



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

Periodo - I Semestre de 2022

**Departamento Administrativo para la Prosperidad Social - Prosperidad Social
Grupo de Participación Ciudadana
Bogotá D.C., agosto 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	9
5.1	Canal Presencial	9
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	14
8.1	Resultados generales por Edad, Género y Escolaridad	14
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 presencial, 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	23
9.1	Resultados generales por grupos de edad	23
9.2	Resultados generales por canal de atención.....	23
9.3	Resultados generales por departamento.....	24
9.4	Uso de los canales por departamento	26
9.5	Resultados generales por tema de la consulta	27



9.6 Resultados del uso del canal por programa o tema consultado..... 28

9.7 Resultados del uso del canal según periodo de tiempo..... 29

10. Conclusiones y recomendaciones 29

11. Trabajos citados 31

12. Anexo 1. Alcance y Objetivos 32



1. Introducción

Prosperidad Social tiene como uno de sus objetivos estratégicos; fortalecer la comunicación y la participación ciudadana, para este fin cuenta con una estrategia de atención multicanal compuesta por: 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 (PQRSDF) y solicitudes de información en general.

La caracterización de las personas usuarias de los canales de atención que son en su mayoría ciudadanía 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 las personas usuarias, 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 enero de 2022 hasta el 30 de junio de 2022, de parte de personas que se comunicaron a través de los canales Presencial, Telefónico y virtual (Chat SMS, Chat Web, WhatsApp 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 del operador de Centro de Contacto (CRM - TITAN y GIS) 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” versión 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 de atención, así como optimar la interacción con los peticionarios a través del diseño de campañas informativas, fortalecimiento de los canales y estrategias de comunicación de la Entidad.



2. Aspectos generales

2.1 Alcance

El ejercicio de caracterización que se desarrolla identifica las principales características de las personas usuarias de los canales de atención que se encuentran ubicadas en el territorio nacional, y que han hecho algunos requerimientos a Prosperidad Social en el primer semestre de 2022, por medio de los diversos puntos de atención del canal presencial de la Entidad, 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, ni servidores públicos de la entidad.

2.2 Objetivo general

Identificar características de las personas usuarias 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 primer semestre de 2022, 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 las personas usuarias sobre los diferentes programas y servicios de Prosperidad Social.
2. Identificar las preferencias de las personas usuarias 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 las características de la persona usuaria.
4. Actualizar las características de las personas usuarias tomando como fuente los requerimientos recibidos en el primer semestre de 2022.
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 enero de 2022 hasta el 30 de junio de 2022.

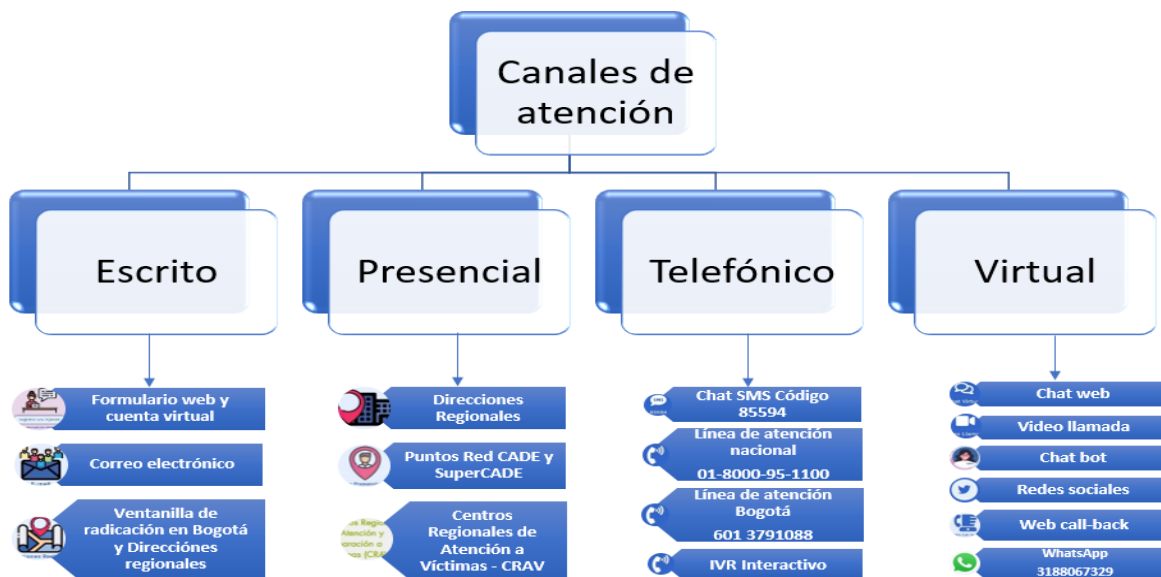
Este ejercicio cumple con 4 políticas enfocadas al desarrollo administrativo. Ver anexo 1.



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, teniendo en cuenta que en el canal escrito las personas generalmente no aportan datos de caracterización

• Canal presencial

La atención presencial, es la acción mediante la cual las personas 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 mediante la comunicación verbal en un Primer nivel de atención y se registra su solicitud en el sistema de gestión documental DELTA. Si la petición no se

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, 2021.



resuelve en el Primer nivel, se eleva a un Segundo nivel para la posterior respuesta escrita. Este canal está conformado por los siguientes puntos de atención:

- 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.
- **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 – Chat SMS: 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.

WhatsApp: La comunicación se realiza por texto a través de la aplicación móvil WhatsApp, mediante conversaciones bidireccionales que permiten el intercambio de archivos e imágenes, las personas pueden acceder en la aplicación WhatsApp desde un teléfono móvil a través del número 3188067329 o a través del enlace dispuesto en la página web, esto abre una conversación en la aplicación WhatsApp y se pueden iniciar las consultas.

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 o persona 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 persona, con el fin de realizar búsquedas en sistemas de información y cruces de bases de datos, y otras como la edad y el género, que permiten crear segmentos de población.
Intrínsecas	Hacen referencia a actividades o preferencias individuales de las personas, como el canal de atención más utilizado para interactuar con la Entidad
De comportamiento	Permiten identificar los motivos que tiene la persona para comunicarse, y las características de esta interacción, en esta categoría se incluye como variable el tipo de consulta (tema) 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 primer semestre de 2022 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 consultas de los programas de Familias en Acción, Jóvenes en Acción, Ingreso Solidario, Compensación del IVA, Colombia Mayor 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), TITAN y GIS administrada por el operador de Centro de Contacto durante el primer semestre de 2022, 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 primer semestre de 2022, 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 10 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



Categoría	Variable
	Genero
Intrínseca	Atención Preferencial
	Tema de consulta
De comportamiento	Nivel de uso: 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 personas individuales que efectivamente se comunicaron con la Entidad.

La variable nivel de uso hace referencia a la frecuencia con la que el usuario 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 usuario en un periodo de tiempo (mes) establecido.

6.2 Canal Telefónico y Virtual

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	



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 enero de 2022 hasta el 30 de junio de 2022.

