

# Caracterización de la Población Usuaría 2021 (una mirada desde el enfoque diferencial)

## Dirección General

Grupo de Trabajo de Participación Ciudadana y Comunicaciones

Grupo de Trabajo de Planeación

Diciembre de 2021



El futuro  
es de todos

Minenergía



# Ficha técnica

**Objetivo del estudio:** Realizar la caracterización de los grupos de interés y la población usuaria del SGC desde el enfoque diferencial, con el fin de desarrollar estrategias y acciones que permitan un mayor acercamiento e interacción entre la entidad y sus grupos de valor.

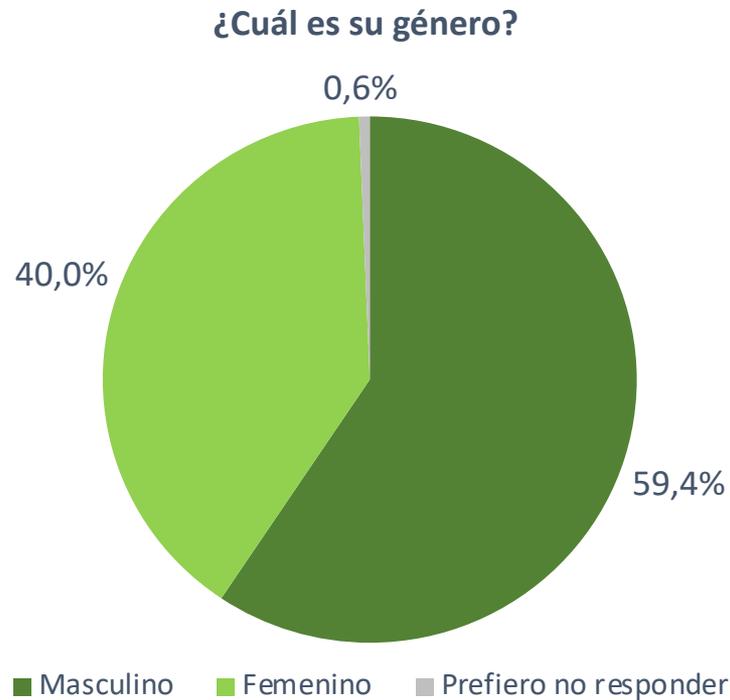




# Ficha técnica



# Género



En la figura se puede apreciar que hay una clara mayoría representada en los hombres que suman un total de 367 en comparación con las 247 mujeres que participaron en el presente estudio.

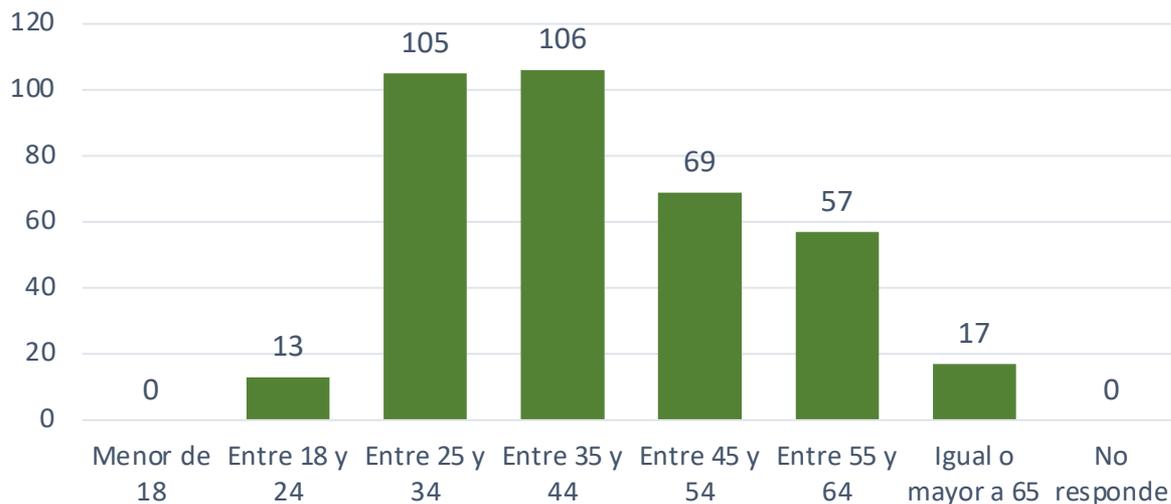
Vale la pena señalar que el 0,6% de las 618 personas que contestaron la encuesta, prefirieron no responder esta pregunta, por lo tanto, de acá en adelante no se tendrán en cuenta para los siguientes resultados.

Cabe mencionar que a partir de la siguiente diapositiva, se presentarán dos gráficos, uno en representación del género femenino y el otro del masculino con el propósito de poder hacer un análisis comparativo de los resultados.



# Edad

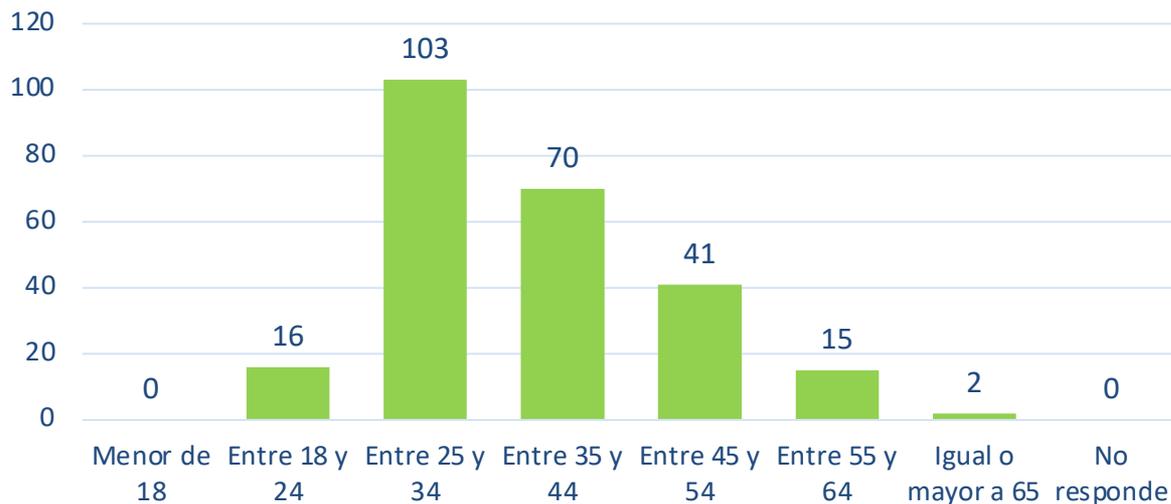
### ¿En qué rango de edad se ubica? (Masculino)



En general, las personas entre las edades de 25 y 54 años de edad componen la generalidad de los encuestados.

En el caso del género masculino estos rangos de edad componen el 76,3% de la muestra poblacional que se identifica como hombres, mientras que el porcentaje del género femenino es del 86,6%, resultando en una proporción más representativa.

### ¿En qué rango de edad se ubica? (Femenino)

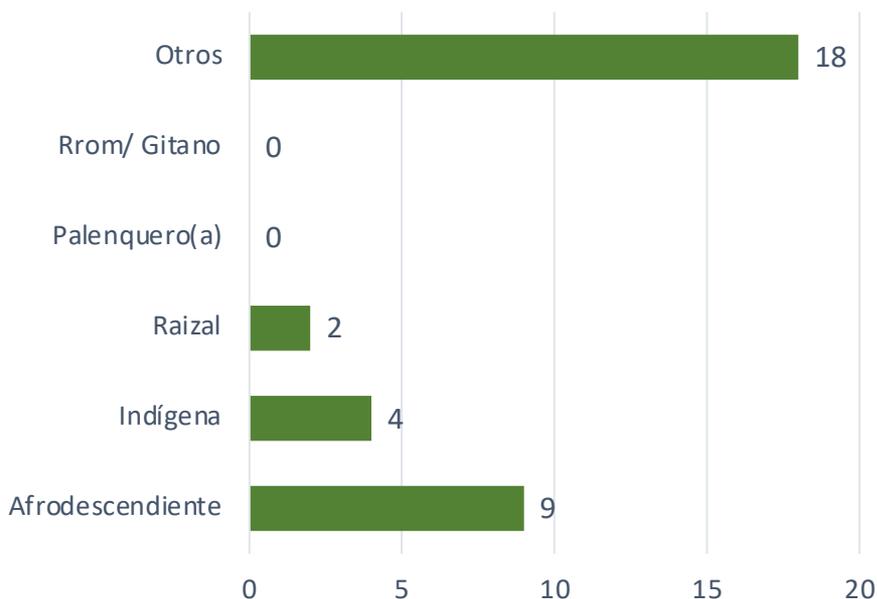


Esto se debe a que hay una cantidad importante de hombres cuya edad esta entre los 55 y los 64 años que en términos porcentuales equivale al 15,5%. Según este resultado se puede valorar que la muestra poblacional de este género se distribuye más entre los rangos de edad y en términos de promedio se puede deducir que son mayores de edad.

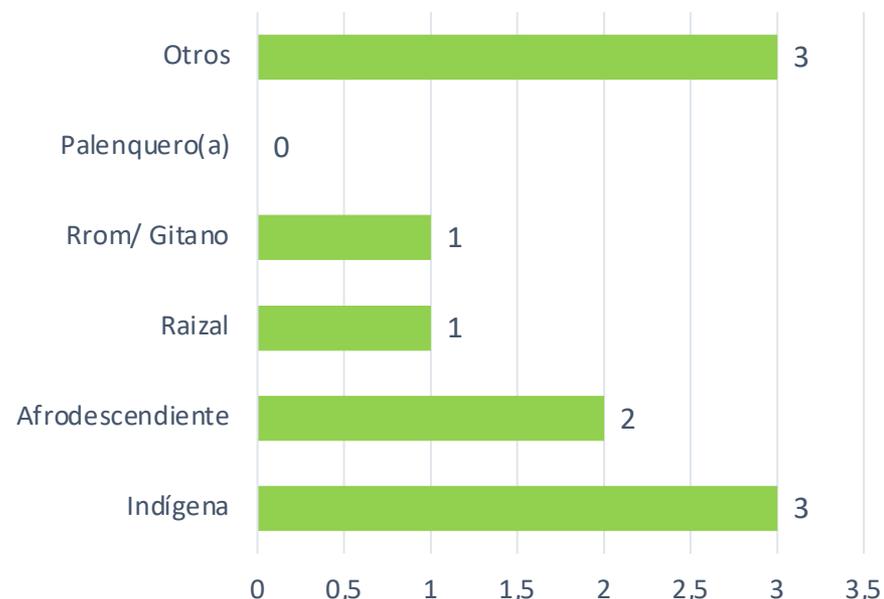


## Grupo étnico

Seleccione el grupo étnico al que pertenece:  
(Masculino)



Seleccione el grupo étnico al que pertenece:  
(Femenino)



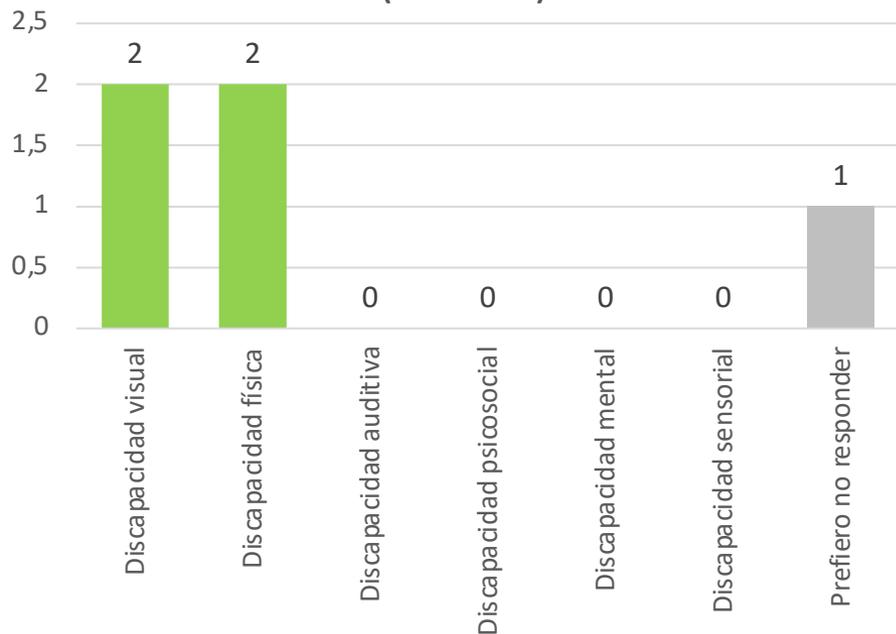
Una minoría de las personas encuestadas se identificaron con uno de los grupos étnicos que se mencionaron en el instrumento. Los indígenas y afrodescendientes son las personas que se vieron mayormente representadas en este estudio

En algunas zonas del territorio nacional, el Servicio Geológico Colombiano tiene contacto directo con las comunidades, por ello es necesario hacer una caracterización desde el enfoque diferencial que permita a la entidad tener un mayor acercamiento y conocimiento de estos grupos de interés.

