



PROSPERIDAD SOCIAL

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

Periodo I semestre de 2018

**Departamento Administrativo para la Prosperidad Social - Prosperidad Social
Grupo de Participación Ciudadana
Bogotá D.C., septiembre de 2018**



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	9
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	16
9.6 Uso de los canales por departamento	17
9.7 Grupos de edad por departamento.....	19
9.8 Resultados generales por tema de la consulta	20
9.9 Desagregación por Subtemas más consultados.....	21
9.10 Temas consultados por departamentos y Distrito Capital	23
10. Conclusiones y recomendaciones	24
11. Trabajos citados.....	25
12. Anexo 1. Alcance y Objetivos	27

1. Introducción

Prosperidad Social tiene como uno de sus objetivos estratégicos; fortalecer la comunicación estratégica y la participación ciudadana, con este fin cuenta con una estrategia multicanal: telefónico, presencial, virtual y móvil; a través de la cual los ciudadanos pueden interactuar de manera eficiente por el canal de su preferencia, para elevar diferentes requerimientos (PQRSD) y solicitudes de información en general.

La caracterización de usuarios consiste en la descripción de un conjunto de usuarios por medio de algunas variables demográficas, geográficas y de comportamiento con el fin de identificar sus cualidades, necesidades y motivaciones al acceder a uno de los canales.

Este ejercicio de caracterización se desarrolla a partir del análisis de los requerimientos recibidos por Prosperidad Social desde el primero de enero de 2018 hasta el 30 de Junio de 2018, de parte de ciudadanos que se comunicaron a través de los canales Telefónico, Chat SMS, Chat Web, y Video Llamada.

El ejercicio además de actualizar la información de las características de los ciudadanos y grupos de intereses que se comunican con la entidad a través de canales No presenciales, da insumos para mejorar la estrategia de servicio al ciudadano a través de la oferta y mejora de canales de atención y de información.

Para la elaboración de este, 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.anticorrupcion.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 usuarios que se encuentran ubicados en el territorio nacional, y que han hecho diversos requerimientos a Prosperidad Social en el primer semestre de 2018 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.

Este documento no contempla los grupos de valor relacionados con organismos de control, entidades públicas y servidores públicos de la entidad.

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 I - semestre de 2018, 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 más reiterativas 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.
4. Actualizar las características de los usuarios tomando como fuente los requerimientos recibidos en el primer semestre de 2018.

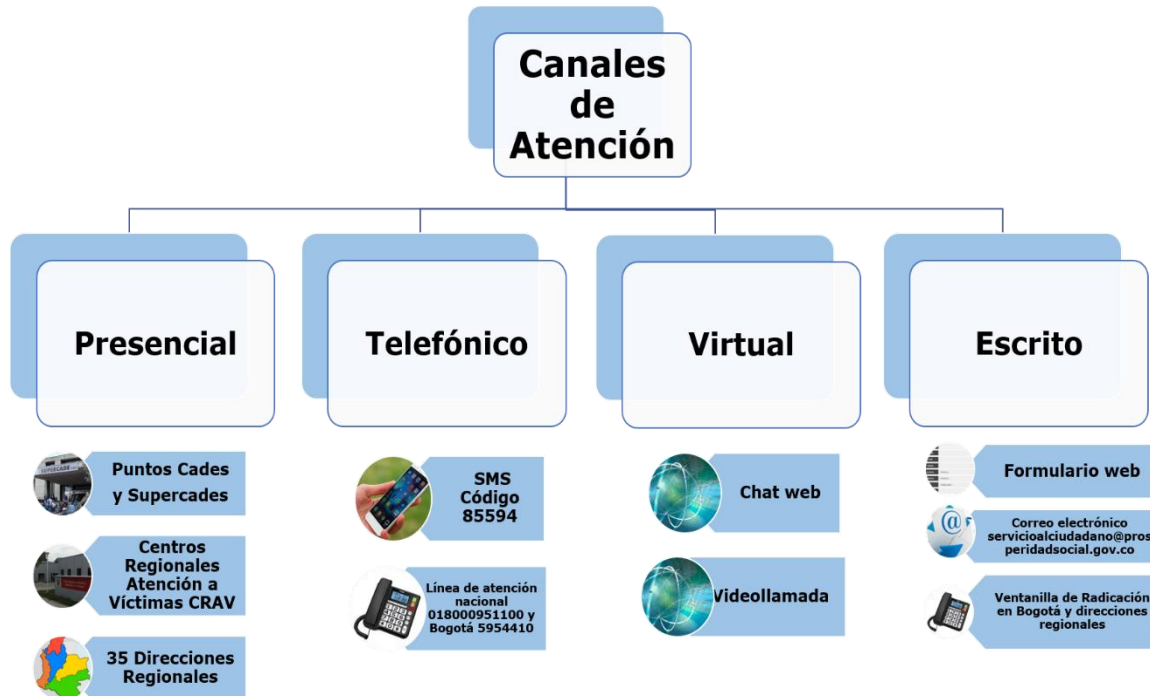
2.4 Periodo utilizado para la caracterización:

Desde el 1 de enero de 2018 hasta el 30 de junio de 2018.

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

3. Contextualización

La Entidad cuenta con varios canales de atención establecidos para la gestión oportuna de las PQRSD, de acuerdo con el gráfico siguiente² :



Para el presente ejercicio se identifican algunas características de los ciudadanos y grupos de interés que usaron los canales telefónico y virtual.

- **Canal telefónico**

La atención telefónica fija se presta en horario continuo de lunes a viernes de 8:00 am a 7:00 pm y sábados de 8:00 am a 1:00 pm, a través del Centro de Contacto Telefónico; se presta los siguientes servicios:

Llamadas de entrada: para la recepción de consultas peticiones, quejas, reclamos y denuncias.

