



**La equidad
es de todos**

**Prosperidad
Social**

Caracterización de ciudadanos que hicieron solicitudes a Prosperidad Social a través de los canales de atención

Periodo - II Semestre de 2021

**Departamento Administrativo para la Prosperidad Social - Prosperidad Social
Grupo de Participación Ciudadana
Bogotá D.C., mayo de 2022**



Contenido

1.	Introducción	4
2.	Aspectos generales.....	5
2.1	Alcance	5
2.2	Objetivo general.....	5
2.3	Objetivos específicos.....	5
2.4	Periodo utilizado para la caracterización:	5
3.	Contextualización	6
4.	Tipos o categorías de variables requeridas.....	8
5.	Fuentes de información y metodología de captura	8
5.1	Canal Presencial	8
5.2	Canal Telefónico y Virtual.....	9
6.	Identificación y Selección de Variables	9
6.1	Canal Presencial	9
6.2	Canal Telefónico y Virtual.....	11
7.	Premisas para el análisis de información	12
7.1	Canal Presencial	12
7.2	Canal Telefónico y Virtual.....	13
8.	Resultados del ejercicio de caracterización del Canal Presencial	13
8.1	Resultados generales por Edad, Género y Escolaridad	13
8.2	Resultados generales por atención preferencial	16
8.3	Resultados generales por departamento (Regional originador).....	18
8.4	Resultados generales por programa - tema de la solicitud.....	20
8.5	Resultados del uso del canal de atención, según periodo de tiempo.....	21
8.6	Nivel de uso del Canal Presencial.....	21
9.	Resultados del ejercicio de caracterización del Canal Telefónico y Virtual	22
9.1	Resultados generales por grupos de edad	22
9.2	Resultados generales por canal de atención.....	23
9.3	Resultados generales por departamento.....	23
9.4	Uso de los canales por departamento	25



**La equidad
es de todos**

**Prosperidad
Social**

9.5 Resultados generales por tema de la consulta	26
9.6 Resultados del uso del canal por programa o tema consultado	27
9.7 Resultados del uso del canal según periodo de tiempo.....	28
10. Conclusiones y recomendaciones	28
11. Trabajos citados	30
12. Anexo 1. Alcance y Objetivos	31



1. Introducción

Prosperidad Social tiene como uno de sus objetivos estratégicos; fortalecer la comunicación y la participación ciudadana, con este fin cuenta con una estrategia de atención multicanal: presencial, telefónico, virtual y escrito; 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 los usuarios de los canales de atención que son en su mayoría ciudadanos en general y beneficiarios de los programas de la Entidad, parte de la necesidad de conocer sus atributos principales, para implementar acciones de mejora en la atención. El ejercicio permite determinar condiciones particulares de los usuarios, por medio de variables demográficas, geográficas y de comportamiento logrando de este modo identificar, ubicar y definir sus características principales.

Este ejercicio de caracterización se desarrolla a partir del análisis de los requerimientos recibidos por Prosperidad Social desde el primero de julio de 2021 hasta el 31 de diciembre de 2021, de parte de ciudadanos que se comunicaron a través de los canales Presencial, Telefónico y virtual, (Chat SMS, Chat Web, y Video Llamada), como insumo principal para el desarrollo del análisis, se tomaron los datos obtenidos de los registros del sistema de Gestión de la Relación con el Cliente (CRM) y los registros de atención presencial de la herramienta DELTA.

El ejercicio además de actualizar la información de las características de los grupos de valor 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 informe, se utilizó como guía metodológica la “Guía para la caracterización de grupos de valor y grupos de interés – G-PC-2”, la cual fue adaptada del documento original hecho por el Departamento Nacional de Planeación (DNP) a partir de la Ley de Transparencia.

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.



2. Aspectos generales

2.1 Alcance

El ejercicio de caracterización que se desarrolla identifica las principales características de los ciudadanos que se encuentran ubicados en el territorio nacional, y que han hecho algunos requerimientos a Prosperidad Social en el segundo semestre de 2021, a través de los diversos puntos de atención del canal presencial de la Entidad y los canales telefónico y virtual, con el fin de fortalecer la estrategia de atención a través de estos canales.

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 características de los usuarios que se comunicaron con Prosperidad Social, a partir de los requerimientos realizados por los mismos, a través de los canales presencial, telefónico y virtual durante el II - semestre de 2021, 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 más reiterativas 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 segundo semestre de 2021.
5. Identificar los medios más eficaces para el envío de campañas de información por parte de los programas misionales.

2.4 Periodo utilizado para la caracterización:

Desde el 1 de julio de 2021 hasta el 31 de diciembre de 2021.

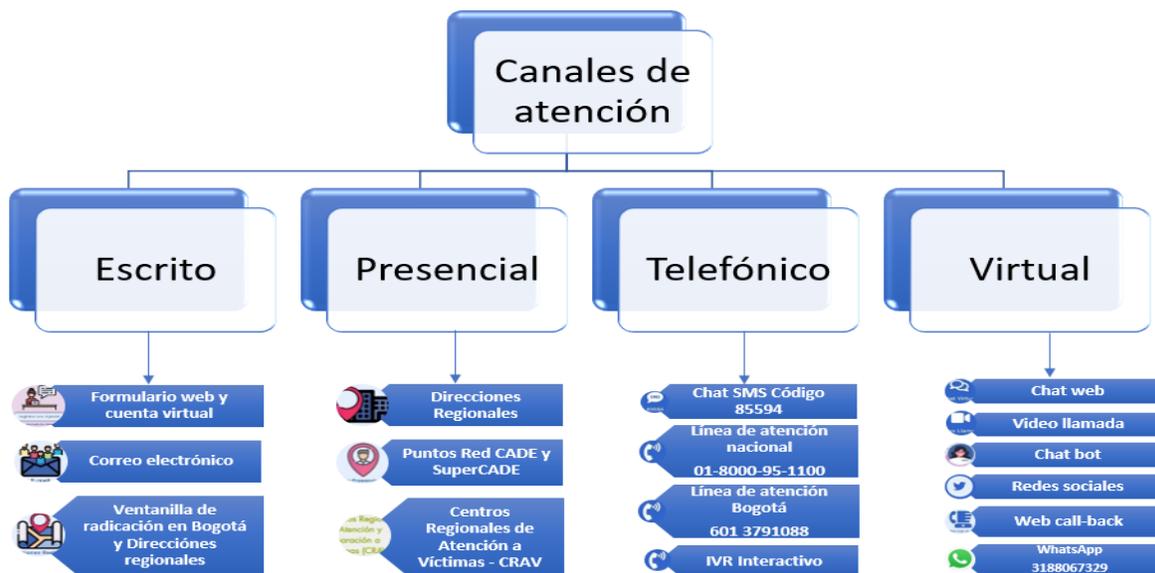
Este ejercicio cumple con 4 políticas enfocadas al desarrollo administrativo. Ver anexo 1.



3. Contextualización

Prosperidad Social cuenta con cuatro canales de atención que facilitan la interacción del ciudadano con la Entidad¹:

- Canal presencial
- Canal telefónico
- Canal virtual
- Canal escrito



Para efectos del ejercicio se revisarán el canal presencial, telefónico y virtual.

• Canal presencial

La atención presencial, es la acción mediante la cual los ciudadanos establecen una interacción física y directa con el servidor público para solicitar información, trámites y servicios, orientación y asistencia relacionada con el quehacer de la Entidad y el Estado.

En este canal se atiende al ciudadano mediante la comunicación verbal en un Primer nivel de atención y se registra su solicitud. Si la petición no se resuelve en el Primer nivel, se eleva a un Segundo nivel. Este canal está conformado por los siguientes puntos de atención:

¹ Prosperidad Social, Guía: Protocolo de Atención y Servicio al Ciudadano, Código: G-PC-1 versión: 6, Grupo Interno de Trabajo de Participación Ciudadana, Bogotá, 2019.