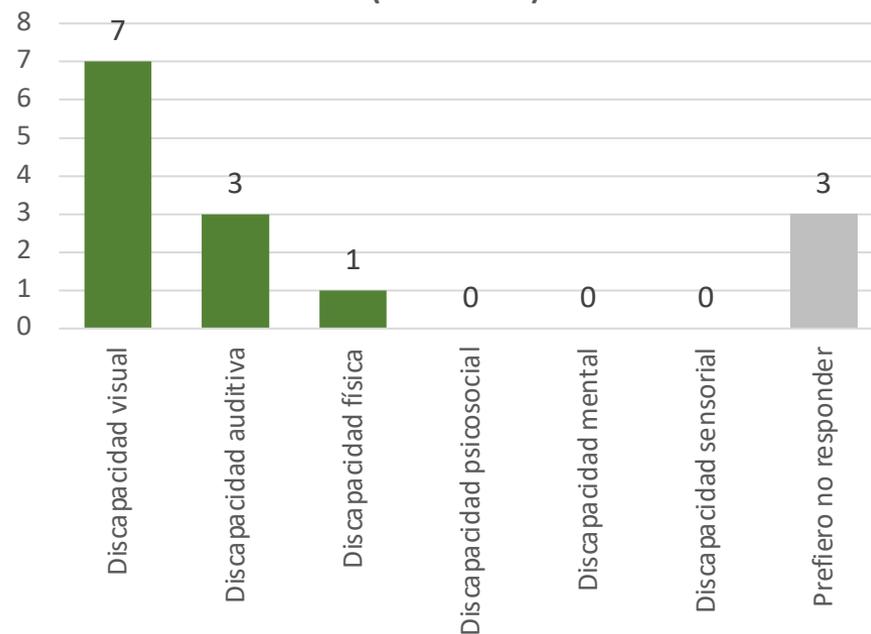


## Situación de discapacidad

¿Presenta alguna situación de discapacidad?  
(Femenino)



¿Presenta alguna situación de discapacidad?  
(Masculino)



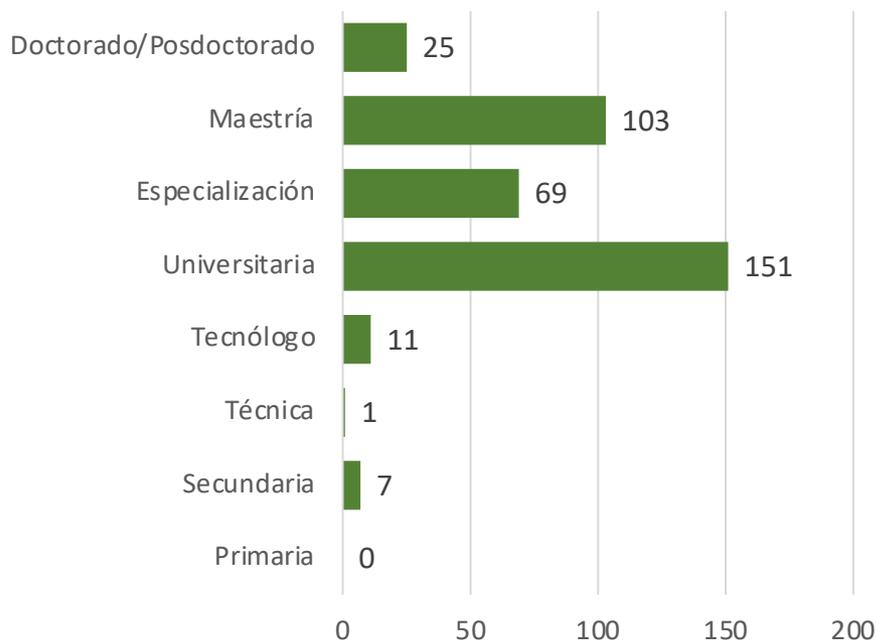
Con relación a las personas que presentan una situación de discapacidad, tanto en mujeres como en hombres representa una minoría de la muestra poblacional pero que de igual manera son importantes para el Servicio Geológico Colombiano y es fundamental conocer sus necesidades para atenderlas de forma correcta en el instituto.

En total son 19 personas que representan el 3% de la muestra poblacional, la mayoría mencionaron que tienen una discapacidad visual, seguido por la física y auditiva. Es necesario acondicionar la atención en los diversos canales y las instalaciones del SGC para poder ofrecer el ambiente y el espacio físico apropiados para que las personas en situación de discapacidad puedan acceder a los trámites, productos y servicios en condiciones de igualdad.

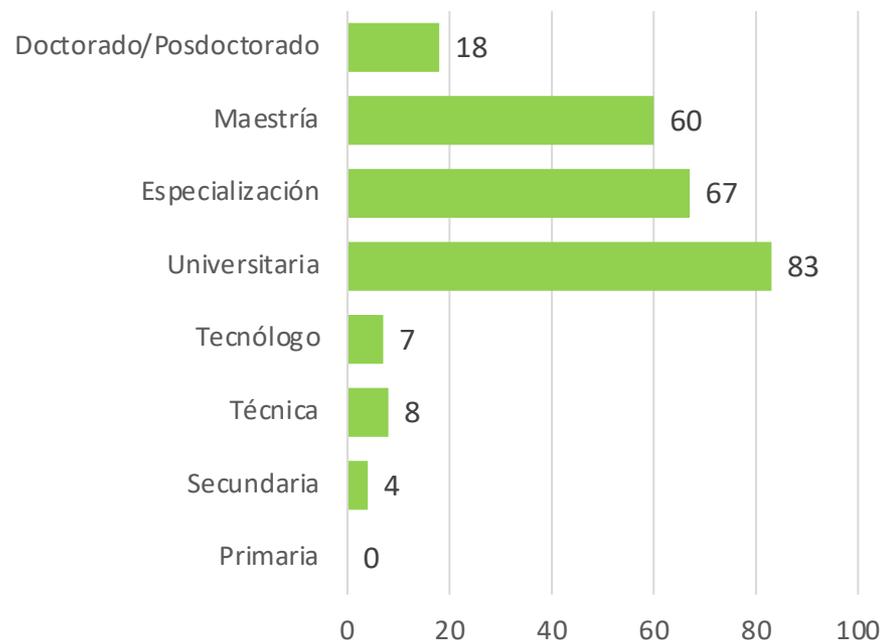


# Nivel de educación

## ¿Cuál es su nivel de educación? (Masculino)



## ¿Cuál es su nivel de educación? (Femenino)



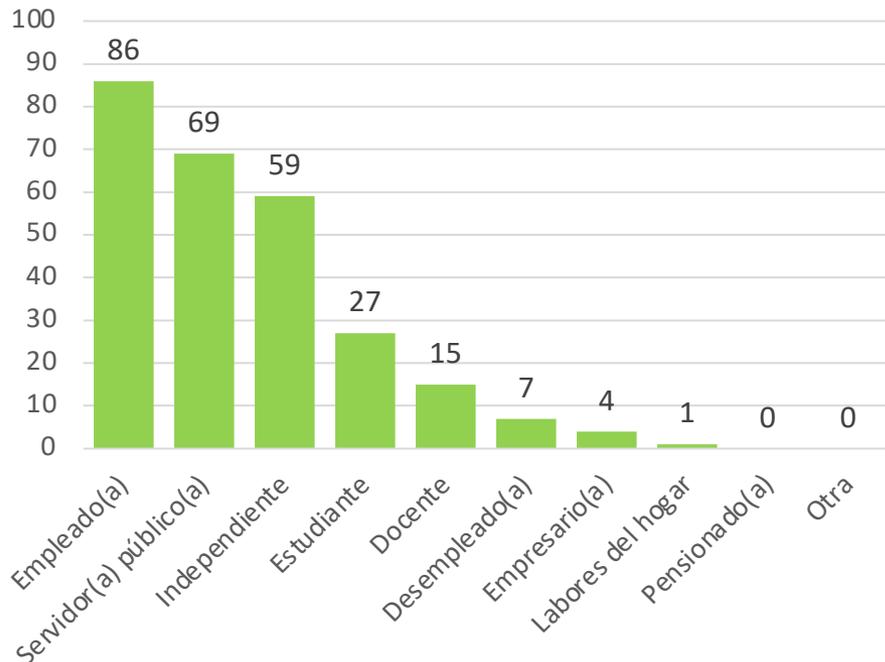
Tanto en el género masculino como el femenino, el nivel de educación que está mayormente representado en las figuras es el universitario. En el caso de los hombres el 41,1% son universitarios, mientras por parte de las mujeres es el 33,6%. El porcentaje del género masculino que es universitario es mayor al que se representa en el género femenino.

Pero si se comparan los porcentajes de quienes cuentan con estudios de posgrado (especialización, maestría y/o doctorado), la proporción de mujeres (58,7%) que cuentan con este nivel de educación es levemente superior a la de los hombres (53,7%) por un 5%.

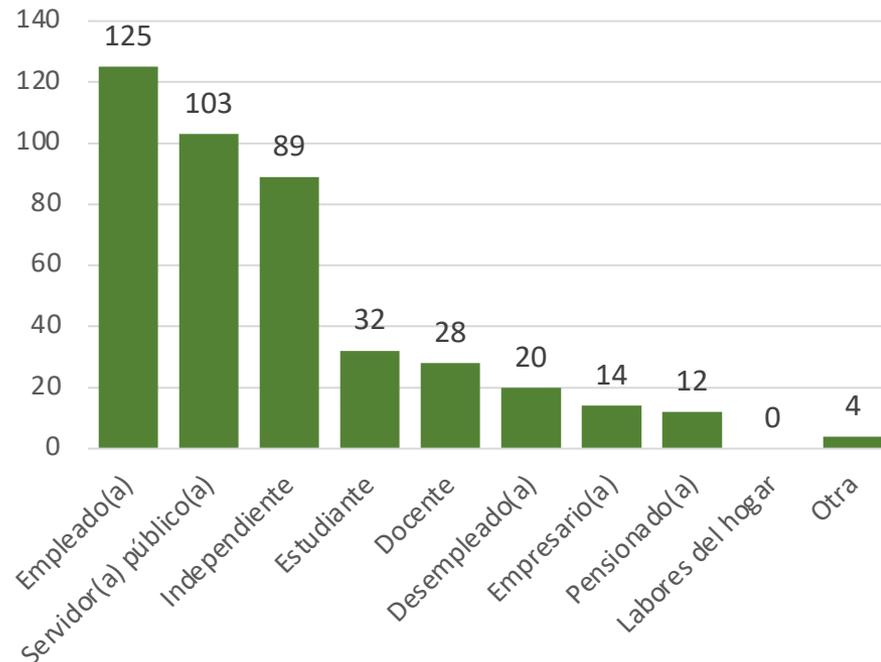


# Ocupación

Seleccione su ocupación: (Femenino)



Seleccione su ocupación: (Masculino)



Al comparar los resultados entre el género masculino y femenino en cuanto al factor ocupación, casi que se podría decir que es una “copia” sin tener en cuenta las cantidades. En ambos géneros las ocupaciones que tuvieron mayor representación fueron la de las y los empleados, seguidos por las y los servidores públicos, personal independiente y estudiantes.

