FUNCIÓN PÚBLICA

Guía de caracterización de ciudadanía y grupos de valor

VERSIÓN 5 | NOVIEMBRE DE 2022

Dirección de Participación,
Transparencia y Servicio al Ciudadano

Departamento Administrativo de la Función Pública

César Augusto Manrique Soacha
Director

Jesús Hernando Amado Abril
Subdirector

Lidoska Julia Dolores Peralta Prieto
Secretaria General

Jesús Hernando Amado Abril
Director de Gestión del Conocimiento (e)

Francisco Camargo Salas
Director de Empleo Público

Hugo Armando Pérez Ballesteros
Director de Desarrollo Organizacional

Hugo Armando Pérez Ballesteros
Director de Gestión y Desempeño Institucional (e)

Armando López Cortés
Director de Participación, Transparencia y Servicio al Ciudadano (e)

Armando López Cortés
Director Jurídica

Luz Stella Patiño Jurado
Jefe de Oficina de Control Interno

Hilda Constanza Sánchez Castillo
Jefe Oficina de Tecnología de la Información y las Comunicaciones (e)

Daniel Canal Franco
Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones

Henry Humberto Villamarín Serrano
Jefe Oficina Asesora de Planeación

Elaborado por:
Laura Pinilla Ruiz
Profesional Especializado
Grupo de Análisis y Política
Dirección de Participación, Transparencia y Servicio al Ciudadano

Colaboración:
Sandra Marcela Espejo Moreno
Brigitte Marcela Quintero Galeano
Dirección de Participación, Transparencia y Servicio al Ciudadano

Colaboración y Coordinación:
Elsa Yanuba Quiñones Serrano
Coordinadora
Grupo de Análisis y Política
Dirección de Participación, Transparencia y Servicio al Ciudadano

Revisión de forma y corrección de estilo
Carolina Mogollón Delgado
Oficina Asesora de Comunicaciones
Diagramación y diseño
Camilo Higuera Mozombite
Oficina Asesora de Comunicaciones

Departamento Administrativo de la Función Pública
Carrera 6 n.º 12-62
Conmutador: (+57) 601 7395656 / 86
Fax: (+57) 601 7395657
Web: www.funcionpublica.gov.co
Correo electrónico:
eva@funcionpublica.gov.co
Bogotá, D.C., Colombia.

Tabla de contenido

Introducción 7

1. Generalidades asociadas a la caracterización 9

1.1. ¿Qué es la caracterización de ciudadanía y grupos de valor? 9

1.2. Características de un segmento de personas usuarias o grupos de valor 11

1.3. ¿Por qué es importante la caracterización de la ciudadanía y grupos de valor en las entidades públicas? 13

1.4. ¿Cuándo y con qué frecuencia se debe caracterizar a los grupos de valor? 13

1.5. ¿Qué áreas de la entidad deben liderar y participar en la caracterización de la ciudadanía y grupos de valor? 14

2. Pasos para que las entidades caractericen a la ciudadanía y grupos de valor 15

PASO 1. Reconozca ejercicios previos de caracterización y de relacionamiento con la ciudadanía y los grupos de valor 16

PASO 2. Establezca las variables para la caracterización 18

PASO 3. Recolecte la información 22

PASO 4. Analice la información 26

PASO 5. Use y aproveche la información 31

Anexos 33

Anexo 1. Caja de herramientas 33

Herramienta 1. Instrumento para la identificación de objetivos y alcance de la caracterización 34

Herramienta 2. Matriz de enfoque diferencial para la caracterización 37

Herramienta 3. Variables para la caracterización 38

Herramienta 4. Herramientas útiles para el levantamiento de información 44

Herramienta 5. Herramientas útiles para el análisis de datos 46

Herramienta 6. Instrumento para consolidar la información resultante del ejercicio de caracterización 48

Anexo 2. Experiencias que generan valor.....49

Bibliografía 52

Índice de figuras

FIGURA 1. Ventajas de segmentar ciudadanía y grupos de valor para una entidad pública 10

FIGURA 2. Pasos para caracterizar a la ciudadanía y grupos de valor.....15

FIGURA 3. Niveles de conocimiento de las agrupaciones poblacionales..... 21

FIGURA 4. Técnicas e instrumentos cualitativos para recolección de información 23

FIGURA 5. Técnicas e instrumentos cuantitativos para recolección de información..... 24

FIGURA 6. Nivel de segmentación para el conocimiento de grupos de valor y algunos resultados.....27

Índice de tablas

TABLA 1. Variables sugeridas para caracterizar personas naturales.....38

TABLA 2. Variables sugeridas para caracterizar personas jurídicas 42

TABLA 3. Ficha resumen de caracterización.....48

VERSIÓN	OBSERVACIÓN
VERSIÓN 1 *2011*	Creación del documento
VERSIÓN 2 *s.f.*	1. Cambio de nombre, pasa de ser *Guía para la caracterización de usuarios de las entidades públicas* (versión 1, 2011) a Guía de caracterización de ciudadanos, usuarios y grupos de interés. 2. Actualización de la página legal incluyendo entidades que participaron en la elaboración: Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, Departamento Nacional de Planeación (DNP), Departamento Administrativo de la Función Pública (DAFP) y la Secretaría de Transparencia. 3. Cambios de color, imagen y diseño. 4. Actualización, depuración e inclusión de contenidos. Cambio gráficas y tablas en todo el documento; se incluyeron orientaciones adicionales requeridas por otras políticas como: servicio al ciudadano, participación ciudadana, rendición de cuentas y racionalización de trámites y se detallan 7 pasos que las entidades deben seguir para realizar un ejercicio de caracterización. 8. Actualización de las referencias bibliográficas.
VERSIÓN 3 *s.f.*	1. Cambio de nombre, pasa de ser Guía de caracterización de ciudadanos, usuarios y grupos de interés (versión 2, s.f.) a Guía de caracterización de usuarios, ciudadanos y grupos interesados. 2. Actualización de la página legal, se incluyó al Archivo General de la Nación. 3. Cambios de color, imagen y diseño. 4. Actualización, depuración e inclusión de contenidos, gráficas y tablas en todo el documento; se ajustan: definición, alcance y utilidad de la caracterización en armonía con las políticas de desarrollo administrativo y la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública (Ley 1712 de 2014). Además, se incluyen orientaciones que detallan 7 pasos que las entidades deben seguir para realizar un ejercicio de caracterización. 5. Actualización de las referencias bibliográficas.

VERSIÓN	OBSERVACIÓN
VERSIÓN 4	
Agosto 2022	1. Cambio de nombre, pasa de ser Guía de caracterización de usuarios, ciudadanos y grupos interesados. (versión 3, s.f.) a Guía de caracterización de ciudadanía y grupos de valor (versión 4, 2022). 2. Actualización de la página legal. 4. Actualización, depuración e inclusión de contenidos, gráficas y tablas en todo el documento; se ajustan: definición, alcance y utilidad de caracterización en el marco del Estado abierto y las políticas de relación Estado-ciudadanía o del modelo integrado de planeación y gestión (MIPG). Además, se ajustan los 5 pasos a seguir para realizar un ejercicio de caracterización y se incluye la caja de herramientas y experiencias que generan valor. 5. Actualización de las referencias bibliográficas.
VERSIÓN 5	
Noviembre 2022	1. Ajuste de título de la herramienta 2 de la caja de herramientas, pasa de ser Matriz de instrumentalización del enfoque diferencial en el enfoque de Estado Abierto (versión 4, 2022) a Matriz de enfoque diferencial para la caracterización. 2. Actualización del contenido de la herramienta 2 de la caja de herramientas, se simplificó la información que las entidades deben diligenciar.

Introducción

Desde Función Pública presentamos la Guía de caracterización de ciudadanía y grupos de valor (versión 4.0) para que las entidades públicas diseñen y apliquen ejercicios de caracterización que les permita identificar las particularidades de la ciudadanía y de los grupos de valor con los cuales interactúan. Esta guía actualiza la versión elaborada en el año 2017 por la Secretaría de Transparencia, el Departamento Nacional de Planeación (DNP) y el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC), con la ayuda financiera de la Unión Europea (Presidencia de la República, 2017).

Esta nueva versión simplifica algunos conceptos y procedimientos existentes e incorpora el enfoque de Estado abierto planteado en el documento Conpes 4070 de 2021, que es una apuesta por la construcción de confianza pública, entendida como una forma de relacionamiento entre los diferentes actores de la institucionalidad pública y la sociedad (ciudadanía, entidades públicas o mixtas, empresas del sector privado y academia, entre otros) que busca equilibrar las necesidades y expectativas ciudadanas frente a las responsabilidades públicas.

