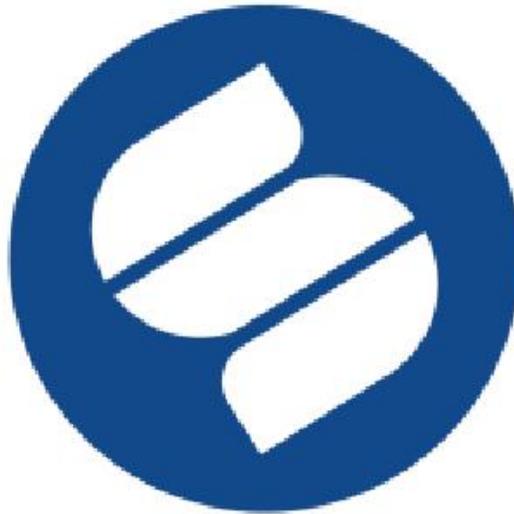


 SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	<b>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</b>	Código: ATC-M-002
	<b>SISTEMA GESTIÓN INTEGRADO</b>	Fecha: 08 de junio de 2020
	<b>PROCESO ATENCION AL CIUDADANO</b>	Versión: 003
	<b>MANUAL: CARACTERIZACION DE USUARIOS</b>	Número de Página 1 de 24



**SUPERINTENDENCIA  
DE SOCIEDADES**

**MANUAL DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS**

 <b>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</b>	<b>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</b>	Código: ATC-M-002
	<b>SISTEMA GESTIÓN INTEGRADO</b>	Fecha: 08 de junio de 2020
	<b>PROCESO ATENCION AL CIUDADANO</b>	Versión: 003
	<b>MANUAL: CARACTERIZACION DE USUARIOS</b>	Número de Página 2 de 24

## **TABLA DE CONTENIDO**

<b>1. CONTEXTUALIZACIÓN.....</b>	<b>3</b>
1.1 OBJETIVO.....	3
1.2 RESPONSABLE.....	3
1.3 ALCANCE.....	3
<b>2. CONDICIONES GENERALES.....</b>	<b>4</b>
2.1 PREMISAS PARA LA CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS EN LA SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES.....	5
2.2 FUENTES DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	7
<b>3. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LOS USUARIOS Y LOS GRUPOS DE INTERÉS.....</b>	<b>8</b>
3.1 USUARIOS DE LOS SERVICIOS DE LA ENTIDAD.....	8
3.2 GRUPOS DE INTERÉS DE LA ENTIDAD.....	8
<b>4. RELACIONES DE INTERACCIÓN CON LA ORGANIZACIÓN.....</b>	<b>10</b>
4.1 CANAL DE ATENCIÓN TELEFÓNICA.....	10
4.2 CANAL DE ATENCIÓN VIRTUAL.....	10
4.3 CANAL DE ATENCIÓN PRESENCIAL.....	11
4.4 CANAL DE ATENCIÓN POR CORRESPONDENCIA.....	11
<b>5. CARACTERIZACIÓN DE LOS USUARIOS.....</b>	<b>12</b>
5.1 DEFINICIÓN DE VARIABLES.....	12
5.1.1 Variables Aplicables a Personas Naturales.....	12
5.1.2 Variables Aplicables a Personas Jurídicas.....	14
5.2 SEGMENTACIÓN.....	16
5.2.1 Caracterización del segmento “persona natural – población flotante”.....	20
5.2.2 Caracterización de los segmentos “personas jurídicas – empresas supervisadas y sus grupos de interés, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales y partes interesadas”.....	22
<b>6. ANEXOS Y REGISTROS.....</b>	<b>24</b>
<b>7. CONTROL DE CAMBIOS.....</b>	<b>24</b>

 <b>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</b>	<b>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</b>	Código: ATC-M-002
	<b>SISTEMA GESTIÓN INTEGRADO</b>	Fecha: 08 de junio de 2020
	<b>PROCESO ATENCION AL CIUDADANO</b>	Versión: 003
	<b>MANUAL: CARACTERIZACION DE USUARIOS</b>	Número de Página 3 de 24

## **1. CONTEXTUALIZACIÓN**

### **1.1 OBJETIVO**

#### **Objetivo General**

Establecer la metodología para identificar las características y particularidades de la población usuaria que interactúa con la Superintendencia de Sociedades y de sus grupos de interés y definir segmentos de atención, que permitan unificar la atención en los canales y niveles de servicio, con el fin de lograr una gestión más efectiva y oportuna en la prestación de los servicios.

#### **Objetivos Específicos**

Definir los conceptos y lineamientos para:

- Identificar y describir a los grupos de interés que hacen uso de los servicios de la Superintendencia de Sociedades.
- Describir la interacción de los usuarios y partes interesadas con la Entidad, a través de los canales de atención existentes en la Superintendencia de Sociedades.
- Caracterizar y segmentar a los usuarios identificados con el fin de establecer atributos similares para la posterior gestión de acciones comunes.

### **1.2 RESPONSABLE**

- Coordinador Grupo Atención al Ciudadano
- Responsables de los Procesos

### **1.3 ALCANCE**

Mediante el presente manual, se pretende establecer la metodología y las premisas necesarias para caracterizar a los grupos de interés que interactúan con la Superintendencia de Sociedades y requieren de los diferentes trámites y servicios que por ley corresponden a la Entidad, teniendo en cuenta las variables geográficas, demográficas y de comportamiento que los afectan.

De acuerdo con la Ley 222 de 1995, la Superintendencia de Sociedades tiene como funciones principales, la inspección, vigilancia y control de las sociedades comerciales en los términos establecidos en las normas vigentes. De igual manera, la Ley 1116 de 2006 faculta a la entidad a adelantar procesos de insolvencia sobre las sociedades comerciales y personas naturales comerciantes, por lo tanto, estos serán uno de los grupos de interés

 <b>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</b>	<b>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</b>	Código: ATC-M-002
	<b>SISTEMA GESTIÓN INTEGRADO</b>	Fecha: 08 de junio de 2020
	<b>PROCESO ATENCION AL CIUDADANO</b>	Versión: 003
	<b>MANUAL: CARACTERIZACION DE USUARIOS</b>	Número de Página 4 de 24

principales que se tendrán en cuenta durante la caracterización, teniendo como fuentes de información, la base de datos del Sistema de Información y Reporte Empresarial – SIREM y la base de datos del Sistema de Información General de Sociedades – SIGS, de la Superintendencia de Sociedades.

El documento contiene los lineamientos y las fuentes de información para realizar la caracterización de los grupos de interés, la descripción de las interacciones y relaciones con éstos por parte de la Superintendencia de Sociedades, las premisas para la caracterización y segmentación de los usuarios y la definición de las variables a tener en cuenta en el ejercicio de caracterización.

## **2. CONDICIONES GENERALES**

El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones – MINTIC, por medio de la Guía de Caracterización de los Usuarios de las Entidades Públicas, establece la importancia de la significación e interpretación de los usuarios, como una herramienta fundamental para fortalecer en las entidades el conocimiento de éstos, a través de variables definidas, para desarrollar la comunicación con los mismos, al igual que para proponer mecanismos que optimicen la prestación de los servicios y aumente la satisfacción acerca de la atención en los diferentes canales dispuestos<sup>1</sup>.

En el presente documento, se identifica la forma en que se deben caracterizar los grupos de interés, que interactúan y utilizan los diferentes canales de atención al ciudadano de la Superintendencia de Sociedades, los parámetros definidos de acuerdo a la guía mencionada, desarrollada por el MINTIC y a la guía del Departamento Nacional de Planeación – DNP, la cual complementa los lineamientos relacionados para garantizar una completa gestión.

