	4%	853	4,0%
HUILA	NEIVA	5.765	57%	12.293	61%
	PITALITO	1.106	11%	2.198	11%
	GARZON	581	6%	1.169	6%
	LA PLATA	452	5%	928	5%

DEPARTAMENTO	Localidad /Municipio	Ciudadanos que se comunicaron	%	Solicitudes en el año	%
NARIÑO	SAN ANDRES DE TUMACO	4.082	41%	7.470	45%
	PASTO	2.645	27%	4.569	27%
	IPIALES	392	4%	635	4%
	TUQUERRES	315	3%	478	3%
CORDOBA	MONTERIA	3.824	42%	6.547	45%
	MONTELIBANO	754	8%	1.242	8%
	CERETE	616	7%	1.007	7%
	LORICA	502	6%	769	5%
CAUCA	POPAYAN	3.973	45%	7.367	49%
	SANTANDER DE QUILICHAO	681	8%	1.216	8%
	ARGELIA	664	8%	840	6%
	PUERTO TEJADA	359	4%	665	4%
META	VILLAVICENCIO	5.118	71%	9.920	76%
	GRANADA	403	6%	572	4%
	ACACIAS	393	5%	591	5%
	CUMARAL	140	2%	269	2%

En Bogotá se encuentra que la localidad desde la cual se hizo la mayor cantidad de solicitudes es Ciudad Bolívar con el 17% del total en la ciudad, seguido de Bosa 12%, Kennedy 11% y Usme 9%, este grupo hizo en conjunto el 51% de las consultas en Bogotá D.C..

En Antioquia, Medellín ubica el 62% de los ciudadanos que hicieron consultas en el departamento, este grupo hizo el 67% de las consultas del departamento, el municipio de Bello ubica el 6% de ciudadanos y consultas del departamento.

En Valle del Cauca en el municipio de Cali se ubica el 47% de los ciudadanos que en el departamento hicieron consultas y este grupo hizo el 50% de las consultas.

9.6 Uso de los canales por departamento

DEPARTAMENTOS	CANAL DE ATENCION	%
BOGOTA_DC	Telefónico	89,1%
BOGOTA_DC	Chat SMS	6,3%
BOGOTA_DC	Chat Web	4,5%
BOGOTA_DC	Video Llamada	0,1%
Total		100,0%
ANTIOQUIA	Telefónico	84,0%

DEPARTAMENTOS	CANAL DE ATENCION	%
ANTIOQUIA	Chat SMS	10,7%
ANTIOQUIA	Chat Web	5,1%
ANTIOQUIA	Video Llamada	0,1%
Total		100,0%
VALLE	Telefónico	81,7%
VALLE	Chat SMS	11,7%
VALLE	Chat Web	6,4%
VALLE	Video Llamada	0,3%
Total		100,0%
ATLANTICO	Telefónico	81,4%
ATLANTICO	Chat SMS	13,5%
ATLANTICO	Chat Web	5,1%
ATLANTICO	Video Llamada	0,1%
Total		100,0%
BOLIVAR	Telefónico	78,5%
BOLIVAR	Chat SMS	14,4%
BOLIVAR	Chat Web	6,9%
BOLIVAR	Video Llamada	0,2%
Total		100,0%
SANTANDER	Telefónico	83,8%
SANTANDER	Chat SMS	10,4%
SANTANDER	Chat Web	5,7%
SANTANDER	Video Llamada	0,1%
Total		100,0%
CESAR	Telefónico	77,9%
CESAR	Chat SMS	14,3%
CESAR	Chat Web	7,3%
CESAR	Video Llamada	0,5%
Total		100,0%
NORTE DE SANTANDER	Telefónico	75,6%
NORTE DE SANTANDER	Chat SMS	15,6%
NORTE DE SANTANDER	Chat Web	8,7%
NORTE DE SANTANDER	Video Llamada	0,2%
Total		100,0%
MAGDALENA	Telefónico	82,8%
MAGDALENA	Chat SMS	11,5%
MAGDALENA	Chat Web	5,5%
MAGDALENA	Video Llamada	0,2%

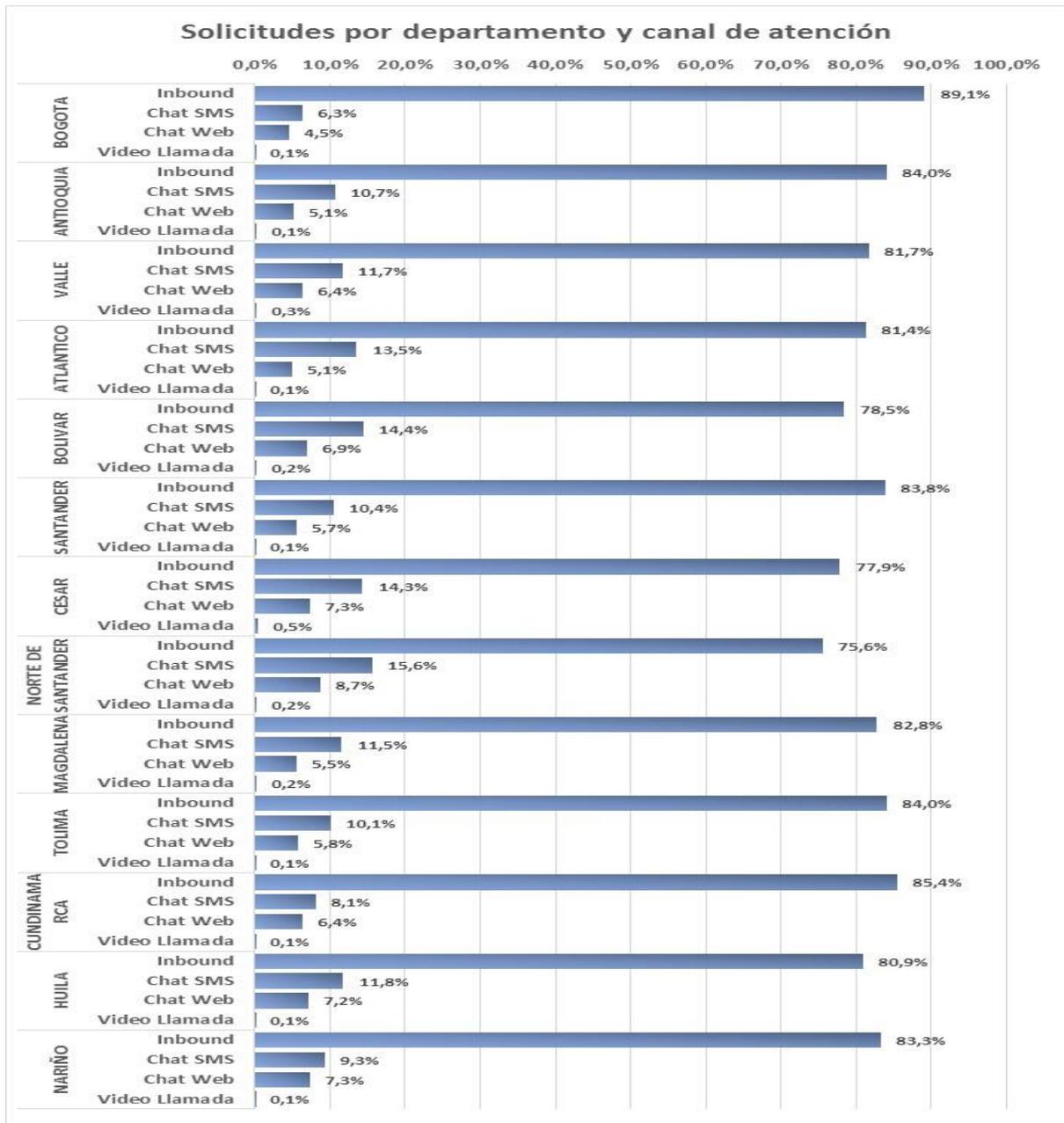
DEPARTAMENTOS	CANAL DE ATENCION	%
Total		100,0%
TOLIMA	Telefónico	84,0%
TOLIMA	Chat SMS	10,1%
TOLIMA	Chat Web	5,8%
TOLIMA	Video Llamada	0,1%
Total		100,0%
CUNDINAMARCA	Telefónico	85,4%
CUNDINAMARCA	Chat SMS	8,1%
CUNDINAMARCA	Chat Web	6,4%
CUNDINAMARCA	Video Llamada	0,1%
Total		100,0%
HUILA	Telefónico	80,9%
HUILA	Chat SMS	11,8%
HUILA	Chat Web	7,2%
HUILA	Video Llamada	0,1%
Total		100,0%
NARIÑO	Telefónico	83,3%
NARIÑO	Chat SMS	9,3%
NARIÑO	Chat Web	7,3%
NARIÑO	Video Llamada	0,1%
Total		100,0%
CORDOBA	Telefónico	84,4%
CORDOBA	Chat SMS	10,1%
CORDOBA	Chat Web	5,4%
CORDOBA	Video Llamada	0,1%
Total		100,0%
CAUCA	Telefónico	81,8%
CAUCA	Chat SMS	9,8%
CAUCA	Chat Web	8,2%
CAUCA	Video Llamada	0,2%
Total		100,0%
META	Telefónico	80,7%
META	Chat SMS	10,9%
META	Chat Web	8,2%
META	Video Llamada	0,2%
Total		100,0%
SUCRE	Telefónico	81,1%
SUCRE	Chat SMS	12,4%
SUCRE	Chat Web	6,4%
SUCRE	Video Llamada	0,2%

