

# INFORME DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS

## 2024



## TABLA DE CONTENIDO

<b>TABLA DE CONTENIDO .....</b>	<b>2</b>
<b>TABLA DE GRAFICAS .....</b>	<b>3</b>
<b>1. INTRODUCCION.....</b>	<b>4</b>
<b>2. OBJETIVOS.....</b>	<b>5</b>
<b>2.1. Objetivo general .....</b>	<b>5</b>
<b>2.2. Objetivos específicos .....</b>	<b>5</b>
<b>3. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN .....</b>	<b>6</b>
<b>3.1. Observación.....</b>	<b>6</b>
<b>3.2. Transaccional .....</b>	<b>6</b>
<b>3.3. Monitoreo en Redes Sociales.....</b>	<b>6</b>
<b>3.4. Seguimiento en Línea .....</b>	<b>6</b>
<b>3.5. Encuesta .....</b>	<b>7</b>
<b>4. FUENTE DE INFORMACIÓN .....</b>	<b>7</b>
<b>4.1. Atención de Usuarios.....</b>	<b>7</b>
<b>4.2. Seguimiento Transaccional .....</b>	<b>8</b>
<b>4.3. Análisis Detallado de los Medios de Pago por Sede .....</b>	<b>10</b>
<b>4.4. Visitas Página web .....</b>	<b>11</b>
<b>5. ENCUESTA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS .....</b>	<b>12</b>
<b>5.1. Variables .....</b>	<b>13</b>
<b>5.1.1. Geográficas.....</b>	<b>13</b>
<b>5.1.2. Demográficas.....</b>	<b>13</b>
<b>5.1.3. Intrínsecas.....</b>	<b>14</b>
<b>5.1.4. De Comportamiento .....</b>	<b>14</b>
<b>5.2. CLASIFICACION Y ANALISIS DE LA INFORMACIÓN.....</b>	<b>14</b>
<b>5.2.1. CLASIFICACION DE LA INFORMACIÓN.....</b>	<b>14</b>
<b>5.2.2. ANALISIS DE LA INFORMACIÓN .....</b>	<b>14</b>
<b>6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>29</b>

## TABLA DE GRAFICAS

Gráfico 1 Atención de usuarios en el Instituto de Tránsito del Atlántico 2024 .....	8
Gráfico 2 Medios de Pagos 2024 .....	9
Gráfico 3 Análisis medios de pagos Barranquilla 2024 .....	10
Gráfico 4 Análisis medios de pagos Baranoa 2024 .....	11
Gráfico 5 Visitas Página Web 2024 .....	12
Gráfico 6 Departamento de Residencia .....	16
Gráfico 7 Departamentos del Atlántico .....	17
Gráfico 8 Territorio .....	17
Gráfico 9 Grupo de Interés .....	18
Gráfico 10 Rangos por edades .....	19
Gráfico 11 Género .....	20
Gráfico 12 Tipo de Población .....	21
Gráfico 13 Nivel de escolaridad .....	22
Gráfico 14 Actividad económica - Ocupación .....	23
Gráfico 15 Frecuencia de interacción con la entidad .....	24
Gráfico 16 Canales de Comunicación .....	25
Gráfico 17 Medios de consulta .....	28

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Atención de usuarios en las sedes del Instituto de Tránsito del Atlántico 2024 .....	8
Tabla 2 Medios de Pagos 2024 .....	9
Tabla 3 Análisis medios de pagos Barranquilla 2024 .....	10
Tabla 4 Análisis medios de pagos Baranoa 2024 .....	11
Tabla 5 Visitas Página Web 2024 .....	12
Tabla 6 Clasificación de Variables .....	14
Tabla 7 Departamento de Residencia .....	15
Tabla 8 Departamentos del Atlántico .....	16
Tabla 9 Territorio .....	17
Tabla 10 Grupo de Interés .....	18
Tabla 11 Rangos por edades .....	19
Tabla 12 Género .....	20
Tabla 13 Tipo de Población .....	21
Tabla 14 Nivel de escolaridad .....	22
Tabla 15 Actividad económica - Ocupación .....	23
Tabla 16 Interacción con la Entidad .....	24
Tabla 17 Canales de Comunicación .....	25
Tabla 18 Servicios frecuentes .....	26
Tabla 19 Servicios frecuentes .....	26
Tabla 20 Trámites del Instituto .....	27
Tabla 21 Medios de consulta .....	28

## LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 País de Residencia .....	15
--	----



## **1. INTRODUCCION**

La encuesta de caracterización busca reconocer e identificar las características, necesidades, intereses, expectativas, preferencias de los ciudadanos, usuarios o interesados que interactúan con las distintas áreas del Instituto de Tránsito del Atlántico obteniendo información que les permita ajustar la oferta adicional y focalizar la atención y asesoría a los diferentes servicios que ofrece la entidad, así como a los canales de comunicación y atención a través de los cuales se llega a la ciudadanía en general y lograr una planeación acorde al cumplimiento de la misión.

Todas las políticas públicas necesitan de una caracterización de sus ciudadanos para su implementación. El respeto por las diferencias y el de atender las necesidades reales de diferentes grupos de población, es un interés no sólo para el Instituto de Tránsito del Atlántico sino también para la función pública. La presente caracterización permite conocer las características principales de los usuarios del Instituto de Tránsito del Atlántico, sus comportamientos, su ubicación, limitantes, entre otras variables, con el fin de realizar mejoras y tomar decisiones que permitan aumentar la efectividad de las políticas, trámites y servicios diseñados e implementados en materia de infraestructura y tránsito.

La caracterización además de ser un requisito común en las Políticas de Desarrollo Administrativo, establecidas en el Decreto 2482 de 2012, se convierte en uno de los cimientos más importantes para la implementación de la Ley 1712 de 2014, porque permite identificar qué información es de mayor demanda en los diferentes grupos sociales.



## **2. OBJETIVOS**

### **2.1. Objetivo general**

Identificar las principales características y necesidades de los usuarios o grupos de interés del Instituto de Tránsito del Atlántico para conocer sus necesidades frente al uso y accesibilidad de los diferentes canales de atención y su percepción frente a los mecanismos de participación de la entidad, con el propósito de fortalecer la estrategia de participación ciudadana

### **2.2. Objetivos específicos**

- Definir las necesidades de acceso a la información que tiene cada grupo de ciudadanos, usuarios o interesados.
- Identificar las principales características geográficas, demográficas, intrínsecas y comportamentales de los usuarios de la Entidad.
- Fortalecer estrategias de comunicación, interacción y Participación de cara al ciudadano.
- Determinar que canales de atención utilizan los grupos de interés y ciudadanía en general, su percepción y la posibilidad de acceso a los servicios del Instituto de Tránsito del Atlántico
- Conocer las necesidades de la población objetivo frente a las herramientas de participación ciudadana.



### **3. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**

#### **3.1. Observación**

La observación es una técnica de recolección de datos sencilla y directa. Esta nos permitió observar los comportamientos y acciones de los usuarios dentro de la entidad, con el objetivo de comprender mejor sus necesidades y expectativas. La información obtenida a través de la observación es clave para desarrollar acciones de mejora continua y para el diseño e implementación de nuevos servicios que respondan de manera más efectiva a las demandas de los usuarios.

#### **3.2. Transaccional**

El seguimiento transaccional es una técnica que se basa en las transacciones realizadas por los usuarios para pagar sus trámites. Esta herramienta permite identificar cuáles son los medios de pago más utilizados por los ciudadanos, lo que ayuda a determinar cuál es el canal más accesible y preferido para realizar los pagos. Esta información es crucial para optimizar los métodos de pago y hacer más eficiente el proceso de atención.

#### **3.3. Monitoreo en Redes Sociales**

El monitoreo de redes sociales es una técnica de recolección que se centra en la interacción de los usuarios con las redes sociales del Instituto. A través de las preguntas, comentarios y visitas a nuestras publicaciones, podemos evaluar si los usuarios están atentos a la información publicada, las novedades y las nuevas iniciativas del Instituto. Esto nos permite medir el impacto de nuestra comunicación y ajustarla según las necesidades y expectativas de la ciudadanía.

#### **3.4. Seguimiento en Línea**

El seguimiento en línea es una técnica similar a la transaccional y al monitoreo de redes sociales, pero centrada en la actividad de los usuarios en el portal web del Instituto. Esta técnica nos permite observar con qué frecuencia los usuarios consultan nuestros servicios en línea, reflejando el número de visitas a la página

web. Esta información es valiosa para mejorar la accesibilidad de los servicios digitales y garantizar que los usuarios encuentren lo que necesitan de manera rápida y eficiente.

