



Caracterización de Usuario 2019



Grupo de
Participación Ciudadana y Comunicaciones

METODOLOGÍA: Cuantitativa

TÉCNICA: Encuesta física y digital.

POBLACIÓN: Usuarios que han requerido los trámites, productos y servicios de los diversos puntos de atención del SGC durante el 2019.

MUESTREO: La técnica de muestreo que se utilizó fue No Probabilístico de tipo Intencional.

TAMAÑO DE LA MUESTRA: 177 encuestas

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN: Se implementó una encuesta digital que se envió a los correos electrónicos de los usuarios que han solicitado los servicios de la entidad durante el 2019. Así mismo, se entregó una encuesta física a los visitantes del Museo Geológico y la Biblioteca de la Sede Central en Bogotá D.C.

PREGUNTAS QUE SE FORMULARON: Para el estudio se utilizaron 21 preguntas de las cuales 19 son cerradas y 2 abiertas. Las preguntas cerradas permiten caracterizar los usuarios del estudio en diferentes categorías de tipo geográfica, demográfica, intrínseca y comportamental.

PERIODO TRABAJO DE CAMPO: 13 de agosto al 29 de octubre de 2019.

COBERTURA GEOGRÁFICA: Sede Central y CAN en Bogotá D.C., GTR de Bucaramanga, Cali y Medellín y la OVS de Manizales, Pasto y Popayán.

CRITERIOS CLASIFICACIÓN VARIABLES

La priorización de las variables mediante las cuales se caracterizarán a los usuarios relacionados con el Servicio Geológico Colombiano siguió el estándar establecido por el DNP, y que consiste en clasificar las variables de acuerdo a los siguientes criterios. Criterios de calificación de la variable según DNP.

MEDIBLE: Variables que puedan observarse o medirse para cada ciudadano, usuario o grupo de interés.

ECONÓMICA: 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.

ASOCIATIVA: Deben permitir realizar segmentaciones. Estas variables deben asociarse o relacionarse con las necesidades de la mayoría de los usuarios de cada grupo para garantizar la relevancia.

RELEVANTE: Aquellas que están relacionadas con el objetivo de la caracterización y aportan al cumplimiento de los objetivos del ejercicio.

CONSISTENTE: Variables cuyos resultados o valores permanecen en el tiempo.

TIPOS DE VARIABLES

La Guía del DNP sugiere los siguientes tipos de variables o categorías para ser consideradas en la caracterización de los usuarios.

VARIABLES GEOGRÁFICAS: Dan cuenta de la ubicación geográfica de los ciudadanos, usuarios o grupos de interés y de aquellas características que están directamente asociadas.

VARIABLES DEMOGRÁFICAS: La demografía estudia las características de una población y su desarrollo a través del tiempo.

VARIABLES INTRÍNSECAS: Estas variables hacen referencia a actividades o valores comunes (preferencias individuales o estilos de vida) de los ciudadanos, usuarios o grupos de interés que permiten identificar características para diferenciarlos.

VARIABLES DE COMPORTAMIENTO: Estas variables corresponden 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.

VARIABLES DE CARACTERIZACIÓN

Personas naturales que utilizaron los trámites, productos y/o servicios que ofrece el Servicio Geológico Colombiano.

• GEOGRÁFICA

- Sedes distribuidas en el país.
- Departamentos donde residen los usuarios.
- Ubicación de zona rural y/o urbano.

• DEMOGRÁFICA

- Género.
- Edad.
- Grupo étnico.
- Condición de discapacidad.
- Estado civil.
- Ocupación.
- Idioma.
- Educación.
- Sector económico.

• INTRÍNSECA

- Medio por el cual tuvo conocimiento de la entidad.
- Canales de atención.
- Puntos de atención.

• COMPORTAMENTAL

- Frecuencia de uso.
- Beneficio esperado.

PRIORIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE	MEDIBLE	ECONÓMICA	ASOCIATIVA	RELEVANTE	CONSISTENTE
GEOGRÁFICA					
Sedes distribuidos en el país	X	X	X	X	X
Departamentos donde residen los usuarios	X	X	X	X	X
Ubicación de zona rural y/o urbano	X	X	X	X	X
DEMOGRÁFICA					
Género	X	X	X	X	X
Edad	X	X	X	X	X
Grupo étnico	X	X	X	X	X
Condición de discapacidad	X	X	X	X	X
Estado civil	X	X	X	X	X
Ocupación	X	X	X	X	X
Idioma	X	X	X	X	X
Educación	X	X	X	X	X
Sector económico	X	X	X	X	X
INTRÍNSECA					
Medio por el cual tuvo conocimiento de la entidad	X	X		X	
Canales de atención	X	X	X	X	X
Puntos de atención	X	X	X	X	
COMPORTAMENTAL					
Frecuencia de uso	X	X	X	X	
Beneficio esperado	X	X		X	

CARACTERIZACIÓN DE USUARIO 2019

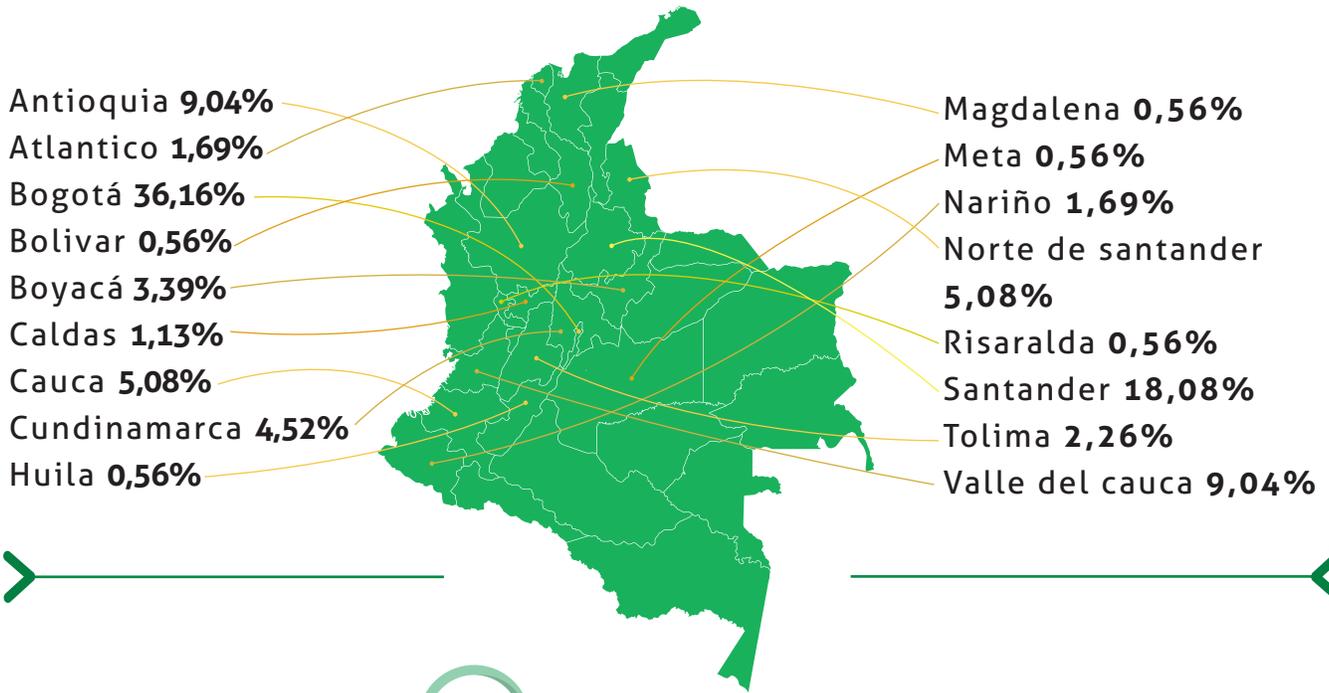
Identificar los usuarios que utilizan los trámites, productos y/o servicios ofrecidos en los diversos puntos de atención del Servicio Geológico Colombiano que permita fortalecer, enfocar las estrategias y actividades de mercadeo y comunicaciones para atender las necesidades y requerimientos de los grupos de interés.