DEPARTAMENTOS	CANAL DE ATENCION	%
Total		100,0%
GUAJIRA	Telefónico	74,0%
GUAJIRA	Chat SMS	16,9%
GUAJIRA	Chat Web	9,0%
GUAJIRA	Video Llamada	0,1%
Total		100,0%
RISARALDA	Telefónico	81,3%
RISARALDA	Chat SMS	11,8%
RISARALDA	Chat Web	6,8%
RISARALDA	Video Llamada	0,1%
Total		100,0%
BOYACA	Telefónico	74,1%
BOYACA	Chat SMS	13,9%
BOYACA	Chat Web	11,9%
BOYACA	Video Llamada	0,2%
Total		100,0%
CHOCO	Telefónico	83,7%
CHOCO	Chat SMS	11,4%
CHOCO	Chat Web	4,7%
CHOCO	Video Llamada	0,2%
Total		100,0%
CALDAS	Telefónico	75,5%
CALDAS	Chat SMS	14,3%
CALDAS	Chat Web	10,0%
CALDAS	Video Llamada	0,2%
Total		100,0%
QUINDIO	Telefónico	76,1%
QUINDIO	Chat SMS	12,2%
QUINDIO	Chat Web	8,1%
QUINDIO	Video Llamada	3,6%
Total		100,0%
CAQUETA	Telefónico	81,1%
CAQUETA	Chat SMS	9,4%
CAQUETA	Chat Web	9,3%
CAQUETA	Video Llamada	0,2%
Total		100,0%
PUTUMAYO	Telefónico	77,9%
PUTUMAYO	Chat SMS	11,1%
PUTUMAYO	Chat Web	10,8%
PUTUMAYO	Video Llamada	0,2%

DEPARTAMENTOS	CANAL DE ATENCION	%
Total		100,0%
ARAUCA	Telefónico	87,4%
ARAUCA	Chat SMS	7,3%
ARAUCA	Chat Web	5,2%
ARAUCA	Video Llamada	0,1%
Total		100,0%
CASANARE	Telefónico	81,1%
CASANARE	Chat SMS	10,9%
CASANARE	Chat Web	7,8%
CASANARE	Video Llamada	0,2%
Total		100,0%
ARCHIPIELAGO DE SAN ANDRES	Telefónico	76,4%
ARCHIPIELAGO DE SAN ANDRES	Chat SMS	13,7%
ARCHIPIELAGO DE SAN ANDRES	Chat Web	9,9%
Total		100,0%
GUAVIARE	Telefónico	76,4%
GUAVIARE	Chat SMS	11,8%
GUAVIARE	Chat Web	11,8%
Total		100,0%
AMAZONAS	Telefónico	74,2%
AMAZONAS	Chat SMS	14,8%
AMAZONAS	Chat Web	10,9%
Total		100,0%
VICHADA	Telefónico	82,3%
VICHADA	Chat SMS	10,4%
VICHADA	Chat Web	7,3%
Total		100,0%
GUAINIA	Telefónico	83,3%
GUAINIA	Chat SMS	11,1%
GUAINIA	Chat Web	5,6%
Total		100,0%
VAUPES	Telefónico	55,6%
VAUPES	Chat SMS	25,9%
VAUPES	Chat Web	18,5%
Total		100,0%

En todos los departamentos sin excepción el canal más utilizado es el telefónico, el uso de este canal oscila entre el 55% en Vaupés y el 89% en Bogotá D.C., el siguiente canal más usado es el Chat SMS, luego chat web y por último el canal de video llamada excepto en el

Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, Guaviare, Amazonas, Vichada, Guainía y Vaupés, que no reportaron solicitudes por video llamada.



Se tomaron para el presente gráfico los departamentos más representativos, rangos mayores a diez mil (10.000) registros que corresponden al 85% del total de solicitudes y 13 departamentos.

9.7 Grupos de edad por departamento

DEPARTAMENTO	GRUPOS EDAD	%
BOGOTA D.C.	0 A 6 AÑOS	0,003%
	07 A 15 AÑOS	0,19%
	16 A 24 AÑOS	36,77%
	25 A 59 AÑOS	61,98%
	60 AÑOS Y MÁS	1,06%
Total		100,00%
ANTIOQUIA	07 A 15 AÑOS	0,14%
	16 A 24 AÑOS	48,16%
	25 A 59 AÑOS	50,18%
	60 AÑOS Y MÁS	1,52%
Total		100,00%
VALLE DEL CAUCA	07 A 15 AÑOS	0,16%
	16 A 24 AÑOS	42,35%
	25 A 59 AÑOS	55,94%
	60 AÑOS Y MÁS	1,55%
Total		100,00%
ATLANTICO	0 A 6 AÑOS	0,002%
	07 A 15 AÑOS	0,13%
	16 A 24 AÑOS	54,36%
	25 A 59 AÑOS	43,99%
	60 AÑOS Y MÁS	1,52%
Total		100,00%
BOLIVAR	07 A 15 AÑOS	0,10%
	16 A 24 AÑOS	50,04%
	25 A 59 AÑOS	48,18%
	60 AÑOS Y MÁS	1,68%
Total		100,00%
SANTANDER	0 A 6 AÑOS	0,00%
	07 A 15 AÑOS	0,13%
	16 A 24 AÑOS	55,29%
	25 A 59 AÑOS	43,55%
	60 AÑOS Y MÁS	1,03%
Total		100,00%

