

CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS

*Instituto Colombiano de Crédito
Educativo y Estudios Técnicos en el
Exterior - ICETEX*

Con base en los datos recolectados, se realizó se identificaron las variables definidas con el sistema de información del Icetex, teniendo en cuenta que esta es la primera versión dentro de la elaboración del proyecto de caracterización de los usuarios.

OBJETIVOS

Objetivo General.

Identificar los usuarios que se comunican a través de los canales de atención al usuario con mayor afluencia, para solicitar información que se encuentra publicada en la página web, con el fin de contactarnos y conocer sus razones y poder trazar unas acciones de mejora a esta ciudadanía en particular.

Objetivos Específicos:

- 1. Generar los temas en los cuales el número de interacciones en la consulta de los usuarios, tomando como referencia los meses de enero a mayo de 2016, de los canales de atención Contact Center y Virtual.*
- 2. Definir las variables y niveles de desagregación de la información, para realizar una encuesta entre los usuarios, para determinar las causas por las cuales los usuarios tienen dificultades para acceder a la información publicada en la página web.*

Alcance

A partir de las encuestas analizar la información recolectada, con el fin de generar acciones para buscar soluciones que conlleven a que el usuario utilice con mayor frecuencia la información que se encuentra publicada en la página web.

Identificación de los Usuarios

Usuarios frecuente en el uso de los canales de atención al usuario.

Durante los meses de enero a mayo de 2016, se establecieron los usuarios que se comunicaron por dos temas de información, como son el calendario de inscripción y los requisitos y condiciones de los créditos educativos.

MES	CANT. USUARIOS
<u>Enero</u>	28.123
Canal Contact Center	26.568
Calendarios de inscripción	941
Requisitos y condiciones	25.627
Canal Virtual	1.375
Requisitos y condiciones	1.375
<u>Febrero</u>	21.941
Canal Contact Center	20.969
Calendarios de inscripción	1.034
Requisitos y condiciones	19.935
Canal Virtual	968
Requisitos y condiciones	968
<u>Marzo</u>	14.033
Canal Contact Center	13.418
Calendarios de inscripción	949
Requisitos y condiciones	12.469
Canal Virtual	615
Requisitos y condiciones	615
<u>Abril</u>	16.213
Canal Contact Center	15.565
Calendarios de inscripción	1.638
Requisitos y condiciones	13.927
Canal Virtual	645
Requisitos y condiciones	645
<u>Mayo</u>	23.042
Canal Contact Center	22.154
Calendarios de inscripción	5.689
Requisitos y condiciones	16.465
Canal Virtual	885
Requisitos y condiciones	885
TOTAL	103.352

Variables Relacionadas con los Usuarios

Se determinaron las siguientes variables: Ubicación, estrato socio-económico, escolaridad, edad, conocimiento y niveles de uso.

FORMATO FICHA DE CARACTERIZACIÓN	
INFORMACIÓN GENERAL	Fecha de diligenciamiento: <input type="text" value="18/07/2016"/>
	Orden: Nacional/Territorial <input type="text" value="Nacional"/> Entidad: <input type="text" value="ICETEX"/>
	Departamento: <input type="text"/>
OBJETIVO GENERAL	Identificar los usuarios que se comunican a través de los canales de atención al usuario con mayor afluencia, para solicitar información que se encuentra publicada en la página web, con el fin de contactarnos y conocer sus razones y poder trazar unas acciones de mejora a esta ciudadanía en particular.'
OBJETIVO ESPECÍFICO 1	1. Generar los temas en los cuales el número de interacciones fueron mayor a 1.000 en la consulta de los usuarios, tomando como referencia los meses de enero a mayo de 2016.'
OBJETIVO ESPECÍFICO 2	2. Definir las variables y niveles de desagregación de la información, para realizar una encuesta entre los usuario, para determinar las causas por las cuales los usuarios tienen dificultades para acceder a la información publicada en la página web.'
ALCANCE	A partir de las encuestas analizar la información recolectada, con el fin de generar acciones para buscar soluciones que conlleven a que el usuario utilice con mayor frecuencia la información que se encuentra publicada en la página web.'
LÍDER	Oficina Comercial y Mercadeo

