



Los recursos naturales
son de todos

Minminas



Informe: Caracterización de Usuarios 2018

Elaborado por:

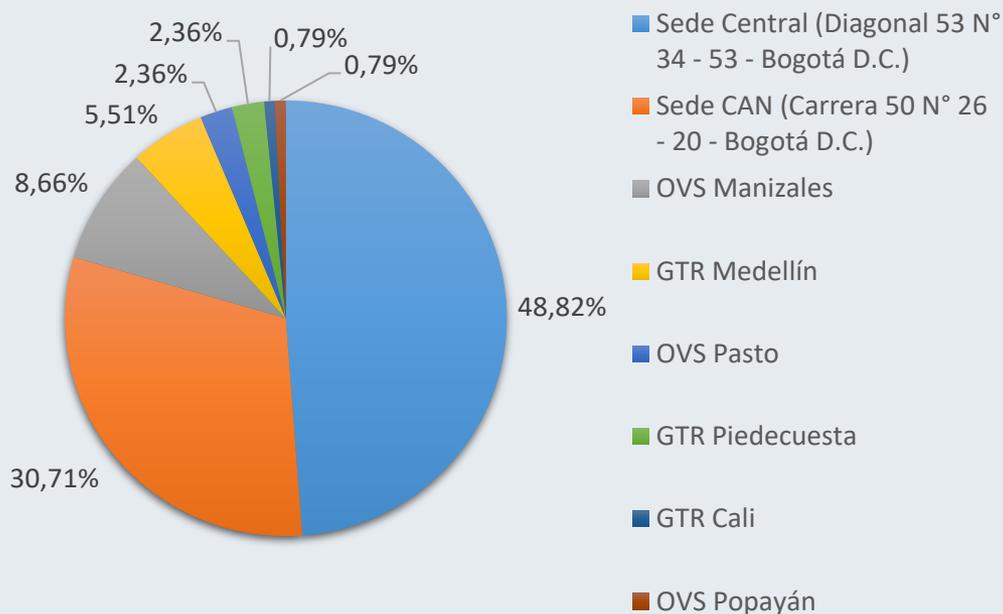
Grupo de Participación Ciudadana y
Comunicaciones

Ficha técnica

FICHA TÉCNICA	
NOMBRE DEL ESTUDIO	Caracterización de Usuarios 2018
GRUPO DE TRABAJO	Participación Ciudadana y Comunicaciones
UNIVERSO DEL ESTUDIO	Usuarios que han requerido los servicios de los diferentes puntos de atención del SGC durante el 2018.
TIPO DE MUESTREO	La técnica de muestreo que se utilizó fue No Probabilístico de tipo Intencional.
TAMAÑO DE MUESTRA	117 encuestas
PREGUNTAS QUE SE FORMULARON	<p>Para el estudio se utilizaron 15 preguntas de las cuales 14 son cerradas y 1 abierta.</p> <p>Las preguntas cerradas permiten caracterizar los usuarios del estudio en diferentes categorías de tipo geográfica (sedes distribuidos en el país, región donde residen los usuarios), demográfica (género, edad, estado civil, ocupación, educación y sector económico), intrínseca (nivel de conocimiento, canales y puntos de atención) y comportamental (frecuencia de uso y beneficio esperado).</p>
TÉCNICA DE RECOLECCIÓN	<p>Inicialmente se hizo una recolección de bases de datos de diferentes puntos de atención de la entidad de usuarios que han solicitado los trámites, producto y/o servicios del SGC.</p> <p>Una vez la base de datos se haya organizado, se utilizó una encuesta digital que se envió a los correos electrónicos de los usuarios.</p>
COBERTURA GEOGRÁFICA	Sede Central y CAN en Bogotá D.C., GTR de Bucaramanga, Cali y Medellín y la OVS de Manizales, Pasto y Popayán.
PERIODO	Años 2018

Variables geográficas

Figura 1: Sede del SGC que le brindó atención

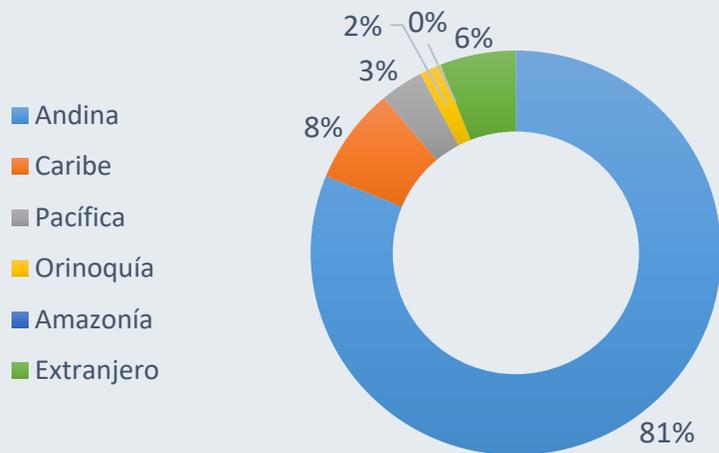


Se observa en la figura 1 que el 79,53% de las respuestas de los usuarios encuestados recibieron atención en las sedes ubicadas en la ciudad de Bogotá. El 20,47% restante corresponde a la atención prestada en las sedes regionales de la entidad.

La proporción más representativa le corresponde a la Sede Central con el 48,82% seguido por la Sede CAN con un 30,71%.