El objetivo de la caracterización es obtener un conocimiento de los usuarios de la Superintendencia de Sociedades, que permita definir una estrategia para el mejoramiento de los servicios que se prestan, teniendo en cuenta las iniciativas que al respecto tiene la entidad, de acuerdo, entre otros, con los lineamientos de la Política de Gobierno Digital, los cuales proponen acercar a las entidades con los ciudadanos, a través del entendimiento de sus necesidades y sus expectativas, enfocando los servicios ofrecidos y las comunicaciones, y ajustando los servicios existentes.

Caracterizar usuarios, es el primer paso para el adecuado diseño de la oferta de servicios de la Entidad, presentar ofertas de servicios focalizadas para responder satisfactoriamente

<sup>1</sup> *Guía de Caracterización de los Usuarios del Ministerio de las TIC*

 SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	<b>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</b>	Código: ATC-M-002
	<b>SISTEMA GESTIÓN INTEGRADO</b>	Fecha: 08 de junio de 2020
	<b>PROCESO ATENCION AL CIUDADANO</b>	Versión: 003
	<b>MANUAL: CARACTERIZACION DE USUARIOS</b>	Número de Página 5 de 24

el mayor número de requerimientos, así como para la obtención de retroalimentación y al aumento de la participación activa de la ciudadanía<sup>2</sup>.

La caracterización conduce a un mayor conocimiento de los usuarios, grupos de interés y organizaciones que interactúan con la Superintendencia de Sociedades, con el fin de enfocar los servicios de atención al ciudadano, hacia una Entidad más efectiva y optimizar su capacidad para atender oportunamente y con calidad los requerimientos de los ciudadanos.

El MINTIC en la Política de Gobierno Digital, diseñada para mejorar las relaciones y la comunicación entre el Estado, las entidades que desarrollan sus funciones y la ciudadanía, en su búsqueda constante por construir un Estado más eficiente, más transparente y más participativo gracias a las tecnologías de la información y las comunicaciones; ha diseñado una Guía para la Caracterización de Usuarios de las Entidades Públicas.

La guía, define y orienta la identificación de grupos de usuarios que comparten características similares, a partir de conceptos de mercadeo que emplean la caracterización (más específicamente segmentación) para identificar aspectos comunes de grupos poblacionales.

La Superintendencia de Sociedades debe caracterizar a sus usuarios *“para reconocer su diversidad, e identificar las características, actitudes y preferencias que los diferencian, así aumentará la oportunidad de ajustar sus actividades, decisiones y servicios para responder satisfactoriamente el mayor número de requerimientos, obtener su retroalimentación, o lograr participación activa en el logro de los objetivos de la Entidad. Una vez se tienen claras las diversas solicitudes de atención, es posible presentar ofertas de servicios focalizadas, en lugar de tratar de satisfacer a todos con una oferta unificada”*<sup>3</sup>.

Caracterizar usuarios, es un proceso que consiste en segmentar conjuntos de *“visitantes, solicitantes o sujetos que interactúan con la Entidad”* a través de variables, que expresan características comunes de la población, con el fin de identificar necesidades y motivaciones de los mismos al acceder a uno o varios de los servicios ofertados.

## **2.1 PREMISAS PARA LA CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS EN LA SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES**

La realización de la caracterización de los usuarios de la Superintendencia de Sociedades, tendrá en cuenta las siguientes premisas:

<sup>2</sup> Guía para la Caracterización de Ciudadanos, Organizaciones y Grupos de Interés del DNP

<sup>3</sup> Guía de Caracterización de Usuarios de las Entidades Públicas.

 SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	<b>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</b>	Código: ATC-M-002
	<b>SISTEMA GESTIÓN INTEGRADO</b>	Fecha: 08 de junio de 2020
	<b>PROCESO ATENCION AL CIUDADANO</b>	Versión: 003
	<b>MANUAL: CARACTERIZACION DE USUARIOS</b>	Número de Página 6 de 24

- La forma de agrupar y segmentar a los usuarios para obtener información más específica, deberá orientarse al mejoramiento de los servicios en la Entidad, con base en las variables de caracterización de usuarios.
- El resultado de la caracterización debe garantizar elementos concretos para el diseño o ajuste de la oferta institucional, así como información para el diseño de una estrategia de comunicaciones e información para la ciudadanía.
- Las caracterizaciones serán el insumo para la valoración y optimización de los canales de atención.
- Las caracterizaciones contemplarán de forma prioritaria las necesidades de mecanismos de participación ciudadana en la gestión y en general, para la rendición de cuentas, incluso con la perspectiva de evaluación de políticas públicas.

Para garantizar una caracterización de usuarios efectiva para la Superintendencia de Sociedades, el procedimiento, como se indicó, se alinea con las Guías de Caracterización del MINTIC y del DNP, así:

- Se inicia el procesamiento de la información a partir de la identificación de unas variables usadas para describir a los grupos de usuarios, que cumplen las siguientes condiciones:
  - *Son medibles:* Pueden evaluarse para cada usuario, de tal manera que se pueda reconocer cómo cada usuario se clasifica frente a esta variable. Es necesario tener datos accesibles de las variables y se pueden obtener por algún mecanismo de búsqueda y recolección de información.
  - *Son sustanciales:* Las variables que se identifiquen deben agrupar una cantidad significativa de la población objeto de análisis, de modo que se justifique el esfuerzo que la Entidad tiene que hacer para servir al grueso de la población. En algunos casos particulares, para la implementación de servicios es preciso tener en cuenta variables que no son sustanciales (no agrupan una cantidad significativa de usuarios) y que merecen especial atención dentro del diseño del servicio.
  - *Son asociativas:* Las variables deben relacionarse con las necesidades de un grupo significativo de usuarios para garantizar la relevancia de la oferta de servicios de la Entidad a los mismos.
  - *Son asequibles:* Las variables deben permitir que se valide si los segmentos en los cuales se caracteriza un usuario son alcanzados, es decir que los usuarios que componen el grupo poblacional puedan ser contactados por la entidad.
  - *Son relevantes:* Las variables usadas deben ser importantes para los servicios prestados y la naturaleza de la Entidad.

 <b>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</b>	<b>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</b>	Código: ATC-M-002
	<b>SISTEMA GESTIÓN INTEGRADO</b>	Fecha: 08 de junio de 2020
	<b>PROCESO ATENCION AL CIUDADANO</b>	Versión: 003
	<b>MANUAL: CARACTERIZACION DE USUARIOS</b>	Número de Página 7 de 24

- *Son consistentes*: Las variables cumplen las anteriores condiciones de manera perdurable en el tiempo, aun cuando los usuarios individuales puedan cambiar de segmento.
- Se orienta la identificación de las variables de forma diferenciada a individuos y organizaciones.
- Una vez se han identificado las variables con las que se van a agrupar, y junto con la información que se ha recolectado de ellos, es posible hacer las segmentaciones de usuarios. Para el ejercicio de agrupación no hay una manera única de hacerlo, depende mucho de la calidad de la información que se tenga y del conocimiento de la información misma por parte de quienes la administran.
- Finalmente, es importante que se consideren las estrategias de comunicación y uso (incluso apropiación) de las iniciativas que se definan posteriormente para cada uno de los grupos poblacionales o segmentos caracterizados, también en función de sus atributos y comportamientos.