Campañas de salida: son el medio a través del cual la Entidad transmite información, realiza convocatorias y/o aplica encuestas sobre los programas, directamente a los ciudadanos.

² Prosperidad Social, *Guía: Protocolo de Atención y Servicio al Ciudadano e Instituciones Cliente*, Código: G-PC-1 versión: 4, Grupo Interno de Trabajo de Participación Ciudadana, Bogotá, 2018, p. 11.



- **Telefónico Móvil**

Consiste en la comunicación entre el ciudadano y la Entidad que se da a través de un mensaje de texto - SMS y USSD, realizado a través de un teléfono celular. Cualquier tipo de celular se puede usar en este canal, el servicio es GRATUITO.

Outbound; El servicio consiste en la recepción de solicitudes y el envío masivo a través de mensajes de texto para transmitir orientación e información relacionada con temas de la oferta institucional, convocatorias, mensajes motivacionales y educativos con datos acordes a los objetivos de los programas.

El horario de atención de este canal es de lunes a viernes de 8:00 am a 7:00 pm y sábados de 8:00 am a 1:00 pm; a través del centro de contacto de Prosperidad Social.

- **Canal virtual**

Este canal consta de:

Chat web

Este mecanismo es de doble vía, los ciudadanos pueden entablar una conversación con Prosperidad Social ingresando al chat web a través de www.prosperidadsocial.gov.co en la sección Servicio al Ciudadano, es administrado por el Centro de Contacto Telefónico.

Video llamada

Mediante este mecanismo de doble vía para los ciudadanos, se busca que los mismos tengan contacto escrito y visual con Prosperidad Social a través de www.prosperidadsocial.gov.co en la sección Servicio al Ciudadano.

A través de cualquiera de estos se puede realizar alguna de las siguientes gestiones:

- Captura de información: encuestas, autorizaciones, confirmaciones, notificaciones.
- Consulta del estado de peticiones.
- Solicitud de información y orientación general de los programas.

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 incluyen 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

Para efectos de la presente caracterización, se toma como fuente de información: la base de datos del aplicativo CRM (Customer Relationship Management) administrada por el Centro de Contacto del Operador Américas BPS, en donde se registra y almacena la información de contacto de los ciudadanos como nombres, direcciones y números telefónicos, entre otros, además, mantiene un registro de la actividad del ciudadano en los canales telefónico, chat 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 recolección de la información se realiza en los días y horarios de atención al ciudadano, inicia con los datos recolectados por el operador de manera directa, desde el 1 de enero de 2018 al 30 de junio de 2018.



Las variables que identifican la interacción con el ciudadano y pueden usarse en el ejercicio son:

VARIABLE	DESCRIPCION	TIPO
IDCASO	Nro. ID Asignado por el CRM	De control
PRIMER_NOMBRE	Primer Nombre del ciudadano	De control
SEGUNDO_NOMBRE	Segundo Nombre del ciudadano	De control
PRIMER_APELLIDO	Primer Apellido del ciudadano	De control
SEGUNDO_APELLIDO	Segundo apellido del ciudadano	De control
TIPO_DOCUMENTO	Tipo de documento reportado por el ciudadano	Demográfica
IDENTIFICACIÓN	Número de identificación del ciudadano	Demográfica
FECHA DE NACIMIENTO	Día mes y año de nacimiento del ciudadano	Demográfica
EDAD	Edad actual del ciudadano	Demográfica
PAÍS	País de residencia del ciudadano	Geográfica
DEPARTAMENTO	Departamento de residencia del ciudadano	Geográfica
MUNICIPIO	Municipio de residencia del ciudadano	Geográfica
TELEFONO_FIJO	Número fijo de contacto ciudadano	De control
CELULAR	Número celular de contacto ciudadano	De control
CORREO_ELECTRÓNICO	E-mail del ciudadano	De control
DIRECCIÓN_RESIDENCIA	Dirección de residencia del ciudadano	De control
SUBDIRECCIONES PROSPERIDAD SOCIAL	Subdirecciones de Prosperidad Social u otra información	De control
DIRECCIÓN	Direcciones de Prosperidad Social	Intrínseca
TIPIFICACIÓN	Programas u oferta Prosperidad Social	De control
SUBTIPIFICACIÓN1	Información general de los programas u oferta Prosperidad Social	De control
SUBTIPIFICACIÓN2	Información general de los programas u oferta Prosperidad Social	De control
SUBTIPIFICACIÓN3	Información general de los programas u oferta Prosperidad Social	De control
CONSULTA	Solicitud o inquietud puntual del ciudadano	De comportamiento
RESPUESTA	Respuesta dada al ciudadano en cuanto a su solicitud	De control
CANAL_ATENCIÓN	Canal por el cual ingresa la solicitud del ciudadano, ejemplo: Inbound, outbound, chat web, sms, videollamada, Quisco	Intrínseca
ESTADO_DEL_CASO	Estado final de la solicitud del ciudadano, ejemplo: Resuelto, pendiente Back Office, Pendiente QRD o caso especial	De control
SMSCHAT	Verificar si el canal de atención fue chat SMS	Intrínseca

VARIABLE	DESCRIPCION	TIPO
DIA	Datos registro tipificación en CRM	De control
MES	Datos registro tipificación en CRM	De comportamiento
AÑO	Datos registro tipificación en CRM	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	0	1	1	1	0	3		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	
	Tipificación	1	1	1	1	0	4		
	Periodo de la consulta (día, mes)	1	1	1	1	0	4	X	
De comportamiento (persona natural)	Niveles de uso (indirecta, consultas por mes)	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 base de datos fuente, tiene originalmente un total de 912.772 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 puede versar sobre diferentes temas, y en el año un mismo ciudadano puede realizar varias consultas y por ende puede tener varios registros en la base de datos.

