ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
SECRETARÍA DE CULTURA, RECREACIÓN Y DEPORTE

MANUAL DE CARACTERIZACIÓN DE GRUPOS DE VALOR E INTERÉS

Contenido

INTRODUCCIÓN 3
OBJETIVO 4
ALCANCE 4
RESPONSABLES 5
DEFINICIONES 6
CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS: PROCESO DE IDENTIFICACIÓN, ANÁLISIS Y CLASIFICACIÓN DE LOS DIFERENTES TIPOS DE USUARIOS CON LOS QUE INTERACTÚA UNA ENTIDAD. PERMITE ADAPTAR LA OFERTA DE SERVICIOS SEGÚN LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE CADA GRUPO. 6
CONDICIONES GENERALES 7
¿QUÉ ES UNA CARACTERIZACIÓN DE GRUPOS DE VALOR Y DE INTERÉS? 8
POLÍTICA DE SERVICIO AL CIUDADANO 9
PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y RENDICIÓN DE CUENTAS 10
II. PASOS PARA REALIZAR UN EJERCICIO DE CARACTERIZACIÓN E IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES 11
Anexos 40
Bibliografía 40

Introducción

El éxito en el diseño e implementación de las intervenciones estatales depende, en gran medida, de la capacidad de las entidades públicas para reconocer e identificar las características, necesidades, intereses, expectativas y preferencias de la población a la cual está dirigida su misión. Este análisis no solo permite adecuar la oferta institucional para satisfacer efectivamente los requerimientos de la ciudadanía, sino que también fomenta su participación activa en los procesos de participación ciudadana, rendición de cuentas y control social, a través de la generación de espacios de información, diálogo y participación, que tienen como propósito contribuir al establecimiento de relaciones sólidas y de confianza entre la Secretaría y la ciudadanía, basadas en la garantía de derechos, el aseguramiento de la satisfacción de los ciudadanos y el cumplimiento de los objetivos institucionales.

En este contexto, la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD), en alineación con los lineamientos del Departamento Nacional de Planeación (DNP) y el Departamento Administrativo de la Función Pública (DAFP), presenta este documento como una herramienta estratégica para profundizar en el conocimiento de la población usuaria, los grupos de valor e interés, con el fin de vincularlos en el diseño e implementación de estrategias y esquemas de participación, asociación y colaboración dirigidos a la construcción de acciones en torno a la misión de la Entidad, integrándolos en el ciclo de la gestión pública buscando su contribución en la generación de acciones de mejoramiento, incentivando el balance ciudadano y apoyando el fortalecimiento de la capacidad institucional de planeación y ejecución de políticas públicas.

De esta forma se establecen directrices claras para identificar, caracterizar y segmentar la población usuaria, los grupos de interés y valor que interactúan con la SCRD, con el fin de usar esta información para la toma de decisiones en cuanto al diseño de estrategias de participación ciudadana, servicio al ciudadano, trámites, rendición de cuentas e implementación de canales de atención, optimizando la focalización de servicios, la calidad de las comunicaciones y la efectividad de las acciones, promoviendo una interacción más cercana, transparente y eficiente entre la SCRD y la ciudadanía.

Objetivo

El presente documento tiene como objetivo establecer una metodología clara y sistemática para la identificación, caracterización y segmentación de los grupos de valor e interés de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte (SCRD), profundizando en el conocimiento de las características, necesidades, expectativas y preferencias de estos grupos, con el fin de optimizar la oferta institucional y mejorar la relación entre la entidad y la ciudadanía.

Además, proporciona herramientas que permiten orientar la planeación estratégica, focalizar de manera efectiva los servicios y fortalecer las comunicaciones institucionales, facilitando una gestión pública más eficiente, transparente y centrada en el ciudadano, fortaleciendo la confianza de la ciudadanía en la SCRD y en las instituciones del Estado, mediante una gestión más inclusiva, participativa y adaptada a las realidades del entorno.

Alcance

El presente documento establece una metodología para la actualización periódica de la caracterización de usuarios, grupos de valor e interés de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, adoptando los lineamientos técnicos correspondientes a las categorías de variables utilizadas para la segmentación de los grupos de valor e interés, cumpliendo las disposiciones emitidas por el Departamento Nacional de Planeación (DNP), el Ministerio de Tecnologías de la Información y el Departamento Administrativo de la Función Pública.

En concordancia, se explica de forma cronológica cómo realizar un ejercicio de caracterización, incluyendo variables adicionales a las propuestas en las metodologías de referencia, teniendo en cuenta la utilidad de los ejercicios de caracterización para la formulación de las diferentes iniciativas que se contemplan en las nuevas políticas de desarrollo administrativo.

El manual se encuentra estructurado en dos partes: inicialmente se presenta una definición de caracterización, alcance y utilidad de estos ejercicios, desde el punto de vista de las políticas de Relación con la Ciudadanía, Participación Ciudadana, Rendición de Cuentas y Racionalización de Trámites, con el fin de asegurar una caracterización integral alineada con los estándares nacionales y distritales.

Posteriormente, se presenta el paso a paso para la realización de un ejercicio de caracterización de grupos de valor y de interés, y una descripción de las variables para tener en cuenta. En esta parte se incluye una propuesta de las fuentes para recoger información sobre los grupos de valor y de interés de la entidad, así como los criterios para la priorización de variables y los formatos propuestos para registrar la información pertinente.

Finalmente, es preciso mencionar que la metodología, variables, análisis y formatos propuestos son flexibles; por cuanto la Entidad los adapta de acuerdo con sus particularidades y necesidades (misión institucional, población objetivo, presupuesto, jurisdicción, entre otros aspectos).

Responsables

1. Dirección de Gestión Corporativa y Relación con el Ciudadano
2. Guía para la caracterización de usuarios de entidades públicas. Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Telecomunicaciones. Gobierno en línea. Noviembre de 2011.
3. Guía de caracterización de ciudadanía y grupos de valor. Departamento Administrativo de la Función Pública Noviembre de 2022
4. Guía de Caracterización de Ciudadanía y Grupos de Valor. Departamento Nacional de Planeación (DNP)
5. CONPES 3785 de 2013.

Definiciones

Caracterización de Usuarios: Proceso de identificación, análisis y clasificación de los diferentes tipos de usuarios con los que interactúa una entidad. Permite adaptar la oferta de servicios según las necesidades y expectativas de cada grupo.

Grupos de Interés: Conjunto de personas, organizaciones o entidades que influyen o se ven afectadas por las actividades de una entidad. Incluye ciudadanos, clientes, proveedores, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, entre otros.

Población Objetivo: Grupo de personas o entidades a las que van dirigidos los servicios, políticas o proyectos de una entidad. La correcta identificación de este grupo es clave para el éxito de cualquier intervención estatal.

Segmentación: Clasificación de usuarios o grupos de interés en diferentes categorías o subgrupos con características similares, con el objetivo de adaptar las estrategias y comunicaciones según las particularidades de cada segmento.

Expectativas del Usuario: Conjunto de percepciones, deseos y necesidades que un usuario tiene con respecto a un servicio o producto. Es fundamental entender estas expectativas para asegurar la satisfacción y el éxito de las políticas públicas.

Retroalimentación: Información proporcionada por los usuarios o grupos de interés sobre su experiencia con los servicios ofrecidos. Esta información es clave para mejorar los procesos y ajustar la oferta de la entidad.

Política de Servicio al Ciudadano: Conjunto de lineamientos y acciones orientadas a garantizar un servicio público eficiente, transparente y accesible a la ciudadanía, enmarcada en el Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG).

Modelo Integral de Relacionamiento con la Ciudadanía: Marco de acción que guía las interacciones entre una entidad pública y los ciudadanos, promoviendo la transparencia, la participación y la rendición de cuentas para generar confianza en la administración.

Enfoque Diferencial: Principio que reconoce y atiende las particularidades y diversidades de los ciudadanos y grupos de interés, tales como género, etnia, discapacidad, entre otros, con el fin de garantizar una atención inclusiva y justa.

Rendición de Cuentas: Proceso mediante el cual una entidad informa y explica a los ciudadanos y grupos de interés sobre su gestión, los resultados alcanzados y el uso de los recursos, fomentando la transparencia y la confianza pública.

Ciudadanía Activa: Participación directa de los ciudadanos en los asuntos públicos, a través de mecanismos como consultas, audiencias, o encuestas de satisfacción, con el fin de mejorar los servicios públicos y la toma de decisiones.

Intervención Estatal: Conjunto de acciones, proyectos o políticas implementadas por el Estado para atender una necesidad social o mejorar un aspecto de la vida pública, siempre buscando el bienestar general y el desarrollo de la población.

Oferta Institucional: Conjunto de servicios, programas y recursos ofrecidos por una entidad pública para satisfacer las necesidades de la ciudadanía o de sus usuarios.

Transparencia: Principio que promueve la visibilidad y claridad en los procesos y decisiones de una entidad pública, asegurando que los ciudadanos puedan acceder a la información y comprender cómo se gestiona la administración.

Participación Ciudadana: Derecho y mecanismo que permite a los ciudadanos intervenir, de manera individual o colectiva, en los procesos de decisión, implementación y evaluación de las políticas públicas y acciones gubernamentales.

Condiciones generales

El presente documento debe alinearse con la normativa vigente en materia de Servicio a la Ciudadanía, participación ciudadana, transparencia y demás disposiciones que regulen la relación entre las entidades públicas y la ciudadanía, en particular, las directrices del Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG), y las políticas distritales relacionadas con la relación Estado-ciudadanía.