CLASIFICACION DE VARIABLES					
Nivel	Variable	Característica Evidenciada	Consideraciones	¿La entidad cuenta con la información relacionada con la variable encontrada?	En caso de NO tener la información en la entidad ¿a qué mecanismo podría acudir para obtener información?
Geográfico	Ubicación	Áreas urbanas o rurales, municipios o ciudades capitales, barrios, localidades, vereda, resguardo, consejo comunitario, entre otros.		SI	
	Tipo de Documento			SI	
Demográfico	Edad	Menor 18, 18-24, 25-31, 32-38, 39-45, Mayor 45	Se realiza actualización	SI	
	Estrato socio-económico	1,2,3,4,5,6	Se realiza actualización	SI	
	Escolaridad	Primaria, secundaria, técnica/tecnológica, Universidad, Posgrado	Se realiza actualización	SI	
	Vulnerabilidad	Personas en situación de desplazamiento, víctimas de la violencia, reinsertados, indígenas.		SI	
Comportamiento	Acceso a canales	Internet (virtual), presencial, contact center		SI	
	Uso de canales	Internet (virtual), presencial, contact center'		SI	
	Conocimiento	Medios utilizados: Televisión, radio, revistas, periódico, facebook, twitter e internet		NO	Encuestas
Comportamiento	Niveles de uso	1. Computadores utilizados para el acceso a internet: Uno, dos, tres, cuatro, cinco o más 2. Frecuencia en el uso del internet: Todos los días, 2 a 4 veces por semana, una vez por semana, una vez cada 15 días, una vez al mes. 3. En el hogar tiene acceso a internet: Si/No		NO	Encuestas

POBLACION OBJETIVO		
GRUPO	NOMBRE	VARIABLES RELACIONADAS CON EL GRUPO
1	Usuarios que se contactan por el Canal Contact	Ubicación, tipo de documento, edad, estrato socio-económico, escolaridad, vulnerabilidad, acceso a canales, uso de canales, conocimiento y niveles de uso
2	Usuarios que se contactan por el Canal Presencial	Ubicación, tipo de documento, edad, estrato socio-económico, escolaridad, vulnerabilidad, acceso a canales, uso de canales, conocimiento y niveles de uso
3	Usuarios que se contactan por el Canal virtual	Ubicación, tipo de documento, edad, estrato socio-económico, escolaridad, vulnerabilidad, acceso a canales, uso de canales, conocimiento y niveles de uso

GRUPO	NOMBRE	FORMA DE RELACIÓN CON LA ENTIDAD
1	Usuarios que se contactan por el Canal Contact	Usuarios vigentes y potenciales
2	Usuarios que se contactan por el Canal Presencial	Usuarios vigentes y potenciales'
3	Usuarios que se contactan por el Canal virtual	Usuarios vigentes y potenciales'

GRUPO	NOMBRE	NECESIDADES DEL GRUPO POBLACIONAL
1	Usuarios que se contactan por el Canal Contact	información de los calendarios y requisitos para acceder a los productos'
2	Usuarios que se contactan por el Canal Presencial	información de los calendarios y requisitos para acceder a los productos'
3	Usuarios que se contactan por el Canal virtual	información de los calendarios y requisitos para acceder a los productos'