Variables geográficas

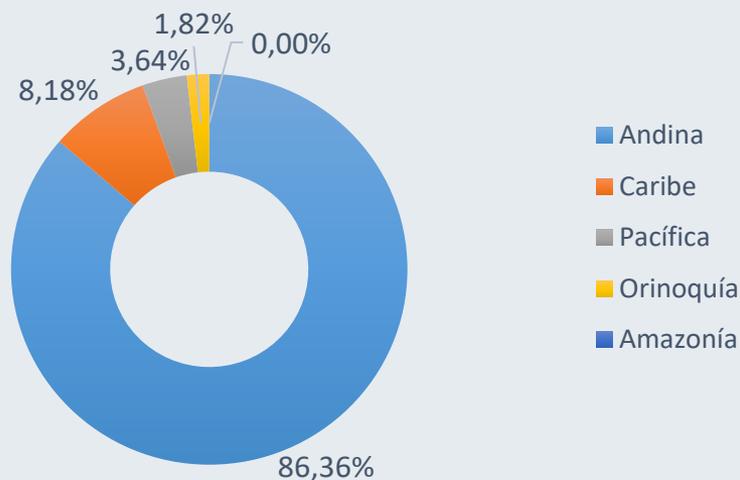
Figura 2: Regiones donde residen los usuarios (incluyendo extranjeros)



En la figura 2 que incluye aquellos usuarios encuestados que residen en el extranjero, muestra que el 81% de los usuarios encuestados residen en la región Andina, 8% en el Caribe, 3% en la región Pacífica, 2% en la Orinoquía y el 6% restante son personas que viven en el exterior.

Aunque las bases de datos corresponden a los puntos de atención de las sedes ubicadas en Bogotá, se puede observar que el 19% de los requerimientos recibidos provienen de usuarios de otras regiones, incluyendo aquellos que viven en otros países.

Figura 2.1: Regiones donde residen los usuarios



Al excluir las personas que residen en el exterior como se puede apreciar en la figura 2.1, se puede observar que 86,36% de los usuarios que viven en Colombia, residen en la región Andina.

Variables demográficas

La mayoría de los 117 usuarios encuestados corresponden a personas del género masculino en un 69,23% de la muestra poblacional. Hubo una participación menos numerosa del género femenino en el estudio.

La figura 4 señala que los rangos de edades más cuantiosos son de los usuarios que se encuentran entre los 25 y 44 años, cuya representación porcentual es el 54,70% de la muestra poblacional. El 32,47% corresponden a personas que son iguales o mayores de los 45 años de edad.

De acuerdo a los resultados del estudio ejecutado, nos muestra que la mayoría de los usuarios que actualmente están utilizando los trámites, producto o servicios de la entidad son menores de 45 años de edad, representados en aproximadamente el 67% de las personas encuestadas.

Figura 3: Género

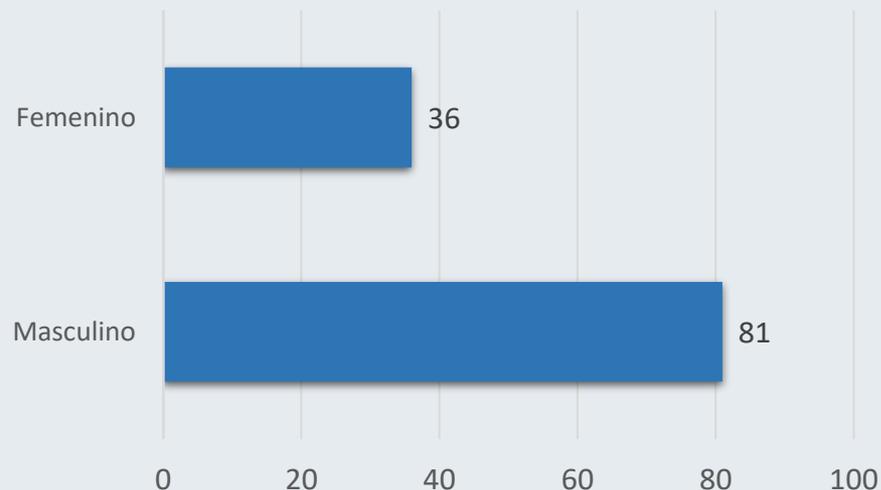
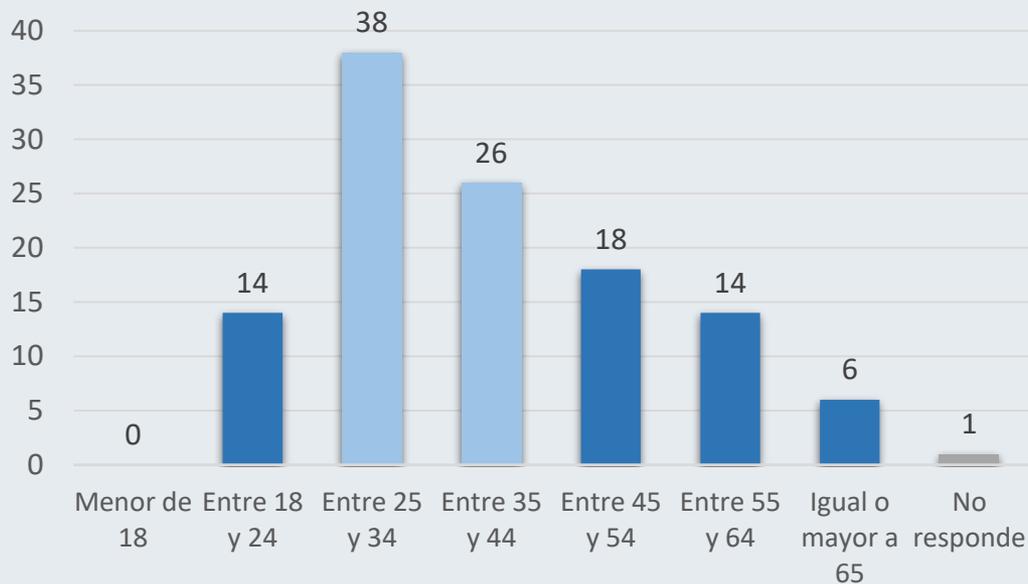