Su revisión será periódica, al menos una vez al año o cuando existan cambios significativos en la oferta institucional o políticas públicas. La participación activa de áreas clave, tales como, la Dirección de Gestión Corporativa y Relación con el Ciudadano, la Dirección de Asuntos Locales y Participación, la Oficina Asesora de Planeación, la Oficina Asesora de Comunicaciones, la Dirección Observatorio y Gestión del Conocimiento Cultural y las áreas misionales, es esencial para asegurar la validez y pertinencia del documento, cuya implementación debe realizarse respetando los principios de transparencia, eficacia y participación ciudadana.

Además, el proceso de caracterización debe aplicar un enfoque diferencial que tenga en cuenta la diversidad de los usuarios, y el cumplimiento de la Ley 1581 de 2012 sobre protección de datos personales. La comunicación con los grupos de valor e interés debe ser clara y transparente, y los términos definidos en el glosario, como usuarios, grupos de interés, segmentación, y retroalimentación, facilitarán la comprensión del documento. El equipo de la Dirección de Gestión Corporativa y Relación con el Ciudadano asegurará el cumplimiento de estas políticas, estableciendo mecanismos de seguimiento y evaluación para aplicar los resultados de la caracterización en la mejora de los servicios y el fomento de la participación ciudadana activa en todo el ciclo de la gestión pública.

¿Qué es una caracterización de grupos de valor y de interés?

En el contexto de este documento, caracterizar es identificar las particularidades de los grupos de valor y de interés con los cuales interactúa la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte con el propósito de segmentarlos en grupos que compartan atributos similares y, a partir de allí, desarrollar y ejecutar acciones para:

- El diseño o adecuación de la oferta institucional.
- El establecimiento de una estrategia de implementación o mejora de canales de atención.
- El diseño de una estrategia de comunicaciones e información para la ciudadanía.
- El diseño de una estrategia de rendición de cuentas que incluya acciones pertinentes en materia de información, diálogo e incentivos.
- El diseño e implementación de mecanismos de participación ciudadana en la gestión.
- La adecuada implementación y evaluación de políticas públicas.

Lo anterior permite garantizar el uso correcto de los recursos por parte de la Secretaría y fortalecer la confianza de la ciudadanía en la misma. La caracterización de grupos de valor y de interés es un requisito común de varias de las Políticas de Desarrollo Administrativo establecidas en el Decreto 2482 de 2012. Si bien la metodología es similar, las variables a medir y el uso de los resultados puede ser diferente teniendo en cuenta el enfoque de la política desde la cual se analiza la información. A continuación, se presentan los enfoques y usos de la información de la caracterización para cada una de estas políticas:

Política de Servicio al Ciudadano

La Política de Eficiencia Administrativa al Servicio del Ciudadano busca mejorar la efectividad, colaboración y eficiencia de las entidades y sus capacidades para atender oportunamente y con calidad

los requerimientos de los ciudadanos (Conpes 3785 de 2013). Desde este punto de vista, la caracterización permite identificar las particularidades, necesidades, expectativas y preferencias de los ciudadanos(as) y usuarios(as) con el fin de adecuar la oferta institucional para el análisis de la información, formulación de estrategias y cursos de acción de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte, y la estrategia de servicio al ciudadano (procesos y procedimientos, procesos de cualificación de servidores(as) públicos y contratistas, oferta de canales de atención y de información) para garantizar el efectivo ejercicio de los derechos de la ciudadanía en su interacción con la entidad.

Los ejercicios de caracterización de grupos de valor y de interés, en el marco de la implementación de la Política de Servicio al Ciudadano son útiles en la medida que la información recolectada es el principal insumo para el diseño de estrategias de mejoramiento y la formulación de lineamientos y actividades en la materia que permitan optimizar la oferta institucional y la estrategia de servicio a la ciudadanía.

En este sentido, la caracterización permite, entre otros, identificar los canales sobre los que se deben priorizar las acciones para la atención adecuada según el tipo de usuario o usuaria, la forma en que se debe presentar la información, los ajustes que son fundamentales en la infraestructura física, las posibilidades de implementación de nuevas tecnologías para la provisión de trámites y servicios, los protocolos que se deben utilizar para interactuar con estos y los servicios que se deben entregar.

Participación Ciudadana y Rendición de Cuentas

El acceso a una información veraz, comprensible, útil y oportuna es la base de una adecuada rendición de cuentas y un incentivo para la participación ciudadana en todo el ciclo de la gestión, por lo que el primer paso consiste en que la entidad conozca las características de su población objetivo. Lo anterior, permite conocer sus intereses y necesidades de información, de manera que se puedan diseñar estrategias de comunicación y diálogo dirigidas a poblaciones específicas, así como identificar los mecanismos más adecuados para asegurar su participación en la gestión pública.

Para lograr lo anterior, es preciso reconocer a nuestra ciudadanía y grupos de valor y de interés como interlocutores, con derechos y necesidades que deben ser respetados y atendidos oportunamente desde particularidades políticas, culturales, regionales y económicas. Para el proceso de rendición de cuentas y generación de espacios de participación, la caracterización de grupos de valor y de interés es una acción a través de la cual se definen las características propias que diferencian a un actor de otro. De igual manera, obedece al reconocimiento a la diversidad y la aplicación del enfoque diferencial en materia de derechos humanos. En consecuencia, los ejercicios de caracterización deben realizarse como un paso previo a la implementación de cualquier acción enfocada en la implementación de la Política de Participación Ciudadana y la Política de Rendición de Cuentas (Conpes 3654), en cualquiera de sus componentes: Información, diálogo e incentivos. Con esta caracterización, la entidad puede identificar la información sobre las organizaciones sociales, académicas, gremiales, institucionales, no gubernamentales y otros grupos de interés de manera que puedan ser consultados, capacitados, informados y convocados a participar en el proceso de rendición de cuentas y en los mecanismos de participación ciudadana que se diseñen.

Las organizaciones, grupos de valor y de interés que deben caracterizarse para los procesos de participación ciudadana y rendición de cuentas pueden ser los siguientes:

• Organizaciones sociales representativas de la comunidad que se han conformado frente a los servicios institucionales. Pueden ser: asociaciones de usuarios(as), desplazados(as), personas en condición de discapacidad, vocales de control social, entre otros.
• Organizaciones no gubernamentales tales como Cámaras de Comercio, asociaciones de Municipios
• Departamentos, entidades sin ánimo de lucro, organismos internacionales, entre otros.
• Personas interesadas en nuestros asuntos institucionales.
• Organismos de control: Procuraduría General de la Nación, Contraloría General de la República, Contralorías Territoriales y Personerías.
• Medios de comunicación: Prensa, radio, televisión nacional y regional.
• Entidades estatales del nivel nacional o internacional encargadas de la formulación, implementación o supervisión de políticas sectoriales o programas de gobierno.
Ciudadanos(as) que participan activamente en los servicios, programas, planes y proyectos que hacen parte de la misionalidad y la oferta institucional de la Entidad.

II. Pasos para realizar un ejercicio de caracterización e identificación de variables

Paso 1: **Identificar los objetivos de la caracterización y su alcance.**

De acuerdo con la Guía Metodológica para la Formulación de Indicadores del DNP (2009)[1] el objetivo general define el fin último de la caracterización y se debe formular partiendo de un verbo en infinitivo que denote una acción a desarrollar, un objeto sobre el cual recae la acción y algunos elementos adicionales que amplíen la información.

De la misma manera, los objetivos específicos deben desarrollar el objetivo general, por lo que constituyen una desagregación de este. Por consiguiente, el cumplimiento de cada uno de los objetivos específicos debe permitir alcanzar el objetivo general.

Plantear adecuadamente el objetivo general y los objetivos específicos es fundamental antes de iniciar cualquier acción, en la medida que permite identificar el tipo de información requerida, el nivel de profundidad o desagregación de la información, los instrumentos de recolección de información más apropiados y los recursos necesarios para el desarrollo del ejercicio.

La entidad debe analizar qué quiere hacer, para qué lo hace y cuál es el alcance del ejercicio: ¿se caracterizará a la ciudadanía objeto de intervención de un programa específico o de todos los programas de la entidad?, ¿se caracterizará a organizaciones que interactúan con la entidad por canales electrónicos de atención?, ¿se caracterizará a los usuarios(as) potenciales de un nuevo servicio?, ¿se caracterizará a la totalidad de ciudadanos(as) que han interactuado con la entidad alguna vez, o aquellos ciudadanos(as) que potencialmente pueden acceder a la oferta institucional, pero que todavía no lo han hecho?, ¿se caracterizará a organizaciones sociales, académicas, gremiales u otras organizaciones de la sociedad que puedan participar en la gestión institucional o en los procesos de rendición de cuentas?

[1] Ver Guía Metodológica para la Formulación de Indicadores del DNP (2009).

Es preciso que la Secretaría efectúe periódicamente caracterizaciones globales de grupos de valor y de interés para contar con información de la población objetivo, pero con una periodicidad mayor debe realizar ejercicios de caracterización especializados enfocados a mejoras o intervenciones particulares. Algunas caracterizaciones generales pueden construirse con base en variables ya estudiadas por otras entidades, por lo cual, la entidad debe evaluar las fuentes existentes antes de determinar la necesidad de construir la caracterización general de manera directa.

Paso 2: Establecer un líder del ejercicio de caracterización.

El o la líder de la caracterización deberá:

a. Centralizar la información que resulte del ejercicio.
b. Difundir la información al interior de la entidad para mejorar las intervenciones de las diferentes dependencias de cara a la ciudadanía.
c. Promover el uso de los resultados de los ejercicios de caracterización y el análisis de la información para que sea actualizado permanentemente.
d. Facilitar la consulta externa de los resultados de la caracterización para generar sinergias con otras entidades, la ciudadanía en general o los grupos de valor y de interés de la Entidad.

Paso 3: Establecer variables y niveles de desagregación de la información.