- Las 35 Direcciones Regionales del Departamento Administrativo para la Prosperidad Social.
- Los Puntos de Red CADE y SuperCADE en Bogotá.
- Los Centros Regionales de Atención a Víctimas — CRAV con los cuales tenga convenio la Entidad.

En las Direcciones Regionales se reciben las peticiones presenciales para el registro en el Sistema de Gestión Documental DELTA.

- **Canal telefónico**

La atención telefónica se presta de forma continua de lunes a viernes en el horario de 8:00 am a 6:00 pm y sábados de 8:00 am a 1:00 pm, a través del operador de Centro de Contacto, mediante los siguientes servicios:

- Llamadas de entrada: para la recepción de peticiones, quejas, reclamos, sugerencias, denuncias y felicitaciones.
- Campañas de salida: son el medio de comunicación a través del cual la Entidad transmite información, realiza convocatorias o aplica encuestas sobre los programas, directamente a los ciudadanos. Para realizar una campaña de salida es básico contar con el protocolo de llamada y la base de datos de los ciudadanos: nombres y apellidos, tipo y número del documento de identidad, municipio y departamento, número telefónico fijo y celular.
- Telefónico Móvil: consiste en la comunicación bidireccional entre el ciudadano y Prosperidad Social que se da a través de un mensaje de texto – SMS al código 85594, realizado a través de un teléfono celular, el servicio es gratuito.

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 estratégicos acordes a los objetivos de los programas, entre otros.

- **Canal virtual**

Este canal está conformado por los medios de atención virtual que pueden utilizar los ciudadanos para el acceso a la información de manera clara, oportuna y completa. Los mecanismos o medios, dispuestos de este canal, cuentan con la misma capacidad, efectividad y formalidad en la respuesta que los demás canales de atención antes citados son:

Chat web: consiste en la comunicación mediante mensajes escritos entre una persona de Prosperidad Social encargada de brindar atención y un ciudadano que se conecte desde un dispositivo con acceso a la red a través de la página web de la entidad.

Video llamada: Mediante este mecanismo los ciudadanos tienen contacto escrito y visual con Prosperidad Social a través de una aplicación en la página web de la entidad.



Chat Bot: es un chat automatizado a través de un programa que entabla una conversación escrita con los usuarios mediante texto, contiene opciones de respuestas para preguntas puntuales que puedan ser extraídas de una base de datos.

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 el género, 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 Prosperidad Social.

5. Fuentes de información y metodología de captura

5.1 Canal Presencial

La información utilizada en el ejercicio de caracterización se tomó de la base de datos del segundo semestre de 2021 del módulo de peticiones del Sistema de gestión Documental DELTA, en donde se registra y almacena la información de las atenciones presenciales.



En los puntos de atención se atienden temas de Familias en Acción, Jóvenes en Acción, Ingreso Solidario, Compensación del IVA y en general consultas de todos los programas.

DELTA mantiene información geográfica y demográfica uniforme de los ciudadanos, tales como nombres, departamento, edad, entre otros, además, mantiene un registro del tema y clasificación de la solicitud.

5.2 Canal Telefónico y Virtual

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 durante el segundo semestre 2021, 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. Identificación y Selección de Variables

6.1 Canal Presencial

La base de datos de DELTA contiene la información básica de los usuarios que hicieron solicitudes de manera presencial en el segundo semestre de 2021, para el ejercicio de caracterización se revisaron 12 del total de 46 variables de la base de datos, que se podían aplicar a la caracterización y finalmente se seleccionaron 11 variables, teniendo en cuenta que algunas de las variables son variables de control como el ID de cada registro y no se utilizan.

Priorización de las variables

Como lo señala la *“Guía de caracterización de grupos de valor y grupos de interés”*, 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	Departamento	1	1	1	1	0	4	X	
	Municipio	1	1	1	1	0	4	X	
	Zona de Residencia	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	
	Tipo de solicitante	1	1	1	1	0	4	X	
	Edad	1	1	1	0	1	4	X	
	Escolaridad	1	1	1	0	1	4	X	
	Género	1	1	1	1	0	4	X	
Intrínseca (persona natural)	Atención Preferencial	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 para el canal presencial:

Categoría	Variable
Geográfica	Departamento
	Municipio
Demográfica	Tipo de solicitante
	Tipo de documento de identificación
	Edad
	Escolaridad
	Número de documento de identificación
	Genero
Intrínseca	Atención Preferencial
	Tema de consulta
De comportamiento	Uso del canal de atención, por mes



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 y establecer la cantidad de ciudadanos individuales que efectivamente se comunicaron con la Entidad.

La variable nivel de uso hace referencia a la frecuencia con la que el ciudadano se pone en contacto 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 (mes) establecido.

6.2 Canal Telefónico y Virtual

La recolección de la información en la base de datos 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 julio de 2021 al 31 de diciembre de 2021.

Para el ejercicio de caracterización se revisaron 10 del total de 30 variables de la base de datos del CRM, que se podían aplicar a la caracterización y finalmente se seleccionaron 7 variables, teniendo en cuenta que algunas de las variables son variables de control como el ID de cada registro.

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 PARA EL CANAL TELEFÓNICO Y VIRTUAL:

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

7. Premisas para el análisis de información

7.1 Canal Presencial

En el sistema de gestión documental DELTA se registraron las solicitudes hechas en los puntos de atención del canal presencial de Prosperidad Social por los ciudadanos durante el segundo semestre de 2021 a nivel nacional y en CADES en Bogotá.

Se hizo un primer filtro por número de documento de identificación para identificar el número de ciudadanos que hicieron solicitudes, considerando que un mismo ciudadano puede hacer varias solicitudes en diferentes momentos.

Base de Datos	Descripción	Registros totales solicitudes Presenciales	Solicitudes Presenciales por ciudadano único
DELTA	Base de datos de solicitudes ingresadas al sistema DELTA en el segundo semestre de 2021	77.301	47.023

Del universo de datos de 77.301 registros que son las solicitudes registradas para el canal presencial, se hizo la selección por número de cedula que arrojó un total de 47.023 registros únicos que son el objeto de análisis para la presente caracterización de canal presencial, este volumen de registros corresponde a las consultas realizadas por 47.023 ciudadanos únicos que efectivamente hicieron una o más consultas presenciales en el semestre; éste es el valor que se usará para trabajar las variables demográficas e intrínsecas.

Para la variable comportamental *Nivel de Uso* se filtra 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.



7.2 Canal Telefónico y Virtual

La base de datos del CRM para el periodo II - 2021 tiene un total de 2.143.505 registros, esta cantidad 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 semestre 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, y luego de la depuración se encuentra que el universo de datos de ciudadanos únicos corresponde a un total de 1.501.698 personas.

Base de Datos	Descripción	Registros totales solicitudes	Ciudadanos caracterizados únicos
CRM	Base de datos del aplicativo CRM (Customer Relationship Management), registros del segundo semestre de 2021.	2.143.505	1.501.698

El valor de 1.501.698 es la cantidad de personas que se comunicaron con la Entidad e hicieron una o más consultas en el semestre; 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 2.143.505 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.