Figura 4: Edad (años)

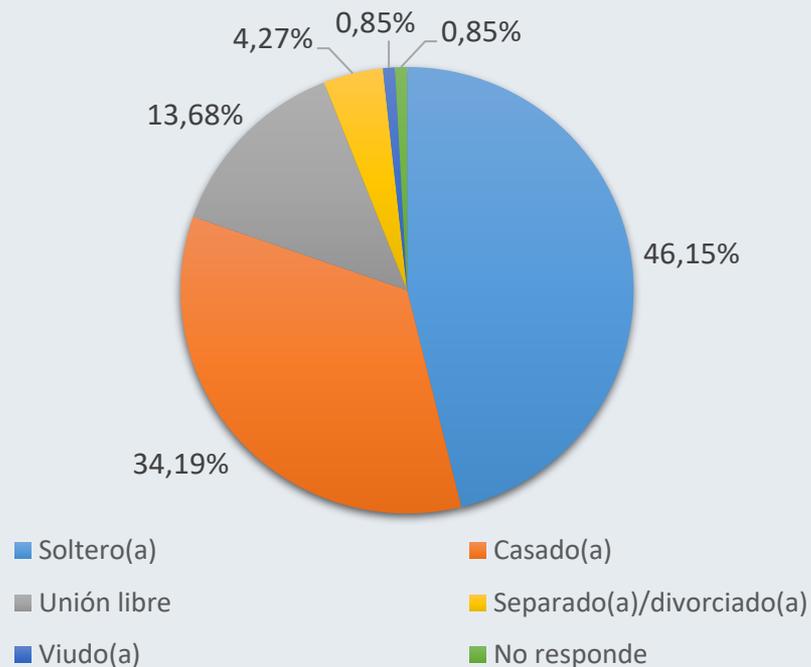


Variables demográficas

En cuanto al estado civil, la mayoría de los usuarios son solteros en un 46,15%, seguido por las personas casadas (34,19%) y los que se encuentran en un estado de unión libre (13,68%).

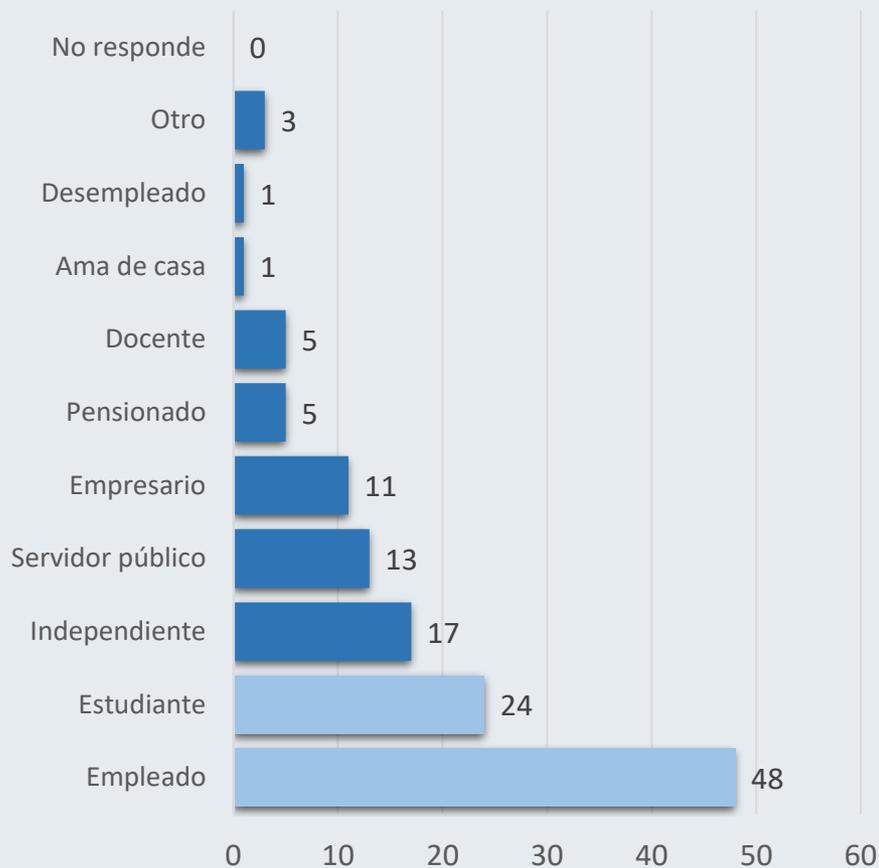
Se puede establecer que los trámites, productos y servicios de la entidad no están enfocados en atender personas con un estado civil determinado, por ello, el resultado es más de carácter informativo, que decisivo para la toma de decisiones.

Figura 5: Estado civil



Variables demográficas

Figura 6: Ocupación



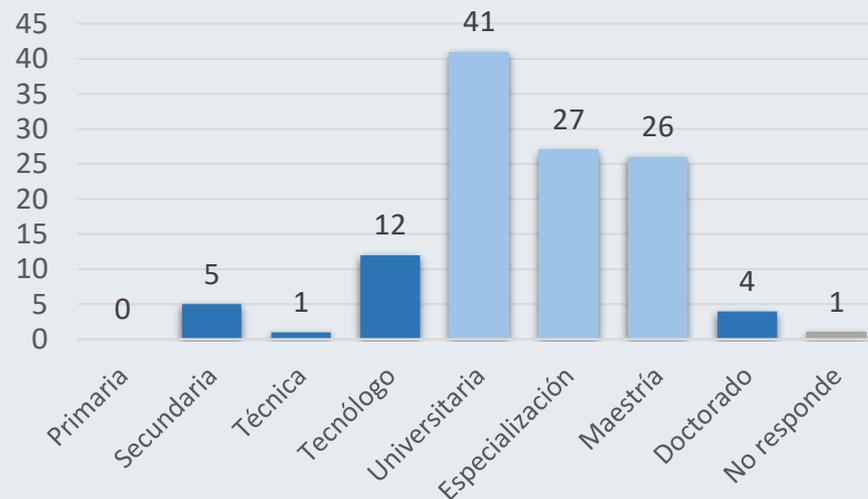
Las ocupaciones que más seleccionaron los usuarios encuestados fueron las de “empleado” y “estudiante”. Igualmente es necesario mencionar que hay un número importante de personas que son “independientes”, servidores públicos” y “empresarios”.