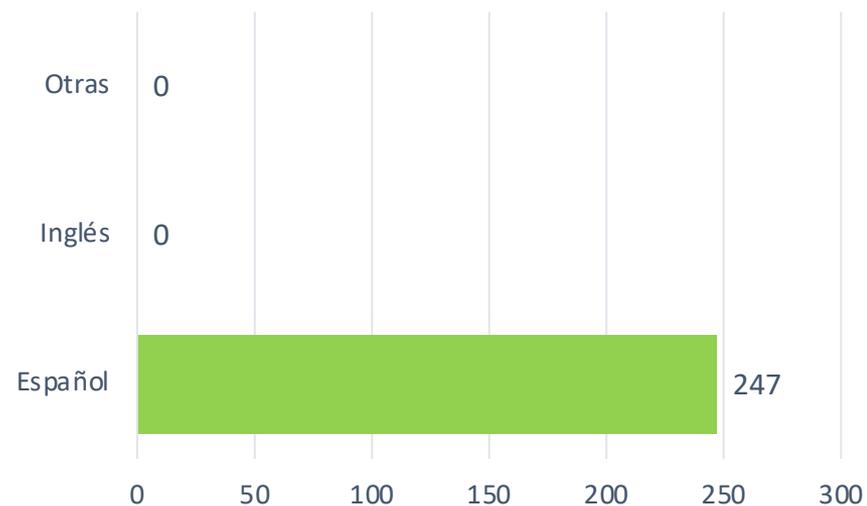


## Idioma nativo

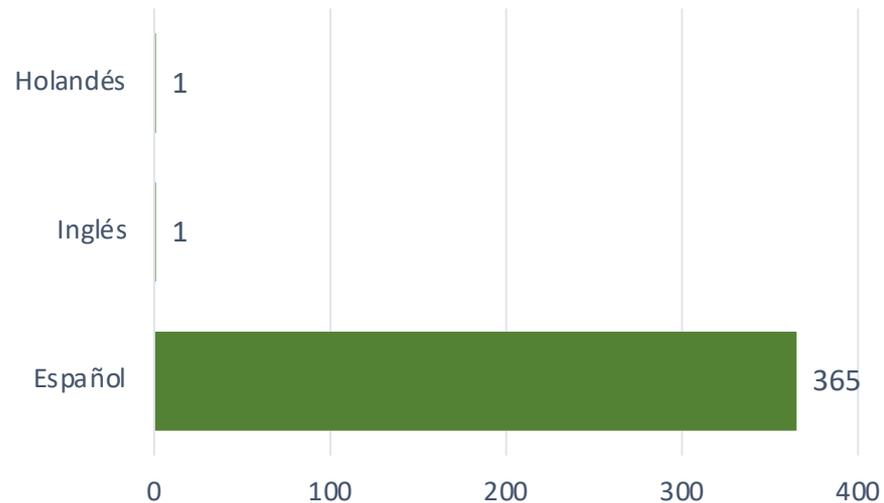
El idioma nativo que predomina en ambos géneros es definitivamente el español.

Solo en el caso de los hombres, dos (2) de ellos reportaron como idioma nativo, el inglés y el holandés.

¿Cuál es su idioma nativo? (Femenino)



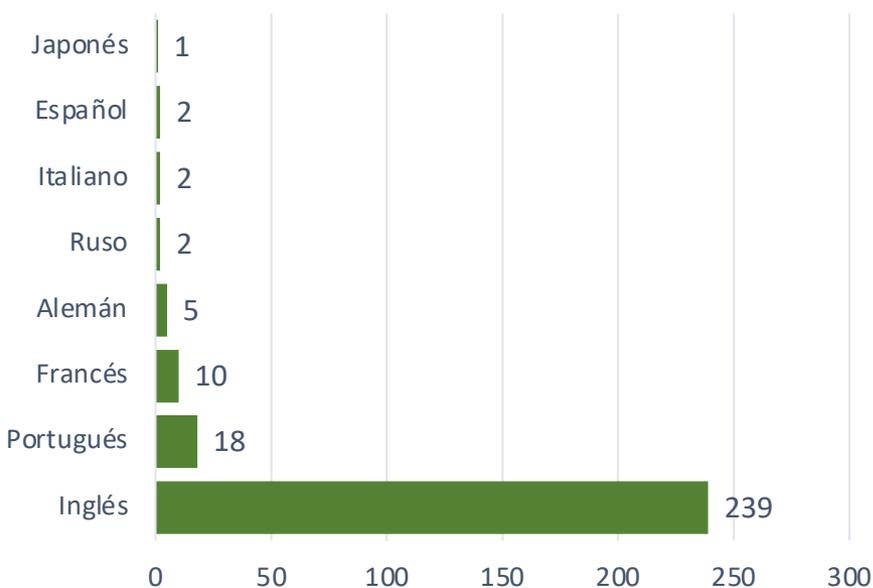
¿Cuál es su idioma nativo? (Masculino)



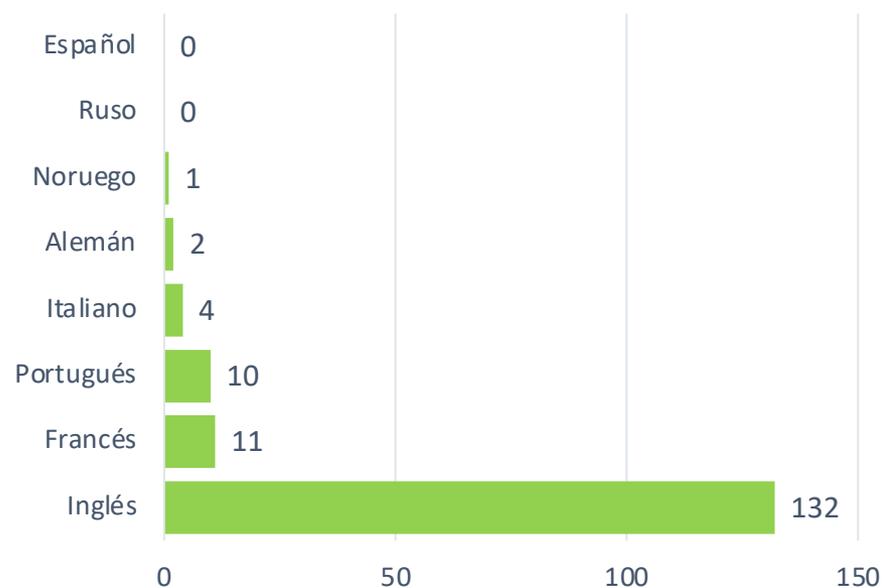


## Otros idiomas

¿Qué otro idioma habla? (Masculino)



¿Qué otro idioma habla? (Femenino)



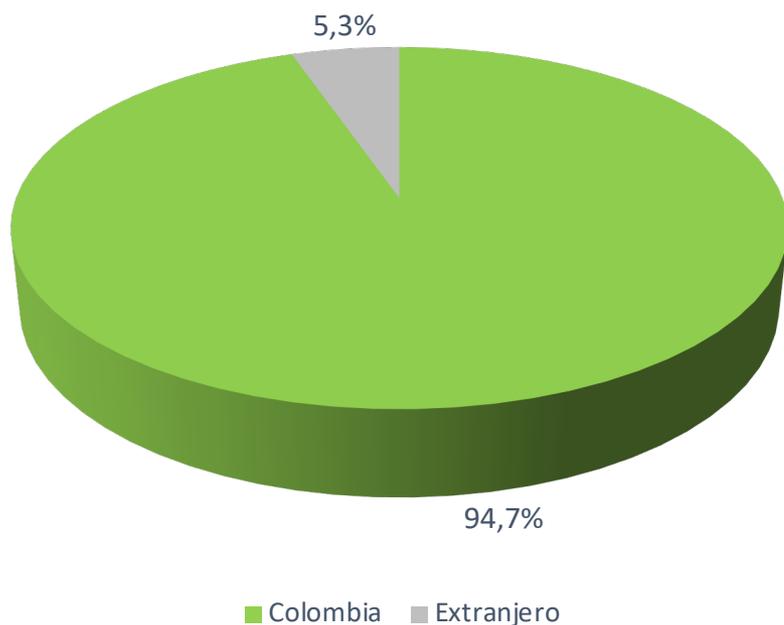
El segundo lenguaje que más manejan ambos géneros es definitivamente el inglés por la gran mayoría seguido por el francés y el portugués. Hubo personas de ambos sexos que también dominan otros idiomas como el japonés, noruego, alemán y ruso, pero representan una minoría.

En este marco el Servicio Geológico Colombiano tiene dentro de su visión (...) para el año 2023, será reconocido nacional e internacionalmente como una entidad líder en investigación y generación de conocimiento geocientífico y aplicaciones nucleares, (...), para ello es necesario desarrollar acciones que faciliten su consolidación, ampliar y fortalecer las relaciones interinstitucionales a nivel nacional e internacional, y diseñar y elaborar productos y servicios de material divulgativo, en otros idiomas.

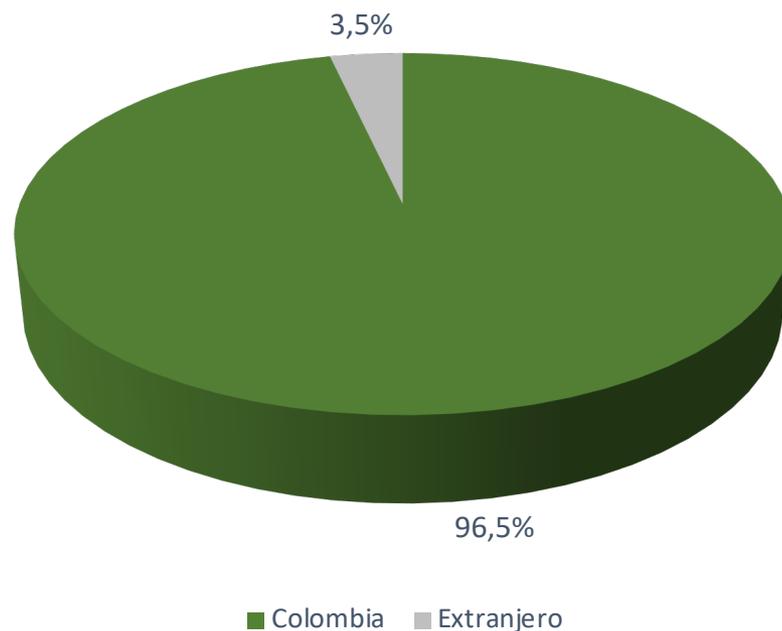


## Lugar de residencia

¿En qué lugar reside? (Femenino)



¿En qué lugar reside? (Masculino)