En este sentido, la adopción del enfoque de Estado abierto exige a las entidades públicas saber quiénes son sus grupos de valor, cuáles son sus particularidades y qué necesitan para que puedan acceder, usar y disfrutar de los bienes y servicios del Estado, con ello se busca garantizar sus derechos, así como la interacción con las entidades para acceder a información, efectuar trámites, ejercer el control social, pedir cuentas o incidir en el ciclo de la gestión pública mediante la participación ciudadana.

Es así como la caracterización se convierte en el punto de partida o insumo fundamental y transversal para cualquier escenario de relacionamiento del ciudadano con el Estado y, por tanto, a las políticas públicas de participación ciudadana y rendición de cuentas, integridad, transparencia y acceso a información, racionalización de trámites y servicio al ciudadano.

Esta Guía de caracterización de ciudadanía y grupos de valor cuenta con dos capítulos, el primero, relacionado con las generalidades asociadas a la caracterización y el segundo contiene los pasos para caracterizar; luego encontrará en la sección de anexos una caja de herramientas para facilitar este ejercicio y, finalmente, un listado con la relación de experiencias destacadas que han generado valor en el marco del desarrollo de ejercicios de caracterización.

1. Generalidades asociadas a la caracterización

1.1. ¿Qué es la caracterización de ciudadanía y grupos de valor[1]?

Caracterizar es un ejercicio investigativo[2] que busca identificar y obtener información sobre las particularidades (características, necesidades, intereses, expectativas y preferencias) de la ciudadanía y los grupos de valor con los que interactúa una entidad con el fin de agruparlos o segmentarlos de acuerdo con atributos o características similares.

La caracterización facilita la definición de la oferta institucional[3] y de los escenarios de relacionamiento[4] con la ciudadanía[5] a través de la identificación

1 De acuerdo con la definición contemplada en el Manual operativo de MIPG, los grupos de valor son personas naturales (ciudadanos), jurídicas (organizaciones públicas o privadas a quienes van dirigidos los bienes y servicios de una entidad) o individuos u organismos específicos receptores de los resultados de la gestión de la entidad.

2 Roberto Hernández Sampieri (2014) define la investigación en su documento Metodología de la investigación como un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema.

3 En el relacionamiento con la ciudadanía, la oferta institucional se compone de información pública, trámites y otros procedimientos administrativos y de los espacios de interacción a través de los canales de atención, rendición de cuentas y participación ciudadana. Tomado de la Caja de transformación institucional: guía para la creación de la dependencia que integra la estrategia y operación del relacionamiento con la ciudadanía Versión 1.

4 Se han identificado al menos cuatro escenarios o momentos en los cuales un ciudadano o grupo de valor interactúa con una misma entidad: i) cuando consulta información pública, ii) cuando hace trámites o accede a la oferta institucional de la entidad, iii) cuando hace denuncias, interpone quejas, reclamos o exige cuentas y iv) cuando participa haciendo propuestas a las iniciativas, políticas o programas liderados por la entidad, o colabora en la solución de problemas de lo público.

5 La ciudadanía se refiere a cualquier persona que por interés general en los asuntos públicos se relaciona con la entidad. No solo los beneficiarios, proveedores o usuarios específicos del servicio o de resultados de la gestión.

de las necesidades y expectativas de los grupos de valor, lo que posibilita el ejercicio de los derechos.

Para el desarrollo de este ejercicio de caracterización proponemos la aplicación de una herramienta de la mercadotecnia denominada: segmentación[6] de usuarios o de mercado que, de acuerdo con el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, se puede entender como: "El proceso de subdividir un mercado en subconjuntos de clientes distintos que se comportan de la misma manera o tienen necesidades similares." (2011, p. 6), en el caso del sector público hablaremos de segmentación de ciudadanía y grupos de valor de entidades públicas.

De acuerdo con Ricardo Fernández Valiñas, la actividad de segmentar mercados brinda herramientas que representan ventajas en el desarrollo de las actividades de mercadeo (2009, p. 10) que, para el caso de las entidades públicas, las hemos adaptado al ejercicio de caracterización de ciudadanía y grupos de valor, ver Figura 1:

FIGURA 1. Ventajas de segmentar ciudadanía y grupos de valor para una entidad pública

- Certidumbre en el tamaño de la muestra.
- Simplicidad y claridad en la planeación.
- Identificación de grupos de valor.
- Reconocimiento de necesidades, deseos y expectativas de grupos de valor.
- Facilidad para la implementación de actividades.

Nota. Adaptado por Función Pública (2022) del documento Segmentación de mercados de Ricardo Fernández Valiñas, 2009.

6 Tomado de Guía para la caracterización de usuarios de las entidades públicas, publicada por el Ministerio de Tecnologías de la información y las Comunicaciones en 2011, p. 6. Consultado el 1 de abril de 2022.

De las ventajas de segmentar ciudadanía y grupos de valor (Figura 1) es posible establecer que si la entidad cuenta con suficiente información sobre las personas con las que interactúa podrá ser más efectiva en sus escenarios de relacionamiento y simplificaría la gestión interna a través del desarrollo de interacciones diversas y relevantes.

Para ampliar la información sobre la segmentación de mercados, lo invitamos a consultar el libro Segmentación de mercados de Ricardo Fernández Valiñas, 2009.

1.2. Características de un segmento de personas usuarias o grupos de valor[7]

De acuerdo con el artículo Herramientas para la segmentación de usuarios (2018) de la página web Marketing Analítico los segmentos y agrupaciones deben cumplir, entre otros, con los siguientes requisitos:

- Existen semejanzas dentro de un segmento.
- Existen diferencias entre segmentos diferentes.
- Los segmentos son mensurables (medibles) e identificables.
- Los segmentos son accesibles y accionables (pueden ser objeto para la formulación e implementación de acciones).
- El segmento debe ser lo suficientemente grande como para ser rentable...

7 En esta Guía Función Pública remplaza el término mercado dado que según una acepción de la real academia de la lengua española, este se refiere, en este caso, a consumidores capaces de comprar productos o servicios y por tanto no aplica para el sector público, caracterizado por prestar servicios para satisfacer necesidades y derechos.

Recursos de apoyo o interés

Como herramienta disponible para segmentación de usuarios, puede consultar la página web: Herramientas para la segmentación de usuarios - Marketing Analítico.

De conformidad con lo señalado por Fernández (2009), la segmentación de mercados "... puede definirse como la división de un universo heterogéneo en grupos con al menos una característica homogénea." (p.10). Así, la segmentación se convierte en un estudio en profundidad de diversas variables, dentro de las cuales se pueden mencionar las siguientes:

- **Geográficas:** de gran utilidad para conocer la ubicación de la ciudadanía y grupos de valor.
- **Demográficas:** para identificar la edad, nivel de estudios o tasa de natalidad, entre otros.
- **Intrínsecas:** permiten reconocer los intereses o costumbres en el uso de canales de atención y escenarios de relación con la entidad preferidos.
- **Comportamentales:** se refieren a creencias y puntos de vista.
- **Relacionales:** las cuales identifican las interacciones ciudadanas con la entidad, es decir, cómo el ciudadano se ha relacionado previamente a través de los diferentes escenarios dispuestos.

Estas variables serán definidas más adelante en el "PASO 2. Establezca las variables para la caracterización".

En razón de lo anterior, identificar las especificidades de cada una de las poblaciones es indispensable para diseñar propuestas e iniciativas desde el enfoque diferencial, en tanto que promueve:

... la inclusión en las políticas públicas de medidas efectivas para asegurar que se adelanten acciones ajustadas a las características particulares de las personas o grupos poblacionales, tendientes a garantizar el ejercicio efectivo de sus derechos acorde con necesidades detección propias y específicas (Congreso de la República de Colombia, 2013).

1.3. ¿Por qué es importante la caracterización de la ciudadanía y grupos de valor en las entidades públicas?

La caracterización se hace con el fin de facilitar y promover el diseño e implementación de políticas públicas de manera transversal, en tanto es un insumo clave para la toma de decisiones con base en la identificación de necesidades que se deben satisfacer, para el diseño de estrategias que fortalezcan la interacción de la entidad con la ciudadanía, para el fortalecimiento de la oferta institucional y para la asignación de recursos en el desarrollo de proyectos institucionales, entre otros.

1.4. ¿Cuándo y con qué frecuencia se debe caracterizar a los grupos de valor?

De acuerdo con los lineamientos de la política de servicio al ciudadano[8] desarrollados en el *Manual operativo* del modelo integrado de planeación y gestión (MIPG), las entidades deben caracterizar a la ciudadanía y sus grupos de valor por lo menos una vez al año o cada vez que la entidad lo requiera para:

8 Los lineamientos establecen que, para la puesta en operación de la política de servicio al ciudadano en el marco de las políticas de relacionamiento con el ciudadano, las entidades deben formular su estrategia anual de atención y servicio al ciudadano, integrada al plan institucional y de conformidad con las disposiciones establecidas para la planeación institucional.