En la figura 7 se puede observar que la mayoría de los usuarios encuestados tienen un nivel de educación como “Universitaria”. Los dos que le siguen tienen estudios de posgrado en niveles de “Especialización” y “Maestría”. Se puede evidenciar que las personas que han solicitado algún trámite, producto o servicio de la entidad cuentan con educación superior, incluso hubo 4 encuestados que alcanzan a tener el título de doctorado.

Al hacer un análisis porcentual, se puede decir que el 94,87% de los usuarios encuestados que componen la muestra poblacional cuentan con un título correspondiente a la educación superior (pregrado o posgrado).

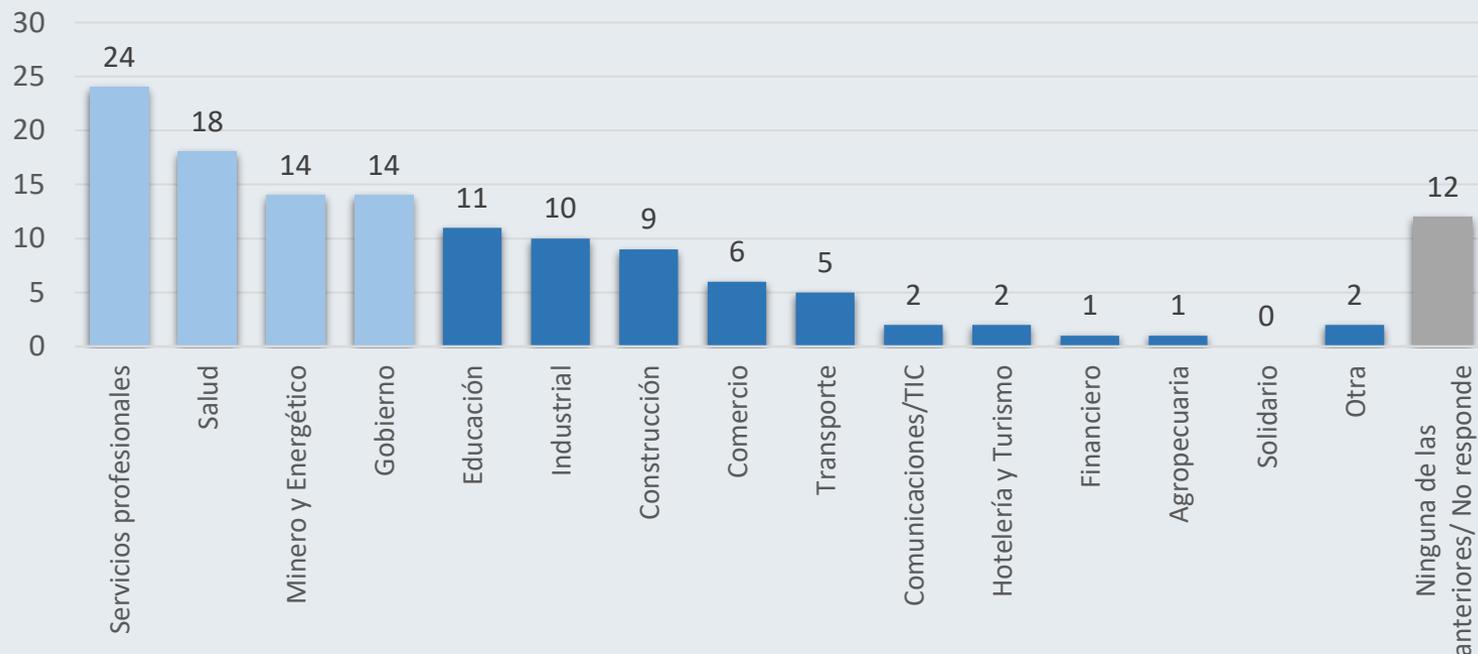
Si se dividen quienes han realizado estudios de educación superior en pregrado y posgrado (111 encuestados), el 48,65% tienen un título de pregrado (técnico, tecnólogo o universitario) y por el otro lado, quienes tienen un título de posgrado componen el 51,35% de las personas encuestadas.

Figura 7: Nivel de educación



VARIABLES DEMOGRÁFICAS

Figura 8: Sector económico en que laboran los usuarios



Se puede evidenciar que el Servicio Geológico Colombiano atiende a usuarios de diversos sectores de la economía colombiana. La numerosa oferta en trámites, productos y servicios de la entidad son requeridos e importantes para el desarrollo socio-económico del país. Incluso, los servicios ofrecidos por los Museos Geológicos, la Red Sismológica Nacional de Colombia y los Observatorios Vulcanológicos y Sismológicos, son algunos ejemplos de la oferta que está enfocada en atender las necesidades de todos los ciudadanos del territorio nacional.

Pero al enfocarnos en los resultados expuestos en la figura 8, se puede valorar que los cuatro (4) sectores que más atiende la entidad de acuerdo a los usuarios encuestados, participan en

actividades económicas de los sectores de “Servicios profesionales”, “Salud”, Minero y Energético” y “Gobierno”.