### 3.5. Encuesta

La caracterización de usuarios también se basa en el análisis de información primaria y secundaria obtenida a través de encuestas. En total, se registraron 397 respuestas que componen el universo de información disponible para el Instituto de Tránsito del Atlántico. Las encuestas permiten obtener datos directos de los usuarios sobre sus necesidades, expectativas y opiniones, lo que es esencial para tomar decisiones informadas y mejorar la calidad de los servicios ofrecidos.

## 4. FUENTE DE INFORMACIÓN

### 4.1. Atención de Usuarios

Para realizar la caracterización de los usuarios del Instituto de Tránsito del Atlántico durante el año 2024, se utilizó el sistema de turnos como fuente principal de información. Este sistema permitió obtener datos precisos sobre la cantidad de usuarios que visitan nuestras instalaciones, lo que facilita la planificación y mejora de los servicios ofrecidos.

Entre los meses de octubre y diciembre de 2024, se emitieron un total de 75.426 turnos, con un promedio mensual de 25.142 atenciones. De este total, el 88% de los turnos fueron entregados en la sede principal de Barranquilla, que atendió 66.693 turnos, lo que representa un promedio mensual de 22.231 usuarios. En comparación, la sede operativa de Baranoa registró el 12% de los turnos, con un total de 8.733 turnos y un promedio mensual de 2.911 atenciones.

ATENCIÓN DE USUARIOS EN LAS SEDES DEL ITA					
SEDE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL	%
Barranquilla	20431	27475	18787	66693	88%
Baranoa	2795	3595	2343	8733	12%
<b>Subtotal</b>	<b>23226</b>	<b>31070</b>	<b>21130</b>	<b>75426</b>	<b>100%</b>



Tabla 1 Atención de usuarios en las sedes del Instituto de Tránsito del Atlántico 2024

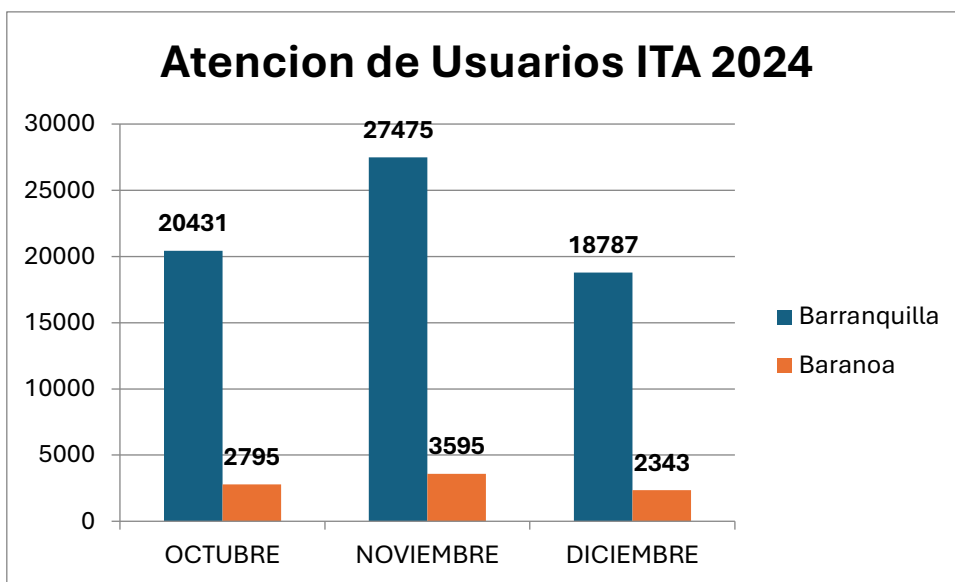


Gráfico 1 Atención de usuarios en el Instituto de Tránsito del Atlántico 2024

Esta información resulta clave para identificar las tendencias de afluencia en ambas sedes y nos permite ajustar los recursos humanos y materiales según la demanda en cada área. Además, facilita la toma de decisiones para mejorar la atención al público, optimizar los tiempos de espera y asegurar una mejor experiencia para los ciudadanos. Con base en estos datos, se pueden implementar estrategias específicas en cada sede, como la redistribución de personal en momentos de alta demanda o el fortalecimiento de la infraestructura para atender de manera más eficiente a los usuarios.

## 4.2. Seguimiento Transaccional

En el proceso de caracterización de los usuarios del Instituto de Tránsito del Atlántico durante el año 2024, se incluyó como uno de los aspectos clave el seguimiento transaccional, que permitió analizar los medios de pago más utilizados por los usuarios en ambas sedes del Instituto: Barranquilla y Baranoa.

A través de este análisis, se pudo identificar cuáles son los métodos de pago preferidos por los usuarios al momento de realizar sus trámites, proporcionando datos valiosos para mejorar la experiencia del ciudadano. El seguimiento de los



pagos no solo ayuda a optimizar los procesos de transacción, sino que también permite adaptar los servicios a las necesidades de los usuarios, facilitando el acceso y la eficiencia en la atención.

Medios de Pago ITA 2024					
Medio de pago	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total	%
Efectivo	1015	1484	1193	3692	48%
Tarjeta	384	532	505	1421	18%
PSE	652	768	1146	2566	33%
Título Judicial	30	21	1	52	1%
			<b>Total</b>	<b>7731</b>	<b>100%</b>

Tabla 2 Medios de Pagos 2024

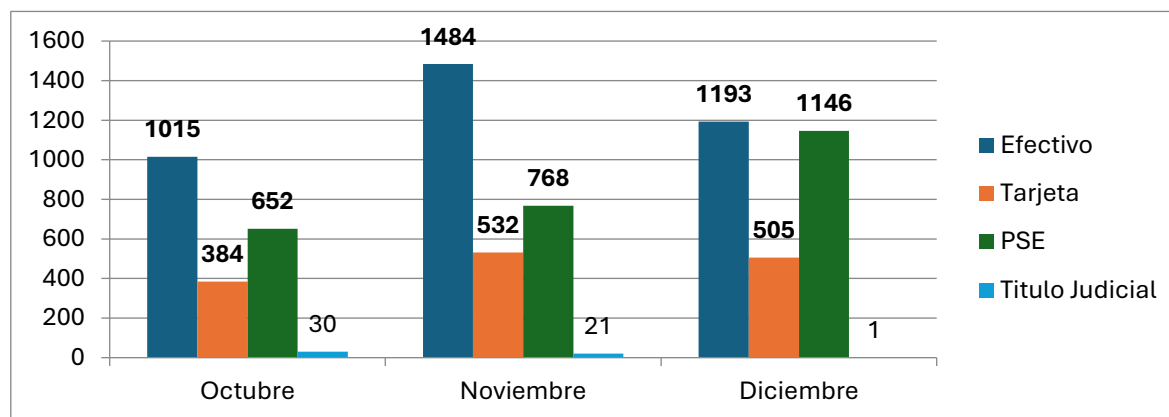


Gráfico 2 Medios de Pagos 2024

De acuerdo con los datos obtenidos, la gráfica revela los medios de pago más utilizados por los usuarios del Instituto de Tránsito del Atlántico. Un 48% de los usuarios optan por realizar sus pagos en efectivo, mientras que un 18% utiliza tarjetas. Por otro lado, un 33% de los usuarios prefieren la plataforma PSE para realizar sus pagos en línea, y solo un 1% utiliza la aplicación de Título Judicial como medio de pago.

### 4.3. Análisis Detallado de los Medios de Pago por Sede

Para obtener una comprensión más profunda sobre las preferencias de pago de nuestros usuarios, se realizó un análisis detallado de los medios de pago más utilizados en cada una de las sedes del Instituto de Tránsito del Atlántico. Este análisis permitió calcular el promedio mensual de los medios de pago en cada sede y conocer mejor las tendencias de los usuarios.