Se realizaron varios filtros para identificar los ciudadanos susceptibles de caracterizarse, pues existe un grupo de 16.174 personas que se registran como anónimos pues, o no dan

su información personal o la interacción se interrumpe antes de completar los datos, luego de la depuración se encuentra que el universo de datos de ciudadanos únicos corresponde a un total de 211.685 personas.

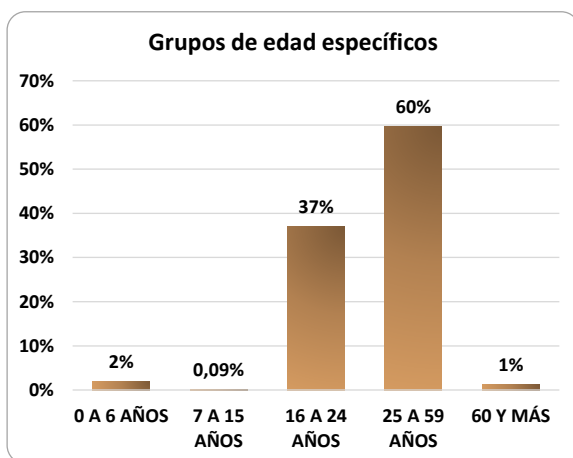
El valor de 211.685 es la cantidad de personas, que efectivamente se comunicaron con la Entidad e hicieron una o más consultas en el año; éste es el valor que se usará para trabajar las variables demográficas e intrínsecas.

Para la variable comportamental *Nivel de Uso* se toma el total del universo de datos 912.772 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.

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:



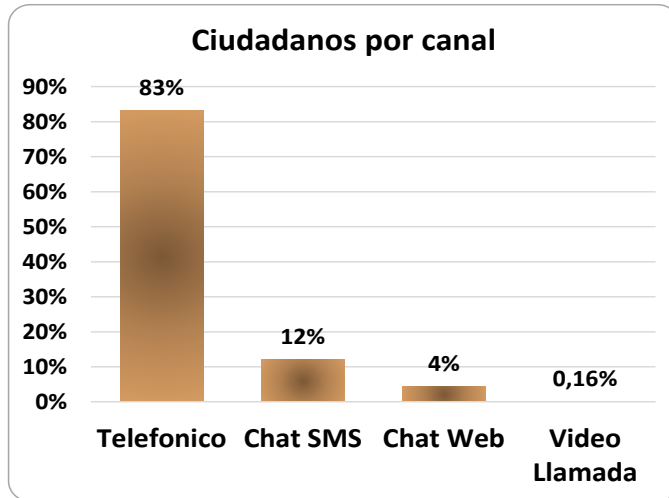
GRUPOS EDAD	Totales	%
0 A 6 AÑOS	4.209	2%
7 A 15 AÑOS	186	0,09%
16 A 24 AÑOS	78.196	37%
25 A 59 AÑOS	126.304	60%
60 Y MÁS	2.730	1%
Total	211.625	100%

El 60% 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 37% del total; estos dos grupos son los más representativos con el 97% 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.

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	174.950	83%
Chat SMS	25.396	12%
Chat Web	9.347	4%
Video Llamada	331	0,16%
Total	210.024	100%

Se evidencia que la mayoría de los ciudadanos accedieron por el canal telefónico, con 174.950 usuarios, equivalentes al 83%, seguido de chat SMS con el 12% que es mucho menor en comparación, chat web fue utilizado por el 4%, y el uso de video llamada solo por el 0.16%.

En cuanto al uso de más de un canal, el análisis de los datos mostro que 11.568 ciudadanos (6%) 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	198.523	94%
2 canales	11.051	5%
3 canales	513	0,24%
4 canales	4	0,002%
Total	210.091	100%

9.3 Resultados por canal de atención y grupos de edad.

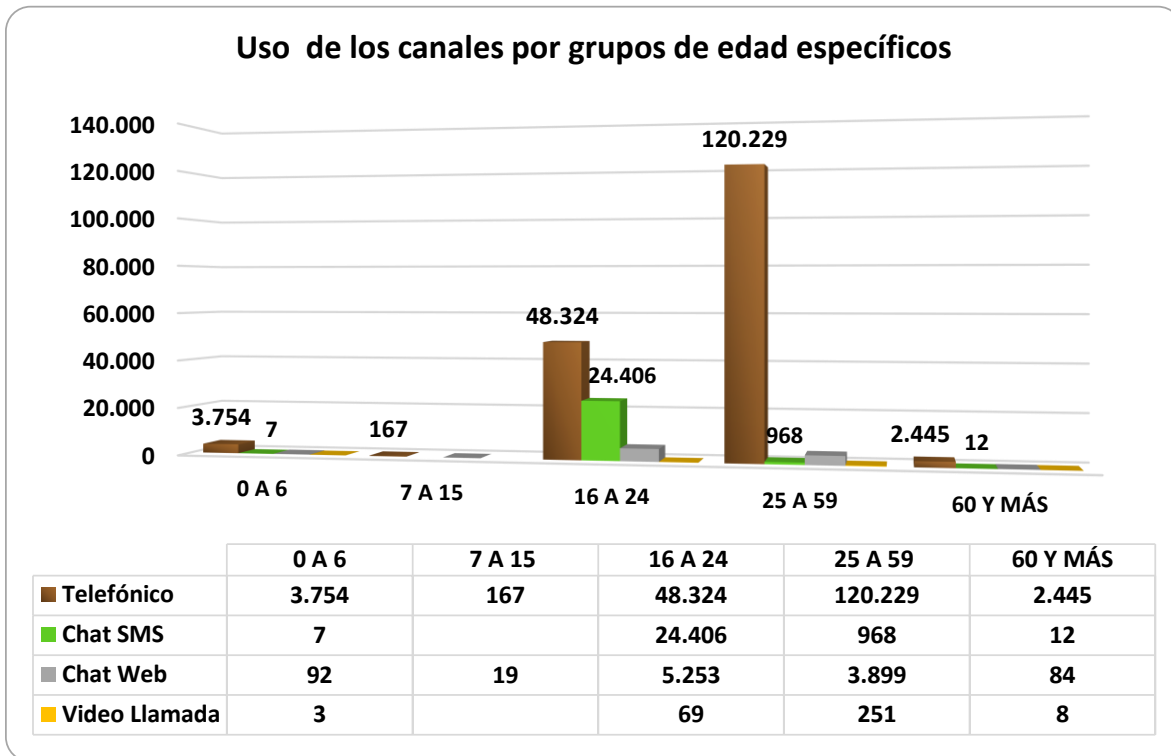
El cruce de las variables canales de atención por grupos de edad, indica que el canal más usado en todos los grupos de edad, es el telefónico, seguido por el Chat a través de



