



Unidad de Proyección Normativa  
y Estudios de Regulación Financiera



***Caracterización de grupos  
de valor y partes  
interesadas URF para el  
fortalecimiento de  
canales de atención.***



# Introducción

---

La caracterización de usuarios consiste en identificar las particularidades de los ciudadanos, usuarios, grupos de valor y partes interesadas con quienes interactúa la Unidad de Proyección Normativa y Estudios de Regulación Financiera - URF. El objetivo es agrupar a estas personas en segmentos que compartan atributos similares, para adecuar la oferta institucional, fortalecer los canales de atención y diseñar estrategias efectivas de relacionamiento con el ciudadano, que comprendan escenarios de rendición de cuentas, participación ciudadana y control social. Esta iniciativa surge de la necesidad de mejorar la interacción de la URF con los diferentes grupos y partes interesadas en su gestión.

Para llevar a cabo la caracterización, se siguieron los lineamientos y recomendaciones establecidos por el Departamento Nacional de Planeación. En esta segunda fase, se identificaron aspectos relacionados con las necesidades, intereses, expectativas y preferencias de los diferentes grupos de valor y partes interesadas en la gestión de la URF, con el propósito de ajustar las estrategias de relacionamiento, los canales de atención y las acciones institucionales para la garantía de derechos fundamentales.



# ***Problema identificado***

---

## **Descripción del problema**

La URF enfrenta desafíos para identificar de manera precisa las preferencias, necesidades y expectativas de los ciudadanos en torno a la gestión de los canales de atención institucional. Lo anterior, afecta la toma de decisiones e intervención frente a los canales de atención y dificulta la participación ciudadana.

En este contexto, se requiere fortalecer los mecanismos de recolección, sistematización y análisis de información, para identificar adecuadamente las preferencias, necesidades y expectativas de los ciudadanos y definir estrategias eficaces para la mejora continua de los canales de atención.

## **Formulación del problema**

¿Cómo identificar adecuadamente las preferencias, necesidades y expectativas de los ciudadanos a partir de la recolección, sistematización y análisis de información?

## Objetivo

Fortalecer la identificación de las preferencias, necesidades y expectativas de los ciudadanos en torno a los canales de atención.

## Objetivos específicos

- Definir las variables de caracterización de acuerdo con lo establecido en la guía de caracterización de ciudadanos, usuarios e interesados del Departamento Nacional de Planeación - DNP.
- Priorizar variables aplicables a la URF de acuerdo con los criterios definidos en la guía de caracterización de ciudadanos, usuarios e interesados del Departamento Nacional de Planeación - DNP.
- Analizar la percepción de los ciudadanos frente a los canales de atención, para identificar los con cuales sienten mayor afinidad y confianza, reconociendo cuáles consideran más útiles, accesibles y efectivos para interactuar con la URF.
- Brindar recomendaciones para fortalecer la identificación de las preferencias, necesidades y expectativas de los ciudadanos en torno a los canales de atención.

## ***Alcance***

---

Inicia con la definición de las variables relacionadas con las necesidades, intereses, expectativas y preferencias de la ciudadanía, los grupos de valor y las partes interesadas que interactúan con la URF. Continúa con la priorización y el análisis de dichas variables y finaliza con la formulación de recomendaciones.

Este ejercicio se fundamenta principalmente en la información recolectada a través de las encuestas de satisfacción aplicadas durante la vigencia 2024. A partir de estas, se busca conocer, entre otros aspectos, los canales de atención preferidos, la percepción sobre su eficacia y accesibilidad, así como las expectativas frente al relacionamiento con la URF.





# ***Variables para la caracterización de usuarios***

# Identificación de variables

Este cuadro presenta una clasificación de variables clave para identificar y caracterizar a los usuarios, lo que permite diseñar estrategias más eficientes y orientadas a las necesidades de los grupos de valor y partes interesadas.