Para el ejercicio de caracterización se revisaron 10 del total de 30 variables de la base de datos del CRM, TITAN y GIS, 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.

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

Durante el primer semestre de 2022 se registraron en el sistema de gestión documental DELTA las solicitudes hechas en los puntos de atención del canal presencial de Prosperidad Social por los ciudadanos a nivel nacional y en CADES en Bogotá, un total de 96.624 atenciones las cuales fueron realizadas por 72.407 usuarios; se hizo una depuración de esta información para tomar una muestra de información con los datos más completos, sin inconsistencias y con las variables completas.

Luego de la depuración se seleccionó el universo de datos para el ejercicio de caracterización; en total 43.430 registros de solicitudes para el canal presencial, se hizo un segundo filtro para seleccionar por número de cédula lo que arrojó un total de 31.998 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 31.998 ciudadanos.



Este primer filtro por número de documento de identificación refleja el número de ciudadanos que hicieron solicitudes, considerando que un mismo usuario puede hacer varias solicitudes en diferentes momentos, éste es el valor que se usará para trabajar las variables demográficas e intrínsecas.

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 primer semestre de 2022	43.430	31.998

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 una misma persona se comunica con la Entidad, este cálculo es importante para el ejercicio de caracterización pues permite identificar las personas que son habituales o reiterativos.

7.2 Canal Telefónico y Virtual

El origen de los datos para la caracterización de los canales telefónico y virtual son las bases de datos del CRM, TITAN y GIS para el periodo I - 2022 que en total tienen 1.201.727 registros, esta cantidad corresponde a las diferentes tipificaciones, entendiéndose éstas como la ruta o desagregación temática que sigue la consulta de una personas, es decir una sola consulta puede versar sobre diferentes temas, y en el semestre un mismo usuario puede realizar varias consultas y por ende puede tener varios registros en la base de datos.

Se realizaron varios filtros para identificar las personas susceptibles de caracterizarse, y luego de la depuración se encuentra que el universo de datos de usuarios únicos corresponde a un total de 588.699 personas.

Bases de Datos	Descripción	Registros totales solicitudes	Ciudadanos caracterizados únicos
CRM, TITAN y GIS	Registros unificados del I-semestre de 2022 de las bases de datos del aplicativo CRM (Customer Relationship Management), y los aplicativos TITAN y GIS.	1.201.727	588.699



El valor de 588.699 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 1.201.727 registros, filtrándolo por documento de identificación y período, con el fin de determinar cuántas veces en el período una misma persona se comunica con la Entidad, este cálculo es importante para el ejercicio de caracterización pues permite identificar los usuarios que son habituales o reiterativos.

8. Resultados del ejercicio de caracterización del Canal Presencial

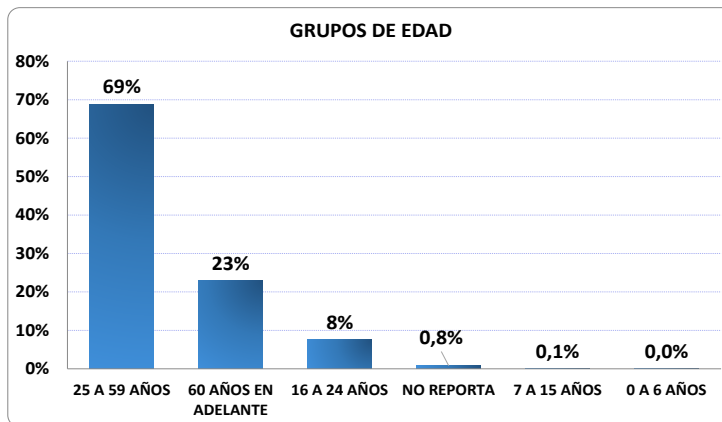
8.1 Resultados generales por Edad, Género y Escolaridad

Edad

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

- 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

Se encuentra que:



RANGO EDAD	CANTIDAD	%
25 a 59 años	22.014	69%
60 años en adelante	7.348	23%
16 a 24 años	2.430	8%
no reporta	175	1%
7 a 15 años	18	0,1%
0 a 6 años	13	0,0%
Total general	31.998	100%

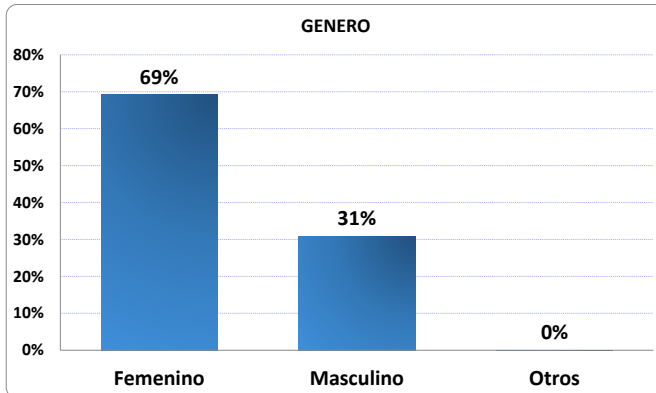
El 69% de los ciudadanos que se comunicaron con la Entidad están en el grupo de edad de 25 a 59 años, seguido del grupo de 60 años en adelante con el 23% del total; estos dos grupos son los más representativos con el 92% de la población atendida a través



del canal presencial, hay un grupo de ciudadanos que no reporto su edad correspondiente al 0.8%.

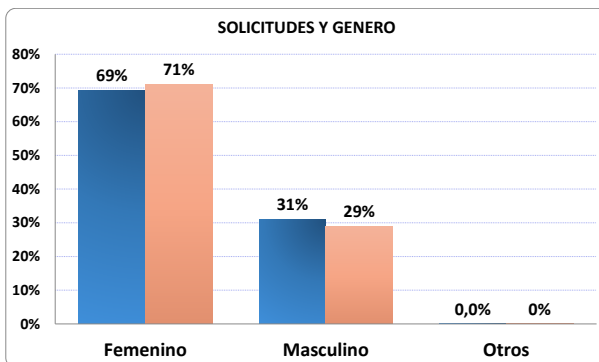
Aunque los beneficiarios de programas como Familias en Acción son los niños, quienes se comunican con la Entidad y a quienes se da información, es a las madres o titulares del programa; las consultas de este grupo de edad corresponden a consultas de los titulares.

Género



GENERO	CANTIDAD	%
Femenino	22.134	69%
Masculino	9.855	31%
Otros	9	0%
Total	31.998	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 69%, hombres 31% y otros, solamente 9 ciudadanos con el 0,03%, del total.