## 2.2 FUENTES DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para realizar la caracterización de los usuarios de la Superintendencia, puede utilizar diversas fuentes de información, en particular puede utilizarse un instrumento que se valide y estandarice para tal efecto.

En el ejercicio de caracterización de usuarios de la Superintendencia de Sociedades, se sugiere utilizar fuentes de recolección de datos tales como:

- *Encuestas*: Cuestionarios bien estructurados, definidos y dirigidos a la población objeto de estudio. Estas pueden ser presenciales o virtuales, teniendo en cuenta las condiciones de accesibilidad de los usuarios.
- *Registros Administrativos*: En los registros de ingreso de visitantes para atención de consultas, así como en los reportes del gestor documental Post@I, también se puede obtener información general de los usuarios que requieren los servicios de la entidad.

Por otra parte, para el análisis de información relacionada con empresas, se podrían tomar como base, los datos de los siguientes sistemas de información:

- *SIREM*: Sistema de Información y Reporte Empresarial de la Superintendencia de Sociedades.
- *SIGS*: Sistema de Información General de Sociedades de la Superintendencia de Sociedades.
- Base de datos de empresas en Régimen Cambiario.

 SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	<b>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</b>	Código: ATC-M-002
	<b>SISTEMA GESTIÓN INTEGRADO</b>	Fecha: 08 de junio de 2020
	<b>PROCESO ATENCION AL CIUDADANO</b>	Versión: 003
	<b>MANUAL: CARACTERIZACION DE USUARIOS</b>	Número de Página 8 de 24

### 3. DESCRIPCIÓN GENERAL DE LOS USUARIOS Y LOS GRUPOS DE INTERÉS

Para empezar, se identifican todos los sujetos con que se relaciona la Superintendencia, para clasificarlos como usuarios o grupos de interés en términos de la relación con el cumplimiento de las funciones de la Entidad.

Para unificar criterios y conceptos del presente documento, a continuación, se presentan las definiciones de usuario y grupos de interés:

- *Usuario:* Persona u organización que accede a un producto o servicio de forma constante u ocasional.
- *Grupos de Interés:* Individuo o grupo (interno o externo a la organización) que pueda afectar o ser afectado por las políticas, objetivos, decisiones y acciones de la empresa.

#### 3.1 USUARIOS DE LOS SERVICIOS DE LA ENTIDAD

A continuación, se mencionan los tipos de usuarios identificados en la Entidad, los cuales son “**clientes externos**” que usan los servicios, datos e información que produce y ofrece la Entidad:

- **Sociedades Supervisadas:** Son los principales usuarios de la Superintendencia de Sociedades, corresponden a las sociedades que, de acuerdo con las facultades señaladas en la ley, están sujetas a ser inspeccionadas, controladas o vigiladas por la Entidad. Este tipo de usuarios incluyen a las sociedades que solicitan trámites tanto administrativos, como jurisdiccionales. Se incluyen también las empresas extranjeras que se encuentran en el territorio nacional y que invierten en Colombia, representadas por un apoderado, y las empresas nacionales que invierten en el extranjero y que se encuentran dentro del régimen cambiario.
- **Grupos de Interés en las Empresas Supervisadas,** sus clientes, acreedores y proveedores, de forma directa o indirecta.
- **Organizaciones Gubernamentales y No Gubernamentales:** Instituciones, gremios u organismos gubernamentales, que requieren la información producida en la Entidad para el cumplimiento de sus funciones u objetivos.
- **Población Flotante:** Usuarios que solicitan información a nivel de consulta y asesoría.

#### 3.2 GRUPOS DE INTERÉS DE LA ENTIDAD

 <b>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</b>	<b>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</b>	Código: ATC-M-002
	<b>SISTEMA GESTIÓN INTEGRADO</b>	Fecha: 08 de junio de 2020
	<b>PROCESO ATENCION AL CIUDADANO</b>	Versión: 003
	<b>MANUAL: CARACTERIZACION DE USUARIOS</b>	Número de Página 9 de 24

El principio de *responsabilidad social*, incluido en los lineamientos de la Política de Gobierno Digital, establece la necesidad de que las Instituciones del Estado tengan un mejor conocimiento de los usuarios con quienes se relacionan e interactúan permanentemente.

En general, todas las organizaciones del Estado tienen que ver con diferentes actores, que de alguna manera pueden tener influencia sobre las decisiones que estas tomen y a su vez se ven afectados por las leyes y reglamentaciones que les impactan directamente.

Estos actores son denominados Grupos de Interés y les importa a la Entidad, en la medida en que se afectan o pueden verse afectados por sus decisiones o actividades.

La Superintendencia de Sociedades ha definido y clasificado sus grupos de interés, como *primarios* y *secundarios*, tal como se relaciona a continuación:

#### Grupos de Interés Primarios:

<b>GRUPO DE INTERÉS</b>	<b>COMPROMISO</b>
<b>CIUDADANÍA GENERAL</b>	La Superintendencia es consciente que la comunidad espera un accionar transparente, que permita la generación de riqueza en el pueblo colombiano.
<b>SERVIDORES PÚBLICOS DE LA SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</b>	Se respetan y garantizan, y es un compromiso permanente con los funcionarios, las mejores condiciones laborales y de bienestar, promoviendo el talento humano y capacitando a los servidores, para ampliar sus competencias en función de mejorar su desempeño.  De igual forma, el trato a los funcionarios es amable y digno, se escuchan y consideran sus sugerencias para lograr un recíproco compromiso, se fomenta la innovación y la interacción entre ellos, para el mejoramiento continuo en la prestación de los servicios, con miras a obtener resultados visibles para el usuario.
<b>CIUDADANOS QUE CUMPLEN FUNCIONES PÚBLICAS EN LA SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES (AUXILIARES DE LA JUSTICIA)</b>	Garantiza que todos los ciudadanos que cumplen funciones delegadas por ley, sean elegidos a través de sistema de méritos, acordes con su experiencia y educación. El seguimiento a la gestión de estos ciudadanos, es cumplido a través de parámetros, objetivos y verificables.
<b>SOCIEDADES SUPERVISADAS</b>	Se promueve en las sociedades la adopción de comportamientos ajustados a la ley e igualmente la adopción de buenas prácticas, que les permitan ser perdurables, sostenibles y competitivas.
<b>ÓRGANOS DE CONTROL</b>	Se reconoce a los Organismos de Control con respeto y se les facilita el acceso a la información, atendiendo y acatando sus recomendaciones y sugerencias
<b>OTRAS ENTIDADES DEL ESTADO</b>	Se trabaja en coordinación con las entidades del Estado y especialmente, del sector Comercio, Industria y Turismo, así como con las demás Superintendencias, para ampliar el campo de acción y la cobertura de los servicios del estado.
<b>MEDIOS DE COMUNICACIÓN</b>	Se entrega a los medios de comunicación, los resultados de su gestión de manera verídica, oportuna y clara, para que estos sean divulgados en forma amplia.
<b>CONTRATISTAS Y PROVEEDORES</b>	Una relación fundamentada en la claridad, conocimiento y equidad, con respeto a las condiciones legales y contractuales para la adquisición de los bienes y servicios requeridos, para el cumplimiento de la misión de la Entidad

Tabla 1. Compromisos con Grupos de Interés Primarios

 <b>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</b>	<b>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</b>	Código: ATC-M-002
	<b>SISTEMA GESTIÓN INTEGRADO</b>	Fecha: 08 de junio de 2020
	<b>PROCESO ATENCION AL CIUDADANO</b>	Versión: 003
	<b>MANUAL: CARACTERIZACION DE USUARIOS</b>	Número de Página 10 de 24

### Grupos de Interés Secundarios:

Así mismo, se han clasificado como secundarios, los siguientes grupos de interés, que también pueden interactuar en algún momento con la Superintendencia de Sociedades:

GRUPO DE INTERÉS	COMPROMISO
<b>AGREMIACIONES</b>	Contribuir al crecimiento económico del sector que representen, en concordancia con la misión de la Superintendencia
<b>INSTITUCIONES UNIVERSITARIAS</b>	Se mantiene una relación estrecha con la academia, permitiendo que exista oportuna retroalimentación y cooperación técnica y académica, entre la entidad y las instituciones universitarias.
<b>COMUNIDAD INTERNACIONAL</b>	Velar porque las actuaciones que adelante la entidad, se encuentren siempre dentro del marco de la regulación y los acuerdos internacionales, suscritos por el Estado Colombiano.