DEPARTAMENTO	GRUPOS EDAD	%
CESAR	0 A 6 AÑOS	0,01%
	07 A 15 AÑOS	0,11%
	16 A 24 AÑOS	56,17%
	25 A 59 AÑOS	42,36%
	60 AÑOS Y MÁS	1,36%
Total		100,00%
NORTE DE SANTANDER	07 A 15 AÑOS	0,14%
	16 A 24 AÑOS	63,37%
	25 A 59 AÑOS	35,86%
	60 AÑOS Y MÁS	0,64%
Total		100,00%
MAGDALENA	07 A 15 AÑOS	0,20%
	16 A 24 AÑOS	34,27%
	25 A 59 AÑOS	62,99%
	60 AÑOS Y MÁS	2,54%
Total		100,00%
TOLIMA	0 A 6 AÑOS	0,01%
	07 A 15 AÑOS	0,18%
	16 A 24 AÑOS	43,72%
	25 A 59 AÑOS	54,55%
	60 AÑOS Y MÁS	1,55%
Total		100,00%
CUNDINAMARCA	07 A 15 AÑOS	0,10%
	16 A 24 AÑOS	41,31%
	25 A 59 AÑOS	57,17%
	60 AÑOS Y MÁS	1,42%
Total		100,00%
HUILA	07 A 15 AÑOS	0,14%
	16 A 24 AÑOS	47,78%
	25 A 59 AÑOS	50,74%
	60 AÑOS Y MÁS	1,33%
Total		100,00%

DEPARTAMENTO	GRUPOS EDAD	%	DEPARTAMENTO	GRUPOS EDAD	%
NARIÑO	07 A 15 AÑOS	0,11%	BOYACA	07 A 15 AÑOS	0,08%
	16 A 24 AÑOS	35,73%		16 A 24 AÑOS	64,30%
	25 A 59 AÑOS	62,41%		25 A 59 AÑOS	35,05%
	60 AÑOS Y MÁS	1,74%		60 AÑOS Y MÁS	0,57%
Total		100,00%	Total		100,00%
CORDOBA	07 A 15 AÑOS	0,14%	CHOCO	07 A 15 AÑOS	0,13%
	16 A 24 AÑOS	37,35%		16 A 24 AÑOS	43,43%
	25 A 59 AÑOS	59,92%		25 A 59 AÑOS	54,38%
	60 AÑOS Y MÁS	2,59%		60 AÑOS Y MÁS	2,06%
Total		100,00%	Total		100,00%
CAUCA	07 A 15 AÑOS	0,20%	CALDAS	07 A 15 AÑOS	0,14%
	16 A 24 AÑOS	41,14%		16 A 24 AÑOS	60,71%
	25 A 59 AÑOS	57,17%		25 A 59 AÑOS	37,81%
	60 AÑOS Y MÁS	1,49%		60 AÑOS Y MÁS	1,34%
Total		100,00%	Total		100,00%
META	07 A 15 AÑOS	0,11%	QUINDIO	07 A 15 AÑOS	0,15%
	16 A 24 AÑOS	41,74%		16 A 24 AÑOS	62,98%
	25 A 59 AÑOS	56,84%		25 A 59 AÑOS	35,80%
	60 AÑOS Y MÁS	1,31%		60 AÑOS Y MÁS	1,07%
Total		100,00%	Total		100,00%
SUCRE	07 A 15 AÑOS	0,23%	CAQUETA	07 A 15 AÑOS	0,19%
	16 A 24 AÑOS	37,35%		16 A 24 AÑOS	48,60%
	25 A 59 AÑOS	59,98%		25 A 59 AÑOS	49,84%
	60 AÑOS Y MÁS	2,44%		60 AÑOS Y MÁS	1,37%
Total		100,00%	Total		100,00%
GUAJIRA	07 A 15 AÑOS	0,05%	PUTUMAYO	07 A 15 AÑOS	0,21%
	16 A 24 AÑOS	49,57%		16 A 24 AÑOS	45,00%
	25 A 59 AÑOS	48,73%		25 A 59 AÑOS	53,01%
	60 AÑOS Y MÁS	1,65%		60 AÑOS Y MÁS	1,78%
Total		100,00%	Total		100,00%
RISARALDA	07 A 15 AÑOS	0,16%	ARAUCA	07 A 15 AÑOS	0,11%
	16 A 24 AÑOS	54,25%		16 A 24 AÑOS	34,61%
	25 A 59 AÑOS	44,59%		25 A 59 AÑOS	64,25%
	60 AÑOS Y MÁS	1,00%		60 AÑOS Y MÁS	1,03%
Total		100,00%	Total		100,00%

DEPARTAMENTO	GRUPOS EDAD	%
CASANARE	07 A 15 AÑOS	0,17%
	16 A 24 AÑOS	39,48%
	25 A 59 AÑOS	59,10%
	60 AÑOS Y MÁS	1,25%
Total		100,00%
ARCHIPELAGO DE SAN ANDRES PROVIDENCIA Y SANTA CATALINA	16 A 24 AÑOS	54,25%
	25 A 59 AÑOS	43,87%
	60 AÑOS Y MÁS	1,89%
Total		100,00%
GUAVIARE	16 A 24 AÑOS	38,97%
	25 A 59 AÑOS	60,51%
	60 AÑOS Y MÁS	0,51%
Total		100,00%
AMAZONAS	0 A 6 AÑOS	0,78%
	16 A 24 AÑOS	36,72%
	25 A 59 AÑOS	58,59%
	60 AÑOS Y MÁS	3,91%
Total		100,00%

DEPARTAMENTO	GRUPOS EDAD	%
VICHADA	16 A 24 AÑOS	34,38%
	25 A 59 AÑOS	62,50%
	60 AÑOS Y MÁS	3,13%
Total		100,00%
GUAINIA	16 A 24 AÑOS	25,00%
	25 A 59 AÑOS	75,00%
Total		100,00%
VAUPES	16 A 24 AÑOS	22,22%
	25 A 59 AÑOS	77,78%
Total		100,00%

En Bogotá D.C., Antioquia, Valle del Cauca, Magdalena, Tolima, Cundinamarca y Huila la mayoría de los grupos de edad de ciudadanos que se comunicaron a través de alguno de los canales, está en el rango de 25 a 59 años de edad superando el 50% del total por departamento.

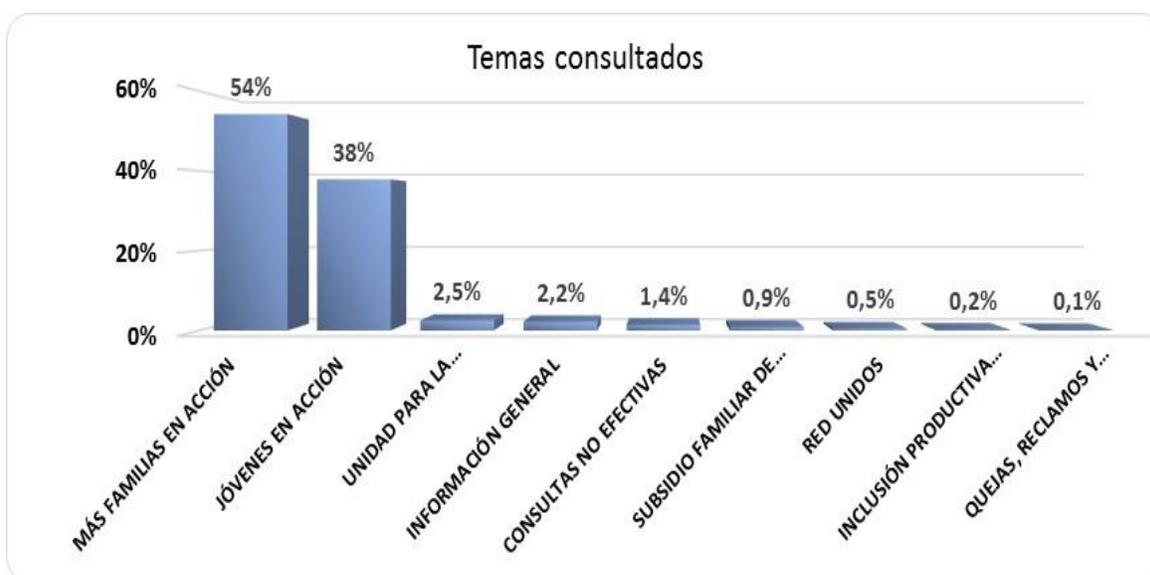
En Atlántico, Bolívar, Santander, Cesar, Norte de Santander, Guajira, Risaralda, Boyacá, Caldas, Quindío, Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, se encuentra que el mayor porcentaje de consultas está en el grupo de edad de 16 a 24 años.