8. Resultados del ejercicio de caracterización del Canal Presencial

8.1 Resultados generales por Edad, Género y Escolaridad

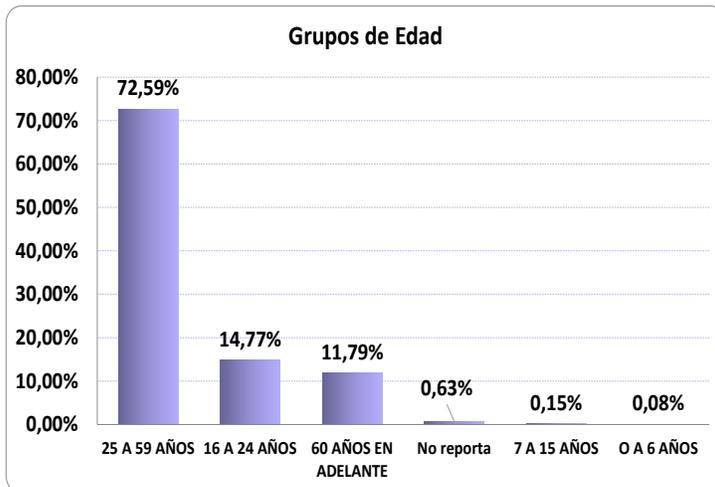
Edad

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

- 0 a 6 años
- 7 a 15 años
- 16 a 24 años
- 25 a 59 años
- 60 años en adelante



Se encuentra que:

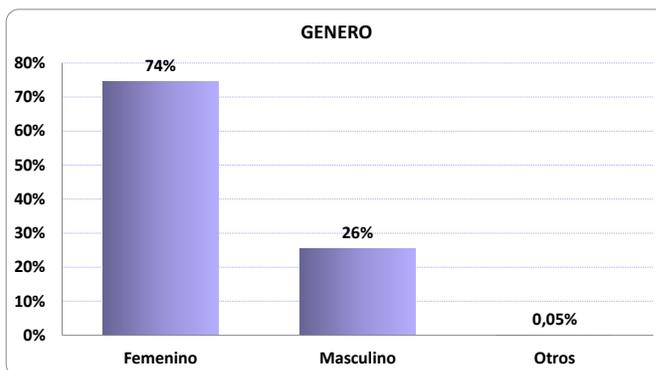


GRUPOS EDAD	TOTAL	%
25 A 59 AÑOS	34.134	72,59%
16 A 24 AÑOS	6.946	14,77%
60 AÑOS EN ADELANTE	5.542	11,79%
No reporta	295	0,63%
7 A 15 AÑOS	70	0,15%
0 A 6 AÑOS	36	0,08%
Total general	47.023	100,00%

El 72.59% 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 14.77% del total; estos dos grupos son los más representativos con el 87% de la población atendida a través del canal presencial, hay un grupo de ciudadanos que no reporto su edad correspondiente al 0.63%.

Aunque los beneficiarios de programas como Familias en Acción son los niños, 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.

Género



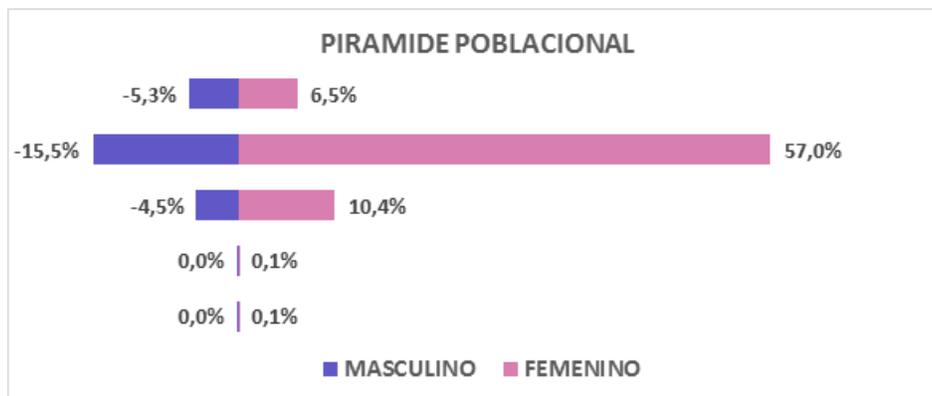
GENERO	TOTAL	%
Femenino	35.004	74%
Masculino	11.997	26%
Otros	22	0,05%
Total	47.023	100%

Con respecto al género de los ciudadanos se encuentra que la mayoría de las solicitudes a través del canal presencial son realizadas por mujeres con el 74%, hombres 26% y otros 22 ciudadanos con el 0,05%, del total.



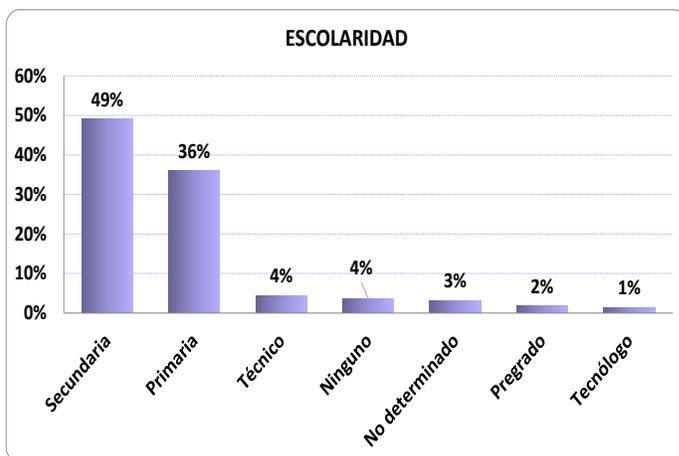
Por grupos de edad se mantiene la mayor incidencia de mujeres que se comunican a través de los canales, encontrándose para el grupo de 25 a 59 años que el 57% son mujeres el 15,5% son hombres para el total de ciudadanos (47.023 personas).

GRUPOS EDAD	FEMENINO		MASCULINO		TOTAL
0 A 6 AÑOS	28	0,1%	8	0,0%	36
7 A 15 AÑOS	51	0,1%	19	0,0%	70
16 A 24 AÑOS	4.869	10,4%	2.096	-4,5%	6.965
25 A 59 AÑOS	26.814	57,0%	7.306	-15,5%	34.120
60 AÑOS Y MAS	3.049	6,5%	2.489	-5,3%	5.538
No reporta	215	0,5%	79	-0,2%	294
Total general	35.026	74%	11.997	-26%	47.023





Escolaridad



NIVEL EDUCATIVO	CIUDADANOS	%PPCION
Secundaria	23.081	49%
Primaria	16.918	36%
Técnico	2.062	4%
Ninguno	1.738	4%
No determinado	1.470	3%
Pregrado	858	2%
Tecnólogo	671	1%
Preescolar	178	0%
Posgrado	47	0%
Total general	47.023	100%

Se encuentra que 49% de los ciudadanos que hicieron consultas a la entidad manifiestan tener un nivel de escolaridad de secundaria sin embargo no es posible identificar si se completo este nivel, 36% alcanzaron la primaria, hay un 4% de personas con nivel técnico y 1% con nivel tecnólogo, 2% están realizando el pregrado, muchos de los identificados en estos niveles son beneficiarios de Jóvenes en acción, es importante considerar que 1.738 personas 4%, manifiestan no tener ningún grado de escolaridad y 178 personas un 0.4% indican tener solo preescolar; esto con el fin de hacer más comprensible con lenguaje claro y otros medios, la información a estos ciudadanos.

8.2 Resultados generales por atención preferencial

La atención preferencial es el tipo de atención que se brinda a un ciudadano que presenta una situación especial de vulnerabilidad.

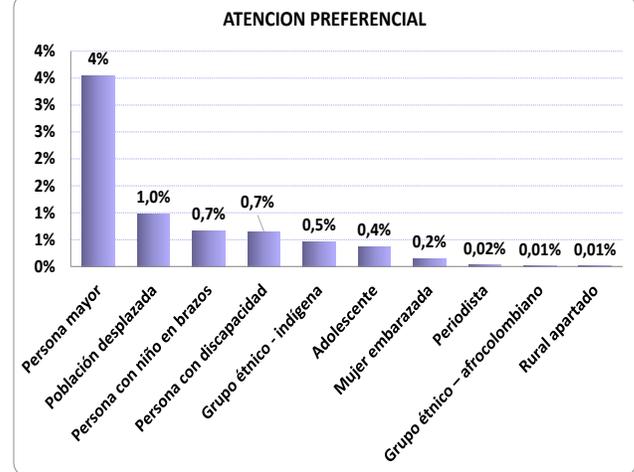
Se encontró que la mayoría de los ciudadanos (43.798 personas) el 93%, manifestaron no requerir atención preferencial, solo 3.225 personas el 7% requirieron atención preferencial de acuerdo con la siguiente distribución:



La equidad es de todos

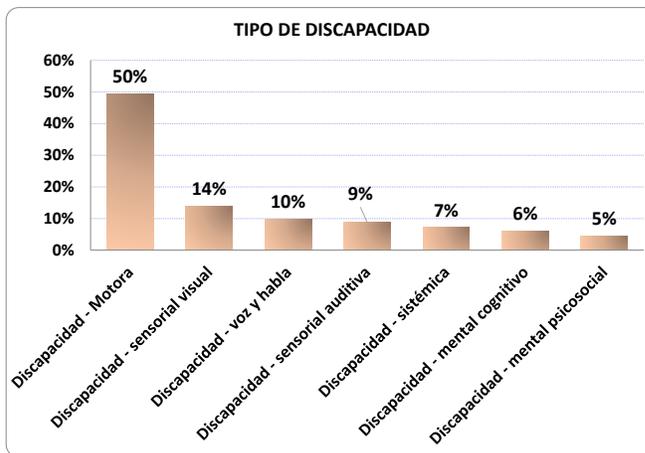
Prosperidad Social

ATENCIÓN PREFERENCIAL	TOTAL	%
No requiere	43.798	93%
Persona mayor	1.670	4%
Población desplazada	460	1,0%
Persona con niño en brazos	310	0,7%
Persona con discapacidad	307	0,7%
Grupo étnico - indígena	217	0,5%
Adolescente	172	0,4%
Mujer embarazada	71	0,2%
Periodista	11	0,02%
Grupo étnico y afro Colombia	4	0,01%
Rural apartado	3	0,01%
Requieren Atención preferencial	3.225	7%
Total general	47.023	100%



Los adultos mayores es el grupo más numeroso con 1.670 ciudadanos 4% del total, seguido del grupo de personas desplazadas 460 que corresponde al 1%.

El grupo de personas con algún tipo de discapacidad que acudieron a los puntos presenciales corresponde al 0.7% del total (307 personas), y se distribuyen por tipo de discapacidad así:



TIPO DE DISCAPACIDAD	Total	%
Discapacidad - Motora	152	50%
Discapacidad - sensorial visual	43	14%
Discapacidad - voz y habla	30	10%
Discapacidad - sensorial auditiva	27	9%
Discapacidad - sistémica	22	7%
Discapacidad - mental cognitivo	19	6%
Discapacidad - mental psicosocial	14	5%
Total	307	100%

El tipo de discapacidad más frecuente fue la motora con el 50%, por lo que se requiere revisar en los puntos de atención si existen las condiciones de accesibilidad al medio físico de acuerdo a la norma NTC 6047 de 2013, le sigue la discapacidad visual con el 14%, si bien la mayoría asisten con acompañante se requiere revisar medios alternativos para brindar información como es folletos que pueden estar en braille y para personas con discapacidad auditiva las ayudas técnicas tales como convertic, lengua de señas y acceso a interpretes.



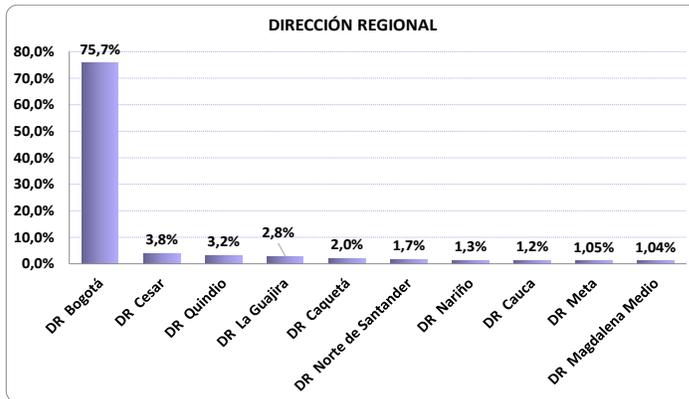
8.3 Resultados generales por departamento (Regional originador)

En la base de datos de Delta, durante el segundo semestre de 2021 se registró las atenciones presenciales desde todos los departamentos en las direcciones regionales de la Entidad y en los CADES y SuperCADES en Bogotá, como se observa en la tabla, la mayor cantidad de consultas se originaron en Bogotá con el 75.7%, seguidos de la Dirección Regional Cesar con el 3.8% y Quindío con el 3.2%, este dato corresponde al lugar desde el cual se hizo la consulta por canal presencial y corresponde en su mayoría al departamento en donde vive el ciudadano.

REGIONAL ORIGINADOR	Total %
Dirección Regional Bogotá	75,7%
Dirección Regional Cesar	3,8%
Dirección Regional Quindío	3,2%
Dirección Regional La Guajira	2,8%
Dirección Regional Caquetá	2,0%
Dirección Regional Norte de Santander	1,7%
Dirección Regional Nariño	1,3%
Dirección Regional Cauca	1,2%
Dirección Regional Meta	1,05%
Dirección Regional Magdalena Medio	1,04%
Dirección Regional Urabá	0,95%
Dirección Regional Boyacá	0,93%
Dirección Regional Córdoba	0,90%
Dirección Regional Santander	0,88%
Dirección Regional Putumayo	0,61%
Dirección Regional Arauca	0,53%
Dirección Regional Risaralda	0,48%
Dirección Regional Casanare	0,182%
Dirección Regional Cundinamarca	0,182%
Dirección Regional Vaupés	0,174%
Dirección Regional Bolívar	0,140%
Dirección Regional Sucre	0,136%
Dirección Regional Vichada	0,070%
Dirección Regional Amazonas	0,065%
Dirección Regional Huila	0,035%
Dirección Regional Guaviare	0,014%
Dirección Regional Tolima	0,006%
Dirección Regional Magdalena	0,003%
Dirección Regional Guainía	0,002%
Total general	100%

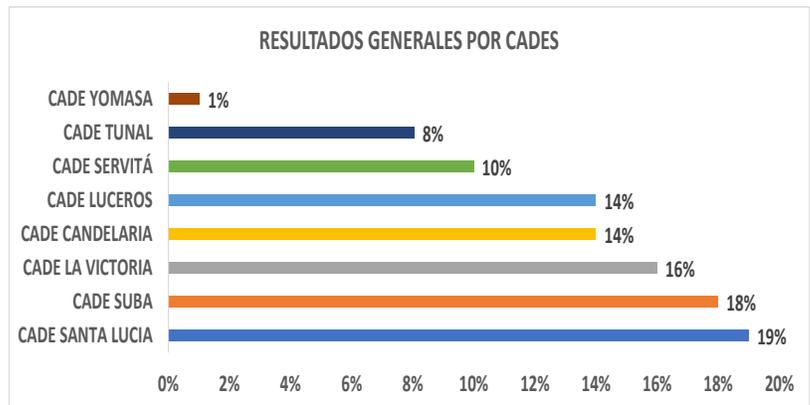


Se identificó que en todos los departamentos la mayor cantidad de solicitudes provienen del municipio capital del departamento y cabecera municipal.



En Bogotá la distribución por CADES es la siguiente:

PUNTO	%PPCION
CADE SANTA LUCIA	19%
CADE SUBA	18%
CADE LA VICTORIA	16%
CADE CANDELARIA	14%
CADE LUCEROS	14%
CADE SERVITÁ	10%
CADE TUNAL	8%
CADE YOMASA	1%
Total general	100%



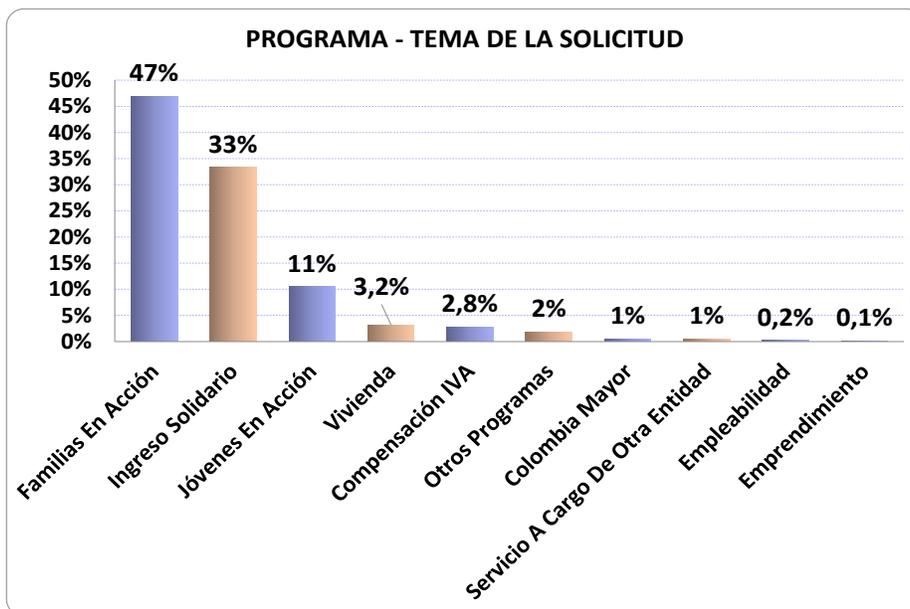
El CADE que tuvo mayor afluencia de ciudadanos en el segundo semestre de 2021 fue Santa Lucia con el 19% seguido de Suba 18%.



8.4 Resultados generales por programa - tema de la solicitud

Los 47.023 ciudadanos que usaron los puntos del canal presencial hicieron una o más consultas (54.915) de acuerdo con sus intereses.

Los temas más consultados se clasifican según la siguiente gráfica:



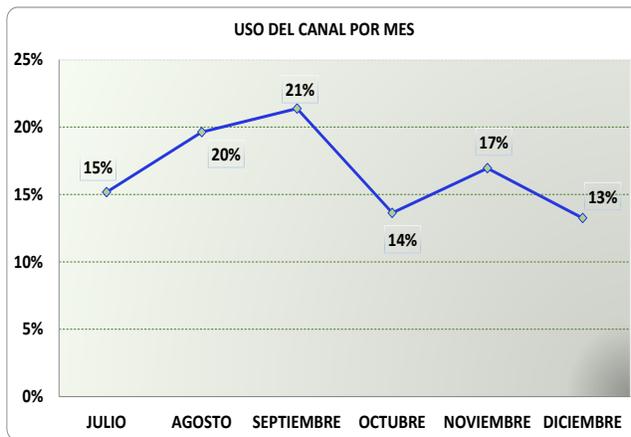
TEMA SOLICITUD	CANTIDAD	%PPCION
Familias En Acción	25.776	47%
Ingreso Solidario	18.314	33%
Jóvenes En Acción	5.786	11%
Vivienda	1.751	3,2%
Compensación IVA	1.517	2,8%
Otros Programas	1.004	2%
Colombia Mayor	288	1%
Servicio A Cargo De Otra Entidad	275	1%
Empleabilidad	109	0,2%
Emprendimiento	57	0,1%
Otra Oferta DPS	30	0%
Estrategia unidos	4	0%
Infraestructura Y Hábitat	3	0%
Intervenciones Rurales Integrales	1	0%
Total general	54.915	100%



Se observa que la mayor cantidad de solicitudes en el canal presencial para el segundo semestre de 2021 corresponden al programa Familias en Acción con 47%, seguido del programa Ingreso Solidario con el 33% de todas las solicitudes, seguido de Jóvenes en Acción JEA con 11%, Subsidio Familiar de Vivienda en Especie 3.2%, Compensación IVA 2.8% y Adulto mayor 1%. Es importante indicar que el programa Familias en Acción dio inicio en el segundo semestre a la fase IV del programa con la etapa 1 de nuevas inscripciones lo que aumento sustancialmente las consultas.

Se encuentra que los programas de Familias en Acción, Ingreso Solidario y Jóvenes en Acción fueron los más consultados por los ciudadanos a través de los canales presenciales, con un 91% del total de las consultas realizadas en el segundo semestre de 2021.

8.5 Resultados del uso del canal de atención, según periodo de tiempo



MES	CONSULTAS	%
JULIO	7.134	15%
AGOSTO	9.230	20%
SEPTIEMBRE	10.049	21%
OCTUBRE	6.410	14%
NOVIEMBRE	7.969	17%
DICIEMBRE	6.231	13%
Total general	47.023	100%

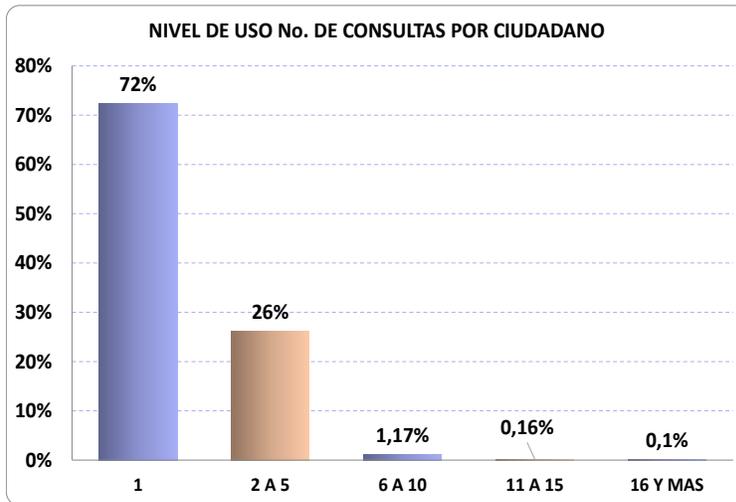
Septiembre fue el mes de mayores solicitudes con 21% del total de consultas, seguido de agosto con el 20%, se observa un incremento en el número de solicitudes en los puntos presenciales, la información sobre apertura de inscripciones de FA y los nuevos programas de Ingreso solidario, Compensación de IVA y Adulto mayor continúan incrementando las consultas.

8.6 Nivel de uso del Canal Presencial

Para calcular la variable comportamental “Nivel de Uso” se toma el total del universo de datos de 47.023 registros, filtrándolo por documento de identificación de cada uno de los ciudadanos, periodo (mes) y teniendo en cuenta cada radicado generado por un ciudadano con el fin de determinar cuántas veces en el año un mismo ciudadano hizo solicitudes a través del canal presencial, este cálculo es importante para el ejercicio de caracterización pues permite identificar los ciudadanos que son habituales o reiterativos.



Durante el segundo semestre de 2021 el total de ciudadanos 47.023 se acercaron a los puntos presenciales de la Entidad con la siguiente frecuencia:



No. DE CONSULTAS	CIUDADANOS	%PPCION
1	34.060	72%
2 A 5	12.295	26%
6 A 10	549	1,17%
11 A 15	77	0,16%
16 Y MAS	42	0,1%
Total general	47.023	100%

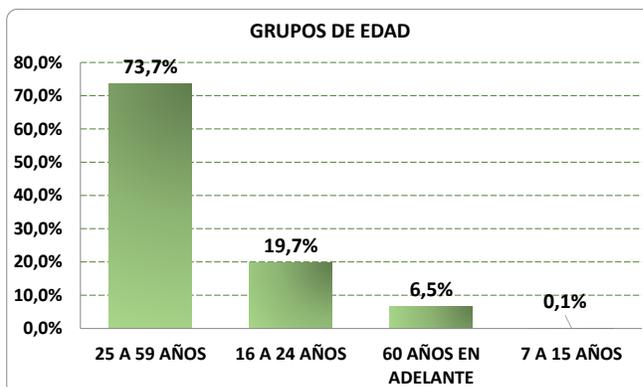
***CIUDADANOS ÚNICOS QUE CONSULTAN DIFERENTES VECES*

El 72% de los ciudadanos hicieron una única consulta durante el semestre, y 28% hicieron 2 o más consultas así: 2 a 5 consultas el 26%, 6 a 10 consultas el 1.17% (549 personas), se observa que 119 personas hicieron solicitudes a la Entidad, 11 o más veces en el semestre cada uno.

Si bien es cierto que algunos de los beneficiarios de los programas requieren comunicarse con frecuencia 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 y cuál es la razón para que sean reiterativos en ese grado.

9. Resultados del ejercicio de caracterización del Canal Telefónico y Virtual

9.1 Resultados generales por grupos de edad



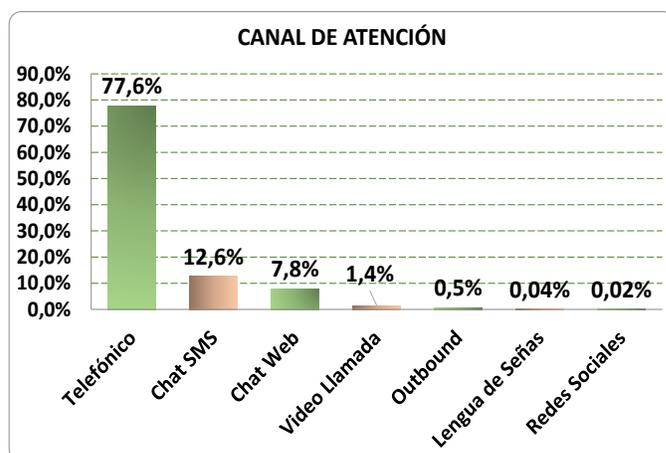
GRUPO EDAD	Total	%PPCION
25 A 59 AÑOS	1.106.431	73,7%
16 A 24 AÑOS	295.971	19,7%
60 AÑOS EN ADELANTE	98.136	6,5%
7 A 15 AÑOS	831	0,1%
NO SE SUMINISTRÓ EDAD	329	0%
Total general	1.501.698	100%



La mayor cantidad de ciudadanos 73.7%, que se comunicaron con la Entidad a través de los canales telefónico y virtual están en el grupo etario de 25 a 59 años, seguido del grupo 16 a 24 años con el 19.7% del total; estos dos grupos son los más representativos con el 93.4% de la población atendida en el centro de contacto. Los ciudadanos que no suministraron su edad son el 0,03% y algunos de ellos son personas que hacen uso del canal chat SMS.

9.2 Resultados generales por canal de atención

Los 1.501.698 ciudadanos que se comunicaron con la Entidad a nivel nacional utilizaron los canales según la siguiente distribución:



CANAL_ATENCION	CIUDADANOS	%PPCION
Telefónico	1.165.940	77,6%
Chat SMS	189.035	12,6%
Chat Web	117.607	7,8%
Video Llamada	21.045	1,4%
Outbound	7.180	0,5%
VD y Lengua de Señas	539	0,04%
Redes Sociales	352	0,02%
Total general	1.501.698	100%

**Corresponden a personas que se pudieron identificar con documento

El canal telefónico es el canal más utilizado por los ciudadanos, y tiene un 77.6% de participación; el siguiente canal (chat sms) tiene el 12.6% que es mucho menor; el canal telefónico es el medio preferido por ciudadanos beneficiarios de Familias en Acción, Adulto Mayor, Vivienda y en general por todos los programas; los canales virtuales como Chat web, Videollamada y Redes sociales en total (9.26%) son usados principalmente por los grupos más jóvenes, aunque el canal telefónico sigue siendo el preferido; se observa que 539 personas hicieron uso del canal de video llamada con lengua de señas.

El canal Outbound (0.5%) corresponde a las llamadas de salida por fijo o celular que se inician en la Entidad, son las campañas de salida a través de las cuales se transmite información, se realizan convocatorias y/o aplican encuestas sobre los programas, directamente a los ciudadanos.

9.3 Resultados generales por departamento

En la base de datos CRM, durante el II semestre de 2021 se comunicaron 1.501.698 ciudadanos de todos los departamentos, los cuales en conjunto hicieron un total de



2.143.505 solicitudes a través de los canales (telefónico, chat SMS, chat web, video llamada) según la siguiente distribución:

CIUDAD/DPTO	CIUDADANOS	%	SOLICITUDES	%
BOGOTA	299.623	20%	431.675	21%
ANTIOQUIA	158.281	11%	229.361	12%
ATLANTICO	132.315	9%	189.277	9%
VALLE DEL CAUCA	109.199	7%	153.356	7%
BOLIVAR	81.241	5%	112.884	5%
MAGDALENA	77.908	5%	111.221	5%
CUNDINAMARCA	77.294	5%	114.720	5%
CESAR	73.641	5%	103.860	5%
SANTANDER	67.928	5%	96.556	5%
NORTE DE SANTANDER	61.573	4%	88.251	4%
CORDOBA	60.040	4%	84.733	4%
TOLIMA	33.397	2%	47.227	2%
SUCRE	31.163	2%	42.718	2%
LA GUAJIRA	30.518	2%	42.821	2%
NARIÑO	28.438	2%	39.643	2%
META	27.122	2%	39.169	2%
HUILA	25.528	2%	36.535	2%
CAUCA	23.631	2%	32.978	2%
BOYACA	19.767	1%	27.730	1%
CHOCO	15.565	1%	21.891	1%
RISARALDA	12.215	1%	17.613	1%
CALDAS	11.942	1%	16.921	1%
CASANARE	9.873	1%	14.250	1%
CAQUETA	9.696	1%	14.169	1%
QUINDÍO	7.565	1%	10.822	1%
ARAUCA	6.752	0%	9.718	0%
PUTUMAYO	6.310	0%	8.981	0%
GUAVIARE	1.113	0%	1.563	0%
ARCH.DE SAN ANDRES PROVIDENCIA Y SANTA CATALINA	742	0%	1.032	0%
VICHADA	632	0%	863	0%
AMAZONAS	372	0%	506	0%
GUAINIA	155	0%	210	0%
EXTERIOR	91	0%	166	0%
VAUPES	57	0%	74	0%
NO REGISTRA	11	0%	11	0%
Total general	1.501.698	100%	2.143.505	100%



La segmentación por departamento indica que Bogotá D.C., registra la mayor cantidad de ciudadanos, con el 20% del total y este grupo a su vez hizo la mayor cantidad de solicitudes con el 21% del total en el país.

En segundo lugar Antioquia con 11% de los ciudadanos y 12 % de las solicitudes, Atlántico registra el 9% de los ciudadanos quienes en su conjunto hicieron el 9% del total de solicitudes. Valle del Cauca 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 52% del total de usuarios y el 54% de las consultas respondidas.

De cada 1.000 solicitudes 167 son provenientes de Bogotá, seguido por los departamentos de Antioquia, Atlántico y Valle con 107, 88 y 58 consultas por cada 1.000 solicitudes. El ciudadano de Bogotá es el que más solicitudes hace (1.7 solicitudes por ciudadano), en el resto de los departamentos un ciudadano hace promedio 1,3 consultas en el semestre.