Tipo de Variable	Variable	Descripción
Geográficas	<b>Ubicación</b>	Permite a la entidad identificar usuarios con características homogéneas dentro de una localidad definida.
	<b>Cobertura geográfica</b>	Alcance geográfico de la gestión de la entidad. Es importante para identificar la variedad de localidades como municipal, nacional, regional.
Demográficas	<b>Actividad económica</b>	Utilizada para aquellos servicios en los que las necesidades atendidas están asociadas a las carencias que emergen de la ocupación y/o actividad económica del interesado.
	<b>Lenguaje o idioma</b>	Permite garantizar el acceso incluyente de todos los usuarios de servicios con lenguajes heterogéneos.
Comportamiento	<b>Beneficios buscados</b>	Cualidades del servicio que el ciudadano valora o espera. Es importante para el diseño de los servicios de mayor impacto en la satisfacción de los ciudadanos.
	<b>Procedimiento usado</b>	Permite identificar si los procedimientos establecidos y los canales habilitados responden a las necesidades de las organizaciones o si se requieren adecuaciones o ajustes.
Intrínsecas	<b>Intereses</b>	Usada para identificar temas comunes que faciliten la comunicación con los usuarios, la posible oferta de servicios que puede demandar de acuerdo con sus intereses.
	<b>Acceso a canales</b>	Permite identificar los canales potenciales por los cuales puede contactar a sus usuarios, de acuerdo con las localidades donde viven y/o trabajan.
	<b>Uso de canales</b>	Permite identificar canales de comunicación y/o prestación de servicios, en los cuales la relación sea más efectiva, en especial por la frecuencia de uso del canal.
	<b>Conocimiento</b>	Mide el nivel de conocimiento del interesado sobre los servicios de la entidad. Es importante para el diseño de una estrategia de comunicación, nuevos servicios y canales
Tipología organizacional	<b>Organización o sector del cual depende</b>	Hace referencia a si existe una organización superior, como en el caso de los conglomerados o las entidades del estado. Permite identificar necesidades de aprobación en las exigencias de servicios de las organizaciones interesadas
	<b>Tipo de usuario</b>	Hace referencia a los grupos de interés atendidos por las organizaciones que hacen uso de los servicios de la entidad.
	<b>Canales de atención</b>	Canales de interacción que las entidades usuarias tienen para su relación con su población objetivo.

# Criterios de priorización

---

Una vez identificadas las variables y el nivel de profundidad para medir la caracterización, es importante hacer una priorización de estas, con el fin de escoger solamente aquellas que sean relevantes para el cumplimiento de los objetivos, sean fácilmente medibles y el beneficio de la información que aporta al ejercicio sea superior al costo de su recolección. A continuación, se proponen los siguientes criterios los cuales serán utilizados para definir las variables:

Criterio	Definición
<b>Relevantes</b>	Aquellas que están relacionadas con el objetivo de la caracterización y aportan al cumplimiento de los objetivos del ejercicio.
<b>Económicas</b>	Aquellas que están disponibles a un costo razonable. De esta forma se asegura que el beneficio de contar con información es mayor al costo de recolección de la misma.
<b>Medibles</b>	Aquellas que pueden observarse o medirse para cada ciudadano, grupo de valor o partes interesadas.
<b>Asociativas</b>	Aquellas que permitan realizar segmentaciones. Estas variables deben asociarse o relacionarse con las necesidades de la mayoría de los usuarios de cada grupo para garantizar la relevancia.
<b>Consistentes</b>	Variables cuyos resultados o valores permanecen en el tiempo

# Priorización de variables para la caracterización de usuarios

Las variables aplicables a la URF según la priorización realizada son las intrínsecas y de tipología organizacional. Para llevar a cabo la priorización, se elaboró un listado completo de todas las variables identificadas y se evaluó cada criterio, estas fueron seleccionadas para el levantamiento y análisis de la información.

Tipo de Variable	Variable	Criterios de priorización				
		Relevantes	Económicas	Medibles	Asociativas	Consientes
Geográficas	Ubicación					
	Cobertura geográfica					
Demográficas	Actividad económica					
	Lenguaje o idioma					
Comportamiento	Beneficios buscados					
	Procedimiento usado					
Intrínsecas	Intereses					
	Acceso a canales					
	Uso de canales					
Tipología organizacional	Conocimiento					
	Organización o sector del cual depende					
	Tipo de usuario					
	Canales de atención					

# Ficha técnica encuesta recolección información



## Objetivo

Medir el nivel de satisfacción de los ciudadanos que han presentado una PQRSD ante la Entidad, evaluando la calidad, eficiencia y efectividad de las respuestas brindadas, con el fin de optimizar la gestión de las PQRSD, garantizar la transparencia y fortalecer la confianza de los usuarios.



## Población

Todos aquellos ciudadanos que han presentado una PQRSD y que han recibido una respuesta o resolución, lo que les permite opinar sobre la calidad del servicio y la efectividad en la atención y solución de su solicitud.