- Diseñar productos y servicios.
- Ampliar canales institucionales.
- Realizar un rediseño institucional.
- Fortalecer los escenarios de relacionamiento.
- Responder de mejor manera a las necesidades e intereses de la ciudadanía y grupos de valor.
- Retroalimentar la gestión interna.

1.5. ¿Qué áreas de la entidad deben liderar y participar en la caracterización de la ciudadanía y grupos de valor?

Se recomienda que sea un grupo de trabajo interdisciplinario el que lidere el ejercicio de caracterización y coordine al interior de la entidad con las dependencias interesadas en el uso de la información. Este equipo[9] puede definirse en el marco del Comité de Gestión y Desempeño o asignarle el liderazgo a la Oficina de Relacionamiento con la Ciudadanía, si la entidad cuenta con esta dependencia, en virtud de lo establecido en la Ley 2052 de 2020[10].

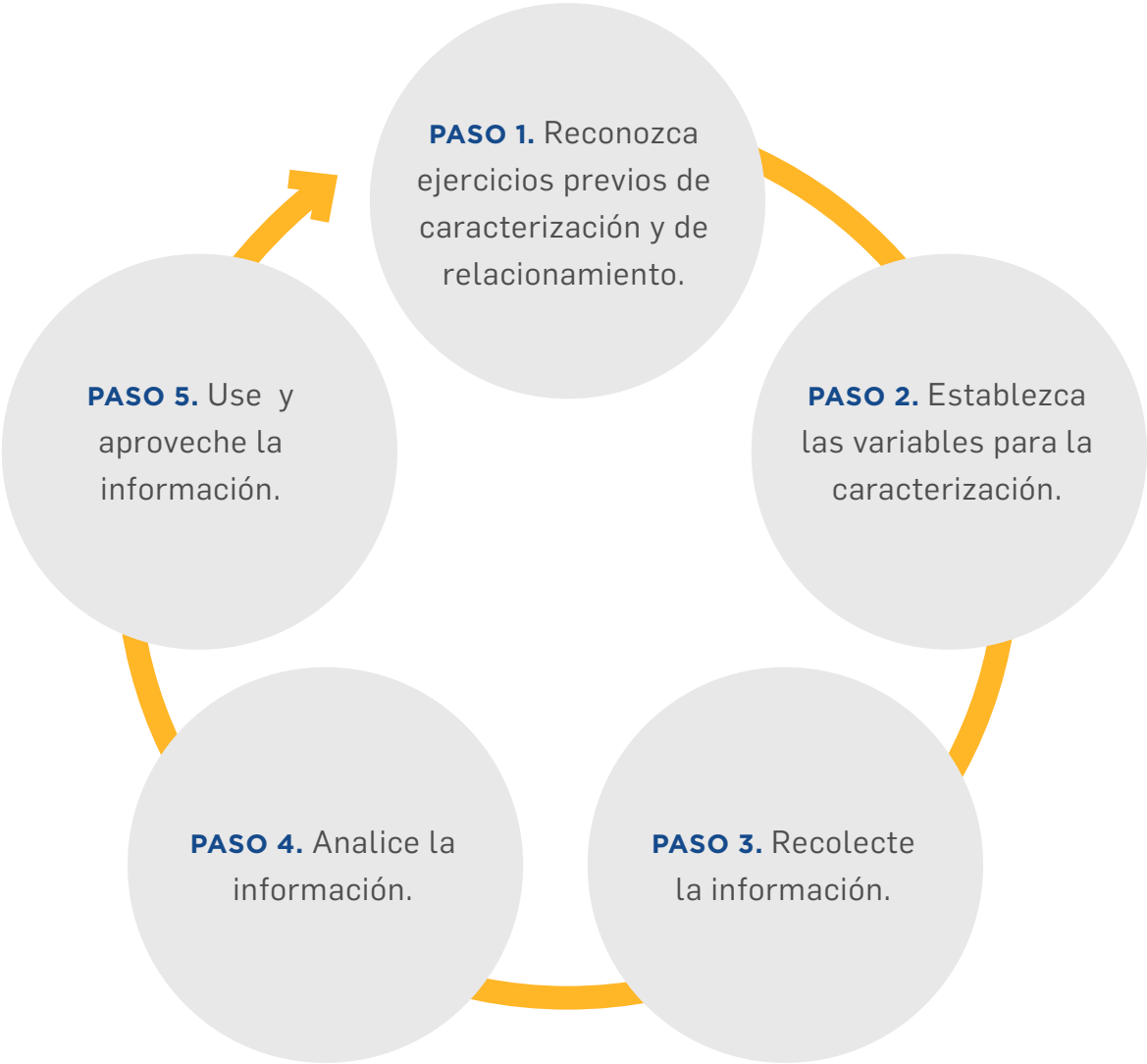
9 Este equipo puede estar conformado entre otras por: área de planeación, comunicaciones, direcciones o áreas misionales, secretaría general y algunas áreas de apoyo.

10 Ley 2052 de 2020, artículo 17. Oficina de la relación con el ciudadano. En la Nación, en los departamentos, distritos y municipios con población superior a 100.000 habitantes (...)

2. Pasos para que las entidades caractericen a la ciudadanía y grupos de valor

A continuación se presentan los cinco pasos para que las entidades adelanten sus ejercicios de caracterización.

FIGURA 2. Pasos para caracterizar a la ciudadanía y grupos de valor



PASO 1. Reconozca ejercicios previos de caracterización y de relacionamiento con la ciudadanía y los grupos de valor

Para iniciar el ejercicio de caracterización, identifique y revise las estrategias, mecanismos y herramientas que han sido empleadas para el levantamiento de información y dónde están los resultados de los datos de ejercicios anteriores en el marco del relacionamiento con la ciudadanía y los grupos de valor.

En este punto se encuentran, por ejemplo, bases de datos de beneficiarios de la oferta institucional, de asistentes a ejercicios de participación ciudadana, registros administrativos, resultados de los informes de peticiones, quejas y reclamos, frecuencia de consultas sobre la oferta institucional, tipo de información y canales de acceso, fuentes secundarias de información (estadísticas, cifras internas de relacionamiento), resultados de ejercicios de caracterización previos y resultados de ejercicios de medición de la experiencia ciudadana, entre otros.

En este paso resulta indispensable que la entidad identifique su oferta institucional y reconozca las principales necesidades, demandas y comportamientos de sus grupos de valor con el fin de que la caracterización sea el insumo para implementar de manera oportuna acciones de mejora.

Para identificar los actores y grupos de interés, lo invitamos a consultar el instrumento "Mapa de actores y grupos interesados" de Función Pública, 2019.

Una vez cuente con esta información, desarrolle las siguientes actividades:

- **Formule el objetivo general y los objetivos específicos del ejercicio de caracterización:** es recomendable que la entidad formule un objetivo general orientado a fortalecer la relación del Estado con la ciudadanía y los objetivos específicos, estos deben

responder a los resultados que desea alcanzar en cada una de las políticas y/o escenarios de relacionamiento con la ciudadanía.

Para la formulación de indicadores, lo invitamos a consultar la Guía metodológica para la formulación de indicadores del DNP, 2009.

- **Identifique las necesidades de información adicional,** esto implica determinar en qué áreas de trabajo de la entidad o temáticas hay vacíos de información asociada a la ciudadanía y grupos de valor y con esto, llevar a cabo las acciones necesarias para conseguir la información requerida para materializar los objetivos propuestos.
- **Seleccione los instrumentos de recolección que se van a utilizar,** es decir, identifique los mecanismos mediante los cuales puede recolectar la información que servirá como insumo para la caracterización de la ciudadanía y los grupos de valor.
- **Defina los recursos requeridos para su implementación, es muy importante establecer los recursos:** humanos, financieros y tecnológicos, entre otros, para el cumplimiento de los objetivos del ejercicio de caracterización.

Tenga en cuenta

Para desarrollar esta actividad, consulte la Herramienta 1: Instrumento para la identificación de objetivos y alcance de la caracterización.

PASO 2. Establezca las variables para la caracterización

Este paso consiste en identificar cuáles son las variables que se deberán estudiar y cuál es el nivel de profundidad o desagregación de la información requerido. Las variables que sean elegidas deberán atender al objetivo o propósito de la caracterización y deberán ser adaptadas por cada entidad de acuerdo con sus necesidades, intereses, metas, oferta y misión institucional.

