

 <small>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</small>	SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	
	ATENCIÓN AL CIUDADANO	Oct. 16 de 2015
	PROYECTO CONSULTORÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO, DEFINICIÓN Y DISEÑO DETALLADO DEL MODELO MULTICANAL DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	Versión: 1.0
	CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Página 1 de 34

CONSULTORÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO, DEFINICIÓN Y DISEÑO DETALLADO DEL MODELO MULTICANAL DE ATENCIÓN AL CIUDADANO

CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS DE LA SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES

Versión 1.0

presentado a:

Superintendencia de Sociedades

por:

Argus - Eco

 SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	
	ATENCIÓN AL CIUDADANO	Oct. 16 de 2015
	PROYECTO CONSULTORÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO, DEFINICIÓN Y DISEÑO DETALLADO DEL MODELO MULTICANAL DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	Versión: 1.0
	CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Página 2 de 34

Contenido

1. Propósito del Documento
2. Alcance
3. Objetivo
 - 3.1 Objetivo General
 - 3.2 Objetivos específicos
4. Lineamientos para la caracterización de usuarios en la Superintendencia de Sociedades
 - 4.1 Guía de caracterización de usuarios de las entidades públicas
 - Ministerio de TIC
 - 4.2 Premisas para la caracterización de usuarios en la Superintendencia de Sociedades
 - 4.3 Fuentes de recolección de datos
5. Descripción general usuarios/empresas y grupos de interés
 - 5.1 Usuarios de los servicios de la Entidad
 - 5.2 Grupos de interés ó partes interesadas en la Entidad
6. Relaciones de interacción con la Organización
 - 6.1 Canal de atención telefónica
 - 6.2 Canal de atención virtual
 - 6.3 Canal de atención presencial
 - 6.4 Canal de atención por correspondencia
7. Caracterización de los usuarios
 - 7.1 Definición de Variables
 - 7.1.1 Variables aplicables a personas naturales
 - 7.1.2 Variables aplicables a personas jurídicas
 - 7.2 Segmentación
 - 7.2.1 Caracterización del segmento “Persona natural - Población Flotante”
 - 7.2.2 Caracterización de los segmentos “Personas jurídicas - Empresas Societarias y sus partes interesadas, Organizaciones gubernamentales y no gubernamentales y Partes interesadas”

 SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	
	ATENCIÓN AL CIUDADANO	Oct. 16 de 2015
	PROYECTO CONSULTORÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO, DEFINICIÓN Y DISEÑO DETALLADO DEL MODELO MULTICANAL DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	Versión: 1.0
	CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Página 3 de 34

Ilustraciones

- Ilustración 1. Variables para personas naturales.
- Ilustración 2. Variables para personas Jurídicas.
- Ilustración 3. Lógica de la segmentación aplicada en la Superintendencia de Sociedades.
- Ilustración 4. Cruce matricial de las variables vs. los usuarios identificados.
- Ilustración 5. Primer ejercicio de segmentación empleando el total de las variables identificadas.
- Ilustración 6. Otra perspectiva del cruce matricial de las variables vs. los usuarios identificados.
- Ilustración 7. Complemento al primer ejercicio de segmentación empleando las variables identificadas.
- Ilustración 8. Segmentación de usuarios para la Superintendencia de Sociedades.

 <small>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</small>	SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	
	ATENCIÓN AL CIUDADANO	Oct. 16 de 2015
	PROYECTO CONSULTORÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO, DEFINICIÓN Y DISEÑO DETALLADO DEL MODELO MULTICANAL DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	Versión: 1.0
	CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Página 4 de 34

1. Propósito del Documento

El Ministerio de TIC, 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 estos, 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 con respecto a la atención en los diferentes canales dispuestos¹.

En el presente documento se identifican y caracterizan usuarios y grupos de interés que interactúan y ocupan a los diferentes canales de atención al ciudadano de la Superintendencia de Sociedades, los parámetros definidos de acuerdo a la guía mencionada, desarrollada por el Ministerio de TIC, y a la guía del Departamento de Planeación Nacional, la cual complementa los lineamientos relacionados para garantizar una completa gestión.

El objetivo de la caracterización conduce a 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 estrategia de Gobierno en Línea - GEL, los cuales proponen acercar a las entidades con los ciudadanos, a través del entendimiento de sus necesidades y sus expectativas, enfocando los servicios ofrecidos, las comunicaciones y ajustando los servicios existentes.

2. Alcance

A través del ejercicio de caracterización, se pretende llegar a una definición de los usuarios, grupos de interés y organizaciones o empresas usuarias del Modelo Multicanal de Atención al Ciudadano MMAC, que interactúan y requieren de los diferentes trámites y servicios que por ley corresponden a la Superintendencia de Sociedades, teniendo en cuenta las variables geográficas, demográficas y de comportamiento que los afectan.

¹ Guía de caracterización de los usuarios del Ministerio de las TIC.

 SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	
	ATENCIÓN AL CIUDADANO	Oct. 16 de 2015
	PROYECTO CONSULTORÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO, DEFINICIÓN Y DISEÑO DETALLADO DEL MODELO MULTICANAL DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	Versión: 1.0
	CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Página 5 de 34

De acuerdo con la ley 222 de 1995, la Superintendencia de Sociedades tiene como función principal, la Inspección, Vigilancia y Control de las Sociedades comerciales que pertenecen al sector real de la economía, sucursales de sociedad extranjera, y empresas unipersonales, por lo tanto, estos son los grupos de interés o grupos por sectores que se van a tener en cuenta durante la caracterización, teniendo como fuentes de información, la base de datos de Sistema de Información de Reporte Empresarial SIREM y la base de datos del Sistema de Información General de Sociedades SIGS de la Superintendencia de Sociedades, así como también de información suministrada por la oficina de Atención al Ciudadano de la Entidad.

Se inicia el documento definiendo los lineamientos y las fuentes para la caracterización de usuarios, la identificación de los usuarios y de los grupos de interés, la descripciones de las interacciones y relaciones con éstos por parte de la Superintendencia de Sociedades, la caracterización y segmentación de los usuarios con base en los lineamientos normativos existentes, las políticas de integración de poblaciones discapacitada, y finaliza con la identificación inicial de los procesos involucrados en la atención.

3. Objetivo

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 el mayor número de requerimientos, así como para la obtención de retroalimentación y al aumento de la participación activa de la ciudadanía².