De conformidad con los objetivos establecidos, el siguiente paso consiste en identificar cuáles son los tipos de variables o categorías que se deberán estudiar y cuál es el nivel de profundidad o desagregación de la información requerido.
Por consiguiente, se presentan las principales categorías de variables para la caracterización general de personas naturales (ciudadanos y ciudadanas) y para la caracterización de personas jurídicas (empresas, organizaciones, otras entidades de la administración pública).

Es preciso tener en cuenta que el listado de categorías y variables es indicativo y es adaptado por la entidad de acuerdo con sus intereses, necesidades, objetivos definidos, tipología de servicios y objeto misional y así mismo, muchas de las variables pueden ser consultadas por la entidad en sistemas de

información, archivos y registros públicos, sin necesidad de preguntarlas directamente al ciudadano(a), usuario(a) o grupo de interés.

TIPOS O CATEGORÍAS DE VARIABLES PARA CARACTERIZAR PERSONAS NATURALES.

Este paso consiste en determinar las variables elegidas para atender el ejercicio de caracterización.

a. VARIABLES GEOGRÁFICAS

Dan cuenta de la ubicación geográfica de los grupos de valor y de interés, y de aquellas características que están directamente asociadas. Este tipo de información permite identificar grupos representativos de cada área geográfica, sin embargo, es importante complementar la caracterización en este nivel con variables de las otras categorías que permitan tener un mayor detalle sobre las particularidades, actividades, valores y comportamientos del grupo de interés, para no excluir elementos importantes para el análisis. Dentro de las variables más comunes en esta categoría se encuentran:

- Ubicación. Estas variables permiten identificar el lugar y región de residencia o trabajo de un(a) ciudadano(a) o grupo de interés. Así mismo, permiten a la entidad identificar usuarios y usuarias con características homogéneas dentro de una localidad definida. Ejemplo: áreas urbanas o rurales, municipios o ciudades capitales, barrios, localidades, vereda, resguardo, consejo comunitario, entre otros.

- Clima. Esta variable es importante porque la población puede tener necesidades específicas según el clima donde vive o trabaja y es un factor determinante en la personalidad, costumbres y estilo de vida. Esta variable puede ser de utilidad para el diseño o rediseño de espacios físicos de atención a la ciudadanía o de protocolos de atención o para la adecuación de horarios de atención. Ejemplo: cálido, templado, frío.

b. VARIABLES DEMOGRÁFICAS

La demografía estudia 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:

- Tipo y número de documento. Esta variable permite identificar el tipo de documento de identificación del ciudadano o ciudadana y establecer un parámetro de identificación único sobre cada individuo con el fin de facilitar cruces de bases de datos, búsquedas de información sobre la población en sistemas de información y registros públicos o propios de la entidad.

- Edad. Esta variable permite clasificar a los ciudadanos y ciudadanas por rangos de edades. Su importancia radica en que permite identificar la influencia que esta variable tiene sobre las preferencias, roles y expectativas. La entidad, de acuerdo con los objetivos del estudio y las características de esta y sus servicios, deberá establecer los rangos específicos de análisis. Si bien la recolección de información de esta variable debería realizarse con un número exacto, los reportes y el análisis de los datos debería hacerse por rangos que permitan establecer características comunes, por ejemplo: 1 – 5 años, 6 - 11 años, 12 – 18 años, 19 – 24 años y así sucesivamente.

- Sexo. Esta variable es importante dado que suele tener relación con las variables intrínsecas y de comportamiento, especialmente por la influencia en los roles que se ejercen por cada uno o por las connotaciones culturales sobre cada sexo. El DAFP en la Guía de caracterización de Ciudadanía y Grupos de Valor en la versión 5, y con el fin de brindar herramientas para facilitar el ejercicio de caracterización, incorporó un anexo para caracterizar a la población LGBTI (lesbianas, gays, bisexuales, transexuales, intersexuales), el cual se puede consultar en el siguiente enlace:
  https://vsip.info/formato-caracterizacion-de-la-poblacion-lgbti-pdf-free.html
  También es importante incorporar variables que permitan identificar a población con discapacidad, grupos étnicos y de identidad cultural, así como por ciclo vital (niños, niñas, adolescentes y adulto mayor) o mujer rural, entre otros. Ver *Anexo 1 - Matriz de enfoque diferencial para la caracterización*, documento sugerido por el DAFP.

- Ingresos. Permite identificar los ingresos percibidos por los ciudadanos y las ciudadanas en un momento del tiempo y clasificarlos por rangos. Esta variable permite identificar el poder adquisitivo de los grupos de valor y de interés, y debería realizarse por rangos.

- Actividad Económica. Esta variable permite identificar la profesión o la actividad a la que se dedica el ciudadano o ciudadana. Esta variable es importante para aquellos servicios en los que las necesidades atendidas están asociadas a las necesidades que emergen de la ocupación o actividad económica del interesado. Por otro lado, puede ser útil para aproximarse a la capacidad económica del usuario o usuaria cuando esta información no esté directamente disponible. Así mismo, puede ser útil para el diseño de servicios que impliquen transacciones por medios electrónicos o para identificar acceso a canales no convencionales. Ejemplo: estudiante, ama de casa, empleado, empresario o trabajador independiente, pensionado, desempleado. De otra parte: ingeniero, arquitecto, médico.

- Estrato socioeconómico. La estratificación socioeconómica es una clasificación de los inmuebles para cobrar de forma diferencial, por estratos, los servicios públicos domiciliarios. Esta variable es importante, ya que permite hacer inferencias sobre la capacidad económica de la ciudadanía.

- Estado del ciclo familiar. Etapa en la cual el ciudadano o ciudadana se encuentra dentro del desarrollo de su vida familiar. Esta variable es importante para aquellos servicios en los que las necesidades atendidas están asociadas a las necesidades que emergen de la situación familiar del usuario o usuaria. Ejemplo: soltero(a), unión libre, casado(a) sin hijos, casado(a) con hijos, casado(a) con hijos independientes, viudo(a).

- Escolaridad. Puede medirse a través del promedio de años de educación aprobados o del máximo nivel de educación alcanzado. Esta variable es fundamental para enfocar el lenguaje que debe utilizarse en la interacción con el ciudadano o ciudadana, para implementar canales de atención o para satisfacer necesidades propias relacionadas con el nivel de estudios alcanzado. Ejemplo: primaria, secundaria, universitaria, especialización, maestría, doctorado.

- Lenguas o idiomas. Esta variable permite identificar los idiomas usados por las comunidades o ciudadanía que interactúan con la entidad o el uso de lengua de señas en caso de limitaciones auditivas que permitan interactuar con su entorno. Esta variable es importante para garantizar el acceso incluyente de todos los usuarios y usuarias de servicios con lenguas heterogéneas. Ejemplo: español, inglés, wayuú, quechua, lengua de señas colombiana, entre otros.

- Vulnerabilidad. Estas variables permiten identificar individuos con características que pudiesen limitar su capacidad de acceder en igualdad de condiciones a los servicios de la entidad o cuyos derechos hayan sido vulnerados. Dentro de estas variables se pueden catalogar a las madres cabeza de familia, personas con discapacidad (visual, auditiva, ceguera, física o motora, cognitiva, mental o múltiple), personas con problemas de salud, personas en situación de desplazamiento, víctimas de la violencia, reinsertados, mujeres embarazadas, entre otros. La adecuada identificación de los ciudadanos y ciudadanas con respecto a esta variable es fundamental para el diseño de estrategias diferenciales que garanticen un acceso universal a los trámites y servicios de la Secretaría.

c. VARIABLES DE COMPORTAMIENTO

Estas variables corresponden a las acciones observadas en los grupos de valor y de interés, más allá de lo que dicen hacer o preferir. Permiten identificar los motivos o eventos que los llevan a interactuar con una entidad y las características de esta interacción. Seguidamente, se presentan ejemplos de estas variables y las características que permiten diferenciar grupos de usuarios y usuarias:

- Niveles de uso. Hace referencia a la frecuencia con la que el usuario o usuaria interactúa con la entidad. Esta variable es importante en aquellos casos en los que la ciudadanía requiera reiteradamente un mismo servicio. Si la entidad gestiona la información del ciudadano o ciudadana en forma adecuada desde la primera vez reduce costos en las siguientes

interacciones, así mismo, se puede aprovechar el conocimiento que este adquiere sobre el servicio durante sus primeras solicitudes y puede usar esta información para el diseño de nuevos canales de atención que permitan atender de forma adecuada y oportuna la demanda de la ciudadanía. Ejemplo: usuario(a) potencial, ciudadano(a) que interactúa con la entidad por primera vez, usuario(a) habitual.

- Beneficios buscados. Atributos del servicio que el ciudadano(a) valora o espera. Esta variable es importante para priorizar elementos del diseño de los servicios que tendrían mayor impacto en la satisfacción de los usuarios y usuarias frente a la entidad. Este criterio es importante porque se relaciona con el diseño centrado en el usuario(a) para canales electrónicos. Ejemplo: amabilidad, conveniencia, oportunidad, cobertura, accesibilidad.

- Eventos. Situaciones que generan la necesidad de interactuar. Esta variable es importante para identificar aquellos momentos en los que los ciudadanos o ciudadanas están más interesados(as) y/o receptivos(as) o requieren de la prestación del servicio o el tipo de espacios sociales que frecuenta para realizar posteriormente un acercamiento en la oferta de servicios y trámites.

d. VARIABLES INTRÍNSECAS

Estas variables hacen referencia a actividades o valores comunes (preferencias individuales o estilos de vida) de los grupos de valor y de interés que permiten identificar características para diferenciarlos. Dentro de las principales variables se encuentran:

- Intereses. Actividades o información que cautiva la atención de los grupos de valor y de interés. Esta variable es importante para identificar temas comunes que faciliten la comunicación con la ciudadanía, la posible oferta de servicios que puede demandar de acuerdo con sus intereses, así como información relevante que puede cautivar la atención de los usuarios o usuarias.