mensajes SMS en el grupo de 16 a 24 años y chat web en los grupos de 7 a 15, 25 a 59 y mayores de 60 años, no es muy usado el canal de video llamada.

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

Canales	GRUPOS DE EDAD (Años)										Totales
	0 A 6	%	7 A 15	%	16 A 24	%	25 A 59	%	60 Y MÁS	%	
Telefónico	3.754	97%	167	90%	48.324	62%	120.229	96%	2.445	96%	174.919
Chat SMS	7	0%		0%	24.406	31%	968	1%	12	0%	25.393
Chat Web	92	2%	19	10%	5.253	7%	3.899	3%	84	3%	9.347
Video Llamada	3	0%		0%	69	0%	251	0%	8	0%	331
Total	3.856	100%	186	100%	78.052	100%	125.347	100%	2.549	100%	209.990



9.4 Resultados generales por departamento

En la base de datos CRM, se registró durante el I semestre 2018 que se comunicaron 207.201 ciudadanos de todos los departamentos, los cuales en conjunto hicieron un total



de 906.438 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	%
BOGOTA DC	47.859	23%	299.132	33%
ANTIOQUIA	31.395	15%	126.702	14%
VALLE	21.898	11%	89.859	10%
ATLANTICO	15.242	7%	59.306	7%
BOLIVAR	11.047	5%	41.565	5%
MAGDALENA	8.191	4%	31.022	3%
SANTANDER	7.538	4%	30.625	3%
CESAR	6.943	3%	24.325	3%
CORDOBA	6.137	3%	21.129	2%
NORTE DE SANTANDER	5.967	3%	20.773	2%
CUNDINAMARCA	5.054	2%	19.741	2%
HUILA	4.644	2%	17.804	2%
NARIÑO	4.392	2%	15.989	2%
TOLIMA	4.312	2%	15.318	2%
CAUCA	3.411	2%	11.193	1%
SUCRE	3.352	2%	11.412	1%
META	3.184	2%	11.521	1%
CHOCO	3.183	2%	12.433	1%
GUAJIRA	2.930	1%	11.333	1%
RISARALDA	2.188	1%	7.675	1%
PUTUMAYO	1.601	1%	3.223	0%
CAQUETA	1.522	1%	5.217	1%
BOYACA	1.437	1%	4.078	0%
CALDAS	1.175	1%	3.872	0%
QUINDIO	811	0%	2.473	0%
CASANARE	767	0%	2.528	0%
ARAUCA	662	0%	2.052	0%
AMAZONAS	103	0%	3.304	0%
GUAVIARE	102	0%	349	0%
ARCHIPIELAGO DE SAN ANDRES	86	0%	285	0%
VICHADA	38	0%	95	0%
GUAINIA	18	0%	60	0%
VAUPES	12	0%	45	0%
Total	207.201	100%	906.438	100%