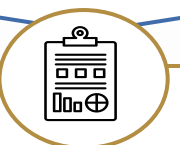
## Tipo de muestra

Ciudadanos que ya han presentado una PQRSD y recibido una respuesta.



## Tiempo de realización

Se envió durante la vigencia 2024, junto con todas las respuestas a las PQRSD



## Técnica de recolección

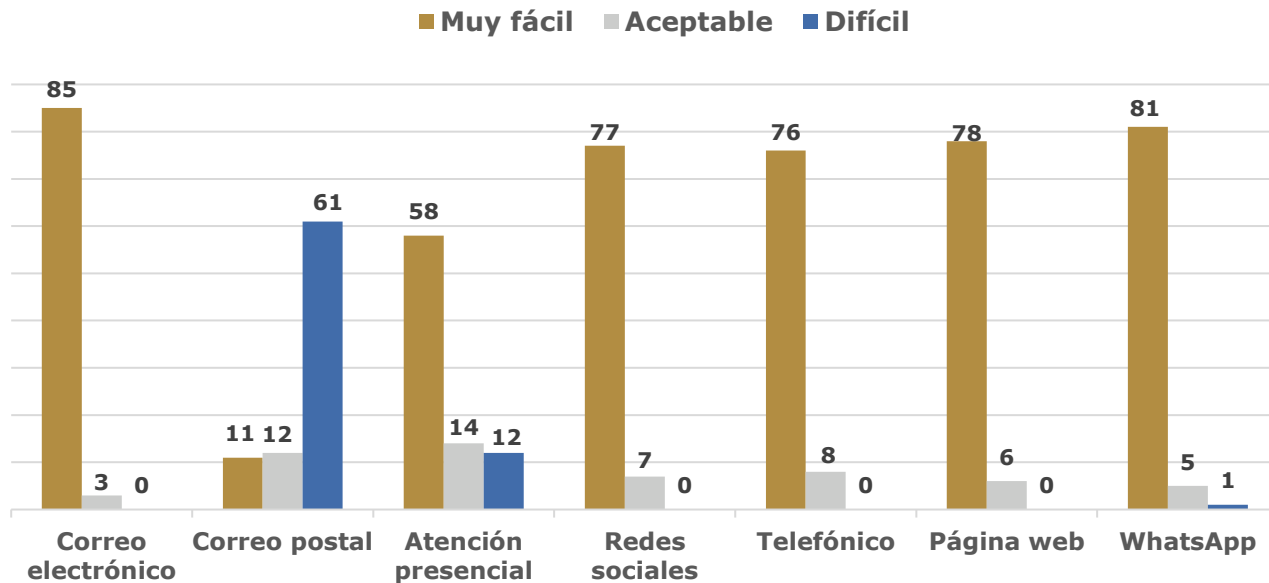
Encuesta en línea en la cual se envía un enlace a los usuarios que han presentado una PQRSD y recibido una respuesta, invitándolos a completar la encuesta a través de un formulario en línea.



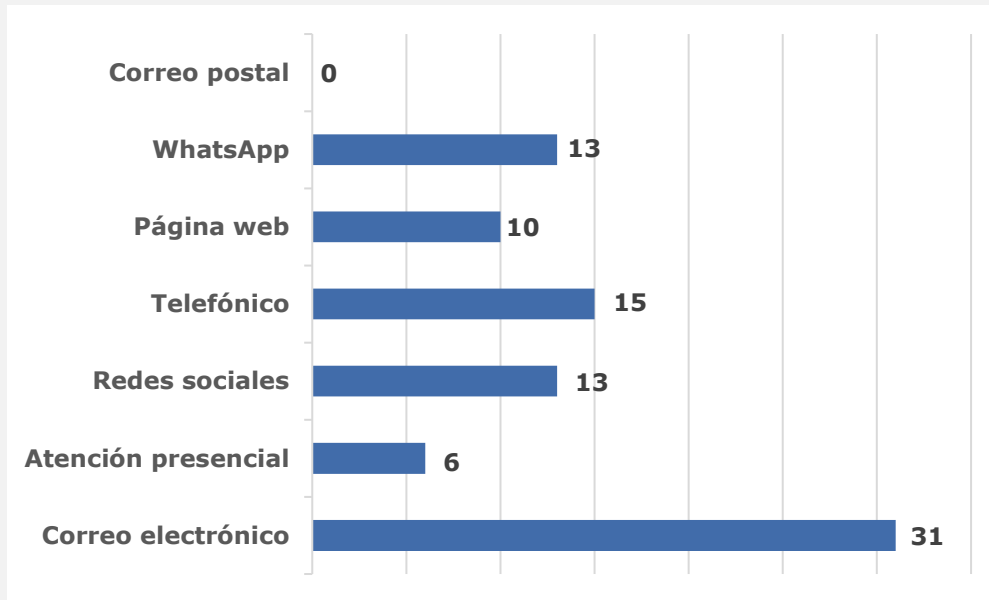
## Tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra corresponde al 30% de todas las encuestas enviadas.