Ejemplo: Temas: deportes, entretenimiento, actividades familiares. Información: ejecución presupuestal, cumplimiento de metas de plan de desarrollo, política social.

- Lugares de encuentro. Hace referencia a los lugares frecuentados por los grupos de valor y de interés, tanto presenciales como en línea, permitiendo identificar espacios en los que es posible interactuar y que podrían ser estratégicos para el desarrollo del plan de divulgación y comunicaciones de trámites y servicios de la entidad, o de la actividad específica de la caracterización. Ejemplo: medios de comunicación, sitios y portales web, foros, redes sociales, entre otros.

- Acceso a canales de atención. Canales a los que la ciudadanía o grupo de interés tiene acceso. La importancia de esta variable radica en que permite identificar los canales potenciales por los cuales puede contactar a sus usuarios y usuarias, de acuerdo con las localidades donde viven y/o trabajan. Se debe aclarar que el acceso se evalúa en términos reales. Es decir, el ciudadano o ciudadana no solo debe contar con el canal en la casa o en algún sitio cercano, sino que debe estar en capacidad de acceder efectivamente al canal. Por ejemplo, en el caso de Internet, aunque la persona cuente con conexión en su casa, si esta no tiene conocimientos de informática que le permitan manejar el computador no tendrá acceso real al canal. Ejemplo: internet, telefonía móvil, telefonía fija, fax, redes sociales, televisión, presencial.

- Uso de canales. Canales que el(la) ciudadano(a) o grupo de interés efectivamente usa. Esta variable es importante para identificar canales de comunicación y/o prestación de servicios, en los cuales la interacción sea más efectiva, especialmente si se pregunta por la frecuencia de uso del canal y los horarios de preferencia de uso. Ejemplo: internet, telefonía, televisión, puntos de atención, ferias de servicio, foros, conversatorios, correo postal, redes sociales, etc.

- Conocimiento. Esta variable da cuenta del nivel de conocimiento del ciudadano, ciudadana o grupo de interés sobre los servicios de la entidad. Esta variable es importante para tener elementos para el diseño de una estrategia de comunicación y para el diseño de nuevos servicios y canales. Ejemplo: sin conocimiento del servicio, consciente de la existencia del servicio, usuario(a) del servicio.

- Dialecto. Esta variable implica conocer las variedades lingüísticas de cada región y los significados de sus expresiones. Esto permitirá definir el lenguaje más apropiado y pertinente para lograr un mayor entendimiento entre los servidores(as), funcionarios(as), contratistas y grupos de valor y de interés. Ejemplo: en la costa caribe la palabra “perendengue” hace referencia a solicitudes innecesarias que no son de utilidad.

VARIABLES PARA CARACTERIZAR PERSONAS JURÍDICAS

a. **VARIABLES GEOGRÁFICAS.**

- 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 empresa u organización tiene incidencia. Ejemplo: municipal, nacional, regional.

- Dispersión. Cantidad de sucursales de la organización. Esta variable permite determinar la(s) ubicación(es) geográfica(s) 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.

b. **VARIABLES DEL TIPO DE ORGANIZACIÓN**

Cuando los grupos de valor y de interés con los cuales interactúa la entidad son personas jurídicas, organizaciones u otras entidades de la administración pública, es interesante conocer las características generales asociadas a la constitución de estas organizaciones y su naturaleza. La Guía de Caracterización de Grupos de Valor y de Interés del DAFP en su versión 5, establece:

- Tamaño de la entidad. Puede medirse a través del número de servidores o empleados, o por monto del presupuesto de funcionamiento o inversión asignado o de los ingresos (si aplica).

Esta variable es importante para aquellos servicios cuya prestación está asociada al tamaño de la organización usuaria.

- Fuente de recursos (Origen del capital). La fuente de los recursos disponibles para la operación de la organización. Esta 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. Ejemplo: público, privado, mixto.

- Organización/Sector del cual depende. Hace referencia a la existencia de una organización superior y rectora, como en el caso de los conglomerados o las entidades del estado. Esta variable es importante para identificar necesidades de validación en los requerimientos de servicios hechos por las organizaciones usuarias. Ejemplo: entidad cabeza de sector, entidad adscrita, entidad vinculada, grupo industrial, casa matriz de una multinacional.

- Industria. Esta variable se identifica teniendo en cuenta la actividad económica y/o el objeto social. Esta variable es importante para aquellos servicios en los que las necesidades específicas de las organizaciones usuarias dependen de las particularidades del desarrollo de su actividad. Ejemplo: producción de alimentos, servicios hoteleros, productos agropecuarios, entre otras.

- Tipo de ciudadano(a), usuario(a) o grupo de interés atendidos. Hace referencia a los ciudadanos, ciudadanas, grupos de valor y de interés atendidos por las organizaciones que hacen uso de los servicios de la entidad. Ejemplo: personas naturales, entidades públicas, entidades privadas, organizaciones no gubernamentales, entre otras.

  Si la población objeto de intervención son personas naturales, se puede indagar sobre condiciones particulares que permitan agruparlos en: adultos mayores, menores de edad, en condición de discapacidad, madres cabeza de familia, ciudadano(a) rural, víctima de la violencia, indígena, afrocolombiano, habitante de la calle, en situación de pobreza extrema, entre otros.

- Canales de atención disponibles. Canales de interacción que las entidades usuarias tienen habilitados para la interacción con su población objetivo. Ejemplo: oficinas presenciales de atención, centros integrados de servicios, telefonía fija, call center, portal Web, redes sociales, entre otros.

c. **VARIABLES DE COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL**

Estas variables están relacionadas con 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 toma de decisión en la organización, permiten acercarse a los usuarios y usuarias de manera oportuna y relevante.

- Procedimiento usado. 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 o si se requieren adecuaciones o ajustes.

- Responsable de la interacción (Gestor del procedimiento). Es la persona responsable (de la organización usuaria), al momento de solicitar el servicio a la entidad. Esta variable es importante para identificar el grado de autonomía que tiene el solicitante del servicio, ante las variaciones y requerimientos que puedan surgir de la prestación de este. Ejemplo: contratista, funcionario de carrera, directivo, asesor, profesional, técnico asistencial

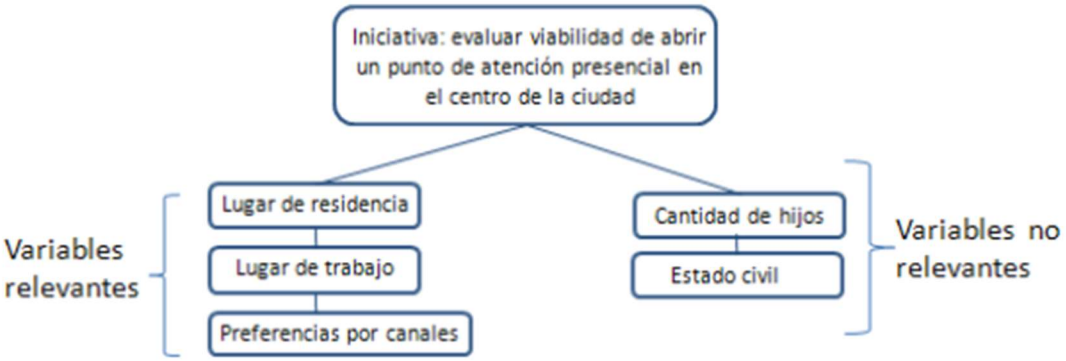
Una vez identificadas las categorías o tipos de variables relevantes para los objetivos del ejercicio de caracterización, debe establecerse cuál es el nivel de profundidad de la información o de desagregación requerido, para lo cual debemos pensar en sectores y segmentos. El primero es una agrupación poblacional muy general, mientras que el segundo es una agrupación poblacional con características y necesidades comunes más específicas. Es recomendable que el nivel de profundidad de los ejercicios de caracterización llegue hasta el nivel de segmento, ya que esto permitirá contar con información más detallada para la toma de decisiones y para el diseño de cursos de acción. No obstante, 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 y la información no es tan fácil de conseguir.

Paso 4: Priorizar variables

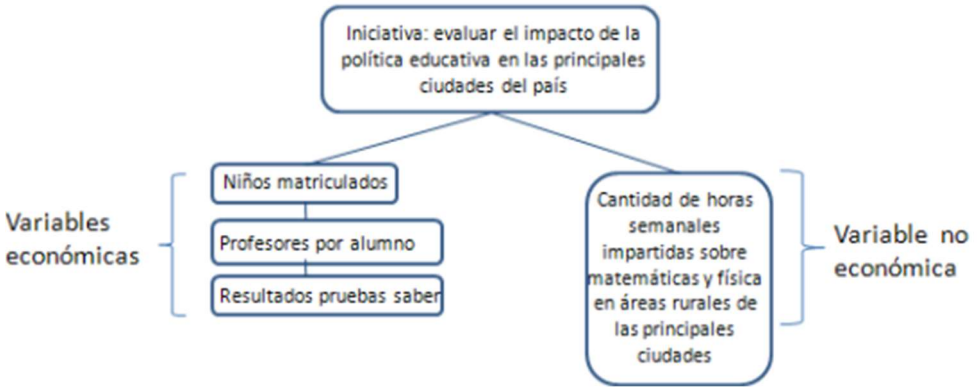
Una vez identificadas las variables a medir en el ejercicio de caracterización es importante hacer una priorización de estas, con el fin de escoger solamente aquellas que sean relevantes para el cumplimiento de los objetivos, fácilmente medibles y el beneficio de la información que aporta al ejercicio sea superior al costo de su recolección. Con este propósito, se presentan algunos de los criterios que deben ser considerados a la hora de realizar dicha priorización, con una explicación para cada uno y un ejemplo ilustrativo.