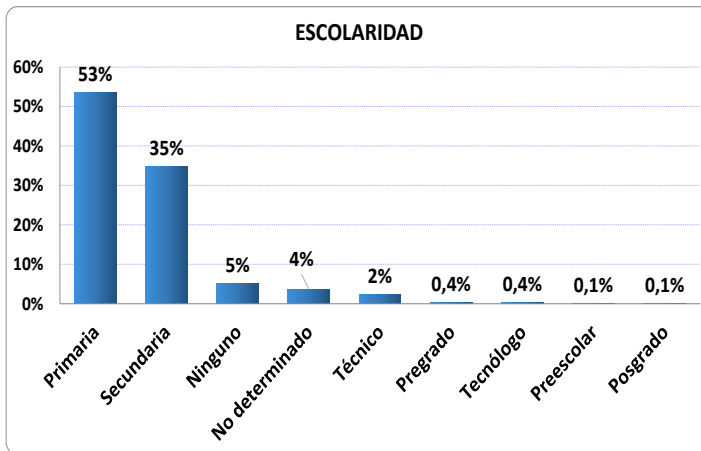


Genero	Ciudadanos	%	Solicitudes	%
Femenino	22.134	69%	30.847	71%
Masculino	9.855	31%	12.573	29%
Otros	9	0,0%	10	0%
Total	31.998	100%	43.430	100%

Para la cantidad de solicitudes por género, se encuentra que las mujeres hicieron el 71% del total de solicitudes y los hombres hicieron el 29% del total de solicitudes.



Escolaridad



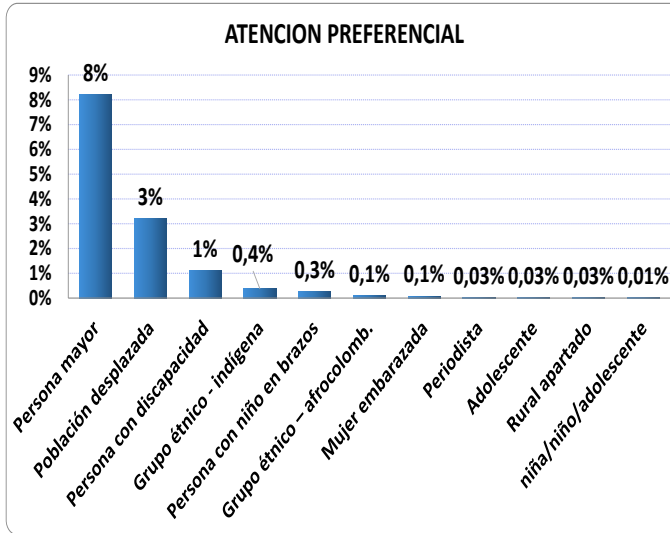
Nivel Educativo	Ciudadanos	%
Primaria	17.116	53%
Secundaria	11.088	35%
Ninguno	1.600	5%
No determinado	1.162	4%
Técnico	744	2%
Pregrado	120	0,4%
Tecnólogo	113	0,4%
Preescolar	34	0,1%
Posgrado	21	0,1%
Total general	31.998	100%

Se encuentra que el 53% la mayor proporción de los ciudadanos que hicieron consultas a la entidad manifestaron tener un nivel de escolaridad de solo primaria, sin embargo no es posible identificar si se completo este nivel de formación, 35% alcanzaron la secundaria, un 5% de personas (1.600) dijeron no tener ningun grado de escolaridad, 2% con nivel técnico, 0.4% con nivel tecnólogo, 0.4% estan realizando el pregrado, muchos de los identificados en estos niveles son beneficiarios de Jovenes en acción, es importante considerar que 34 personas 0.1%, indican tener solo preescolar, esto con el fin de hacer más comprensible las respuestas y publicaciones con lenguaje claro y fortalecer otros medios de información a estos ciudadanos al igual que a los que manifiestan no tener ninguna escolaridad.

8.2 Resultados generales por atención preferencial

La atención preferencial es el tipo de atención que se brinda a las personas que presenta una situación especial de vulnerabilidad, niños, niñas y adolescente, mujeres gestantes, persona mayor o con discapacidad.

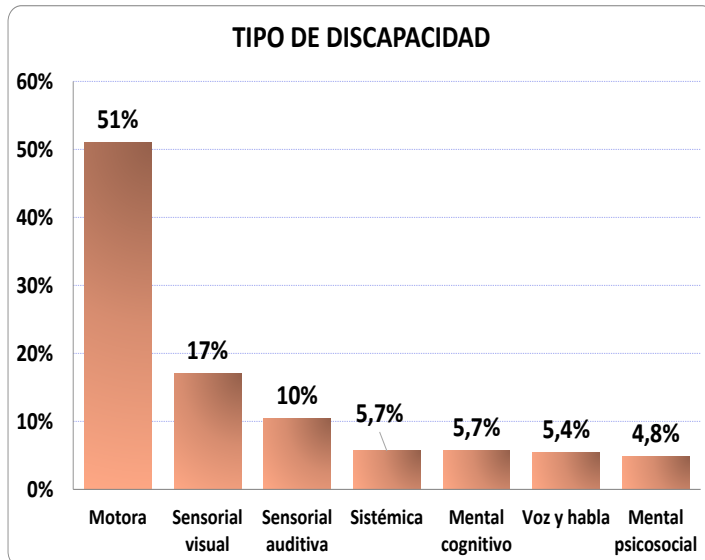
Se encontró que la mayoría de los ciudadanos (27.709 personas) el 87%, manifestaron no requerir atención preferencial, y solo 4.289 personas el 13% requirieron atención preferencial de acuerdo con la siguiente distribución:



ATENCION PREFERENCIAL	TOTAL	%
No requiere	27.709	87%
Persona mayor	2.629	8%
Población desplazada	1.021	3%
Persona con discapacidad	353	1%
Grupo étnico - indígena	118	0,4%
Persona con niño en brazos	80	0,3%
Grupo étnico – afrocolomb.	30	0,1%
Mujer embarazada	26	0,1%
Periodista	10	0,03%
Adolescente	9	0,03%
Rural apartado	9	0,03%
niña/niño/adolescente	4	0,01%
Requieren Atenci. preferencial	4.289	13%
Total general	31.998	100%

Las personas mayores fueron el grupo más numeroso con 2.629 ciudadanos 8% del total, seguido del grupo de personas desplazadas 1.021 que corresponde al 3%.

El grupo de personas con algún tipo de discapacidad que acudieron a los puntos presenciales corresponde al 1% del total (353 personas), y se distribuyen por tipo de discapacidad así:



TIPO DE DISCAPACIDAD	Total	%
Discapacidad - Motora	180	51%
Discapacidad - sensorial visual	60	17%
Discapacidad - sensorial auditiva	37	10%
Discapacidad - sistémica	20	5,7%
Discapacidad - mental cognitivo	20	5,7%
Discapacidad - voz y habla	19	5,4%
Discapacidad - mental psicosocial	17	4,8%
Total	353	100%



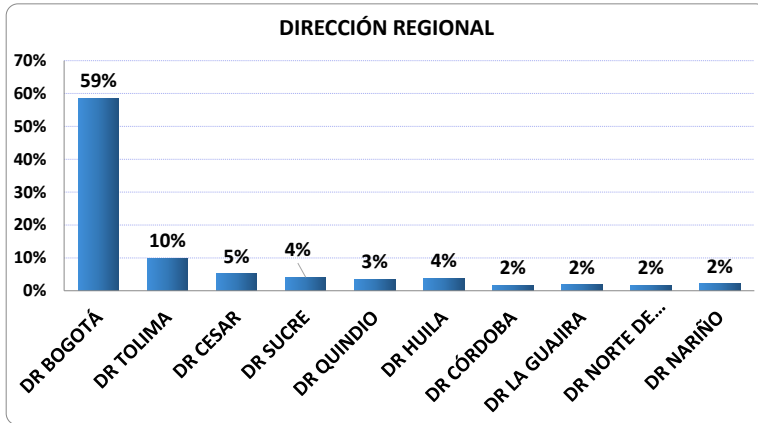
El tipo de discapacidad más frecuente fue la motora con el 51%, por lo que se requiere revisar en los puntos de atención si existen las condiciones de accesibilidad al medio físico de acuerdo a la norma NTC 6047 de 2013, le sigue la discapacidad visual con el 17% y la discapacidad auditiva con el 10%, 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 las personas con discapacidad auditiva pueden hacer uso de video llamada en caso que requieran acceso a interprete de lengua de señas colombiana.