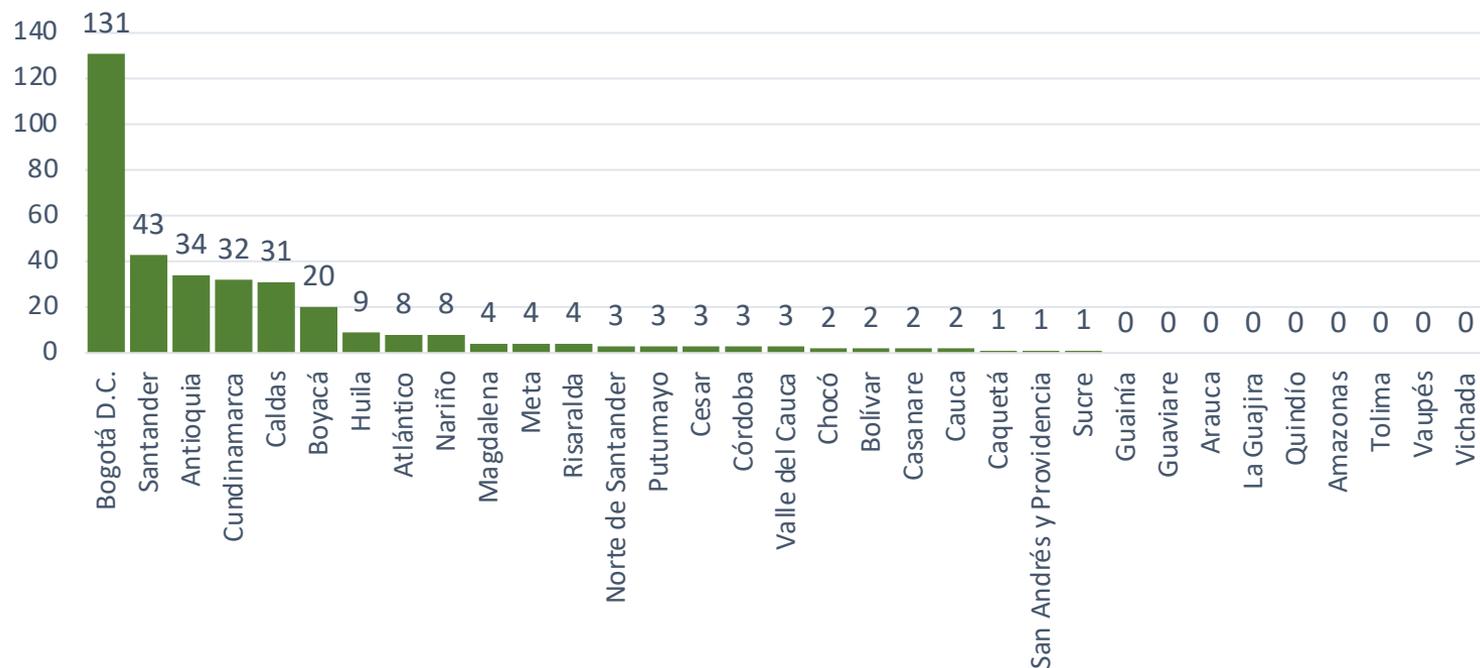


Nuevamente se puede observar en las dos (2) gráficas que la vasta mayoría de las personas residen en Colombia y una proporción pequeña en el extranjero.



# Departamento

¿En qué departamento de Colombia reside? (Masculino)

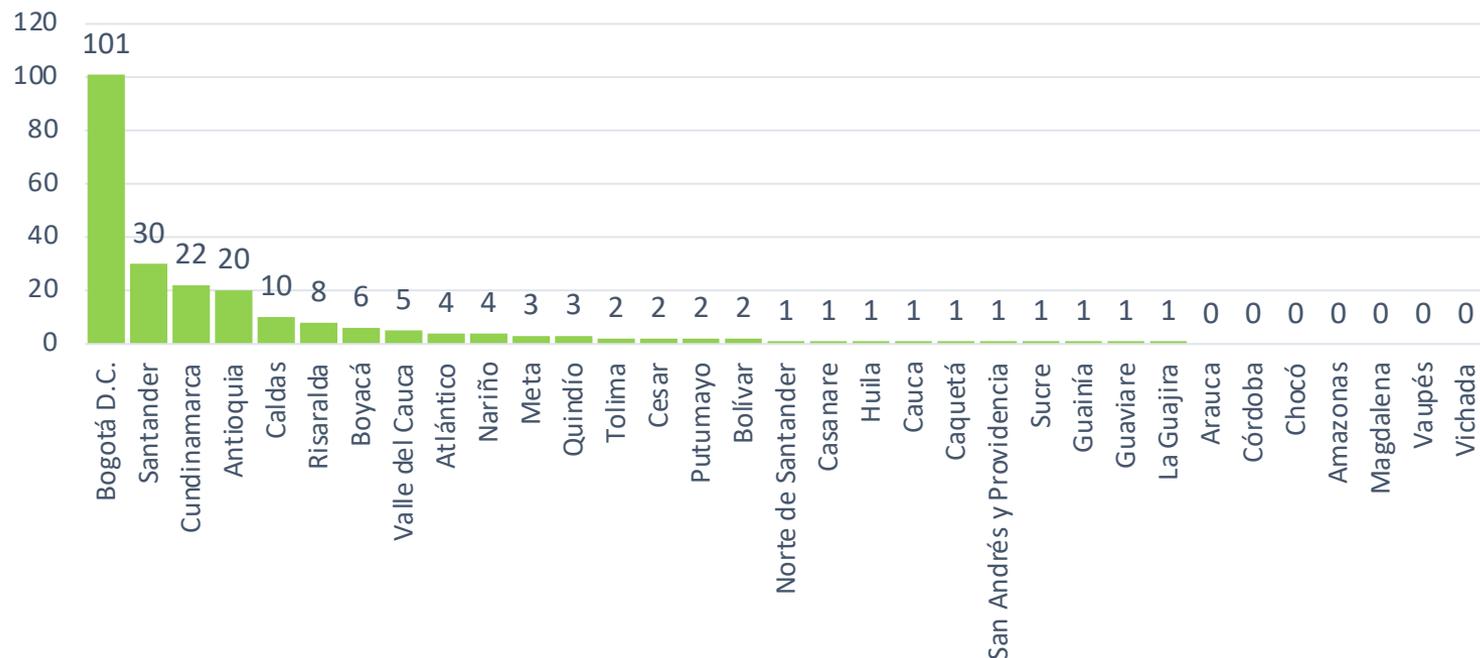


De las personas que residen en Colombia y que pertenecen al género masculino, el 82.2% viven en Bogotá, Santander, Antioquia, Cundinamarca, Caldas y Boyacá.



## Departamento

¿En qué departamento de Colombia reside? (Femenino)



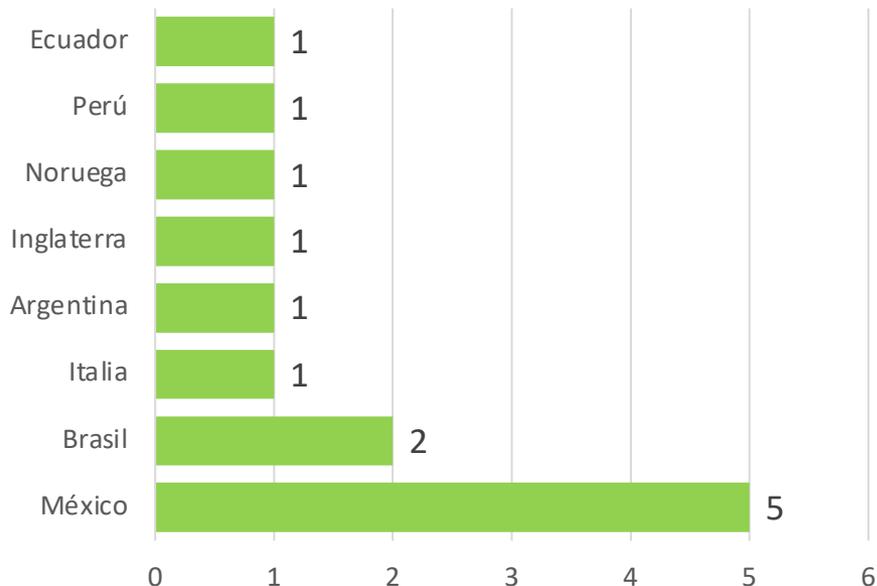
Por parte del género femenino, el 81,6% residen en Bogotá, Santander, Cundinamarca, Antioquia, Caldas y Risaralda.

En general el resultado en ambos géneros fue el mismo, lo que se puede interpretar es que la mayoría de los grupos de interés del SGC que participó en este estudio, son personas que viven en o cerca de los departamentos donde están localizadas las sedes de la entidad (Bogotá D.C., Cundinamarca, Antioquia, Valle del Cauca, Santander, Nariño, Cauca y Caldas).

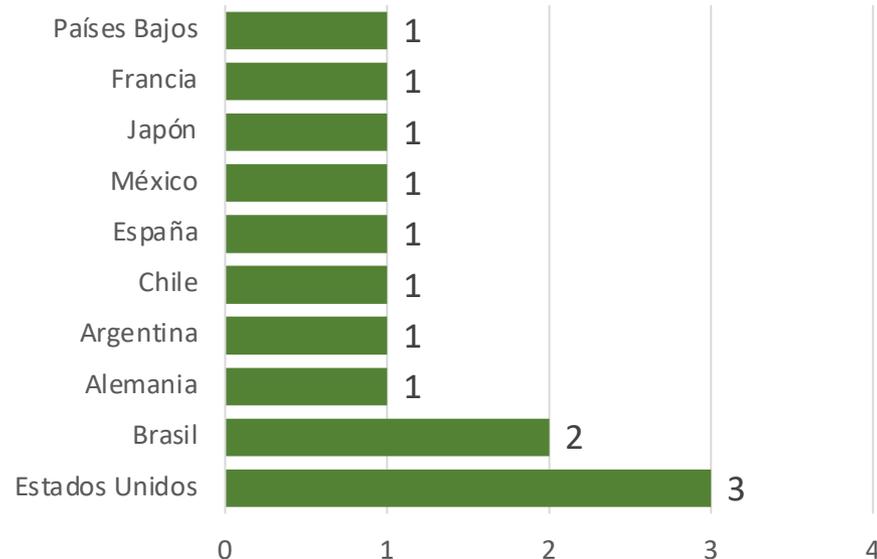


# Extranjero

¿En qué país reside? (Femenino)



¿En qué país reside? (Masculino)



En las gráficas de barras se puede observar que 26 personas de la muestra poblacional en general residen en el extranjero; 13 del género femenino y de la misma cantidad del género masculino.

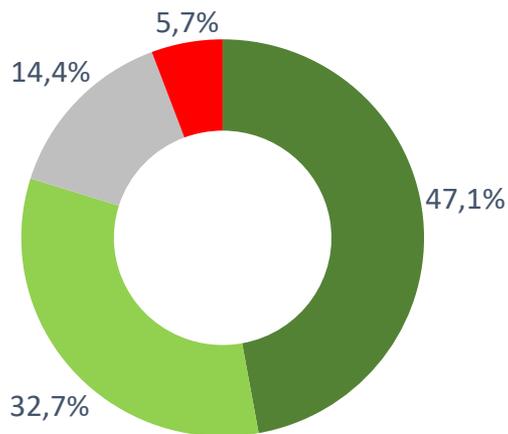
La mayoría de las personas encuestadas que viven en el extranjero están en países del continente Americano y Europeo. Solo en el caso de los hombres, hubo una persona que vive en Japón del continente Asiático.

Esto nos muestra con mayor claridad, que los grupos de interés de la entidad no solo están en el territorio nacional, sino que están ubicados en diferentes países a nivel internacional.