Variables relevantes: aquellas que están relacionadas con el objetivo de la caracterización y aportan al cumplimiento de los objetivos del ejercicio.



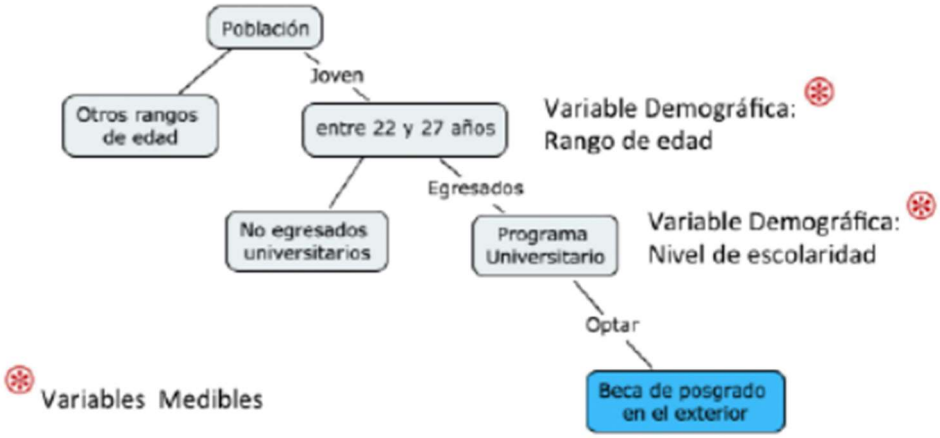
Fuente: Tomado de “Guía para la caracterización de usuarios de las entidades públicas “. Gobierno en línea 2011

Variables económicas: 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 esta.



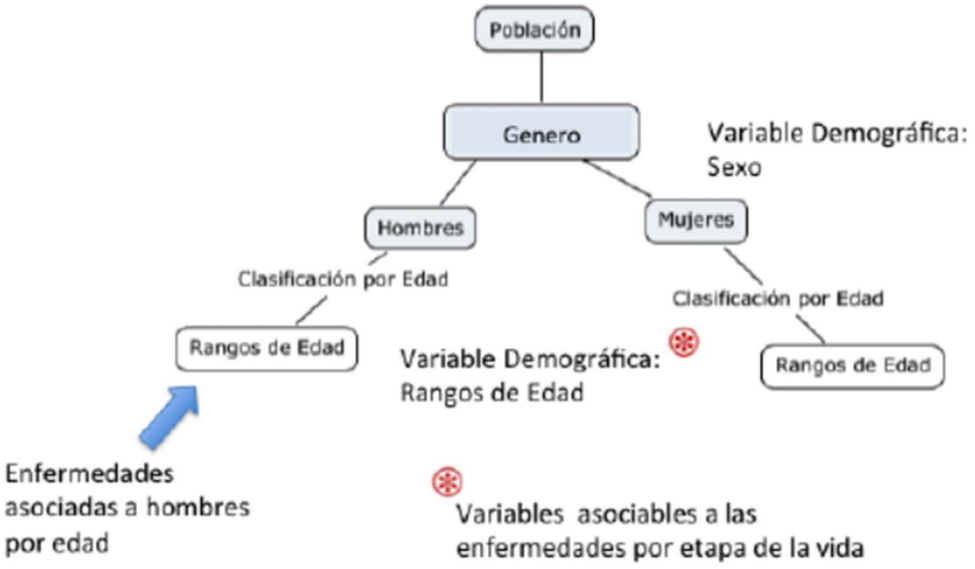
Fuente: Tomado de “Guía para la caracterización de usuarios de las entidades públicas “. Gobierno en línea 2011

Variables medibles: variables que puedan observarse o medirse para cada ciudadano, ciudadana o grupo de interés.



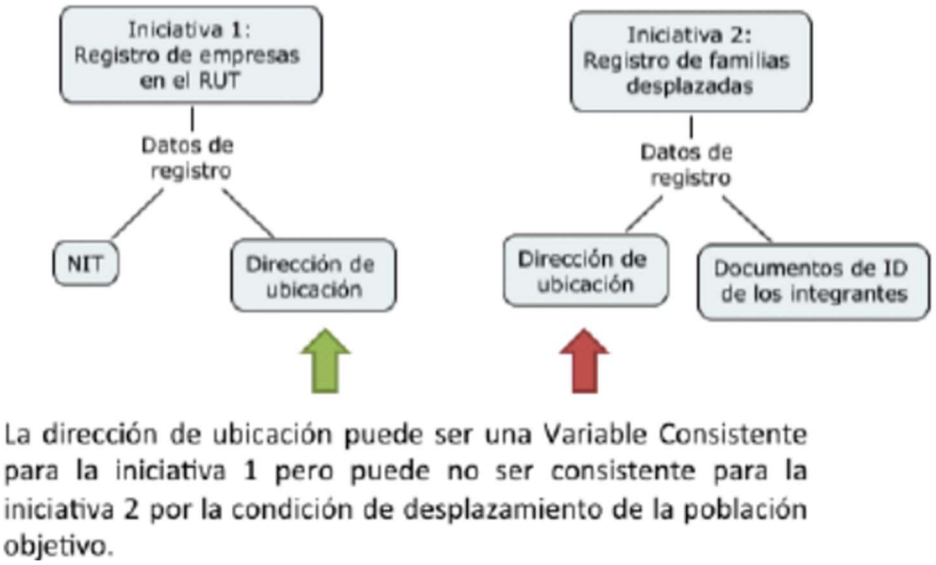
Fuente: Tomado de “Guía para la caracterización de usuarios de las entidades públicas “. Gobierno en línea 2011

Variables asociativas: deben permitir realizar segmentaciones. Estas variables deben asociarse o relacionarse con las necesidades de la mayoría de los usuarios de cada grupo para garantizar la relevancia.



Fuente: Tomado de “Guía para la caracterización de usuarios de las entidades públicas “. Gobierno en línea 2011

Variables consistentes: variables cuyos resultados o valores permanecen en el tiempo.



Fuente: Tomado de “Guía para la caracterización de usuarios de las entidades públicas “. Gobierno en línea 2011

¿Qué variables seleccionar?

La siguiente herramienta puede ser útil para la priorización de variables. En este sentido se propone elaborar un listado con cada una de las variables identificadas, organizar una tabla o base de datos en la que pueda relacionar cada variable con los 5 criterios establecidos. Para cada variable, se debe asignar una calificación de 1 si la variable cumple con el requisito o 0 si no lo cumple. Posteriormente, se realiza la suma horizontal de los criterios por variable y se eligen aquellas con mayor puntaje.

Teniendo en cuenta que el puntaje máximo por variable es de 5 puntos, la entidad debe establecer el puntaje que hará las veces de línea de corte a partir de la cual se elige o se descarta una variable. En caso de empate, se propone priorizar los criterios de acuerdo con los objetivos establecidos para el ejercicio de caracterización y las prioridades de la entidad para finalmente escoger la variable que tenga mayor puntaje en el criterio que tenga un mayor peso.

- **Priorización de Variables**

Categoría	Variable	¿La variable es?					Puntaje total	Seleccionada	
		Relevante	Económica	Medible	Asociativa	Consistente		SI	NO

Fuente: Adaptado de Guía Metodológica para la Formulación de Indicadores del DNP (2009)

Como resultado final de este paso, se contará con una lista de variables priorizadas, las cuales serán objeto de levantamiento y análisis de la información para el desarrollo del ejercicio de caracterización. Para cada una de las variables priorizadas que serán objeto de análisis, identifique si la entidad cuenta con la información en sus registros administrativos o si debe buscarla. En el caso en que la entidad no cuente con la información, a continuación, presentamos los mecanismos de recolección más comunes.

Paso 5: Identificación de mecanismos de recolección de información

En este paso es preciso identificar los mecanismos mediante los cuales se puede recolectar la información que servirá como insumo para la caracterización de los grupos de valor y de interés. Es muy importante establecer el alcance, los recursos y nuevamente repasar los objetivos del ejercicio de caracterización, ya que estos determinarán los instrumentos que se deben utilizar.

De igual manera, con el propósito de minimizar los costos y lograr un mejor aprovechamiento de los recursos, se debe revisar la información de registros administrativos con los que cuenta la entidad debido a su interacción con los ciudadanos(as), así como la información disponible en bases de datos de otras entidades y, encuestas y estudios realizados por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), entre otros. Seguidamente, presentamos un listado indicativo de los mecanismos de recolección de información más comunes, teniendo en cuenta sus principales casos de uso, beneficios, recomendaciones y ejemplos, con el propósito de brindar información útil para elegir el mecanismo de levantamiento de información más adecuado, de acuerdo con los objetivos propios de la caracterización.

	Definición		**Advertencia o recomendación del uso de la fuente**
	Caso de uso: uso que se puede dar a la información		**Beneficios de usar la fuente**
	Ejemplo		**Recursos adicionales que se pueden consultar para ampliar la información**

Fuente: Adaptado de Guía de Caracterización de Ciudadanos- DNP.

Encuesta:

- Las encuestas se clasifican como estudios observacionales, es decir, en el que el investigador no modifica el entorno ni controla el proceso que se encuentra bajo observación. Los datos se obtienen a partir de cuestionarios bien estructurados, definidos y dirigidos a la población objeto de estudio. Pueden realizarse presencialmente, a través de los cuales la entidad obtiene información del contexto espacial y la interacción del usuario con éste; virtual o telefónicamente para poder abarcar mayor número de personas, disminuir costos y obtener una respuesta ágil.