9.8 Resultados generales por tema de la consulta

Los 431.193 ciudadanos que usaron los canales de atención hicieron una o más consultas de acuerdo a sus intereses; como se indicó anteriormente el número de consultas es de 946.345, porque algunos ciudadanos se comunicaron varias veces con la Entidad en diferentes fechas y reiteraron sus consultas o hicieron consultas distintas.

Los temas más consultados se clasifican según la siguiente tabla:

TEMAS CONSULTADOS	Total	%
MÁS FAMILIAS EN ACCIÓN	513.388	54%
JÓVENES EN ACCIÓN	358.419	38%
UNIDAD PARA LA ATENCIÓN Y REPARACIÓN INTEGRAL A LAS VÍCTIMAS	23.915	2,5%
INFORMACIÓN GENERAL	20.936	2,2%
CONSULTAS NO EFECTIVAS	13.624	1,4%
SUBSIDIO FAMILIAR DE VIVIENDA EN ESPECIE	8.597	0,9%
RED UNIDOS	4.535	0,5%
INCLUSIÓN PRODUCTIVA URBANA Y RURAL	1.941	0,2%
QUEJAS, RECLAMOS Y DENUNCIAS	990	0,1%
Total	946.345	100,0%



Se encuentra que los programas de Más Familias en Acción y Jóvenes en Acción son los más consultados por los ciudadanos a través de los canales de atención, con un 92% del total de las consultas realizadas en el año 2016, seguido por consultas referentes a reparación integral a víctimas con un 2,5% del total de solicitudes, pese a que este tema no corresponde directamente a Prosperidad Social sino a la Unidad para la Atención y Reparación Integral a las Víctimas.

Un 2,2% de las consultas generadas corresponden a solicitudes de información general referentes a los programas de Prosperidad Social y funciones de la Entidad.

Las consultas clasificadas como quejas reclamos y denuncias, solo corresponden a un 0.1% del total de consultas.

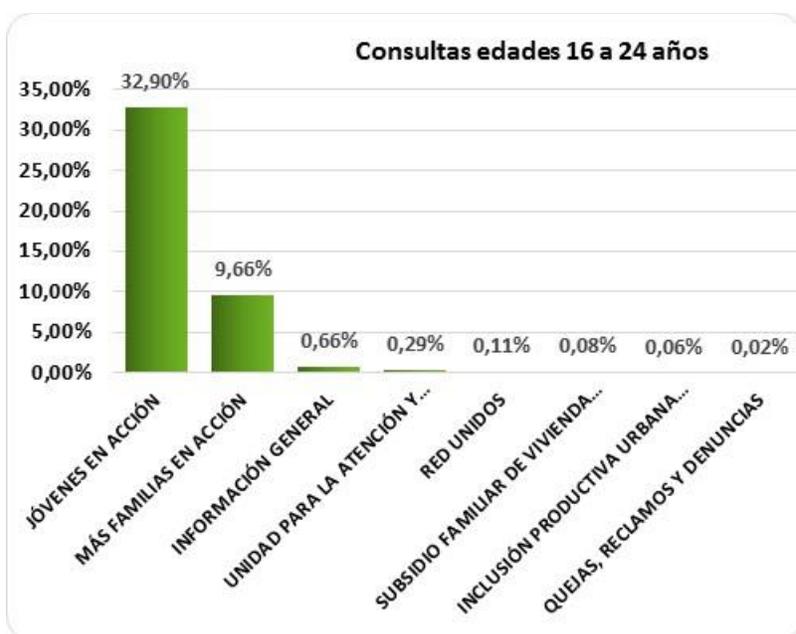
Un 1.4% de las consultas de los ciudadanos no fueron efectivas pues se comunicaron con la Entidad pero su solicitud no fue clara o terminaron la comunicación antes de realizar una consulta, estos registros se excluyen del análisis.

9.9 Temas consultados por grupos de edad

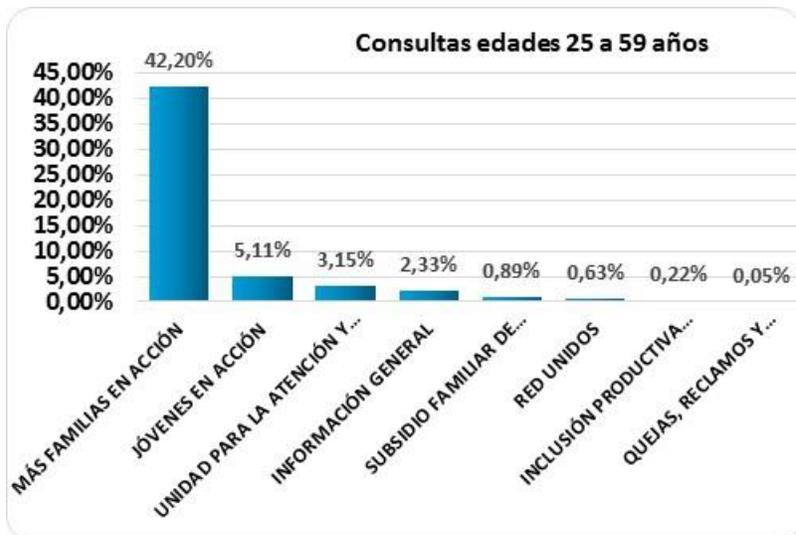
EDAD	TEMAS CONSULTADOS	Total	%
07 A 15 AÑOS	JÓVENES EN ACCIÓN	237	0,06%
	MÁS FAMILIAS EN ACCIÓN	224	0,05%
	INFORMACIÓN GENERAL	8	0,002%
	UNIDAD PARA LA ATENCIÓN Y REPARACIÓN INTEGRAL A LAS VÍCTIMAS	3	0,0007%
	SUBSIDIO FAMILIAR DE VIVIENDA EN ESPECIE	2	0,0005%
16 A 24 AÑOS	JÓVENES EN ACCIÓN	140.444	32,90%
	MÁS FAMILIAS EN ACCIÓN	41.252	9,66%
	INFORMACIÓN GENERAL	2.838	0,66%
	UNIDAD PARA LA ATENCIÓN Y REPARACIÓN INTEGRAL A LAS VÍCTIMAS	1.234	0,29%
	RED UNIDOS	462	0,11%
	SUBSIDIO FAMILIAR DE VIVIENDA EN ESPECIE	330	0,08%
	INCLUSIÓN PRODUCTIVA URBANA Y RURAL	271	0,06%
	QUEJAS, RECLAMOS Y DENUNCIAS	88	0,02%
25 A 59 AÑOS	MÁS FAMILIAS EN ACCIÓN	180.168	42,20%
	JÓVENES EN ACCIÓN	21.826	5,11%
	UNIDAD PARA LA ATENCIÓN Y REPARACIÓN INTEGRAL A LAS VÍCTIMAS	13.462	3,15%
	INFORMACIÓN GENERAL	9.928	2,33%
	SUBSIDIO FAMILIAR DE VIVIENDA EN ESPECIE	3.793	0,89%
	RED UNIDOS	2.686	0,63%
	INCLUSIÓN PRODUCTIVA URBANA Y RURAL	944	0,22%
	QUEJAS, RECLAMOS Y DENUNCIAS	207	0,05%
60 AÑOS EN ADELANTE	MÁS FAMILIAS EN ACCIÓN	3.244	0,76%
	UNIDAD PARA LA ATENCIÓN Y REPARACIÓN INTEGRAL A LAS VÍCTIMAS	1.551	0,36%
	INFORMACIÓN GENERAL	752	0,18%
	SUBSIDIO FAMILIAR DE VIVIENDA EN ESPECIE	462	0,11%
	JÓVENES EN ACCIÓN	382	0,09%
	INCLUSIÓN PRODUCTIVA URBANA Y RURAL	54	0,01%
	RED UNIDOS	41	0,01%
	QUEJAS, RECLAMOS Y DENUNCIAS	12	0,00%