Priorización de las variables

FORMATO FICHA DE PRIORIZACIÓN DE VARIABLES									
Información General	Nombre de Entidad	ICETEX							
	Orden (Nacional/Territorial)	Nacional							
	Departamento								
	Fecha diligenciamiento	18/07/2016							
Objetivo General	Identificar los usuarios que se comunican a través de los canales de atención al usuario con mayor afluencia, para solicitar información que se encuentra publicada en la página web, con el fin de contactarnos y conocer sus razones y poder trazar								
Objetivo Específico 1	1. Generar los temas en los cuales el número de interacciones fueron mayor a 1.000 en la consulta de los usuarios, tomando como referencia los meses de enero a mayo de 2016.'								
Objetivo Específico 2	2. Definir las variables y niveles de desagregación de la información, para realizar una encuesta entre los usuario, para determinar las causas por las cuales los usuarios tienen dificultades para acceder a la información publicada en la página								
ALCANCE									
Líder	Oficina Comercial y Mercadeo								
4									
Categoría	Variable	¿La variable es?					Puntaje total	Seleccionada	
		Relevantes	Económicas	Medibles	Asociativas	Consistentes		SI	NO
Geográfico	Ubicación	1	1	1		1	4	X	
	Tipo y número de documento		1			1	2		X
Demográfico	Edad	1	1	1			3	X	
	Estrato socio-económico	1	1	1	1	1	5	X	
	Escolaridad	1	1	1		1	4	X	
	Vulnerabilidad		1	1			2		X
Intrínsecos	Acceso a canales			1			1		X
	Uso de canales			1			1		X
	Conocimiento	1		1			2	X	
Comportamiento	Niveles de uso	1		1			2	X	

Los Usuarios y la Relación con el Icetex

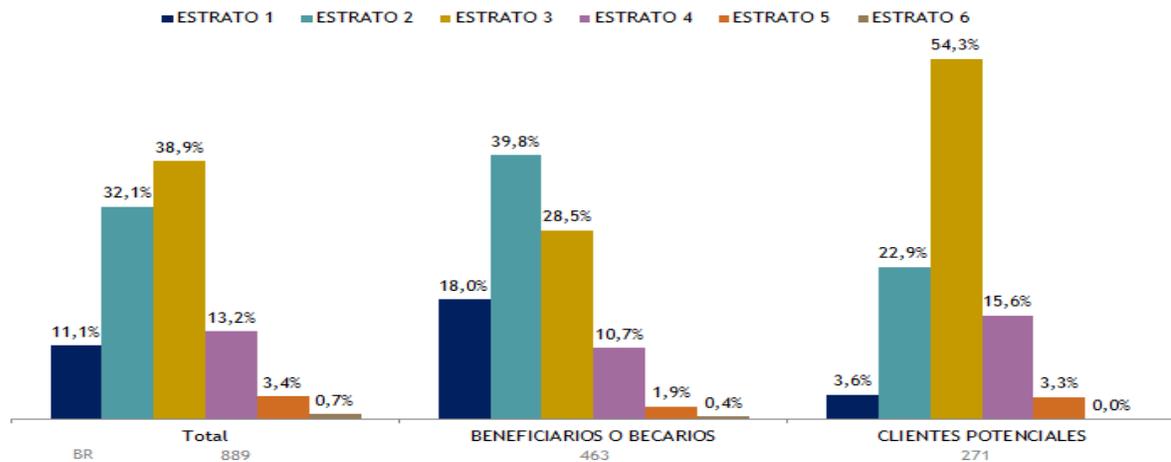
- Medios por los cuales accede en la consulta de información de los créditos.
- Frecuencia de acceso a la web.
- Canales de acceso.

Encuestas

De las encuestas realizadas en el año 2015 por parte de la Entidad, se obtuvieron los siguientes resultados:

PERFIL DEL USUARIO

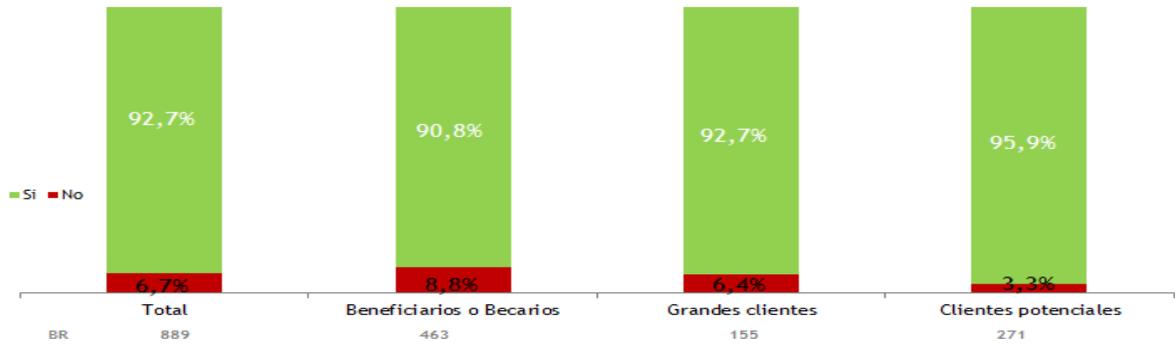
Nivel socio económico



Ar

TENENCIA DE INTERNET

En su hogar cuenta usted con acceso a Internet?