8.3 Resultados generales por departamento (Regional originador)

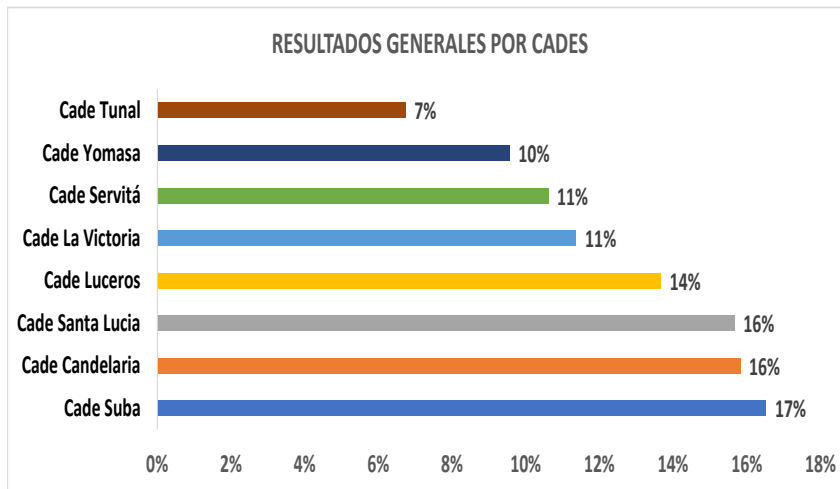
Como se observa en la tabla, la mayor cantidad de consultas se originaron en Bogotá con el 59%, seguidos de la Dirección Regional Tolima con el 10% y Cesar con el 5%, este dato corresponde al lugar desde el cual se hizo la consulta por canal presencial y corresponde en su mayoría al departamento en donde vive el ciudadano.

REGIONAL	CIUDADANOS	%	SOLICITUDES	%
DR BOGOTÁ	18.724	59%	26.896	62%
DR TOLIMA	3.156	10%	3.656	8%
DR CESAR	1.658	5%	1.906	4%
DR SUCRE	1.308	4%	1.668	4%
DR QUINDIO	1.107	3%	1.603	4%
DR HUILA	1.217	4%	1.430	3%
DR CÓRDOBA	546	2%	841	2%
DR LA GUAJIRA	615	2%	801	2%
DR NORTE DE SANTANDER	532	2%	743	2%
DR NARIÑO	689	2%	740	2%
DR ANTIOQUIA	379	1%	558	1%
DR CAUCA	467	1%	550	1%
DR BOYACÁ	428	1%	513	1%
DR CALDAS	336	1%	490	1%
DR META	427	1%	481	1%
DR PUTUMAYO	275	1%	346	1%
DR MAGDALENA MEDIO	134	0,4%	208	0,5%
Total general	31.998	100%	43.430	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:



CADE	Ciudadanos	%
Suba	2.842	17%
Candelaria	2.721	16%
Santa Lucia	2.694	16%
Luceros	2.351	14%
La Victoria	1.956	11%
Servitá	1.825	11%
Yomasa	1.645	10%
Tunal	1.160	7%
Total	17.194	100%

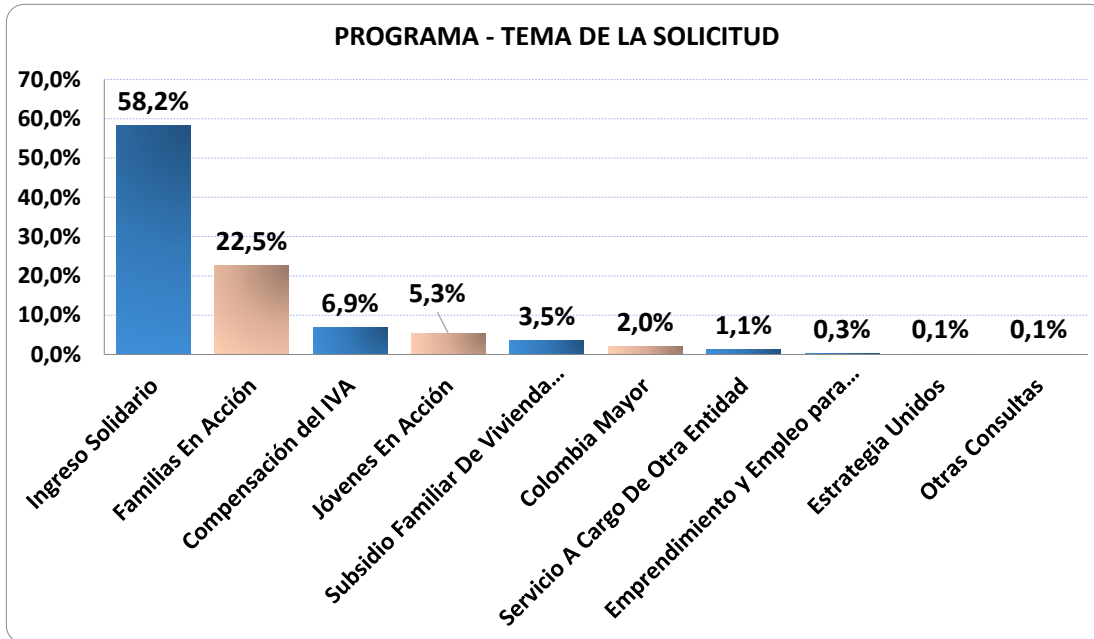
El CADE que tuvo mayor afluencia de ciudadanos en el primer semestre de 2022 fue el CADE Suba con el 17%, seguido de Candelaria con 16%.



8.4 Resultados generales por programa - tema de la solicitud

Las 31.998 personas que usaron los puntos del canal presencial hicieron una o más consultas (43.430) de acuerdo con sus intereses.