No es necesario incorporar todas las variables sugeridas, sin embargo, es importante que estas sean:

- **Relevantes:** están relacionadas con el objetivo de la caracterización y aportan al cumplimiento de los objetivos del ejercicio, además, contienen información destacada sobre la oferta institucional.
- **Económicas:** están disponibles a un costo razonable, en tanto se ajustan a los recursos de los cuales dispone la entidad. De esta forma se asegura que el beneficio de contar con información es mayor al costo de recolección de esta.
- **Medibles:** pueden observarse o medirse para cada ciudadano, usuario o grupo de interés.
- **Asociativas:** permiten realizar segmentaciones. Estas variables deben asociarse o relacionarse con las necesidades de la mayoría de los usuarios de cada grupo para garantizar la relevancia.
- **Consistentes:** variables cuyos resultados o valores permanecen en el tiempo.

A continuación se explicarán las variables para caracterizar a la ciudadanía y grupos de valor que adaptamos de la Guía para la caracterización de usuarios de las entidades públicas del Ministerio de Tecnología de la Información y las Telecomunicaciones (2011):

- **Geográficas:** se refieren a la ubicación geográfica de la ciudadanía y grupos de valor, y a aquellas características que están directamente relacionadas con esta categoría. Es el nivel más general de la caracterización y por sí solo no permite generar conclusiones ni definir actividades en planes o proyectos, por lo cual, es importante complementar con variables de otras categorías.
- **Demográficas:** se refieren a 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. Es clave incorporar variables de información relacionadas con las diferentes tipologías del enfoque diferencial (población en situación de discapacidad, grupos étnicos y de identidad cultural), así como personas con orientación sexual e identidad de género diversas, por ciclo vital (niños, niñas, adolescentes y adulto mayor) o mujer rural, entre otros.
- **Intrínsecas:** se refieren a actividades o valores comunes asociadas a preferencias individuales o estilos de vida de la ciudadanía y grupos de valor que permiten identificar características para diferenciarlos. Por ejemplo, las preferencias a la hora de acceder a canales de atención o el uso que se da a los mismos, entre otros aspectos.
- **De comportamiento:** se refieren a las acciones observadas en la ciudadanía y grupos de valor, más allá de lo que dicen hacer o preferir. Esto permite identificar los motivos o eventos que los llevan a interactuar con una entidad y las características de esta interacción. Por ejemplo, los beneficios buscados al interactuar con determinada entidad o eventos de interés.
- **Relacionales:** se refieren a aquellas variables que permiten conocer y establecer pautas y tendencias de relacionamiento o interacción de los grupos de valor con las entidades. Estas variables pueden ser temporales, es decir, identifican pautas y variaciones a lo largo del tiempo; y causales, asociadas a la identificación de cambios que se producen al modificar escenarios, estrategias de relacionamiento e incluso la oferta institucional. Por ejemplo, las distintas formas o relaciones entre organizaciones, asociaciones o redes, la frecuencia o tiempos de interacción con las entidades, entre otros aspectos.

- **Comportamiento organizacional:** se refiere a las acciones observadas en las organizaciones[11] atendidas por la entidad. 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 una organización, permiten acercarse a los usuarios de manera oportuna y relevante. En este aspecto se encuentran variables como la cultura organizacional[12], mecanismos y canales empleados por la organización (usuaria), frente a la entidad que presta el servicio, los responsables de las organizaciones al momento de solicitar un servicio a la entidad, interacciones o procedimientos usados.
- **Tipología organizacional:** se refiere a las características generales asociadas a la constitución de una organización o entidad y de su naturaleza; por ejemplo, identificar si los usuarios o grupos de valor con los cuales interactúa la entidad son personas jurídicas, organizaciones u otras entidades de la administración pública, identificar la fuente de los recursos, tamaño de la entidad, sector al cual pertenece, entre otros.

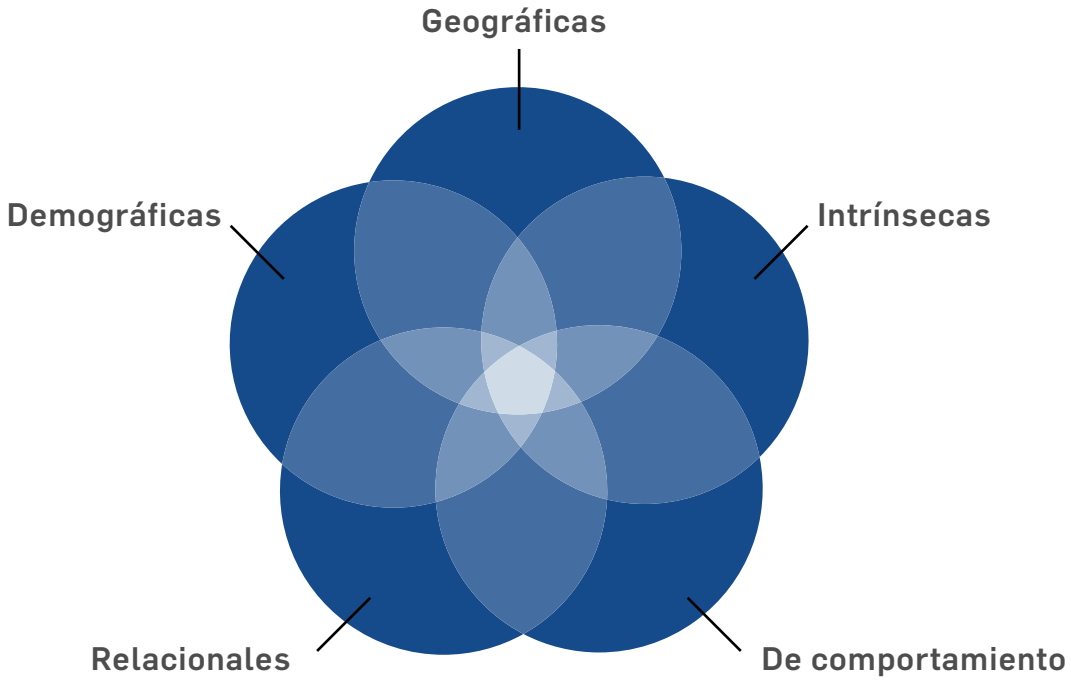
De lo anterior, es posible establecer que las variables geográficas y demográficas ofrecen información que es más fácil de conseguir y que agrupa en un grado muy general a los usuarios; por otra parte, las variables intrínsecas, de comportamiento y relacionales generan un mayor detalle del grupo poblacional que se va a caracterizar, por lo tanto, permiten su segmentación, sin embargo, son variables que pueden estar asociadas a una mayor dificultad para conseguir la información.

Recuerde que es necesario que se profundice en el conocimiento de las diferentes agrupaciones poblacionales más allá de los datos demográficos y geográficos, de tal manera que se conozca información sobre intereses, creencias y preferencias de los grupos de valor. En la Figura 3 se ilustran los niveles de conocimiento propuestos para las agrupaciones poblacionales:

11 Se entiende por organizaciones atendidas por la entidad: empresas, organizaciones u otras entidades de la administración pública.

12 Cultura organizacional hace referencia al conjunto de experiencias, hábitos, costumbres, creencias y valores, que caracteriza al grupo humano de una organización.

FIGURA 3. Niveles de conocimiento de las agrupaciones poblacionales



Nota. Adaptado por Función Pública (2022) de la *Guía para la caracterización de usuarios de las entidades públicas* del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia (Min. TIC), 2011.

Como resultado final de este paso, la entidad contará con una lista de variables priorizadas que serán incluidas en los instrumentos para la recolección de información y posterior análisis de la información.

Tenga en cuenta

Para conocer el detalle de las variables para caracterizar y su respectiva definición, consulte la Herramienta 3. Variables para la caracterización.

Con el fin de ampliar información asociada a los enfoques diferenciales, consulte Herramienta 2. Matriz de enfoque diferencial para la caracterización.

PASO 3. Recolecte la información

Con base en los objetivos de la caracterización, recolecte la información pertinente sobre los atributos, variables características, necesidades, intereses, expectativas y preferencias, esto "… implica elaborar un plan detallado de procedimientos que conduzcan a reunir datos con un propósito específico." (Hernández, 2014). Para lo anterior, identifique las fuentes de las que se obtendrán los datos, así como los medios o métodos mediante los cuales se puede recolectar la información que servirá como insumo para la caracterización.

Si bien, existe gran variedad de técnicas e instrumentos cualitativos[13], cuantitativos[14] y mixtos[15] de recolección de información, se sugiere que la entidad considere el uso combinado de estos métodos a la hora de desarrollar el ejercicio de caracterización, en tanto ello permitirá contar con mayores herramientas para el análisis del ejercicio descriptivo e investigativo de la información.