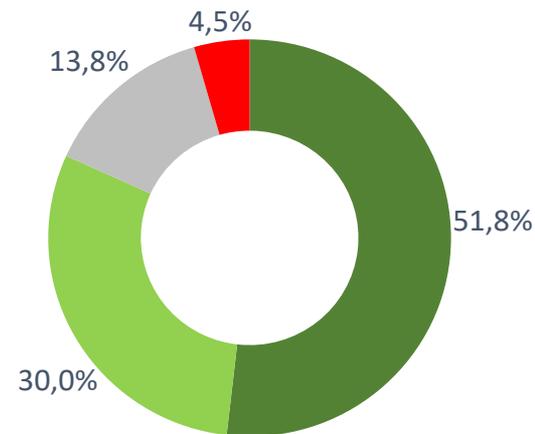
## Zona (lugar de residencia)

¿En qué zona se encuentra su lugar de residencia? (Masculino)



■ Área Urbana  
■ Área Metropolitana  
■ Cabecera Municipal  
■ Área Rural o Resto Municipal

¿En qué zona se encuentra su lugar de residencia? (Femenino)



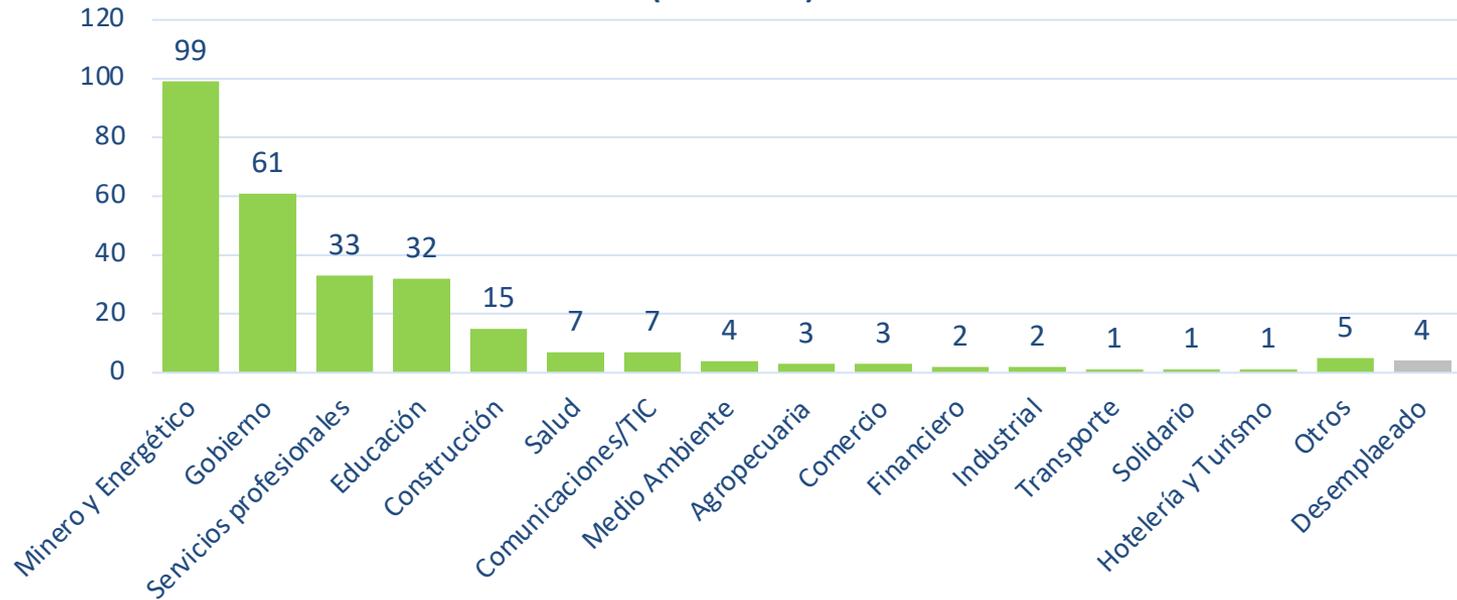
■ Área Urbana  
■ Área Metropolitana  
■ Cabecera Municipal  
■ Área Rural o Resto Municipal

La pregunta que indaga en qué zona se encuentra el lugar de residencia, tuvo nuevamente un resultado muy similar entre ambos géneros en donde cerca del 80% de las personas en cada caso viven en áreas urbanas o metropolitanas, aproximadamente el 14% en las cabeceras municipales y más o menos el 5% en las áreas rurales o restos municipales.



# Sectores económicos

¿En cuál de los siguientes sectores económicos se encuentra trabajando?  
(Femenino)



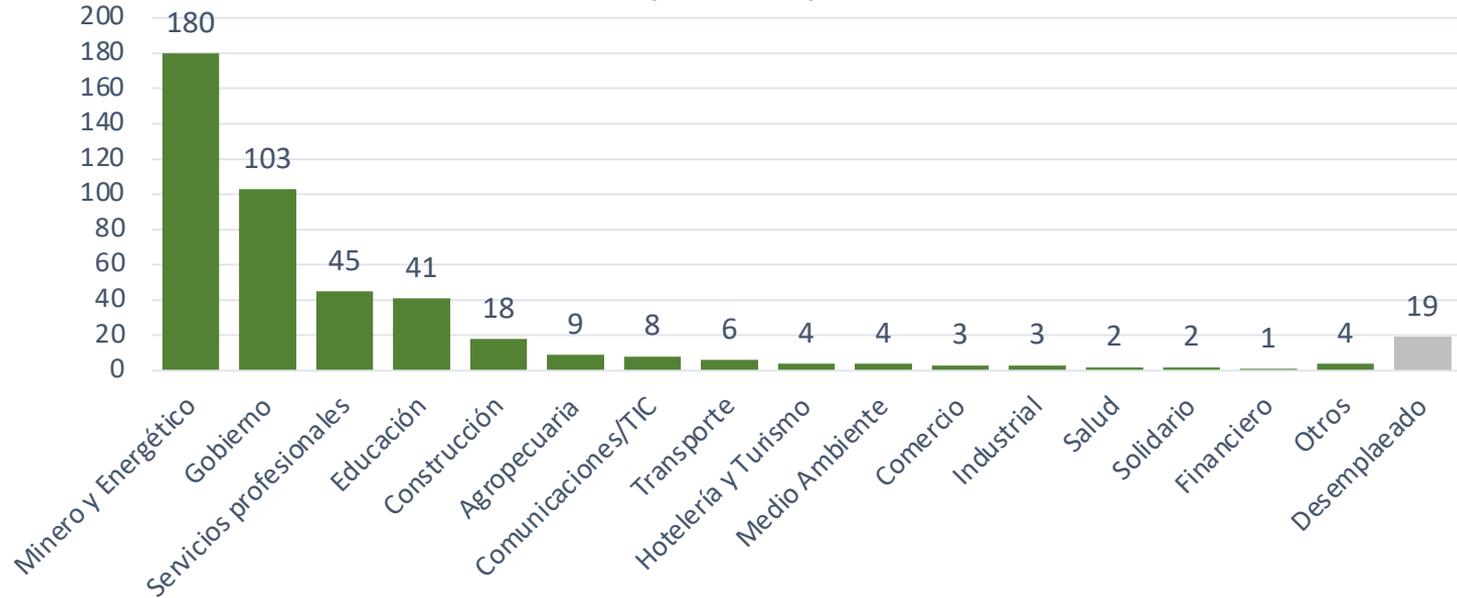
Los principales sectores económicos en que laboran las personas del género femenino son el Minero y Energético, Gobierno, Servicios profesionales, Educación y Construcción que representan el 85,7% de las mujeres que participaron en este estudio.

El 12,9% restante están distribuidos en los otros sectores de la economía que la entidad atiende directa o indirectamente con el portafolio de productos y servicios que ofrece.



# Sectores económicos

¿En cuál de los siguientes sectores económicos se encuentra trabajando?  
(Masculino)

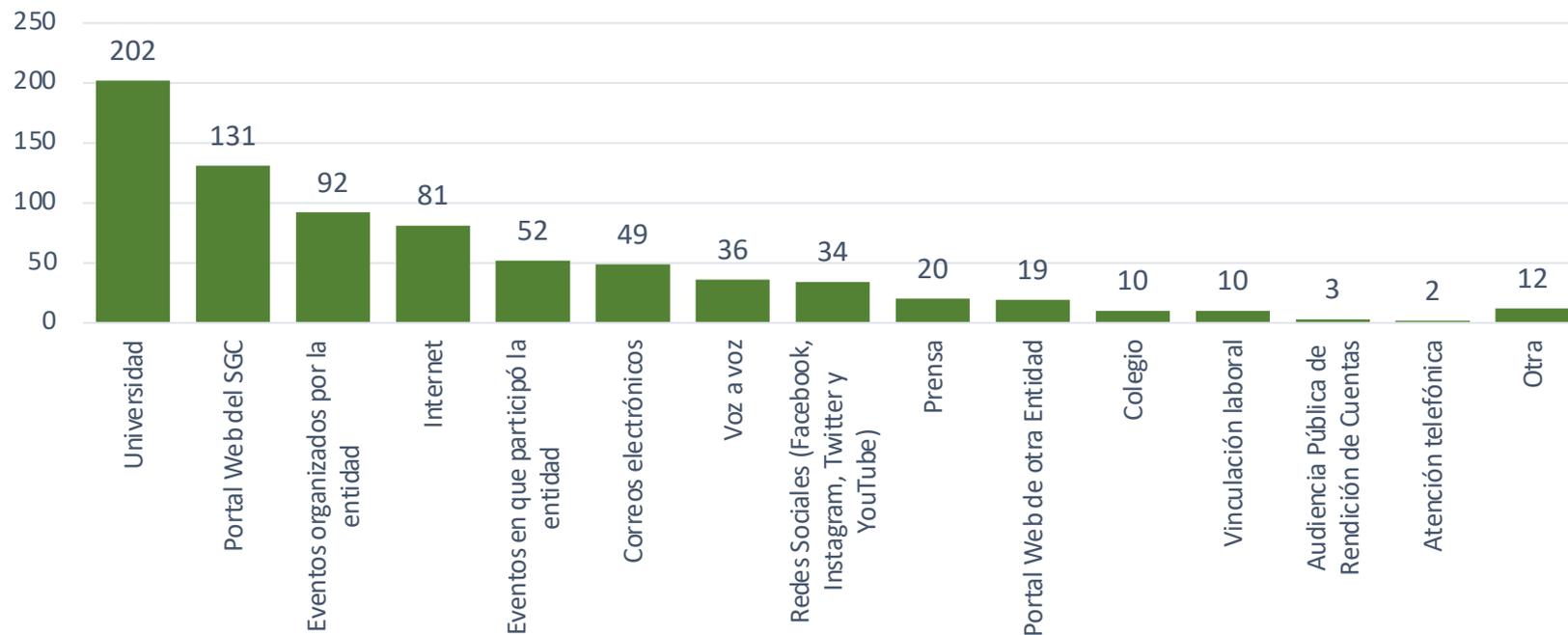


Al igual que los resultados del género femenino en cuanto a los sectores económicos donde desarrollan sus actividades de trabajo, las personas del género masculino laboran en el Minero y Energético, Gobierno, Servicios profesionales, Educación y Construcción que compone el 85,6% de los hombres que participaron en este estudio. La proporción que se presentó en esta variable fue casi el mismo con una diferencia del 0,1% entre los dos (2) géneros. El 10,2% restante están distribuidos en los otros sectores de la economía que el instituto atiende directa o indirectamente.