Tabla 2. Compromisos con Grupos de Interés Secundarios

## 4. RELACIONES DE INTERACCIÓN CON LA ORGANIZACIÓN

A continuación, se describen los canales de atención que la Entidad pone a disposición de sus usuarios, para mantener una interacción efectiva.

### 4.1 CANAL DE ATENCIÓN TELEFÓNICA

A través de este canal, se realiza la recepción de llamadas telefónicas, de tal forma que la Entidad puede interactuar en tiempo real con los usuarios, que son atendidos en horario de *lunes a viernes, de 8 a.m. a 5 p.m.*

Los ciudadanos usuarios, se comunican con la Entidad cuando requieren información de un trámite o servicio que presta la Superintendencia de Sociedades o para interponer una queja, reclamo, sugerencia o denuncia, relacionada con los diferentes trámites o servicios.

Los usuarios de este servicio, son personas naturales o personas jurídicas, que pertenecen o no a las empresas inspeccionadas, controladas o vigiladas.

Además de las llamadas, que se atienden por temas que le competen a la Superintendencia de Sociedades, también se reciben llamadas de ciudadanos con inquietudes fuera del alcance de la Entidad, en este caso se toma la llamada y se orienta al ciudadano, de acuerdo con el conocimiento del funcionario, hacia otras entidades.

### 4.2 CANAL DE ATENCIÓN VIRTUAL

El canal virtual, integra todos los medios de servicio al ciudadano que se prestan a través de las tecnologías de información y comunicaciones como *página web, chat, correo electrónico y redes sociales.*

 <b>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</b>	<b>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</b>	Código: ATC-M-002
	<b>SISTEMA GESTIÓN INTEGRADO</b>	Fecha: 08 de junio de 2020
	<b>PROCESO ATENCION AL CIUDADANO</b>	Versión: 003
	<b>MANUAL: CARACTERIZACION DE USUARIOS</b>	Número de Página 11 de 24

La Entidad cuenta con una página web disponible 24 horas, la cual es consultada por diferentes ciudadanos, que pertenecen o no a empresas inherentes a la Superintendencia de Sociedades y que son personas naturales y jurídicas.

A través de la página web de la Entidad, los usuarios, organizaciones y grupos de interés identificados en el presente documento, pueden realizar todo tipo de consultas relacionadas con los trámites, servicios y funciones de la Superintendencia de Sociedades.

La página maneja igualmente un chat individual, a través del cual los servidores de la Entidad atienden usuarios con diferentes inquietudes relacionadas con todos los procesos. También se manejan foros, en donde se atienden temas específicos, que orientan a los ciudadanos de acuerdo a su necesidad de consulta.

La Entidad dispone de información pública, a la cual puede acceder cualquier ciudadano y se encuentra en sistemas internos y bases de datos.

Las sociedades pueden enviar información requerida y diligenciar formatos que se encuentran en la web y enviarlos a la Superintendencia de Sociedades, por este mismo medio y realizar pagos en línea de sus contribuciones.

Esta interacción, garantiza y promueve las políticas de *cero papel*, lo que genera que los diferentes procesos de la Entidad sean amigables con el medio ambiente, además por medio de la página web, los usuarios podrán acceder a consultas e iniciar y hacer seguimiento a diferentes tipos de trámites.

#### **4.3 CANAL DE ATENCIÓN PRESENCIAL**

A través de este canal, los ciudadanos usuarios de la Superintendencia de Sociedades interactúan con la Entidad, acercándose a las instalaciones para pedir orientación, realizar consultas, presentar peticiones, quejas o reclamos y solicitar servicios, relacionados con los temas que son competencia de la Entidad, en el horario establecido por la entidad, de *lunes a viernes, en jornada continua*.

#### **4.4 CANAL DE ATENCIÓN POR CORRESPONDENCIA**

El canal de atención por correspondencia, permite a los ciudadanos, por medio de comunicaciones escritas de entrada o de salida, realizar y continuar trámites y solicitar servicios, pedir información, orientación o asistencia relacionada con el quehacer de la Superintendencia de Sociedades.

 <b>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</b>	<b>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</b>	Código: ATC-M-002
	<b>SISTEMA GESTIÓN INTEGRADO</b>	Fecha: 08 de junio de 2020
	<b>PROCESO ATENCION AL CIUDADANO</b>	Versión: 003
	<b>MANUAL: CARACTERIZACION DE USUARIOS</b>	Número de Página 12 de 24

La recepción y envío de documentos que llegan o salen de la Superintendencia de Sociedades, es gestionada por el Grupo de Gestión Documental de la entidad. La mayoría de los usuarios que deben realizar trámites en la Entidad y que pertenecen a las sociedades supervisadas del país, y que pueden estar en Bogotá o en las otras ciudades, deben manejar la información por escrito, es decir interactúan con este canal de atención.

Teniendo en cuenta que los principales usuarios de la Superintendencia de Sociedades son las sociedades supervisadas, el canal de atención por correspondencia es muy importante porque, de una parte, los trámites especialmente de tipo jurisdiccional deben ser radicados y se debe tener un soporte físico, igualmente porque toda la información que se envía a los usuarios, debe ser remitida por correo certificado, es decir, para la Entidad la interacción con los usuarios, principalmente con las sociedades supervisadas, es primordial el adecuado uso de este canal.

## **5. CARACTERIZACIÓN DE LOS USUARIOS**

La caracterización de la población, hace referencia a identificar las particularidades de los grupos de interés con los cuales interactúa la Entidad, segmentándolos en grupos que comparten atributos similares, de acuerdo con una serie de variables previamente definidas; a partir de allí se cuenta con información para establecer acciones para el diseño o adecuación de los diferentes servicios de la Entidad, así como de sus estrategias de rendición de cuentas y participación ciudadana y contacto con grupos de interés, entre otros.

Para caracterizar a los usuarios de la Superintendencia de Sociedades, se debe comenzar por definir las variables de distinción entre los usuarios, tanto para personas naturales, como para personas jurídicas.

### **5.1 DEFINICIÓN DE VARIABLES**

Teniendo en cuenta la clasificación de variables incluidas en la *Guía de Caracterización de Usuarios de las Entidades Públicas* del DNP, se establecieron las variables que permitirán la identificación de atributos comunes, tanto para personas naturales, como para personas jurídicas.