Para ampliar la información sobre metodologías de investigación, lo invitamos a consultar el libro Metodologías de la investigación de Roberto Hernández Sampieri et al., 2014.

13 Se basa en métodos de recolección de datos no estandarizados ni predeterminados completamente. Tal recolección consiste en obtener las perspectivas y puntos de vista de los participantes (sus emociones, prioridades, experiencias, significados y otros aspectos más bien subjetivos). También resultan de interés las interacciones entre individuos, grupos y colectividades. El investigador hace preguntas más abiertas, recaba datos expresados a través del lenguaje escrito, verbal y no verbal, así como visual, los cuales describe, analiza y convierte en temas que vincula y reconoce sus tendencias personales.

14 La recolección de los datos se fundamenta en la medición de las variables. Debido a que los datos son producto de mediciones, se representan mediante números (cantidades) y se deben analizar con métodos estadísticos. En una investigación cuantitativa se intenta generalizar los resultados encontrados en un grupo o segmento a una colectividad mayor (universo o población). También se busca que los estudios efectuados puedan replicarse.

15 Produce datos más "ricos" y variados mediante la multiplicidad de observaciones, ya que se consideran diversas fuentes y tipos de datos, contextos o ambientes y análisis.

Una vez definidos los métodos de recolección, programe su aplicación considerando la intervención de las diversas áreas de la entidad y canales existentes.

En la Figura 4 se presentan algunas técnicas e instrumentos cualitativos para recoger información de sus grupos de valor:

FIGURA 4. Técnicas e instrumentos cualitativos para recolección de información

- Encuestas e instrumentos de información propios aplicados en puntos de atención, en buzones de sugerencias y otros.
- Registros administrativos (perfiles o expedientes).
- Grupos focales.
- Experimentos de usuarios.
- Observación cualitativa directa.

Nota. Adaptado por Función Pública (2022) de la *Guía para la caracterización de usuarios, ciudadanos e interesados* de Presidencia de la República de Colombia, 2017.

Así mismo, de la mano de los avances tecnológicos y con la aplicación de nuevas corrientes de investigación de mercados[16], pueden usar las siguientes herramientas que facilitan el levantamiento de información:

- **Estudio observacional en redes sociales:** estos estudios pueden realizarse a través de estos espacios digitales para realizar investigación de mercados. Las entidades pueden recolectar una gran cantidad de comentarios acerca de sus servicios y obtener las mejores ideas para realizar los ajustes necesarios.

16 Tomado y adaptado de: 12 herramientas para investigación de mercados. Consultado el 20 de abril de 2022.

- **Comunidades *online* (en línea):** son una poderosa herramienta de investigación de mercados porque a través de estos espacios virtuales se pueden realizar encuestas, sondeos de opinión o participar en un foro de discusión para que los participantes generen interacciones y sea posible obtener los mejores insumos.
- **Evaluaciones proyectivas:** son métodos que pueden ser utilizados para aprovechar las motivaciones y actitudes profundas de los participantes. Este tipo de investigación cualitativa tiene como objetivo comprender el porqué.
- **Encuestas *online* (en línea):** ayudan a las organizaciones a realizar un proceso de recolección de datos eficaz en el que puede obtener una gran cantidad de información a bajo costo, de modo que ahorra recursos como el tiempo y la mano de obra.

De igual forma, puede considerar el uso de métodos cuantitativos de recolección de información (Hernández, 2014) como los que se presentan a continuación en la Figura 5:

FIGURA 5. Técnicas e instrumentos cuantitativos para recolección de información

- Cuestionarios con preguntas cerradas o abiertas.
- Escalas de medición de actitudes.
- Pruebas estandarizadas e inventarios.
- Análisis de contenido cuantitativo.
- Indicadores.

Nota. Adaptado por Función Pública (2022) del libro Metodología de la Investigación, 2014.

Cada dependencia misional o cada área de apoyo de la entidad puede aportar a la recolección de información en virtud de los diferentes púbicos con los que interactúa en atención al desarrollo de sus planes, programas y proyectos misionales.

Tenga en cuenta

Para el desarrollo de este paso, puede consultar la Herramienta 4. Herramientas útiles para el levantamiento de información.

PASO 4. Analice la información

Una vez haya seleccionado los tipos de variables relevantes para los objetivos del ejercicio de caracterización y haya recolectado la información, establezca el nivel de profundidad de esta. Para ello, identifique los sectores y segmentos para hacer las agrupaciones.

El **sector** es una agrupación poblacional muy general, mientras que el **segmento** 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 para adecuar los servicios, mejorar las estrategias de comunicación o facilitar la participación ciudadana, entre otros.

Un ejemplo de sector y segmento se presenta en el desarrollo del ejercicio adelantado por el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), esta experiencia se expondrá con mayor detalle en el capítulo 4 de este documento.

La Figura 6 presenta algunos resultados del ejercicio de caracterización del SENA, el cual tiene en cuenta el estudio de variables en profundidad, lo que permite alcanzar un nivel de segmentación adecuado que permite conocer los grupos de valor de la entidad.

FIGURA 6. Nivel de segmentación para el conocimiento de grupos de valor y algunos resultados

Nota. Tomado del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), 2022.

SEGMENTO			FUENTES DE INFORMACIÓN
Aprendices	■ En Proceso de Formación. ■ En Proceso de Certificación. ■ Abandonaron el proceso de formación: □ **Deserción 2019, 2020 y 2021.** □ **Deserción Estado de Emergencia 2020.**	■ SNIES: **760.802.** ■ SOFIA: **6.904.013.** ■ Deserción - Víctimas: **2.295.** ■ Deserción 2021: **12.045.** ■ Proceso de Certificación: **6.140.**	
Egresados	■ Caracterización demográfica	■ Encuesta de Egresados: **14.836.**	
Empresarios	■ Relacionamiento Empresarial. ■ Contrato de aprendizaje. ■ Mesas sectoriales.	■ CRM: **49.667.** ■ SGVA: **318.340.** ■ Contratos de Aprendizaje: **40.000 empresas.** ■ Mesas Sectoriales: **85 Mesas 13.235 empresas.**	
Servidores públicos	■ Funcionarios: □ **Planta global.** □ **Instructores.** □ Contratistas: **Instructores.**	■ Instructores. ■ Planta: **6.174.** ■ Contratistas: **21.257.**	

Nota. Tomado del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), 2022.

El ejercicio partió de la identificación de grupos de valor abordados en las vigencias 2019 y 2020 y aquellos que se encuentran pendientes por abordar en la vigencia 2022, lo que permite identificar como punto de partida el reconocimiento de ejercicios previos de caracterización y relacionamiento; luego, la entidad identificó las fuentes de información interna para adelantar el ejercicio, entre ellas: el Sistema Nacional de Educación Superior (SNIES), Sofía Plus, el cual opera como la principal herramienta para facilitar la gestión de los nuevos procesos formativos en el SENA, el sistema virtual de gestión de aprendices (SGVA), información de la secretaría general, información de cooperación internacional y de la Agencia Pública de Empleo, entre otras, además de información que reposa en instrumentos diseñados por la entidad como el formato de identificación de causas de abandono de la formación, el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior (SNIES) y el censo nacional.

Así mismo, emplearon variables de tipo geográfico, demográfico, intrínsecas (preferencia y uso de canales) y de comportamiento (causas de deserción de aprendices y percepción de egresados, entre otras) para el análisis posterior de la información.

Cabe señalar que existen diferentes niveles de análisis y conocimiento de los grupos de valor, y, por tanto:

> *... en la medida en que se logre identificar las variables más internas[17], se obtendrá un mayor conocimiento del grupo poblacional. Un conocimiento más específico de los usuarios ayuda a definir mejor los segmentos. Por el contrario, si sólo se logra identificar las variables de las capas más superiores[18], el conocimiento de los usuarios será muy limitado y sólo se logrará hacer una agrupación muy general (sectores) (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Telecomunicaciones, 2011, p.7).*

Recuerde que el análisis segmentando de la información de los grupos es indispensable para la toma de decisiones, para el diseño de cursos de acción y para definir las estrategias o actividades de implementación de las políticas de relacionamiento con los diferentes grupos de valor.

17 Intrínsecas, de comportamiento y relacionales.

18 Geográficas y demográficas.

Por último, y con el fin de fortalecer los procesos de colaboración y coordinación con otras entidades de la administración pública en línea de la Ley 1712 de 2014, consolide la información sobre los resultados de los ejercicios de caracterización de forma tal que sirva como insumo para la toma de decisiones, el diseño de estrategias de relacionamiento y la consulta por parte de los grupos de valor.