Esta variable es esencial para aquellos trámites, productos y/o servicios en los que las necesidades atendidas están asociadas a las necesidades que emergen de la actividad económica del usuario interesado.

Variables intrínsecas

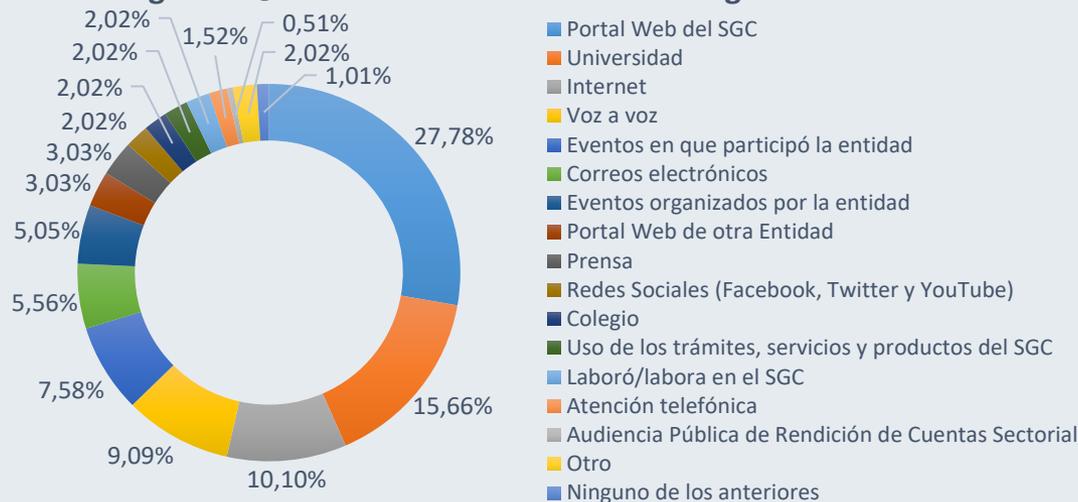
En la figura 9 nos permite identificar los medios por el cual los usuarios encuestados llegaron a conocer al Servicio Geológico Colombiano. Es evidente la importancia que representa para la entidad los medios digitales, en especial el portal Web del SGC (27,78%), internet (10,10%), correos electrónicos (5,56%), portal Web de otras entidades (3,03%) y redes sociales (2,02%); sumándolos todos da un total de 48,49%. Este porcentaje representa cerca de la mitad de las opciones seleccionadas y señala la necesidad de explotar más estos medios de comunicación para generar un mayor acercamiento de los usuarios reales o potenciales con la entidad.

Para muchos usuarios, la primera cara de la entidad fue el portal Web que relativamente hace poco, tuvo cambios relevantes. Por ello, la experiencia con este canal de comunicación debe ser no solo atractivo en diseño, sino sobre todo amigable en el uso y ofrecer la mayor cantidad de servicios posibles para mejorar la calidad de vida de las personas que lo requieren.

La academia son unos aliados estratégicos de la entidad, se puede apreciar que el 17,68% de las opciones seleccionadas por las personas encuestadas corresponden a las universidades (15,66%) y colegios (2,02%). Es necesario continuar haciendo esfuerzos por acercar cada vez más las universidades y los colegios en los diversos proyectos y actividades que desarrolla el instituto en la apropiación social del conocimiento.

El tercer canal de comunicación que ha sido exitoso para dar a conocer y posicionar la entidad en la mente de los usuarios son los espacios de intercambio científico y apropiación social del conocimiento con un porcentaje de 13,14% que corresponde a

Figura 9: ¿Cómo conoció al Servicio Geológico Colombiano?