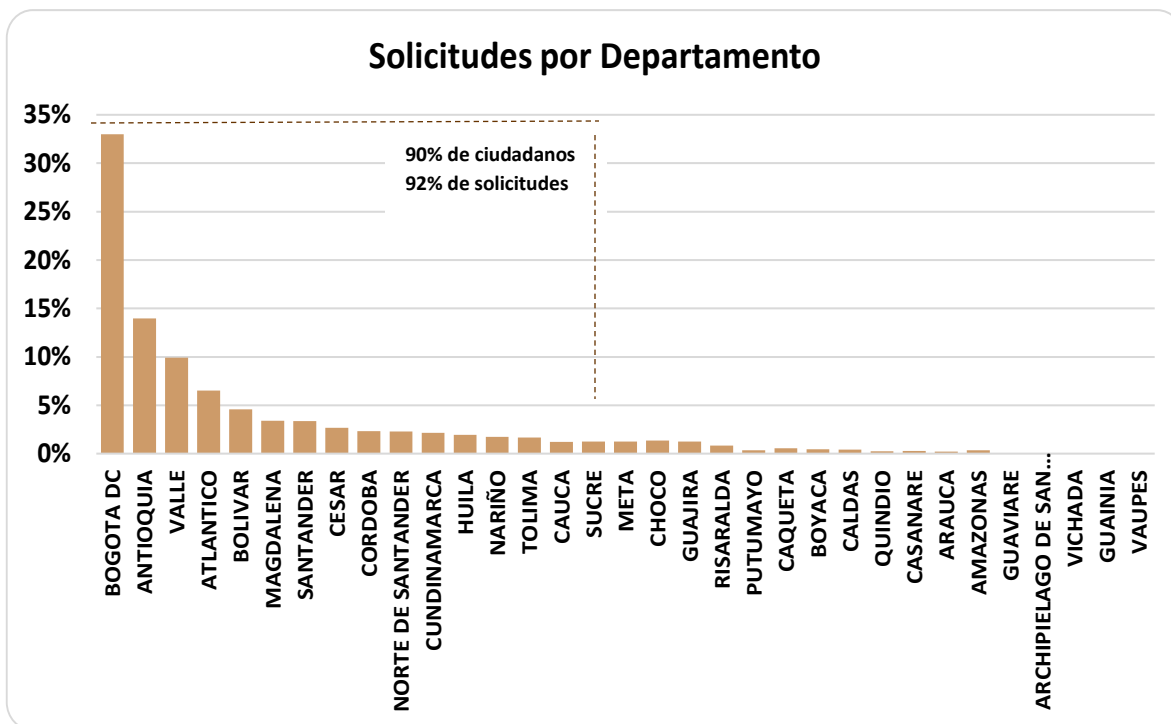


La segmentación por departamento indica que Bogotá D.C. registra la mayor cantidad de ciudadanos, con el 23% del total que se comunicaron a Prosperidad Social, este grupo a su vez hizo la mayor cantidad de solicitudes con el 33% del total.

En segundo lugar Antioquia con 15% de los ciudadanos y 14 % de las solicitudes, Valle del Cauca registra el 11% de los ciudadanos quienes en su conjunto hicieron el 10% del total de solicitudes.

Atlántico registra con 7% de los ciudadanos y 7% de las solicitudes en el año, Bolívar 5% de los ciudadanos y 5% de las solicitudes.

En conjunto los primeros cinco departamentos registran el 62% del total de usuarios y el 68% de las consultas respondidas.



Bogotá D.C., Antioquia, Valle, Atlántico, Bolívar, Magdalena, Santander, Cesar, Córdoba, Norte de Santander, Cundinamarca, Huila, Nariño, Tolima, Cauca, Sucre, (16 departamentos), registran el 90% de ciudadanos, quienes en I semestre de 2018 hicieron el 92% de las consultas.



9.5 Resultados generales por municipios más representativos

DEPARTAMENTO	MUNICIPIOS CON LA MAYOR CANTIDAD DE CONSULTAS	Total
ANTIOQUIA	MEDELLIN	20.468
VALLE	CALI	11.502
ATLANTICO	BARRANQUILLA	8.985
BOLIVAR	CARTAGENA	6.770
MAGDALENA	SANTA MARTA	4.458
CORDOBA	MONTERIA	4.105
NORTE DE SANTANDER	CUCUTA	4.032
CESAR	VALLEDUPAR	3.818
SANTANDER	BUCARAMANGA	3.139
HUILA	NEIVA	2.792
CUNDINAMARCA	SOACHA	2.650
TOLIMA	IBAGUE	2.602
CHOCO	QUIBDO	2.194
META	VILLAVICENCIO	2.158
NARIÑO	SAN ANDRES DE TUMACO	2.087
SUCRE	SINCELEJO	1.830
RISARALDA	PEREIRA	1.351
CAUCA	POPAYAN	1.334
CAQUETA	FLORENCIA	1.214
GUAJIRA	RIOHACHA	1.126
CALDAS	MANIZALES	650
PUTUMAYO	MOCOA	489
QUINDIO	ARMENIA	457
BOYACA	TUNJA	317
CASANARE	YOPAL	298
ARAUCA	ARAUCA	231
AMAZONAS	LETICIA	97
GUAVIARE	SAN JOSE DEL GUAVIARE	85
ARCHIPIELAGO DE SAN ANDRES	SAN ANDRES	77
VICHADA	PUERTO CARREÑO	20
GUAINIA	INIRIDA	16
VAUPES	MITU	12



BOGOTA POR LOCALIDADES

LOCALIDAD	ciudadanos que consultaron
CIUDAD BOLIVAR	8.818
BOSA	6.483
KENNEDY	5.400
USME	5.160
SUBA	3.510
RAFAEL URIBE URIBE	3.343
SAN CRISTOBAL	3.332
BOGOTA, D.C.	2.549
ENGATIVA	2.299
TUNJUELITO	1.441
USAQUEN	1.279
FONTIBON	944
SANTA FE	890
PUENTE ARANDA	647
CHAPINERO	417
LOS MARTIRES	373
BARRIOS UNIDOS	346
ANTONIO NARIÑO	266
TEUSAQUILLO	206
LA CANDELARIA	141
SUMAPAZ	15
Total	47.859

En Bogotá se encuentra que la localidad desde la cual se hizo la mayor cantidad de solicitudes es Ciudad Bolívar con el 8.818 ciudadanos, seguido de Bosa, Kennedy, Usme y Suba este grupo hizo en conjunto el 61% de las consultas en Bogotá D.C.

En los departamentos las ciudades principales registran la mayor cantidad de consultas con excepción de Nariño en donde San Andrés de Tumaco tiene la mayor cantidad, en Cundinamarca, Soacha tiene la mayor cantidad de consultas.

9.6 Uso de los canales por departamento

DEPARTAMENTO	Telefónico	Chat SMS	Chat Web	Video Llamada	Total
BOGOTA DC	43.754	2.781	1.141	2	47.678
ANTIOQUIA	27.569	2.539	1.180	7	31.295
VALLE	18.030	2.292	1.263	250	21.835



DEPARTAMENTO	Telefónico	Chat SMS	Chat Web	Video Llamada	Total
ATLANTICO	12.493	2.063	651	5	15.212
BOLIVAR	9.057	1.438	511	1	11.007
MAGDALENA	6.719	988	445	19	8.171
SANTANDER	6.521	622	375	2	7.520
CORDOBA	5.400	538	195	1	6.134
CESAR	5.388	1.056	407	23	6.874
CUNDINAMARCA	4.431	365	198	3	4.997
NORTE DE SANTANDER	4.337	1.097	492	1	5.927
HUILA	3.864	552	209	2	4.627
NARIÑO	3.588	528	254	2	4.372
TOLIMA	3.571	469	217	1	4.258
CHOCO	2.754	326	89	2	3.171
CAUCA	2.711	408	251	3	3.373
META	2.534	411	206	2	3.153
SUCRE	2.511	634	202		3.347
GUAJIRA	2.119	583	225		2.927
RISARALDA	1.797	237	144	2	2.180
CAQUETA	1.187	181	144		1.512
BOYACA	1.035	240	157		1.432
CALDAS	877	162	128	2	1.169
QUINDIO	633	110	62		805
PUTUMAYO	626	87	72		785
CASANARE	600	98	67		765
ARAUCA	542	81	37		660
AMAZONAS	91	7	3		101
GUAVIARE	85	11	5		101
ARCHIPIELAGO DE SAN ANDRES	68	13	5		86
VICHADA	35	2	1		38
GUAINIA	12	2	2		16
VAUPES	9		1		10
NO REGISTRA	2	4.473	8	1	4.484
Total	174.950	25.394	9.347	331	210.022



En todos los departamentos sin excepción el canal más utilizado es el telefónico, el siguiente canal más usado es el Chat SMS, luego chat web y por último el canal de video llamada, hay 14 departamentos que no reportaron solicitudes por video llamada. Se observa 4.473 ingresos por Chat SMS pero no registran departamentos, estos son ingresos que se terminaron antes de identificar la ubicación o que no quisieron dar este dato

9.7 Grupos de edad por departamento

DEPARTAMENTO	0 A 6 AÑOS	7 A 15 AÑOS	16 A 24 AÑOS	25 A 59 AÑOS	60 Y MÁS	Total
BOGOTA DC	620	42	13.101	33.601	482	47.846
ANTIOQUIA	817	33	10.281	19.869	389	31.389
VALLE	434	23	7.129	13.982	326	21.894
ATLANTICO	165	25	6.597	8.230	224	15.241
BOLIVAR	204	8	4.273	6.365	196	11.046
MAGDALENA	199	3	2.554	5.259	175	8.190
CORDOBA	92	6	1.510	4.387	141	6.136
SANTANDER	115	8	3.367	3.996	50	7.536
CUNDINAMARCA	104	5	1.657	3.233	54	5.053
CESAR	171	4	3.570	3.132	65	6.942
NARIÑO	78	2	1.371	2.872	69	4.392
HUILA	96	4	1.779	2.708	55	4.642
NORTE DE SANTANDER	63	4	3.447	2.415	36	5.965
TOLIMA	133	8	1.745	2.364	58	4.308
CAUCA	125	2	1.282	1.938	63	3.410
CHOCO	83		1.204	1.849	46	3.182
META	122	1	1.190	1.833	37	3.183
SUCRE	120	1	1.407	1.766	58	3.352
GUAJIRA	59	4	1.535	1.295	37	2.930
RISARALDA	40	1	1.059	1.068	20	2.188
PUTUMAYO	190		344	955	98	1.587
CAQUETA	61		731	717	13	1.522
BOYACA	18	1	876	534	8	1.437
CALDAS	34		616	516	9	1.175
CASANARE	15		285	458	8	766
ARAUCA	17		229	413	3	662
QUINDIO	19	1	437	344	8	809
GUAVIARE	6		34	62		102
AMAZONAS	4		39	59	1	103
ARCHIPIELAGO DE SAN ANDRES	2		44	40		86
VICHADA	1		19	18		38

DEPARTAMENTO	0 A 6 AÑOS	7 A 15 AÑOS	16 A 24 AÑOS	25 A 59 AÑOS	60 Y MÁS	Total
GUAINIA			5	12	1	18
VAUPES	2		2	8		12
NO REGISTRA			4.477	6		4.483
Total	4.209	186	78.196	126.304	2.730	211.625

En Bogotá D.C., Antioquia, Valle del Cauca, Atlántico, Bolívar, 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 Cesar, Norte de Santander, Guajira, Boyacá, Caldas, Quindío, Archipiélago de San Andrés, se encuentra que el mayor porcentaje de consultas está en el grupo de edad de 16 a 24 años.

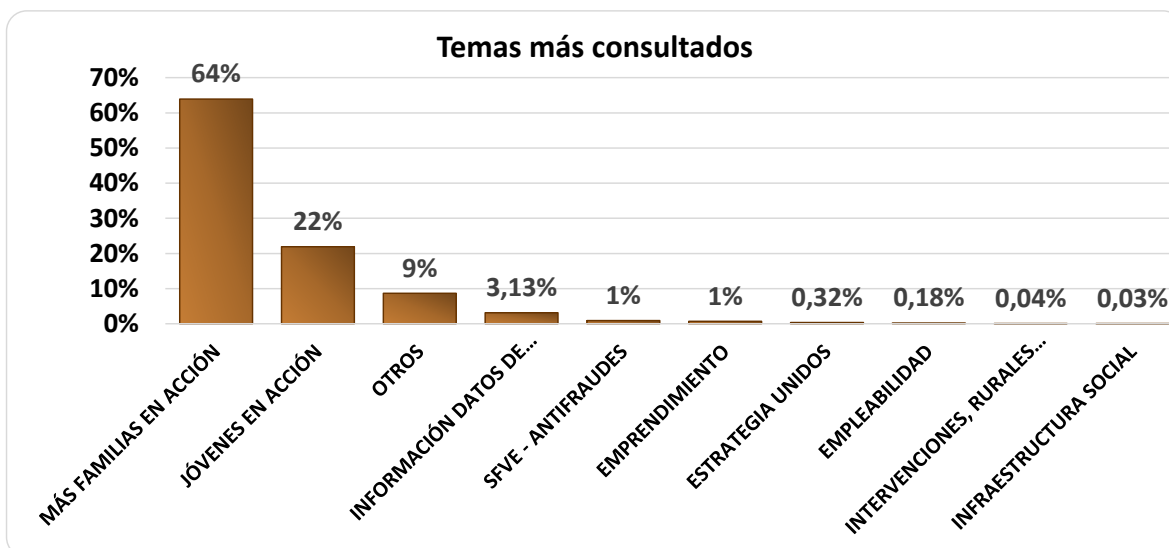
9.8 Resultados generales por tema de la consulta

Los 211.685 ciudadanos que usaron los canales de atención hicieron una o más consultas de acuerdo a sus intereses; algunos ciudadanos se comunicaron varias veces con la Entidad en diferentes fechas y reiteraron sus consultas o hicieron consultas distintas.

Los temas **más consultados** de estos ciudadanos se clasifican según la siguiente tabla:

TEMA GENERAL	TOTAL	%
MÁS FAMILIAS EN ACCIÓN	135.334	64%
JÓVENES EN ACCIÓN	46.425	22%
OTROS	18.428	9%
INFORMACIÓN DATOS DE CONTACTO DE LA ENTIDAD	6.621	3,13%
SFVE - ANTIFRAUDES	1.974	1%
EMPRENDIMIENTO	1.537	1%
ESTRATEGIA UNIDOS	676	0,32%
EMPLEABILIDAD	390	0,18%
INTERVENCIONES, RURALES INTEGRALES IRI	86	0,04%
INFRAESTRUCTURA SOCIAL	62	0,03%
MEJORAMIENTO DE VIVIENDA	50	0,02%
QRD	32	0,02%
SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIÓN	31	0,01%
INFORMACIÓN GENERAL	29	0,01%
MAPA SOCIAL	5	0,002%
COOPERACIÓN INTERNACIONAL Y DONACIONES	5	0,002%

TEMA GENERAL	TOTAL	%
TOTAL	211.685	100%



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 86% del total de las consultas realizadas en el I semestre de 2018, seguido por consultas referentes a otros temas correspondientes a solicitudes de información general referentes a los programas de Prosperidad Social y funciones de la Entidad con el 9%, y datos de contacto de la Entidad con un 3% del total de solicitudes, estos 4 representan el 98% del total de consultas.

Las consultas clasificadas como quejas reclamos y denuncias, solo corresponden a un 0.02% del total de consultas, pues estas no se registran en estos canales sino en Delta.

9.9 Desagregación por Subtemas más consultados

TEMA GENERAL	SUBTEMA	TOTAL
MÁS FAMILIAS EN ACCIÓN	NOVEDADES	57.465
	TRANSFERENCIAS MONETARIAS	42.901
	INSCRIPCIONES SISBEN METODOLOGÍA III	10.160
	COMPROMISOS	7.788
	INFORMACIÓN GENERAL DEL PROGRAMA	6.028
	INSCRIPCIONES FAMILIAS DESPLAZADAS	4.059
	DIRECCIONAMIENTO DAVIPLATA	3.075



TEMA GENERAL	SUBTEMA	TOTAL
	DIRECCIONAMIENTO BANCO AGRARIO	1.807
	SUSPENSIÓN PREVENTIVA	1.413
	INSCRIPCIONES FAMILIAS RED UNIDOS	254
	BANCARIZACIÓN	232
	INSCRIPCIONES FAMILIAS INDIGENAS	128
	OTROS	24
JÓVENES EN ACCIÓN	PRE -REGISTRO	12.401
	TRANSFERENCIA DE INCENTIVOS	9.159
	ACTUALIZACIÓN DE DATOS	9.055
	NOVEDADES	5.545
	INFORMACIÓN GENERAL	4.955
	¿QUÉ ES?	3.652
	DIRECCIONAMIENTO DAVIPLATA	793
	INFORMACIÓN CÓDIGO DE PROGRAMA	439
	COBERTURA	245
	INFORMACIÓN PROMEDIOS PERMANENCIA Y EXCELENCIA IES	64
	DIRECCIONAMIENTO BANCO AGRARIO	49
	BANCARIZACIÓN	46
	OTROS	22
INTERVENCIONES, RURALES INTEGRALES IRI	FEST	72
	FAMILIAS RURALES	9
	IRACA	5
INFRAESTRUCTURA SOCIAL	OTROS	62
INFORMACIÓN GENERAL	OTROS	29
INFORMACIÓN DATOS DE CONTACTO DE LA ENTIDAD	OTROS	6.621
ESTRATEGIA UNIDOS	INFORMACIÓN GENERAL ESTRATEGIA UNIDOS	500
	INSCRIPCIONES	106
	INFORMACIÓN SOBRE COGESTORES	67
	REQUISITOS	3
EMPLEABILIDAD	EMPLEO PARA LA PROSPERIDAD	370
	EMPLEO TEMPORAL	20



TEMA GENERAL	SUBTEMA	TOTAL
COOPERACIÓN INTERNACIONAL Y DONACIONES	OTROS	5
SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIÓN	OTROS	31
EMPREDIMIENTO	MI NEGOCIO	1.502
	PRODUCIENDO POR MI FUTURO	35
SFVE - ANTIFRAUDES	INFORMACIÓN SOBRE POTENCIAL	1.195
	INFORMACIÓN GENERAL	558
	RESULTADO DE POSTULACIÓN	157
	¿CÓMO ME PUEDO INSCRIBIR?	64
QRD	OTROS	32
OTROS	OTROS	18.428
MEJORAMIENTO DE VIVIENDA	OTROS	50
MAPA SOCIAL	OTROS	5
TOTAL		211.685

En Familias en acción los temas más consultados fueron novedades de los beneficiarios y transferencias monetarias, en Jóvenes en Acción fueron pre-registros, transferencia de incentivos y actualización de datos.

9.10 Temas consultados por departamentos y Distrito Capital

DEPARTAMENTO	MÁS FAMILIAS EN ACCIÓN	JÓVENES EN ACCIÓN
BOGOTA DC	36.807	7.055
ANTIOQUIA	21.356	6.214
VALLE	15.272	3.952
ATLANTICO	8.587	4.805
BOLIVAR	6.922	2.751
MAGDALENA	5.655	1.295
CORDOBA	4.834	760
SANTANDER	4.318	2.521
CUNDINAMARCA	3.326	994
CESAR	3.312	2.699
NARIÑO	3.055	779
HUILA	3.023	1.004
NORTE DE SANTANDER	2.509	2.632
TOLIMA	2.450	1.265
META	1.990	663
CAUCA	1.986	840

DEPARTAMENTO	MÁS FAMILIAS EN ACCIÓN	JÓVENES EN ACCIÓN
CHOCO	1.907	820
SUCRE	1.855	781
GUAJIRA	1.322	1.065
RISARALDA	1.170	768
CAQUETA	775	494
CALDAS	521	487
BOYACA	494	790
ARAUCA	476	97
CASANARE	461	201
PUTUMAYO	395	229
QUINDIO	322	340
GUAVIARE	61	17
AMAZONAS	59	34
ARCHIPIELAGO DE SAN ANDRES PROVIDENCIA Y SANTA CATALINA	45	34
VICHADA	20	13
GUAINIA	12	1
NO REGISTRA	7	1
VAUPES	6	2
Total	135.310	46.403

Con excepción de Boyacá y Quindío en donde el tema más consultado fue Jóvenes en Acción, en el resto de departamentos el tema de Más Familias en Acción es el más consultado en el centro de contacto, a través de canales no presenciales..

10. Conclusiones y recomendaciones

El perfil de los ciudadanos que se comunicaron en el primer semestre de 2018 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 seguido del grupo etario de 16 a 24 años, representando el 97% de la población atendida en el Centro de Contacto, el grupo de adulto mayor es de 1%.

El canal telefónico es el más utilizado por todos los grupos etarios en todos los departamentos, siendo el canal utilizado en el 83% del total de las solicitudes.

El 90% de ciudadanos, quienes hicieron el 92% de las consultas pertenecen a 16 de los 32 departamentos y son Bogotá D.C., Antioquia, Valle, Atlántico, Bolívar, Magdalena, Santander, Cesar, Córdoba, Norte de Santander, Cundinamarca, Huila, Nariño, Tolima, Cauca, Sucre,, el municipio capital de cada departamento registra la mayor cantidad de



solicitudes con excepción de Nariño en donde es Tumaco, en Bogotá D.C. es la localidad Ciudad Bolívar.

Los temas más consultados son Más Familias en Acción y Jóvenes en Acción, con un 86% del total de las consultas realizadas en I de 2018;

Las consultas clasificadas como quejas reclamos y denuncias, sólo corresponden a un 0.02% del total, esto se explica porque el ciudadano suele preferir el medio escrito para tener una evidencia física en este tipo de solicitudes y estas se registran en Delta.

En todos los departamentos y municipios más representativos se observa que el número de solicitudes es más de 3 veces el número de ciudadanos, esto indica que la mayoría de los ciudadanos se comunicaron con la Entidad más de una vez; entre 2 y 20 veces

Los temas más consultados por los ciudadanos fueron acerca de los programas Más Familias en Acción y Jóvenes en Acción, 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 estos programas 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 y a la reiteración en las consultas de ciudadanos, es decir que se comunican varias veces y hacen la misma consulta cada vez; por lo que se recomienda claridad en la información proporcionada por los programas a Participación Ciudadana para ser divulgadas a través de los diferentes canales.

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.

Considerando que la información del CRM es insumo para mejoras en los canales de atención se recomienda realizar una revisión periódica, como mínimo cada seis 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.

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, (2018). *Guía: Protocolo de Atención y Servicio al Ciudadano e Instituciones Cliente*, Código: G-PC-1 versión: 4, Grupo Interno de Trabajo de Participación Ciudadana, Bogotá, 2018, p. 11.
- 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.



12. Anexo 1. Alcance y Objetivos

	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: Caracterizar a los usuarios que se comunicaron con Prosperidad Social, a través de los canales Telefónico, Chat SMS, Chat Web, y Video Llamada durante el I - semestre de 2018, 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, identifica las características de los ciudadanos que se encuentran ubicados en el territorio nacional, y que han hecho diversos requerimientos a prosperidad social solo en el primer I - semestre de 2018 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.
---	--

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="text"/>
Diseñar o implementar un nuevo servicio	<input type="text"/>
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="text"/>
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="text"/>

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