#### **5.1.1 Variables Aplicables a Personas Naturales**

Las siguientes son las variables que se tienen en cuenta para la valoración de las personas naturales:

 <b>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</b>	<b>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</b>	Código: ATC-M-002
	<b>SISTEMA GESTIÓN INTEGRADO</b>	Fecha: 08 de junio de 2020
	<b>PROCESO ATENCION AL CIUDADANO</b>	Versión: 003
	<b>MANUAL: CARACTERIZACION DE USUARIOS</b>	Número de Página 13 de 24

No.	VARIABLE	CONTENIDO
1	GEOGRÁFICA	Ciudad de ubicación
		Tipo de zona
2	DEMOGRÁFICA	Género
		Edad
		Vulnerabilidad
		Grupo al que pertenece
3	INTRÍNSECAS	Canal de comunicación
4	COMPORTAMIENTO	Antigüedad de uso
		Frecuencia de interacción

Tabla 3. Variables para Personas Naturales.

- a) *El nivel de variables geográficas*, incluye las variables que dan cuenta de la ubicación de los ciudadanos y las características que los asocian:
- *Ubicación*: Lugar donde reside o trabaja el usuario, nos permite identificar usuarios con características homogéneas dentro de una localidad definida.
  - *Tipo de zona*: Da cuenta del tipo geográfico de la zona de ubicación, dividida en rural o urbana
- b) *El nivel de variables demográficas*, incluye las características de una población y su desarrollo a través del tiempo. Al igual que las variables geográficas, esta es una de las categorías más utilizadas en ejercicios de caracterización:
- *Género*: Esta variable es importante pues suele tener relación con las variables intrínsecas y de comportamiento que se cubrirán más adelante en este documento, especialmente por la influencia que las diferencias biológicas y/o las connotaciones culturales sobre cada género, pueden incidir en el individuo.
  - *Edad*: Permite ubicar a los usuarios en el rango de necesidades.
  - *Vulnerabilidad*: Permite identificar individuos con características que limitan su capacidad para interactuar con la Entidad. Esta variable es importante para garantizar el acceso equitativo de todos los usuarios interesados en los servicios que se ofertan, incluso de las consideradas poblaciones en condición de vulnerabilidad, tales como:
    - Personas en condición de discapacidad: visual, auditiva, física, cognitiva o múltiple)
    - Mujeres embarazadas
    - Adultos mayores
    - Menores de edad
    - Madres cabeza de familia
    - Personas en situación de desplazamiento
    - Víctimas de la violencia
    - Ciudadano rural

 <b>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</b>	<b>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</b>	Código: ATC-M-002
	<b>SISTEMA GESTIÓN INTEGRADO</b>	Fecha: 08 de junio de 2020
	<b>PROCESO ATENCION AL CIUDADANO</b>	Versión: 003
	<b>MANUAL: CARACTERIZACION DE USUARIOS</b>	Número de Página 14 de 24

- Indígenas
- Afrocolombianos
- Reinsertados
- Habitantes de calle
- Ciudadanos en condiciones de pobreza extrema

- *Grupo al que pertenece.* Hace referencia al grupo de interés al que pertenece.

c) *El nivel de variables intrínsecas,* hace referencia a los valores o intereses que diferencian a unos ciudadanos de otros, identificándolos y diferenciándolos:

- *Uso de canales:* Aquellos a los que se tiene acceso y se usan. Esta variable es importante para identificar canales de comunicación o prestación de servicios, en los cuales la interacción sería más efectiva.

d) *El nivel de variables de comportamiento,* hace referencia a las acciones observadas en los ciudadanos, lo que hacen, lo que prefieren, sus motivos y los eventos que los llevan a interactuar con la Entidad y las características de esta interacción:

- *Antigüedad de Uso:* Indaga sobre el tiempo que ha transcurrido desde que está en contacto con la entidad.
- *Frecuencia de Interacción:* Hace referencia a la frecuencia con la que el usuario interactúa con la entidad. Esta variable es importante en aquellos casos en los que un ciudadano requiera reiteradamente un mismo servicio.

### 5.1.2 Variables Aplicables a Personas Jurídicas

Las siguientes son las variables aplicables a las personas jurídicas:

No.	VARIABLE	CONTENIDO
1	GEOGRÁFICA	Cobertura geográfica
		Ubicación principal
		Dispersión de la organización
		Tipo de zona
2	TIPOLOGÍA DE LA ORGANIZACIÓN O ENTIDAD	Tipo de organización
		Tamaño
		Grupo al que pertenece
3	INTRÍNECAS	Canal de comunicación
4	COMPORTAMIENTO	Antigüedad de uso
		Frecuencia de interacción

Tabla 4. Variables para personas Jurídicas

 <b>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</b>	<b>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</b>	Código: ATC-M-002
	<b>SISTEMA GESTIÓN INTEGRADO</b>	Fecha: 08 de junio de 2020
	<b>PROCESO ATENCION AL CIUDADANO</b>	Versión: 003
	<b>MANUAL: CARACTERIZACION DE USUARIOS</b>	Número de Página 15 de 24

- a) *Las variables geográficas*, se comportan de forma similar a las identificadas para los ciudadanos particulares, dando cuenta de la ubicación de las Sociedades Supervisadas y por ende de las características que las asocian:
- *Cobertura Geográfica*: Alcance geográfico de la gestión de la organización. Esta variable es importante para identificar la diversidad de localidades sobre las cuales la gestión de la entidad tiene incidencia.
  - *Ubicación Principal*: Lugar donde se encuentra la oficina principal de la organización. Esta variable es importante para identificar los sitios en donde se toman decisiones o se puede adquirir información sobre las necesidades de la organización usuaria.
  - *Dispersión*: Cantidad de sucursales de la organización. Esta variable permite determinar la ubicación geográfica en las cuales, las organizaciones usuarias tienen presencia y por lo tanto pueden solicitar la prestación del servicio.
  - *Tipo de Zona*: Hace referencia a la zona en la que se encuentra la organización: Rural o Urbana
- b) *El nivel de variables de tipo de organización*, permite el conocimiento de la constitución y naturaleza de los usuarios con los cuales interactúa la Entidad, cuando son personas jurídicas, organizaciones u otras Entidades de la administración pública (lo que de alguna manera involucra a los identificados como grupos de interés de la Superintendencia de Sociedades); en este grupo, se incluyen las siguientes variables:
- *Tipo de Organización*: Hace referencia al tipo de organización en términos de gubernamental o privada.
  - *Tamaño*: Esta variable indica el número de servidores o empleados con que cuenta la persona jurídica. Es importante para aquellos servicios, cuya prestación está asociada al tamaño de la organización usuaria.
  - *Grupo al que Pertenece*: Hace referencia al grupo de interés atendido por la Entidad, que hace uso de los servicios o requiere trámites de ésta.
- c) *El nivel de variables intrínsecas*, hace referencia a los valores o intereses que diferencian a unas organizaciones de otras, identificándolas y diferenciándolas; En esta categoría de variables se encuentra:
- *Uso de canales*: Aquellos a los que se tiene acceso y se usan. Esta variable es importante para identificar canales de comunicación o prestación de servicios, en los cuales la interacción sería más efectiva.
- d) *El nivel de variables de comportamiento organizacional*, hace referencia a las acciones observadas en las organizaciones atendidas. Estas características buscan

 SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	<b>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</b>	Código: ATC-M-002
	<b>SISTEMA GESTIÓN INTEGRADO</b>	Fecha: 08 de junio de 2020
	<b>PROCESO ATENCION AL CIUDADANO</b>	Versión: 003
	<b>MANUAL: CARACTERIZACION DE USUARIOS</b>	Número de Página 16 de 24

reconocer los procesos y criterios bajo los cuales las organizaciones generan interacciones con la Entidad. Al ser cercanas a las motivaciones de la toma de decisión en las organizaciones, permiten acercarse a los usuarios de manera oportuna y relevante. En esta categoría se ubica:

- *Antigüedad de Uso:* Indaga sobre el tiempo que ha transcurrido desde que está en contacto con la entidad.
- *Frecuencia de Interacción:* Hace referencia a la frecuencia con la que el usuario interactúa con la entidad. Esta variable es importante en aquellos casos en los que los que una organización requiera reiteradamente un mismo servicio.