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.³

² Guía para la caracterización de ciudadanos, organizaciones y grupos de interés. del DNP

³ Protocolos de servicio al ciudadano del DNP

 <small>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</small>	SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	
	ATENCIÓN AL CIUDADANO	Oct. 16 de 2015
	PROYECTO CONSULTORÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO, DEFINICIÓN Y DISEÑO DETALLADO DEL MODELO MULTICANAL DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	Versión: 1.0
	CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Página 6 de 34

3.1 Objetivo General

Identificar las características de la población usuaria que interactúa con la Superintendencia de Sociedades y de sus partes o grupos y definir segmentos de atención que permitan unificar la atención a los canales y niveles de servicio en pro de lograr una Entidad más efectiva y oportuna en la prestación de los servicios.

3.2 Objetivos específicos

1. Identificar y describir a los ciudadanos, empresas y grupos de interés que hacen uso de los servicios de la Superintendencia de Sociedades.
2. Definir los lineamientos para la caracterización y segmentación de usuarios.
3. Describir la interacción de los usuarios y partes interesada con la Entidad a través de los canales de atención existentes en la Superintendencia de Sociedades.
4. Caracterizar y segmentar a los usuarios identificados con el fin de establecer atributos similares para la posterior gestión de acciones comunes.

 <small>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</small>	SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	
	ATENCIÓN AL CIUDADANO	Oct. 16 de 2015
	PROYECTO CONSULTORÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO, DEFINICIÓN Y DISEÑO DETALLADO DEL MODELO MULTICANAL DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	Versión: 1.0
	CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Página 7 de 34

4. Lineamientos para la caracterización de usuarios en la Superintendencia de Sociedades

A continuación se establecen los lineamientos generales a tener en cuenta para desarrollar el análisis y la conceptualización de los usuarios de la Superintendencia de Sociedades que se tratan en el marco del presente documento.

Se incluyen entre estos lineamientos: las directrices definidas por la guía para la caracterización de usuarios desarrollado por el Ministerio de TIC, las premisas definidas en consecuencia para la caracterización de usuarios y/o empresa en la Entidad y las consideraciones acerca de las fuentes de los datos a explorar.

4.1 Guía de caracterización de usuarios de las entidades públicas -Ministerio de TIC

El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia en el marco de la estrategia de Gobierno en Línea, 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 TIC; ha diseñado una guía para la caracterización de usuarios de las Entidades Públicas.

La guía, define 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 identifica las características, actitudes y preferencias que los diferencian, así aumentará la oportunidad de ajustar sus actividades,

 SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	
	ATENCIÓN AL CIUDADANO	Oct. 16 de 2015
	PROYECTO CONSULTORÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO, DEFINICIÓN Y DISEÑO DETALLADO DEL MODELO MULTICANAL DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	
	CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Página 8 de 34

decisiones y servicios para responder satisfactoriamente el mayor número de requerimientos, obtener su retroalimentación, y/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”⁴.

Caracterizar usuarios es un proceso que consiste en segmentar conjuntos de “visitantes, solicitantes ó 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 ó varios de los servicios ofertados.

4.2 Premisas para la caracterización de usuarios en la Superintendencia de Sociedades

Por otra parte, en relación del MMAC, se establece que la realización de la caracterización de los usuarios de la Superintendencia de Sociedades tendrá en cuenta las siguientes premisas:

- 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.

⁴ Guía de caracterización de usuarios de las entidades públicas.

 SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	
	ATENCIÓN AL CIUDADANO	Oct. 16 de 2015
	PROYECTO CONSULTORÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO, DEFINICIÓN Y DISEÑO DETALLADO DEL MODELO MULTICANAL DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	Versión: 1.0
	CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Página 9 de 34

En cuanto a la posibilidad de garantizar una caracterización efectiva para la Superintendencia de Sociedades, el proyecto MMAC se alinea con la guía del Ministerio de TIC, 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 valorar cada usuario frente a esa variable. Debe migrarse a tener datos accesibles de las variables y a su obtención 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.
 - Son relevantes: Las variables usadas deben ser relevantes, es decir deben ser importantes para los servicios prestados y la naturaleza de la Entidad.
 - Son consistentes: Las variables cumplen las anteriores condiciones de manera perdurable en el tiempo, aún 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

 SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	
	ATENCIÓN AL CIUDADANO	Oct. 16 de 2015
	PROYECTO CONSULTORÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO, DEFINICIÓN Y DISEÑO DETALLADO DEL MODELO MULTICANAL DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	Versión: 1.0
	CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Página 10 de 34

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 la iniciativas que se definan posteriormente para cada uno de los grupos poblacionales ó segmentos caracterizados, también en función de sus atributos y comportamientos.

4.3 Fuentes de recolección de datos

Para realizar la caracterización de los usuarios de la Superintendencia, se utilizaron diversas fuentes de información, en particular para el análisis de información relacionada con personas naturales, en cuyo caso se utilizó el formato GDOC-F-006 Registro de visitantes y Atención de Consultas.

Por otra parte, para el análisis de información relacionada con empresas, se tomaron 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.

5. Descripción general usuarios/empresas y grupos de interés

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

Para concretar las definiciones de usuario y grupo de interés y su aplicación en la Superintendencia de Sociedades, se emplean los conceptos del documento “Guía metodológica para la caracterización de ciudadanos, usuarios y grupos de interés”, del Departamento Administrativo de la Función Pública - DAFP, creada con el objeto final de caracterizar usuarios para lograr la retroalimentación y la participación activa de la ciudadanía para el logro de los objetivos de las

 SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	
	ATENCIÓN AL CIUDADANO	Oct. 16 de 2015
	PROYECTO CONSULTORÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO, DEFINICIÓN Y DISEÑO DETALLADO DEL MODELO MULTICANAL DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	
	CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Página 11 de 34

entidades y la satisfacción de derechos ciudadanos; y el “Manual de Servicio al Ciudadano”, de la Alcaldía Mayor de Bogotá (Dirección Distrital de Servicio al Ciudadano de la Secretaria General), creado para organizar de manera uniforme varios aspectos del servicio que se brinda a los ciudadanos y ciudadanas al momento de acercarse a la Administración Distrital.

De los textos mencionados se concluye:

- **Usuario:** Persona u organización que accede a un producto o servicio de forma constante u ocasional.
- **Parte interesada:** Son aquellos que se ven afectados o pueden ser afectados por las actividades de una Entidad, así no sean Usuarios de ésta.

5.1 Usuarios de los servicios de la Entidad

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

- **Empresas Societarias:** Son los principales usuarios de la Superintendencia de Sociedades, corresponden a las Empresas Societarias, que de acuerdo con la ley 222 de 1995 en sus artículos 82, 83 y 84, y el decreto 4350 de 2006, 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.

- **Partes interesadas en las empresas societarias, sus clientes, acreedores y proveedores, de forma directa o indirectamente.**

 SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	
	ATENCIÓN AL CIUDADANO	Oct. 16 de 2015
	PROYECTO CONSULTORÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO, DEFINICIÓN Y DISEÑO DETALLADO DEL MODELO MULTICANAL DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	Versión: 1.0
	CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Página 12 de 34

- 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.

5.2 Grupos de interés ó partes interesadas en la Entidad

El principio de responsabilidad social incluido en los lineamientos de Gobierno en Línea, establece la necesidad de que las Instituciones del Estado tengan un mejor conocimiento de los usuarios objetivo 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 la Entidad en la medida en que se afectan por sus decisiones o actividades.

A continuación, se mencionan los grupos interesados en los resultados de la Entidad o en la información administrada por esta; todos los siguientes se concentran en la misma categoría o tipo, identificado como “grupos de interés” o “partes interesadas”:

- Organizaciones Gubernamentales: Organismos de Control (Procuraduría General de la Nación, Contaduría General de la Nación, Policía, Contraloría General de la República, Fiscalía y Contralorías Territoriales, Personerías), Cámara de Comercio, Banco de la República, superintendencias, entre otros.
- Organizaciones no Gubernamentales: Universidades, Medios de Comunicación, Profesionales de la Contaduría.

 SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	
	ATENCIÓN AL CIUDADANO	Oct. 16 de 2015
	PROYECTO CONSULTORÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO, DEFINICIÓN Y DISEÑO DETALLADO DEL MODELO MULTICANAL DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	Versión: 1.0
	CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Página 13 de 34

6. Relaciones de interacción con la Organización

La Superintendencia de Sociedades interactúa con los usuarios que demandan de sus servicios a través de cuatro canales de atención identificados como se presenta a continuación:

6.1 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., por 6 personas, 5 operarios y un coordinador.

En promedio, se reciben al mes 880 llamadas de ciudadanos usuarios que requieren información de un trámite o servicio que presta la Entidad o para interponer una queja, reclamos o denuncias relacionadas 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.

6.2 Canal de atención virtual

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

 <small>SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES</small>	SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	
	ATENCIÓN AL CIUDADANO	Oct. 16 de 2015
	PROYECTO CONSULTORÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO, DEFINICIÓN Y DISEÑO DETALLADO DEL MODELO MULTICANAL DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	
	Versión: 1.0	
	CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Página 14 de 34

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 Supersociedades 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 atendido por funcionarios que atienden usuarios con diferentes inquietudes de la Entidad relacionados con todos los procesos. También se manejan foros en donde se atienden temas específicos y 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 Supersociedades por este mismo medio y realizar pagos en línea de sus contribuciones.

Esta interacción garantiza y promueve las políticas de cero papel y 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, seguimiento a trámites e inicio de estos.

6.3 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 de la Entidad para pedir asesoría, realizar consultas, presentar quejas o reclamos, solicitar servicios, información orientación o asistencia relacionada con los temas que son competencia de la Supersociedades o temas por fuera de su competencia, en horarios de 8 a.m. a 5 p.m. jornada continua.

 SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	
	ATENCIÓN AL CIUDADANO	Oct. 16 de 2015
	PROYECTO CONSULTORÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO, DEFINICIÓN Y DISEÑO DETALLADO DEL MODELO MULTICANAL DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	
	CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Página 15 de 34

La Oficina de Atención de al Ciudadano que cuenta con 6 funcionarios, que atienden dos grandes temas: jurídico y contable.

A partir de Junio de 2015, los funcionarios de la Oficina diligencian el formato de registro de visitantes y atención de consultas, donde se consigna la siguiente información de los usuarios del servicio: fecha, nombre, No. de identificación, teléfono, tema general de consulta, motivo de ingreso, si es consulta jurídica, o contable, y se evalúa al funcionario respecto al trato recibido por el funcionario y la respuesta recibida si fue adecuada o no.

De acuerdo con la información diligenciadas en estos formatos, entre Junio 1 y Septiembre 30 de 2015 han sido atendidas 706 ciudadanos.

6.4 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/o continuar trámites y solicitar servicios, pedir información, orientación o asistencia relacionada con el quehacer de la Superintendencia de Sociedades.

Para la recepción y envío de documentos que llegan y/o salen de la Superintendencia de Sociedades, funciona la oficina de Gestión Documental en la cual se reciben y/o envían documentos. La mayoría de los usuarios que deben realizar trámites en la Entidad y que pertenecen a las empresas societarias del país, y que pueden estar en Bogotá o en las otras ciudades del país 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 empresas societarias del país, el canal de Atención por correspondencia es muy importante porque de una parte los trámites especialmente de tipo jurisdiccional todos deben ser radicados y se debe tener un soporte físico y además porque toda la información que se envía a los usuarios debe ser enviada por correo certificado y reenviada por mail para asegurarse de que le llegó la información a las empresas, es decir para la Entidad la interacción con los usuarios principalmente las empresas societarias es primordial y el uso adecuado de este canal garantiza una adecuada atención.

 SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	
	ATENCIÓN AL CIUDADANO	Oct. 16 de 2015
	PROYECTO CONSULTORÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO, DEFINICIÓN Y DISEÑO DETALLADO DEL MODELO MULTICANAL DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	Versión: 1.0
	CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Página 16 de 34

7. Caracterización de los usuarios

La caracterización de la población hace referencia a identificar las particularidades de los ciudadanos, usuarios o 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 iniciará por definir las variables de distinción entre los usuarios, tanto para personas naturales como para personas jurídicas.

7.1 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.

Es importante aclarar que los definidos como “grupos de interés” o “partes interesadas” no se evalúan ni caracterizan dado que su interés es particular y no son en realidad consumidores de los servicios ofertados por la Superintendencia, se trata en realidad, de observadores y beneficiarios indirectos de la gestión que se hace con los Usuarios directos.

7.1.1 Variables aplicables a personas naturales

Las siguientes son las variables que se tienen en cuenta en el marco del diseño del MMAC para la valoración de las personas naturales, para su identificación, se seleccionaron inicialmente aquellas que aportan información relevante para los

 SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	
	ATENCIÓN AL CIUDADANO	Oct. 16 de 2015
	PROYECTO CONSULTORÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO, DEFINICIÓN Y DISEÑO DETALLADO DEL MODELO MULTICANAL DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	Versión: 1.0
	CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Página 17 de 34

mismos; el resto se descartaron por no ser consideradas relevantes en términos de los objetivos del modelo:



Ilustración 1. Variables para personas naturales.

a) El nivel de variables geográficas, incluye las variables que dan cuenta de la ubicación de los ciudadanos y por ende de las características que los asocian y que inician su inferencia en los siguientes niveles de variables, entre este grupo de variables se encuentran las siguientes:

- **Ubicación:** Locación de donde reside y/o trabaja el usuario, nos permite identificar usuarios con características homogéneas dentro de una localidad definida.
- **Población:** Número de habitantes en su zona de influencia. Esta variable es importante para identificar las capacidad de atención de la Entidad en relación con el número de habitantes donde se prestan los servicios.
- **Densidad poblacional:** Número de personas por área geográfica. Esta variable es importante para reconocer las necesidades particulares de los usuarios en localidades menos densas, así como por la posible causalidad de esta variable fácilmente identificable en

 SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	
	ATENCIÓN AL CIUDADANO	Oct. 16 de 2015
	PROYECTO CONSULTORÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO, DEFINICIÓN Y DISEÑO DETALLADO DEL MODELO MULTICANAL DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	Versión: 1.0
	CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Página 18 de 34

cada individuo, sobre las variables intrínsecas y/o de comportamiento que se presentan más adelante en este documento.

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; dentro de las variables más comunes en esta categoría se encuentran las que dan cuenta de las características con respecto a la ubicación, entre este grupo se identifican las siguientes variables:

- *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.
- *Vulnerabilidad*: Nos permite identificar individuos con características que limitan su capacidad para realizar intercambios con la Entidad que le son necesarios. 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: personas en condición de discapacidad: visual, auditiva, física, cognitiva o múltiple), mujeres embarazadas, adultos mayores u otros como por ejemplo: personas en situación de desplazamiento, víctimas de la violencia, reinsertados, menores de edad, madres cabezas de familia, ciudadano rural, indígenas, afrocolombianos, habitantes de calle y ciudadanos en condiciones de pobreza extrema.

c) El nivel de variables intrínsecas hacen referencia a los valores o intereses que diferencian a unos ciudadanos de otros, identificándolos y diferenciándolos; entre esta categoría de variables se encuentran:

- *Uso de canales*: Aquellos a los que se tiene acceso y se usan. Esta variable es importante para identificar canales de comunicación y/o prestación de servicios, en los cuales la interacción sería más efectiva.
- *Conocimientos*: Son variables que permiten establecer qué tanto los usuarios conocen los servicios de la Entidad y qué tanta educación

 SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	
	ATENCIÓN AL CIUDADANO	Oct. 16 de 2015
	PROYECTO CONSULTORÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO, DEFINICIÓN Y DISEÑO DETALLADO DEL MODELO MULTICANAL DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	
	CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Página 19 de 34

puede ser requerida. Esta variable es importante para identificar el esfuerzo requerido por la Organización, para habilitar a sus usuarios en el aprovechamiento de los servicios prestados, así como para definir la posible efectividad de nuevas implementaciones para la prestación de servicios por parte de la entidad.

- *Tipo de usuario:* Hace referencia a los ciudadanos, usuarios o grupos de interés atendidos por la Entidad que hacen uso de los servicios o solicitan trámites a ésta. Por ejemplo: adultos mayores, menores de edad, en condición de discapacidad, madres cabeza de familia, ciudadano rural, víctima de la violencia, indígena, afrocolombiano, habitante de la calle, en situación de pobreza extrema, entre otros.

d) El nivel de variables de comportamiento hacen 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, entre las variables de este nivel se encuentran las siguientes:

- *Niveles de uso:* 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 un ciudadano requiera reiteradamente un mismo servicio.
- *Beneficios buscados:* Atributos del servicio que el ciudadano valora o espera. Esta variable es importante para priorizar elementos del diseño de los servicios que tendrían mayor impacto en la satisfacción de los ciudadanos frente a la Entidad.
- *Eventos:* Situaciones que generan la necesidad de interactuar. Esta variable es importante para identificar aquellos momentos en los que los ciudadanos están más interesados o requieren de la prestación del servicio.

7.1.2 Variables aplicables a personas jurídicas

Se incluyeron las siguientes como las variables que se tienen en cuenta en el marco del diseño del MMAC para la valoración de las personas jurídicas; para su identificación, nuevamente, el criterio de selección es el aporte de información relevante:

 SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	
	ATENCIÓN AL CIUDADANO	Oct. 16 de 2015
	PROYECTO CONSULTORÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO, DEFINICIÓN Y DISEÑO DETALLADO DEL MODELO MULTICANAL DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	Versión: 1.0
	CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Página 20 de 34

VARIABLES GEOGRÁFICAS

- Cobertura geográfica
- Dispersión
- Ubicación principal

VARIABLES DE TIPOLOGÍA ORGANIZACIONAL

- Tamaño
- Fuente de recursos
- Industria
- Tipo de usuario o grupo de interés
- Canales de atención disponibles

VARIABLES INTRÍNSECAS

- Procedimiento usado
- Toma de decisiones

Ilustración 2. Variables para personas Jurídicas

a) En el nivel de variables geográficas, las variables se comportan de forma similar a las identificadas para los ciudadanos particulares, dando cuenta de la ubicación de las empresas societarias y por ende de las características que las asocian, entre este grupo de variables se encuentran las siguientes:

- *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.
- *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.
- *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.

 SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	
	ATENCIÓN AL CIUDADANO	Oct. 16 de 2015
	PROYECTO CONSULTORÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO, DEFINICIÓN Y DISEÑO DETALLADO DEL MODELO MULTICANAL DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	Versión: 1.0
	CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Página 21 de 34

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:

- *Tamaño*: Esta variable indica el a través del número de servidores o empleados, o por monto del presupuesto de funcionamiento o inversión asignado o de los ingresos. Esta variable es importante para aquellos servicios cuya prestación está asociada al tamaño de la organización usuaria.
- *Fuente de recursos*: Hace referencia al origen del capital, 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. En este sentido, esta variable suele tener una relación de causalidad con algunas de las variables de comportamiento que se verán más adelante.
- *Industria*: Indica la actividad económica o sector económico al que pertenece una organización, determinando las necesidades específicas que nacen de las particularidades del desarrollo de su actividad.
- *Tipo de usuario o grupo de interés atendidos*: Hace referencia a los ciudadanos, usuarios o grupos de interés atendidos por la Entidad que hacen uso de los servicios o requieren trámites a ésta. Por ejemplo: personas naturales, entidades públicas, entidades privadas, organizaciones no gubernamentales, universidades, estudiantes, entre otros.
- *Canales de atención disponibles*: Canales de interacción que las entidades usuarias tienen habilitados para su comunicación con la Entidad, discriminados por servicio, tipo y de la manera requerida para evidenciar cada subtipo dentro de un canal.

c) El nivel de variables de comportamiento organizacional hacen referencia a las acciones observadas en las organizaciones atendidas. Estas características buscan reconocer los procesos y criterios bajo los cuales las organizaciones generan interacciones con la Entidad. Al ser cercanas a las motivaciones de la

 SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	
	ATENCIÓN AL CIUDADANO	Oct. 16 de 2015
	PROYECTO CONSULTORÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO, DEFINICIÓN Y DISEÑO DETALLADO DEL MODELO MULTICANAL DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	
	CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Página 22 de 34

toma de decisión en las organizaciones, permiten acercarse a los usuarios de manera oportuna y relevante. Entres esta categoría se ubican:

- *Procedimiento usado:* Esta variable identifica los mecanismos y canales empleados por la organización usuaria, para solicitar la prestación de un servicio a la Entidad. Esta variable permite identificar si los procedimientos establecidos y los canales habilitados responden a las necesidades de las organizaciones usuarias.
- *Toma de decisiones:* Elementos del proceso de toma de decisión en la organización usuaria. Esta variable es importante para identificar el impacto que la cobertura geográfica y la dispersión de la organización usuaria puede tener sobre la prestación del servicio , así como los recursos y capacidades con los que la Entidad debe contar para atender a una organización.

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 marco del 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.

7.2 Segmentación

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 denominan segmentos de usuarios o segmentación.

 SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	
	ATENCIÓN AL CIUDADANO	Oct. 16 de 2015
	PROYECTO CONSULTORÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO, DEFINICIÓN Y DISEÑO DETALLADO DEL MODELO MULTICANAL DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	Versión: 1.0
	CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Página 23 de 34

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, a continuación se describe el proceso de segmentación y los resultados de éste, los cuales evidencian que las estrategias empleadas hasta el momento por la Entidad, son coherentes en su totalidad con las herramientas técnicas, y que los esfuerzos deben orientarse a mejorar la calidad de datos, e implementar las mejoras que cada segmento exige por sus condiciones particulares.

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 diferenciar los trámites/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, a fin de 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, la o 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, que se cumplen en su totalidad por parte de las variables definidas:

- Homogeneidad: El criterio de segmentación elegido permita una agrupación sobre la base de características similares.
- Pertinencia: La o las variables utilizadas para particionar el mercado tengan sentido lógico.
- Mensurabilidad: No debe tener un alto grado de dificultad en su medición.
- Accesibilidad: La variable elegida esté disponible fácilmente.

 SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	
	ATENCIÓN AL CIUDADANO	Oct. 16 de 2015
	PROYECTO CONSULTORÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO, DEFINICIÓN Y DISEÑO DETALLADO DEL MODELO MULTICANAL DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	Versión: 1.0
	CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Página 24 de 34

- **Sustanciabilidad:** La partición del mercado debe dar como resultado segmentos que justifiquen la inversión en el desarrollo de un producto.

La aplicación de la técnica, se desarrolla de forma cualitativa, toda vez que los datos en la Entidad - no en todos los casos-, carecen de la precisión y cantidad requeridas ó no se han consolidado y almacenado para su análisis. La descripción de las variables en el marco de reportes para garantizar esta información en la Entidad, se detalla en el documento MMAC-DS-20 Reportes por proceso, el cual se elabora como parte de los entregables del proyecto MMAC.

] :

La segmentación del mercado

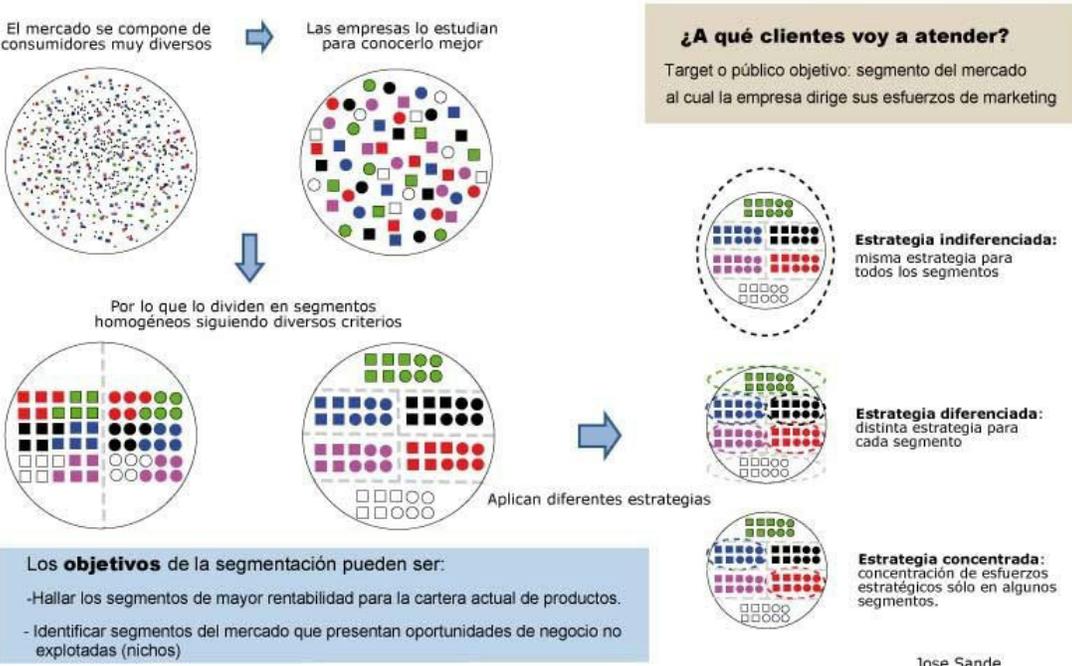


Ilustración 3. Lógica de la segmentación aplicada en la Superintendencia de Sociedades.

 SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES		
	ATENCIÓN AL CIUDADANO		Oct. 16 de 2015
	PROYECTO CONSULTORIA PARA LA ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO, DEFINICIÓN Y DISEÑO DETALLADO DEL MODELO MULTICANAL DE ATENCIÓN AL CIUDADANO		Versión: 1.0
	CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS		Página 25 de 34

Como se observa en la siguiente tabla, las variables definidas se relacionan con cada uno de los grupos poblacionales establecidos en el capítulo 5.1 Usuarios de los servicios de la Entidad -del presente documento-, toda vez que los posibles valores/atributos que puede asumir la variable se relacionan con los Usuarios tanto en personas naturales como jurídicas.

El proceso de microsegmentación cómo se valida, 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.

Tipo de sujeto a caracterizar	Niveles de variables	Variables por nivel	Descripción de cada variable	Atributos y/o características por variable	USUARIOS/EMPRESAS Y GRUPOS DE INTERÉS VIGENTES			
					Empresas societarias y sus partes interesadas	Organizaciones gubernamentales y no gubernamentales	Población Flotante	Grupos de Interés
PERSONAS NATURALES	VARIABLES GEOGRÁFICAS	Ubicación	Localización del usuario por ciudad y municipio		X	X	X	X
		Población	Contador de usuarios/habitantes por ciudad		X	X	X	X
		Densidad poblacional	Contador de usuarios/habitantes por municipio		X	X	X	X
	VARIABLES DEMOGRÁFICAS	Género	Cantidad de usuarios clasificados por género				X	
		Vulnerabilidad	Cantidad de usuarios clasificados en atributos que identifican condiciones de vulnerabilidad				X	
	VARIABLES INTRÍNECAS	Uso de canales	Contador de usuarios que ingresan por cada uno de los canales de atención identificados		X	X	X	X
		Conocimiento	Cantidad de usuarios clasificados en los criterios Si o NO conoce el trámite y procedimiento de gestión en la Entidad.		X	X	X	X
		Tipo de usuario	Cantidad de usuarios clasificados en atributos que identifican tipologías para personas naturales no solo personas con condiciones de vulnerabilidad, sino asociaciones como mujeres embarazadas, niños, tercera edad, entre otros.				X	
		Niveles de uso	Frecuencia de solicitudes para un mismo usuario		X	X	X	X
	VARIABLES DE COMPORTAMIENTO	Beneficio buscado	Cantidad de veces que el ciudadano manifiesta como importante un atributo definido para el servicio.	Definidos en el documento MMAC-DS-20 Anexo Reportes por proceso, elaborado como entregable del Proyecto Modelo Multicanal de Atención al Ciudadano.	X	X	X	X
Eventos		Cantidad de veces que una misma situación causa la presentación de solicitudes por parte de los usuarios.		X	X	X	X	
PERSONAS JURÍDICAS	VARIABLES GEOGRÁFICAS	Cobertura geográfica	Alcance geográfico de la gestión de la persona jurídica		X	X		X
		Dispersión	Cantidad de sucursales de la persona jurídica		X	X		X
		Ubicación principal	Lugar donde se encuentra la oficina principal de la organización		X	X		X
	VARIABLES DE TIPOLOGÍA ORGANIZACIONAL	Tamaño	Número de servidores o empleados (Puede elegirse manejar por monto del presupuesto de funcionamiento o inversión asignado o de los ingresos)		X	X		X
		Fuente de recursos	Referencia al origen del capital		X	X		X
		Industria	Actividad económica o sector económico al que pertenece una organización		X	X		X
		Tipo de usuario o grupo de interés	Ciudadanos, usuarios o grupos de interés atendidos por la persona jurídica usuaria		X	X		X
	VARIABLES INTRÍNECAS	Canales de atención disponibles	Canales de interacción que las entidades usuarias tienen habilitados para su comunicación con la Entidad		X	X	X	X
		Procedimiento usado	Mecanismos y canales empleados por la organización usuaria, para solicitar la prestación de un servicio a la Entidad		X	X	X	X
		Toma de decisiones	Elementos del proceso de toma de decisión en la organización usuaria		X	X	X	X

Ilustración 4. Cruce matricial de las variables vs. los usuarios identificados.

 SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	
	ATENCIÓN AL CIUDADANO	Oct. 16 de 2015
	PROYECTO CONSULTORÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO, DEFINICIÓN Y DISEÑO DETALLADO DEL MODELO MULTICANAL DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	Versión: 1.0
	CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Página 26 de 34

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

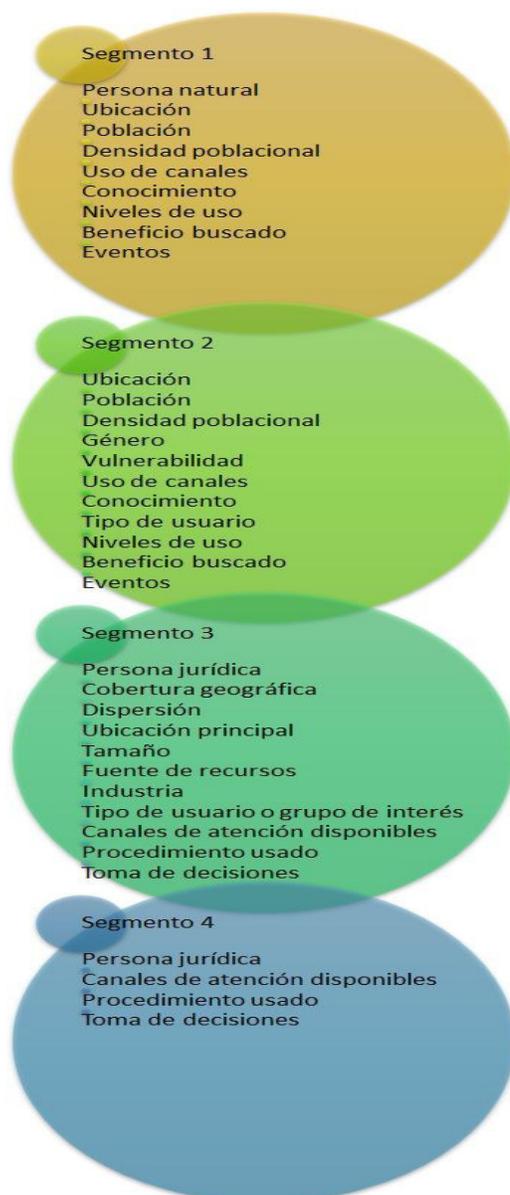


Ilustración 5. Primer ejercicio de segmentación empleando el total de las variables identificadas.

 SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	
	ATENCIÓN AL CIUDADANO	
	PROYECTO CONSULTORÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO, DEFINICIÓN Y DISEÑO DETALLADO DEL MODELO MULTICANAL DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	Oct. 16 de 2015
	CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Versión: 1.0 Página 27 de 34

Desde otra perspectiva, un poco más integral en términos de personas naturales y jurídicas, se observan otras posibilidades de agrupamiento como las siguientes:

					USUARIOS/EMPRESAS Y GRUPOS DE INTERÉS VIGENTES				
					Empresas societarias y sus partes interesadas	Organizaciones gubernamentales y no gubernamentales	Población Flotante	Grupos de interés	
					Se marca con una X cuando los atributos y/o características de cada categoría, que dada su descripción se pueden considerar aplicables a la población de usuarios o partes interesadas identificadas en cada columna.				
Tipo de sujeto a caracterizar	Niveles de variables	Variables por nivel	Descripción de cada variable	Atributos y/o características por variable					
PERSONAS NATURALES	VARIABLES GEOGRÁFICAS	Ubicación	Localización del usuario por ciudad y municipio	Definidos en el documento MMAC-DS-20 Anexo Reportes por proceso, elaborado como entregable del Proyecto Modelo Multicanal de Atención al Ciudadano.	X	X	X	X	
		Población	Contador de usuarios/habitantes por ciudad		X	X	X	X	
		Densidad poblacional	Contador de usuarios/habitantes por municipio		X	X	X	X	
	VARIABLES DEMOGRÁFICAS	Género	Cantidad de usuarios clasificados por género					X	
		Vulnerabilidad	Cantidad de usuarios clasificados en atributos que identifican condiciones de vulnerabilidad					X	
	VARIABLES INTRÍNECAS	Uso de canales	Contador de usuarios que ingresan por cada uno de los canales de atención identificados			X	X	X	X
		Conocimiento	Cantidad de usuarios clasificados en los criterios SI o NO conoce el trámite y procedimiento de gestión en la Entidad.			X	X	X	X
		Tipo de usuario	Cantidad de usuarios clasificados en atributos que identifican tipologías para personas naturales no solo personas con condiciones de vulnerabilidad, sino asociaciones como mujeres embarazadas, niños, tercera edad, entre otros.					X	
	VARIABLES DE COMPORTAMIENTO	Niveles de uso	Frecuencia de solicitudes para un mismo usuario			X	X	X	X
		Beneficio buscado	Cantidad de veces que el ciudadano manifiesta como importante un atributo definido para el servicio.			X	X	X	X
		Eventos	Cantidad de veces que una misma situación causa la presentación de solicitudes por parte de los usuarios.			X	X	X	X
	PERSONAS JURÍDICAS	VARIABLES GEOGRÁFICAS	Cobertura geográfica		Alcance geográfico de la gestión de la persona jurídica		X	X	
Dispersión			Cantidad de sucursales de la persona jurídica		X	X		X	
Ubicación principal			Lugar donde se encuentra la oficina principal de la organización		X	X		X	
VARIABLES DE TIPOLOGÍA ORGANIZACIONAL		Tamaño	Número de servidores o empleados (Puede elegirse manejar por monto del presupuesto de funcionamiento o inversión asignado o de los ingresos)		X	X		X	
		Fuente de recursos	Referencia al origen del capital		X	X		X	
		Industria	Actividad económica o sector económico al que pertenece una organización		X	X		X	
		Tipo de usuario o grupo de interés	Ciudadanos, usuarios o grupos de interés atendidos por la persona jurídica usuaria		X	X		X	
VARIABLES INTRÍNECAS		Canales de atención disponibles	Canales de interacción que las entidades usuarias tienen habilitados para su comunicación con la Entidad		X	X	X	X	
		Procedimiento usado	Mecanismos y canales empleados por la organización usuaria, para solicitar la prestación de un servicio a la Entidad		X	X	X	X	
		Toma de decisiones	Elementos del proceso de toma de decisión en la organización usuaria		X	X	X	X	

Ilustración 6. Otra perspectiva del cruce matricial de las variables vs. los usuarios identificados.

 SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	
	ATENCIÓN AL CIUDADANO	Oct. 16 de 2015
	PROYECTO CONSULTORÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO, DEFINICIÓN Y DISEÑO DETALLADO DEL MODELO MULTICANAL DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	Versión: 1.0
	CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Página 28 de 34



Ilustración 7. Complemento al primer ejercicio de segmentación empleando las variables identificadas.

La segmentación natural demuestra que tanto para personas naturales como personas jurídicas no son totalmente aplicables el total de las variables priorizadas. Por otra parte se evidencia el comportamiento irregular de estas variables, dado que la mayoría de los tipos de Usuarios de la Entidad en efecto son personas jurídicas.

La definición de los segmentos que se presentan como definitivos y finales requiere de un despliegue de información importante, el cual se desarrolla en el documento **Anexo 1 : Análisis de información de usuarios de la Superintendencia de Sociedades** y del alineamiento determinado en el documento MMAC-DE-12 Modelo de Operación Nacional, en el cual se afirma la importancia de la armonización del Modelo con la cultura organizacional vigente.

De tal manera, se concluye que los segmentos que se definan deben, para facilitar su comprensión y su orquestación en la Entidad, responder a la misma denominación de los actuales Usuarios, lo cual se logra unificando las variables analizadas que aplican a las personas naturales ó a las personas jurídicas.

A continuación, se presenta la segmentación por atributos similares, de los usuarios de la Superintendencia de Sociedades. Los nombres con que se

 SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	
	ATENCIÓN AL CIUDADANO	
	PROYECTO CONSULTORÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO, DEFINICIÓN Y DISEÑO DETALLADO DEL MODELO MULTICANAL DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	Oct. 16 de 2015
	CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Versión: 1.0 Página 29 de 34

identifica cada segmento, por los motivos descritos en el párrafo anterior son los mismos tipos de usuarios que la Entidad maneja actualmente, a fin de unificar el lenguaje y la apropiación de éstos segmentos en la operación vigente:

Usuarios ubicados por Segmento			
Personas naturales	Personas jurídicas		
POBLACIÓN FLOTANTE	EMPRESAS SOCIETARIAS Y SUS PARTES INTERESADAS	ORGANIZACIONES Gubernamentales y no Gubernamentales	PARTES INTERESADAS
A continuación los atributos que permiten la subsegmentación en cada uno de los 4 segmentos construidos.			
Persona natural Ubicación Población Densidad poblacional Género Vulnerabilidad Uso de canales Conocimiento Tipo de usuario Niveles de uso Beneficio buscado Eventos Canales de atención disponibles Procedimiento usado Toma de decisiones	Persona jurídica Ubicación Población Densidad poblacional Cobertura geográfica Dispersión Ubicación principal Uso de canales Conocimiento Procedimiento usado Toma de decisiones Niveles de uso Beneficio buscado Eventos Tamaño Fuente de recursos Industria Tipo de usuario o grupo de interés Canales de atención disponibles		

Ilustración 8. Segmentación de usuarios para la Superintendencia de Sociedades

Según las orientaciones particulares de cada uno de los trámites y servicios identificados en el Portafolio de Trámites y Servicios de la Superintendencia de Sociedades, se puede inferir sobre cada uno de los tipos de Usuarios identificados según el atributo que se requiera en el estado de análisis, así, sin enfatizar en ninguno de los atributos o características, se describe a continuación cada segmento y su comportamiento, orientando la descripción las posibilidades de análisis que permite la caracterización a través de los valores que puede adquirir cada variable.

 SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	
	ATENCIÓN AL CIUDADANO	Oct. 16 de 2015
	PROYECTO CONSULTORÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO, DEFINICIÓN Y DISEÑO DETALLADO DEL MODELO MULTICANAL DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	
	CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Página 30 de 34

Si bien la intención de esta caracterización es concretar quienes componen estos segmentos hoy y sus características, en la Superintendencia de Sociedades, se ha identificado que existen brechas entre la información existente y la requerida óptimamente en el marco del MMAC, de tal manera que a continuación, se describe la población dada la información existente en la Entidad y se concretan los datos que la Entidad deberá empezar a construir, sistematizar y operar en el marco de la medición y el control que inician los ciclos de mejoramiento continuo.

7.2.1 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, Cúcuta y San Andrés), como en municipios alrededor (se contempla que puedan ser todos los municipios del país) y las ciudades o pueblos aledaños.

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 contemplaría, así como las necesidades particulares de los usuarios.

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 ó de diseño y dimensionamiento que tal vez, 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 como subgrupos definidos de las poblaciones descritas, se conducen en relación con 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.

 SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	
	ATENCIÓN AL CIUDADANO	Oct. 16 de 2015
	PROYECTO CONSULTORÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO, DEFINICIÓN Y DISEÑO DETALLADO DEL MODELO MULTICANAL DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	Versión: 1.0
	CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Página 31 de 34

- Orientación de canales o diseño de trámites por tipos de usuarios que más los 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 permitirán 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 -Ministerio de TIC, propone para personas jurídicas, la Superintendencia de Sociedades, por su naturaleza puede llegar a un profundo análisis que impactará en mucho a 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 población la población flotante para solicitar la prestación de un trámite o servicio.
- 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 concluir los recursos y capacidades con los que la Superintendencia de Sociedades debe contar para atender poblaciones específicas.

 SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	
	ATENCIÓN AL CIUDADANO	Oct. 16 de 2015
	PROYECTO CONSULTORÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO, DEFINICIÓN Y DISEÑO DETALLADO DEL MODELO MULTICANAL DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	
	CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Página 32 de 34

7.2.2 Caracterización de los segmentos “Personas jurídicas - Empresas Societarias y sus partes interesadas, Organizaciones gubernamentales y no gubernamentales y Partes interesadas”

En cuanto a las personas jurídicas que se relacionan con la Superintendencia de Sociedades, se formulan en el presente documento 3 segmentos diferentes, que se caracterizarían a través de las mismas variables, dado que a pesar de tener una relación diferente cada segmento con la Entidad, en general se trata de Empresas.

Los segmentos de Empresas Societarias 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, Cúcuta y San Andrés, siempre y cuando cumplan las siguientes condiciones:

- a) Empresas Societarias y sus partes interesadas: Identificadas tal como se determina hoy, como los principales usuarios de la Superintendencia de Sociedades por estar sujetas a ser inspeccionadas, controladas o vigiladas por la Entidad, según se establece en la ley 222 de 1995 y el decreto 4350 de 2006. 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 y/o proveedores interesadas en procesos de empresas societarias.
- b) 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 servicios de la Superintendencia directamente. Seguramente se relacionan más a nivel de requerir reportes o detalles consolidados de información.

 SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	
	ATENCIÓN AL CIUDADANO	Oct. 16 de 2015
	PROYECTO CONSULTORÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO, DEFINICIÓN Y DISEÑO DETALLADO DEL MODELO MULTICANAL DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	
	CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Página 33 de 34

- c) Partes interesadas 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, Contraloría General de la República, Fiscalía y Contralorías Territoriales, Personerías), Cámara de Comercio, Banco de la República, superintendencias, entre otros, e incluso universidades, medios de comunicación o agremiaciones profesionales.

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 para 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 y/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, como las siguientes; representarán “comportamientos” que pueden adquirir las empresas u organizaciones a fin de 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.

 SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES	
	ATENCIÓN AL CIUDADANO	Oct. 16 de 2015
	PROYECTO CONSULTORÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO, DEFINICIÓN Y DISEÑO DETALLADO DEL MODELO MULTICANAL DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	
	CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Página 34 de 34

Por último, los segmentos determinados, deberán contar con la siguiente información en detalle al 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 a fin de evaluar los tamaños de organización que acceden a los trámites o servicios de la Entidad.
- Otro nivel de clasificación importantes 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
- Tipo de usuario, como por ejemplo: entidades públicas, entidades privadas, organizaciones no gubernamentales, tipos de sociedades, etc.

Versión	Vigencia Desde	Vigencia Hasta	Identificación de los cambios	Responsable
1			Creación del documento	Consortio Argus-ECO