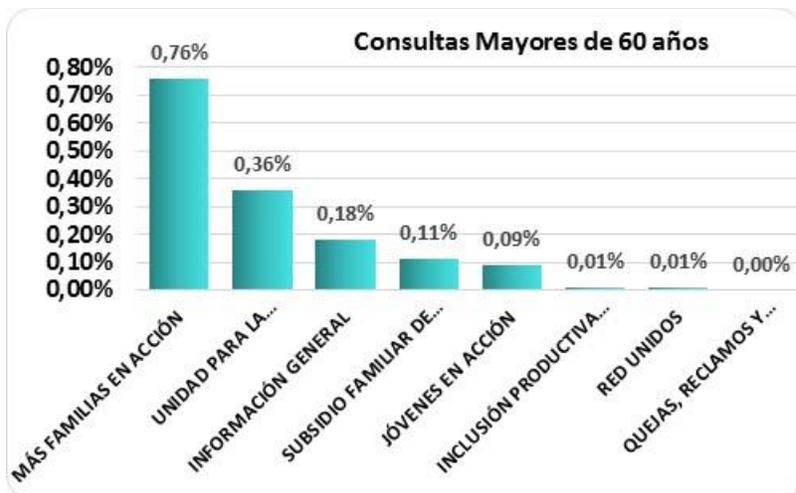
Se evidencia que en el grupo de 07 a 15 años que corresponde solamente al 0.11% del total de ciudadanos, se consulta más acerca de Jóvenes en Acción seguido del programa de Más Familias en Acción.



En el grupo de 16 a 24 años la mayoría de las consultas se refieren acerca del programa de Jóvenes en Acción correspondiente al 33% del total de consultas en el año 2016, lo cual es de esperarse pues el programa está focalizado para este grupo de edad, seguido del programa de Más Familias en Acción.



El grupo de edad de 25 a 59 años tiene una frecuencia mayor de consultas sobre el programa de Más Familias en Acción con el 42% del total de consultas en 2016, la frecuencia de consultas sobre el programa Jóvenes en Acción es substancialmente menor con el 5% del total de consultas.



El grupo de adultos mayores siendo el 1.5% del total de la población, pregunta principalmente por el programa de Más Familias en Acción y el segundo tema de interés de este grupo es atención y reparación integral a las víctimas.

9.10 Temas consultados por departamentos y Distrito Capital

DEPARTAMENTO	CONSULTAS	%	DEPARTAMENTO	CONSULTAS	%
BOGOTA D.C.	MÁS FAMILIAS EN ACCIÓN	12,85%	NORTE DE SANTANDER	JÓVENES EN ACCIÓN	2,30%
	JÓVENES EN ACCIÓN	5,71%		MÁS FAMILIAS EN ACCIÓN	1,18%
	INFORMACIÓN GENERAL	0,63%		INFORMACIÓN GENERAL	0,12%
	UNIDAD PARA LAS VÍCTIMAS	0,45%		UNIDAD PARA LAS VÍCTIMAS	0,06%
	SUBSIDIO FAMILIAR DE VIVIENDA EN ESPECIE	0,24%		RED UNIDOS	0,03%
	RED UNIDOS	0,12%		SUBSIDIO FAMILIAR DE VIVIENDA EN ESPECIE	0,02%
	QUEJAS, RECLAMOS Y DENUNCIAS	0,02%		QUEJAS, RECLAMOS Y DENUNCIAS	0,01%
ANTIOQUIA	MÁS FAMILIAS EN ACCIÓN	6,57%	MAGDALENA	MÁS FAMILIAS EN ACCIÓN	2,11%
	JÓVENES EN ACCIÓN	6,12%		JÓVENES EN ACCIÓN	0,93%
	UNIDAD PARA LAS VÍCTIMAS	0,97%		UNIDAD PARA LAS VÍCTIMAS	0,22%
	INFORMACIÓN GENERAL	0,39%		INFORMACIÓN GENERAL	0,10%
	SUBSIDIO FAMILIAR DE VIVIENDA EN ESPECIE	0,16%		SUBSIDIO FAMILIAR DE VIVIENDA EN ESPECIE	0,05%
	RED UNIDOS	0,09%		RED UNIDOS	0,02%
	QUEJAS, RECLAMOS Y DENUNCIAS	0,02%		QUEJAS, RECLAMOS Y DENUNCIAS	0,00%
VALLE DEL CAUCA	MÁS FAMILIAS EN ACCIÓN	5,33%	TOLIMA	MÁS FAMILIAS EN ACCIÓN	1,48%
	JÓVENES EN ACCIÓN	3,39%		JÓVENES EN ACCIÓN	1,07%
	UNIDAD PARA LAS VÍCTIMAS	0,44%		UNIDAD PARA LAS VÍCTIMAS	0,12%
	INFORMACIÓN GENERAL	0,29%		INFORMACIÓN GENERAL	0,09%
	SUBSIDIO FAMILIAR DE VIVIENDA EN ESPECIE	0,05%		SUBSIDIO FAMILIAR DE VIVIENDA EN ESPECIE	0,05%
	RED UNIDOS	0,04%		RED UNIDOS	0,02%
	QUEJAS, RECLAMOS Y DENUNCIAS	0,01%		QUEJAS, RECLAMOS Y DENUNCIAS	0,00%
ATLANTICO	JÓVENES EN ACCIÓN	5,07%	CUNDINAMARCA	MÁS FAMILIAS EN ACCIÓN	1,39%
	MÁS FAMILIAS EN ACCIÓN	3,46%		JÓVENES EN ACCIÓN	0,84%
	INFORMACIÓN GENERAL	0,42%		INFORMACIÓN GENERAL	0,12%
	UNIDAD PARA LAS VÍCTIMAS	0,17%		UNIDAD PARA LAS VÍCTIMAS	0,09%
	SUBSIDIO FAMILIAR DE VIVIENDA EN ESPECIE	0,10%		SUBSIDIO FAMILIAR DE VIVIENDA EN ESPECIE	0,04%
	RED UNIDOS	0,06%		RED UNIDOS	0,04%
	QUEJAS, RECLAMOS Y DENUNCIAS	0,01%		QUEJAS, RECLAMOS Y DENUNCIAS	0,01%
BOLIVAR	JÓVENES EN ACCIÓN	2,85%	HUILA	MÁS FAMILIAS EN ACCIÓN	1,20%
	MÁS FAMILIAS EN ACCIÓN	2,78%		JÓVENES EN ACCIÓN	0,92%
	UNIDAD PARA LAS VÍCTIMAS	0,21%		UNIDAD PARA LAS VÍCTIMAS	0,11%
	INFORMACIÓN GENERAL	0,17%		INFORMACIÓN GENERAL	0,07%
	SUBSIDIO FAMILIAR DE VIVIENDA EN ESPECIE	0,06%		RED UNIDOS	0,02%
	RED UNIDOS	0,02%		SUBSIDIO FAMILIAR DE VIVIENDA EN ESPECIE	0,01%
	QUEJAS, RECLAMOS Y DENUNCIAS	0,01%		QUEJAS, RECLAMOS Y DENUNCIAS	0,00%
SANTANDER	JÓVENES EN ACCIÓN	2,27%	NARIÑO	MÁS FAMILIAS EN ACCIÓN	1,35%
	MÁS FAMILIAS EN ACCIÓN	1,82%		JÓVENES EN ACCIÓN	0,66%
	UNIDAD PARA LAS VÍCTIMAS	0,14%		UNIDAD PARA LAS VÍCTIMAS	0,09%
	INFORMACIÓN GENERAL	0,13%		RED UNIDOS	0,07%
	SUBSIDIO FAMILIAR DE VIVIENDA EN ESPECIE	0,04%		INFORMACIÓN GENERAL	0,06%
	RED UNIDOS	0,04%		SUBSIDIO FAMILIAR DE VIVIENDA EN ESPECIE	0,01%
	QUEJAS, RECLAMOS Y DENUNCIAS	0,01%		QUEJAS, RECLAMOS Y DENUNCIAS	0,00%
CESAR	JÓVENES EN ACCIÓN	2,08%	CORDOBA	MÁS FAMILIAS EN ACCIÓN	1,21%
	MÁS FAMILIAS EN ACCIÓN	1,57%		JÓVENES EN ACCIÓN	0,64%
	UNIDAD PARA LAS VÍCTIMAS	0,17%		UNIDAD PARA LAS VÍCTIMAS	0,09%
	INFORMACIÓN GENERAL	0,09%		INFORMACIÓN GENERAL	0,07%
	SUBSIDIO FAMILIAR DE VIVIENDA EN ESPECIE	0,03%		RED UNIDOS	0,01%
	RED UNIDOS	0,01%		SUBSIDIO FAMILIAR DE VIVIENDA EN ESPECIE	0,01%
	QUEJAS, RECLAMOS Y DENUNCIAS	0,01%		QUEJAS, RECLAMOS Y DENUNCIAS	0,00%