## Acceso a canales



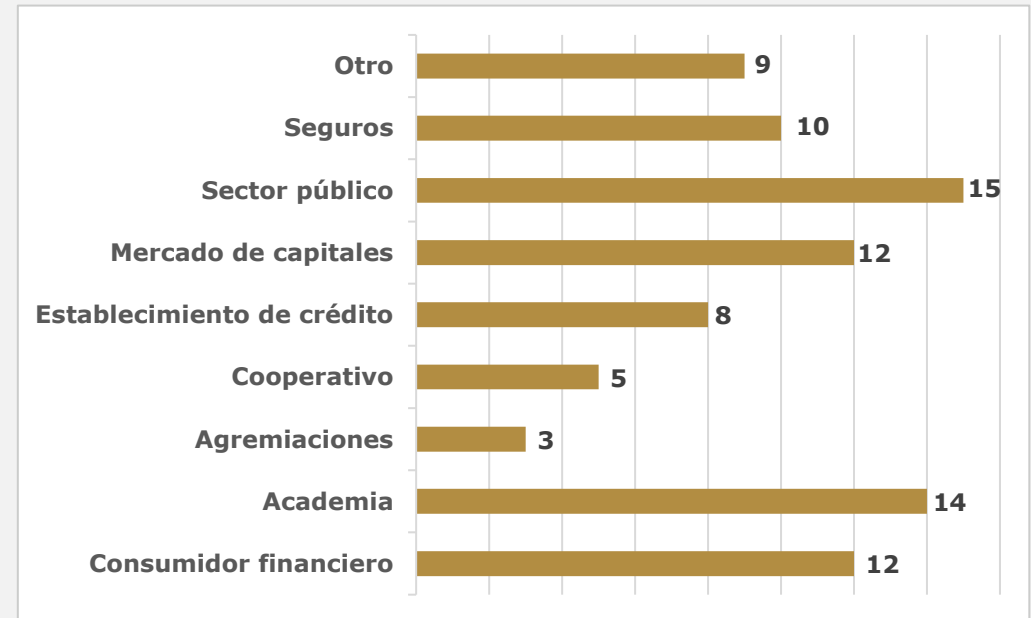
- El correo electrónico fue calificado como "Muy fácil" por 85 respuestas (96%), seguido de WhatsApp (81; 92%), página web (78; 88%), redes sociales (77; 87%) y el canal telefónico (76; 86%), destacando su comodidad y eficiencia.
- En contraste, la atención presencial registró 58 respuestas (66%) en la categoría "Muy fácil", pero también una proporción considerable en las opciones "Aceptable" (14; 15%) y "Difícil" (12; 13%).
- El correo postal resultó ser el canal con mayores barreras de accesibilidad, con 61 respuestas (69%) calificándolo como "Difícil" y apenas 11 (12%) como "Muy fácil".
- Estos resultados reflejan que la ciudadanía percibe con mayor facilidad los canales digitales frente a los tradicionales, los cuales presentan más obstáculos en términos de acceso.



- De acuerdo con los resultados, el correo electrónico es el canal de comunicación más utilizado, con 31 respuestas (35.2%), lo que lo posiciona como un medio formal y confiable.
- En segundo lugar, se encuentra el canal telefónico con 15 respuestas (17%), seguido de WhatsApp (13; 14.7%) y redes sociales (13; 14.7%), que reflejan la importancia de la mensajería instantánea y las plataformas sociales para interactuar con la ciudadanía.
- La página web obtuvo 10 respuestas (11.3%), consolidándose como una fuente de información clave. En contraste, la atención presencial alcanzó 6 respuestas (6.8%), mientras que el correo postal no fue considerado como un medio de preferencia (0 respuestas; 0%).
- En conjunto, 67 de las 88 respuestas (76%) se inclinan por canales digitales, resultado de la suma de las preferencias por correo electrónico (31), página web (10), WhatsApp (13) y redes sociales (13). Esto refleja una fuerte tendencia hacia la digitalización en la interacción con la ciudadanía.