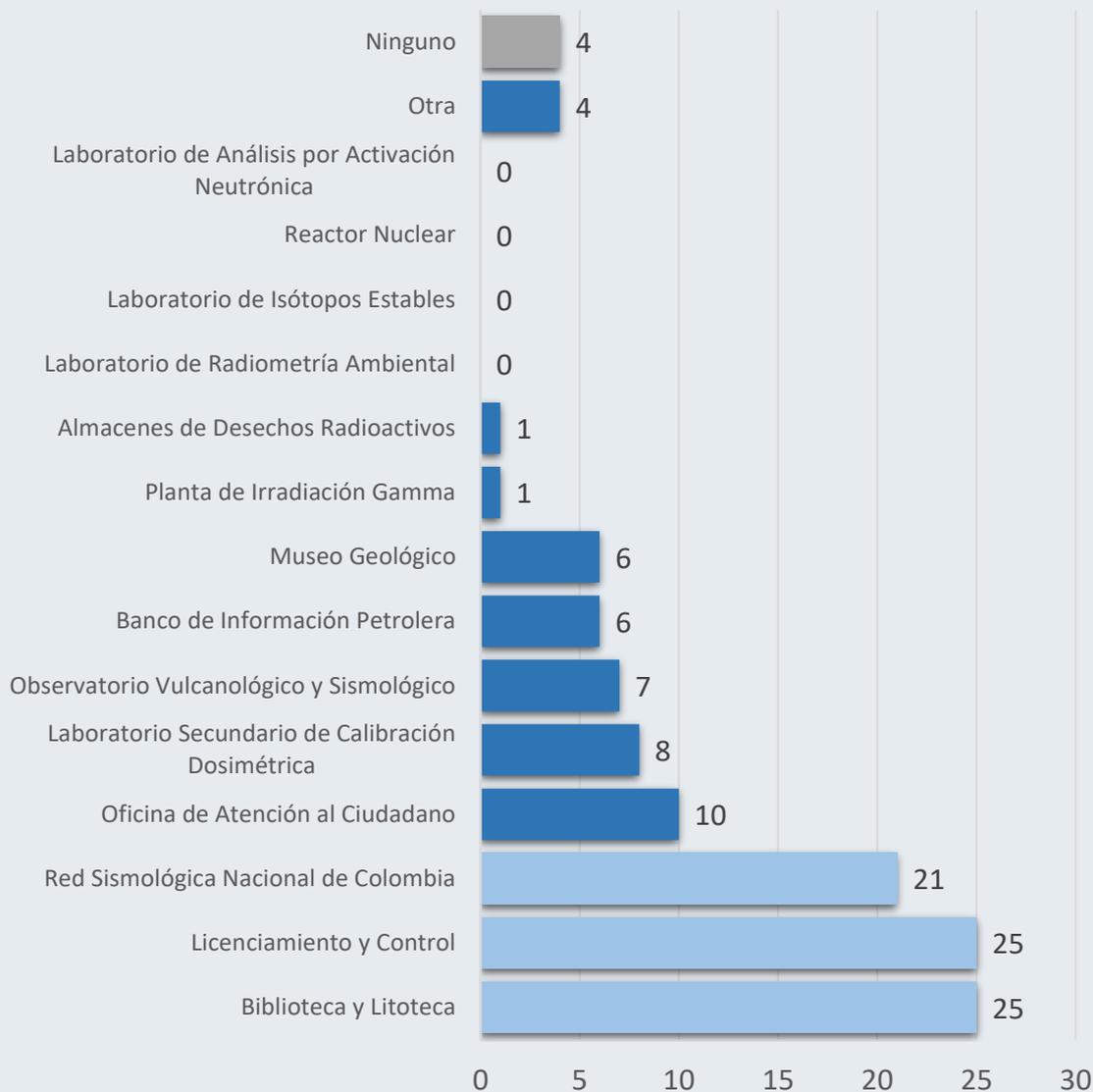


los eventos en que ha participado el SGC - 7,58% (Feria Minera, Expociencias, Congreso Colombiano de Hidrogeología, entre otros), eventos organizados por la entidad - 5,05% (Lanzamiento de la Guía Metodológica, Primer Foro Internacional de Redes Sismológicas, Amenaza Sísmica y Gestión del Riesgo de Desastres, Primer Taller de Patrimonio Geológico de la ASGMI, etc.) y las Rendiciones de Cuentas en que ha participado el instituto - 0,51%. En estos espacios la entidad ha podido divulgar y socializar a los diversos grupos de interés y la ciudadanía en general los productos, trámites y servicios que ofrecen y así mismo, conocer las inquietudes o necesidades de las personas.

Vale la pena mencionar la efectividad de la voz a voz con un 9,09%. Por ello, es trascendental hacer esfuerzos en fortalecer cada vez más la calidad de los servicios y la atención ofrecida a los usuarios tanto internos como externos porque son una gran fuente de información/referencia sean positivas o negativas con los usuarios reales o potenciales de la entidad.

Variables intrínsecas

Figura 10: Puntos de atención

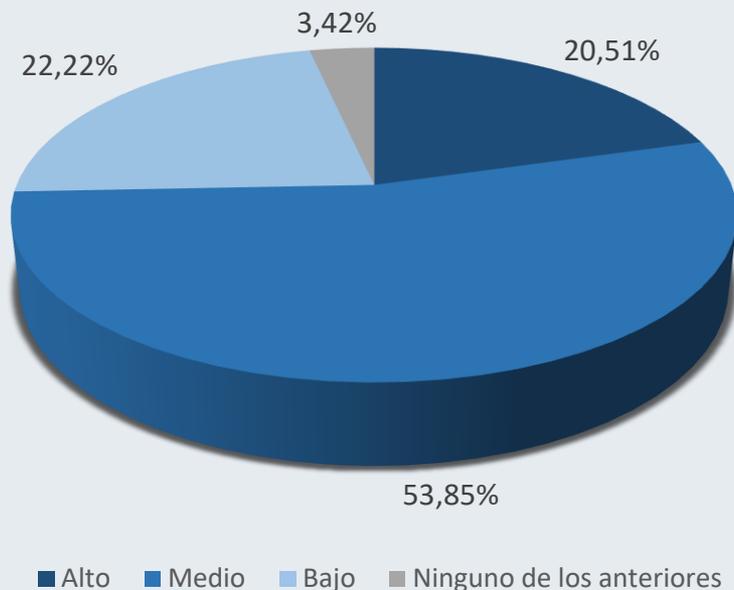


Considerando que se utilizaron bases de datos de tres (3) fuentes, se puede observar que la mayoría de los usuarios encuestados hacen uso de los productos, trámites y servicios que ofrecen los puntos de atención de la “Biblioteca y Litoteca”, “Licenciamiento y Control” y de la “Red Sismológica Nacional de Colombia”. Es de rescatar que aun así, hubo usuarios de varios puntos de atención lo que permite realizar una buena caracterización.

Para futuros estudios se hace necesario contar con una mayor base de datos no solo en cuanto a cantidad de personas atendidas en el vigente año, sino de diversas fuentes de información. Esto permitiría enriquecer aún más los resultados expuestos en el presente informe.