Los resultados deberán publicarse como datos abiertos[19] para que cualquier usuario pueda reutilizar dicha información. Para ello, haga uso de los mecanismos o canales de difusión que le permita dar a conocer esta información a los interesados; entre los que se sugiere la publicación de los resultados del ejercicio de caracterización en el Menú de Atención y Servicios a la Ciudadanía, esta es una sección que debe hacer parte del menú principal de la página web de las entidades públicas, allí las personas encuentran información sobre trámites y servicios institucionales de acuerdo con lo establecido en la Resolución 1519 de 2020 expedida por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC).

Para ampliar la información sobre los estándares y directrices para la disposición de información pública en las sedes electrónicas, lo invitamos a consultar los Lineamientos para publicar información en el Menú Participa sobre participación ciudadana en la gestión pública de Función Pública, 2021.

Tenga en cuenta

Para el desarrollo de este paso puede consultar el Anexo 2 sobre experiencias que generan valor.

19 Para mayor información, puede consultar la Resolución 1519 de 2020, por la cual se definen los estándares y directrices para publicar la información señalada en la Ley 1712 del 2014 y se definen los requisitos materia de acceso a la información pública, accesibilidad web, seguridad digital y datos abiertos.

PASO 5. Use y aproveche la información

El uso de la información con áreas de la entidad puede originarse en el momento mismo de la planeación institucional y/o al formular las estrategias de relacionamiento con la ciudadanía, de esta manera se podrán optimizar las intervenciones de las diferentes dependencias de cara al ciudadano. Este último paso aporta al fortalecimiento y optimización de los escenarios de relacionamiento.

El equipo líder de la caracterización deberá difundir la información sobre la caracterización, asegurar que los resultados sean publicados como datos abiertos, facilitar la consulta interna y externa de esta información, promover el aprovechamiento de los resultados de los ejercicios de caracterización, así como el análisis de datos, de conformidad con las orientaciones que se brindan a continuación. En este paso revise que:

- En efecto se haya cumplido con el propósito de la caracterización; si establece que no se cumplió con el propósito del ejercicio investigativo, identifique nuevamente los vacíos de información asociada a la ciudadanía y grupos de valor y la manera de acceder a ella, de tal manera que obtenga efectivamente la información requerida para materializar los objetivos propuestos inicialmente.
- La presentación y estructuración de la información permite su comprensión y uso; si determina que la información presentada no es comprensible, revise las directrices para fomentar el uso de lenguaje claro en la oferta institucional que se encuentran en la Circular 100-010 de 2021[20].

Recuerde que el uso y aprovechamiento de la información debe responder al propósito y necesidades de la entidad, información presentada en el apartado 1.4. "¿Cuándo y con qué frecuencia se debe caracterizar a los grupos de valor?" de este documento.

20 Circular 100-010 de 2021.

En este paso es importante que proteja los datos personales de la ciudadanía y los grupos de valor conforme a la regulación vigente en la materia. Así mismo, revise si existen motivaciones para realizar una clasificación de datos, considerando cuál es el "... daño presente, probable y específico de la divulgación de los mismos" y diseñe el índice de información clasificada y reservada (Presidencia de la República, et al., 2017, p.30).

Recuerde que es importante socializar el resultado del ejercicio de caracterización en lenguaje claro.

Tenga en cuenta

Para el desarrollo de este paso puede consultar la Herramienta 6. Instrumento para consolidar la información resultante del ejercicio de caracterización.

Anexos

Anexo 1. Caja de herramientas

Esta caja de herramientas es un conjunto de estrategias y recursos para apoyar y facilitar a las entidades en el desarrollo de ejercicios de caracterización de ciudadanía y grupos de valor. Contiene enlaces y/o material de interés, sin que ello signifique el desarrollo de plataformas interactivas o aplicaciones. La caja de herramientas está compuesta por los siguientes elementos:

- **Herramienta 1.** Instrumento para la identificación de objetivos y alcance de la caracterización.
- **Herramienta 2.** Matriz de enfoque diferencial para la caracterización.
- **Herramienta 3.** Variables para la caracterización.
- **Herramienta 4.** Herramientas útiles para el levantamiento de información.
- **Herramienta 5.** Herramientas útiles para el análisis de datos.
- **Herramienta 6.** Instrumento para consolidar la información resultante del ejercicio de caracterización.

Los contenidos e instrumentos de esta caja de herramientas son indicativos y deberán ser adaptados por cada entidad según sus capacidades, necesidades, grupos de valor, desempeño institucional y disponibilidad de recursos, entre otros.

Herramienta 1. Instrumento para la identificación de objetivos y alcance de la caracterización

De acuerdo con lo establecido en los pasos 1 y 2, es necesario determinar las variables sobre las cuales se recolectará información y así lograr la segmentación de los usuarios y partes interesadas que se relacionan con la entidad. El siguiente formato permite registrar la información asociada a la identificación de objetivos y alcances de la caracterización:

- Seleccione los grupos de valor que serán caracterizados:

	Personas
	Grupos
	Empresas
	Entidades públicas
	Otro, ¿cuál?

- Señale el (los) objetivo(s) del ejercicio de caracterización asociado a las políticas de relacionamiento con la ciudadanía:

SERVICIO AL CIUDADANO	
	Adecuar la oferta institucional
	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
	Adecuar o implementar canales de atención
	Fortalecer la comunicación con los grupos de valor
	Otro, ¿cuál?

PARTICIPACIÓN CIUDADANA	
	Identificar necesidades y expectativas de los ciudadanos en materia de información y diálogo
	Identificar preferencias por canales de información y diálogo (presenciales y virtuales)
	Identificar usuarios de servicios, de organizaciones sociales y grupos de la ciudadanía con intereses específicos frente a la gestión institucional
	Identificar propuestas ciudadanas para la solución de problemas o innovación en la gestión
	Otro, ¿cuál?
RENDICIÓN DE CUENTAS	
	Priorizar contenidos de la información de cuentas según los públicos
	Revisar o modificar información en lenguaje claro
	Diseñar acciones de incentivos en el marco del proceso de rendición de cuentas
	Potenciar todos los mecanismos de divulgación de información (presenciales y virtuales)
	Otro, ¿cuál?
TRÁMITES	
	Identificar características generales de la población objetivo de trámites y servicios para el registro en el SUIT (sistema único de información de trámites).
	Identificar características de la población objetivo de trámites y servicios para racionalizar, simplificar o automatizar trámites
	Identificar posibles trámites que se convertirán en consultas de información
	Otro, ¿cuál?

TRANSPARENCIA	
	Identificar necesidades de los ciudadanos en materia de información pública
	Identificar expectativas y preferencias de los ciudadanos en materia de canales de información púbica (presenciales y virtuales)
	Adecuar procesos y procedimientos para la entrega de información
	Otro, ¿cuál?

Nota. Tomado de la Guía de caracterización de usuarios, ciudadanos e interesados. Presidencia de la República et al., 2017.

- Identifique el objetivo general

OBJETIVO GENERAL

- Identifique los objetivos específicos

OBJETIVOS ESPECÍFICOS
Objetivo específico n. º 1
Objetivo específico n. º 2

Herramienta 2. Matriz de enfoque diferencial para la caracterización

Se presenta la Matriz de enfoque diferencial para la caracterización, en la que la entidad puede recopilar información sobre la adopción e implementación del enfoque diferencial en la gestión pública.

Herramienta 3. Variables para la caracterización

A continuación se presentan las principales variables para la caracterización de personas naturales (ciudadanía y grupos de valor) y para la caracterización de personas jurídicas (empresas, organizaciones y otras entidades de la administración pública). Este listado debe ser adaptado por cada entidad de acuerdo con sus intereses, necesidades, objetivos definidos, tipología de servicios y misión.

No es necesario incorporar todas las variables señaladas a continuación. Las variables que sean elegidas deberán atender el objetivo o propósito de la caracterización. 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, usuario o interesado.

Adicionalmente, es deseable que en el ejercicio investigativo de caracterización se adelante un análisis de contexto socio territorial (identificar dinámicas asociadas al contexto social, político, económico, ambiental, conflictividades territoriales, situación de orden público) que puede ayudar a entender de mejor manera a la ciudadanía y grupos de valor; en tal sentido, se invita a que las entidades que tengan la capacidad, incorporen, usen y aprovechen esta información.