Una vez identificadas las categorías o tipos de variables relevantes para los objetivos de la Entidad, como se expone para la Superintendencia de Sociedades en el presente documento; la sostenibilidad del proceso de caracterización de usuarios, dependerá de establecer, asegurar y mejorar en el tiempo, el acceso a la información necesaria y a la desagregación requerida.

En la bibliografía consultada, se recomienda que el nivel de profundidad se inicie trabajando a nivel de segmento, ya que esto permitirá contar con información que se irá detallando conforme se madure la apropiación con la información y su tratamiento, lo que se verá reflejado en la toma de decisiones y el diseño de cursos de acción.

Sin embargo, es importante tener en cuenta que un nivel mayor de profundidad implica mayores costos asociados al ejercicio, pues los instrumentos de recolección de información deberán ser más detallados y extensos.

## 5.2 SEGMENTACIÓN

Al realizar una segmentación de mercados, lo que se busca es dividir el conjunto del mercado en pequeños grupos de consumidores, o segmentos de mercado, que sean homogéneos, es decir, que compartan gustos y necesidades comunes, con el fin de realizar una estrategia comercial diferenciada para cada uno de ellos. De esta manera, se puede identificar de forma precisa, cuáles son las necesidades y el comportamiento de los diferentes segmentos, lo que permitirá desarrollar o readaptar los servicios, de la forma más ajustada a sus preferencias.

Para realizar una correcta segmentación de mercado, se establecen primero las características que debe tener cada segmento de mercado.

- Deben ser identificables
- Se debe poder acceder a ellos de forma sencilla

 SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	<b>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</b>	Código: ATC-M-002
	<b>SISTEMA GESTIÓN INTEGRADO</b>	Fecha: 08 de junio de 2020
	<b>PROCESO ATENCION AL CIUDADANO</b>	Versión: 003
	<b>MANUAL: CARACTERIZACION DE USUARIOS</b>	Número de Página 17 de 24

- Deben ser diferentes entre sí. A la hora de realizar una segmentación de mercados, es necesario que existan diferencias perceptibles y medibles en las valoraciones de los distintos productos que hacen los consumidores.
- Deben tener estabilidad en el tiempo
- Deben ser útiles para la aplicación de la estrategia de servicios

Una vez identificados los diferentes usuarios que interactúan con la Entidad, sus interacciones, las variables a través de las cuales calificarlos y la información de ellas, entregada como insumo por la Entidad, es posible establecer cualidades comunes, que permitan realizar la agrupación de dichos usuarios. A estos grupos se les denomina segmentos de usuarios o segmentación.

Los atributos comunes y la segmentación misma, determinan el diseño del portafolio de trámites y servicios que darán respuesta a las necesidades específicas de cada segmento.

Existen diferentes estrategias o herramientas para obtener la segmentación. Para la Superintendencia de Sociedades, se emplea un enfoque denominado “*híbridos de segmentación*” por basarse en la combinación de variables diferentes para la segmentación, a través de la técnica de “*microsegmentación*”, la cual permite un análisis minucioso y detallado de los segmentos o conjuntos parciales homogéneos que los integran.

Este estudio particularizado, apunta a detectar características referidas fundamentalmente a los usuarios, lo mismo que las cualidades que permiten distinguir los trámites y servicios en el concepto de los usuarios.

El objetivo de la microsegmentación, es destacar estos aspectos e investigar cuántos y cuáles de ellos son comunes a la mayor cantidad posible de clientes, para contar con un grupo que constituya un segmento razonable, desde el punto de vista del interés que se persiga con su aplicación.

Para que una segmentación sea útil desde el punto de vista práctico, las variables con que se opere, deben contar con ciertas cualidades que permitan la obtención de resultados útiles. Estas cualidades pueden agruparse según los siguientes criterios:

- *Homogeneidad*: El criterio de segmentación elegido permita una agrupación sobre la base de características similares.
- *Pertinencia*: Las variables utilizadas para dividir el mercado tengan sentido lógico.
- *Mensurabilidad*: No debe tener un alto grado de dificultad en su medición.
- *Accesibilidad*: La variable elegida esté disponible fácilmente.
- *Sustanciabilidad*: La división del mercado debe dar como resultado segmentos que justifiquen la inversión en el desarrollo de un producto.

 <b>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</b>	<b>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</b>	Código: ATC-M-002
	<b>SISTEMA GESTIÓN INTEGRADO</b>	Fecha: 08 de junio de 2020
	<b>PROCESO ATENCION AL CIUDADANO</b>	Versión: 003
	<b>MANUAL: CARACTERIZACION DE USUARIOS</b>	Número de Página 18 de 24

La aplicación de la técnica, se desarrolla de forma cualitativa.

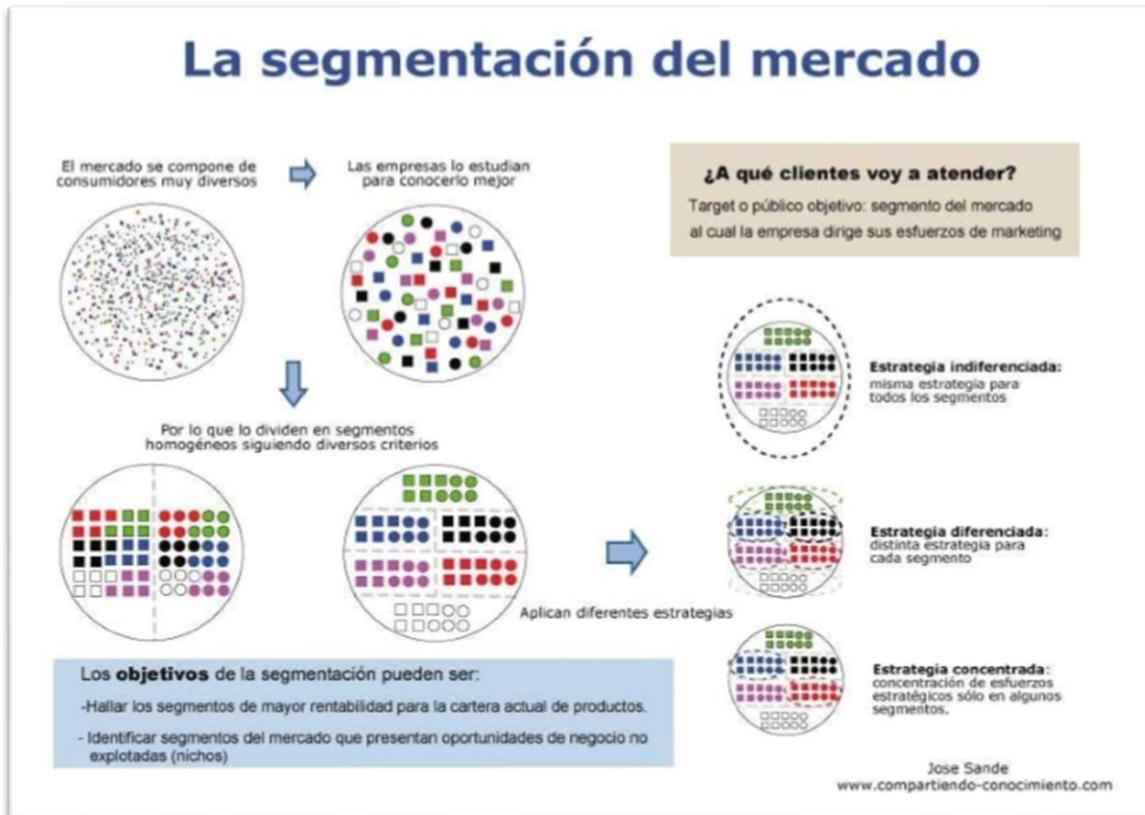


Ilustración 1. Lógica de la Segmentación aplicada en la Superintendencia de Sociedades.