- Es útil en la recolección de información geográfica (ej.: ubicación), demográfica (ej.: migraciones – cantidad de personas que conforman el hogar), económica (ej.: niveles de ingreso, costos y gastos) y social (ej.: calidad de vida- penetración de servicios públicos). También es útil para indagar preferencias y opiniones de los encuestados.

- Se obtiene información directamente de la fuente (ciudadano(a), usuario(a) o grupo de interés) y en mayores cantidades (masiva). Permite obtener información de cualquier tipo de población.

- Depende de la voluntad de reporte de los encuestados. Para su validación estadística hay que dar un margen de confiabilidad de los datos (puede presentarse una medida de error estadístico si no se encuesta a la población completa por tanto hay que determinar una muestra representativa). Para este método, se recomienda ser breves y detallados en las preguntas, para obtener respuestas relacionadas con el objeto de consulta.

- Medir las relaciones entre variables demográficas, económicas y sociales. Evaluar las estadísticas demográficas como errores, omisiones e inexactitudes. Conocer profundamente patrones de las variables demográficas y sus factores asociados como fecundidad y migraciones determinantes. Evaluar periódicamente los resultados de un programa de ejecución, esto asociado a las actividades de gestión de calidad para poder realizar acciones de mejoramiento continuo y actividades de innovación encaminadas al perfeccionamiento del producto para beneficio del usuario.

- Diseño de encuestas y cuestionarios (tutorial) en: http://www.statpac.com/surveys/ Diseño y proceso de aplicación de encuestas en: www.surveysystem.com/sdesign.htm Ejemplos de cuestionarios: http://www.questionpro.com/a/showSurveyLibrary.do?surveyID=86 &mode=1 Diseño e implementación de encuestas (manual): http://oqi.wisc.edu/resourcelibrary/uploads/resources/Survey_Guid e.pdf

- Diseño de encuestas y cuestionarios (tutorial) en: http://www.statpac.com/surveys/ Diseño y proceso de aplicación de encuestas en: www.surveysystem.com/sdesign.htm Ejemplos de cuestionarios: https://www.questionpro.com/a/showSurveyLibrary.do?surveyID=86%20&mode=1

- Diseño e implementación de encuestas (manual): http://oqi.wisc.edu/resourcelibrary/uploads/resources/Survey_Guid e.pdf

- Permite recoger la información directamente del(de la) ciudadano(a), usuario(a) o grupo de interés e identificar los patrones que surgen del uso y la actividad presente en cada uno de los puntos de servicio o canales.

- Permite tener una comunicación directa con el(la) ciudadano(a) o usuario(a) y hacer clasificaciones de los mismos por variables directamente relacionadas al comportamiento de los usuarios(as). Puede contar con significancia estadística si se recoge la información de una muestra representativa de los usuarios.

- Para conocer mejor las capacidades de los sistemas de registro para cada punto de contacto, es recomendable acudir a la persona encargada en la entidad. De igual manera, las personas que interactúan con el ciudadano(a) o usuario(a) a través de estos puntos deben conocer la información con la cual pretenden interactuar, para delimitar el alcance de la actividad.

- Los puntos de atención de algunas organizaciones privadas o entidades públicas registran información de sus clientes cuando estos acuden a los puntos de atención indistintamente del motivo que los hace acudir al punto.

- Una fuente de información muy valiosa es la información sobre experiencias exitosas de otras entidades públicas, en materia de recolección y análisis de información sobre su población objetivo. Así mismo, otro mecanismo útil puede ser el establecimiento de convenios con otras entidades públicas para el intercambio de información sobre los ciudadanos.

Buzones De Sugerencias

- El buzón de sugerencias se define como un mecanismo de comunicación ascendente pues va desde el(la) ciudadano(a), usuario(a) o grupo de interés, hacia la organización con la que este se relaciona. Esta práctica es muy común por la implementación de los Sistemas de Peticiones, Quejas y Reclamos.

- Este mecanismo de obtención de información consiste en la recolección de información espontánea relacionada con la satisfacción del usuario con la prestación del servicio, por medio de formularios ofrecidos en cada uno de los puntos de contacto con el usuario o a través de canales electrónicos dispuestos en páginas web y aplicaciones.

- La principal ventaja está en que es un mecanismo pasivo de recolección, que se encuentra disponible para que los usuarios lo usen en cualquier momento.

- Una limitante es que usualmente estos mecanismos recogen información de casos extremos, es decir, de usuarios muy satisfechos o insatisfechos. No existe una cultura del usuario para hacer uso de los canales y aportar al sistema de peticiones, quejas y reclamos. Para evitar que solo se registra información como la citada anteriormente, la herramienta puede incluir incentivos (materiales o inmateriales) para estimular la disposición de los usuarios con experiencias menos extremas a acudir al buzón.

- Un incentivo inmaterial podría ser la oportunidad de recibir un servicio más individualizado, o la suscripción a un contenido que resulte valioso al usuario(a). Sin embargo, el incentivo en todos los casos debe ser posterior al cierre del servicio, con el fin de que no sea considerado por el usuario al evaluar la experiencia. Dada la limitada disposición de los usuarios a diligenciar los

formatos de los que se dispone en el buzón, es recomendable mantener los cuestionarios cortos. También pueden utilizarse medios de evaluación inmediatos donde se incluya el espacio de sugerencias. Podrían ser físicos, tales como: formatos o dispositivos con variables de clasificación, o sistemas que le envíen al teléfono móvil del usuario un espacio donde puede colocar su opinión a través de USSD sin costo.

- Es recomendable revisar los recursos adicionales presentados en la sección de encuestas de este documento, que también aplican en este caso para contar con elementos adicionales a la hora de diseñar los cuestionarios.

Registros administrativos (Perfiles o expedientes)

- Los expedientes se refieren a los registros almacenados en los que se consignan la información de los usuarios(as) que se ha levantado a lo largo de la interacción del usuario(a) con la entidad (similar a una hoja de vida elaborada a partir de la interacción organización – individuo). Se incluyen aquí todos los registros administrativos con los que cuenta la entidad.

- Para aprovechar esta fuente de información, se usan datos disponibles en los perfiles o expedientes de los usuarios(as), para realizar su caracterización. Evidentemente, esta tarea de agregación se facilita cuando dichos perfiles o expedientes se encuentran en bases y/o bodegas de datos que permitan la búsqueda por parámetros definidos por el administrador de las mismas. Es importante la actualización de la información, lo cual podría apoyarse a través de los puntos de atención o formularios dispuestos en las páginas web.

- Es posible extraer una mayor utilidad de este tipo de herramientas cuando dichos perfiles o expedientes incorporan la actividad histórica del(de la) ciudadano(a), permitiendo conocer directamente su comportamiento. En los casos que la caracterización se está haciendo sobre los usuarios actuales de la entidad, el ejercicio puede hacerse significativo estadísticamente con base en datos de atención de usuarios y usuarias que manejan la entidad pública.

- La consulta puede ser dispendiosa si solo se tienen expedientes físicos (papel) y no hay un sistema de almacenamiento de datos que los contenga. La efectividad de la fuente depende de

la organización que lleve la entidad de la información (ej.: información de usuarios dispersa en diferentes bases de datos que no sea fácil de unificar).

- Las prácticas profesionales actuales de varios sectores han implementado los expedientes de usuario (hojas de vida de usuario / cliente) para llevar un registro histórico de las interacciones de la organización con sus clientes. De allí se puede obtener información valiosa como hábitos (de compra o consumo), preferencias, servicios personalizados, entre otros. Ley 594 de 2000 por medio de la cual se dicta la Ley General de Archivos y se dictan otras disposiciones. Directiva Presidencia No. 04 de 2012: eficiencia administrativa y Cero papel.

Grupos focales

- Es una técnica cualitativa de estudio en la que se pueden observar las opiniones o actitudes de un público seleccionado sobre un tema particular o sobre un producto o servicio previo su lanzamiento oficial al público. Para el desarrollo de un grupo focal se recomienda la elaboración de un guión que oriente el desarrollo de las discusiones, se debe disponer de un moderador, el número de integrantes debe estar entre 8 y 12 personas y su duración máxima es de 2 horas.

- En general, aprovecha la discusión del grupo para generar aportes más naturales y vívidos de los participantes. Este nivel de detalle y profundidad en la información que se recoge puede ser útil al momento de presentar los resultados con el fin de obtener apoyo para planes e iniciativas que busquen atender las características identificadas. Existen varias maneras de llevar a cabo un grupo focal, una de ellas es hacer una entrevista en la que los diferentes participantes del grupo dan sus aportes, comentarios y observaciones sobre el tema que propone la entrevista. También es posible hacer grupos focales de manera personal o por internet (focus group online) para validar un nuevo servicio, en este caso se reúne a los participantes del grupo con el fin de que hagan la prueba del servicio y den su retroalimentación sobre si el servicio cumple o no con los objetivos por los cuales fue diseñado. Una nueva tendencia, que se puede considerar como un grupo focal por medios electrónicos (Focus group online) se denomina “hangout” y consiste en la realización de pruebas en directo sobre el uso y calidad de productos o servicios a través de Internet, con usuarios ubicados en diferentes espacios geográficos.

- Si se cuenta con los recursos suficientes, es posible realizar múltiples sesiones con grupos diferentes, cada uno con participantes de similares características demográficas, con el fin de evidenciar posibles comportamientos diferenciadores de cada grupo. Su principal limitación consiste en la falta de representatividad y significancia estadística que se puede obtener de este proceso.