9.4 Uso de los canales por departamento

DEPARTAMENTO	Chat SMS	Solicitudes Chat SMS	Chat Web	Solicitudes Chat Web	Telefónico	Solicitudes Telefónico	Redes Sociales	Solicitudes Redes Sociales	Video Llamada	Solicitudes Video Llamada
BOGOTA	20.397	22.898	19.134	25.805	255.745	377.030	69	84	2.704	4.105
ANTIOQUIA	18.942	21.654	12.408	17.219	123.946	186.047	30	37	2.370	3.668
ATLANTICO	20.793	23.806	11.623	16.257	97.492	145.641	39	49	1.991	3.039
VALLE DEL CAUCA	17.535	19.952	9.755	13.462	78.755	115.166	28	33	2.565	4.069
CUNDINAMARCA	6.248	7.297	5.230	7.386	64.699	98.366	12	20	777	1.243
MAGDALENA	10.457	12.084	5.382	7.604	60.746	89.567	11	13	1.116	1.786
BOLIVAR	13.563	15.359	6.034	8.272	60.109	86.955	13	15	1.178	1.873
CESAR	10.413	11.898	4.803	6.567	57.084	83.437	21	24	924	1.451
SANTANDER	8.485	9.673	6.428	8.790	51.459	75.757	17	28	1.227	1.927
CORDOBA	8.214	9.372	3.746	5.206	47.211	68.907	17	21	607	950
NORTE DE SANTANDER	9.314	10.644	5.194	7.122	45.615	68.265	14	19	1.031	1.652
TOLIMA	4.307	4.895	3.222	4.432	24.780	36.270	14	17	802	1.240
SUCRE	5.656	6.380	2.285	3.059	22.774	32.677	6	8	314	452
LA GUAJIRA	6.071	6.926	2.321	3.242	21.624	31.930	5	8	394	596
META	2.961	3.363	2.139	3.053	21.493	31.931	6	8	394	645
NARIÑO	4.414	4.966	3.078	4.166	20.164	29.366	6	8	589	932
HUILA	3.435	3.957	2.341	3.222	19.147	28.432	9	12	470	761
CAUCA	4.185	4.742	2.841	3.844	15.727	23.088	8	9	720	1.107
BOYACA	2.865	3.235	2.467	3.282	13.771	20.224	9	16	519	794
CHOCO	1.474	1.673	600	821	13.280	19.092	7	7	135	223
RISARALDA	1.510	1.738	1.493	2.052	8.980	13.483	4	6	172	274



DEPARTAMENTO	Chat SMS	Solicitudes Chat SMS	Chat Web	Solicitudes Chat Web	Telefónico	Solicitudes Telefónico	Redes Sociales	Solicitudes Redes Sociales	Video Llamada	Solicitudes Video Llamada
CALDAS	1.845	2.087	1.326	1.873	8.545	12.657	2	3	171	240
CAQUETA	900	1.024	725	1.023	7.884	11.865	1	1	106	171
CASANARE	1.255	1.417	700	958	7.716	11.561	1	2	146	245
QUINDÍO	1.356	1.563	964	1.387	5.092	7.644	0	0	106	171
ARAUCA	1.067	1.211	565	814	5.007	7.512			84	146
PUTUMAYO	759	846	565	783	4.836	7.133	2	2	117	181
GUAVIARE	152	174	80	102	862	1.265			14	17
ARCHP DE SAN ANDRES PROV Y SANTA CATALINA	166	182	80	101	490	742	0	0	1	1
VICHADA	138	153	23	31	462	662			7	15
AMAZONAS	74	82	40	54	249	358			8	11
GUAINIA	61	74	7	9	86	126				
EXTERIOR	6	9	7	15	63	114	0	0	15	28
VAUPES	14	16	1	2	40	54				
NO REGISTRA	3	3	0	0	7	7	1	1	0	0
Total general	189.035	215.353	117.607	162.015	1.165.940	1.723.331	352	451	21.774	34.013

En todos los departamentos sin excepción el canal más utilizado es el telefónico, en todo el país se registraron 1.165.940 ciudadanos que en conjunto hicieron 1.723.331 solicitudes o consultas a través de este canal, el siguiente canal más usado es el Chat SMS con 189.035 ciudadanos que hicieron 215.353 solicitudes a través de este, luego chat web con 117.607 que hicieron 162.015 solicitudes registradas, el canal de video llamada en donde 21.774 ciudadanos hicieron 34.013 solicitudes y finalmente las redes sociales en donde 352 ciudadanos que fue posible registrar hicieron 451 solicitudes.

En los departamentos Vichada, Amazonas y Vaupés, no se recibieron solicitudes por video llamada o redes sociales, posiblemente porque estos canales requieren un mejor ancho de banda de internet y en estos municipios la velocidad de conexión no es la mejor.

9.5 Resultados generales por tema de la consulta

El 1.501.698 de ciudadanos que usaron los canales de atención telefónico y virtual hicieron una o más consultas de acuerdo con su tema de interés; como se indicó anteriormente el número de consultas fue de 2.143.505, 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:



PROGRAMA.	Usuarios por Tema Consultado	Total de Consultas	%PPCIÓN
INGRESO SOLIDARIO	755.278	1.052.930	49%
FAMILIAS EN ACCIÓN	406.506	556.052	26%
JÓVENES EN ACCIÓN	208.713	264.698	12%
OTROS	150.856	155.376	7%
COMPENSACION IVA	90.365	91.938	4%
COLOMBIA MAYOR	22.509	22.511	1%
TOTAL	1.501.698	2.143.505	100%

Se encuentra que el programa más consultado en el segundo semestre por los canales telefónico y virtual es Ingreso solidario con el 49% del total de las consultas, seguido de Familias en Acción con el 26% del total, en tercer lugar Jóvenes en acción con 12%, Otros temas como Emprendimiento, Mi Negocio, IRACA y RESA solo corresponden al 7% del total de temas consultados, Compensación IVA obtuvo 4% y Adulto Mayor con 1% del total.

En general para los principales temas consultados, la entrega de Incentivos es siempre el tema más consultado, seguido de la información de naturaleza dinámica (que requiere de constante actualización; como novedades y actualización de datos) son los temas más tipificados; los otros más estructurados como calendarios de pagos, información del programa y en que consiste, son minoritarios respecto a los anteriormente mencionados.

9.6 Resultados del uso del canal por programa o tema consultado

PROGRAMA	Chat SMS	Chat Web	Telefónico	Outbound	Redes Sociales	Video Llamada	Usuarios por Tema Consultado
INGRESO SOLIDARIO	73.339	39.329	633.410	2.500	146	6.554	755.278
FAMILIAS EN ACCIÓN	42.591	25.158	331.923	2.444	74	4.316	406.506
JÓVENES EN ACCIÓN	49.668	41.652	107.914	532	72	8.875	208.713
OTROS	18.058	12.469	116.158	1.517	52	2.602	150.856
COMPENSACION IVA	10.296	6.229	73.840				90.365
COLOMBIA MAYOR	1.062	2.071	19.068	25	7	276	22.509
Total general	189.035	117.607	1.165.940	7.180	352	21.584	1.501.698

Como se indico previamente el canal telefónico es el más utilizado por la mayoría de los ciudadanos beneficiarios de programas y esto se evidencia también en el uso de este canal

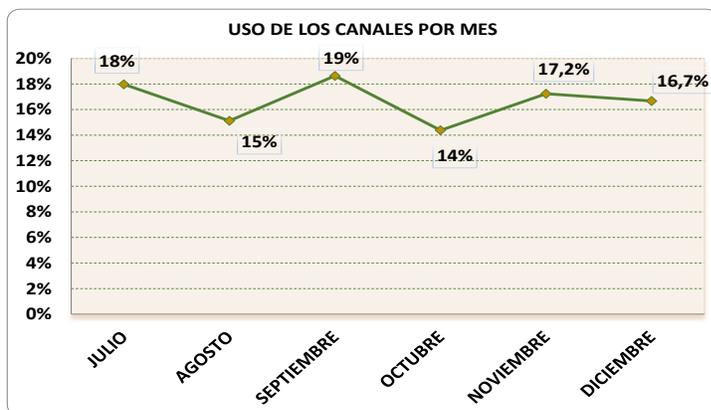


por temas de consulta, se observa que los beneficiarios del programa Jóvenes en Acción usaron mucho más el canal de video llamada que beneficiarios de otros programas.