Los temas más consultados se clasifican según la siguiente gráfica:



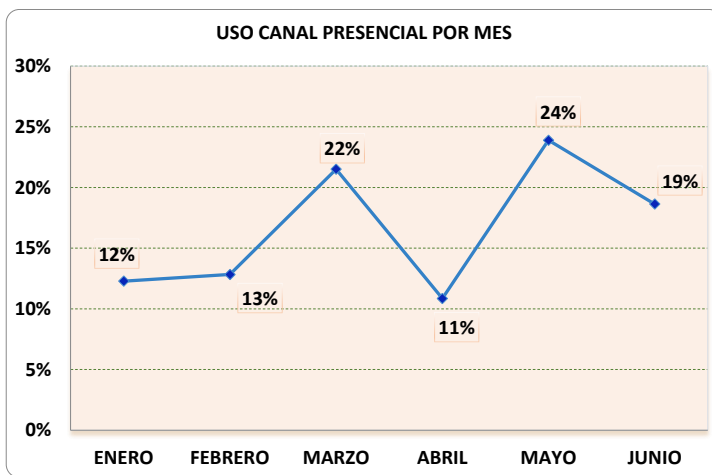
TEMA SOLICITUD	CANTIDAD	%
Ingreso Solidario	18.632	58,2%
Familias En Acción	7.212	22,5%
Compensación del IVA	2.216	6,9%
Jóvenes En Acción	1.684	5,3%
Subsidio Familiar De Vivienda En Especie	1.117	3,5%
Colombia Mayor	628	2,0%
Servicio A Cargo De Otra Entidad	360	1,1%
Emprendimiento y Empleo para la prosperidad	84	0,3%
Estrategia Unidos	34	0,1%
Otras Consultas	31	0,1%
Total general	31.998	100,0%



Se observa que la mayor cantidad de solicitudes en el canal presencial para el primer semestre de 2022 corresponden al programa Ingreso Solidario con 58%, seguido del programa Familias en Acción con el 22.5% de todas las solicitudes, seguido de Compensación IVA 6.9%, Jóvenes en Acción con 5.3%, Subsidio Familiar de Vivienda en Especie 3.5% y Colombia mayor 2%.

Los programas de Ingreso Solidario, Familias en Acción, Compensación del IVA y Jóvenes en Acción con el 93% del total, son los temas más consultados en el canal presencial en el primer semestre de 2022.

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



MES	CANTIDAD	%
ENERO	3.930	12%
FEBRERO	4.106	13%
MARZO	6.882	22%
ABRIL	3.473	11%
MAYO	7.645	24%
JUNIO	5.962	19%
Total	31.998	100%

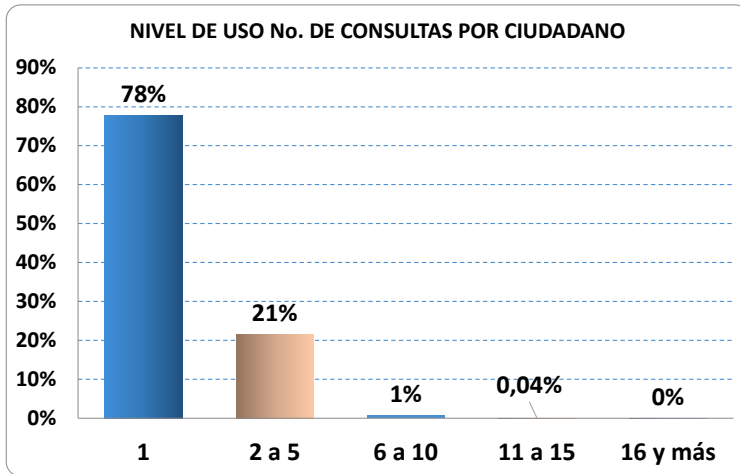
Mayo fue el mes de mayores solicitudes con 24% del total de consultas, seguido de marzo con el 22%, se observa un incremento en el número de solicitudes en el inicio de los periodos de pagos y se sigue presentando varias consultas relacionadas con las etapas I y II de inscripciones de FA.

8.6 Nivel de uso del Canal Presencial

Para calcular la variable comportamental “Nivel de Uso” se toma el total del universo seleccionado de datos de 43.430 registros, filtrándolo por documento de identificación de cada una de las personas usuarias 31.998, periodo (mes) y teniendo en cuenta cada radicado generado por usuario con el fin de determinar cuántas veces en el año un mismo usuario hizo solicitudes a través del canal presencial, este cálculo es importante para el ejercicio de caracterización pues permite identificar las personas que son habituales o reiterativas.



Durante el primer semestre de 2022 el total de personas fueron 31.998 que se acercaron a los puntos presenciales de la Entidad con la siguiente frecuencia:



No. DE CONSULTAS	CIUDADANOS	%
1	24.896	78%
2 a 5	6.863	21%
6 a 10	223	1%
11 a 15	13	0,04%
16 y más	3	0%
Total	31.998	100%

****CIUDADANOS ÚNICOS QUE CONSULTAN DIFERENTES VECES**

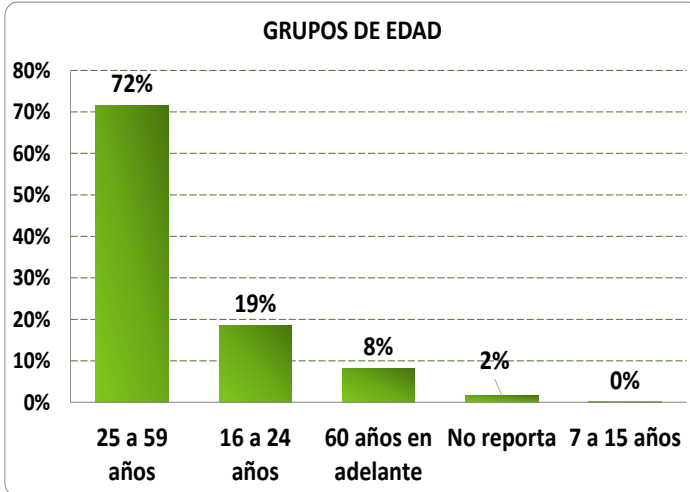
El 78% de las personas hicieron una única consulta durante el semestre, 21% hicieron entre 2 a 5, el 1 % (223 personas) hicieron entre 6 a 10 consultas, se observa que 16 personas hicieron solicitudes a la Entidad 11 o más veces en el semestre cada uno.