- Esta técnica carece de significancia estadística en los resultados y se limita a la información que logre levantarse in situ. Debido a que el escenario está adecuado por la logística, no es posible experimentar y analizar la interacción del usuario con el contexto real. Depende de la logística que se deba preparar para llevar a cabo las sesiones de grupo, pero en ocasiones los costos de estas reuniones son elevados para la realización de sesiones con múltiples grupos.

- Esta práctica es muy común en la empresa privada desarrolladora de productos o servicios. Las sesiones que allí se llevan a cabo consisten en presentar a un grupo de usuarios o clientes un demo o prototipo del producto o servicio que se ha diseñado, previo lanzamiento comercial, para ver las reacciones del cliente frente a dicho prototipo. En los grupos focales se tratan de resolver interrogantes como ¿Cómo los usa?, ¿cumple con las expectativas del cliente?, ¿Qué mejoras se pueden hacer?, ¿le encuentra utilidad?, ¿lo compraría?, entre otros.

Experimentos de usuarios(as)

- Es un método con el que se pretende confirmar una hipótesis relacionada con determinado tema particular, fundamentado en la práctica. Son similares a los grupos focales, con una diferencia radical y es que no existe un moderador. Sencillamente, a las personas objeto del estudio se les entrega un producto o servicio para que interactúen con él, sin ninguna intervención por parte de los organizadores, quienes se limitan a tomar nota de las observaciones que hacen del ejercicio.

- En términos generales, esta fuente busca aislar algunas de las variables que inciden en los comportamientos de los grupos de valor y de interés, para identificar la causalidad y el impacto de las mismas en dichos comportamientos.

- Un experimento diseñado apropiadamente puede ser estadísticamente significativo o representativo, por lo que es una metodología de mayor efectividad.

- Este mecanismo es más sofisticado que los anteriores y suele requerir participación de un especialista en implementación, por lo que puede hacer potencialmente más costoso.

- Los experimentos más comunes están relacionados con la teoría de juegos en las ciencias económicas, a través de los cuales se identifican comportamientos de los individuos bajo ciertos parámetros de acción.

Observación directa

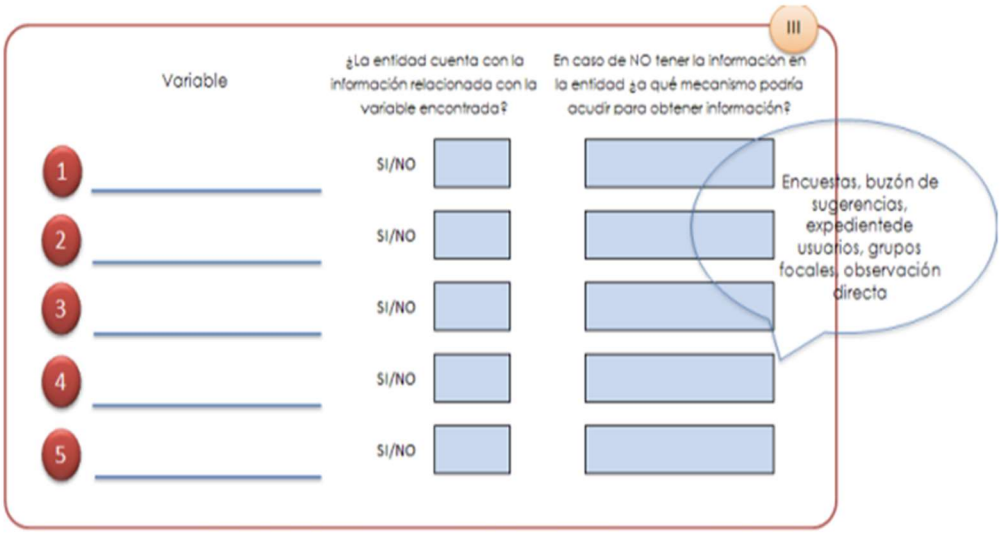
- Esta herramienta consiste en la simple observación de los grupos de valor y de interés durante la interacción con la entidad.

- A pesar de la simplicidad de esta fuente, los potenciales resultados de la misma no se deben subestimar. La información que se puede recoger es útil para el diseño e implementación de nuevos servicios, así como para el rediseño de servicios actuales susceptibles de mejora.

- Es una fuente que no requiere un gran presupuesto para ser implementada, realmente es de bajo costo, ya que puede ser efectuada por personal de la misma entidad. Solo requiere tiempo, paciencia y atención al detalle.

- No cuenta con representatividad o significancia estadística. Las hipótesis que se generen por esta fuente pueden luego ser corroboradas por medio de otras metodologías robustas, permitiendo objetivos más concretos para el proceso de investigación. Existen diferentes técnicas de observación como por ejemplo “análisis de la situación” en la que se hace una observación sobre una situación particular, como por ejemplo, un trámite de un usuario, y se toma nota (registro escrito, fotográfico o en video) de los puntos relacionados con lo positivo, lo negativo y lo interesante. Para este ejemplo, la información registrada puede ser utilizada en el rediseño de un nuevo servicio.

Teniendo claridad sobre los mecanismos de recolección más comunes, identifique los más apropiados para realizar el levantamiento de información de las variables sobre las cuales no cuenta con datos. Para ilustrar el ejercicio puede diligenciar el siguiente formato:

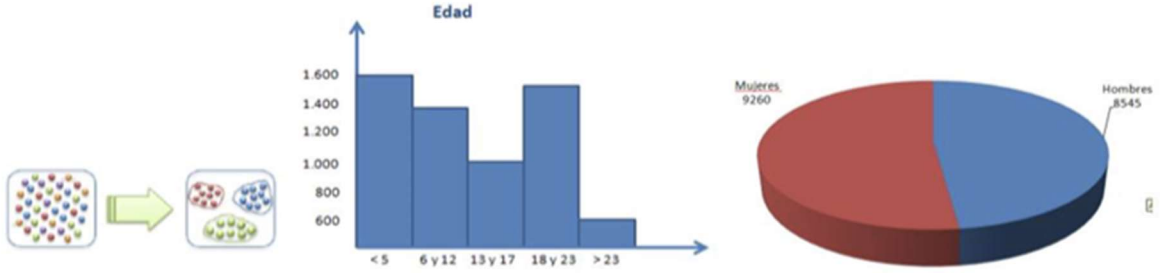


Fuente: Tomado de "Guía para la caracterización de usuarios de las entidades públicas". Gobierno en línea (2011).

Como resultado de este paso se cuenta con el listado definitivo de variables con los mecanismos de recolección de información para cada una de ellas.

Paso 6: Automatizar la información y establecer grupos o segmentos de los grupos de valor y de interés con características similares

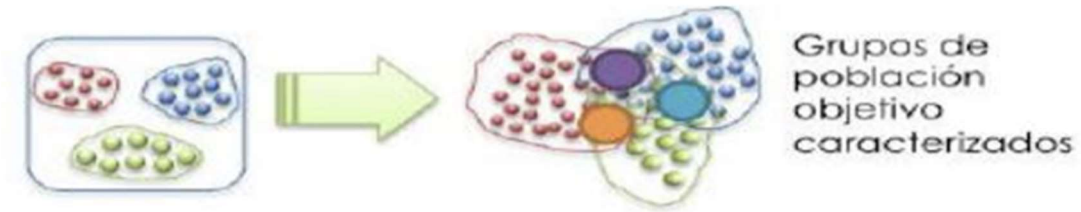
Una vez se ha recolectado la información de cada una de las variables, se recomienda la estructuración y automatización de bases de datos que faciliten el análisis, cruce y filtro de la información con miras a segmentar a los grupos de valor y de interés en grupos que tengan características similares. Una primera segmentación se obtiene al cuantificar los grupos de valor y de interés que comparten cada una de las variables. Una herramienta que facilita esta segmentación es la elaboración de histogramas para cada una de las variables o gráficas circulares.



Fuente: Tomado de Guía de Caracterización de Ciudadanos- DNP

Sin embargo, es posible que esta primera segmentación no de información suficiente para la toma de decisiones, por lo que se recomienda que los parámetros que se definan para la segmentación estén directamente relacionados con los objetivos establecidos para el ejercicio de caracterización. Esto implica el análisis cruzado de la información recolectada.

Nota: cuando se utilizan encuestas representativas, en los cruces de la información se deben tener en cuenta las posibles pérdidas de representatividad de la información, ya que las muestras o grupos se van haciendo más pequeños cada vez.



Fuente: Tomado de Guía de Caracterización de Ciudadanos- DNP.

Estos cruces de información pueden partir de la revisión del objetivo general y los objetivos específicos del ejercicio de caracterización, seguido de la identificación de los grupos o segmentos de población más relevantes, y la identificación de las variables con mayor incidencia dentro de cada segmento para analizar la forma en que el grupo se relaciona con la entidad y las necesidades particulares del mismo. A continuación, se presentan algunos ejemplos de análisis cruzado de información:

Formato de caracterización por segmento

Entidad IV

Objetivo de la caracterización

	Variable relevante	Variable relevante	Variable relevante	Variable relevante	Variable relevante	Variable relevante
Segmento						

Fuente: Tomado de Guía de Caracterización de Ciudadanos- DNP.

Nota: Se recomienda diligenciar un formato para cada objetivo específico y segmento.

Finalmente, si para la entidad es relevante ampliar el análisis e identificar las relaciones que existen entre los principales grupos de valor y de interés, puede proceder a la elaboración de un mapa de actores.

Paso 7: Divulgar y publicar la información

Un último paso en el ejercicio de caracterización de grupos de valor y de interés, consiste en que la entidad realice un proceso interno de divulgación de la información, de modo que los resultados sean conocidos por todas las dependencias y los responsables de procesos y servicios, para facilitar y mejorar la toma de decisiones y el diseño de intervenciones.