Variables intrínsecas

Figura 11: Nivel de conocimiento de los productos, servicios o trámites que ofrece la entidad



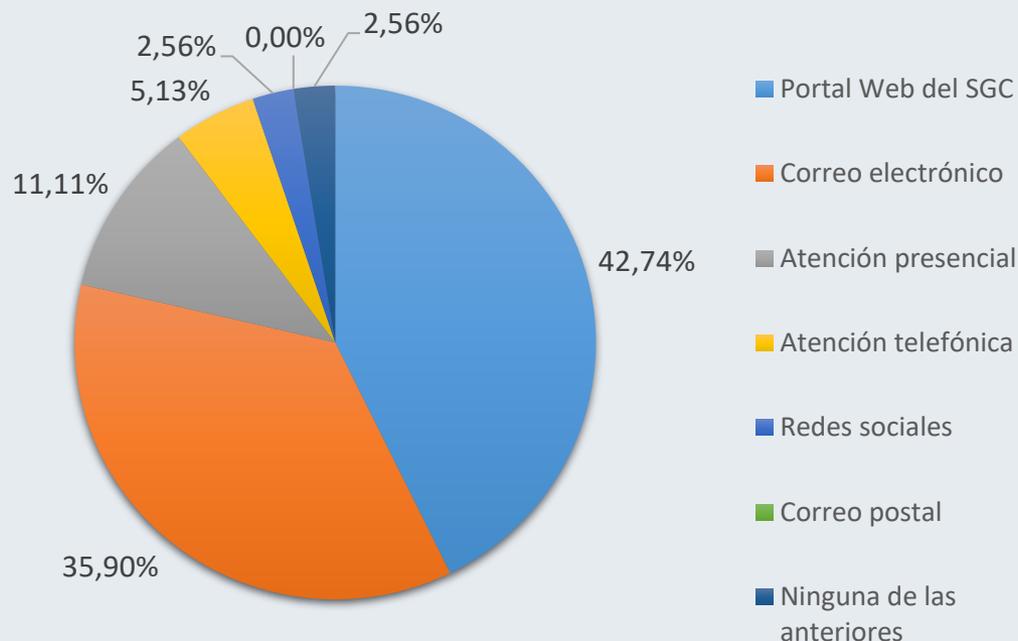
Los resultados expresados en la figura 11 son valiosos porque nos muestra una oportunidad de mejora debido a que el 76,07% de los usuarios encuestados aclaran que tienen un nivel de conocimiento medio o bajo del portafolio de trámites, productos y servicios que ofrece la entidad. Este dato hace necesario realizar acciones enfocadas en aumentar los niveles de conocimiento de los grupos de interés y ciudadanos acerca del quehacer institucional, sobre todo que su amplio portafolio ofrece muchas posibilidades y soluciones que pueden ser útiles para las actividades que desempeñan las personas en los sectores en que laboran o para su vida cotidiana.

Solo el 20,41% de las personas encuestadas consideran que

tienen un nivel de conocimiento alto de la oferta del SGC lo que representa una proporción muy baja de personas.

Variables intrínsecas

Figura 12: Canales de atención que más utiliza



Los canales de atención digitales son los que más utilizan los usuarios encuestados, como se puede ver en la figura 13, teniendo en cuenta que sumando los valores porcentuales del “Portal Web del SGC”, “Correo electrónica” y “Redes sociales” da un total de 81,20%. Evidentemente las tendencias hacia lo digital han generado cambios en los hábitos para acceder a los productos, servicios y trámites de la entidad, tanto que la atención presencial que en algún momento fue el canal preferencial de los usuarios, actualmente ya no lo es que se evidencia con el 11,11% de encuestados que aún lo utilizan.

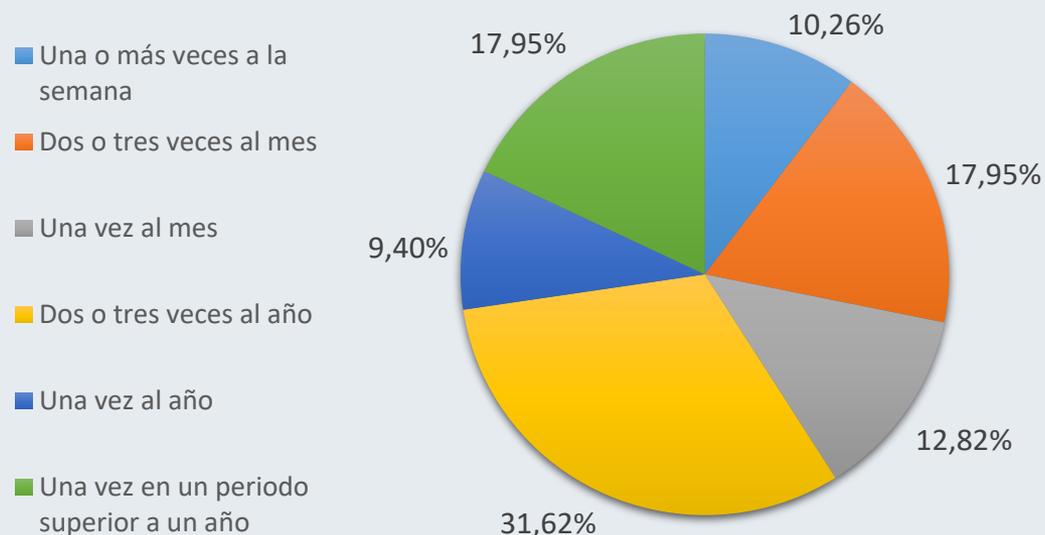
Muchos de los servicios y productos del SGC se pueden acceder a través de la página Web institucional y esto les brinda

comodidad ya que lo pueden hacer desde sus hogares o desde la oficina sin tener que incurrir en gastos adicionales, sumado a que los productos se pueden descargar en su mayoría y de forma gratuita.

Los correos electrónicos han sido fundamentales para esa atención personalizada que requiere las personas, sobre todo que sus solicitudes ingresan como PQRS, que por ley se deben atender y contestar. Se ha vuelto una herramienta útil para obtener información, datos y conocimientos científicos de interés para sus actividades personales y laborales.

VARIABLES DE COMPORTAMIENTO

Figura 13: Frecuencia con que utiliza los productos, servicios y trámites del SGC



Es importante aclarar que se considera usuarios frecuente aquel que utiliza los servicios mínimo una vez al mes. Teniendo esto claro, se puede decir que el 41,02% de los usuarios encuestados, requieren trámites, servicios y productos que ofrece la entidad de manera frecuente.