# Conocimiento del SGC

¿Cómo conoció al Servicio Geológico Colombiano? (Masculino)

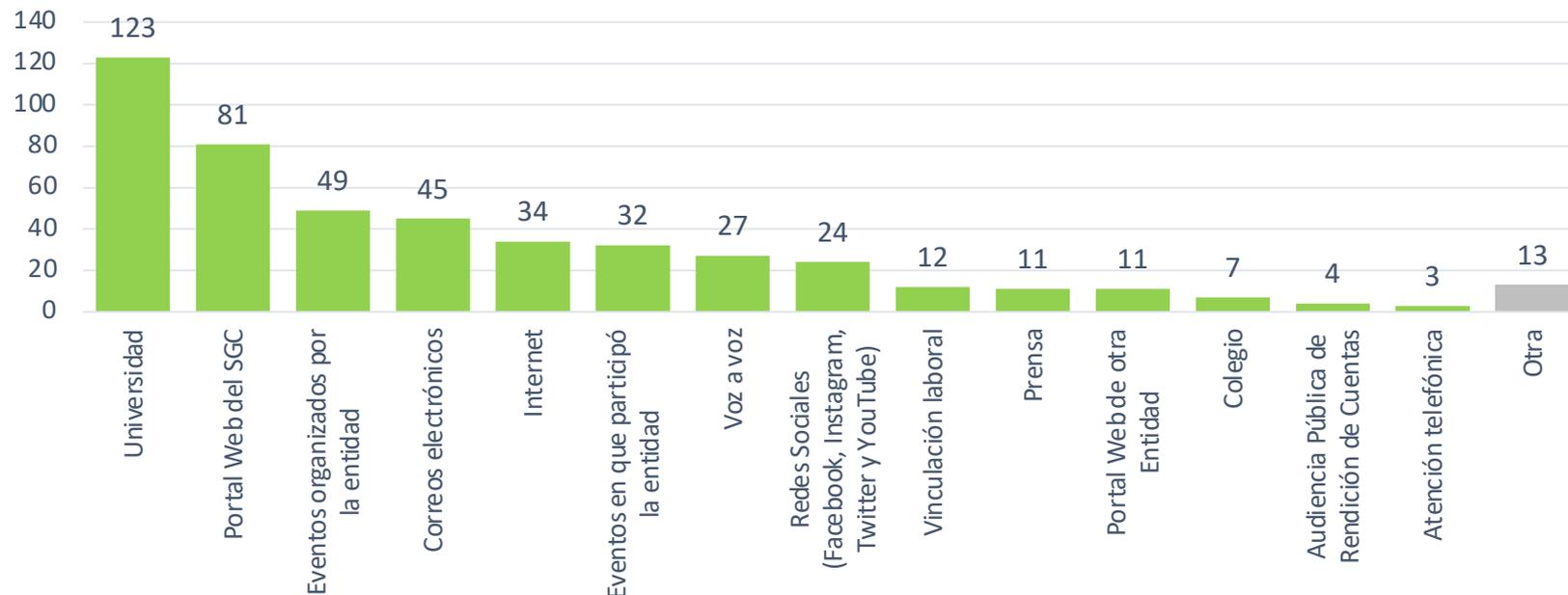


En el momento de responder la pregunta que indaga acerca de cómo conocieron el Servicio Geológico Colombiano, el 26,8% de las personas del género masculino respondieron que a través de la Universidad, otro 17,4% el portal Web de la entidad, el 12,2% en Eventos organizados por la entidad y finalmente el 10,8% mediante el internet. En este resultado se puede valorar la importancia de estos cuatro (4) espacios de interacción o canales de comunicación que son fundamentales para la divulgación del quehacer institucional.



# Conocimiento del SGC

¿Cómo conoció al Servicio Geológico Colombiano? (Femenino)



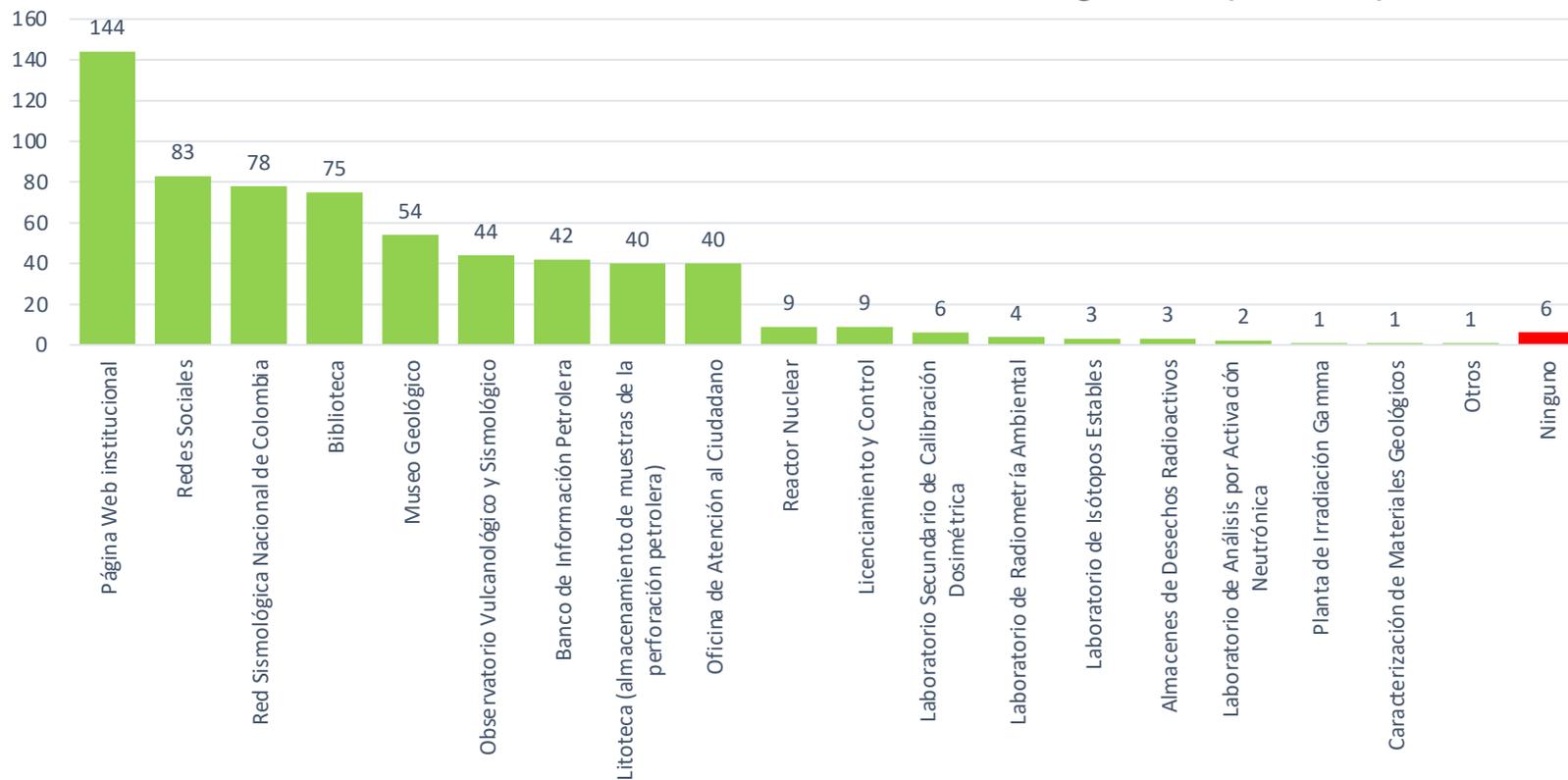
En cuanto al género femenino, los resultados fueron muy similares debido a que los primeros tres (3) canales de comunicación o espacios de interacción son los mismos. El 25,8% de las mujeres que participaron en el estudio contestaron que a través de la Universidad, otro 17% el portal Web de la entidad y el 10,3% en Eventos organizados por la entidad.

Se evidencia que tanto para las mujeres como para los hombres los canales más exitosos para dar a conocer la entidad entre los grupos de interés son las redes sociales, los correos electrónicos, los eventos virtuales, y el internet, aun en el escenario de la pandemia del COVID 19, estos canales han sido primordiales para la divulgación del quehacer institucional y lograr una amplia cobertura.



## Canales de atención del SGC

De los puntos o canales de atención del Servicio Geológico Colombiano que a continuación se mencionan, ¿De cuál hace uso frecuente o ha hecho uso alguna vez? (Femenino)

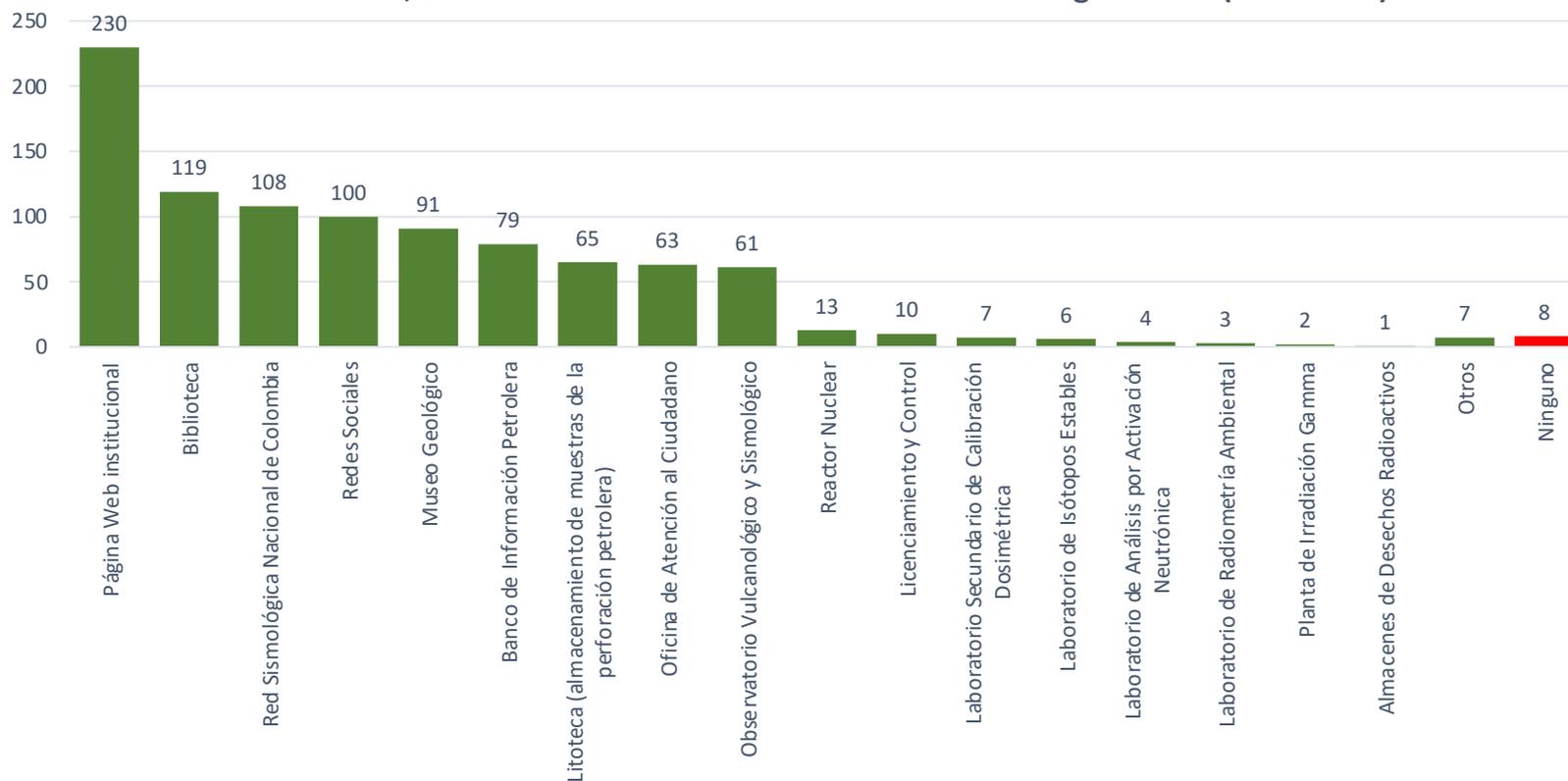


El SGC ofrece una gran diversidad de trámites, productos y servicios que hace parte de su portafolio y atiende a su población usuaria, desde los diferentes puntos disponibles de atención. Los puntos de atención que la mayoría de las encuestadas del género femenino utilizan son los servicios ofrecidos a través de la Página Web Institucional, Redes Sociales, Red Sismológica Nacional de Colombia, la Biblioteca, Museo Geológico, OVS, BIP, Litoteca y la Oficina de Atención al Ciudadano.



## Canales de atención del SGC

De los puntos o canales de atención del Servicio Geológico Colombiano que a continuación se mencionan, ¿De cuál hace uso frecuente o ha hecho uso alguna vez? (Masculino)



Para el género masculino, el resultado fue similar pero el orden de los puntos de atención varía un poco como se puede apreciar en las figuras. Los puntos de atención que la mayoría de los encuestados utilizan son los servicios ofrecidos a través de la Página Web Institucional, Biblioteca, Red Sismológica Nacional de Colombia, Redes Sociales, Museo Geológico, BIP, Litoteca, Oficina de Atención al Ciudadano y el OVS.