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



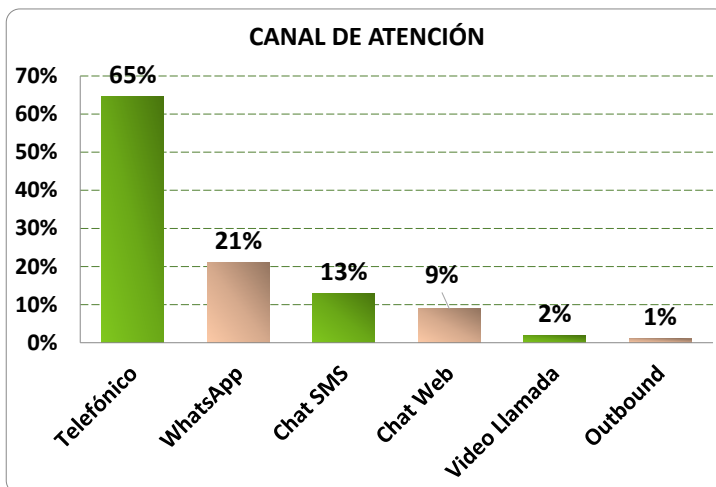
GRUPO EDAD	Total	%
25 a 59 años	421.155	72%
16 a 24 años	109.682	19%
60 años en adelante	47.601	8%
No reporta	9.748	2%
7 a 15 años	513	0%
Total	588.699	100%

Registros de cédulas únicas en rango de edad

La mayor cantidad de personas 72%, que se comunicaron con la Entidad a través de los canales telefónico y virtual, adicional están en el grupo etario de 25 a 59 años, seguido del grupo 16 a 24 años con el 19% del total; estos dos grupos son los más representativos con el 91% de la población atendida a través de estos canales. Las personas que no suministraron su edad son el 2% y algunos de ellos son personas que hacen uso del canal chat SMS.

9.2 Resultados generales por canal de atención

Las 588.699 personas que se comunicaron con la Entidad a nivel nacional utilizaron los canales según la siguiente distribución:



CANAL ATENCION	CIUDADANOS	%
Telefónico	367.866	65%
WhatsApp	85.935	21%
Chat SMS	69.266	13%
Chat Web	52.247	9%
Video Llamada	7.586	2%
Outbound	5.799	1%
Total	588.699	100%

Ciudadanos que se pudieron identificar con documento



El canal telefónico es el canal más utilizado por las personas con un 65% del total, el siguiente canal WhatsApp que inicio el servicio este año es utilizado por el 21% de las personas que se comunicaron, el Chat SMS tiene el 13%; chat web 9% y video llamada el 2%.

El canal telefónico es el medio preferido por personas beneficiarias de Familias en Acción, Adulto Mayor, Vivienda y en general por todos los programas; los canales virtuales como WhatsApp, Chat web, Videollamada son usados principalmente por los grupos más jóvenes, el canal de video llamada incluye el servicio de interprete de lengua de señas colombiana para personas con discapacidad auditiva que lo requieran y en el primer semestre 304 personas hicieron uso de este servicio. Existe también la posibilidad de interprete de 4 dialectos indígenas: Munka, Bue, Muka y Mipode de la Etnia Uitoto – Muina Murui, a través del canal telefónico.

El canal Outbound (1%) 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.

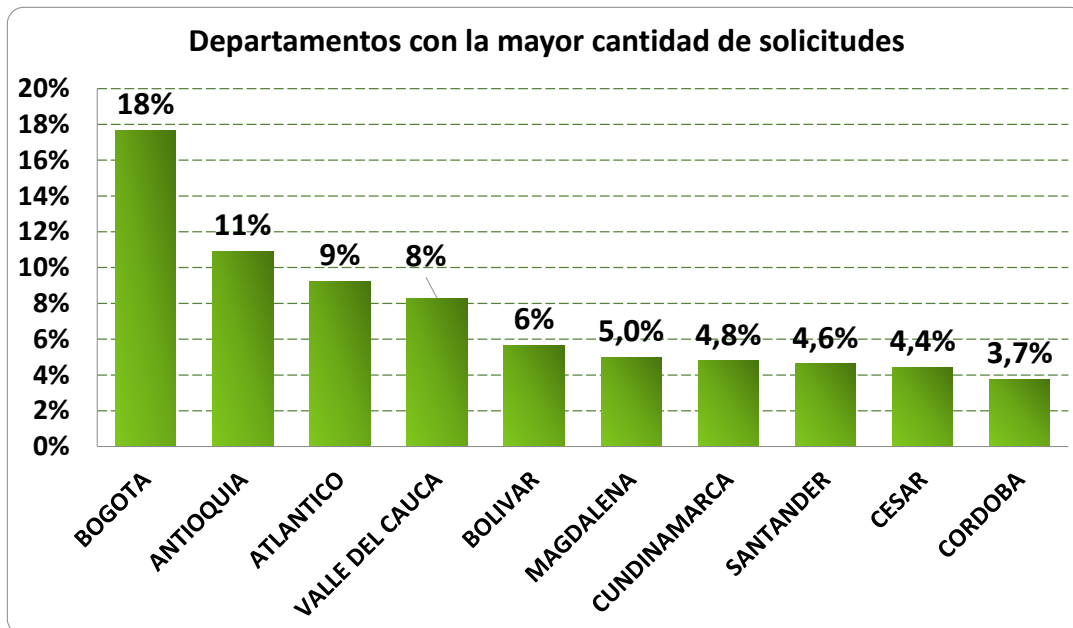
9.3 Resultados generales por departamento

En la base de datos CRM, Titan y GIS durante el I semestre de 2022 se comunicaron 588.699 personas de todos los departamentos, las cuales en conjunto hicieron un total de 1.201.727 solicitudes a través de los canales (telefónico, WhatsApp, chat SMS, chat web y video llamada) según la siguiente distribución:

CIUDAD/DPTO	CIUDADANOS	%	SOLICITUDES	%
BOGOTA	104.013	18%	206.490	17%
ANTIOQUIA	64.236	11%	135.763	11%
ATLANTICO	54.355	9%	104.228	9%
VALLE DEL CAUCA	48.849	8%	103.156	9%
BOLIVAR	33.299	6%	68.669	6%
MAGDALENA	29.294	5%	67.245	6%
CUNDINAMARCA	28.270	5%	61.699	5%
SANTANDER	27.281	5%	54.863	5%
CESAR	25.983	4%	57.406	5%
CORDOBA	22.048	4%	45.462	4%
NORTE DE SANTANDER	21.424	4%	44.198	4%
TOLIMA	15.018	3%	29.403	2%
NARIÑO	13.312	2%	25.567	2%
SUCRE	12.670	2%	24.822	2%
CAUCA	12.149	2%	22.106	2%
HUILA	11.700	2%	23.072	2%
META	10.924	2%	22.674	2%



CIUDAD/DPTO	CIUDADANOS	%	SOLICITUDES	%
LA GUAJIRA	10.521	2%	21.770	2%
BOYACA	8.401	1%	15.454	1%
RISARALDA	5.532	1%	10.721	1%
CALDAS	5.525	1%	10.298	1%
CHOCO	4.758	1%	10.117	1%
CASANARE	4.113	1%	8.121	1%
CAQUETA	3.904	1%	7.430	1%
QUINDIO	3.451	1%	6.589	1%
PUTUMAYO	2.804	0%	5.334	0%
ARAUCA	2.315	0%	4.135	0%
AMAZONAS	1.215	0%	1.540	0%
GUAVIARE	434	0%	746	0%
ARCHIPIELAGO DE SAN ANDRES PROVIDENCIA Y SANTA CATALINA	313	0%	676	0%
NO REGISTRA	273	0%	1.289	0%
VICHADA	201	0%	456	0%
GUAINIA	56	0%	124	0%
VAUPES	29	0%	67	0%
EXTERIOR	29	0%	37	0%
Total general	588.699	100%	1.201.727	100%





La segmentación por departamento indica que Bogotá D.C., registra la mayor cantidad de usuarios, con el 18% del total y este grupo a su vez hizo la mayor cantidad de solicitudes con el 17% del total en el país.

En segundo lugar Antioquia con 11% de las personas y 11 % de las solicitudes, Atlántico registra el 9% de personas y solicitudes, Valle del Cauca registra con 8% de las personas y 9% de las solicitudes, Bolívar 6% de personas y solicitudes.

En conjunto los diez primeros departamentos registran el 74% del total de usuarios y el 75% de las consultas respondidas.

De cada 1.000 solicitudes 172 son provenientes de Bogotá, seguido por los departamentos de Antioquia, Atlántico y Valle con 113, 87 y 86 consultas por cada 1.000 solicitudes. En promedio en el país una persona hace 1.98 solicitudes en el semestre.

9.4 Uso de los canales por departamento

DEPARTAMENTO	Chat SMS	Chat Web	Telefónico	Outbound	Video llamada	WhatsApp	TOTAL
BOGOTA	6.829	10.328	71.083	1.047	826	13.900	104.013
ANTIOQUIA	7.147	4.986	43.082	453	639	7.929	64.236
ATLANTICO	7.488	4.848	32.993	519	638	7.869	54.355
VALLE DEL CAUCA	6.586	4.346	29.478	441	1.137	6.861	48.849
BOLIVAR	5.047	2.647	19.840	225	418	5.122	33.299
MAGDALENA	4.044	2.194	18.764	216	483	3.593	29.294
CUNDINAMARCA	2.347	2.317	19.086	304	233	3.983	28.270
SANTANDER	3.205	2.842	16.634	280	421	3.899	27.281
CESAR	3.662	2.055	16.120	186	376	3.584	25.983
CORDOBA	2.758	1.619	13.808	212	206	3.445	22.048
NORTE DE SANTANDER	3.027	2.028	11.972	307	359	3.731	21.424
TOLIMA	1.774	1.456	8.700	199	228	2.661	15.018
NARIÑO	1.853	1.384	7.738	149	256	1.932	13.312
SUCRE	1.923	933	7.621	93	141	1.959	12.670
CAUCA	1.766	1.272	6.451	165	225	2.270	12.149
HUILA	1.386	1.012	6.764	117	142	2.279	11.700
META	1.126	964	6.691	145	144	1.854	10.924
LA GUAJIRA	1.937	904	5.833	78	110	1.659	10.521
BOYACA	1.078	932	4.574	184	152	1.481	8.401
RISARALDA	643	590	3.307	54	60	878	5.532
CALDAS	724	536	3.209	92	71	893	5.525
CHOCO	606	239	3.238	23	50	602	4.758
CASANARE	488	315	2.545	66	46	653	4.113
CAQUETA	396	344	2.271	103	85	705	3.904
QUINDIO	509	392	1.839	50	39	622	3.451
PUTUMAYO	243	222	1.702	29	35	573	2.804
ARAUCA	365	217	1.242	30	24	437	2.315
AMAZONAS	52	184	635	10	15	319	1.215



DEPARTAMENTO	Chat SMS	Chat Web	Telefónico	Outbound	Video llamada	WhatsApp	TOTAL
GUAVIARE	51	33	237	16	3	94	434
ARCH. DE SAN ANDRES PRO. Y SANTA CATALINA	60	20	167	2	0	64	313
NO REGISTRA	82	69	84		20	18	273
VICHADA	44	8	104	3	3	39	201
GUAINIA	11	2	29		0	14	56
EXTERIOR	2	6	10		1	10	29
VAUPES	7	3	15	1	0	3	29
Total general	69.266	52.247	367.866	5.799	7.586	85.935	588.699

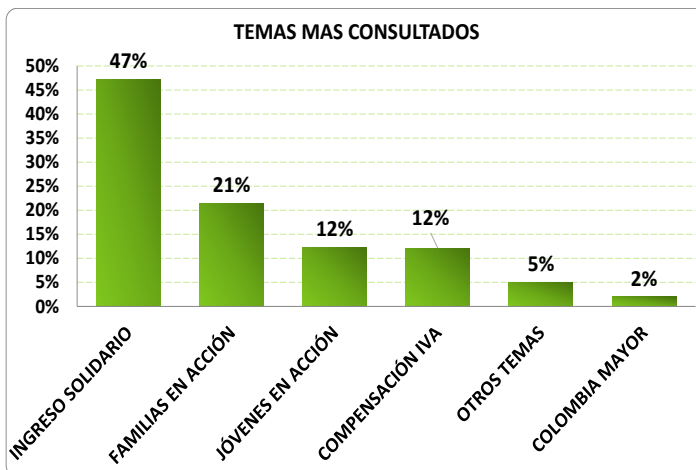
**190 usuarios realizan consultas por varios canales

En todos los departamentos sin excepción el canal más utilizado es el telefónico, del total de 588.699 personas 367.866 hicieron sus consultas a través de este canal, el siguiente canal más usado es WhatsApp con 85.935 personas que hicieron solicitudes a través de este, con excepción de Magdalena, Cesar, la Guajira, Choco, Vichada y Vaupés en donde el segundo canal más usado es el Chat SMS, en tercer lugar en 29 departamentos Chat SMS con 69.266, seguido Chat web y video llamada.

En los departamentos San Andres, Guainía y Vaupés, no se recibieron solicitudes por video llamada, posiblemente porque estos canales requieren un mejor ancho de banda de internet y en estos la velocidad de conexión no es la mejor.

9.5 Resultados generales por tema de la consulta

Los temas más consultados se clasifican según la siguiente tabla:



PROGRAMA/ TEMA	Total	%
INGRESO SOLIDARIO	568.247	47%
FAMILIAS EN ACCIÓN	257.515	21%
JÓVENES EN ACCIÓN	146.931	12%
COMPENSACIÓN IVA	145.365	12%
OTROS TEMAS	59.981	5%
COLOMBIA MAYOR	23.688	2%
TOTAL	1.201.727	100%

La mayor cantidad de consultas a través de los canales telefónico y virtual en el I semestre de 2022 fue sobre el programa Ingreso solidario con el 47% seguido de Familias en Acción



con el 21% de las consultas y Jóvenes en Acción con el 12%; el pareto (80%) de la tabla se encuentra en IS, FA y JEA sin embargo el porcentaje de consultas de Compensación de IVA es similar al de JEA.

En los programas más consultados los subtemas que más se preguntan son la entrega de Incentivos, Novedades y en general la información de naturaleza dinámica que requiere de constante actualización; (novedades y actualización de datos); otras consultas como calendarios de pagos, información del programa y en que consiste, son minoritarios respecto a los anteriormente mencionados.

Otros temas como Emprendimiento, Mi Negocio, IRACA y RESA solo corresponden al 5% del total de temas consultados, y Adulto Mayor solo es el 1% del total.