P43. ¿En su hogar cuenta usted con acceso a Internet?

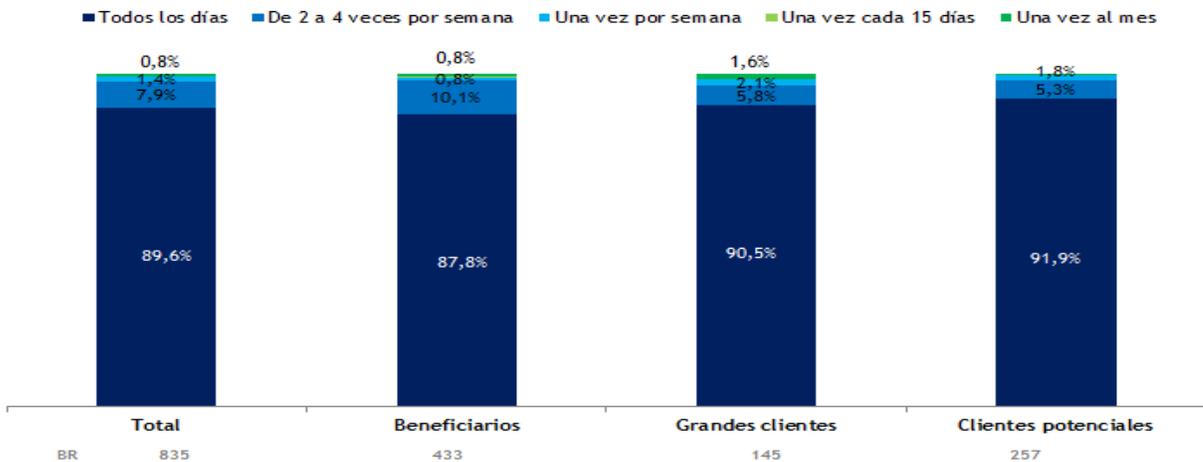
3

ADVANCED TECHNOLOGIES | ADVANCED METHODOLOGIES | ADVANCED TALENT | ADVANCED INNOVATIONS

VANHAAS
ADVANCED MARKET RESEARCH

FRECUENCIA DE USO DE INTERNET

Con qué frecuencia usa usted internet?



P44. ¿Me podría decir con qué frecuencia usa usted Internet?

