



**SUPERINTENDENCIA
DE SOCIEDADES**

Informe de Caracterización de Usuarios Grupo de Relación Estado – Ciudadano

Diciembre de 2021

Más empresa, más empleo



El futuro
es de todos

Gobierno
de Colombia

Objetivo General

Caracterizar los grupos de valor y partes interesadas con los que actualmente interactúa la Superintendencia de Sociedades, a fin de conocer sus necesidades, particularidades, expectativas y con ello establecer acciones para la mejora continua en la oferta institucional, facilitando la toma de decisiones en los procesos misionales de la entidad



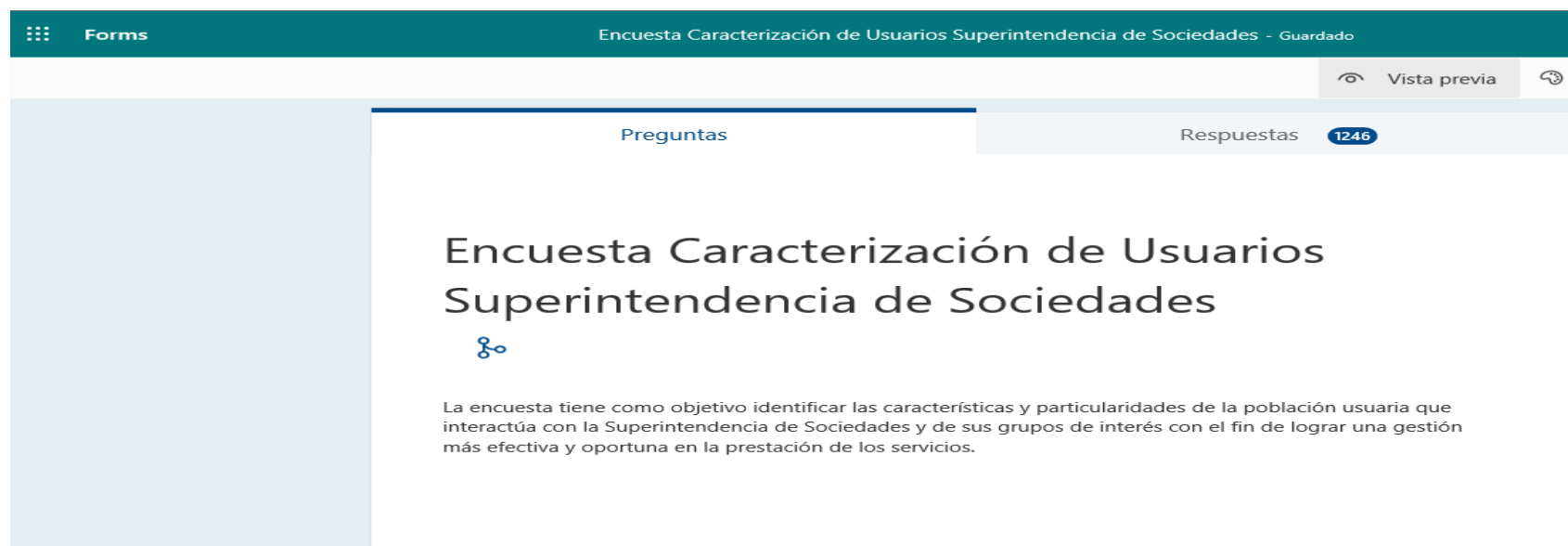
Objetivos Específicos

- Identificar las características, necesidades de los grupos de valor y las partes interesadas, con el propósito de adecuar la oferta institucional conforme con sus necesidades y expectativas.
- Analizar y visualizar las variables dentro de cada uno de los campos de acción del informe de caracterización de los grupos de valor de la Superintendencia de Sociedades.
- Identificar las particularidades y necesidades de los grupos de valor y partes interesadas, con el fin de facilitar la interacción con la Entidad a través de los ejercicios de Rendición de Cuentas y acciones de Participación Ciudadana.
- Generar información de calidad, que permita, a la entidad, analizar el comportamiento y las necesidades de los grupos de valor y con ello poder tomar decisiones orientadas a la optimización en la prestación de los productos y servicios.
- fortalecer los mecanismos de divulgación de información (presenciales y virtuales) y priorizar contenidos de la información.



Este ejercicio de caracterización toma como referencia la información generada a través de encuesta respondida por 1.234 usuarios, mediante formulario creado en la herramienta Microsoft Forms a continuación, se relaciona el link con el formulario de la encuesta:

https://forms.office.com/Pages/DesignPage.aspx?fragment=FormId%3DNEzpbta7R0akgw4Zak3g_8fAZ_tlxRVBj8KDrny9nz1UNDNBRVo5MzBaR082MVM1WUQyQVNUUEFFWC4u%26Token%3D5625b2ee630046559acdca2bc345d55a



The screenshot shows a Microsoft Forms interface. At the top, there is a green header with the text 'Forms' and 'Encuesta Caracterización de Usuarios Superintendencia de Sociedades - Guardado'. Below the header, there are two tabs: 'Preguntas' and 'Respuestas' (with a '1246' badge). The main content area displays the title 'Encuesta Caracterización de Usuarios Superintendencia de Sociedades' and a small icon. Below the title, there is a paragraph of text: 'La encuesta tiene como objetivo identificar las características y particularidades de la población usuaria que interactúa con la Superintendencia de Sociedades y de sus grupos de interés con el fin de lograr una gestión más efectiva y oportuna en la prestación de los servicios.'

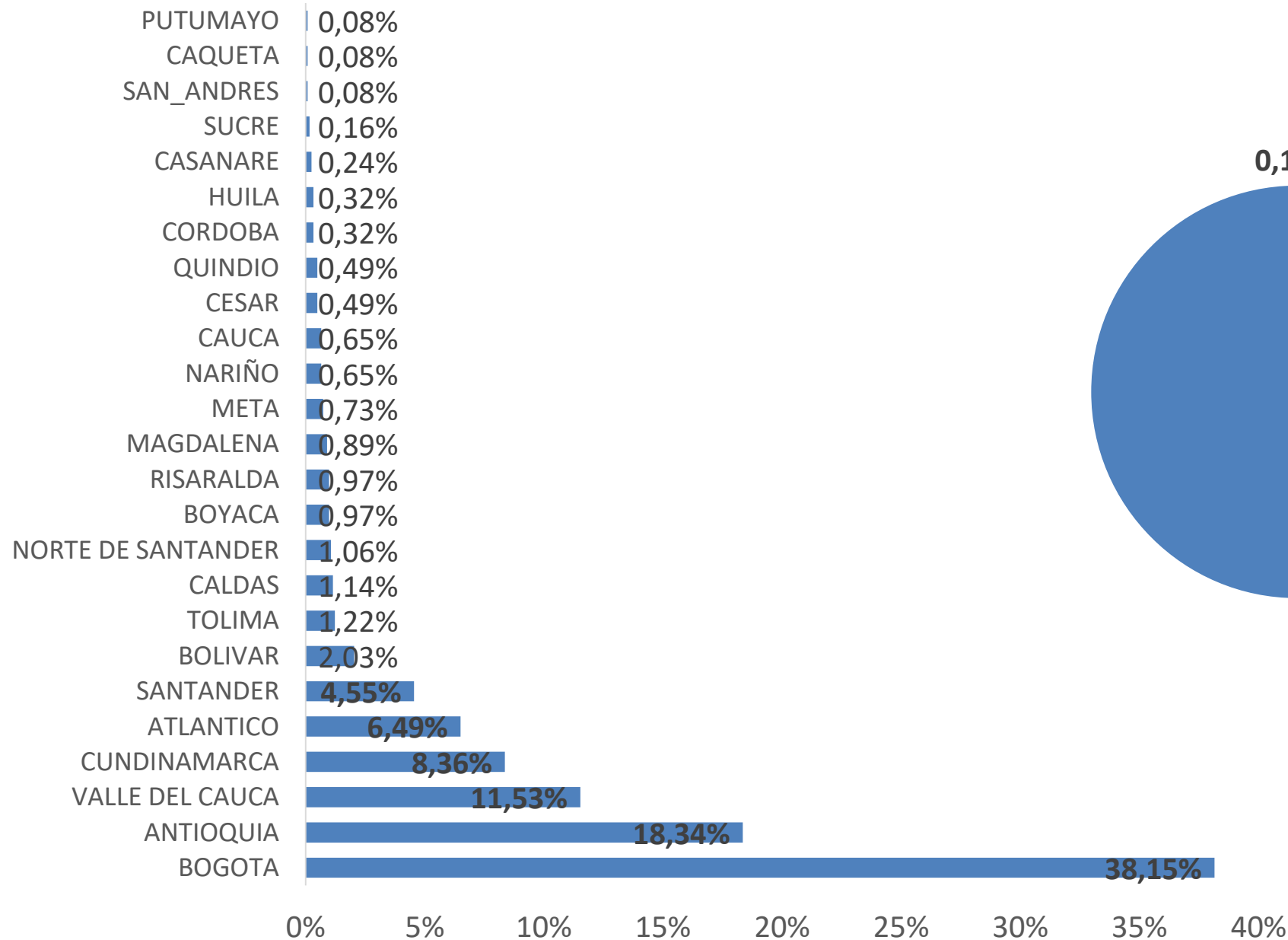
A continuación se identifican las variables, las cuales se articulan con los intereses, necesidades, objetivos definidos, tipología de servicios y misión de la Entidad. Las variables agrupan, usuarios o interesados en grupos geográficos, demográficos, de comportamiento e intrínsecos permitiendo estudiar las características en la mayoría de sus individuos:

GEOGRAFICA – UBICACIÓN: permite identificar los lugares en los cuales residen los ciudadanos, usuarios y/o grupos de interés que utilizan los diferentes canales de atención de la entidad. También hace referencia a las zonas de mayor influencia geográfica. Ubicación (Lugar Residencia- Departamento)

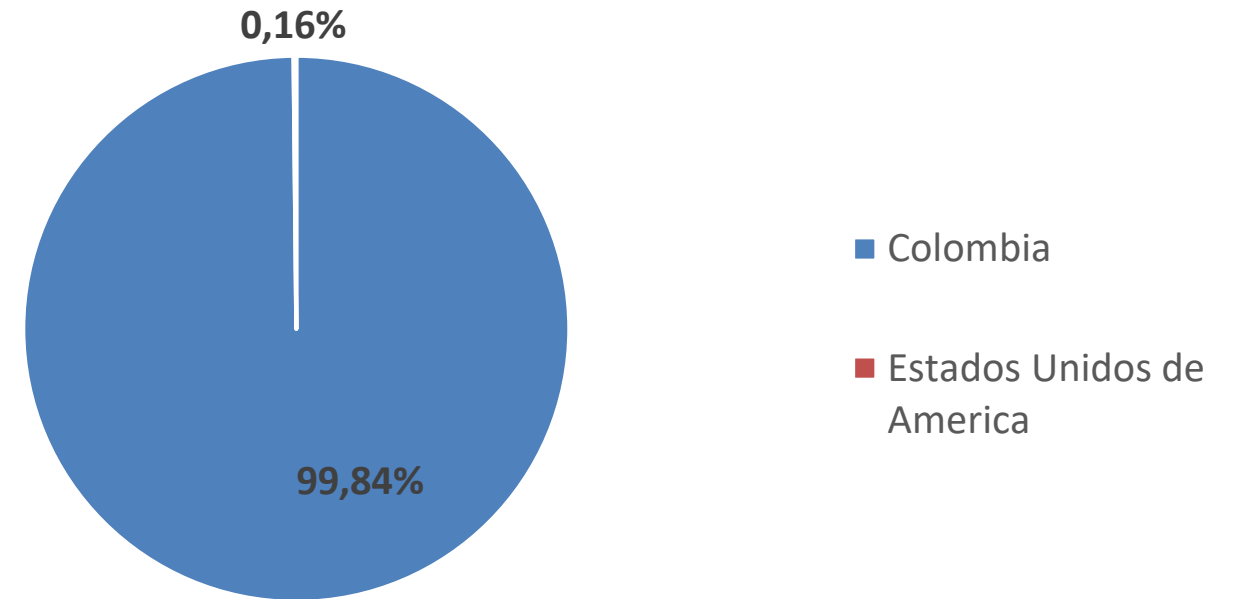




Ubicación Geográfica



País de residencia

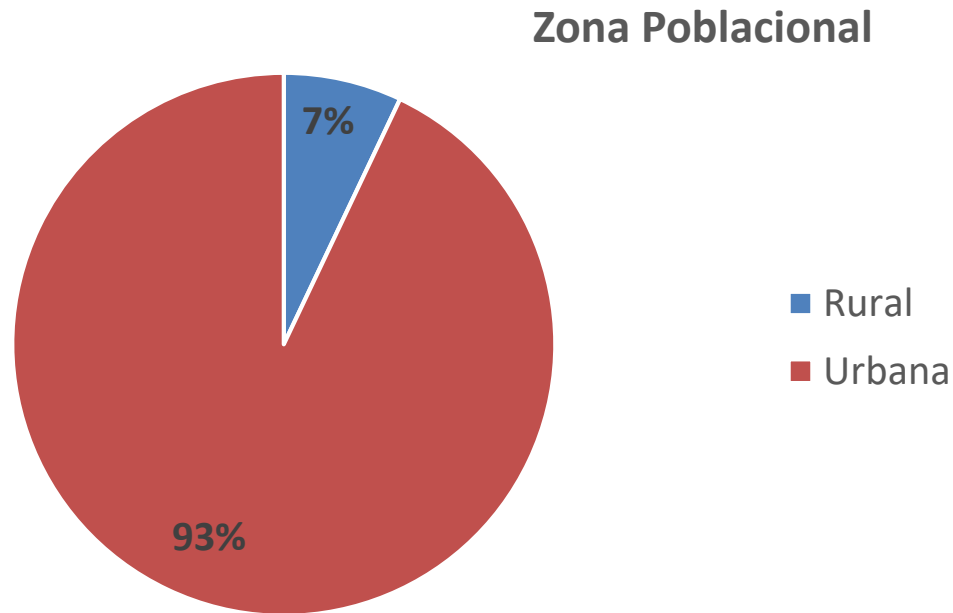


- Colombia
- Estados Unidos de America

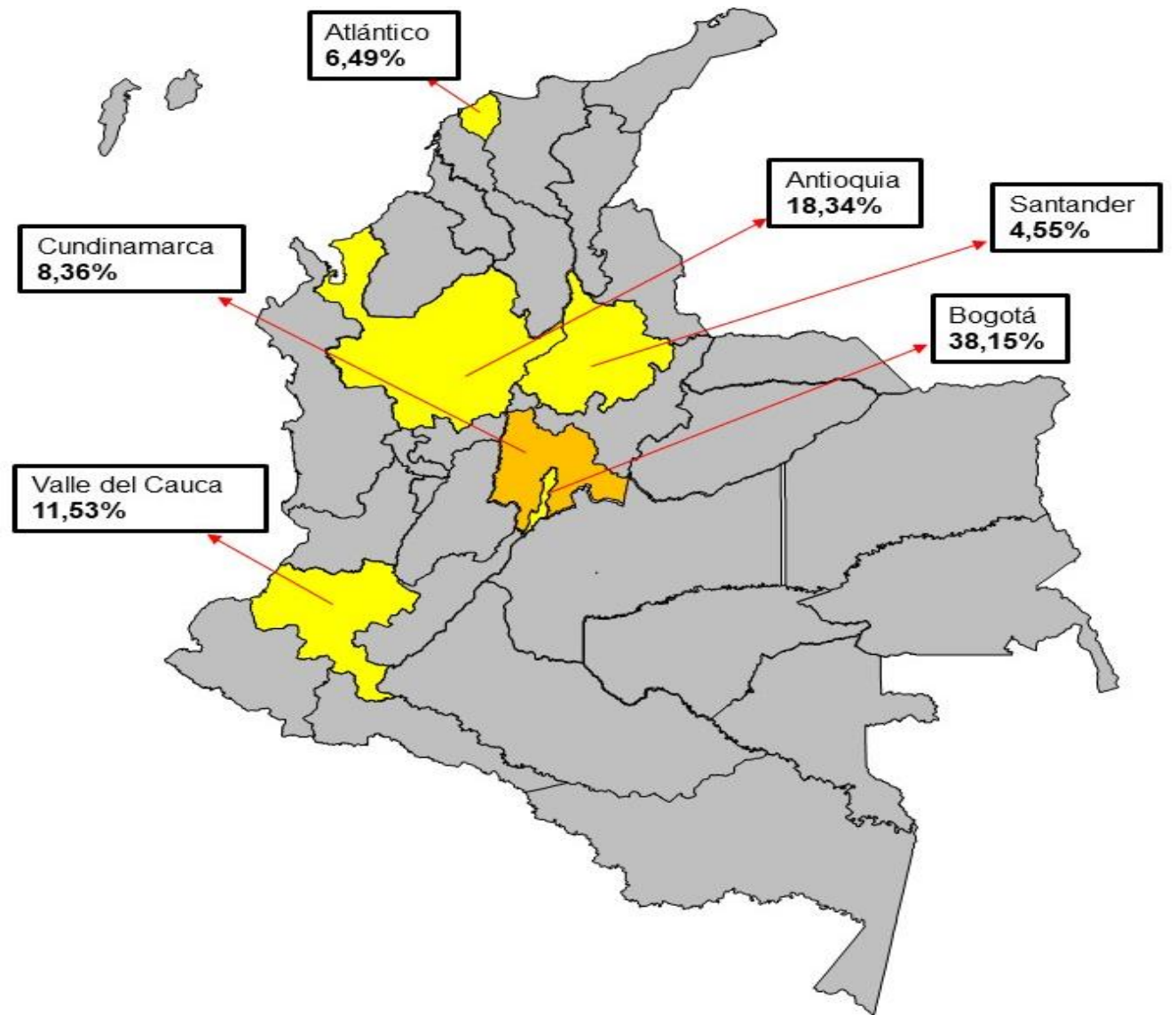


Se puede evidenciar que el 99,84% de los usuarios que respondieron la encuesta residen en Colombia, así mismo, que el 87,42% de los usuarios se focalizan en los departamentos de Santander, Atlántico, Cundinamarca, Valle del Cauca, Antioquia y Bogotá, teniendo en la capital Colombiana el mayor número de usuarios con el 38,15%.

De igual manera se encontró que el 93% de la población usaría habita en el área urbana.



Ubicación Geográfica



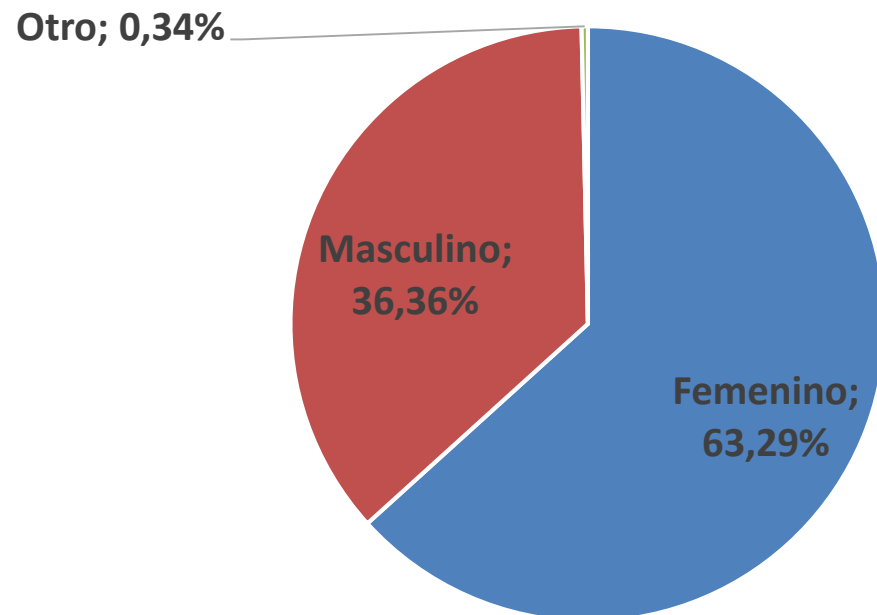
DEMOGRÁFICAS:

Permite evidenciar las características de los Ciudadanos, tales como género, edad, si pertenece algún grupo étnico, nivel de escolaridad etc., pudiendo generar un registro que indique cual es el tipo de usuario que genera un mayor índice de recepción de consultas frente a los temas de competencia de la entidad.



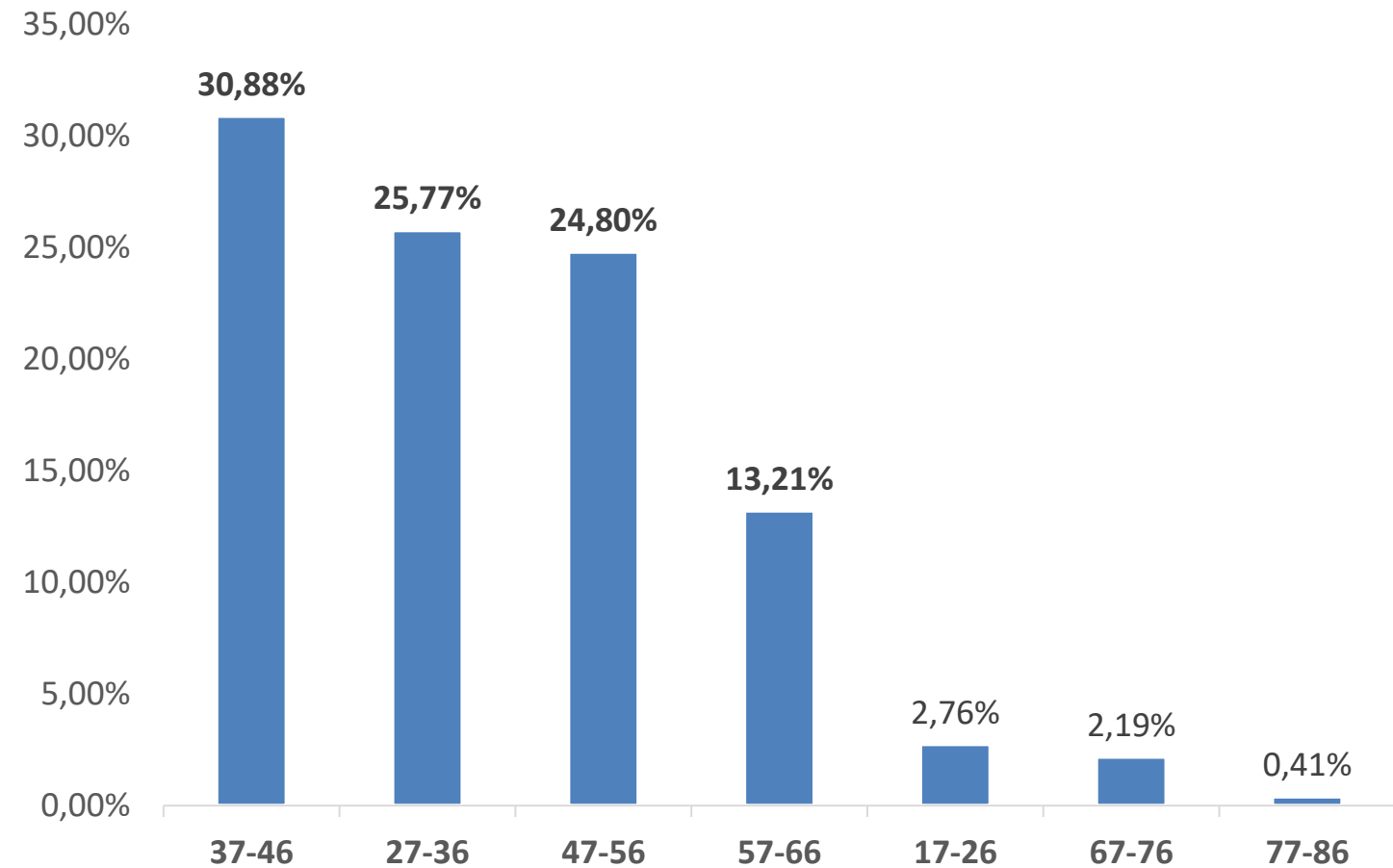
DEMOGRÁFICAS: Los datos de esta variable evidencian que el 94,66% de los usuarios que utilizan los diferentes canales de atención se encuentran en el rango de edad entre los 27 y 66 años, encontrando dentro de dicha población que el 30,88% de los usuarios se encuentra en el rango de edad 37 y 46 años.

Por otro lado se evidenció que el 63,13% de la población usuaria pertenece al género femenino



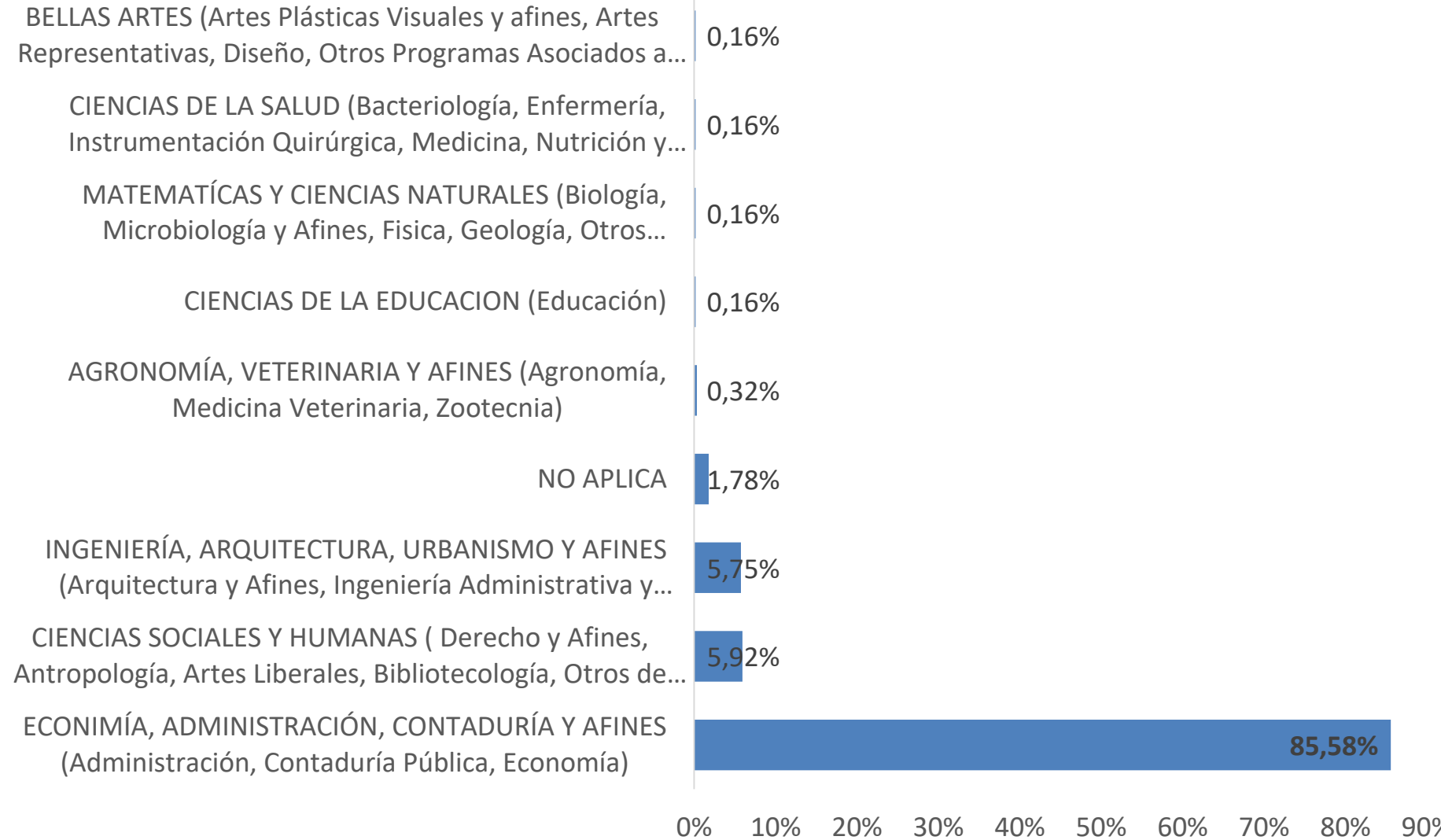
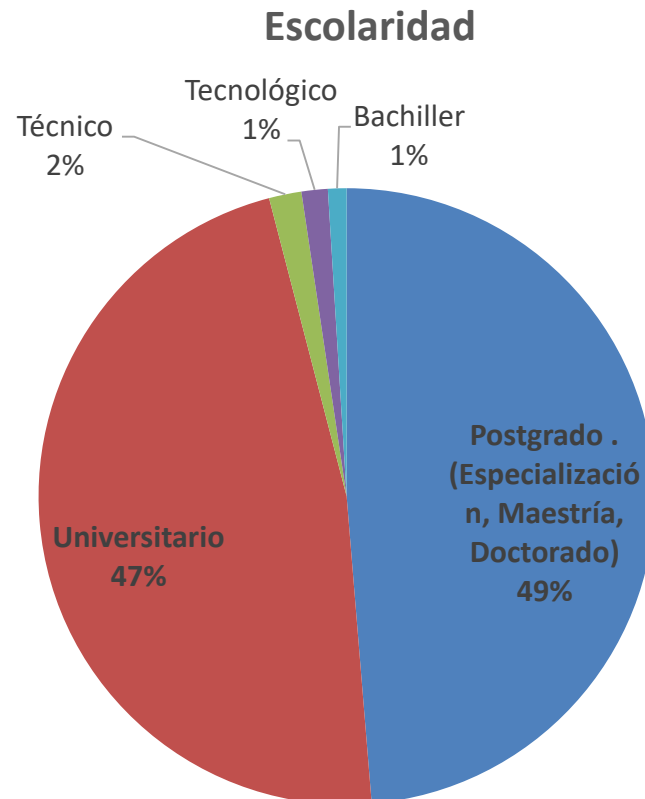
DEMOGRÁFICA

Rangos de edades



DEMOGRÁFICAS: En lo que respecta al nivel de escolaridad, se evidencia que el 95,94% de los usuarios tienen formación universitaria profesional, siendo la rama de economía, administración, contaduría la de mayor representación con el 85,58%

Profesiones



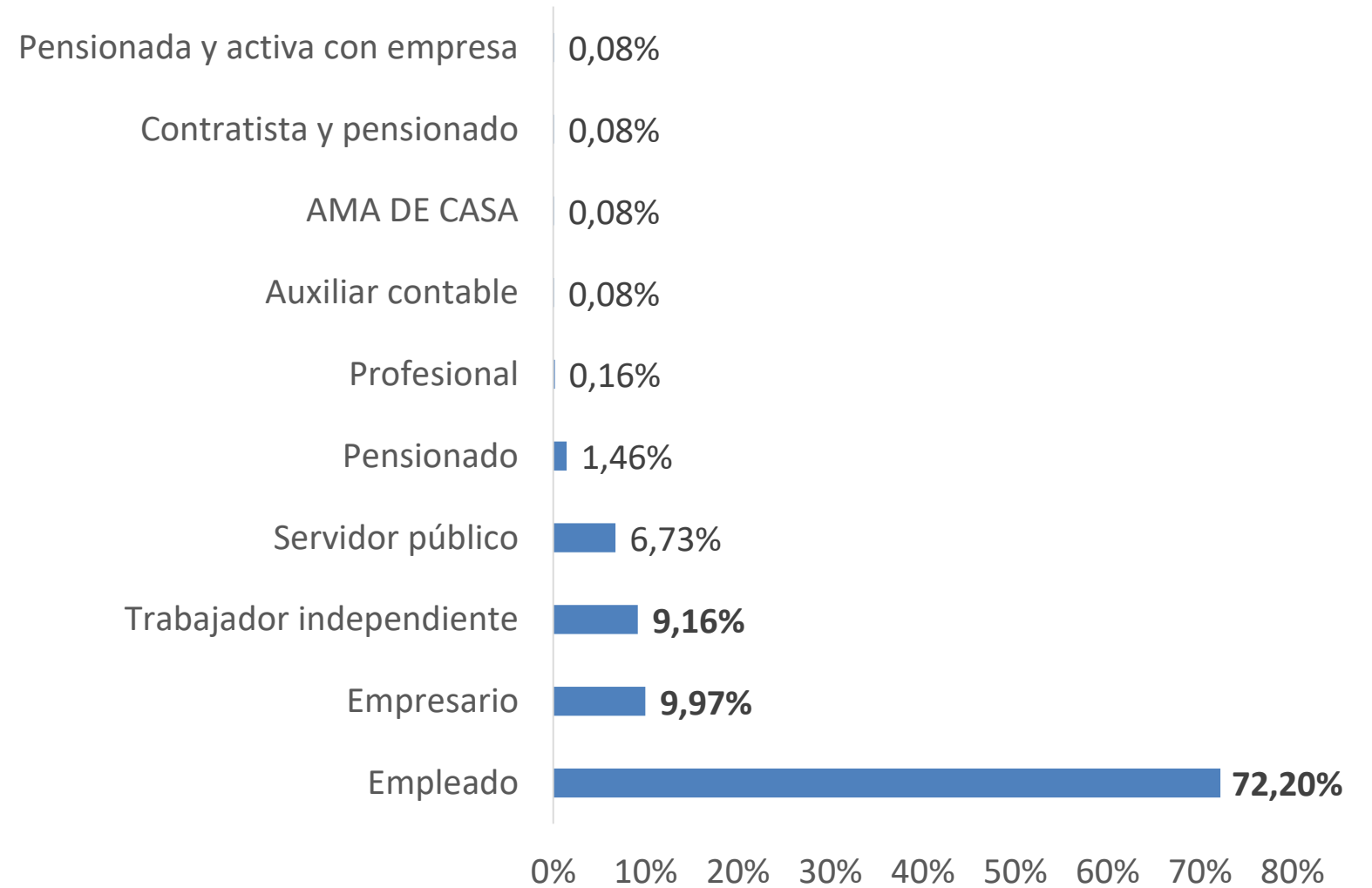
DEMOGRÁFICAS:

Frente a la información analizada referente a la ocupación de los usuarios que atendieron la encuesta, se encuentra que el 72,20% son empleados y el 19,13% hacen parte de los empresarios o personas independientes.



DEMOGRÁFICA

Ocupación



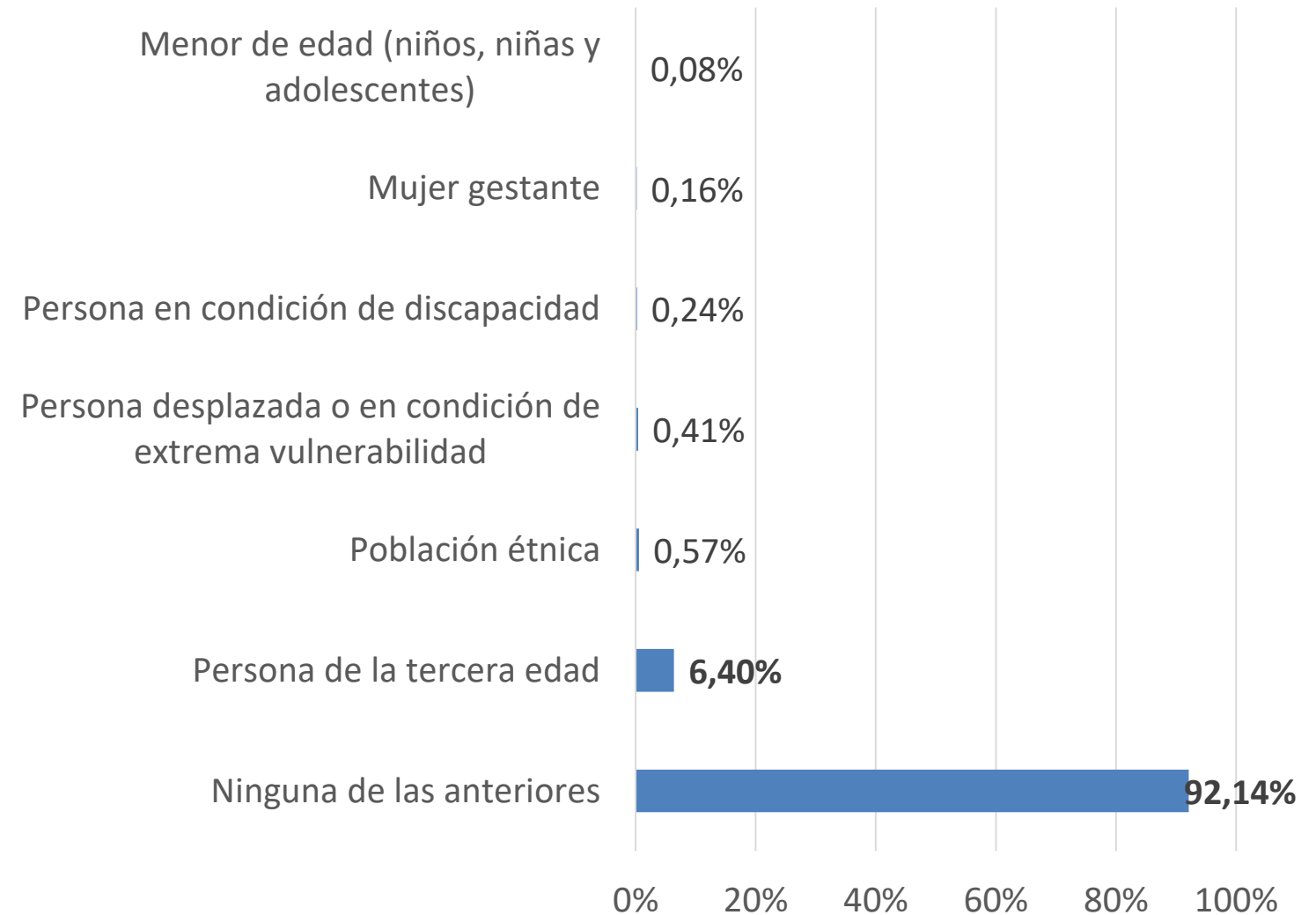
DEMOGRÁFICA

DEMOGRÁFICAS:

Revisados los datos, se puede evidenciar que el 92,14% no pertenece a ninguno de los grupos poblacionales especiales registrados en la encuesta, no obstante, el 6,40% son personas de la tercera edad.



Grupo Poblacional





Temas de mayor interés



VARIABLES

COMPORTAMENTALES: Se refieren a las acciones observadas en los ciudadanos, usuarios o grupos de interés, más allá de lo que dicen hacer o preferir. Permiten identificar los motivos o eventos que los llevan a interactuar con la entidad y las características de esta interacción.

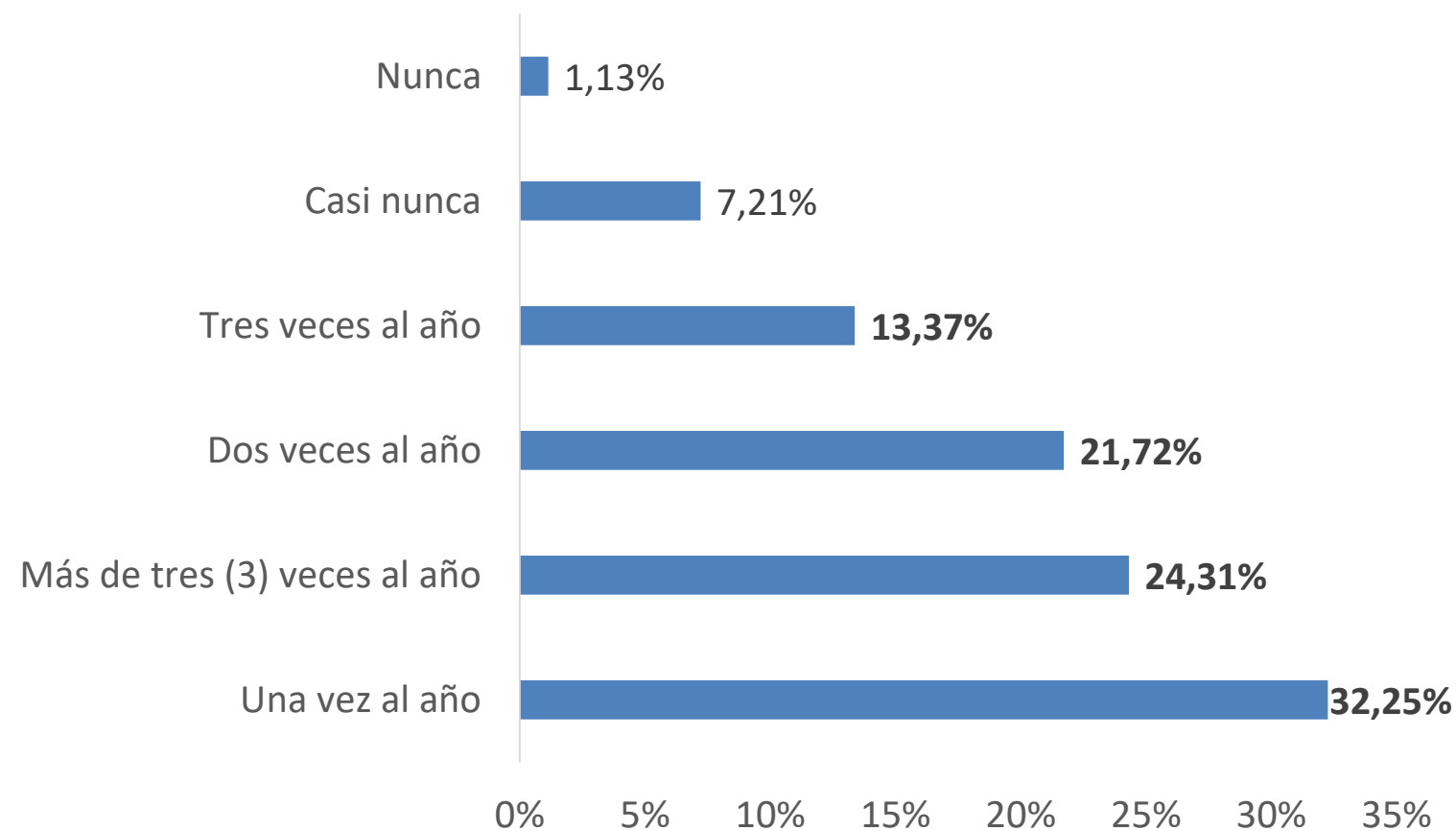
En atención a que las sociedades supervisadas por la Entidad deben reportar anualmente su información financiera, se evidencia que el 50.97% de los usuarios que atendieron la encuesta, tienen como tema de mayor interés lo relacionado con los informes financieros.



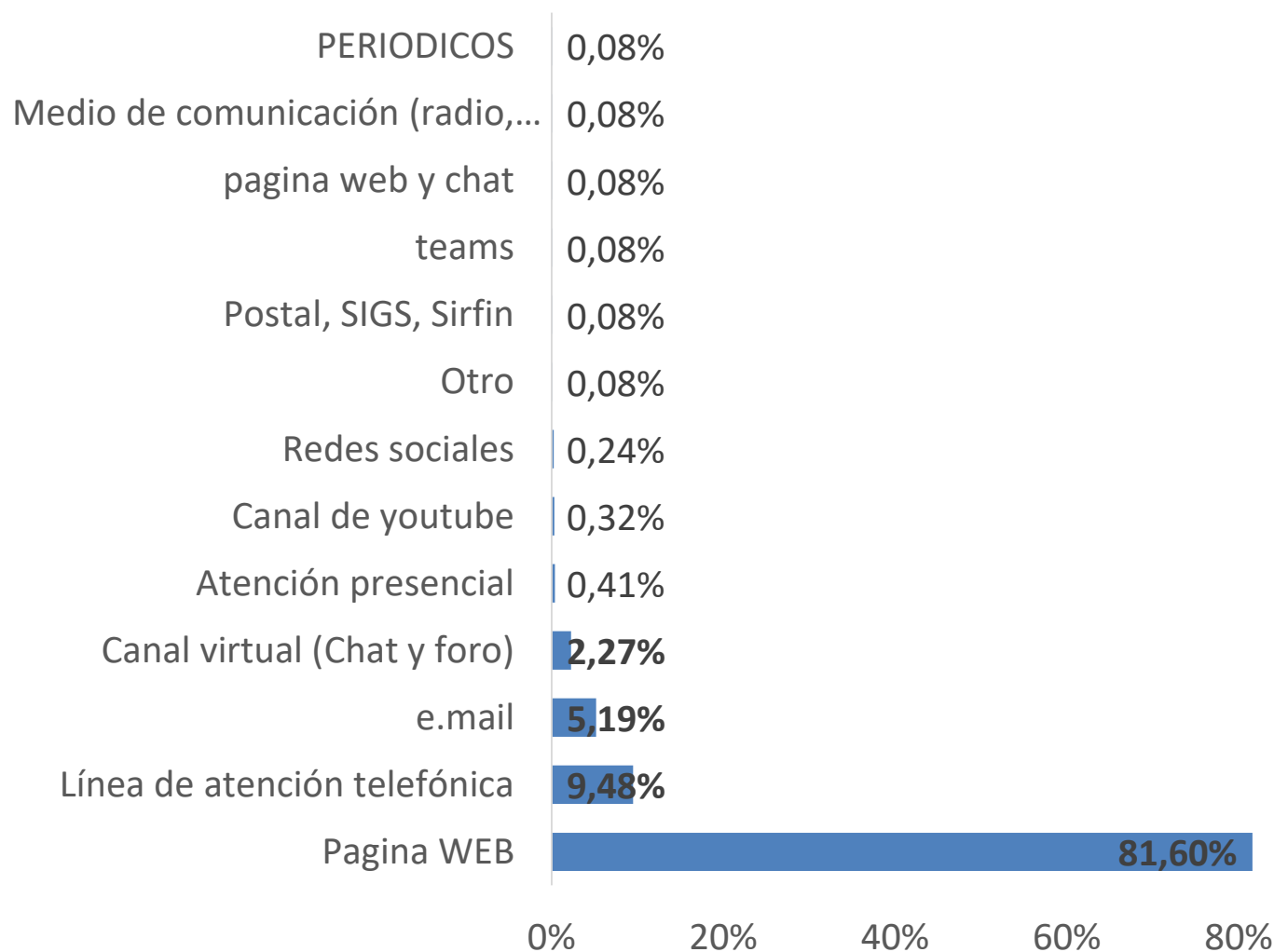
COMPORTAMENTALES:

Dentro del análisis del comportamiento de los usuarios con relación a la oferta de los servicios dispuestos por la Entidad, se encuentra que a raíz de los reportes financieros anuales que realizan las sociedades supervisadas, el 32,25% de los ciudadanos hacen uso por lo menos una vez al año de los servicios de la Superintendencia, no obstante, es importante resaltar que el 59,4% de los usuarios consultados realizan entre dos, tres y más de tres veces por año alguna gestión ante la Entidad

Uso de los servicios de la Superintendencia



Medios de consulta más frecuentes

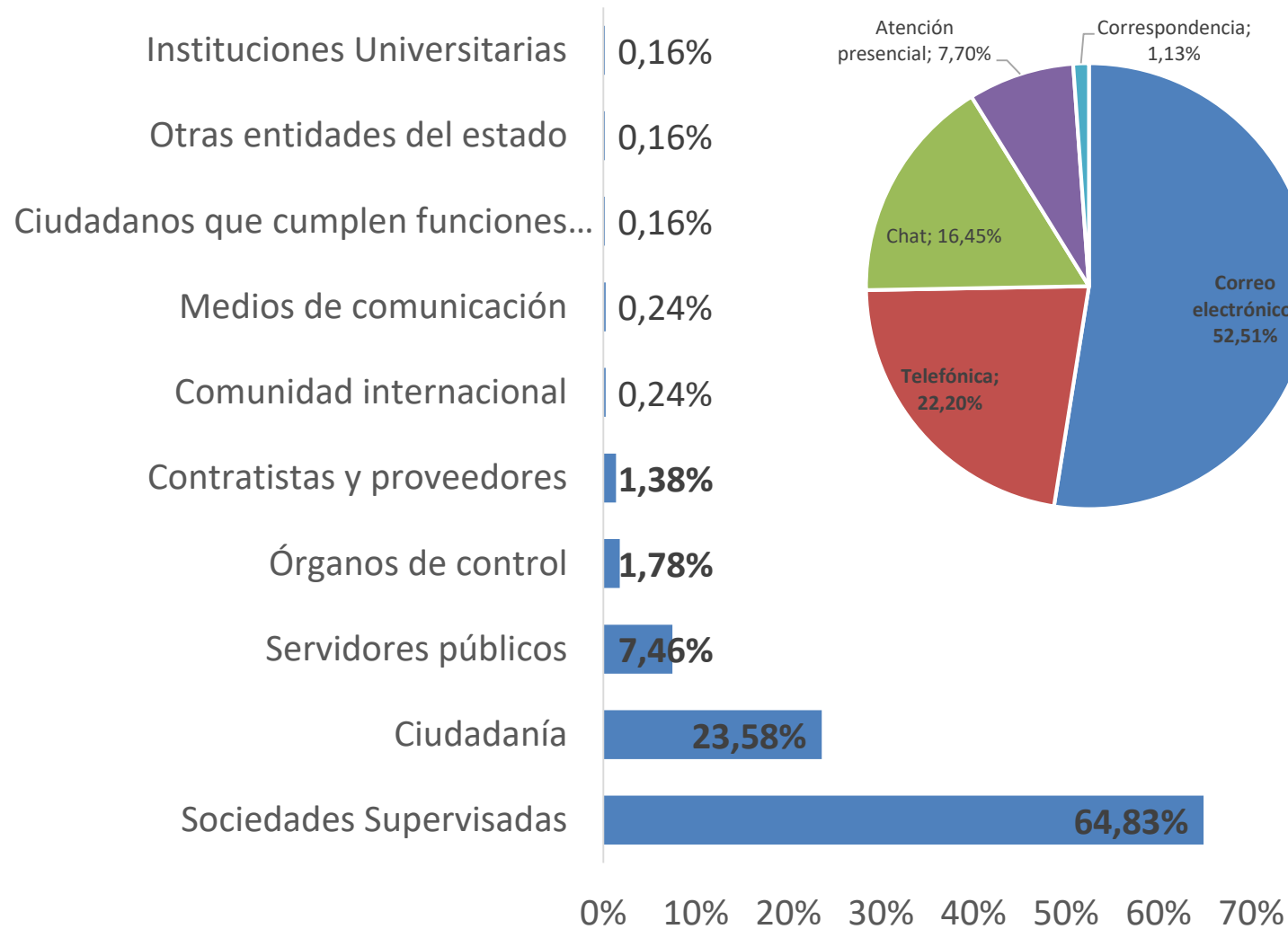


INTRÍNSECAS: Actividades o valores comunes (preferencias individuales) de los Ciudadanos y grupos de valor en el uso de los canales dispuestos por la Entidad y que permiten identificar características para diferenciarlos.

Para esta variable se puede identificar que el 98,54% de los usuarios consultan los diferentes canales y servicios online que tiene a disposición la Entidad, siendo la pagina web con el 81,60% el canal mas consultado por la ciudadanía, esta tendencia obedece también a la emergencia sanitaria por la que atraviesa el país desde la vigencia 2020, a causa del covid-19, obligando a que los usuarios realicen sus consultas y trámites de manera no presencial, impactando de forma significativa la atención virtual.



Grupos de Interés



GRUPOS DE VALOR

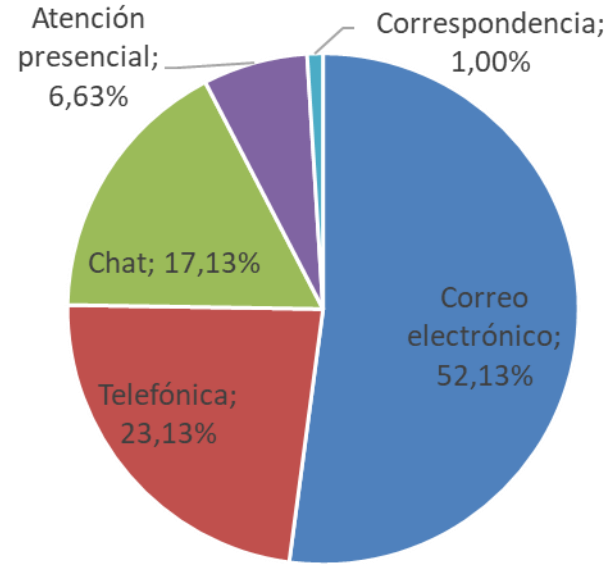
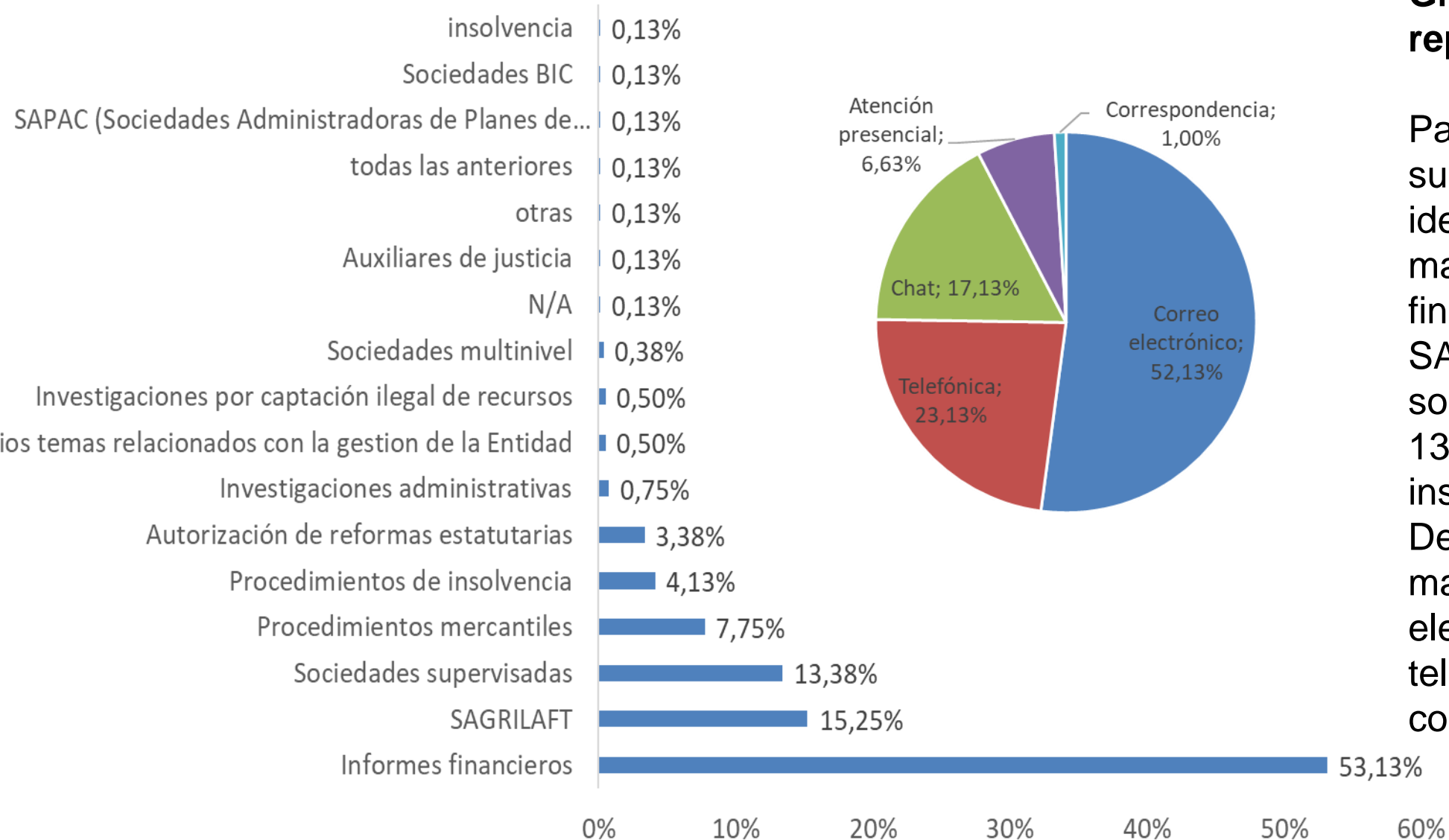
Grupos de valor:

Con el ejercicio de caracterización realizado, la Entidad puede identificar que dentro de los grupos de interés mas representativos se encuentran las sociedades supervisadas con un 64,83%, la ciudadanía con el 23,58% y servidores públicos con un porcentaje del 7,46%. Los canales de interacción mas usados por los grupos de interés, lo encabeza el correo electrónico con el 52,51%, el telefónico con el 22,20% y el chat con el 16,45% respectivamente



TEMAS DE MAYOR INTERES GRUPOS DE VALOR

Temas de mayor interés Sociedades Supervisadas



Temas de mayor interés de los Grupos de valor más representativos:

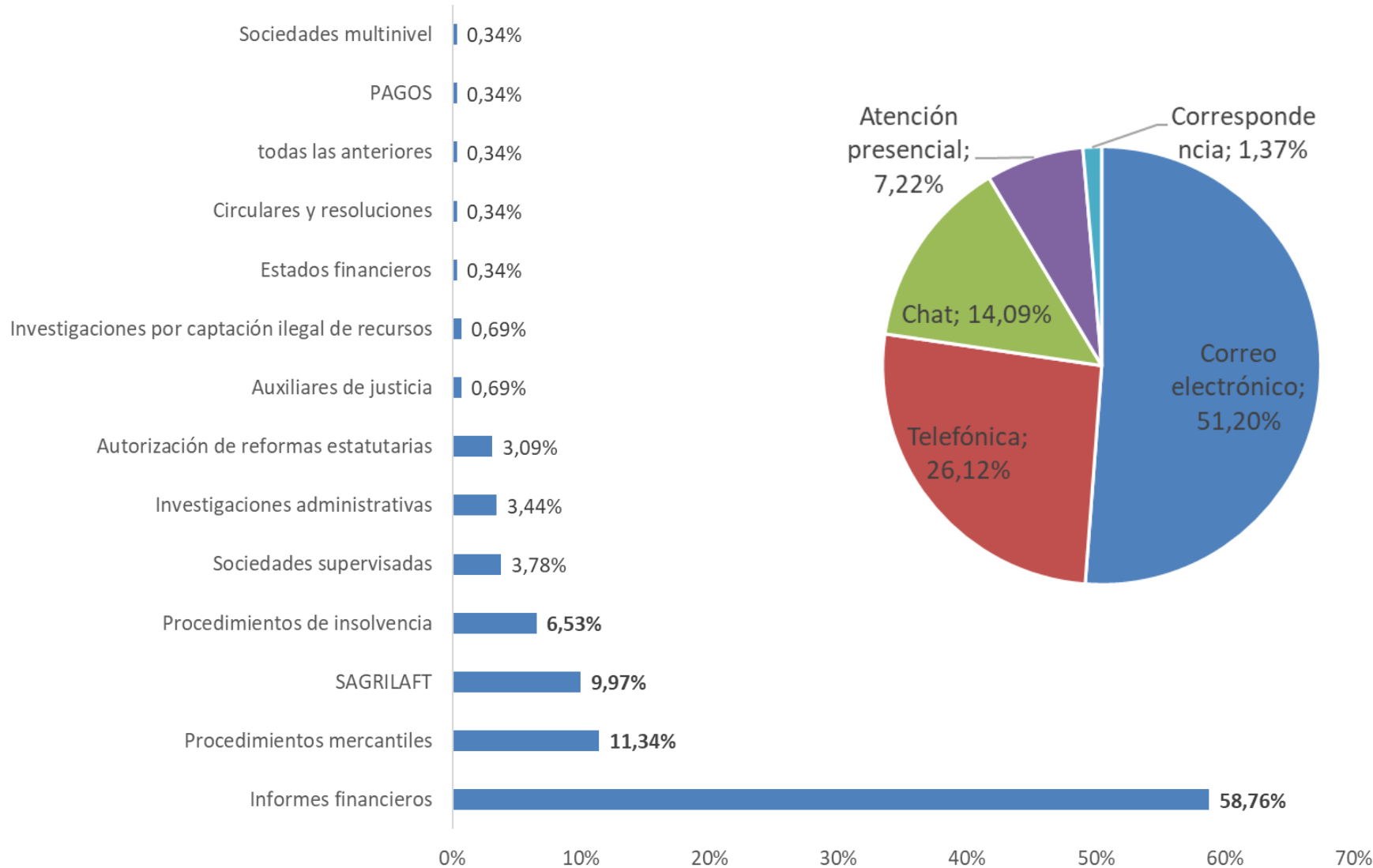
Para las sociedades supervisadas, se puede identificar que los temas de mayor interés son los informes financieros con el 53,13%, SAGRILAFT con el 15,25%, sociedades supervisadas con 13,38% y procedimientos de insolvencia con el 7,75%.

De igual manera los canales de mas interacción son el correo electrónico con 52,13%, canal telefónico con el 23,13% y chat con el 17,13%



TEMAS DE MAYOR INTERES GRUPOS DE VALOR

Temas de mayor interes Ciudadanía



Temas de mayor interés de los Grupos de valor mas representativos:

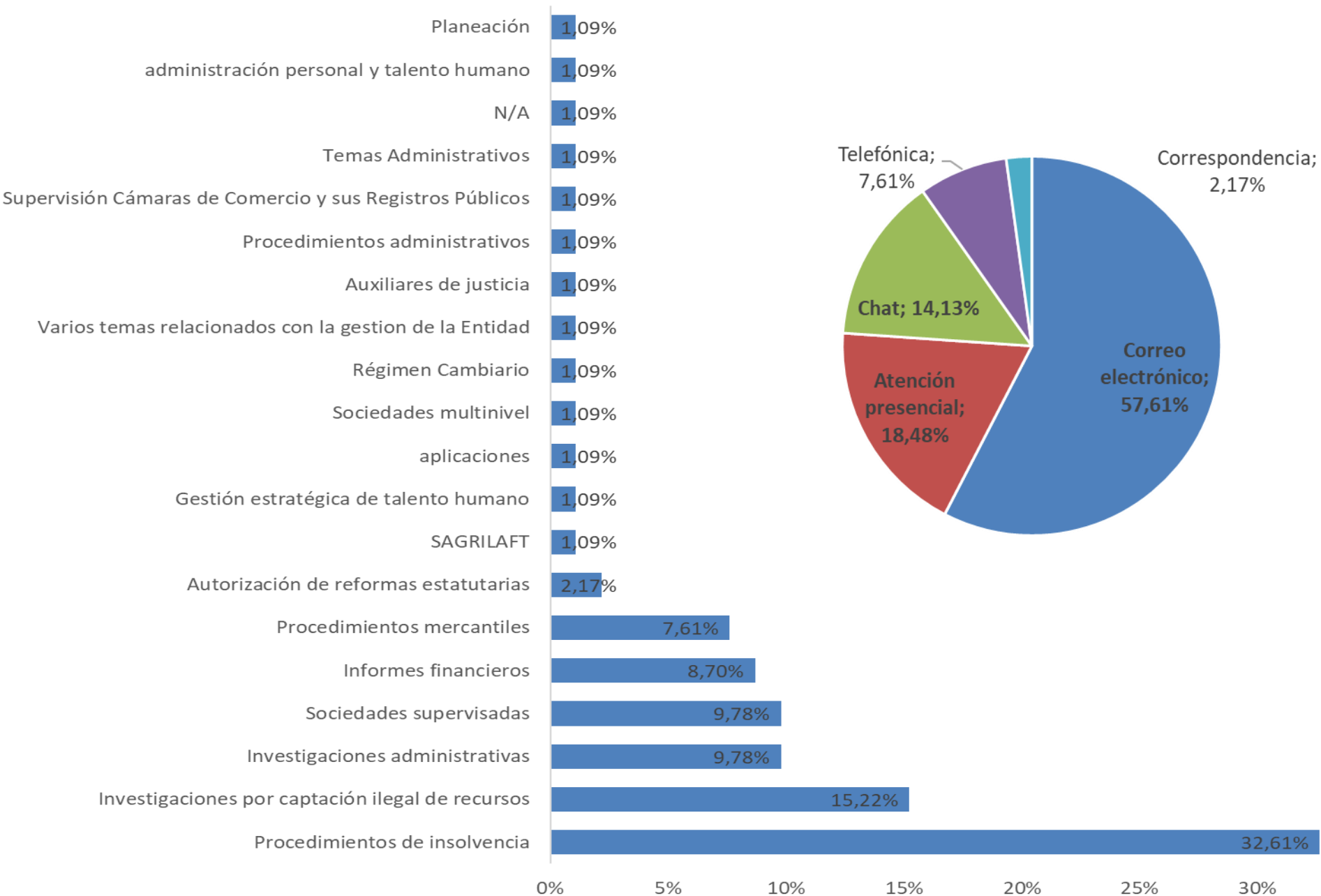
Para las ciudadanía los temas de mayor relevancia lo encabeza los informes financieros con el 58,76%, seguido de procedimientos mercantiles con un porcentaje del 11,34%, SAGRILAFT con el 9,97% y procedimientos de insolvencia con el 6,53%.

Por otro lado, los canales de más interacción son el correo electrónico con 51,20%, canal telefónico con el 26,12% y el chat con el 14,09%



TEMAS DE MAYOR INTERES GRUPOS DE VALOR

Temas de mayor interés Servidores públicos



Temas de mayor interés de los Grupos de valor más representativos:

Para el Grupo correspondiente a los servidores públicos, los temas de mayor interés son procedimientos de insolvencia con el 32,61%, seguido de investigaciones por captación ilegal de recursos con el 15,22%, investigaciones administrativas con el 9,78% y sociedades supervisadas con el 9,78%.

Finalmente, los canales de más interacción para este grupo esta el correo electrónico con 57,61%, la atención presencial con 18,48% y el chat con el 14,13% respectivamente.



Conclusiones:

Al hacer el ejercicio de caracterización y después de analizar el comportamiento de los grupos de valor de Superintendencia de Sociedades, se logró identificar la importancia de este tipo de análisis, que permiten a la entidad dimensionar cuáles pueden ser las acciones que se deben implementar o adoptar, con el fin de mejorar su oferta institucional.

Por consiguiente, se proponen las siguientes acciones:

1. Integrar más fuentes de información propias que sinteticen requerimientos de los grupos de valor y de otros grupos de interés.
2. Para mejorar el portafolio de productos y servicios, se requiere un trabajo conjunto entre las diferentes áreas de la entidad, para la recolección de variables que permitan identificar información relevante para el desarrollo de su gestión.
3. Seguir fortaleciendo los canales virtuales con el objetivo de atender la demanda de requerimientos siempre de manera oportuna.
4. Continuar promocionando la oferta de servicios y los diferentes canales de atención institucional.

CONCLUSIONES





SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES

Línea de atención al usuario: 01- 8000- 11 43 19

PBX: (601) 2201000

www.supersociedades.gov.co

webmaster@supersociedades.gov.co

AVENIDA EL DORADO No. 51 – 80 / Bogotá – Colombia



El futuro
es de todos

Gobierno
de Colombia