Los usuarios que disponen de los servicios de la entidad dos o tres veces al año son los usuarios de frecuencia media y lo representan el 31,62% de los usuarios encuestados.

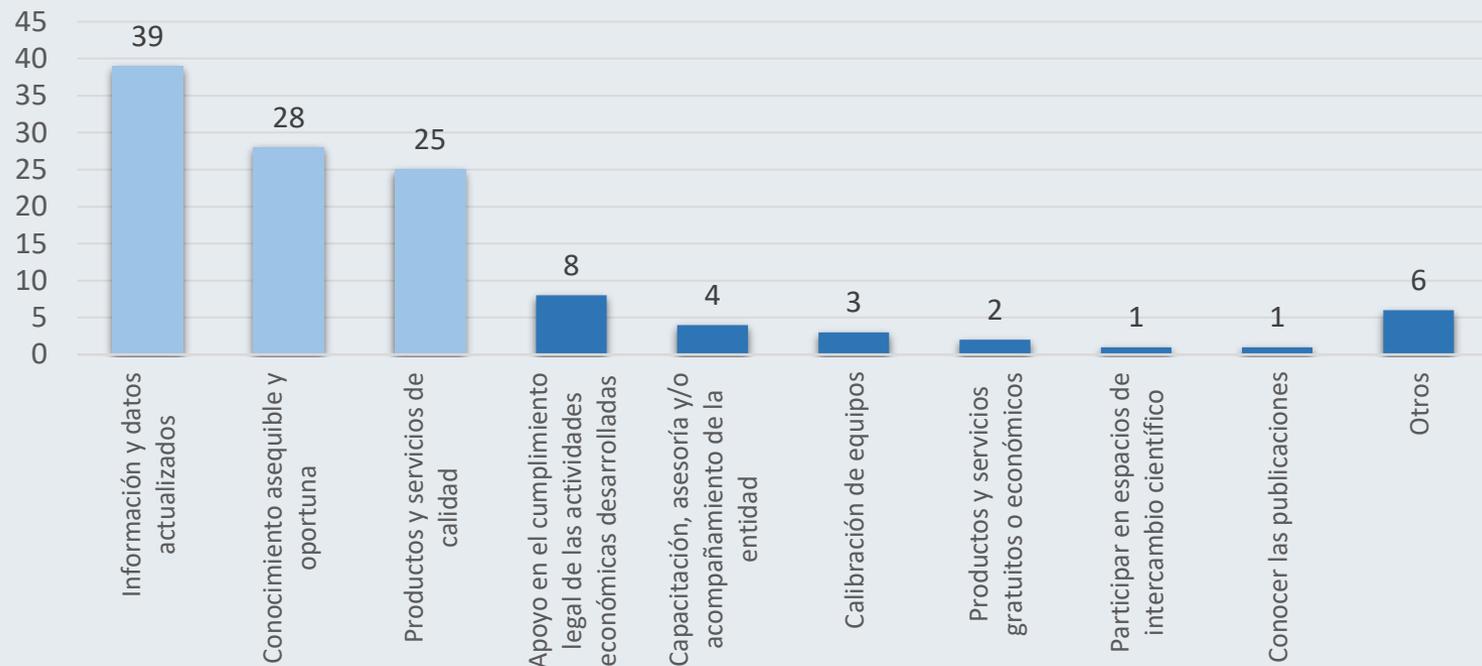
Por el contrario, aquellos que van solo una vez al año o en un periodo superior a un año son personas que esporádicamente o solo una vez solicitan los servicios del SGC. Estos usuarios

componen el 27,35% de la muestra poblacional lo que es una proporción cuantiosa.

Como se mencionó anteriormente, existe un elevado desconocimiento de los trámites, productos y servicios que ofrece el Servicio Geológico Colombiano. Existe la posibilidad que al aumentar el conocimiento de los grupos de interés y ciudadanos, este esfuerzo se verá reflejado en un aumento de cantidad de personas que podrían hacer parte de la categoría de usuarios que frecuentemente requieren los servicios, productos y trámites que presta la entidad de ciencia y tecnología.

Variables de comportamiento

Figura 14: Beneficio esperado por los usuarios



Mediante una pregunta abierta se indago cuál es el beneficio que esperan recibir los usuarios al utilizar los trámites, productos y servicios que cuenta el Servicio Geológico Colombiano en su portafolio. Hubo tres (3) beneficios que claramente superan los demás de acuerdo a los resultados recolectados y es contar con productos y servicios de calidad, que se encuentren actualizados, que sean asequibles y que se adquieran oportunamente.

Este resultado es clave para la gestión realizada por los grupos de trabajo en el mejoramiento de la calidad de los productos y servicios, enfocando esfuerzos, recursos e implementando acciones que permiten fortalecer estos aspectos logrando

finalmente cumplir con las expectativas de los usuarios y aumentar el grado de satisfacción.

Interés de los usuarios en recibir información

Los usuarios al contestar la pregunta que indaga su interés en recibir información del Servicio Geológico Colombiano, nos permitió detectar que el 78,63% de las personas se mostraron interesados e incluyeron sus correos electrónicos. Esto representa una oportunidad para el envío de información y datos que serán relevantes para fortalecer las comunicaciones con los grupos de interés y ciudadanos, divulgar los nuevos y actuales productos, servicios y trámites que ofrece la entidad, enviar invitaciones dirigidas a personas para que participen en los espacios de intercambio científico y apropiación social del conocimiento, logrando fortalecer la interacción entre la entidad y los usuarios internos y externos.

Figura 15: ¿Le gustaría recibir información sobre productos, servicios trámites y eventos?