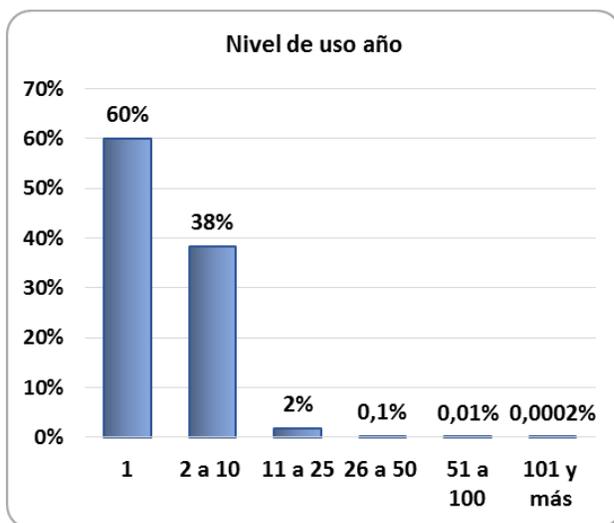
DEPARTAMENTO	CONSULTAS	%	DEPARTAMENTO	CONSULTAS	%
CAUCA	MÁS FAMILIAS EN ACCIÓN	1,14%	CALDAS	JÓVENES EN ACCIÓN	0,42%
	JÓVENES EN ACCIÓN	0,66%		MÁS FAMILIAS EN ACCIÓN	0,24%
	INFORMACIÓN GENERAL	0,09%		INFORMACIÓN GENERAL	0,03%
	UNIDAD PARA LAS VÍCTIMAS	0,09%		UNIDAD PARA LAS VÍCTIMAS	0,02%
	RED UNIDOS	0,03%		RED UNIDOS	0,01%
	SUBSIDIO FAMILIAR DE VIVIENDA EN ESPECIE	0,01%		SUBSIDIO FAMILIAR DE VIVIENDA EN ESPECIE	0,00%
	QUEJAS, RECLAMOS Y DENUNCIAS	0,00%		QUEJAS, RECLAMOS Y DENUNCIAS	0,00%
META	MÁS FAMILIAS EN ACCIÓN	0,83%	QUINDIO	JÓVENES EN ACCIÓN	0,44%
	JÓVENES EN ACCIÓN	0,58%		MÁS FAMILIAS EN ACCIÓN	0,18%
	UNIDAD PARA LAS VÍCTIMAS	0,10%		UNIDAD PARA LAS VÍCTIMAS	0,03%
	INFORMACIÓN GENERAL	0,09%		INFORMACIÓN GENERAL	0,02%
	RED UNIDOS	0,03%		RED UNIDOS	0,01%
	SUBSIDIO FAMILIAR DE VIVIENDA EN ESPECIE	0,01%		SUBSIDIO FAMILIAR DE VIVIENDA EN ESPECIE	0,01%
	QUEJAS, RECLAMOS Y DENUNCIAS	0,00%		QUEJAS, RECLAMOS Y DENUNCIAS	0,00%
SUCRE	MÁS FAMILIAS EN ACCIÓN	0,88%	CAQUETA	MÁS FAMILIAS EN ACCIÓN	0,31%
	JÓVENES EN ACCIÓN	0,47%		JÓVENES EN ACCIÓN	0,25%
	UNIDAD PARA LAS VÍCTIMAS	0,09%		UNIDAD PARA LAS VÍCTIMAS	0,05%
	INFORMACIÓN GENERAL	0,07%		INFORMACIÓN GENERAL	0,02%
	SUBSIDIO FAMILIAR DE VIVIENDA EN ESPECIE	0,02%		RED UNIDOS	0,02%
	RED UNIDOS	0,01%		SUBSIDIO FAMILIAR DE VIVIENDA EN ESPECIE	0,00%
	QUEJAS, RECLAMOS Y DENUNCIAS	0,00%		QUEJAS, RECLAMOS Y DENUNCIAS	0,00%
GUAJIRA	JÓVENES EN ACCIÓN	0,58%	PUTUMAYO	JÓVENES EN ACCIÓN	0,21%
	MÁS FAMILIAS EN ACCIÓN	0,50%		MÁS FAMILIAS EN ACCIÓN	0,19%
	UNIDAD PARA LAS VÍCTIMAS	0,08%		INFORMACIÓN GENERAL	0,05%
	INFORMACIÓN GENERAL	0,06%		UNIDAD PARA LAS VÍCTIMAS	0,03%
	SUBSIDIO FAMILIAR DE VIVIENDA EN ESPECIE	0,01%		RED UNIDOS	0,02%
	RED UNIDOS	0,01%		SUBSIDIO FAMILIAR DE VIVIENDA EN ESPECIE	0,01%
	QUEJAS, RECLAMOS Y DENUNCIAS	0,00%		QUEJAS, RECLAMOS Y DENUNCIAS	0,00%
RISARALDA	JÓVENES EN ACCIÓN	0,58%	ARAUCA	MÁS FAMILIAS EN ACCIÓN	0,26%
	MÁS FAMILIAS EN ACCIÓN	0,48%		JÓVENES EN ACCIÓN	0,09%
	UNIDAD PARA LAS VÍCTIMAS	0,04%		UNIDAD PARA LAS VÍCTIMAS	0,02%
	INFORMACIÓN GENERAL	0,04%		INFORMACIÓN GENERAL	0,01%
	SUBSIDIO FAMILIAR DE VIVIENDA EN ESPECIE	0,01%		RED UNIDOS	0,00%
	RED UNIDOS	0,01%		SUBSIDIO FAMILIAR DE VIVIENDA EN ESPECIE	0,00%
	QUEJAS, RECLAMOS Y DENUNCIAS	0,00%		QUEJAS, RECLAMOS Y DENUNCIAS	0,00%
BOYACA	JÓVENES EN ACCIÓN	0,66%	CASANARE	MÁS FAMILIAS EN ACCIÓN	0,19%
	MÁS FAMILIAS EN ACCIÓN	0,28%		JÓVENES EN ACCIÓN	0,13%
	RED UNIDOS	0,06%		INFORMACIÓN GENERAL	0,03%
	INFORMACIÓN GENERAL	0,05%		UNIDAD PARA LAS VÍCTIMAS	0,01%
	UNIDAD PARA LAS VÍCTIMAS	0,01%		RED UNIDOS	0,01%
	SUBSIDIO FAMILIAR DE VIVIENDA EN ESPECIE	0,00%		QUEJAS, RECLAMOS Y DENUNCIAS	0,00%
	QUEJAS, RECLAMOS Y DENUNCIAS	0,00%		SUBSIDIO FAMILIAR DE VIVIENDA EN ESPECIE	0,00%
CHOCO	MÁS FAMILIAS EN ACCIÓN	0,54%			
	JÓVENES EN ACCIÓN	0,35%			
	UNIDAD PARA LAS VÍCTIMAS	0,07%			
	INFORMACIÓN GENERAL	0,02%			
	SUBSIDIO FAMILIAR DE VIVIENDA EN ESPECIE	0,01%			
	RED UNIDOS	0,00%			
	QUEJAS, RECLAMOS Y DENUNCIAS	0,00%			