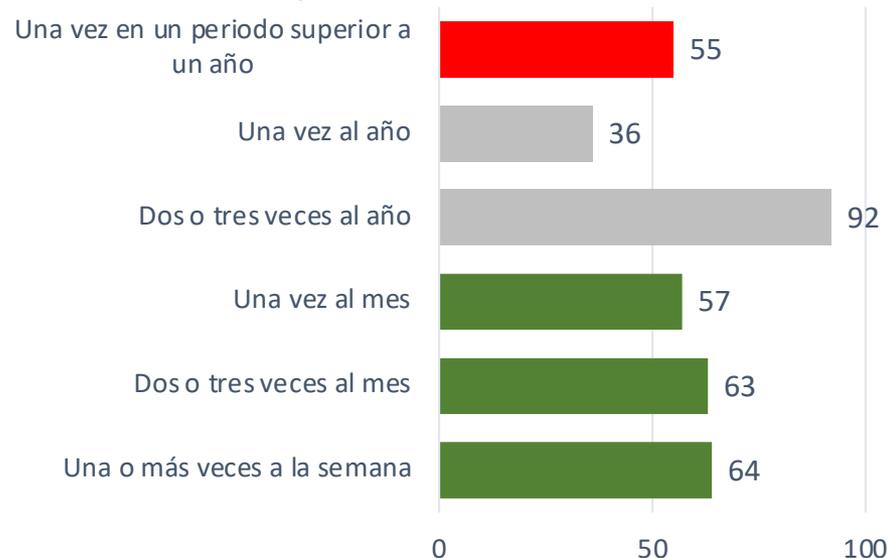


## Frecuencia de uso

¿Con qué frecuencia utiliza los productos, servicios y trámites del SGC? (Femenino)



¿Con qué frecuencia utiliza los productos, servicios y trámites del SGC? (Masculino)



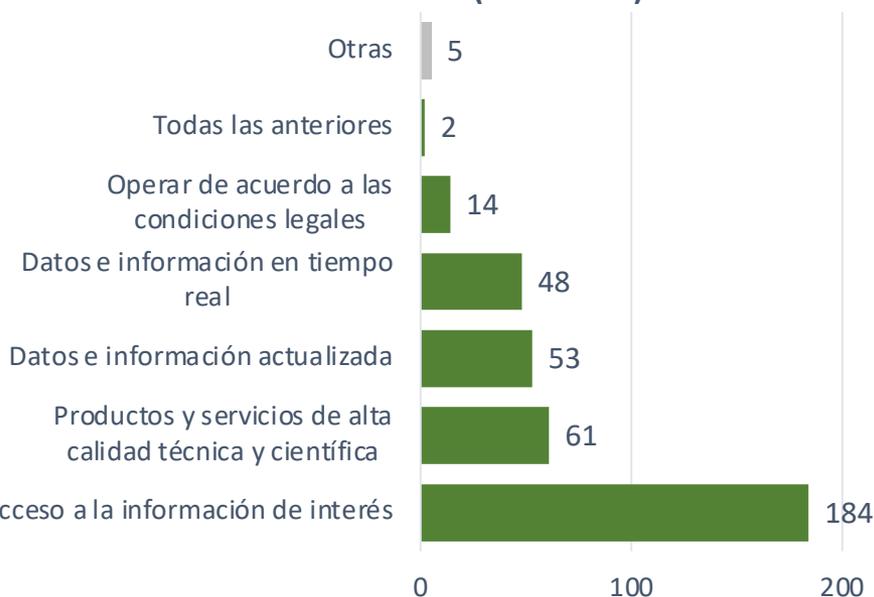
Género femenino: De las 247 mujeres que contestaron la pregunta que indaga la frecuencia con que utilizan los trámites, productos y/o servicios del portafolio del SGC, el 56,7% se consideran “Usuaris frecuentes” (resaltado en color verde claro), el 31,2% son “Usuaris habituales” (resaltado en color gris) que utilizan los servicios de la entidad con una frecuencia media y finalmente el 12% restante, son “Usuaris esporádicas” (resaltado en color rojo), que corresponden a personas que alguna vez requirieron de la oferta institucional pero las probabilidades de volver son bajas.

Género masculino: De los 367 hombres que respondieron la pregunta, el 50,1% se consideran “Usuarios frecuentes” (resaltado en color verde oscuro), el 34,9% son “Usuarios habituales” (resaltado en color gris) y finalmente el 15% restante, son “Usuarios esporádicos” (resaltado en color rojo).



## Beneficio esperado

¿Cuál es el beneficio principal que espera recibir al adquirir o utilizar un producto, servicio o trámite del SGC? (Masculino)



¿Cuál es el beneficio principal que espera recibir al adquirir o utilizar un producto, servicio o trámite del SGC? (Femenino)

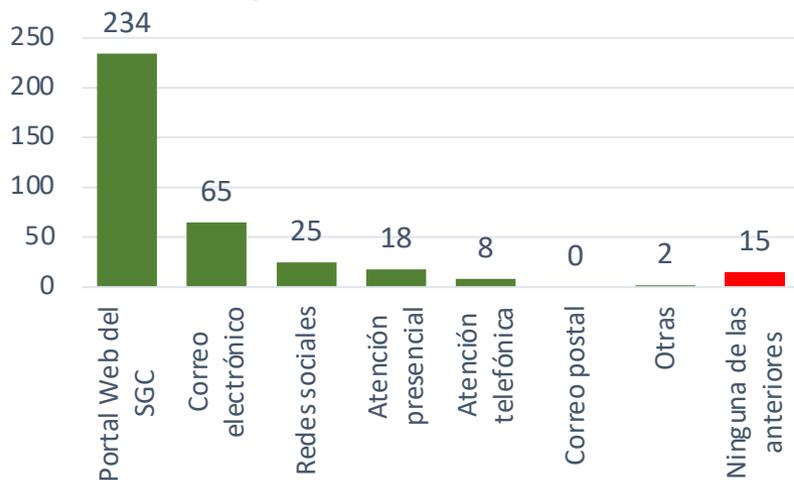


Los beneficios principales que esperan recibir los usuarios cuando utilizan los trámites, productos y servicios del SGC no varía según el género como se puede observar en ambos gráficos. El beneficio más importante para un gran número de personas es el “Acceso a la información de interés” seguido por contar con “Productos y servicios de alta calidad técnica y científica.”

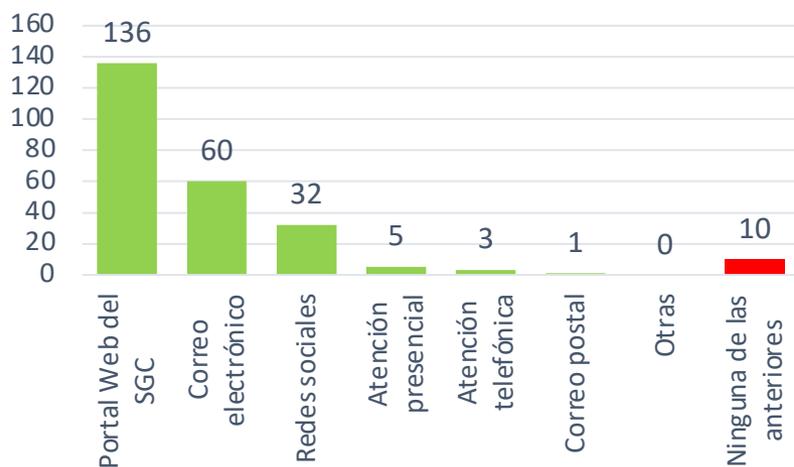


## Canales de atención

De los siguientes canales de atención, ¿Cuál es el que más utiliza? (Masculino)



De los siguientes canales de atención, ¿Cuál es el que más utiliza? (Femenino)



Los tres (3) canales que más utilizan las personas encuestadas son el portal Web del SGC, el correo electrónico y por último las redes sociales.

En el estudio de caracterización de la población usuaria que se desarrolló en la vigencia anterior (año 2020), la Atención Presencial era el tercer canal más utilizado, pero seguramente a raíz de la pandemia, los canales virtuales cogieron más fuerza y desplazaron a los canales de atención tradicionales (presencial, telefónica y correo postal).

Haciendo una comparación porcentual entre ambos géneros, el porcentaje de hombres que utilizan el portal Web del SGC es mayor con un 63,8% con relación al alcanzado por las mujeres que es del 55,1%.

Contrario se presenta en el caso de los correos electrónicos como canal de atención que más utilizan, las mujeres superan el porcentaje de hombres alcanzando el 24,3%, mientras el género masculino tuvo un resultado porcentual del 17,7%.

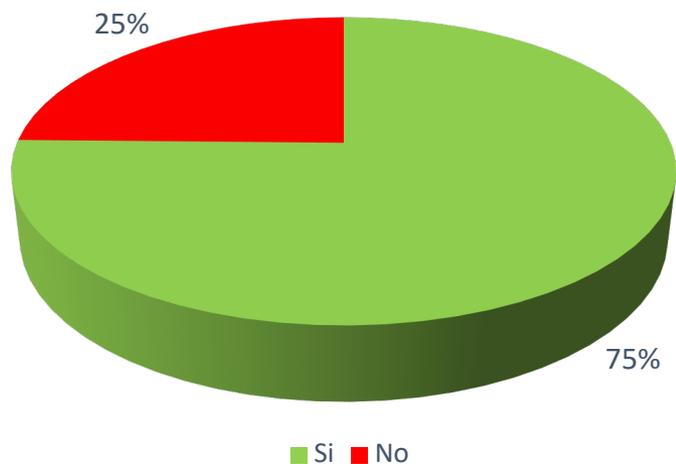
En cuanto a las redes sociales, se presentó una superioridad porcentual en el género femenino con 13% y por parte del género masculino, la proporción fue del 6,8%.



## Interés en recibir información

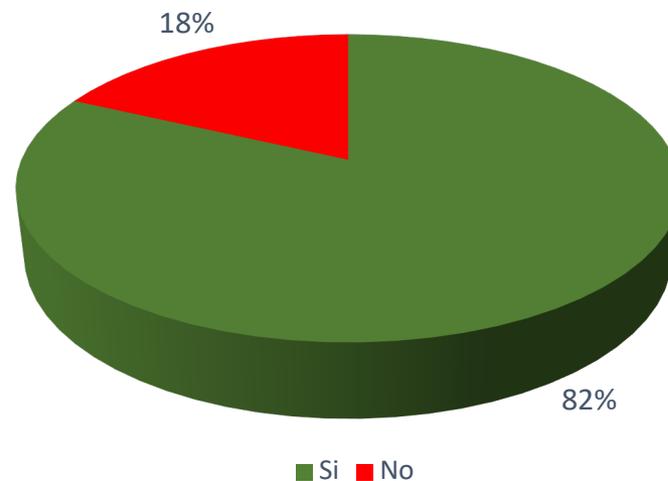
¿Le gustaría recibir información sobre productos, servicios, trámites y eventos del SGC?

(Femenino)



¿Le gustaría recibir información sobre productos, servicios, trámites y eventos del SGC?

(Masculino)



La mayoría de la población usuaria están interesados en recibir información sobre los trámites, productos, servicios y eventos organizados por el SGC.

Si se hace un comparativo más detallado, el porcentaje de hombre interesados en recibir información supera al de mujeres en un 7%.



## Conclusiones y recomendaciones

El estudio de Caracterización de la Población Usuaría desde el enfoque diferencial es el primero que se desarrolla en el Servicio Geológico Colombiano. Este trabajo ha permitido ampliar las particularidades e intereses de conocimiento de la población usuaria y los grupos de interés de la entidad.

A continuación se resaltan algunos aspectos que se evidenciaron en el estudio, así como las recomendaciones para tener en cuenta.

1. Según los resultados, al analizar las variables de interés de conocimiento y participación se identificó que tanto para las mujeres como para los varones las similitudes e intereses frente a la oferta institucional no son diferentes y su participación se mantiene de acuerdo al catálogo de servicios.

Aunque el SGC produce y ofrece trámites, productos y servicios enfocados en atender las necesidades de sus grupos de interés y la ciudadanía en general, se recomienda hacer una revisión relacionada con las condiciones y contextos de los servicios prestados y las características de accesibilidad a los mismos.