TABLA 1. Variables sugeridas para caracterizar personas naturales

GEOGRÁFICAS			
Ubicación	Población	Densidad poblacional	Clima

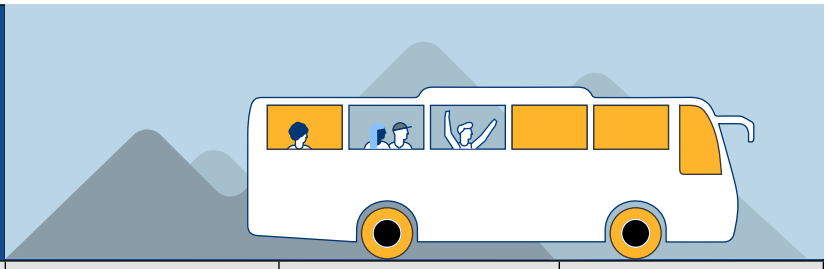
DEMOGRÁFICAS

Tipo y número de documento	Edad (fecha de nacimiento)	Sexo	Género (orientación sexual e identidad de género)
Ingresos	Ocupación/actividad económica	Estrato socioeconómico	Régimen de afiliación al Sistema General de Seguridad Social
Puntaje del Sisbén	Estado del ciclo familiar	Tamaño/ composición grupo familiar	Nivel de educación o Escolaridad
Lenguas o idiomas	Vulnerabilidad		

INTRÍNSECAS

Intereses	Lugares de encuentro	Acceso a canales de atención
Uso de canales de atención	Conocimientos	Dialecto

DE COMPORTAMIENTO



Niveles de uso	Estatus del usuario	Beneficios buscados	Eventos

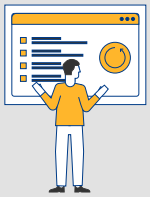
RELACIONALES			
Frecuencia y tiempos de interacción en escenarios de relacionamiento	Escenarios de relacionamiento más empleados o de mayor preferencia entre la ciudadanía, grupos de valor y las entidades	Otros escenarios de relacionamiento alternativos o itinerantes de mayor preferencia entre la ciudadanía y los grupos de valor	Temas más demandados y de mayor interés en cada uno de los escenarios de relacionamiento identificados.
Calificación de la experiencia del ciudadano con la entidad frente a: ■ Acceso a información pública. ■ Acceso a trámites. ■ Acceso a oferta institucional (servicios, programas o proyectos). ■ Espacios para hacer control y exigir cuentas. ■ Espacios de participación.		Espacios de articulación y relacionamiento existentes entre organizaciones, asociaciones y redes, que son relevantes para el relacionamiento con las entidades.	Contexto Socioterritorial: busca entender el contexto social, político, económico y ambiental de la ciudadanía y grupos de valor que son objeto de caracterización.

Nota. Adaptado por Función Pública (2022) de la Guía para la caracterización de usuarios de las entidades públicas del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia (Min. TIC), 2011.

TABLA 2. Variables sugeridas para caracterizar personas jurídicas

GEOGRÁFICOS		
Cobertura geográfica	Dispersión	Ubicación principal

TIPOLOGÍA ORGANIZACIONAL			
Tamaño de la entidad	Con o sin ánimo de lucro	Fuente de recursos (origen de capital)	Organización/ sector del cual depende
Industria	Tipo de ciudadano, usuario o grupo de interés	Canales de atención disponibles	

DE COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL	
	
Procedimiento usado (mecanismos, canales empleados por la organización usuaria, o escenarios de relacionamiento con la administración pública).	Responsable de la interacción (persona responsable y/o presente (de la organización usuaria) al momento de solicitar el servicio a la entidad).

Tenga en cuenta

Para la identificación y caracterización de grupos étnicos puede consultar el Anexo No. 4 del Programa de Capacitación Dirigido a Servidores Públicos sobre Trato Digno con Enfoque de Derechos y Diferencial Étnico a las Comunidades Negras, Afrocolombianas, Raizales y Palenqueras, el cual presenta una ficha para la identificación y caracterización de grupos étnicos, disponible en el siguiente enlace: biblioteca-virtual - EVA - Función Pública (funcionpublica.gov.co)

Para consultar el detalle de definición de cada variable y su aplicabilidad, puede consultar la herramienta Categorías de variables para caracterizar personas naturales.

Nota. Adaptado por Función Pública (2022) de la Guía de caracterización de usuarios, ciudadanos e interesados. Presidencia de la República, 2017.

Herramienta 4. Herramientas útiles para el levantamiento de información

Una primera recomendación es revisar la caracterización de la ciudadanía y grupos de valor con los que la entidad interactúa en el marco de la atención brindada para obtención de trámites, respuesta a peticiones, quejas o reclamos, así como la información misional; en segundo lugar, hay que identificar los grupos de valor que han interactuado con la entidad y los que no.

Para aquellos grupos de valor con los cuales la entidad no ha interactuado, se recomienda identificar las necesidades de información e indagar qué entidades tienen estos datos y pueden brindarlos, para tal fin, puede efectuar alianzas con entidades como el Departamento Administrativo Nacional de Estadística, Departamento Nacional de Planeación, Departamento Administrativo para la Prosperidad Social, Ministerio de Hacienda, Unidad para la Atención y Reparación Integral a las Victimas, Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales Ministerio de Salud, Cámara de Comercio, entre otras, para compartir información sobre bases de datos que permitan fortalecer los ejercicios de caracterización y adecuación de la oferta institucional a las necesidades de los grupos de valor.

Así mismo, puede consultar información que se encuentra en otros repositorios como los que se relacionan a continuación:

Tenga en cuenta

TerriData: DNP

Enfoque diferencial e interseccional (dane.gov.co)

KITPT (dnp.gov.co)

Por último, hay que utilizar mecanismos para obtener y/o actualizar la información de caracterización de los grupos de valor, los cuales fueron referenciados en el paso 3.

Tenga en cuenta

Para consultar información sobre cuáles son los principales mecanismos para el levantamiento de información, uso y ventajas.

Para ampliar la información sobre mecanismos para la recolección de información, consulte la Guía metodológica para la estandarización de trámites y formularios a través de ejercicios de participación ciudadana de Función Pública, 2022.

Herramienta 5. Herramientas útiles para el análisis de datos

Para el análisis de los datos, estructure y consolide bases de datos que faciliten el análisis, cruce y filtro de la información con el fin de clasificar y/o agrupar a los grupos de valor con características similares. Para tal fin, puede desarrollar consultas y cruces de información, esto puede hacerlo en Excel mediante la aplicación de filtros y tablas dinámicas, así como también, puede adelantar consultas directamente sobre las bases de datos; estas herramientas pueden ser suficientes para hacer las agrupaciones de los registros.

Se recomienda que los parámetros que se definan para la segmentación estén directamente relacionados con los objetivos establecidos para la caracterización, lo cual implica el análisis cruzado de la información recolectada. Entre las herramientas que facilitan esta agrupación se encuentran: los histogramas, las gráficas circulares, las infografías y las líneas de tiempo, entre otros.

Para ampliar la información sobre la representación gráfica en el análisis de datos, lo invitamos a consultar Representación gráfica en el Análisis de Datos.

De manera adicional, se relacionan a continuación algunas herramientas que pueden facilitar el análisis de la información:

- Guía para la analítica de datos y su uso en la planificación y ejecución de auditorías internas basadas en riesgo**:** es una herramienta de consulta que brinda conceptos generales sobre la analítica de datos y su utilidad, además incluye herramientas sencillas y referencias a buenas prácticas en materia de análisis de información.

- **El Departamento Nacional de Planeación (DNP) desarrolló la librería ConTexto:** esta herramienta fue desarrollada en Python y permite a entidades públicas y a la ciudadanía en general realizar las tareas de procesamiento y análisis de textos en diferentes idiomas.
- Power Bi**:** es una herramienta que permite la creación de cuadros y gráficos interactivos en tiempo real a partir de los datos de los que dispone la entidad.
- Zoho Analytics**:** es una herramienta que permite acceder a las métricas clave y visualizar las distintas tendencias que se mantienen en el tiempo. Esto te permite observar información que en muchas ocasiones pasa desapercibida y es clave para la entidad.
- Tableau**:** es una herramienta que permite la visualización de datos a través de tablas y gráficos dinámicos en Excel.

Para ampliar la información lo invitamos a consultar sobre herramientas de análisis de datos.

Otras herramientas útiles para el análisis de información se relacionan a continuación:

- Herramientas de minería de datos[21] gratuitas: IBM, SPSS, R, SAS, Python, Orange.
- Herramientas de analítica web: Google Analytics.

21 En general, la minería de datos consiste en descubrir patrones entre toneladas de datos transformándolos en información refinada, lógica y procesable. Es decir, la minería de datos toma grandes paquetes de datos y la convierte en una estructura más compresible para todos. Esta técnica utiliza algoritmos específicos, análisis estadístico, inteligencia artificial y sistemas de bases de datos. Tomado de: Herramientas gratuitas para hacer Data Mining - IntelDig. Consultado el 7 de abril de 2022.