En Atlántico, Bolívar, Santander, Cesar, Norte de Santander, Guajira, Risaralda, Boyacá, Caldas, Quindío, Putumayo, la mayoría de los ciudadanos hicieron consultas sobre el programa de Jóvenes en Acción con el 40% del total, en el resto de departamentos se mantiene el tema de Más Familias en Acción como el tema más consultado en el centro de contacto, con el 50%, del total de las consultas.

9.11 Nivel de uso de los canales

Para calcular la variable comportamental “Nivel de Uso” se toma el total del universo de datos de 946.345 registros, filtrándolo por documento de identificación de cada uno de los 431.193 ciudadanos, y periodo (año y mes), con el fin de determinar cuántas veces en el mes un mismo ciudadano se comunicó con la Entidad, este cálculo es importante para el ejercicio de caracterización pues permite identificar los ciudadanos que son habituales o reiterativos.

Durante el año 2016 el total de ciudadanos 431.193 se comunicaron con la Entidad con la siguiente frecuencia:



Número de consultas	Ciudadanos	%
1	258.442	60%
2 a 10	164.758	38%
11 a 25	7.488	2%
26 a 50	476	0,1%
51 a 100	28	0,01%
101 y más	1	0,0002%
Total	431.193	100%

El 60% de los ciudadanos hicieron una única consulta durante el año, y 40% hicieron 2 o más consultas en el año así: 2 a 10 consultas el 38%, 11 a 25 consultas el 2%, se observa que 505 personas se comunicaron con la Entidad más de 26 veces en el año cada uno:

Si bien es cierto que algunos de los beneficiarios de los programas requieren comunicarse para actualizar datos o informarse sobre diferentes eventos como pago de incentivos, es importante revisar si la información que se está brindando es clara para estos ciudadanos.

10. Conclusiones y recomendaciones

El perfil de los ciudadanos que se comunicaron en 2016 a través de los canales, telefónico, chat SMS, chat web, y video llamada, tiene las siguientes características:

La mayoría están en el grupo de edad de 25 a 59 años con el 55%, seguido del grupo etario 16 a 24 años con el 44% del total, representando el 99% de la población atendida en el Centro de Contacto, el grupo de adulto mayor es de 1.5%.

El canal telefónico es el más utilizado por todos los grupos etarios en todos los departamentos, siendo el canal utilizado por el 87% del total de las solicitudes.

El 90% de ciudadanos, quienes hicieron el 92% de las consultas pertenecen a 16 de los 32 departamentos y Bogotá D.C., siendo los 5 primeros Bogotá D.C., Antioquia, Valle del Cauca, Atlántico, Bolívar, el municipio capital de cada departamento registra la mayor cantidad de solicitudes, en Bogotá D.C. es la localidad Ciudad Bolívar.

Los temas más consultados son Más Familias en Acción y Jóvenes en Acción, con un 92% del total de las consultas realizadas en el año 2016; en el grupo de edad de 25 a 59 años el principal tema es Más Familias en Acción, y en los grupos de 7 a 15 y 14 a 24 años el tema de más interés es Jóvenes en Acción, los adultos mayores consultan principalmente por el tema de Más Familias en Acción.

Las consultas clasificadas como quejas reclamos y denuncias, sólo corresponden a un 0.1% del total, esto se explica porque el ciudadano suele preferir el medio escrito para tener una evidencia física en este tipo de solicitudes.

En todos los departamentos y municipios más representativos se observa que el número de solicitudes es casi 3 veces el número de ciudadanos, el nivel de uso indica que 38% de los ciudadanos se comunicaron con la Entidad entre 2 y 10 veces, 2% correspondiente a 7.993 ciudadanos hicieron entre 11 y 50 consultas cada uno, y 29 personas (0.01%) hicieron entre 50 y 100 consultas, el 60% del total se comunicó solo 1 vez.

Las **recomendaciones** pueden agruparse en 3 categorías; mejora en el registro de las solicitudes de los canales y de los sistemas de información, para el caso, el CRM del Centro de Contacto; difusión y comunicación de los temas propios de Prosperidad Social, y fortalecimiento en los canales y/o campañas para los ciudadanos.

1. Mejora en el registro de las solicitudes, de los canales y de los sistemas de información

Uno de los inconvenientes identificados en el ejercicio, fue la calidad de los datos para trabajar, pues la base de datos de 2016 del CRM no había sido revisada ni se había realizado antes algún tipo de control de calidad de la información registrada, ni depurada durante el año pasado; considerando que esta información es insumo para mejoras en los canales de atención se recomienda realizar una revisión periódica, como mínimo cada tres meses durante el año, para detectar inconsistencias y evitar la información duplicada, porque es necesario que la información sea correcta y completa para evitar que la toma de decisiones que utilice esa fuente de información sea errónea.

La clasificación de los temas consultados por los ciudadanos para el año 2016, se tomó de la variable "Programa" de la base de datos CRM, y solo permitió una visión general de los

temas consultados por los ciudadanos, por ejemplo; Más Familias en Acción y Jóvenes en Acción, sin embargo las consultas sobre cada uno de estos programas son susceptibles de desagregarse o detallarse aún más (ej.: consultas por bancarización, fechas de pagos y otras) lo que manifiesta la necesidad de crear o tener actualizadas las variables en donde se registra la tipificación de las consultas que aunque en la estructura de la base de datos esta creada, no estaba parametrizada o no tenía valores para clasificar.