El proceso de microsegmentación, se aplica inicialmente con un cruce matricial de las variables identificadas como prioritarias, para establecer cuáles de ellas impactan a cuáles de los tipos de usuarios vigentes en la Superintendencia de Sociedades.

A continuación, se presenta el cruce matricial de las variables comparado con los grupos de interés identificados.

 <b>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</b>	<b>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</b>	Código: ATC-M-002
	<b>SISTEMA GESTIÓN INTEGRADO</b>	Fecha: 08 de junio de 2020
	<b>PROCESO ATENCION AL CIUDADANO</b>	Versión: 003
	<b>MANUAL: CARACTERIZACION DE USUARIOS</b>	Número de Página 19 de 24

TIPO DE PERSONA	VARIABLE	CONTENIDO	GRUPO DE INTERÉS PRIMARIOS							GRUPOS DE INTERÉS SECUNDARIOS					
			Ciudadanía	Servidores públicos	Ciudadanos con funciones públicas	Sociedades Supervisadas	Órganos de control	Otras entidades del Estado	Medios de comunicación	Contratistas y proveedores.	Agrupaciones	Instituciones universitarias	Comunidad internacional		
Natural	Geográfica	Ciudad de ubicación	x	x	x						x				
	Demográfica	Género		x	x	x						x			
		Edad		x	x	x						x			
		Vulnerabilidad		x	x	x						x			
		Grupo al que pertenece		x	x	x						x			
	Intrínseca	Canal de comunicación		x	x	x						x			
	Comportamiento	Antigüedad de uso		x	x	x							x		
Frecuencia de interacción			x	x	x							x			
Jurídica	Geográfica	Cobertura geográfica					x	x	x	x	x	x	x	x	x
		Ubicación principal					x	x	x	x	x	x	x	x	x
		Dispersión de organización					x	x	x	x	x	x	x	x	x
		Tipo de zona					x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Tipología de la organización	Tipo de organización					x	x	x	x	x	x	x	x	x
		Tamaño					x	x	x	x	x	x	x	x	x
		Grupo al que pertenece					x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Intrínseca	Canal de comunicación					x	x	x	x	x	x	x	x	x
	Comportamiento	Antigüedad de uso					x	x	x	x	x	x	x	x	x
		Frecuencia de interacción					x	x	x	x	x	x	x	x	x

Tabla 5. Cruce Matricial de las Variables, comparadas con los Grupos de Interés

Esta revisión, permite que inicialmente se reconozcan los siguientes segmentos en la Superintendencia de Sociedades; es importante aclarar que el tipo de persona (natural o jurídica) requiere emplearse como variable, para segmentar coherentemente:

SEGMENTO 1	
Persona Natural	
Ciudadanía, Servidores Públicos, Ciudadanos con Funciones Públicas	
Variable	Contenido
Geográfica	Ciudad de ubicación
	Tipo de Zona
Demográfica	Género
	Edad
	Vulnerabilidad
	Grupo al que pertenece
Intrínsecas	Canal de comunicación
Comportamiento	Antigüedad de uso
	Frecuencia de interacción

 <b>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</b>	<b>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</b>	Código: ATC-M-002
	<b>SISTEMA GESTIÓN INTEGRADO</b>	Fecha: 08 de junio de 2020
	<b>PROCESO ATENCION AL CIUDADANO</b>	Versión: 003
	<b>MANUAL: CARACTERIZACION DE USUARIOS</b>	Número de Página 20 de 24

<b>SEGMENTO 2</b>	
<b>Persona Natural y Jurídica</b>	
<b>Contratistas y Proveedores</b>	
<b>Variable</b>	<b>Contenido</b>
Geográfica	Ciudad de ubicación
	Tipo de Zona
Demográfica	Género
	Edad
	Vulnerabilidad
	Grupo al que pertenece
Tipología de la organización o entidad	Tipo de organización
	Tamaño
	Grupo al que pertenece
Intrínsecas	Canal de comunicación
Comportamiento	Antigüedad de uso
	Frecuencia de interacción

<b>SEGMENTO 3</b>	
<b>Persona Jurídica</b>	
<b>Sociedades Supervisadas, Órganos de control, Otras entidades del Estado, Medios de Comunicación, Agremiaciones, Instituciones Universitarias, Comunidad Internacional</b>	
<b>Variable</b>	<b>Contenido</b>
Geográfica	Cobertura geográfica
	Ubicación principal
	Dispersión de la organización
	Tipo de zona
Tipología de la organización o entidad	Tipo de organización
	Tamaño
	Grupo al que pertenece
Intrínsecas	Canal de comunicación
Comportamiento	Antigüedad de uso
	Frecuencia de interacción

Tabla 6. Ejercicio de Segmentación empleando el total de las Variables Identificadas.

### 5.2.1 Caracterización del segmento “persona natural – población flotante”

El segmento de población flotante, se compone de personas naturales, ubicadas tanto en las ciudades donde se tiene sedes (Bogotá, Medellín, Cali, Manizales, Bucaramanga, Barranquilla, Cartagena y San Andrés), como en ciudades, municipios o pueblos aledaños (se contempla que puedan ser todos los municipios del país).

Considerar en el tiempo el número de habitantes por ciudad o municipio (variables de población y densidad poblacional), permitirá establecer las necesidades de ampliación de la capacidad de atención de la Superintendencia de Sociedades en regiones que de otra manera no se contemplarían, así como las necesidades particulares de los usuarios.

 <b>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</b>	<b>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</b>	Código: ATC-M-002
	<b>SISTEMA GESTIÓN INTEGRADO</b>	Fecha: 08 de junio de 2020
	<b>PROCESO ATENCION AL CIUDADANO</b>	Versión: 003
	<b>MANUAL: CARACTERIZACION DE USUARIOS</b>	Número de Página 21 de 24

De la misma manera, el conteo de usuarios solicitantes, hombres o mujeres y condiciones vulnerabilidad, incluso solicitudes de menores de edad u otros, serán la información que permita inferir comportamientos comunes, necesidades de información o de diseño y dimensionamiento, de otra manera, no podría identificarse.

Los valores o comportamientos propios de estas poblaciones que pueden indicar a la Entidad, hacia donde orientar sus esfuerzos, se determinan al establecer cómo los subgrupos definidos de las poblaciones descritas, se conducen sobre los hábitos de:

- Uso de canales para comunicarse con la Superintendencia de Sociedades
- Necesidades de capacitación por conocimiento o desconocimiento de trámites de uso común, o fracciones de éstos.
- Orientación de canales o diseño de trámites por tipos de usuarios que más lo solicitan o con mayor frecuencia, incluso para grupos de interés que no operan trámites o servicios.
- Situaciones que generan la demanda, que pueden automatizarse directamente o simplificarse para disminuir, por ejemplo, la atención presencial.

