

INTRODUCCIÓN

El instituto de Formación Técnica Profesional – INFOTEP HVG de Ciénaga Magdalena, presenta a sus colaboradores y grupos de interés en general la guía de para la caracterización de ciudadanía y grupos de valor, con el fin de que en la institución se realicen ejercicios de caracterización que permitan identificar particularidades de la ciudadanía y grupos de interés con los cuales interactúa diariamente.

La caracterización proporciona a la institución herramientas para tomar mejores decisiones y responde de manera más acertada a las necesidades y expectativas de los grupos de valor. Así mismo, contribuye a mejorar la oferta institucional.

Esta guía fue realizada con base en la Guía de caracterización de ciudadanía y grupos de valor versión 4 que provee Función pública la cual se enfoca en 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.

1. GENERALIDADES ASOCIADAS A LA CARACTERIZACIÓN

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

Es un ejercicio investigativo que tiene como fin 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 Función pública propone para el ejercicio de caracterización la segmentación, la cual es definida de según el ministerio de Tecnología de Información y Comunicaciones 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 se habla de segmentación de ciudadanía y grupos de valor.

1.2 ¿Porque es importante la caracterización de la ciudadanía y grupos de valor?

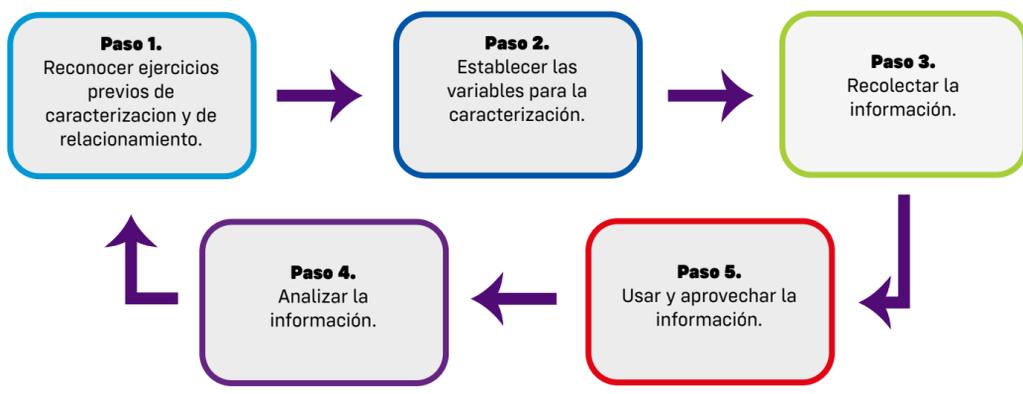
La caracterización se hace con el fin de facilitar y promover el diseño e implementación de políticas públicas de manera transversal, en tanto es un insumo clave para la toma de decisiones con base en la identificación de necesidades que se deben satisfacer, para el diseño de estrategias que fortalezcan 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.

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

De acuerdo con lo planteado en el Modelo Integrado de Planeación y Gestión – MIPG en la política de servicio al ciudadano, las entidades deben caracterizar a sus usuarios al menos una vez al año o cuando se requiera de tal forma que permita:

- » 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.

2. PASOS PARA CARACTERIZAR A LA CIUDADANÍA Y GRUPOS DE VALOR



Paso 1

Reconocer ejercicios previos de caracterización y de relacionamiento

Es necesario revisar mecanismo y estrategias que han sido utilizadas para el levantamiento de información.

En este es importante información de 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.

Para la identificación de actores la Función Pública invita a utilizar en instrumento de “Mapa de actores y grupos interesados” Función Pública, 2019.

En cuanto eso esté listo es necesario desarrollar las siguientes actividades:

Formular 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.

Identificar 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.

Seleccionar 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.

Herramienta recomendada: Instrumento para la identificación de objetivos y alcance de la caracterización.

Paso 2

Establecer las variables para la caracterización

En este punto se identifican cuáles son las variables que van a ser estudiadas y cuál es el nivel de profundidad o desagregación de la información, las variables que sean elegidas deberán atender al objetivo o propósito de la caracterización.

Variables sugeridas:

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.

Consistentes:

Variables cuyos resultados o valores permanecen en el tiempo.

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:

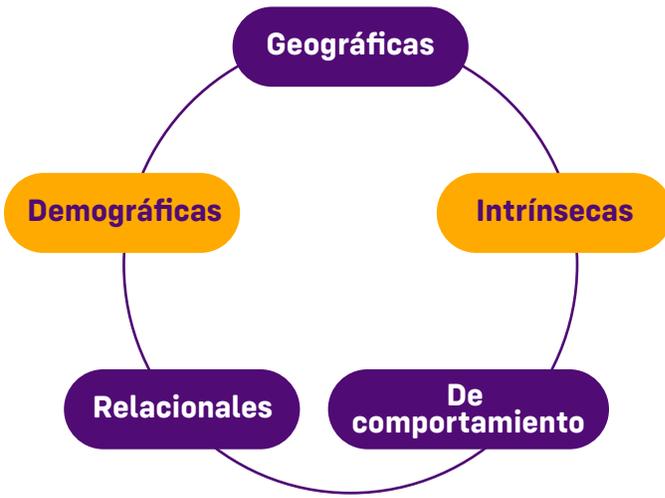
Se refiere a las acciones observadas en las organizaciones atendidas por la entidad. Estas características buscan reconocer los procesos y criterios bajo los cuales las organizaciones generan interacciones con la entidad. Al ser cercanas a las motivaciones de la toma de decisión en una organización, permiten acercarse a los usuarios de manera oportuna y relevante. En este aspecto se encuentran variables como la cultura organizacional, mecanismos y canales empleados por la organización (usuario), 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.

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.

Niveles de conocimiento de las agrupaciones poblacionales



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.

Paso 3

Recolectar información

Con base en los objetivos de la caracterización, recolectar la información pertinente sobre los atributos, variables características, necesidades, intereses, expectativas y preferencias.

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

Técnicas e instrumentos cualitativos para la 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.

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.

Paso 4

Analice la información

En cuando se definen las variables y se recolecta la información para el ejercicio de caracterización se establece el nivel de profundidad identificando 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.

En cuanto se establecen las variables se consolida la información sobre los resultados de la caracterización de tal forma que funcione de 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 para que cualquier persona pueda reutilizar la información. Siendo así, se debe hacer 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 que cualquier usuario pueda reutilizar dicha información.

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.

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.

REFERENCIA

Documento Guía de caracterización de ciudadanía y grupos de valor – Versión 4. Dirección, transparencia y servicio al ciudadano (2022)