2. Difusión y comunicación de los temas propios de Prosperidad Social

Los temas más consultados por los ciudadanos fueron acerca de los programas Más Familias en Acción y Jóvenes en Acción con el 92% del total de las consultas, se hace necesario mantener actualizados las diferentes fuentes de información de la Entidad que informan sobre estos programas, como el sitio web, para que el ciudadano pueda acceder a esta información antes de tener que comunicarse con el Centro de Contacto por alguno de los canales.

De igual manera es importante la claridad en la información que las Direcciones misionales remiten a Participación Ciudadana para que desde el Centro de Contacto sea divulgada a la ciudadanía, toda vez que, si la misma se presta a interpretaciones, no se va a lograr el objetivo ideado para la difusión de la información y se prestará para que se colapsen los canales abriendo el paso a la recolección de datos errados.

Para los departamentos en donde se evidencio que el tema más consultado es Jóvenes en Acción donde el rango de edad de los ciudadanos está en el grupo de 16 a 24 años, es recomendable utilizar las redes sociales sólo para difundir información general acerca de los programas y la Entidad; sin embargo es de aclarar, que estas redes No son canales de recepción de Prosperidad Social y las peticiones deben solicitarse sólo a través de los canales controlados por la Entidad.

Hay un 30% de usuarios que reiteran en sus consultas, es decir que se comunican varias veces y hacen la misma consulta cada vez, una de las causas puede ser los cambios en la información que se da a los ciudadanos beneficiarios de los programas respecto, por ejemplo a fechas de pagos de incentivos, fechas de inscripción y otros; son mensajes de texto que los programas de Más Familias y Jóvenes en Acción solicitan que se envíen, pero posteriormente solicitan enviar otro mensaje con información diferente o contradictoria; esto obviamente genera confusión en los ciudadanos y mayores costos en el Centro de Contacto, por lo que se recomienda claridad en la información proporcionada por las Direcciones misionales a Participación Ciudadana para ser divulgadas a través de los diferentes canales.

3. Fortalecimiento en los canales y/o campañas para los ciudadanos

El canal más utilizado por los ciudadanos es el telefónico, por lo que debe garantizarse la disponibilidad permanente y una suficiente cantidad de agentes de atención en el Centro de Contacto, adicionalmente considerando que muchos de los ciudadanos que se comunican con la Entidad son población vulnerable se sugiere que el diseño y construcción del IVR (Interactive Voice Response), se haga pensando en este tipo de población, que requiere de un manejo sencillo, toda vez que, los temas tecnológicos no son de fácil utilización por ejemplo para los adultos mayores.

Es recomendable analizar la posibilidad de establecer otras variables en la base de datos CRM para recogerse cuando se comunica un ciudadano; por ejemplo la reiteración de llamadas por una misma consulta en un corto periodo de tiempo, que aunque a veces se espera que ocurran como en los casos en que hay pago de incentivos, permitiría revisar cuáles pueden ser las causas para que un ciudadano reitere en la misma consulta.

11. Trabajos citados

- Departamento Nacional de Planeación DNP, (2014). *Guía metodológica para la caracterización de ciudadanos, usuarios y grupos de interés*. Bogotá.
- Gobierno de Colombia, (2016). *Guía de caracterización de ciudadanos, usuarios e interesados*.
- Prosperidad Social, (2016). *Guía: protocolo de servicio al Ciudadano. código: G-AC-1 versión: 4*, Grupo Interno de Trabajo de Participación Ciudadana.
- Prosperidad Social, (2017). *Guía operativa para la caracterización de ciudadanos, usuarios e interesados. código: G-AC-2 versión: 2*, Grupo Interno de Trabajo de Participación Ciudadana.

Ficha Técnica de Caracterización			
Título:	Caracterización de Ciudadanos que se comunicaron con la Entidad a través de los canales Telefónico, Chat SMS, Chat Web y Video Llamada		
Fecha de elaboración:	Julio de 2017		
Objetivo general:	Identificar las características de los usuarios que se comunicaron con Prosperidad Social, a partir de los requerimientos realizadas por los mismos, a través de los canales Telefónico, Chat SMS, Chat Web, y Video Llamada durante el año 2016, con el fin de tener insumos que permitan hacer mejoras en la gestión de los canales y fortalecer la estrategia de atención multicanal de Prosperidad Social.		
Formato del documento:	Word y PDF	Lenguaje:	Español
Dependencia:	Grupo Interno de Trabajo de Participación Ciudadana		
Fuente de Información:	Base de datos del aplicativo CRM (Customer Relationship Management) Centro de Contacto		
Periodo de Medición:	Año 2016		
Estado:	Revisado		
Aprueba:	Martha Lucia Velasquez Prada Coordinadora Grupo Interno de Trabajo de Participación Ciudadana		

12. Anexo 1. Alcance y Objetivos

 PROSPERIDAD SOCIAL	IDENTIFICACIÓN DE OBJETIVO Y ALCANCE DEL EJERCICIO DE CARACTERIZACIÓN DE CIUDADANOS, USUARIOS E INTERESADOS				Código: F-AC-3
					Versión: 1
	PROCESO: Atención al Ciudadano				Fecha de aprobación: Agosto / 2017

Tipo de población que se va a caracterizar:	X	X	X		¿Cuál?
	Ciudadanos	Usuarios	Interesados	Otra Organización:	

Objetivo: Identificar las características de los usuarios que se comunicaron con Prosperidad Social, a partir de los requerimientos realizadas por los mismos, a través de los canales Telefónico, Chat SMS, Chat Web, y Video Llamada durante el año 2016, con el fin de tener insumos que permitan hacer mejoras en la gestión de estos canales y fortalecer la estrategia de atención multicanal de Prosperidad Social.	Alcance: El ejercicio de caracterización que se desarrolla, identifica las características de los ciudadanos que se encuentran ubicados en el territorio nacional, y que han hecho diversos requerimientos a prosperidad social en el año 2016 a través de los canales Telefónico, Chat SMS, Chat Web, y Video Llamada, con el fin de fortalecer la estrategia de atención a través de estos canales de Prosperidad Social.
---	--

Indique el (los) objetivo (s) del ejercicio de caracterización asociado a las Políticas de Desarrollo Administrativo:

Servicio al ciudadano	
Adecuar la oferta institucional	<input type="checkbox"/>
Diseñar o implementar un nuevo servicio	<input type="checkbox"/>
Adecuar procesos y procedimientos para la entrega de bienes y servicios	
Adecuar e implementar canales de atención	<input checked="" type="checkbox"/>
Otro ¿Cuál?	Garantizar el derecho al acceso de información
Participación ciudadana y rendición de cuentas	
Identificar las necesidades de los ciudadanos en materia de información	<input checked="" type="checkbox"/>
Diseñar acciones de diálogo (presencial y virtual) para el proceso de rendición de cuentas	
Identificar propuestas ciudadanas para la solución de problemas o innovación en la gestión	
Otro ¿Cuál?	Potenciar todos los mecanismos de divulgación de información (presenciales y virtuales)
Trámites	
Identificar características generales de la población objetivo de trámites y servicios para el registro en el Sistema Único de Información de Trámites (SUIT)	
Identificar características de la población objetivo de trámites y servicios para racionalizar, simplificar o automatizar trámites	
Otro ¿Cuál?	<input type="checkbox"/>
Gobierno en línea	
Adecuar la implementación de sistemas y tecnologías de la información	
Conocer expectativas y preferencias de los ciudadanos en materia de canales electrónicos	<input checked="" type="checkbox"/>
Otro ¿Cuál?	<input type="checkbox"/>

Líder y/o Dependencia que coordina el ejercicio de caracterización:	Grupo Interno de Trabajo de Participación Ciudadana
--	---