2. En el estudio participaron personas de diferentes grupos étnicos que son parte de los grupos de interés del SGC pero solo representan el 3,5% de la muestra poblacional.

Como una acción estratégica a desarrollar, la recomendación es realizar una caracterización de usuarios con un enfoque étnico por áreas de conocimiento y en especial en los territorios donde interactúa la entidad desde su quehacer misional.

3. En el informe se pudo apreciar que entre los grupos de interés el 3% de la muestra presenta alguna condición de discapacidad (físicas, visual y auditiva), en ese sentido es fundamental contar con las instalaciones adaptadas a sus necesidades y ofrecer los servicios desde los diversos canales en condiciones de accesibilidad. Así como, tener servidores públicos del SGC capacitados y sensibilizados para recibir y atender de forma oportuna y apropiada a este grupo de interés de la entidad.



## Conclusiones y recomendaciones

4. El SGC, ha venido trabajando en generar un mayor acercamiento con la comunidad internacional, contratando los servicios de expertos extranjeros, participando en eventos internacionales realizados en el territorio nacional y en otros países. Se han generado relaciones de cooperación internacional, capacitaciones de su personal en el exterior, organización de espacios de apropiación social del conocimiento con el acompañamiento de la comunidad foránea, entre otros escenarios.

En la caracterización se detectó que entre los grupos de interés hay varias personas que manejan otros idiomas, sobre todo el inglés que es el idioma más hablado como segunda lengua entre las personas que participaron en el estudio.

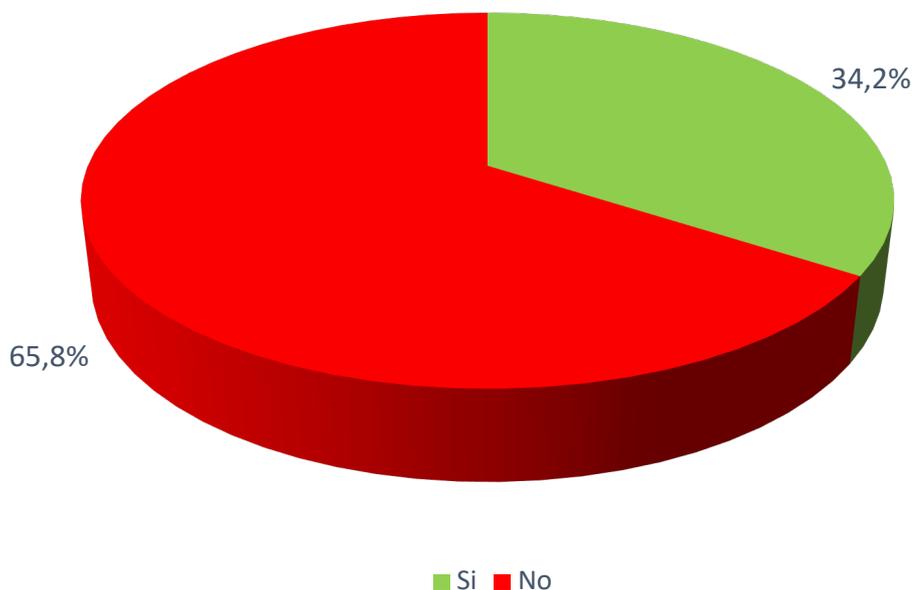
Por ello, es fundamental que el Servicio Geológico Colombiano produzca material divulgativo bilingüe, y cuente con profesionales bilingües para ofrecer la atención adecuada.

5. El portafolio del SGC atiende las necesidades de la población usuaria que labora en los diferentes sectores económicos. Para generar contacto con los diferentes grupos de interés con los que habitualmente se interactúa, se recomienda que la entidad participe en eventos de sectores de la Salud, la Construcción, la Academia y el Gobierno, este último sobre todo en zonas donde el SGC desarrolla trabajos de campo.



## Rendición de cuentas

¿Sabe cómo participar en una Rendición de Cuentas?



Las preguntas relacionadas con las rendiciones de cuentas no se tratarán de igual manera como se hizo con las variables o aspectos anteriores. Las figuras mostrarán la opinión de todas las 614 personas.

La figura que muestra los resultados de la pregunta que busca identificar si las personas saben como participar en una rendición de cuentas, en esta se puede valorar que el 65,8% respondieron que “No”.

Este valor refleja claramente un elevado número de personas que desconocen los asuntos relacionados con las rendiciones de cuentas. Para ello, es importante socializar qué es este espacio para el control social de la gestión institucional, cómo pueden participar y por qué es importante hacerlo.



## Rendición de cuentas

¿Ha participado en una Rendición de Cuentas del Servicio Geológico Colombiano?

De las 210 personas que saben cómo participar en las rendiciones de cuentas, solo el 29,5% contestaron que han participado en estos espacios organizados por el Servicio Geológico Colombiano.

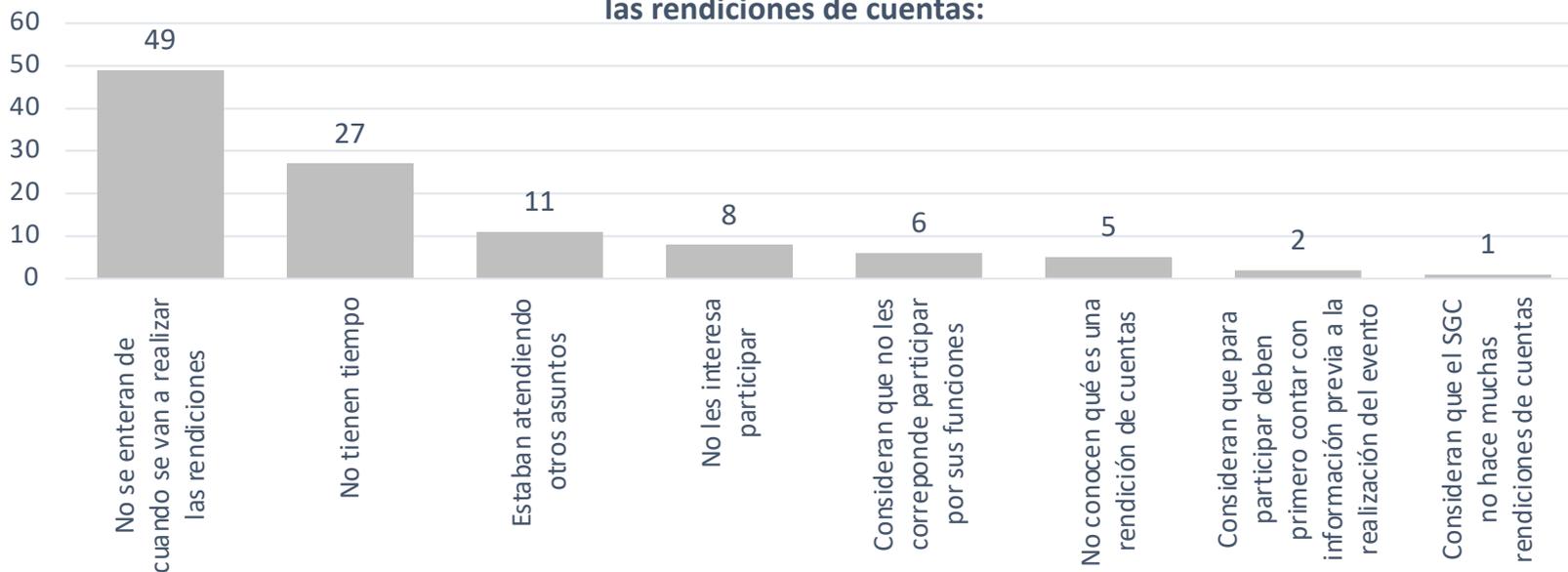
Es un porcentaje bastante bajo de personas que han asistido a este tipo de eventos.





## Participación en las rendiciones de cuentas

Si su respuesta es negativa, por favor mencione los motivos por los cuales no participa en las rendiciones de cuentas:



Los motivos que dieron las personas que conocen qué es una rendición pero que no participan en ellas son en su mayoría relacionados a que: a) No les llegan invitaciones y por lo tanto no se enteran de las rendiciones de cuentas que realiza el SGC, b) No tienen el tiempo suficiente para asistir o estaban atendiendo otros asuntos y c) No les interesa participar en este espacio .

Vale la pena resaltar que para participar, deben primero recibir información previa a la realización de la rendición porque les interesa conocer la agenda y documentación con información detallada de la gestión institucional para poder llegar a la rendición y entender todo lo que se menciona en este espacio sumado a que pueden hacer las preguntas que consideren pertinentes.



## Sugerencias de los encuestados para la rendición de cuentas

El instrumento de recolección de datos les ofreció a los encuestados la posibilidad de realizar sugerencias con el propósito de fortalecer para una mejor participación en las rendiciones de cuentas organizadas por el Servicio Geológico Colombiano. A continuación se mencionarán todas las propuestas realizadas:

- Mayor y mejor divulgación de la rendición de cuentas
- Socializar qué es una rendición de cuentas y cómo se participa en ella
- Realizar rendiciones de cuentas de forma virtual
- Información de la rendición de cuentas
- Entregar información antes de la realización del evento
- Invitar a participar a más grupos de interés
- Utilizar otros canales de divulgación
- Presentar información actualizada y de interés del público asistente
- Lenguaje claro
- Crear un mayor espacio de interacción con los asistentes (tiempo real)
- Agendar la rendición de cuentas en horarios no laborales
- Jornada más corta

- Mejorar los canales de comunicación (conectividad) durante el evento
- Realizar rendiciones de cuentas de forma presencial
- Realizar el evento de forma más dinámica
- Evaluar la rendición de cuentas (encuestas)
- Socializar más información de la rendición de cuentas del SGC
- Construir una agenda más amplia

Debido a que se mencionaron anteriormente algunas de las sugerencias, se hará especial énfasis en tres (3) de las recomendaciones hechas por las personas encuestadas y el primero es ofrecer a las personas que atendieron la posibilidad de tener una mayor interacción con los expositores y hacer preguntas.

Segundo, las rendiciones de cuentas no son solamente los grupos de interés y usuarios, sino también para la ciudadanía en general si quieren participar en estos espacios. Teniendo en cuenta este aspecto es importante que el lenguaje utilizado sea lo más claro y sencillo posible.

Tercero, invitar a más grupos de interés a participar logrando no solo aumentar la asistencia de público externo sino ampliar la diversidad y ser una entidad incluyente.



# Conclusiones y recomendaciones para las rendiciones de cuentas

En el estudio de caracterización se incluyeron algunas preguntas relacionadas con las rendiciones de cuentas y se pudo identificar algunas oportunidades para fortalecer este tipo de espacios que realiza el SGC cada año.

- A. En los resultados se puede valorar un elevado porcentaje de la muestra poblacional que desconoce lo que es una Rendición de Cuentas y cómo participar en ella.
- B. De los que si conocen qué es una Rendición de Cuentas, solo el 29,5% ha participado en estos espacios organizados por el SGC.
- C. Un elevado número de personas dicen que no participan porque no se enteran del evento.

Para aumentar la participación de la ciudadanía y los grupos de interés en las rendiciones de cuentas que organiza la entidad se recomienda implementar las siguientes cuatro (4) acciones:

1. Divulgar qué es una Rendición de Cuentas, cuál es su importancia y cómo pueden participar mediante campañas informativas y de sensibilización.
2. Enviar invitaciones a los grupos de interés y publicar en las redes sociales cuando y donde se va a realizar la Rendición de Cuentas del SGC. Esto se debe hacer con suficiente tiempo de antelación y en varias oportunidades para que los interesados en participar se puedan programar su asistencia.
3. Presentar contenidos que sean de interés del público asistente. Para ello, es fundamental averiguar qué tipo de contenidos quieren conocer los asistentes en la rendición de cuentas y la manera más directa de conseguir esta información es a través de una encuesta.
4. Ofrecer un espacio que permita una mayor interacción entre los asistentes y la entidad, donde puedan hacer preguntas en tiempo real y que estas se resolverán oportunamente.