Medios de pago Sede Barranquilla ITA 2024		
Medio de pago	Cantidad	%
Efectivo	2458	68%
Tarjeta	1090	30%
Titulo Judicial	52	1%
<b>Total</b>	<b>3600</b>	<b>100%</b>

Tabla 3 Análisis medios de pagos Barranquilla 2024

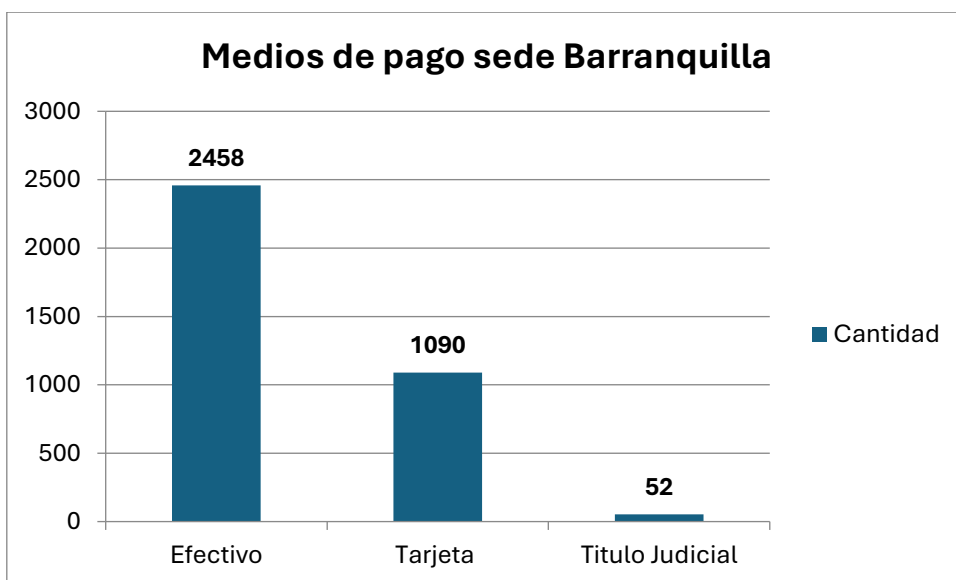


Gráfico 3 Análisis medios de pagos Barranquilla 2024

En la sede de Barranquilla, el 68% de los usuarios prefiere realizar sus pagos en efectivo, mientras que un 30% opta por el pago mediante tarjeta débito/crédito. Solo el 1% de los usuarios realiza el pago mediante la aplicación de Titulo Judicial.

Medios de pago Sede Baranoa ITA 2024		
Medio de pago	Cantidad	%
Efectivo	569	63%
Tarjeta	329	37%
<b>Total</b>	<b>898</b>	<b>100%</b>

Tabla 4 Análisis medios de pagos Baranoa 2024

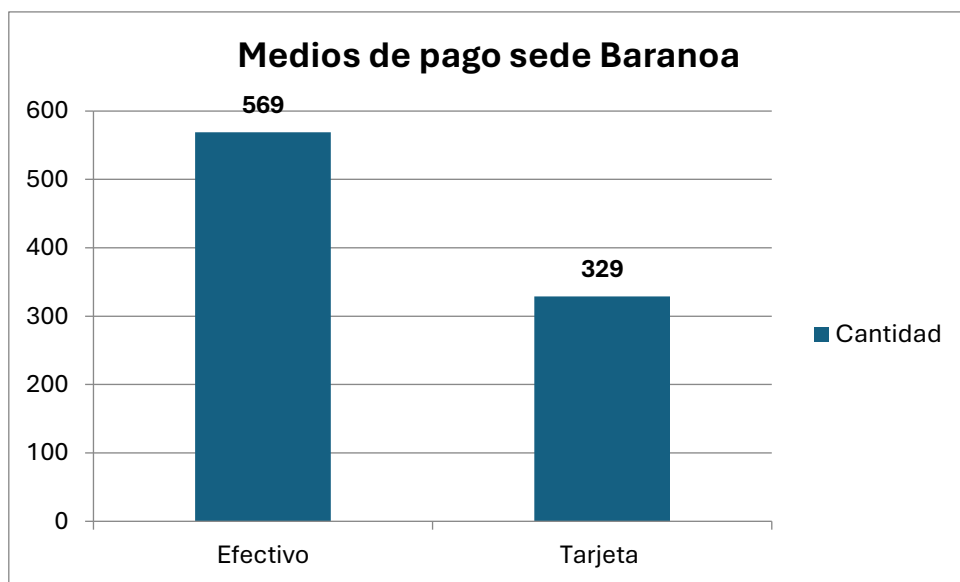


Gráfico 4 Análisis medios de pagos Baranoa 2024

Por otro lado, en la sede de Baranoa, el 63% de los usuarios también prefiere pagar en efectivo, mientras que el 37% utiliza tarjeta débito/crédito.

Este análisis nos permite ajustar las opciones de pago y mejorar la infraestructura en cada sede según las preferencias de los usuarios, optimizando así el proceso de atención y la experiencia del ciudadano.

#### 4.4. Visitas Página web

Durante el segundo semestre del año 2024, se llevó a cabo un seguimiento exhaustivo de las visitas en la página web <https://transitodelatlantico.gov.co>, resultando en un total de 230.081 visitas acumuladas entre julio y diciembre. Esto generó un promedio mensual de 38.346 visitas.



VISITAS PAGINA WEB DEL ITA 2024	
MES	N° VISITAS
Julio	32113
Agosto	38041
Septiembre	42539
Octubre	30255
Noviembre	38404
Diciembre	48729
<b>Total</b>	<b>230081</b>

Tabla 5 Visitas Página Web 2024

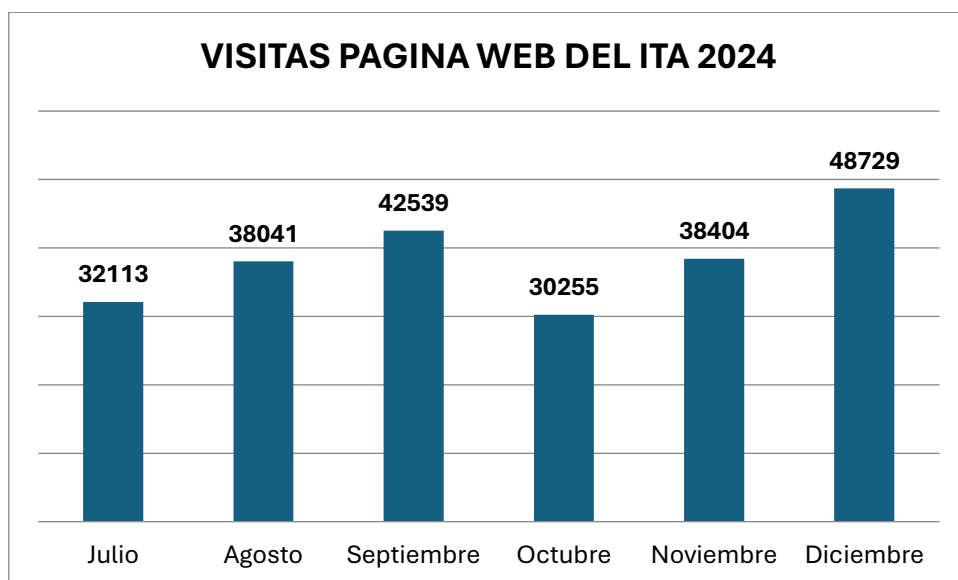


Gráfico 5 Visitas Página Web 2024

## 5. ENCUESTA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS

La encuesta de caracterización de usuarios del Instituto de Tránsito del Atlántico, correspondiente al año 2024, se llevó a cabo entre el 1 de octubre y el 15 de diciembre de 2024. A través de un formulario de Google, durante este período, se obtuvieron un total de trescientos noventa y siete (397) respuestas, de las cuales una no aceptó la autorización para el tratamiento de datos

## ¿Autorizo que mis datos sean tratados según lo dispuesto dentro de la Política de Tratamiento de Datos?

397 respuestas



### 5.1. Variables

A continuación, se relacionan las variables utilizadas para realizar la caracterización de usuarios y grupos de valor del Instituto de Transito del Atlántico.

#### 5.1.1. Geográficas

Es el nivel más general de toda la caracterización, corresponden al área de ubicación de los usuarios y a aquellas características que están directamente asociadas con la misma. Dichas variables son la forma más tradicional de caracterizar los usuarios, dada su relativa facilidad de identificación.

#### 5.1.2. Demográficas

Estas variables hacen referencia a características de la población. Al igual que las variables geográficas, este es uno de los niveles comunes para la caracterización de usuarios, pero 16 sufre de la misma limitación al considerar que los usuarios de un grupo demográfico son homogéneos en sus actividades, valores y comportamientos. Por esta razón, es importante contar con otras características diferenciadores en las capas más internas.

### 5.1.3. Intrínsecas

Estas variables hacen referencia a actividades o valores comunes (preferencias individuales o estilos de vida) dentro de los grupos a identificar, constituyendo de esta manera características para diferenciarlos.

### 5.1.4. De Comportamiento

Estas variables se concentran en las acciones observadas en los clientes, más allá de lo que dicen hacer o preferir. Identificar estas características se hace en un intento por reconocer los motivos e influencias que generan la interacción con la entidad.

## 5.2. CLASIFICACION Y ANALISIS DE LA INFORMACIÓN

### 5.2.1. CLASIFICACION DE LA INFORMACIÓN

Las variables utilizadas en el ejercicio de caracterización que se realizó permiten conocer el comportamiento de los usuarios del Instituto de Transito del Atlántico, los canales de preferencia a la hora de realizar sus requerimientos, las ciudades, rangos de edad, permiten estructurar la formulación de los diferentes tipos de preguntas y así aplicar los instrumentos de medición. Se seleccionaron aquellas que contienen las categorías de variables:

*Tabla 6 Clasificación de Variables*

Geográficas	Demográficas	Intrínsecas	Comportamientos
<ul style="list-style-type: none"> <li>Ubicación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Grupo de interés</li> <li>Edad</li> <li>Genero</li> <li>Tipo de Población</li> <li>Escolaridad</li> <li>Actividad Económica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Interacción con la entidad</li> <li>Canales de comunicación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tipo de Servicios</li> <li>Tramites</li> </ul>

### 5.2.2. ANALISIS DE LA INFORMACIÓN

#### 5.2.2.1. VARIABLE GEOGRAFICA:

##### **Ubicación:**

El 100% de los usuarios que asisten a las instalaciones del Instituto de Transito del Atlántico son colombianos

## País de residencia

397 respuestas

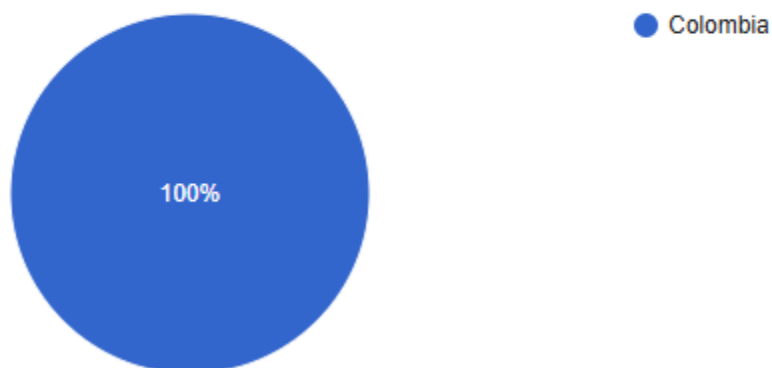


Ilustración 1 País de Residencia

## Departamento de Residencia

De los 32 departamentos del territorio colombiano, el que presentó la mayor participación fue Atlántico, con un 91.69%, equivalente a 364 ciudadanos. Le siguieron Bolívar con un 3.02% (12 participantes), Magdalena con un 2.77% (11), Cesar con un 1.26% (5), Córdoba con un 0.5% (2), y finalmente Cundinamarca, Santander y Sucre, con un 0.25% (1 cada uno).

Departamento	Cantidad	%
Atlántico	364	91,69%
Bolívar	12	3,02%
Cesar	5	1,26%
Córdoba	2	0,50%
Cundinamarca	1	0,25%
Magdalena	11	2,77%
Santander	1	0,25%
Sucre	1	0,25%
<b>Total general</b>	<b>397</b>	<b>100,00%</b>

Tabla 7 Departamento de Residencia



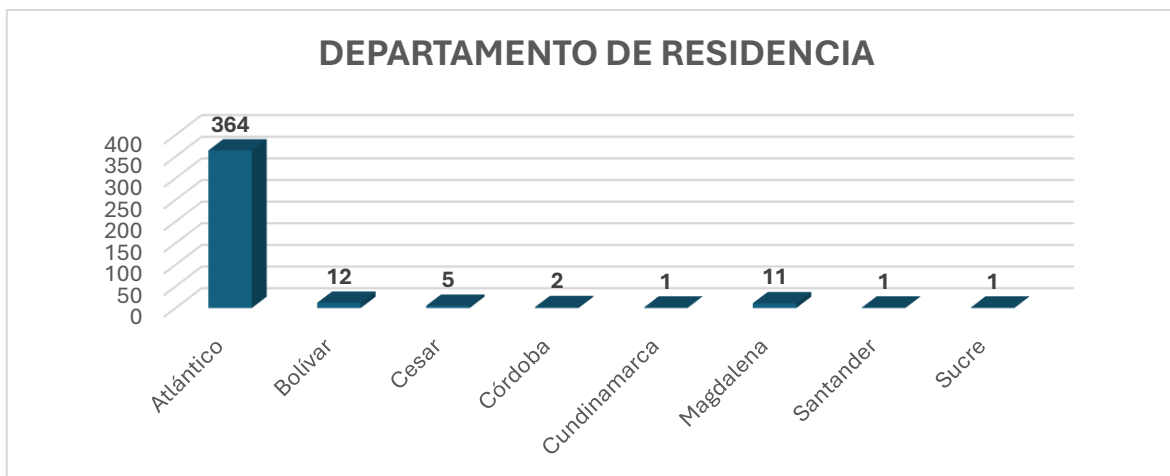


Gráfico 6 Departamento de Residencia

Ampliando esta información, podemos destacar que los municipios con la mayor asistencia al Instituto son Barranquilla, con un 43,25% de participación (157 personas), seguida de Soledad con un 26,17% (95) y Baranoa con un 12,12% (44). Además, hemos notado que nuestras instalaciones reciben usuarios provenientes de municipios de otros departamentos, lo que refleja un alcance más amplio y un interés creciente en los servicios que ofrecemos.

Ciudad	Cantidad	%	Ciudad	Cantidad	%
Arroyo negro	1	0,25%	Palmar de Varela	1	0,25%
Baranoa	44	11,08%	Polonuevo	1	0,25%
Barranquilla	157	0,25%	Ponedera	2	0,50%
Bogotá	1	0,25%	Puerto Colombia	5	1,26%
Bucaramanga	1	0,25%	Sabanagrande	11	2,77%
Cartagena	4	1,01%	Sabanalarga	9	2,27%
Ciénega	5	1,26%	San Juan	1	0,25%
Clemencia	3	0,76%	Santa Catalina	1	0,25%
Concordia	1	0,25%	Santa Marta	4	1,01%
Córdoba	1	0,25%	Santo Tomás	4	1,01%
Corozal	1	0,25%	Soledad	95	23,93%
Fundación	1	0,25%	Tubarà	1	0,25%
Galapa	12	3,02%	Turbaco	3	0,76%
Juan de Acosta	3	0,76%	Usiacurí	2	0,50%
Malambo	16	4,03%	Valledupar	4	1,01%
Montería	2	0,50%			
<b>Total general</b>			<b>397</b>	<b>100,00%</b>	

Tabla 8 Departamentos del Atlántico

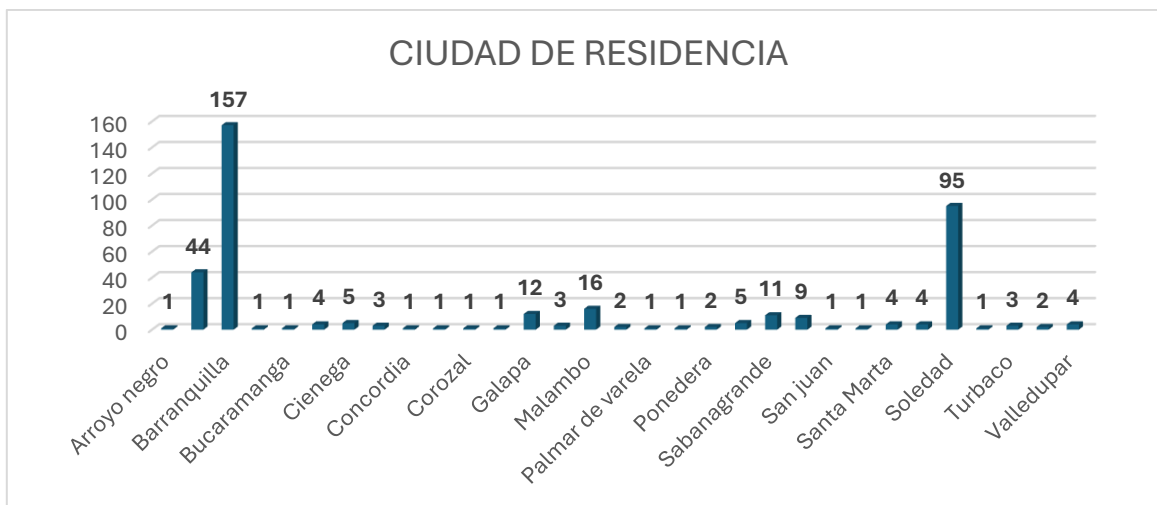


Gráfico 7 Departamentos del Atlántico

### Tipo de Territorio

La mayoría de los usuarios residen en áreas urbanas, representando un 98% (390), mientras que solo un 2% (7) provienen de áreas rurales. Este dato resalta la concentración de la población en el ámbito urbano en comparación con las zonas rurales.

Tipo de Territorio	Cantidad
Rural	7
Urbana	390
<b>Total general</b>	<b>397</b>

Tabla 9 Territorio



Gráfico 8 Territorio



### 5.2.2.2. VARIABLE DEMOGRAFICA

#### Grupo de Interés:

La mayoría de los usuarios que visitan las sedes del Instituto de Tránsito del Atlántico son ciudadanos del común, lo que representa la gran mayoría de nuestra audiencia. Solo un 0,25% corresponde a servidores públicos. Esta información es crucial para poder identificar y segmentar a nuestros usuarios, permitiéndonos enfocar nuestros esfuerzos y recursos en satisfacer sus necesidades de manera más efectiva y personalizada. Al conocer a nuestro público, podemos adaptar nuestros servicios y mejorar la experiencia de quienes acuden a nuestras instalaciones.

Seleccione el Grupo de Interés al cual pertenece usted:	USUARIOS	%
Ciudadanía	396	99,75%
Servidores públicos	1	0,25%
Ciudadanos que cumplen funciones públicas (Auxiliares de la Justicia)	0	0,00%
Sociedades Supervisadas	0	0,00%
Órganos de control	0	0,00%
Otras entidades del estado	0	0,00%
Medios de comunicación	0	0,00%
Contratistas y proveedores	0	0,00%
Agremiaciones	0	0,00%
Instituciones Universitarias	0	0,00%
Comunidad internacional	0	0,00%
Total	397	100,00%

Tabla 10 Grupo de Interés

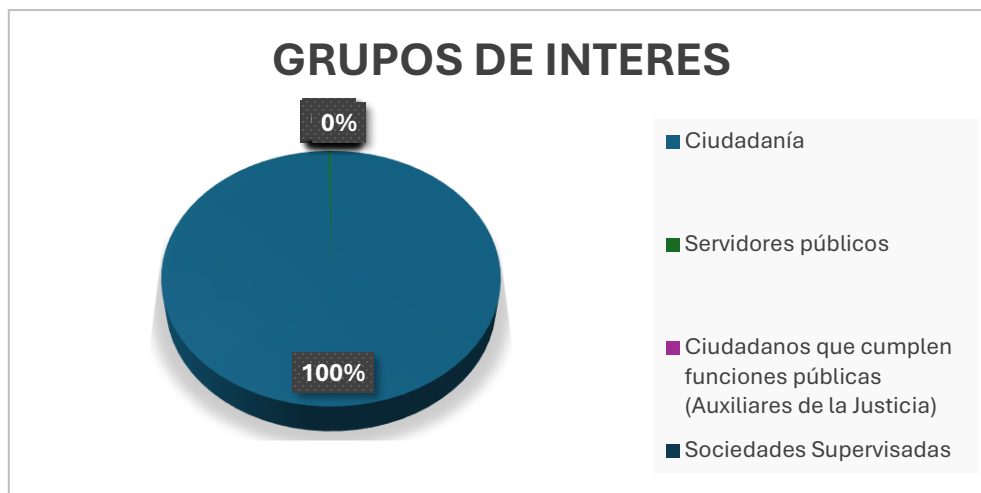


Gráfico 9 Grupo de Interés

### Edad:

Esta variable permite clasificar los ciudadanos por rangos de edades. Su importancia radica en que permite identificar las preferencias, roles y expectativas.

Rango de edad	Cantidad	%
21-30	30	8%
31-40	87	22%
41-50	138	35%
51-60	100	25%
61-70	32	8%
71-80	9	2%
81-90	1	0%
<b>Total general</b>	<b>397</b>	<b>100%</b>

Tabla 11 Rangos por edades

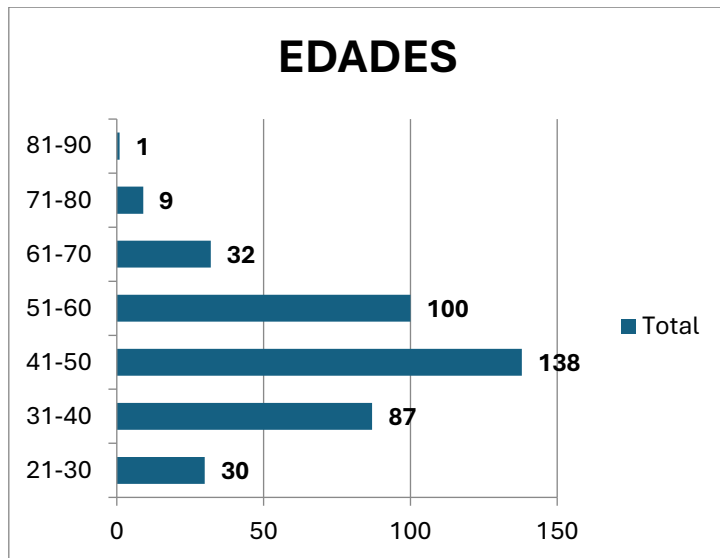


Gráfico 10 Rangos por edades

Según los datos recolectados en la encuesta, el 81.86% (325) de los participantes se encuentran en edad adulta. Le siguen las personas mayores, entre 61 y 90 años, con una participación del 10.33% (41). Los jóvenes, por su parte, representan el 7.56% (30) de los encuestados.

**Genero:**

Genero	Cantidad
Femenino	100
Masculino	297
<b>Total general</b>	<b>397</b>

Tabla 12 Género

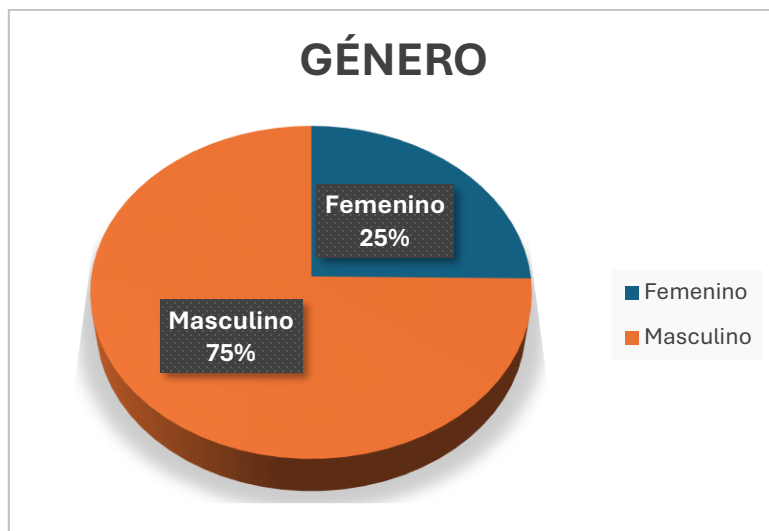


Gráfico 11 Género

En cuanto al sexo de los participantes en la encuesta, el sexo masculino estuvo representado por 297 ciudadanos, lo que equivale al 75% del total, mientras que el sexo femenino tuvo una participación del 25%, con 100 ciudadanas que respondieron la encuesta. Estos datos reflejan la distribución de género entre los usuarios y pueden ser útiles para entender mejor las características demográficas de quienes utilizan los servicios del Instituto.

**Tipo de Población:**

Entre los usuarios que encuestamos pudimos identificar que el 5% de los usuarios sufrieron de violencia por causa del conflicto armado, el 1% pertenece a la población indígena y el 95,5% no se identificaron.

Tipo de Población	Cantidad	%
Mujer gestante	1	0,25%
Ninguna de las anteriores	352	88,66%
Persona de tercera edad	29	7,30%
Persona de tercera edad, Persona desplazada o en condición de extrema vulnerabilidad	1	0,25%
Persona desplazada o en condición de extrema vulnerabilidad	7	1,76%
Persona en condición de discapacidad	2	0,50%
Población étnica	5	1,26%
<b>Total general</b>	<b>397</b>	<b>100,00%</b>

Tabla 13 Tipo de Población

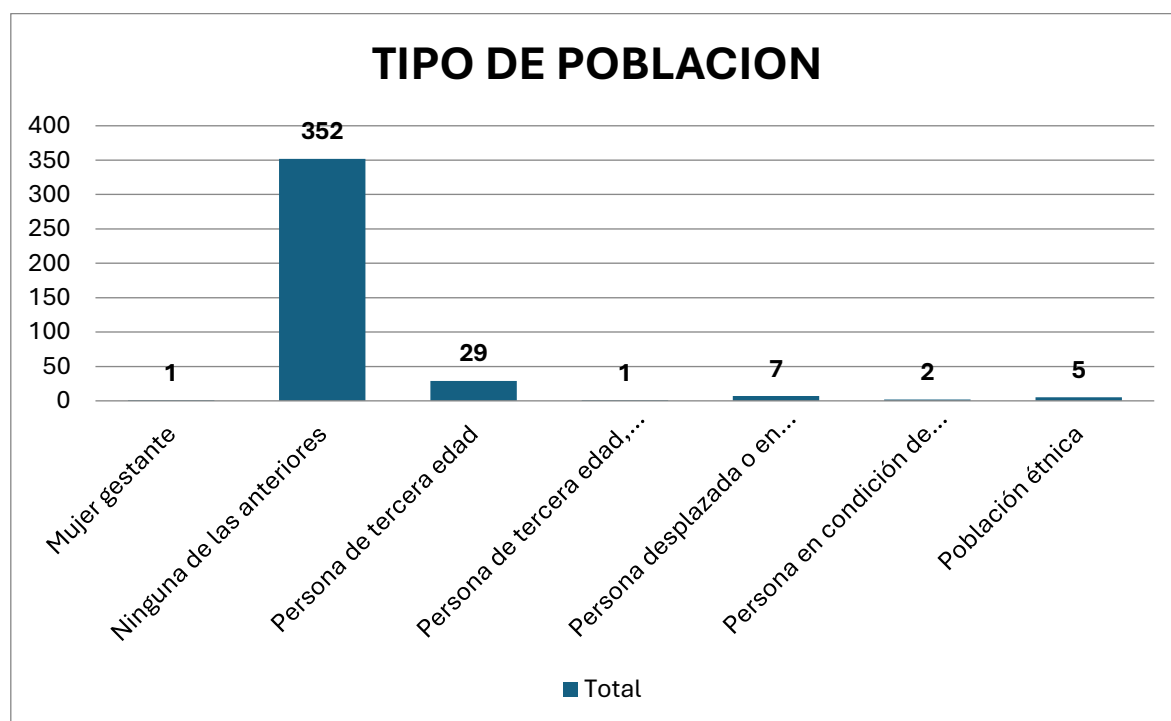


Gráfico 12 Tipo de Población

Entre los usuarios encuestados, se identificó que el 7.30% pertenece a la población de la tercera edad, el 1.76% corresponde a víctimas del conflicto armado, el 1.26% a la población indígena, el 0.50% a personas con discapacidad y el 0.25% a mujeres en estado de embarazo. Mientras tanto, el 88.66% no se identificó con ninguna de estas categorías. Esta información es valiosa para comprender mejor las características y el contexto de los usuarios, lo que permitirá

ofrecer un apoyo más adecuado y personalizado, adaptado a las necesidades específicas de cada grupo.

### Escolaridad:

Nivel de Escolaridad	Cantidad	%
Bachiller	139	35,01%
Postgrado (Especialización, Maestría, Doctorado)	3	0,76%
Primaria	8	2,02%
Técnico	121	30,48%
Tecnológico	18	4,53%
Universitario	108	27,20%
<b>Total general</b>	<b>397</b>	<b>100,00%</b>

Tabla 14 Nivel de escolaridad

Para esta medición, los resultados sobre el nivel de escolaridad de los usuarios fueron los siguientes: el 35% de los usuarios tienen el título de bachillerato, el 27.20% son profesionales, el 30.48% tienen estudios técnicos o tecnólogos, y un 0.76% cuenta con un postgrado. Estos datos proporcionan una visión clara de la formación académica de nuestros usuarios, lo cual es importante para ajustar los servicios y la comunicación de acuerdo con el nivel educativo predominante en la población atendida.

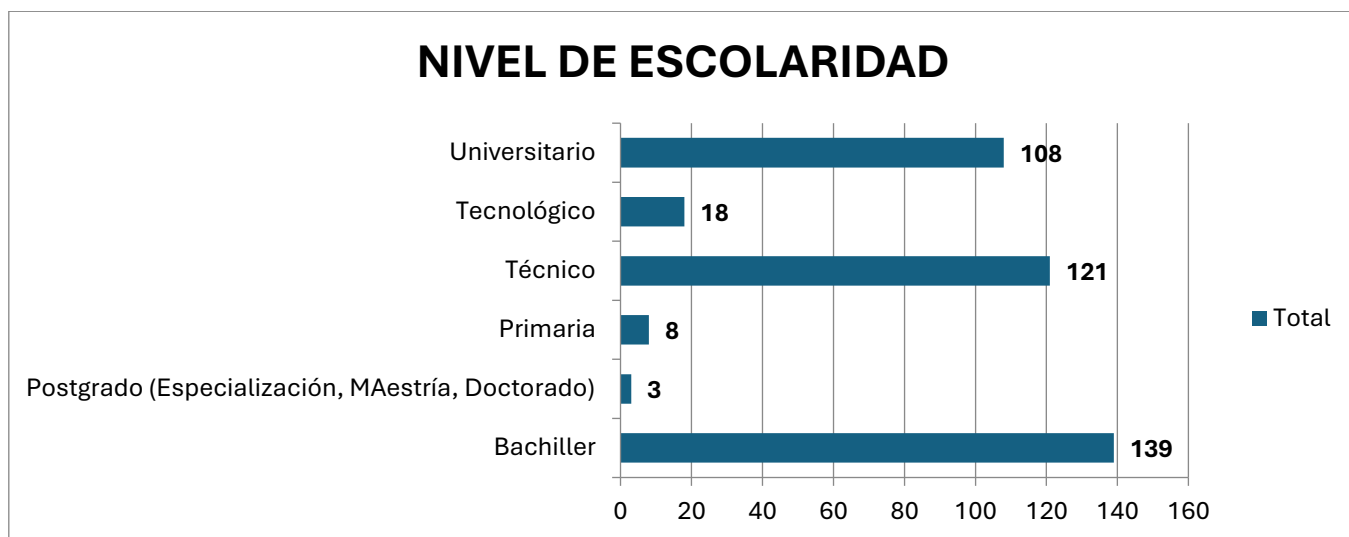


Gráfico 13 Nivel de escolaridad



### Actividad Económica – Ocupación:

Ocupación	Cantidad	%
Desempleado	14	3,5%
Empleado	179	45,1%
Estudiante	1	0,3%
Pensionado	18	4,5%
Servidor público	6	1,5%
Trabajador independiente	179	45,1%
<b>Total general</b>	<b>397</b>	<b>100,0%</b>

Tabla 15 Actividad económica - Ocupación

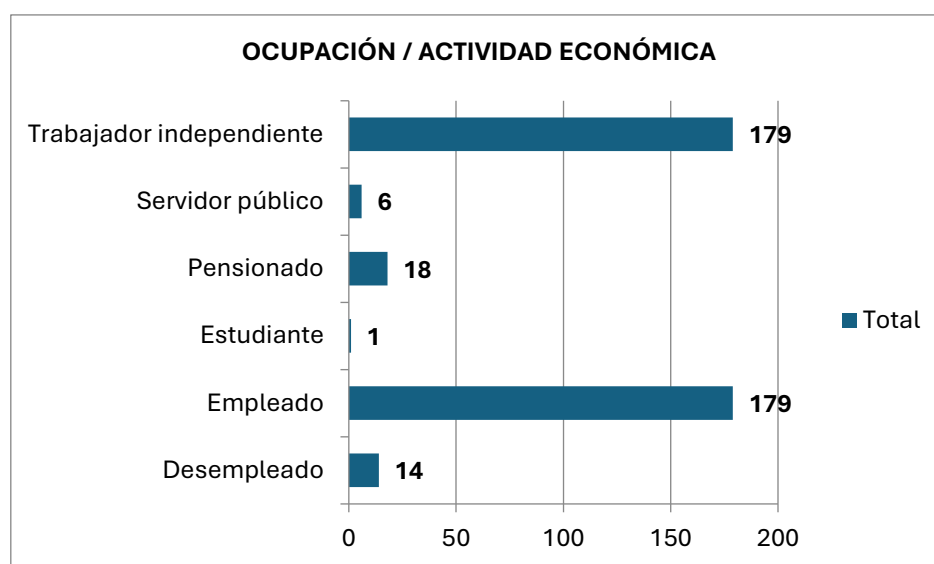


Gráfico 14 Actividad económica - Ocupación

En cuanto a la actividad económica de los usuarios, los resultados fueron los siguientes: la respuesta con mayor puntuación fue independiente, con un 45%, seguido por empleado también con un 45%. El 4.5% son pensionados, el 3.5% están desempleados, el 1.5% son servidores públicos y el 0.3% son estudiantes. Estos datos ayudan a comprender mejor el perfil laboral y económico de nuestros usuarios, lo que permite ofrecer servicios más adecuados según su situación particular.

#### 5.2.2.3. VARIABLES INTRÍNSECAS

Las variables intrínsecas permiten dar cuenta de las preferencias individuales de la población y de las preferencias comunes de los grupos de valor respecto de

intereses, lugares de encuentro, acceso - uso de canales de interacción y conocimiento de los servicios o trámites de la Entidad por parte de los mismos

### Interacción con la entidad

Con esta variable, se busca identificar la frecuencia con la que los usuarios acceden a los servicios prestados por el Instituto de Tránsito del Atlántico. A continuación, se presenta la información obtenida al respecto:

Interacción con la entidad	Cantidad	%
Casi nunca	16	4%
Dos veces al año	55	14%
Más de tres (3) veces al año	44	11%
Tres veces al año	47	12%
Una vez al año	235	59%
<b>Total general</b>	<b>397</b>	<b>100%</b>

Tabla 16 Interacción con la Entidad

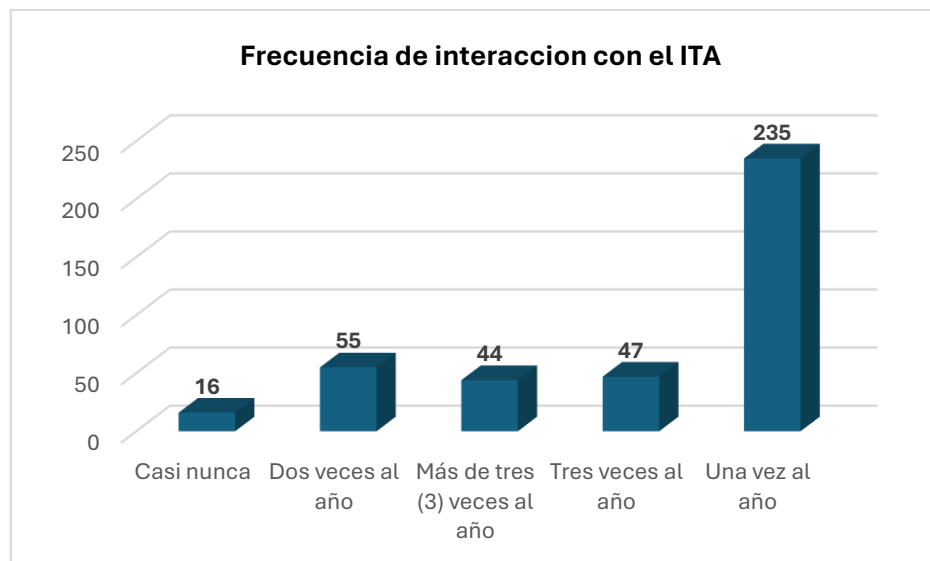


Gráfico 15 Frecuencia de interacción con la entidad

Después de analizar los datos obtenidos, se pudo constatar que el 59% de los usuarios visitan la entidad una vez al año, el 14% lo hacen dos veces al año, el 12% tres veces al año, el 11% más de tres veces al año y el 4% casi nunca accede al sitio.

### Canales de Comunicación:

Canal	Cantidad	%
Atención presencial	367	92,44%
Chat	4	1,01%
Página web	14	3,53%
Correspondencia	1	0,25%
Telefónica	11	2,77%
<b>Total general</b>	<b>397</b>	<b>100,00%</b>

Tabla 17 Canales de Comunicación

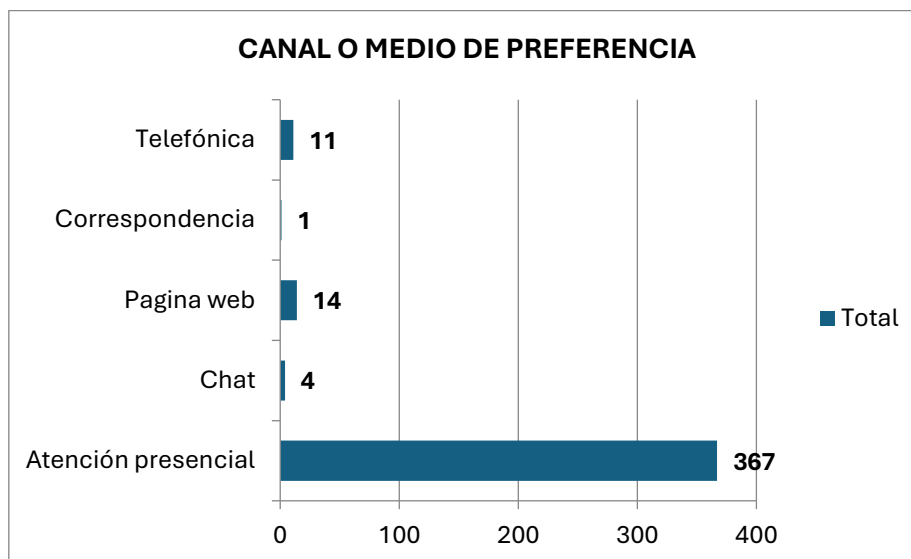


Gráfico 16 Canales de Comunicación

Se indagó entre los encuestados sobre el canal de comunicación que les resulta más conveniente a la hora de realizar un requerimiento. Los resultados muestran que el 92.44% de los usuarios prefieren realizar sus trámites de manera presencial, mientras que un 3.53% opta por utilizar la página web, el 2.77% hace uso de la línea telefónica, el 1% prefiere el chat y el 0.25% opta por el correo certificado.



#### 5.2.2.4. VARIABLES DE COMPORTAMIENTO

##### Servicios de mayor interés:

El motivo principal por el que los usuarios visitan nuestras instalaciones es para realizar trámites automotores, con un 66%. Le sigue en importancia la gestión de los Derechos de Tránsito, con un 25%, los comparendos con un 7%, y por último, las consultas sobre servicios en línea, tarifas y tasa vehicular, que representan el 1% cada una.

Servicios	Cantidad	%
Comparendos	27	7%
Derechos de Tránsito	99	25%
Servicios en línea	3	1%
Tarifas	2	1%
Tasa vehicular	2	1%
Tramites	264	66%
<b>Total general</b>	<b>397</b>	<b>100%</b>

Tabla 18 Servicios frecuentes

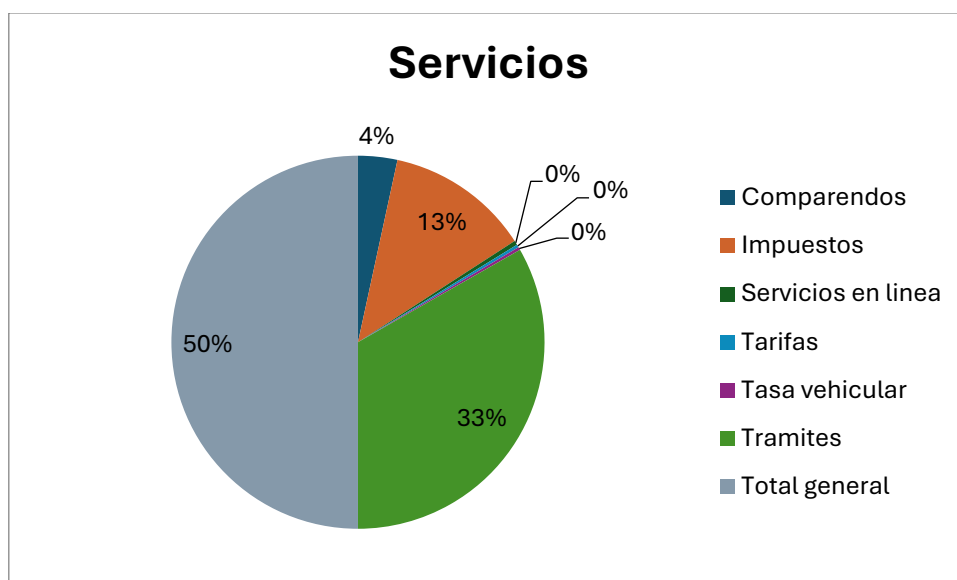


Tabla 19 Servicios frecuentes

### Tramites:

Considerando la importancia que tiene para el Instituto de Tránsito del Atlántico conocer los trámites más frecuentes realizados en la entidad, se ha recopilado la siguiente información al respecto:

Tramites	Cantidad	%
Cambio de servicio de un vehículo	1	0,25%
Cancelación de matrícula de un vehículo automotor	8	2,02%
Certificado de libertad y tradición de un vehículo automotor	10	2,52%
Comparendo electrónico	16	4,03%
Comparendo físico	10	2,52%
Desembargos	32	8,06%
Duplicado de la licencia de conducción	2	0,50%
Inscripción de personas ante el Registro Único Nacional de Tránsito (RUNT)	28	7,05%
Levantar limitaciones o gravámenes a la propiedad de un vehículo automotor	18	4,53%
Licencia de conducción	11	2,77%
Matrícula de vehículos automotores	5	1,26%
Orden de entrega del vehículo inmovilizado	1	0,25%
Pago de impuesto	125	31,49%
Re matrícula de un vehículo automotor	3	0,76%
Recategorización de la licencia de conducción	1	0,25%
Renovación de la licencia de conducción	5	1,26%
Traspaso de propiedad a persona indeterminada de un vehículo automotor	70	17,63%
Traspaso de propiedad de un vehículo automotor	51	12,85%
<b>Total general</b>	<b>397</b>	<b>100,00%</b>

Tabla 20 Trámites del Instituto

De acuerdo con los datos obtenidos, se evidenció que, de los 62 trámites realizados en la entidad, 18 son los más frecuentes. Entre ellos, destacan los siguientes:

- Pago del Derecho de Tránsito: 31.49%
- Traspaso de propiedad a persona indeterminada de un vehículo: 17.63%
- Traspaso de propiedad de un vehículo: 12.85%
- Entrega de orden de desembargos: 8.06%
- Inscripción en el RUNT: 7.05%
- Levantamiento de limitaciones o gravámenes a la propiedad de un vehículo automotor: 4.53%



- Comparendo electrónico: 4.03%
- Comparendo físico y cancelación de matrícula: 2.52% cada uno.

Como se puede observar en la tabla anterior, existen otros trámites relevantes que también se realizan con menor frecuencia.

### **Medio de consulta de los servicios del Instituto de Tránsito del Atlántico.**

Con el objetivo de identificar el medio a través del cual los usuarios consultan sobre los servicios ofrecidos por el Instituto, se recopilamos los siguientes datos:

Medio de Consulta	Cantidad	%
Atención presencial	78	19,65%
Correo Electrónico	3	0,76%
E-mail	1	0,25%
Ferias de servicio ciudadano	1	0,25%
Línea de atención telefónica	3	0,76%
Otros	3	0,76%
Pagina WEB	304	76,57%
Redes sociales	3	0,76%
Canal virtual (Chat y foro)	1	0,25%
Total general	397	100,00%

Tabla 21 Medios de consulta

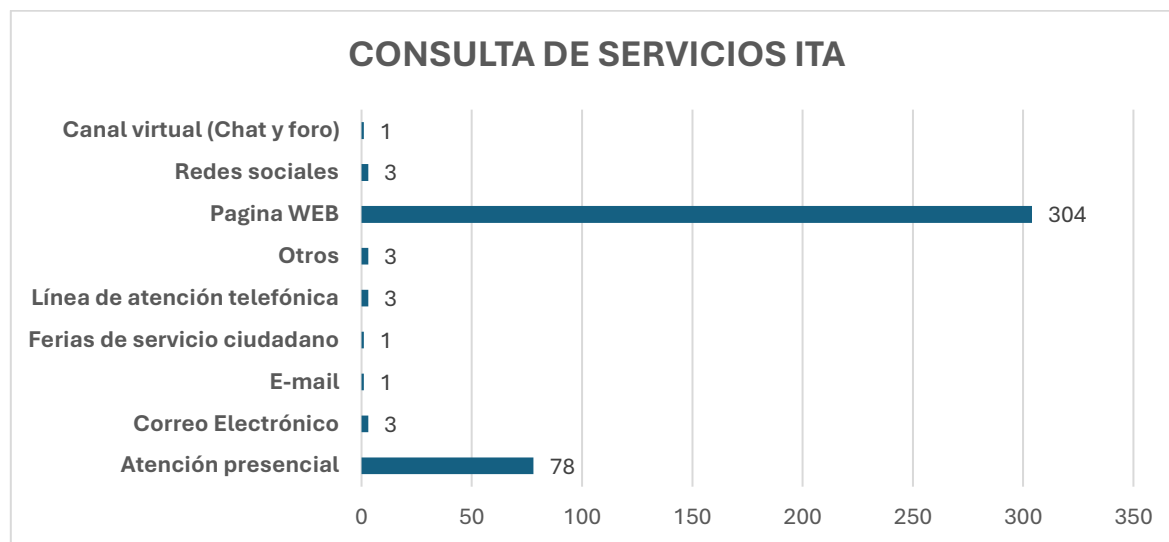


Gráfico 17 Medios de consulta

Según los datos obtenidos a través de la encuesta realizada a los usuarios, se observó que la principal fuente de consulta sobre los servicios prestados por el Instituto de Tránsito del Atlántico es la página web, con un 76.57% de los usuarios utilizando este medio. Le siguen las consultas presenciales, con un 19.65%, mientras que los canales como correo electrónico, línea telefónica, redes sociales u otros, apenas representan un 0.76% cada uno. Los restantes medios alcanzan un 0.25% cada uno. En base a estos resultados, es fundamental continuar actualizando y mejorando la página web para garantizar que los usuarios puedan seguir realizando sus consultas de manera eficiente a través de este canal.

## 6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La caracterización de los usuarios permite conocer a fondo el perfil y las características de los ciudadanos que acceden a los servicios ofrecidos por el Instituto de Tránsito del Atlántico. Este análisis facilita la identificación de los comportamientos de los usuarios, su grado de conocimiento sobre los servicios y la frecuencia con la que visitan nuestras instalaciones.

A través de la caracterización de los usuarios, el objetivo planteado y el análisis de los resultados obtenidos de las variables consideradas en la metodología, se pueden identificar acciones clave para mejorar tanto los servicios como la atención brindada por el Instituto.

Con base en estos hallazgos, se proponen las siguientes acciones de mejora:

- **Fortalecer los canales de atención virtual:** Considerando que una gran parte de nuestra población utiliza herramientas tecnológicas como medio de comunicación, es esencial optimizar estos canales.
- **Implementar estrategias para diversificar las formas de comunicación y satisfacción de las necesidades de información:** Esto se debe aplicar a todos los canales de atención disponibles, tanto virtuales como presenciales.





- **Realizar campañas internas y externas de comunicación:** A través de todos los canales de atención, con el objetivo de fortalecer la imagen del Instituto y posicionarlo como un referente en el ámbito nacional, mejorando los servicios ofrecidos a la ciudadanía.
- **Establecer canales de comunicación transaccionales:** De modo que los usuarios puedan realizar trámites sin necesidad de desplazarse físicamente a las sedes del Instituto, reduciendo costos y tiempos.
- **Desarrollar servicios y trámites en línea:** Asegurándonos de que sean útiles, pertinentes y alineados con las necesidades actuales de los usuarios.
- **Mejorar las estrategias de participación ciudadana:** Logrando llegar a un mayor número de ciudadanos con mensajes claros, oportunos y efectivos.
- **Definir el lenguaje adecuado para la comunicación con cada grupo de ciudadanos:** Utilizando un estilo que varíe según el grupo al que nos dirigimos (formal, informal, técnico, cotidiano, entre otros), para asegurar una comunicación efectiva.