9.6 Resultados del uso del canal por programa o tema consultado

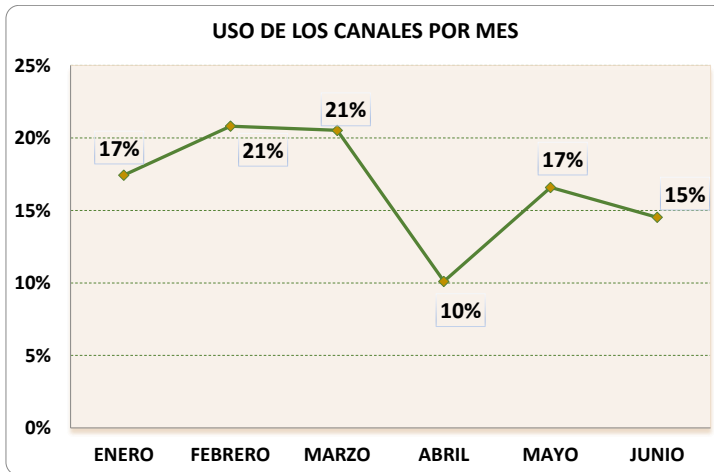
Programa	Chat SMS	Chat Web	Telefónico	Outbound	Video llamada	WhatsApp	Total
INGRESO SOLIDARIO	38.140	43.128	400.377	5.323	7.263	74.016	568.247
FAMILIAS EN ACCIÓN	20.301	14.756	194.100	2.152	3.878	22.328	257.515
JÓVENES EN ACCIÓN	26.386	26.203	63.866	2.070	6.668	21.738	146.931
COMPENSACIÓN IVA	8.749	7.200	82.599	888	1.584	44.345	145.365
OTROS TEMAS	8.074	5.211	31.556	647	1.570	12.923	59.981
COLOMBIA MAYOR	1.227	2.103	16.605	225	407	3.121	23.688
Total	102.877	98.601	789.103	11.305	21.370	178.471	1.201.727

Como se indicó 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 de todos los programas usaron en segundo lugar el canal WhatsApp por sobre otros canales que ya se tenían.

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	%
ENERO	102.653	17%
FEBRERO	122.539	21%
MARZO	120.835	21%
ABRIL	59.508	10%
MAYO	97.647	17%
JUNIO	85.517	15%
Total	588.699	100%

Febrero y marzo fueron los meses de mayores solicitudes con 42% del total, seguido de enero y mayo con el 17% respectivamente.

10. Conclusiones y recomendaciones

A continuación se presentan algunas conclusiones del perfil y características de las personas que se comunicaron en el primer I - semestre 2022 a través de los diferentes puntos de atención del canal presencial, el canal telefónico y virtual, que se derivan del análisis de las variables establecidas anteriormente:

Se recibió un total de 43.430 solicitudes o consultas por los diferentes puntos del canal presencial en todas las regionales del país, provenientes de 31.998 personas, estas consultas se ingresaron en radicados en el sistema DELTA.

La diferencia con las solicitudes por los canales telefónico y virtual en donde 588.699 personas hicieron en total 1.201.727 solicitudes, muestra la marcada preferencia de los usuarios por el uso de canales telefónico y virtual, esta preferencia va en aumento y se observa por el crecimiento del uso del canal WhatsApp que fue implementado en febrero de 2022.

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 adultos mayores de 60 años en canal presencial y 16 a 24 años en canal virtual, los ciudadanos que no suministraron su edad son el 2% básicamente personas que hacen uso del canal chat SMS.

La mayoría fueron mujeres en el canal presencial con el 69%, hombres 31%, quienes se identifican con otro género diferente es solo el 9%, en general el 69% de las mujeres hicieron en este canal el 71% del total de solicitudes del semestre.

Con referencia al nivel de escolaridad se encuentra que 53% de las personas manifiestan tener un nivel de escolaridad de primaria, sin embargo no es posible identificar si se



completo este nivel de formación, 35% alcanzaron la secundaria, un 2% de personas con nivel técnico y 0.4% con nivel tecnólogo, 0.4% están realizando el pregrado, es importante considerar que 1.600 personas 5%, manifiestan no tener ningún grado de escolaridad y 34 personas un 0.1% 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 87% no requirió atención preferencial, el 13% requirió algún tipo de atención preferencial, y en este grupo la mayor cantidad corresponde a personas mayores 8% seguido del grupo de personas desplazadas 3%, las personas con discapacidad corresponden al 1% del total (353 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, también mejorar el acceso a la información para personas con discapacidad sensorial auditiva o visual con las ayudas técnicas tales como intérprete en lengua de señas, folletos en braille y en general señalización inclusiva.

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 172 son provenientes de Bogotá, seguido por los departamentos de Antioquia, Atlántico y Valle con 113, 87 y 86 consultas por cada 1.000 solicitudes; en promedio en el país una persona hace 2 solicitudes en el semestre.

Los temas más consultados tanto en el canal presencial como en los canales telefónico y virtual son en primer lugar Ingreso Solidario 58% y 47% respectivamente, Familias en Acción 22.5% y 21% y en tercer lugar en canal presencial Compensación del IVA con 7% y en canal virtual Jóvenes en Acción 12%, los jóvenes no usan demasiado el canal presencial prefiriendo los canales virtuales.

El canal telefónico es el medio más usado por las personas en todos los departamentos y para todos los programas, seguido de WhatsApp que ha tenido un crecimiento importante desde su inicio en febrero de 2022, los puntos presenciales ya atienden en su totalidad después del levantamiento de las restricciones por causa de la emergencia sanitaria del COVID-19.

Considerando que esta información de caracterización 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 GIS, 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.

La información registrada en el sistema DELTA de las atenciones realizadas en el canal presencial en las direcciones regionales que no tienen agente front del operador de Centro de Contacto, presenta muchos errores de digitación y de tipificación, se recomienda reforzar en esas regionales la forma de registrar la información en la base de datos, según la tipificación actualizada, solicitar que se llenen todos los campos y se puede revisar si es posible dejar esos campos como obligatorios no de texto abierto sino de selección o lista desplegable.



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 las personas beneficiarias 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 generada.

Si bien se implementó una circular solicitando la entrega de información permanente por parte de las áreas cuando hay actualizaciones de información o novedades, se recomienda con alguna periodicidad desarrollar mecanismos de 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.


Se sugiere que al formulario de radicación de peticiones web se le incluya algunas variables para la caracterización de los ciudadanos, igualmente incluir algunas variables adicionales en los formatos de registro de los canales virtuales por ejemplo las de atención preferencial, lo que permitiría mejorar la segmentación de población que usa canales e incluir algunos del canal escrito en el próximo informe de caracterización.

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 I - semestre de 2022, 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 primer semestre de 2022 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

Diseñar o implementar un nuevo servicio

Adecuar procesos y procedimientos para la entrega de bienes y servicios

Adecuar e implementar canales de atención

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

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?

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

Otro ¿Cuál?

Líder y/o Dependencia que coordina el ejercicio de caracterización:

Grupo Interno de Trabajo de Participación Ciudadana