Por último, y de forma generalizada o según se logren agrupar, esta orientación y estudio sistemático de las características de los usuarios, permitirá la identificación de atributos que generan valor en la percepción de la población flotante en correspondencia con el servicio recibido, entre estos atributos se mencionan unos particularmente importantes de forma genérica:

- Tiempo de respuesta
- Amabilidad en la atención
- Disponibilidad de información, entre otros.

Para finalizar, y a pesar de tratarse de variables que la Guía de Caracterización de Usuarios de las Entidades Públicas que el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, propone para personas jurídicas, la Superintendencia de Sociedades, por su naturaleza puede llegar a un profundo análisis que impactará sus trámites y servicios, en la medida en que incorpore entre sus revisiones sistémicas, la siguiente información:

- Diferentes canales de interacción que el personal flotante tiene y prefiere, para su comunicación con la Entidad.
- Mecanismos y canales empleados por la población flotante para solicitar la prestación de un trámite o servicio.

 SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	<b>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</b>	Código: ATC-M-002
	<b>SISTEMA GESTIÓN INTEGRADO</b>	Fecha: 08 de junio de 2020
	<b>PROCESO ATENCION AL CIUDADANO</b>	Versión: 003
	<b>MANUAL: CARACTERIZACION DE USUARIOS</b>	Número de Página 22 de 24

- Elementos que afectan la toma de decisiones de la población flotante para elegir atributos del servicio. Esta información al ser entrelazada con datos como ubicación y dispersión, permiten determinar los recursos y capacidades con los que la Superintendencia de Sociedades debe contar para atender poblaciones específicas

### **5.2.2 Caracterización de los segmentos “personas jurídicas – empresas supervisadas y sus grupos de interés, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales y partes interesadas”**

Los segmentos de las Sociedades y sus partes interesadas, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales y partes interesadas, se componen de personas jurídicas, ubicados en cualquier departamento, municipio, ciudad y/o pueblo del país, no en todos los casos cubiertos con las sedes existentes: Bogotá, Medellín, Cali, Manizales, Bucaramanga, Barranquilla, Cartagena, y San Andrés, siempre y cuando cumplan las siguientes condiciones:

- Sociedades Supervisadas y sus Grupos de Interés:* Identificadas como los principales usuarios de la Superintendencia de Sociedades, por estar sujetas a ser inspeccionadas, controladas o vigiladas por la Entidad, según las facultades señaladas en la ley. Incluso las empresas extranjeras que se encuentran en el territorio nacional y que invierten en Colombia, representadas por un apoderado, y las empresas nacionales que invierten en el extranjero y que se encuentran dentro del régimen cambiario, y las empresas clientes, acreedores o proveedores interesadas en procesos de las sociedades.
- Organizaciones Gubernamentales y No Gubernamentales:* Son las diferentes instituciones, gremios u organismos gubernamentales, que requieren la información producida en la Entidad para el cumplimiento de sus funciones u objetivos, pero que no aplican a ningún trámite o servicio de la Superintendencia directamente. Se relacionan más a nivel de requerir reportes o detalles consolidados de información.
- Grupos de Interés:* Son aquellas Entidades que se ven impactados por los resultados de la Entidad o en la información administrada por esta, como los organismos de control (Procuraduría General de la Nación, Contaduría General de la Nación, Policía Nacional, Contraloría General de la República, Fiscalía General de la Nación, Contralorías Territoriales, Personerías), Cámaras de Comercio, Banco de la República, Superintendencias, entre otros, e incluso Universidades, medios de comunicación o agremiaciones profesionales.

 <b>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</b>	<b>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</b>	Código: ATC-M-002
	<b>SISTEMA GESTIÓN INTEGRADO</b>	Fecha: 08 de junio de 2020
	<b>PROCESO ATENCION AL CIUDADANO</b>	Versión: 003
	<b>MANUAL: CARACTERIZACION DE USUARIOS</b>	Número de Página 23 de 24

Al igual que con las personas naturales, se puede considerar en el tiempo el número de empresas por ciudad o municipio (variables de población y densidad poblacional) que permitirán establecer las necesidades de ampliación de la capacidad de atención de la Superintendencia de Sociedades en nuevas regiones.

Por otra parte, por ser sociedades o empresas que tienen un impacto adicional, es importante reconocer a nivel geográfico, los alcances en la incidencia de las organizaciones, la cantidad de sucursales y sus ubicaciones principales; información que permite validar el impacto real de la Superintendencia en la sociedad o las posibles características comunes de éstas personas jurídicas.

Existen variables concebidas para las personas naturales que pueden beneficiar el estudio acerca de las características de las personas jurídicas, aplicables dada la naturaleza de la Superintendencia de Sociedades. Estas variables representarán “*comportamientos*” que pueden adquirir las empresas u organizaciones, para direccionar las estrategias de la Superintendencia de Sociedades:

- Medios de Comunicación con la Superintendencia de Sociedades.
- Oportunidades de capacitación por conocimiento o desconocimiento de trámites de uso común, o fracciones de éstos.
- Dimensionamiento de canales o diseño de trámites por tipos de usuarios que más los solicitan o con mayor frecuencia.
- Circunstancias que generan la demanda, que pueden automatizarse directamente o simplificarse.

Por último, los segmentos determinados deberán contar con la siguiente información en detalle a fin de consolidar el conocimiento de la constitución y naturaleza de los usuarios, con los cuales interactúa la Entidad:

- Se sugiere clasificar, por montos de presupuesto de funcionamiento o inversión asignado o de los ingresos, a las empresas relacionadas con la Superintendencia de Sociedades, para evaluar el tamaño de las organizaciones que acceden a los trámites o servicios de la Entidad.
- Otro nivel de clasificación importante, será según la fuente de los recursos disponibles para la operación de la organización; ésta variable es importante para identificar oportunidades y limitaciones que las organizaciones usuarias pueden tener en su operación.
- Actividad económica o sector económico al que pertenecen las organizaciones

 <b>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</b>	<b>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</b>	Código: ATC-M-002
	<b>SISTEMA GESTIÓN INTEGRADO</b>	Fecha: 08 de junio de 2020
	<b>PROCESO ATENCION AL CIUDADANO</b>	Versión: 003
	<b>MANUAL: CARACTERIZACION DE USUARIOS</b>	Número de Página 24 de 24

- Tipo de usuario, como por ejemplo: entidades públicas, entidades privadas, organizaciones no gubernamentales, tipos de sociedades, etc.

## 6. ANEXOS Y REGISTROS

No aplica

## 7. CONTROL DE CAMBIOS

VERSIÓN	VIGENCIA DESDE	VIGENCIA HASTA	IDENTIFICACIÓN DE LOS CAMBIOS	RESPONSABLE
001	06 sep 2016	13 dic 2017	Creación del documento	Coordinador Grupo de Atención al Ciudadano
002	13 dic 2017	07 jun 2020	Revisión y actualización general del documento	Coordinador Grupo de Atención al ciudadano
003	08 jun 2020		Actualización del documento y ajustes relacionados con lenguaje claro	Coordinador Grupo de Atención al Ciudadano

**Elaboró:** Coordinadora Grupo de Atención al Ciudadano

**Revisó:** Subdirector Administrativo

**Aprobó:** Secretaria General

**Fecha:** 05 de junio de 2020

**Fecha:** 05 de junio de 2020

**Fecha:** 08 de junio de 2020