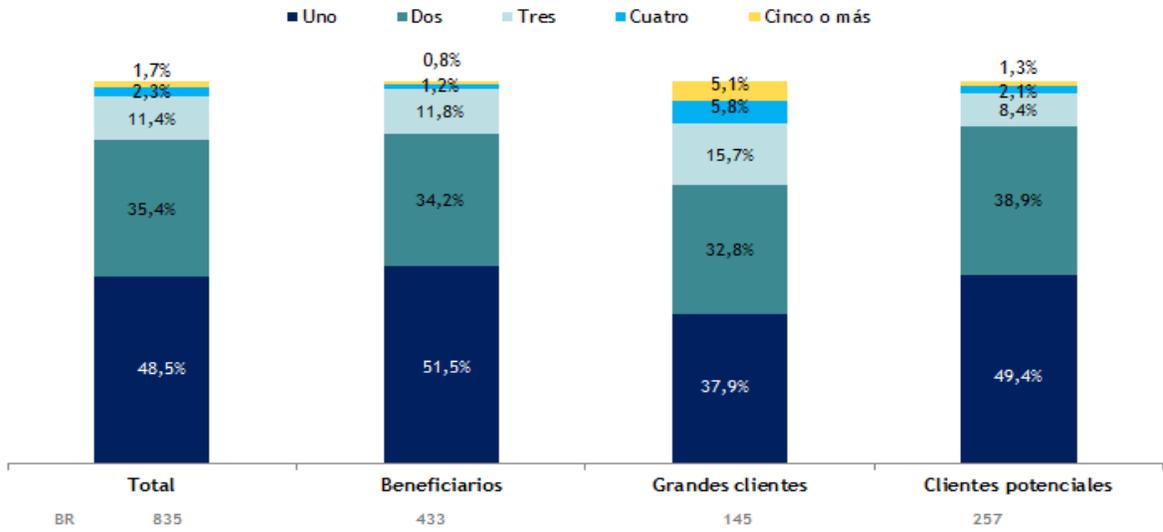
4

ADVANCED TECHNOLOGIES | ADVANCED METHODOLOGIES | ADVANCED TALENT | ADVANCED INNOVATIONS

VANHAAS
ADVANCED MARKET RESEARCH

TENENCIA DE COMPUTADORES

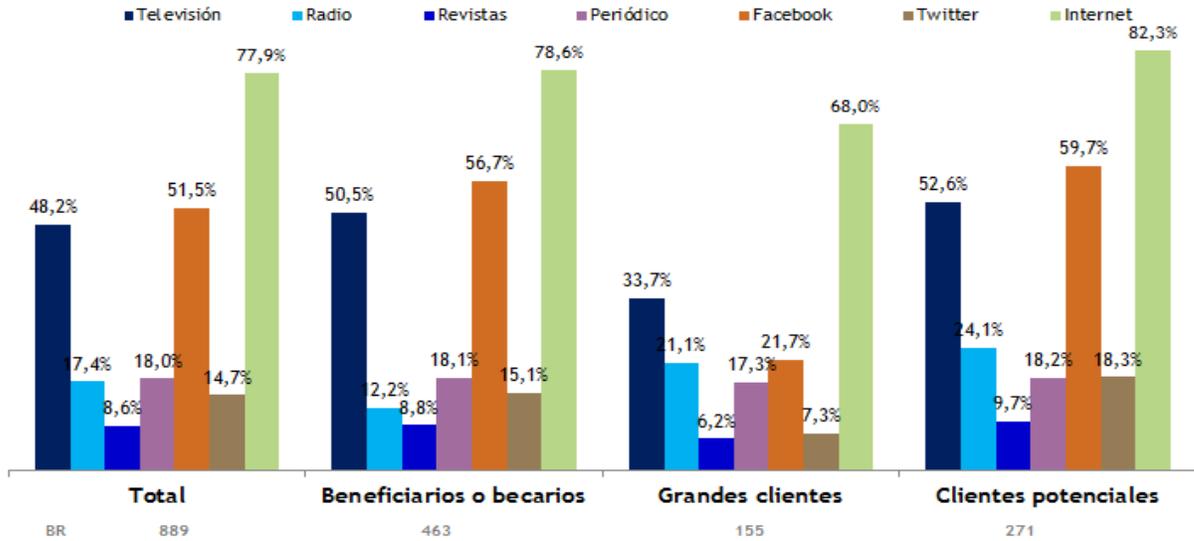
Cuántos computadores tiene en su hogar con acceso a internet?



P45. ¿Cuántos computadores tiene en su hogar con acceso a internet?

MEDIOS UTILIZADOS

De los siguientes medios, cuáles utiliza más?



P46. ¿Podría decirme por favor, de los siguientes medios, cuales utiliza más? Mencione 3

ADVANCED TECHNOLOGIES | ADVANCED METHODOLOGIES | ADVANCED TALENT | ADVANCED INNOVATIONS

YANHAAS
ADVANCED MARKET RESEARCH

Necesidades del Grupo Poblacional

Para establecer acciones de mejora, se identifican las necesidades de los usuarios, con el fin de prestar un mejor servicio a la ciudadanía.

- Disminución en las peticiones de los usuarios.
- Descongestionar los canales de atención al usuario.
- Agilidad en la atención para aquellas personas que requieran resolver peticiones complejas.