Herramienta 6. Instrumento para consolidar la información resultante del ejercicio de caracterización

El objetivo de este formato es facilitar el registro y consolidación de la información obtenida a través del ejercicio de caracterización, este formato puede ser empleado dependiendo de las necesidades y particularidades de cada entidad. La información debe ser generada de tal forma que facilite la consulta, comprensión y toma de decisiones por parte de usuarios e interesados.

TABLA 3. Ficha resumen de caracterización

Fecha: dd/mm/aa
SECCIÓN 1: Objetivos y alcances de la caracterización
SECCIÓN 2: Mecanismos de levantamiento de información empleados
SECCIÓN 3: Resultados: ■ Presentación grupo (s) caracterizados: proyectar la segmentación de los grupos de valor a través de formatos de fácil comprensión que permitan de manera práctica usar los datos que arrojen los ejercicios de caracterización. ■ Variables relacionadas con los grupos caracterizados: describir las variables asociadas a cada grupo caracterizado y relacionar las más relevantes. ■ Formas de relacionamiento con la entidad: presentar la información sobre la manera como los grupos caracterizados se relacionan con la entidad. Entender el detalle de cómo se relacionan los grupos identificados con la entidad ayuda a visualizar los componentes de la iniciativa que se quiere implementar y si hay lugar a modificaciones que deban tenerse en cuenta. ■ Necesidades identificadas del grupo caracterizado: la identificación de las necesidades mejora el diseño de las iniciativas (cursos de acción), por eso es necesario identificar las necesidades del grupo caracterizado en función de la (s) intervenciones a implementar. ■ Cursos de acción: a partir de las necesidades identificadas, presentar información sobre la(s) intervenciones a implementar. ■ Seguimiento
SECCIÓN 4: Comentarios finales y recomendaciones

Nota. Adaptado por Función Pública (2022) de la Guía para la caracterización de usuarios de las entidades públicas del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia (Min. TIC), 2011.

Anexo 2. Experiencias que generan valor

Con el fin de brindar herramientas que faciliten a las entidades el desarrollo de ejercicios de caracterización, el análisis de la información y la publicación de resultados, se presenta a continuación un inventario de fuentes y herramientas disponibles en la actualidad y que pueden ser adaptadas por las entidades para el desarrollo de ejercicios de caracterización.

Este inventario incluye variables geográficas, demográficas, intrínsecas, de comportamiento y relacionales, así como experiencias implementadas por entidades públicas, con el fin de que se sinteticen y caractericen aspectos clave en torno de la ciudadanía y grupos de valor.

Algunas herramientas disponibles se relacionan a continuación:

- Programa de Capacitación Dirigido a Servidores Públicos sobre Trato Digno con Enfoque de Derechos y Diferencial Étnico a las Comunidades Negras, Afrocolombianas, Raizales y Palenqueras - Versión 1 - junio de 2021. Este programa presenta en el anexo 4 una ficha de identificación y caracterización de grupos étnicos.
- Caracterización de la población LGBTI (lesbianas, gays, bisexuales, transexuales, intersexuales del municipio de San Martín, disponible en: Formato Caracterización de La Población LGBTI - VSIP.INFO
- Estadísticas por tema demografía y población, contiene información de la población colombiana y sus proyecciones en el tiempo, junto con estadísticas de importancia, disponible en: Demografía y población (dane.gov.co)

Tenga en cuenta

En línea con lo establecido en el Plan Estadístico Nacional 2017 – 2022, el DANE pone a disposición del sistema estadístico nacional el Programa de Fortalecimiento de Registros Administrativos con el propósito de incrementar el aprovechamiento de estos conjuntos de datos en la producción de las estadísticas oficiales y, de esta manera, ampliar la oferta de información estadística que requiere el país. Para mayor información ingrese al siguiente enlace: Programa de fortalecimiento (dane.gov.co)

Algunas experiencias exitosas se relacionan a continuación:

- El Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) desde 2019, por medio de un proceso investigativo, ha consolidado un ejercicio de caracterización de los grupos de valor y de interés que interactúan con cada uno de los servicios y trámites de la entidad. A través de este ejercicio, la entidad busca brindar información actualizada de las características de los grupos de valor y de interés con los que interactúa con el propósito de mejorar los servicios y procesos de la entidad con base en la información recolectada sobre las variables demográficas, geográficas, intrínsecas y comportamentales. La información puede ser consultada en Caracterización de Grupos de Valor y de Interés.
- El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo desarrolló el aplicativo inhouse, el cual incorporó las diferentes variables de información, automatizando la recolección de datos para su consolidación y análisis. Este ejercicio facilitó el ejercicio de trabajo articulado con las diferentes áreas de trabajo para la captura de datos y su posterior uso y aprovechamiento. Se recomienda complementar las variables del aplicativo con variables intrínsecas y de comportamiento. El aplicativo se encuentra disponible en el siguiente enlace: Conectar (mincit.gov.co)

- El Hospital Militar Central desarrolló en el año 2018 un ejercicio que convocó a toda la entidad para desarrollar la caracterización y la identificación de todos sus grupos de valor a partir del reconocimiento de su cadena de valor. Adicionalmente, presenta los resultados que arrojan los ejercicios de caracterización en un formato innovador. La información puede ser consultada en el siguiente enlace: Caracterización de Usuarios - Hospital Militar Central.
- La Agencia para la Reincorporación y la Normalización -ARN ha adelantado ejercicios de caracterización de sus grupos de valor, lo cual ha contribuido en el diseño e implementación de la política pública de reincorporación y reintegración para responder a los desafíos que implican estos procesos. La información puede ser consultada en el siguiente enlace: ARN en cifras (reincorporacion.gov.co)
- La Alcaldía de Armenia presenta un aplicativo de uso interno que desarrolla el ejercicio de caracterización social situacional de habitantes de calle, experiencia que permite el uso y aprovechamiento de la información en tiempo real, generando estrategias de articulación de oferta para la reintegración de los habitantes de calle del municipio. La información puede ser consultada en el siguiente enlace: Intranet - Alcaldía de Armenia - INICIO

Tenga en cuenta

Para conocer otras experiencias que generan valor, lo invitamos a consultar el Banco de Éxitos del Premio Nacional de Alta Gerencia, en donde encontrará el registro de experiencias que podrán suministrar herramientas, modelos de operación, estrategias, proyectos y programas para la mejora de procesos y el aprovechamiento de oportunidades, en el siguiente enlace: Banco de Éxitos - Banco de Éxitos - Función Pública (funcionpublica.gov.co)

Bibliografía

Congreso de la República de Colombia (2013). Ley 1618 de 2013. Colombia. "Por medio de la cual se establecen las disposiciones para garantizar el pleno ejercicio de los derechos de las personas con discapacidad". Bogotá, Colombia. Recuperado de: Ley 1618 de 2013 - Gestor Normativo - Función Pública (funcionpublica.gov.co)

Departamento Administrativo de la Función Pública (2021). Manual operativo del modelo integrado de planeación y gestión. Bogotá, Colombia. Recuperado de: Manual Operativo MIPG (funcionpublica.gov.co)

Fernández, R. (2009). Segmentación de mercados. Primera Edición. México D.F. Editorial: McGraw Hill Education. Recuperado de: Segmentacion-de-mercados.pdf - Google Drive

Hernández, R. (2014). Metodología de la investigación. México D.F. Editorial: McGraw Hill Education. Recuperado de: Metodologia de la Investigacion - Sampieri (6ta edicion).pdf' - Google Drive

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Telecomunicaciones (2011). "Guía para la caracterización de usuarios de las entidades públicas. Gobierno en línea". Bogotá, Colombia. Recuperado de: articles-8536_recurso_1.pdf (mintic.gov.co)

Presidencia de la República (2017). "Guía de caracterización de ciudadanos, usuarios e interesados". Bogotá, Colombia. Recuperado de: guia-de-caracterizacion-de-ciudadanos-usuarios-e-interesados_web.pdf (dnp.gov.co)

Presidencia de la República (2017). "Guía de instrumentos de gestión de información pública". Bogotá, Colombia. Recuperado de: guia-instrumentos-gestion-informacion-publica-SecTransparencia-DAPRE.pdf (presidencia.gov.co)

FUNCIÓN PÚBLICA

Guía de caracterización de ciudadanía y grupos de valor

VERSIÓN 5

NOVIEMBRE DE 2022

Dirección de Participación, Transparencia y Servicio al Ciudadano

FUNCIÓN PÚBLICA
Carrera 6 n.º 12-62, Bogotá, D.C., Colombia
Conmutador: (+57) 601 7395656 / 86
Fax: (+57) 601 7395657
Web: www.funcionpublica.gov.co
eva@funcionpublica.gov.co
Bogotá, D.C., Colombia.

VISÍTANOS O ESCRÍBENOS: