

MANUAL
CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS

MA-GEGI-002



Supersolidaria

Superintendencia de la Economía Solidaria

Gestión de Grupos de Interés

Abril 2021

	MANUAL CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Código: MA-GEGI-002 AGO-2023 Versión: 1
---	---	--

TABLA DE CONTENIDO

1.	INTRODUCCIÓN	1
2.	OBJETIVOS	1
2.1.	OBJETIVO GENERAL	1
2.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	1
3.	ALCANCE	2
4.	MARCO CONCEPTUAL	2
4.1.	¿QUÉ ES LA CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS?	2
4.2.	ENFOQUE Y USO DE LA CARACTERIZACIÓN EN CADA POLÍTICA	4
4.3.	GRUPOS DE INTERÉS QUE DEBEN SER CARACTERIZADOS.....	5
...5		
5.	PROCEDIMIENTO PARA CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS EN LA SUPERSOLIDARIA	7
6.	BIBLIOGRAFÍA	21
7.	HISTORIAL DE CAMBIOS	21

Proceso (s) relacionado (s): Gestión de Grupos de Interes	Elaboró: Ronald Santamaría, Javier Segura Restrepo
	Revisó: Hilda Álzate Martínez
	Aprobó: Ingrid Palacino Pereira
	Fecha de actualización: Agosto 2023

	MANUAL CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Código: MA-GEGI-002 AGO-2023 Versión: 1
---	---	--

1. Introducción

La Superintendencia de la Economía Solidaria es un organismo de carácter técnico adscrito al Ministerio de Hacienda y Crédito Público, con personería jurídica, autonomía administrativa y financiera. (Artículo 33 Ley 454 de 1998). El Presidente de la República ejercerá por conducto de la Superintendencia de la Economía Solidaria – Supersolidaria – la inspección, vigilancia y control de las organizaciones de la Economía Solidaria, en las que se encuentran Cooperativas, Cooperativas de Ahorro y Crédito, Fondos, Mutuales y otras estipuladas en la Circular Externa No 1 de 2016. Con este Manual se puede identificar la población objetivo de trámites, así como las necesidades y expectativas de los ciudadanos, organizaciones y partes interesadas en materia de información, también es posible conocer y fortalecer los canales de atención, resolviendo los requerimientos de la población estudiada, con eficiencia y calidad.

El Manual de Caracterización de Usuarios de la Supersolidaria es una herramienta administrativa que describe procedimientos, actividades, áreas y funcionarios responsables, que permite identificar las características, tipologías y necesidades de sus grupos de interés.

Es importante señalar que las personas jurídicas o naturales con las cuales interactúa dentro del quehacer misional y funcionamiento, serán denominados como los grupos de interés que se tendrán en cuenta en un ejercicio de caracterización.

El presente manual da cumplimiento al criterio diferencial de accesibilidad (Art 8 de la Ley 1712 de 2014), a la Guía de Caracterización de Ciudadanos, Usuarios e Interesados del Departamento de Planeación Nacional y a los Sistemas de Gestión de Calidad y Ambiental el cual facilita que las poblaciones específicas accedan a la información que particularmente las afecte.

2. Objetivos

2.1. Objetivo General

Definir lineamientos para caracterizar los ciudadanos, usuarios e interesados que interactúan con la Superintendencia de la Economía Solidaria a través de la identificación, análisis y evaluación de sus necesidades, expectativas y requerimientos.

2.2. Objetivos Específicos

- Identificar y describir a los ciudadanos, usuarios e interesados que hacen uso de los trámites y servicios de la Supersolidaria
- Identificar las fuentes de información para caracterizar a los ciudadanos, usuarios e interesados.

Proceso (s) relacionado (s): Gestión de Grupos de Interes	Elaboró: Ronald Santamaría, Javier Segura Restrepo
	Revisó: Hilda Álzate Martínez
	Aprobó: Ingrid Palacino Pereira
	Fecha de actualización: Agosto 2023

	MANUAL CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Código: MA-GEGI-002 AGO-2023 Versión: 1
---	---	--

- Describir los canales de atención disponibles en la entidad para la interacción con el ciudadano, usuarios e interesados.
- Segmentar y clasificar a los grupos de interés identificados, con el fin de establecer atributos similares para la posterior gestión de acciones comunes
- Establecer la presentación, publicación y divulgación del Informe de Caracterización de los usuarios e interesados.
- Dar pautas para la toma de decisiones basados en el Informe de Caracterización de los usuarios e interesados.
- Adaptar la Guía de Caracterización de Ciudadanos, Usuarios e Interesados del Departamento Administrativo de Función Pública.

3. Alcance

Con el presente Manual se busca caracterizar a los grupos de interés que interactúan con la Superintendencia de Economía Solidaria y requieren de los diferentes trámites y servicios que por ley corresponden a la Entidad, teniendo en cuenta las variables geográficas, demográficas y de comportamiento que los afectan.

Se definen los lineamientos y las fuentes para la caracterización de los grupos de interés, la descripción de las interacciones y relaciones con éstos por parte de la Superintendencia, la caracterización y segmentación de los usuarios con base en los lineamientos normativos existentes, las políticas de integración de población discapacitada, y la identificación inicial de los procesos involucrados en la atención.

4. Marco Conceptual

La caracterización de ciudadanos, usuarios e interesados apoya el cumplimiento de algunas de las principales disposiciones de la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional, Ley 1712 de 2014 y de su decreto reglamentario 1081 de 2015

4.1. ¿Qué es la Caracterización de Usuarios?

Caracterizar es identificar las particularidades (características, necesidades, intereses, expectativas y preferencias) de los ciudadanos, usuarios o interesados con los cuales interactúa una entidad, con el fin de agruparlos según atributos o variables similares y, a partir de allí, gestionar acciones para:

Proceso (s) relacionado (s): Gestión de Grupos de Interes	Elaboró: Ronald Santamaría, Javier Segura Restrepo
	Revisó: Hilda Álzate Martínez
	Aprobó: Ingrid Palacino Pereira
	Fecha de actualización: Agosto 2023

Ilustración 1 Acciones



Fuente: Adaptado de la Guía de caracterización de ciudadanos, usuarios e interesados. DNP. 2015

Lo anterior, permite asegurar el óptimo uso de los recursos por parte de las entidades de la Administración Pública y fortalecer la confianza de los ciudadanos en las entidades y en el Estado.

Al igual que un ejercicio de segmentación de mercado *ilustración 2*, se presenta la clasificación de usuarios objeto de la entidad. Mediante la caracterización de usuarios, la Supersolidaria puede adaptar sus trámites y servicios, generando estrategias administrativas con el fin de ser dirigidas específicamente a los segmentos establecidos.

Proceso (s) relacionado (s): Gestión de Grupos de Interés	Elaboró: Ronald Santamaría, Javier Segura Restrepo
	Revisó: Hilda Álzate Martínez
	Aprobó: Ingrid Palacino Pereira
	Fecha de actualización: Agosto 2023

Ilustración 2 Segmentación de Mercado



Fuente: Adaptado de la Guía de caracterización de ciudadanos, usuarios e interesados. DNP. 2015

4.2. Enfoque y uso de la caracterización en cada política

La caracterización de ciudadanos, usuarios o grupos de interés es un requisito común de varias de las Políticas de Desarrollo Administrativo establecidas en el Decreto 1083 de 2015. 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:

	Objetivo	Enfoque	Ventajas
Transparencia	Regular el derecho de acceso a la información pública que tienen todas las personas, los procedimientos para el ejercicio y la garantía del derecho fundamental así como las excepciones a la publicación de información pública	<ul style="list-style-type: none"> Garantizar el derecho al acceso de información. Conocer las necesidades o expectativas en materia de información de ciudadanos, usuarios o interesados. Adecuar el proceso y procedimientos para la entrega de información 	Identificar proactivamente la información que pudiera ser requerida por los ciudadanos, usuarios o interesados, e identificar el lenguaje claro que debe ser usado para dirigirse o para interactuar con ellos.

	Objetivo	Enfoque	Ventajas
Servicio al Ciudadano	Mejorar la efectividad, colaboración y eficiencia de las entidades y sus capacidades para atender oportunamente y con calidad los requerimientos de los ciudadanos	<ul style="list-style-type: none"> Adecuar y mejorar la oferta institucional de trámites y servicios. Adecuar arreglos institucionales. 	Identificar los canales sobre los que se deben priorizar las acciones para la atención adecuada, la presentación de información, la adecuación de instalaciones físicas, la implementación de nuevas

Proceso (s) relacionado (s): Gestión de Grupos de Interés	Elaboró: Ronald Santamaría, Javier Segura Restrepo
	Revisó: Hilda Álzate Martínez
	Aprobó: Ingrid Palacino Pereira
	Fecha de actualización: Agosto 2023

	MANUAL CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Código: MA-GEGI-002 AGO-2023 Versión: 1
---	---	--

	<ul style="list-style-type: none"> • Adecuar procesos y tecnologías para los trámites y procedimientos para la entrega de servicios. • Adecuar o implementar canales de atención.
--	---

	Objetivo	Enfoque	Ventajas
Participación Ciudadana y Rendición de Cuentas	Garantizar acceso a una información veraz, comprensible, útil y oportuna para una adecuada rendición de cuentas y para incentivar la participación ciudadana en la gestión	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar necesidades y canales de preferencia de los interesados en materia de información y diálogo. • Revisar o adaptar información en lenguaje claro. • Identificar propuestas ciudadanas para la solución de problemas o innovación en la gestión 	Fortalecer las estrategias de comunicación, estableciendo canales de comunicación idóneos para el diálogo. Identificar el tipo de lenguaje claro a utilizar en la interacción con los grupos de interés, para asegurar la máxima comprensión de la información

	Objetivo	Enfoque	Ventajas
Gobierno en Línea	Caracterizar los grupos de interés que interactúan con la entidad para conocer sus necesidades, tendencias y preferencias, con el fin de diseñar o rediseñar servicios en línea que mejore su calidad de vida, haciendo más eficiente la gestión pública.	<ul style="list-style-type: none"> • Tener información adecuada para toma de decisiones que optimice la gestión mediante el uso de TIC'S. • Diseñar y rediseñar trámites y servicios digitales que faciliten el acceso ciudadano. • Conocer las preferencias de los interesados para mejorar su vinculación por los diferentes canales acorde con sus características 	Desarrollar servicios y trámites en línea útiles, y pertinentes, atendiendo las necesidades de los usuarios. Generar mayor efectividad en las estrategias de participación ciudadana a través de medios electrónicos, logrando generar una interacción oportuna y en lenguaje claro..

Fuente: Adaptado de la Guía de caracterización de ciudadanos, usuarios e interesados. DNP. 2015

Finalmente, los ejercicios de caracterización son un insumo importante para identificar el tipo de lenguaje a utilizar en la interacción de la Supersolidaria con los ciudadanos, usuarios o grupos de interés, el cual debe adaptarse teniendo en cuenta el contexto, nivel de escolaridad y condiciones particulares de los interlocutores, para asegurar la máxima comprensión de los contenidos.

4.3. Grupos de interés que deben ser caracterizados

Ilustración 3 Grupos de Interés a caracterizar

Proceso (s) relacionado (s): Gestión de Grupos de Interés	Elaboró: Ronald Santamaría, Javier Segura Restrepo
	Revisó: Hilda Álzate Martínez
	Aprobó: Ingrid Palacino Pereira
	Fecha de actualización: Agosto 2023

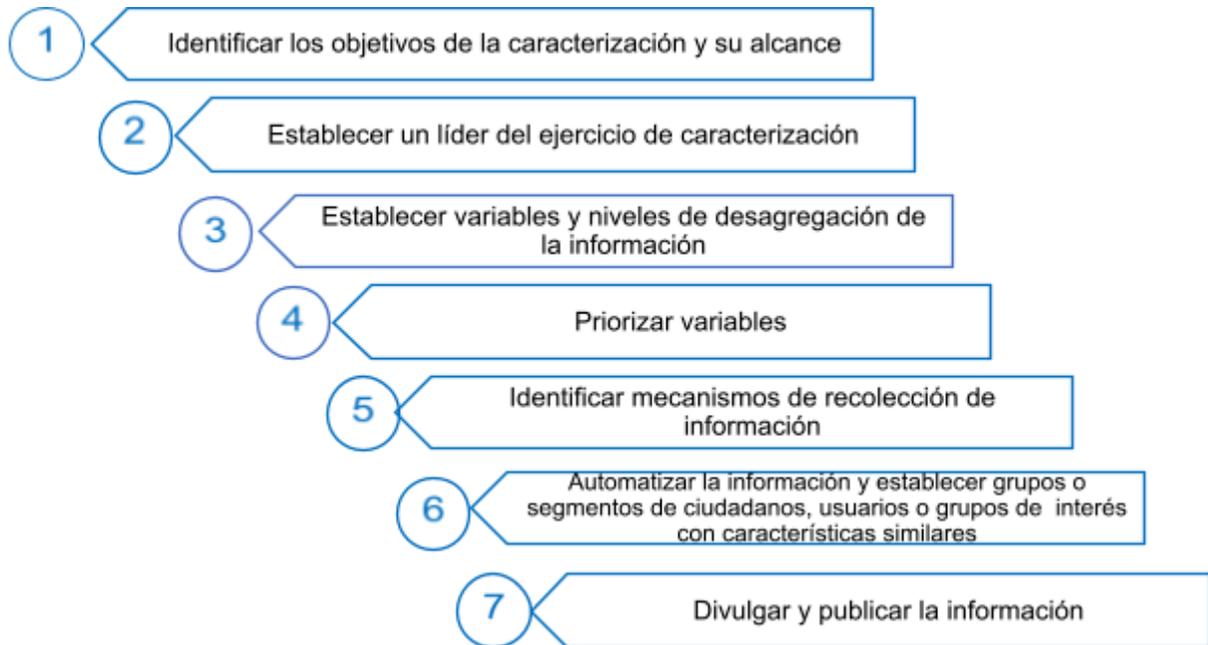


Fuente: Adaptado de la Guía de caracterización de ciudadanos, usuarios e interesados. DNP. 2015

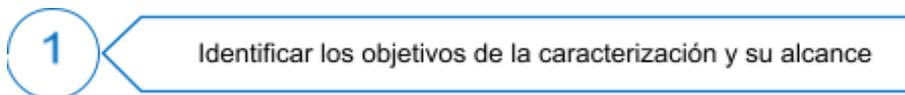
Proceso (s) relacionado (s): Gestión de Grupos de Interés	Elaboró: Ronald Santamaría, Javier Segura Restrepo
	Revisó: Hilda Álzate Martínez
	Aprobó: Ingrid Palacino Pereira
	Fecha de actualización: Agosto 2023

5. Procedimiento para Caracterización de Usuarios en la Supersolidaria

Ilustración 4 Pasos para la Caracterización de Usuarios



Fuente: Adaptado de la Guía de caracterización de ciudadanos, usuarios e interesados. DNP. 2015



El primer paso es establecer claramente para qué se hace una caracterización y cuál es el uso que se va a dar a los resultados. Dado que existen varias políticas que requieren del ejercicio de caracterización, es recomendable que la entidad formule un objetivo general que incluya los propósitos del ejercicio y luego, en los objetivos específicos, formule el alcance de la caracterización para cada una de estas políticas.

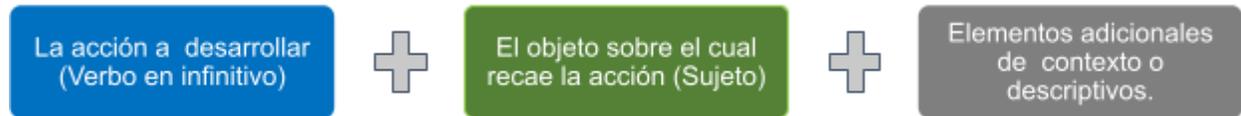
¿Cómo formular Objetivo General?

El objetivo general debe recoger el propósito de la caracterización. La formulación de este objetivo requiere de la comprensión de la necesidad o problemática para identificar posibles acciones que ofrezcan solución.

El objetivo general se debe formular con los siguientes componentes:

Proceso (s) relacionado (s): Gestión de Grupos de Interés	Elaboró: Ronald Santamaría, Javier Segura Restrepo
	Revisó: Hilda Álzate Martínez
	Aprobó: Ingrid Palacino Pereira
	Fecha de actualización: Agosto 2023

	MANUAL CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Código: MA-GEI-002 AGO-2023 Versión: 1
---	---	---



Fuente: Elaboración propia basado en Guía de caracterización de ciudadanos, usuarios e interesados. DNP. 2015

¿Cómo formular Objetivo Específicos?

Los objetivos específicos deben desarrollar el objetivo general pues constituyen una desagregación del mismo. Por lo tanto, 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, pues permite identificar el tipo de información que se requiere, 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.

2 Establecer un líder del ejercicio de caracterización

Una vez identificados los objetivos generales y específicos del ejercicio de caracterización, el Jefe de la Oficina Asesora de Planeación y Sistemas, delega en un funcionario del área, el liderazgo al interior de la entidad con las dependencias interesadas en el uso de la información.

El líder de la caracterización deberá:

- Centralizar la información que resulte del ejercicio.
- Difundir la información en la entidad para mejorar las intervenciones de las diferentes dependencias de cara al ciudadano
- Asegurar que los resultados sean publicados como datos abiertos para que puedan ser reutilizados por cualquier usuario
- Promover el uso de los resultados de los ejercicios de caracterización y el análisis de la información para que sea actualizado permanentemente
- Facilitar la consulta externa de los resultados de la caracterización para generar sinergias con otras entidades, la ciudadanía en general, los usuarios o los interesados

Proceso (s) relacionado (s): Gestión de Grupos de Interés	Elaboró: Ronald Santamaría, Javier Segura Restrepo
	Revisó: Hilda Álzate Martínez
	Aprobó: Ingrid Palacino Pereira
	Fecha de actualización: Agosto 2023

Fuente: Adaptado de la Guía de caracterización de ciudadanos, usuarios e interesados. DNP. 2015

3

Establecer variables y niveles de desagregación de la información

Este 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.

La mayoría 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. A continuación se identifican las variables, las cuales se articulan con los intereses, necesidades, objetivos definidos, tipología de servicios y misión de la Superintendencia de la Economía Solidaria. Las variables elegidas deberán atender el objeto y propósito de la caracterización.

Categorías para la Caracterización

A continuación se presentan las principales categorías de variables para la caracterización de personas naturales (ciudadanos, usuarios o interesados) y para la caracterización de personas jurídicas de la entidad.

1. Personas Naturales

Son variables que agrupan la mayoría de ciudadanos, usuarios o interesados en grupos geográficos, demográficos, de comportamiento e intrínsecos. Esta categoría permite estudiar las características en la mayoría de sus individuos. Para esta categoría se recomiendan las siguientes variables:

A. Variables Geográficas:

Se refieren a la ubicación geográfica de los ciudadanos, usuarios o interesados y a aquellas características que están directamente relacionadas. Se considera un dato relevante, pero por si solo no genera información para acciones específicas

	Clima	Es de utilidad para el diseño o rediseño de espacios físicos de atención al ciudadano, de protocolos de atención o para la adecuación de horarios de atención. Ejemplo: cálido, templado, frío
---	--------------	--

Proceso (s) relacionado (s): Gestión de Grupos de Interés	Elaboró: Ronald Santamaría, Javier Segura Restrepo
	Revisó: Hilda Álzate Martínez
	Aprobó: Ingrid Palacino Pereira
	Fecha de actualización: Agosto 2023

	MANUAL CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Código: MA-GEGI-002 AGO-2023 Versión: 1
---	---	--

	Ubicación	Permite a la entidad identificar usuarios con características homogéneas dentro de una localidad definida. Ejemplo: Una región, departamento, ciudad, y/o barrio
---	------------------	--

Fuente: Adaptado de la Guía de caracterización de ciudadanos, usuarios e interesados. DNP. 2015

B. Variables Demográficas:

Estas variables hacen referencia a características de la población. Al igual que las variables geográficas, este es uno de los niveles comunes para la caracterización de usuarios. A continuación se presentan las variables y sus características dentro de cada uno que permiten diferenciar los grupos de usuarios:

	Tipo y número de documento	Variable que permite determinar el tipo de documento de identificación del interesado y establecer un parámetro de identificación único por cada individuo para facilitar cruces de bases de datos y búsquedas de información
	Edad	Permite clasificar los ciudadanos por rangos de edades. Su importancia radica en que permite identificar la influencia que esta variable tiene sobre las preferencias, roles y expectativas
	Género	Esta variable tiene relación con las variables intrínsecas y de comportamiento, por la influencia que las diferencias biológicas y/o las relaciones culturales sobre cada género que pueden incidir en el individuo. Ejemplo: masculino, femenino
	Estrato socio económico	Esta variable es importante ya que permite hacer relaciones sobre la capacidad económica de los ciudadanos.
	Actividad Económica	Esta variable es importante para aquellos servicios en los que las necesidades atendidas están asociadas a las carencias que emergen de la ocupación y/o actividad económica del interesado. Ejemplo: estudiante, ama de casa, empleado, empresario o trabajador independiente, jubilado/pensionado/retirado, desempleado.
	Escolaridad	Esta variable es importante para aquellos servicios en los que las necesidades atendidas están asociadas a las carencias que emergen del nivel de estudios alcanzado por el usuario interesado. Ejemplo: ninguna, primaria, secundaria, universitaria, especialización, maestría, doctorado.
	Etnia	Esta variable permite identificar la pertenencia o identificación que tiene el individuo con un grupo étnico, con rasgos socioculturales diferentes con respecto a otros grupos o individuos. Ejemplo: población afrocolombiana, negra, palenquera, raizal, indígena.
	Estado del ciclo 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 interesado. Ejemplo: soltero(a), unión libre, casado(a) sin hijos, casado(a) con hijos, casado(a) con hijos independientes, viudo(a)

Proceso (s) relacionado (s): Gestión de Grupos de Interés	Elaboró: Ronald Santamaría, Javier Segura Restrepo
	Revisó: Hilda Álzate Martínez
	Aprobó: Ingrid Palacino Pereira
	Fecha de actualización: Agosto 2023

	MANUAL CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Código: MA-GEGI-002 AGO-2023 Versión: 1
---	---	--

	Lenguaje o idioma	Esta variable es importante para garantizar el acceso incluyente de todos los usuarios de servicios con lenguajes heterogéneos. Ejemplo: español, inglés, wayuu, chibcha, quechua y otros nacionales, así como internacionales
	Ingresos	Esta variable es importante para identificar la capacidad económica de los usuarios. Los rangos específicos dependen de las características de la entidad prestadora del servicio y el servicio a prestar

Fuente: Adaptado de la Guía de caracterización de ciudadanos, usuarios e interesados. DNP. 2015

C. Variables de comportamiento

Se refieren a las acciones observadas en los ciudadanos, usuarios o grupos 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.

	Niveles de uso	Hace referencia a la frecuencia con la que el usuario interactúa con la entidad. Esta variable es importante en aquellos casos en los que un ciudadano requiera reiteradamente un mismo servicio. Ejemplo: usuario potencial, ciudadanos que interactúa con la entidad por primera vez, usuario habitual.
	Beneficios buscados	Calidades del servicio que el ciudadano valora o espera. Esta variable es importante para el diseño de los servicios de mayor impacto en la satisfacción de los ciudadanos. Ejemplo: amabilidad, oportunidad, cobertura, accesibilidad.

Fuente: Adaptado de la Guía de caracterización de ciudadanos, usuarios e interesados. DNP. 2015

D. Variables Intrínsecas

Se refieren a actividades o valores comunes (preferencias individuales o estilos de vida) de los ciudadanos, usuarios o interesados que permiten identificar características para diferenciarlos.

	Intereses	Es importante para identificar temas comunes que faciliten la comunicación con los usuarios, la posible oferta de servicios según sus intereses, así como información importante que necesite el ciudadano. Ejemplo: Información: ejecución presupuestal, cumplimiento de metas de plan de desarrollo, política social.
	Lugares de encuentro	Esta variable identifica los espacios visitados por los interesados, permitiendo identificar cuales se pueden utilizar para la divulgación y comunicación de trámites y servicios, o para alguna actividad de caracterización. Ejemplo: Medios de comunicación, sitios y portales web, foros, redes sociales, entre otros
	Acceso a canales	La importancia de esta variable radica en que permite identificar los canales potenciales por los cuales puede contactar a sus usuarios, de acuerdo con las localidades donde viven y/o trabajan. Ejemplo: internet, telefonía móvil, telefonía fija, fax, redes sociales, televisión, presencial
	Uso de canales	Esta variable es importante para identificar canales de comunicación y/o prestación de servicios, en los cuales la relación sea más efectiva, en especial por la frecuencia de uso del canal. Ejemplo: internet, telefonía, televisión, puntos de atención, ferias de servicio, foros, conversatorios, correo postal, redes sociales, etc.

Proceso (s) relacionado (s): Gestión de Grupos de Interés	Elaboró: Ronald Santamaría, Javier Segura Restrepo
	Revisó: Hilda Álzate Martínez
	Aprobó: Ingrid Palacino Pereira
	Fecha de actualización: Agosto 2023

	MANUAL CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Código: MA-GEGI-002 AGO-2023 Versión: 1
---	---	--

	Conocimiento	Esta variable da cuenta del nivel de conocimiento del interesado sobre los servicios de la entidad. Esta variable es importante para el diseño de una estrategia de comunicación y de nuevos servicios y canales. Ejemplo: sin conocimiento del servicio, consciente de la existencia del servicio, usuario 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 el servidor y los usuarios interesados. Ejemplo: en la costa la palabra “perendengue” hace referencia a solicitudes innecesarias que no son de utilidad.

Fuente: Adaptado de la Guía de caracterización de ciudadanos, usuarios e interesados. DNP. 2015

2. Personas Jurídicas

Las variables que se presentan en esta sección son usadas para la caracterización de organizaciones en general.

A. Variables geográficas

Estas variables son similares a las identificadas para los ciudadanos particulares, presentan los mismos beneficios y dificultades.

	Cobertura geográfica	Alcance geográfico de la gestión de la entidad. Esta variable es importante para identificar la variedad de localidades donde la entidad hace su gestión. Ejemplo: municipal, nacional, regional.
	Dispersión	Cantidad de sucursales de la entidad. Esta variable permite determinar la ubicación geográfica 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 entidad. 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.

Fuente: Adaptado de la Guía de caracterización de ciudadanos, usuarios e interesados. DNP. 2015

B. Variables tipología organizacional

Cuando los usuarios o grupos 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.

	Tamaño de la entidad	Puede medirse a través del número de empleados, o por monto del presupuesto asignado o de los ingresos. Esta variable es importante para aquellos servicios cuya prestación está asociada al tamaño de la organización usuaria.
	Organización o Sector del cual depende	Hace referencia a si existe una organización superior, como en el caso de los conglomerados o las entidades del estado. Esta variable es importante para identificar necesidades de aprobación en las exigencias de servicios de las organizaciones interesadas. Ejemplo: entidad cabeza de sector, entidad adscrita, entidad vinculada, grupo industrial, casa matriz de una multinacional.

Proceso (s) relacionado (s): Gestión de Grupos de Interés	Elaboró: Ronald Santamaría, Javier Segura Restrepo
	Revisó: Hilda Álzate Martínez
	Aprobó: Ingrid Palacino Pereira
	Fecha de actualización: Agosto 2023

	Industria	Es importante para aquellos servicios en los que las necesidades de las organizaciones dependen del desarrollo de su actividad. Ejemplo: producción de alimentos, servicios hoteleros, productos agropecuarios, entre otras.
	Tipo de ciudadano	Hace referencia a los grupos 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.
	Canales de atención	Canales de interacción que las entidades usuarias tienen para su relación con su población objetivo. Ejemplo: oficinas presenciales de atención, centros integrados de servicios, telefonía fija, call center, portal Web, redes sociales, entre otros.

Fuente: Adaptado de la Guía de caracterización de ciudadanos, usuarios e interesados. DNP. 2015

C. Variables de comportamiento organizacional

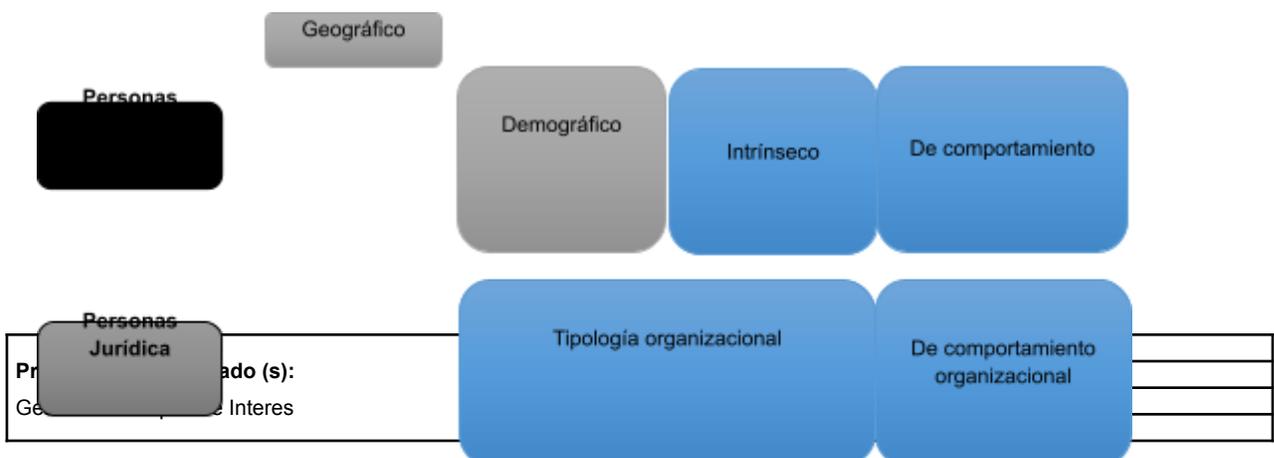
	Procedimiento usado	Mecanismos y canales empleados por la organización, para solicitar la prestación de un servicio a la entidad. Esta variable permite identificar si los procedimientos establecidos y los canales habilitados responden a las necesidades de las organizaciones o si se requieren adecuaciones o ajustes.
	Responsable de la interacción (Gestor del procedimiento)	Es la persona responsable y/o presente (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 del mismo. Ejemplo: contratista, funcionario de carrera, directivo, asesor, profesional, técnico asistencial.

Fuente: Adaptado de la Guía de caracterización de ciudadanos, usuarios e interesados. DNP. 2015

Nivel de profundidad o desagregación requerido

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 sector es una agrupación poblacional muy general, mientras que el segmento es una agrupación poblacional con características y necesidades comunes más específicas. (Transparencia).

Ilustración 5 Nivel de desagregación



Sectores



Nivel de desagregación

Fuente: Adaptado de la Guía de caracterización de ciudadanos, usuarios e interesados. DNP. 2015

La ilustración anterior presenta la relación entre los niveles de desagregación de la información y las categorías de variables propuestas para los ejercicios de caracterización. Es recomendable que el nivel de profundidad 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 planes de acción.

Sin embargo, 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. Por eso la Supersolidaria considera que el nivel de desagregación adecuado para un ejercicio, es llegar hasta el segmento con las fuentes de información establecidas por la Oficina Asesora de Planeación y Sistemas.

4

Priorizar Variables

Una vez identificadas las variables de persona natural y persona jurídica, y el nivel de profundidad a medir en el tarea de caracterización, es importante hacer una priorización de las mismas, con el fin de escoger solamente aquellas que sean relevantes para el cumplimiento de los objetivos, sean fácilmente medibles y el beneficio de la información que aporta al ejercicio sea superior al costo de su recolección.

A continuación, se proponen los siguientes criterios los cuales serán utilizados para definir las variables:

Criterio	Definición
1. Relevantes	Aquellas que están relacionadas con el objetivo de la caracterización y aportan al cumplimiento de los objetivos del ejercicio.

Proceso (s) relacionado (s): Gestión de Grupos de Interes	Elaboró: Ronald Santamaría, Javier Segura Restrepo
	Revisó: Hilda Álzate Martínez
	Aprobó: Ingrid Palacino Pereira
	Fecha de actualización: Agosto 2023

	MANUAL CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Código: MA-GEGI-002 AGO-2023 Versión: 1
---	---	--

2. 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 la misma.
3. Medibles	Aquellas pueden observarse o medirse para cada ciudadano, usuario o grupo de interés.
4. Asociativas	Aquellas que permitan realizar segmentaciones. Estas variables deben asociarse o relacionarse con las necesidades de la mayoría de los usuarios de cada grupo para garantizar la relevancia.
5. Consistentes	Variables cuyos resultados o valores permanecen en el tiempo.

Fuente: Adaptado de la Guía de caracterización de ciudadanos, usuarios e interesados. DNP. 2015

Para el ejercicio de priorización se debe diligenciar el formato **FT-GEGI-008 Priorización Variables de caracterización de usuarios** con las variables identificadas. Para cada variable, se debe asignar una calificación de uno (1) si la variable cumple con el requisito o cero (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 lo anterior y que el puntaje máximo por variable es de cinco puntos, las variables que sumen cuatro (4) o más, serán seleccionadas como objeto de levantamiento y análisis de la información para el desarrollo del ejercicio de caracterización que se adelante en la entidad.

Ilustración 6 FT-GEGI-008 Priorización Variables de caracterización de usuarios

Proceso (s) relacionado (s): Gestión de Grupos de Interés	Elaboró: Ronald Santamaría, Javier Segura Restrepo
	Revisó: Hilda Álzate Martínez
	Aprobó: Ingrid Palacino Pereira
	Fecha de actualización: Agosto 2023

	PRIORIZACIÓN DE VARIABLES PARA EJERCICIO DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Código: FT-GEGI-008 Dic - 2020 Revisión: 00						
Categoría	Variable Relevante	Calificación de la Variable				Calificación Total	Seleccionada	
		Económica	Medible	Asociativa	Consistente		Si	No
Geográfica						0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
						0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
						0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Demográficas						0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
						0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
						0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Intrínsecas						0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
						0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
						0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De comportamiento						0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
						0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
						0	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Procesos relacionados: GESTIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS		Elaboró: Javier Mauricio Segura Restrepo Revisó: Hilda Alzate Aprobó: Hilda Alzate Fecha vigencia: 1 de Noviembre de 2020						

Fuente ISOLución, mapa de procesos, proceso Gestión de grupos de interés

5

Identificar mecanismos de recolección de información

En este paso se identifican los mecanismos mediante los cuales se puede recolectar la información que servirá como insumo para la caracterización de los ciudadanos, usuarios o interesados. Es muy importante establecer el alcance, los recursos y revisar los objetivos del ejercicio de caracterización, ya que éstos determinarán los instrumentos que se deben utilizar. Para el tratamiento de la información recolectada, la entidad deberá tener una política de protección de datos personales y deberá establecer en el índice de información clasificada y reservada, si existen motivaciones para realizar una clasificación.

Proceso (s) relacionado (s): Gestión de Grupos de Interés	Elaboró: Ronald Santamaría, Javier Segura Restrepo
	Revisó: Hilda Alzate Martínez
	Aprobó: Ingrid Palacino Pereira
	Fecha de actualización: Agosto 2023

	MANUAL CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Código: MA-GEGI-002 AGO-2023 Versión: 1
---	---	--

A continuación, se describen los mecanismos de recolección de información más comunes, teniendo en cuenta sus principales casos de uso, recomendaciones, beneficios y ejemplos, con el fin de brindar información útil para elegir el mecanismo de información más adecuado, de acuerdo con los objetivos de la caracterización.

Antes de utilizar cualquiera de los instrumentos para reunir información, se deben revisar los Sistemas de Información de la entidad conocidos como Registros administrativos así como la información disponible en bases de datos de otras entidades¹, encuestas y estudios realizados por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) entre otros, con el propósito de minimizar los costos y lograr un mejor aprovechamiento de los recursos

Registros administrativos (perfiles o expedientes)	Se refiere a los registros almacenados que contienen la información de los usuarios que se han recolectado a lo largo de la interacción del usuario 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.	
Uso	Ventajas	
Se usan datos disponibles en los perfiles o expedientes de los usuarios, para realizar su caracterización. Esta tarea de agregación se facilita cuando estos se encuentran en bases y/o bodegas de datos que permitan la búsqueda por parámetros definidos por el administrador de las mismas. Es importante realizar constantemente la actualización de la información.	Es posible mejorar este tipo de herramientas cuando los expedientes incorporan la actividad histórica del ciudadano, permitiendo conocer directamente su comportamiento. En los casos que la caracterización se esté haciendo sobre los usuarios actuales de la entidad, el ejercicio puede hacerse representativo estadísticamente con base en datos de atención de usuarios que maneja la entidad.	
Advertencia o recomendación	Recursos adicionales	
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 de la información que lleve la entidad (ej: información de usuarios dispersa en diferentes bases de datos que no sea fácil de unificar).	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 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. 	

Fuente: Adaptado de la Guía de caracterización de ciudadanos, usuarios e interesados. DNP. 2015

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, teniendo la oportunidad de recoger 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.	
Uso	Ventajas	

¹ Se sugiere visitar el portal www.datos.gov.co en donde se encuentra el Catálogo de Datos Abiertos, en donde las entidades públicas publican sus datos en formato abierto para que puedan ser aprovechados por terceros para el desarrollo de servicios de valor agregado.

Proceso (s) relacionado (s): Gestión de Grupos de Interés	Elaboró: Ronald Santamaría, Javier Segura Restrepo
	Revisó: Hilda Álzate Martínez
	Aprobó: Ingrid Palacino Pereira
	Fecha de actualización: Agosto 2023

	MANUAL CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Código: MA-GEGI-002 AGO-2023 Versión: 1
---	---	--

<p>Es útil en la recolección de información geográfica (ej: ubicación), demográfica (ej.: cantidad de personas que conforman el hogar), económica (ej: niveles de ingreso) y social (ej.: calidad de vida). También es útil para indagar preferencias y opiniones de los encuestados.</p>	<p>Se obtiene información directamente de la fuente (ciudadano, usuario o grupo de interés) y en mayores cantidades (masiva). Permite obtener información de cualquier tipo de población</p>
Advertencia o recomendación	Recursos adicionales
<p>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 lo tanto, hay que determinar una muestra representativa). Para este método, se recomienda ser breve y detallado en las preguntas, para obtener respuestas relacionadas con el objeto de consulta.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 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 en: http://www.questionpro.com/a/showSurveyLibrarydo?surveyID=86&mode=1 ✓ Diseño e implementación de encuestas (manual) en: http://oqi.wisc.edu/resourcelibrary/uploads/resources/Survey_Guide.pdf

Fuente: Adaptado de la Guía de caracterización de ciudadanos, usuarios e interesados. DNP. 2015

Puntos de Servicio al Ciudadano	<p>Al definir esta fuente no se debe limitar el concepto de punto de servicio a los centros de atención presencial de la entidad, sino que se puede extender a aquellos puntos de comunicación con los usuarios por diferentes canales: electrónicos, presenciales y no presenciales como call centers, centros de contacto, páginas web y otros similares.</p>	
Uso		Ventajas
<p>Permite recoger la información directamente del ciudadano, usuario 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.</p>		<p>Permite tener una comunicación directa con el ciudadano o usuario y hacer clasificaciones de los mismos, por variables directamente relacionadas al comportamiento de los usuarios. Puede contar con significancia estadística, si se recoge la información de una muestra representativa de los usuarios</p>
Advertencia o recomendación		Recursos adicionales
<p>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 o usuario a través de estos puntos deben conocer la información con la cual pretenden interactuar, para delimitar el alcance de la actividad.</p>		<p>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.</p> <p>Igualmente, otro mecanismo útil puede ser el establecimiento de convenios con otras entidades públicas para el intercambio de información sobre los ciudadanos.</p>

Fuente: Adaptado de la Guía de caracterización de ciudadanos, usuarios e interesados. DNP. 2015

Buzón de sugerencias	<p>El buzón de sugerencias se define como un mecanismo de comunicación ascendente pues va desde el ciudadano, usuario o grupo de interés, hacia la organización con la que se relaciona. Esta práctica es muy común por la implementación de los sistemas de peticiones, quejas y reclamos</p>	
Uso		Ventajas

Proceso (s) relacionado (s): Gestión de Grupos de Interés	Elaboró: Ronald Santamaría, Javier Segura Restrepo
	Revisó: Hilda Álzate Martínez
	Aprobó: Ingrid Palacino Pereira
	Fecha de actualización: Agosto 2023

	MANUAL CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Código: MA-GEGI-002 AGO-2023 Versión: 1
---	---	--

<p>Este mecanismo 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.</p>	<p>Es un mecanismo pasivo de recolección, que se encuentra disponible para que los usuarios lo usen en cualquier momento.</p>
Advertencia o recomendación	Recursos adicionales
<p>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.</p>	<p>Comunicación ascendente, el buzón de sugerencias para comunicación interna en: http://www.gestiopolis.com/canales/demarketing/articulos/43/buzonsug.htm</p> <p>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.</p>

Fuente: Adaptado de la Guía de caracterización de ciudadanos, usuarios e interesados. DNP. 2015

Grupos focales	<p>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 guion 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.</p>	
Uso		Ventajas
<p>Aprovecha la discusión del grupo para generar aportes más naturales y vívidos de los participantes.</p> <p>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 para hacer la prueba del servicio y recibir retroalimentación acerca del mismo (cumplimiento de los objetivos por los cuales fue diseñado).</p> <p>Una nueva tendencia 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.</p>		<p>Si se cuenta con los recursos suficientes, es posible realizar múltiples sesiones con grupos diferentes, cada uno con participantes de similares características demográficas. Esto con el fin de evidenciar posibles comportamientos diferenciadores en cada grupo. Su principal limitación consiste en la falta de representatividad y significancia estadística que se puede obtener de este proceso</p>
Advertencia o recomendación	Recursos adicionales	
<p>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.</p>	<p>Esta técnica carece de significancia estadística y se limita a la información que logre levantarse in situ. No es posible experimentar y analizar la interacción del usuario con el contexto real. En ciertas ocasiones los costos de estas reuniones son elevados para la realización de sesiones con múltiples grupos</p>	

Fuente: Adaptado de la Guía de caracterización de ciudadanos, usuarios e interesados. DNP. 2015

Proceso (s) relacionado (s): Gestión de Grupos de Interés	Elaboró: Ronald Santamaría, Javier Segura Restrepo
	Revisó: Hilda Álzate Martínez
	Aprobó: Ingrid Palacino Pereira
	Fecha de actualización: Agosto 2023

Experimentos de usuarios	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. Se entrega un producto o servicio al grupo, 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	
Uso		Ventajas
Esta fuente busca aislar algunas de las variables que inciden en los comportamientos de los ciudadanos, usuarios o grupos 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.
Advertencia o recomendación	Recursos adicionales	
Este mecanismo es más sofisticado que los anteriores y suele requerir participación de un especialista en implementación, lo que lo puede hacer potencialmente más costoso.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseños experimentales en: www.socialresearchmethods.net/kb/design.php ✓ Conceptos detallados en el diseño de experimentos en: http://www.questia.com/read/27317050/experiment-searchmethodology- in-marketing-types ✓ Artículo académico sobre diferentes diseños experimentales para investigación mercados en: http://business.nmsu.edu/~mhyman/M310_Articles/Rvals_IJMR_2005.pdf 	

Fuente: Adaptado de la Guía de caracterización de ciudadanos, usuarios e interesados. DNP. 2015

Observación directa	Esta herramienta consiste en la simple observación de los ciudadanos, usuarios o grupos de interés durante la interacción con la entidad.	
Uso		Ventajas
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 implementadas, es de bajo costo pues puede ser efectuada por personal de la misma entidad. Solo requiere tiempo, paciencia y atención al detalle.
Advertencia o recomendación		Recursos adicionales
No cuenta con representatividad o significancia estadística. Las hipótesis que se generen por esta fuente pueden luego corroborarse 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, 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.

Fuente: Adaptado de la Guía de caracterización de ciudadanos, usuarios e interesados. DNP. 2015

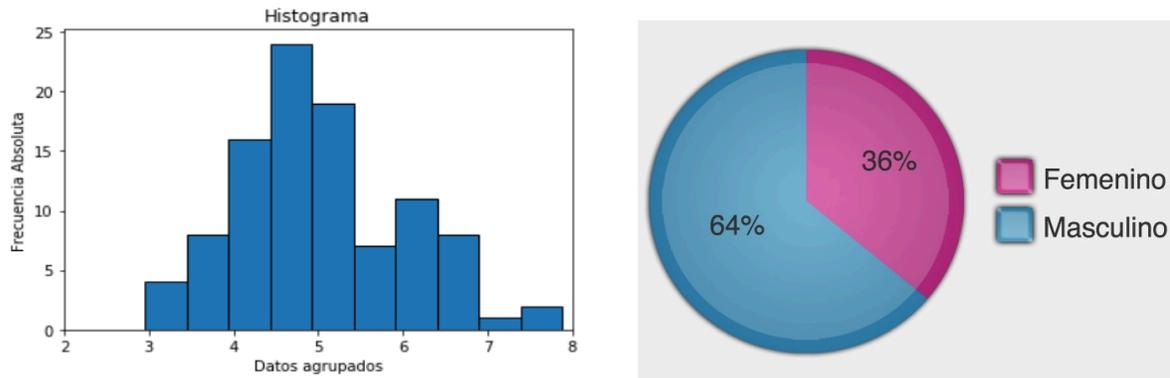
Proceso (s) relacionado (s): Gestión de Grupos de Interés	Elaboró: Ronald Santamaría, Javier Segura Restrepo
	Revisó: Hilda Álzate Martínez
	Aprobó: Ingrid Palacino Pereira
	Fecha de actualización: Agosto 2023

6

Automatizar la información y establecer grupos o segmentos de ciudadanos, usuarios o grupos 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 el fin de agrupar a los ciudadanos, usuarios o interesados según características similares. Una primera agrupación se obtiene al cuantificar los ciudadanos, usuarios o interesados que comparten cada una de las variables. Entre las herramientas que facilitan esta agrupación se encuentran: los histogramas, las gráficas circulares, las infografías, las líneas de tiempo, entre otros.

Ilustración 7 Herramientas de Segmentación



Si en esta primera segmentación no se obtiene la información suficiente para la toma de decisiones, 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.

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.

Finalmente, si para la entidad es relevante ampliar el análisis e identificar las relaciones que existen entre los principales grupos de ciudadanos, usuarios o grupos de interés, puede proceder a la elaboración de un mapa de actores²

² La metodología para la construcción de un mapa de actores hace parte integral del Manual Único de Rendición de Cuentas que se encuentra en <https://www.funcionpublica.gov.co/web/murc/instrumento-7-mapa-de-actores-y-grupos-interesados> .

Proceso (s) relacionado (s):
 Gestión de Grupos de Interés

Elaboró: Ronald Santamaría, Javier Segura Restrepo
Revisó: Hilda Álzate Martínez
Aprobó: Ingrid Palacino Pereira
Fecha de actualización: Agosto 2023

	MANUAL CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	Código: MA-GEGI-002 AGO-2023 Versión: 1
---	---	--

7

Divulgar y publicar la información

En este último paso la entidad debe realizar un proceso interno de divulgación de la información, para que los resultados sean conocidos por todas las dependencias y los responsables de procesos y servicios, y así facilitar y mejorar la toma de decisiones y el diseño de intervenciones. 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 2014, 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 el público en general y para otras entidades que requieran fortalecer su conocimiento sobre los ciudadanos, usuarios o interesados, o que requieran del uso de la información para el diseño de sistemas que faciliten la interacción con los ciudadanos para la entrega de la oferta institucional. Los resultados deberán publicarse como dato abierto con el fin de que cualquier usuario pueda reutilizar dicha información.

La entidad deberá asegurar que los datos personales no serán informados o utilizados por terceros sin contar con la previa, expresa y libre autorización del titular de la información. Adicionalmente, para la divulgación y uso de estos datos, además de tener en cuenta los parámetros de clasificación de la información ya mencionados deberá considerar cuál es el daño presente, probable y específico de la divulgación de la información.

6. Bibliografía

- Información, O. A. (2017). *DOCUMENTO ARQUITECTURA SISTEMA DE INFORMACIÓN PARA LA SUPERVISIÓN*. Bogota.
- TIC, M. d. (11 de 2011). *Guía de caracterización*. Bogota, Cundinamarca, Colombia.
- Transparencia, S. d. (s.f.). *Guía de caracterización de ciudadanos, usuarios e interesados*. , Bogota, Colombia.
- DNP (2015). *Guía de caracterización de ciudadanos, usuarios e interesados*. Bogota, Colombia.

7. Historial de cambios

VERSIÓN	FECHA	RAZÓN DE LA ACTUALIZACIÓN
0	Abril 2021	Versión inicial
1	Agosto 2023	Actualización de logos

Proceso (s) relacionado (s): Gestión de Grupos de Interes	Elaboró: Ronald Santamaría, Javier Segura Restrepo
	Revisó: Hilda Álzate Martínez
	Aprobó: Ingrid Palacino Pereira
	Fecha de actualización: Agosto 2023