Así mismo, con el fin de fortalecer los procesos de colaboración y coordinación con otras entidades de la administración pública, y en la línea de la Ley 1712 de 20144, se recomienda que la entidad publique la información sobre los resultados de los ejercicios de caracterización de forma tal que puedan servir de insumo para otras entidades que requieran fortalecer su conocimiento sobre los grupos de valor y de interés de la Secretaría, o que requieran hacer uso de la información para el diseño de sistemas que faciliten la interacción con los ciudadanos y ciudadanas para la entrega de la oferta institucional.

De igual manera, es importante tener presente que cualquier entidad que publique o comparta esta información, cumpla con los requerimientos legales establecidos en la Ley 1266 de 2008, Ley 1581 de 2012 y otras relacionadas con la protección de datos personales, y que para facilitar el intercambio de

los datos sigan con los lineamientos establecidos por Gobierno Digital en materia de uso de un lenguaje común de intercambio de información.

FICHA 1: OBJETIVOS Y ALCANCE

Señale el tipo de población que va a caracterizar:

Personas / Grupos | Empresas | Entidad Pública | Otra organización

Indique el (los) objetivo(s) del ejercicio de caracterización asociados a las políticas de desarrollo administrativo

Servicio al ciudadano

- [ ] Adecuar oferta institucional
- [x] Diseñar o implementar un nuevo servicio
- [ ] Adecuar arreglos institucionales
- [ ] Adecuar procesos y procedimientos para la entrega de bienes y servicios
- [ ] Adecuar o implementar procesos de cualificación de servidores públicos
- [x] Adecuar o implementar canales de atención
- [ ] Otro, ¿cuál? _____

Participación ciudadana y rendición de cuentas

- [ ] dentificar necesidades y expectativas de los ciudadanos en materia de información y diálogo
- [ ] Identificar preferencias por canales de información y diálogo (presenciales y virtuales)
- [ ] Priorizar contenidos de la información de cuentas según los públicos
- [ ] Revisar o modificar información en lenguaje claro
- [ ] Diseñar acciones de inventivos en el marco del proceso de rendición de cuentas
- [x] Diseñar acciones de diálogo (presencial y virtual) en el marco del proceso de rendición de cuentas
- [ ] Potenciar todos los mecanismos de divulgación de información (presenciales y virtuales)
- [ ] Identificar propuestas ciudadanas para la solución de problemas o innovaciòn en la gestión
- [ ] Otro, ¿cuál? _____

Trámites

- [x] Identificar características generales de la población objetivo de trámites y servicios para el registro en el SUIT
- [ ] Identificar características de la población objetivo de trámites y servicios para racionalizar, simplificar o automatizar trámites
- [ ] Otro, ¿cuál? _____

Gobierno en línea

- [x] Adecuar la implementación de sistemas y tecnologías de la información
- [ ] Conocer expectativas y preferencias de los ciudadanos en materia de canales electrónicos
- [ ] Otro, ¿cuál? _____

Identifique el objetivo general

Identificar las características, intereses y necesidades de las madres cabeza de familia del área rural del municipio de Guamo (Tolima) para implementar un nuevo servicio que aporte a la generación de ingresos del hogar y a diseñar de forma adecuada acciones de diálogo en el marco del proceso de rendición de cuentas

Identifique los objetivos específicos

- Identificar las características demográficas de mujeres cabeza de familia del área rural del Guamo
- Identificar las preferencias por canales de atención y posibilidad de acceso a canales electrónicos
- Diseñar acciones de diálogo presencial en el marco del proceso de rendición de cuentas
- Diseñar acciones de diálogo virtuales en el marco del proceso de rendición de cuentas

Fuente: Tomado de la Guía de Caracterización de ciudadanos -DNP

Ejemplo Uso de fichas de caracterización

FICHA 2: PRIORIZACIÓN DE VARIABLES

Categoría	Variable	¿La variable es...?					Total	Seleccionada	
		Relevante	Económica	Medible	Asociativa	Consistente		SI	NO
Geográfico	Ubicación	1	1	1	1	1	5	X	
	Clima	0	0	1	0	1	2		X
Demográfico	Edad	1	1	1	1	1	5	X	
	Sexo	1	1	1	1	1	5	X	
	Ingresos	1	1	1	0	0	3	X	
	Actividad económica	1	1	1	0	0	3	X	
	Punjate Sisbén	1	1	1	0	0	3	X	
	Tamaño familar	1	1	0	0	0	2		X
	Estado del ciclo familiar	0	0	0	0	0	0		X
	Idiomas	1	1	1	0	0	3	X	
	Nivel académico	1	1	0	0	1	3	X	
Intrínseco	Intereses	1	0	0	0	0	1		X
	Lugares de encuentro	0	0	1	0	0	1		X
	Acceso a canales	1	1	1	1	1	5	X	
	Uso de canales	1	1	1	0	0	3	X	
Comportamiento	Niveles de uso	0	0	1	0	0	1	X	
	Estatuts del usuario	0	1	1	1	1	4		X
	Eventos	0	0	0	0	0	0		X

Fuente: Tomado de Guía de Caracterización de Ciudadanos- DNP.

Para este ejemplo se estableció que las variables que estén por encima de 3 puntos son las elegidas para ser estudiadas, las demás se descartan.

FICHA 3. IDENTIFICACIÓN DE MECANISMOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

	Variable	¿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?
1	Sexo	SI/NO	SI	
2	Ingresos	SI/NO	NO	GRUPOS FOCALES
3	Puntaje Sisbén	SI/NO	SI	
4	Nivel académico	SI/NO	SI	
5	Actividad económica	SI/NO	NO	ENCUESTA
6	Acceso a canales	SI/NO	NO	RECOLECCIÓN EN PUNTOS DE ATENCIÓN
7	Niveles de uso	SI/NO	NO	ENCUESTA
8	Ubicación	SI/NO	NO	ENCUESTA

Fuente: Tomado de Guía de Caracterización de Ciudadanos- DNP.

Anexos

Anexo 1 - Matriz de enfoque diferencial para la caracterización

Bibliografía

Departamento, N. D. (2009). Guía metodológica para la formulación de indicadores. Obtenido de www.dnp.gov.co: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Inversiones%20y%20finanzas%20pblicas/Guia%20Metodologica%20Formulacion%20-%202010.pdf

DAFP, D. A. (Noviembre de 2022). Guía Caracterización de ciudadanía y Grupos de valor. Bogotá: Dirección de Participación, transparencia y servicio al ciudadano. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www1.funcionpublica.gov.co/documents/418537/506977/2084.pdf/02377a0b-25e7-403a-ab20-98a42828a75a

Ministerio de las Tecnologías de la Información, y. l. (Noviembre de 2011). *Guía para la caracterización de usuarios de entidades públicas.*

Planeación, D. N. (2013). CONPES 3785.

Planeación, D. N. (2013). *Guía metodológica para la caracterización de ciudadanos, usuarios y grupos de interés.* Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Programa%20Nacional%20del%20Servicio%20al%20Ciudadano/Guia%20de%20Caracterizaci%C3%B3n%20de%20Ciudadanos.pdf

7. Control de cambios

No.	CAMBIOS REALIZADOS
1	Este documento sustituye el Manual de caracterización de grupos de valor y de interés del código RCC-MN-03 V1 con radicado 20227000197033
2	Ver Solicitud de elaboración, modificación o eliminación de documento / Radicado: 20247000381943 Fecha: 02/10/2024 Se realiza actualización del Manual de Caracterización de grupos de Valor y de Interés, de acuerdo con la Circular 29 del 26 de julio de 2024. El manual tuvo los siguientes ajustes: • Actualización del formato de acuerdo con los lineamientos de la OAP • Incorporación de herramienta para caracterización de la población LGBTI y anexo de matriz de enfoque diferencial para identificar características de grupos poblacionales.

8. Responsables de elaboración, revisión y aprobación

FLUJO DE ELABORACIÓN, REVISIÓN Y APROBACIÓN			
Elaboró	Aprobó	Validó	Avaló
NOMBRE: Viviana Ortiz Bernal	NOMBRE: Sandra Patricia Castiblanco Monroy	NOMBRE: Jesús David López Camargo Paola Toledo Alfonso	NOMBRE: Luis Fernando Mejía Castro
CARGO: Contratista Gestión Corporativa y Relación con el Ciudadano	CARGO: Directora de Gestión Corporativa y Relación con el Ciudadano	CARGO: Contratistas Oficina Asesora de Planeación	CARGO: Jefe de la Oficina Asesora de Planeación
FIRMA: Firmado Electrónicamente	FIRMA: Firmado Electrónicamente	FIRMA: Firmado Electrónicamente	FIRMA: Firmado Electrónicamente

Documento 20247000381943 firmado electrónicamente por:	
Nelson Javier Velandia Castro	Profesional Universitario Oficina Asesora de Planeación Fecha firma: 06-11-2024 13:43:49

Jesus David Lopez Camargo	Contratista Oficina Asesora de Planeación Fecha firma: 05-11-2024 21:57:28
Luis Fernando Mejia Castro	Jefe Oficina Asesora de Planeación Oficina Asesora de Planeación Fecha firma: 05-11-2024 16:56:03
Jenny Paola Toledo Alfonso	Contratista Oficina Asesora de Planeación Fecha firma: 05-11-2024 16:46:28
Viviana Ortiz Bernal	Contratista Dirección de Gestión Corporativa y Relación con el Ciudadano Fecha firma: 02-10-2024 16:37:06
Sandra Patricia Castiblanco Monroy	Directora Gestión Corporativa y Relación con el Ciudadano Dirección de Gestión Corporativa y Relación con el Ciudadano Fecha firma: 16-10-2024 15:28:48

cc9d53443a74ef6bfee676b3dae699aa6a9c124109b1728a9bb9a61d3ee106aa
Codigo de Verificación CV: 48e69