## Organización o sector del cual depende

- El sector público contó con 15 respuestas (17%), mostrando una participación destacada.
- Consumidor Financiero y el Mercado de Capitales: con 12 respuestas equivalente al (13.6%) cada uno, muestran una participación significativa. Esto podría reflejar un interés o una vinculación activa de los encuestados con productos y servicios financieros y el ámbito de inversión.
- La Academia también representa un porcentaje considerable, con 14 respuestas (16%). Esto indica una presencia notable de personas vinculadas a instituciones educativas y de investigación.
- Otros sectores con menor representación: El sector "Otro" 9 respuestas (10.2%), el cooperativo 5 respuestas (5.7%) y las agremiaciones 3 respuestas (3.4%) tienen una representación menor en comparación con los grupos principales. Sin embargo, siguen siendo parte del panorama general.



## Canales de atención



**Correo electrónico**  
[atencionalusuario@urf.gov.co](mailto:atencionalusuario@urf.gov.co)



**WhatsApp**  
+ 57 3174370907



**Atención presencial**  
Cra 8 # 6C - 38



**Telefónico**  
601 3811700

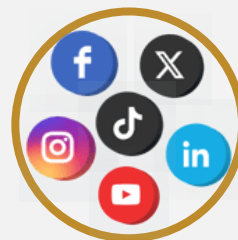


**Correo postal**

## Canales de comunicación



**Página web**  
[www.urf.gov.co](http://www.urf.gov.co)



**Redes sociales**  
@URFCOLOMBIA

Cuando los ciudadanos registran solicitudes en los canales de comunicación, se direccionan a los canales de atención para asegurar la respuesta.

# Conclusiones

- La caracterización realizada permitió segmentar adecuadamente a los grupos de valor y partes interesadas que interactúan con la URF, identificando su sector de pertenencia, así como patrones comunes en sus preferencias y comportamientos frente a los canales de atención.
- Las preferencias se inclinan por canales digitales, esto resalta la comodidad y eficiencia de las plataformas digitales, particularmente por aquellos que ofrecen inmediatez, facilidad de uso y disponibilidad constante. Este resultado resalta la necesidad de fortalecer y ampliar la oferta digital como eje central del relacionamiento con los usuarios.
- La atención presencial y el correo postal fueron identificados como los canales con mayores barreras de acceso, debido a factores como la ubicación geográfica, el tiempo requerido y la percepción de baja eficiencia. Esto sugiere la necesidad de potenciar los canales con mayor afinidad y confianza.
- La información recolectada a través de las encuestas de satisfacción 2024 ofrece una base para la sistematización y análisis; no obstante, existen oportunidades de mejora en cuanto al instrumento de recolección de información y esto a su vez limita el fortalecimiento de los canales de atención.



## Recomendaciones

- Se recomienda fortalecer la encuesta de satisfacción, incluyendo una pregunta abierta de sugerencias y observaciones, con el propósito de ampliar la información cualitativa para futuros análisis y de esta manera entender a mayor profundidad las razones que generan dificultad en el acceso y las preferencias de los canales.
- Se recomienda mantener actualizado el directorio institucional para posibilitar el análisis y segmentación de ciudadanos, grupos de valor y partes interesadas, agrupándolos de acuerdo con atributos similares que favorezcan una gestión más estratégica del relacionamiento e interacción con los grupos de valor.
- Se recomienda enfocar esfuerzos en el fortalecimiento de los canales de atención virtual, mediante el aprovechamiento eficiente de las plataformas tecnológicas disponibles como: formularios inteligentes, asistentes virtuales o mecanismos de autogestión. Estas acciones contribuirán a una atención más ágil, accesible y centrada en las necesidades de la ciudadanía, permitiendo reducir costos en desplazamientos a puntos de atención presencial.
- Se recomienda dar continuidad a los ejercicios de caracterización de usuarios de manera periódica, con el fin de identificar sus necesidades de información, comunicación e interacción, adaptar la oferta y mejorar la relación con estos grupos. Esto facilitará el diseño de estrategias de atención más innovadoras, inclusivas y alineadas con el contexto social y tecnológico actual.



# ***Gracias***

---



Unidad de Proyección Normativa  
y Estudios de Regulación Financiera