Beneficiarios de Compensación de IVA no utilizaron durante el II semestre de 2021 ni redes sociales ni videollamada.

Si bien el canal telefónico es el más usado, los tiempos de espera para atención de los ciudadanos suelen incrementarse demasiado en fechas de pagos, por esto es fundamental mantener actualizada la información en la página web así como informar fechas y otras novedades en redes sociales, para que se disminuya el número de llamadas telefónicas.

9.7 Resultados del uso del canal según periodo de tiempo



MES DE ATENCIÓN	TOTAL	%PPCION
JULIO	385.176	18%
AGOSTO	324.097	15%
SEPTIEMBRE	399.422	19%
OCTUBRE	308.242	14%
NOVIEMBRE	369.349	17,2%
DICIEMBRE	357.219	16,7%
TOTAL	2.143.505	100%

Septiembre fue el mes de mayores solicitudes con 19% del total, seguido de julio y noviembre con el 18% y 17.2% respectivamente 14%.

10. Conclusiones y recomendaciones

A continuación se presentan algunas conclusiones del perfil y características de los ciudadanos que se comunicaron en el segundo II - semestre 2021 a través de los diferentes puntos de atención del canal presencial, y el canal telefónico y virtual, que se derivan del análisis de las variables establecidas anteriormente:

Se recibió un total de 77.301 solicitudes o consultas por los diferentes puntos del canal presencial en todas las regionales del país, provenientes de 47.023 ciudadanos, estas consultas se ingresaron en radicados en el sistema DELTA.

La diferencia con las solicitudes por los canales telefónico y virtual en donde 1.501.698 ciudadanos hicieron en total 2.143.505 solicitudes, muestra la marcada preferencia de los ciudadanos por el uso de canales telefónico y virtual, y esta preferencia va en aumento.

El grupo de edad más representativo fue el grupo de 25 a 59 años, tanto en canal presencial como canales telefónico y virtual, seguido del grupo de 16 a 24 años y en tercer lugar el



grupo de adultos mayores, los ciudadanos que no suministraron su edad son el 0.7%, básicamente personas que hacen uso del canal chat sms.

La mayoría fueron mujeres en el canal presencial con el 74%, hombres 26% y quienes se identifican con otro género diferente, es solo el 0.05%, en general el 57% de las personas que consultan en los puntos presenciales son mujeres con edades entre 25 y 59 años.

Con referencia al nivel de escolaridad se encuentra que 49% de los ciudadanos manifiestan tener un nivel de escolaridad de secundaria, sin embargo no es posible identificar si se completo este nivel, 36% alcanzaron la primaria, un 4% de personas con nivel técnico y 1% con nivel tecnólogo, 2% están realizando el pregrado, es importante considerar que 1.738 personas 4%, manifiestan no tener ningún grado de escolaridad y 187 personas un 0.4% indican tener solo preescolar; esto con el fin de hacer más comprensible con lenguaje claro y otros medios, la información a estos ciudadanos por los diferentes canales y página Web.

El 93% no requirió atención preferencial, solo el 7% requirió algún tipo de atención preferencial, y en este grupo la mayor cantidad corresponde a adultos mayores 4% seguido del grupo de personas desplazadas 1%, las personas con discapacidad corresponde al 0.7% del total (307 personas), si bien la cantidad es relativamente mínima, es fundamental continuar mejorando la accesibilidad tanto al medio físico (la mayoría tienen discapacidad motora), haciendo las adaptaciones físicas de accesibilidad (ej: rampas) al medio físico en los puntos de acuerdo a la norma NTC 6047, como mejorar el acceso a la información para personas con discapacidad sensorial auditiva o visual con las ayudas técnicas tales como convertic, lengua de señas y folletos en braille y acceso a interpretes.

La mayoría de las solicitudes en todos los canales se originaron en Bogotá, en el canal telefónico y virtual en los departamentos, de cada 1.000 solicitudes 167 son provenientes de Bogotá, seguido por los departamentos de Antioquia, Atlántico y Valle con 107, 88 y 58 consultas por cada 1.000 solicitudes; el ciudadano de Bogotá es el que más solicitudes hace con 1.7 por ciudadano y en el resto de los municipios 1.3 por ciudadano.

Los temas más consultados en el canal presencial son en primer lugar Familias en Acción 47%, Ingreso Solidario 33% y Jóvenes en Acción 11%, con un 91% del total de las consultas realizadas en el segundo semestre de 2021. En el canal telefónico y virtual el primer lugar de consulta es Ingreso Solidario con 49% y en segundo lugar Familias en Acción 26% y JeA el 12% Compensación de IVA 4% y Colombia mayor 1%.

El canal telefónico es el medio más usado por los ciudadanos en todos los departamentos y para todos los programas, aun cuando los puntos presenciales ya están atendiendo en su totalidad después del levantamiento de la mayoría de restricciones por causa de la emergencia sanitaria del COVID-19.

Considerando que esta información es insumo para mejoras en los canales de atención se recomienda realizar una revisión periódica y control de calidad de la información registrada en el sistema Delta y en el CRM, para detectar inconsistencias 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.

Se hace necesario mantener actualizadas las diferentes fuentes de consulta de la Entidad que informan sobre los programas que fueron y siguen siendo los más consultados por los



ciudadanos, como es el caso de Ingreso Solidario y su sitio web, para que el ciudadano pueda acceder a esta información de manera directa antes de tener que acercarse a alguno de los puntos del canal presencial o usar cualquiera de los otros canales, de tal manera, que pueda obtener la información más relevante y necesaria de los programas misionales.

Debe minimizarse 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; 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 y no tener que cambiar una información ya dada a los ciudadanos.

Se recomienda desarrollar mecanismos de articulación y comunicación entre las diferentes áreas de la entidad, con el fin de obtener la información actualizada de todos los programas una vez esta se produce, para brindar siempre la información más actual al ciudadano sin tener que estar escalando consultas a los programas, para lo cual, se propone implementar una circular solicitando la entrega de información permanente por parte de las áreas si hay actualizaciones.

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 Para la Caracterización de Grupos de Valor y Grupos de Interés*. código: G-PC-2 versión: 2, Grupo Interno de Trabajo de Participación Ciudadana.



12. Anexo 1. Alcance y Objetivos

La equidad es de todos Prosperidad Social	IDENTIFICACIÓN DE OBJETIVO Y ALCANCE DEL EJERCICIO DE CARACTERIZACIÓN DE GRUPOS DE VALOR Y GRUPOS DE INTERÉS				Código: F-AC-3
	PROCESO PARTICIPACIÓN Y SERVICIO AL CIUDADANO				Versión: 2

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

Objetivo: Identificar características de los usuarios que se comunicaron con Prosperidad Social, a partir de los requerimientos realizados por los mismos, a través de los canales presencial, telefónico y virtual durante el II - semestre de 2021, 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.	Alcance: El ejercicio de caracterización que se desarrolla identifica características de los ciudadanos que se encuentran ubicados en el territorio nacional, y que han hecho diversos requerimientos a Prosperidad Social solo en el segundo semestre de 2021 a través de los diversos puntos del canal presencial de la Entidad y los canales telefónico y virtual, 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
--	---