Permitiendo, de manera general y enfocada una relación más cerca, coherente y dinámica entre el Usuario y la Entidad.



VARIABLE GEOGRÁFICA

DEPARTAMENTOS DONDE RESIDEN LOS ENCUESTADOS

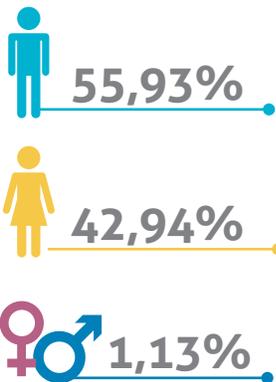


UBICACIÓN

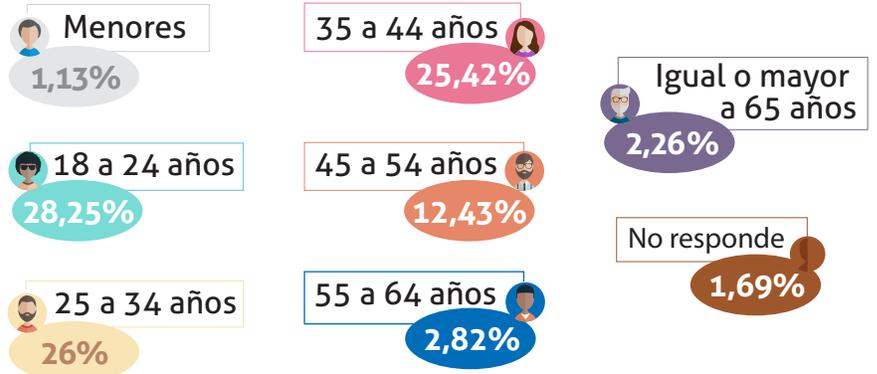


VARIABLE DEMOGRÁFICA

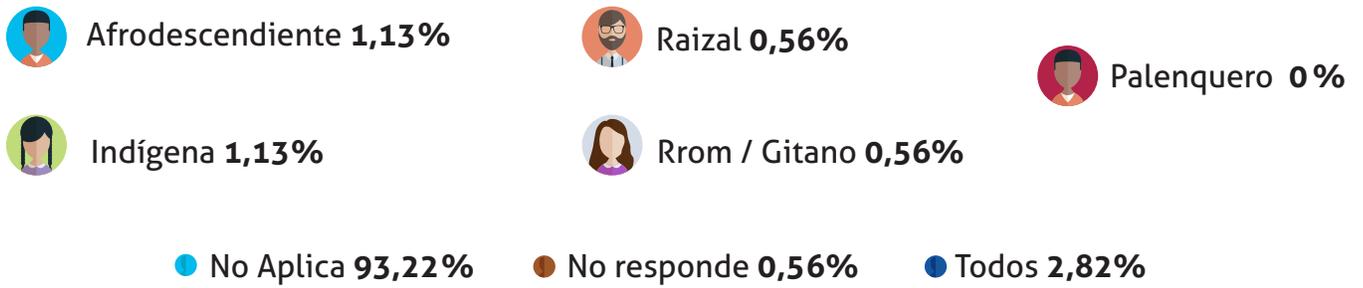
GENERO



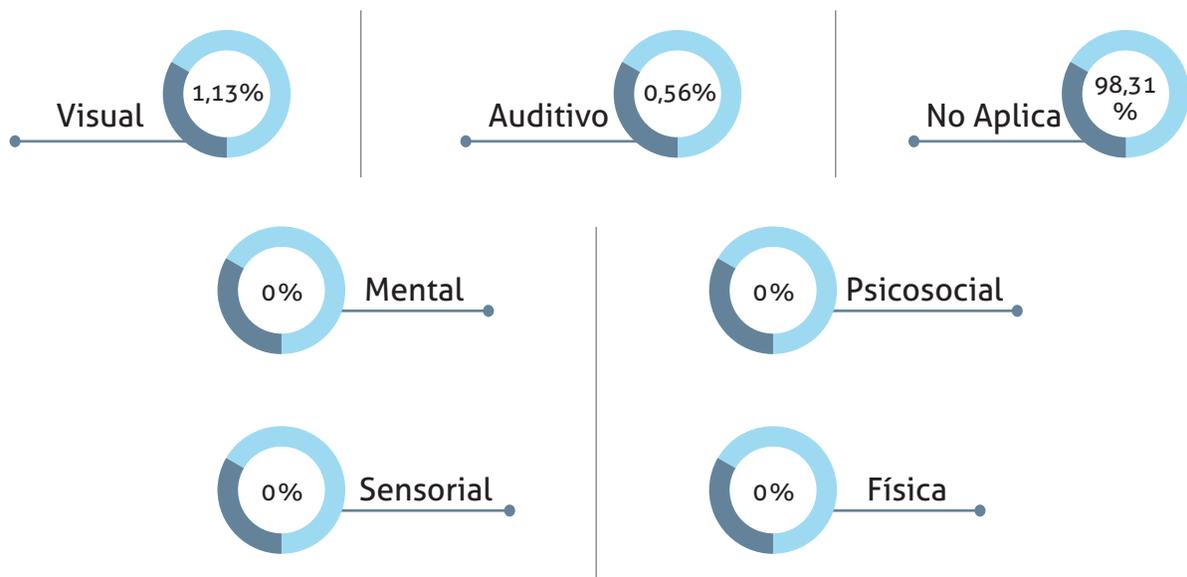
EDAD



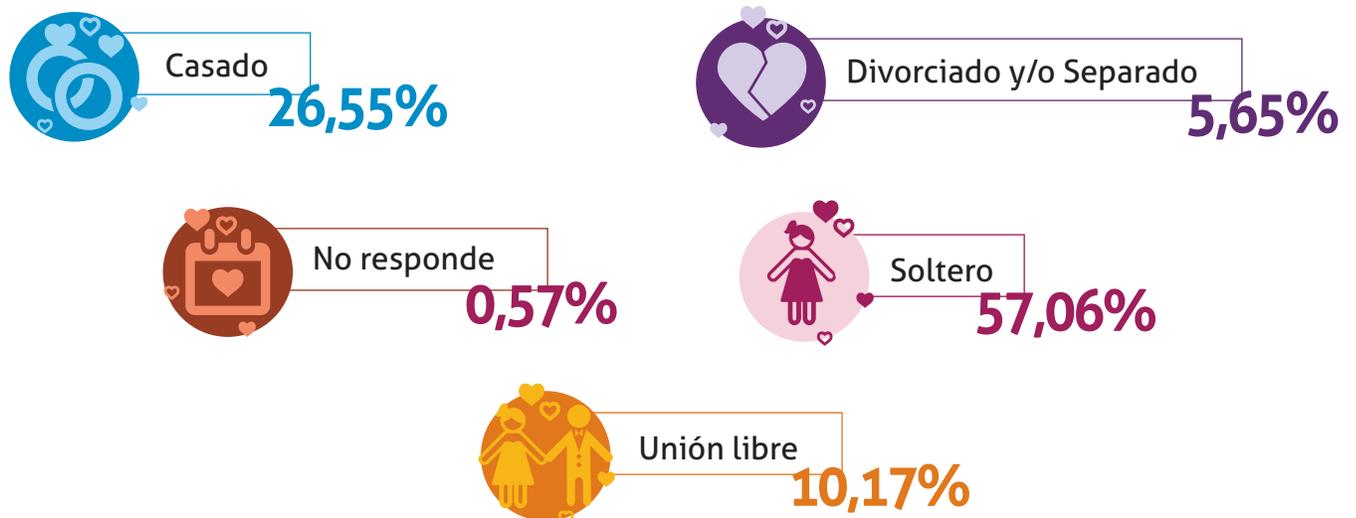
GRUPO ÉTNICO

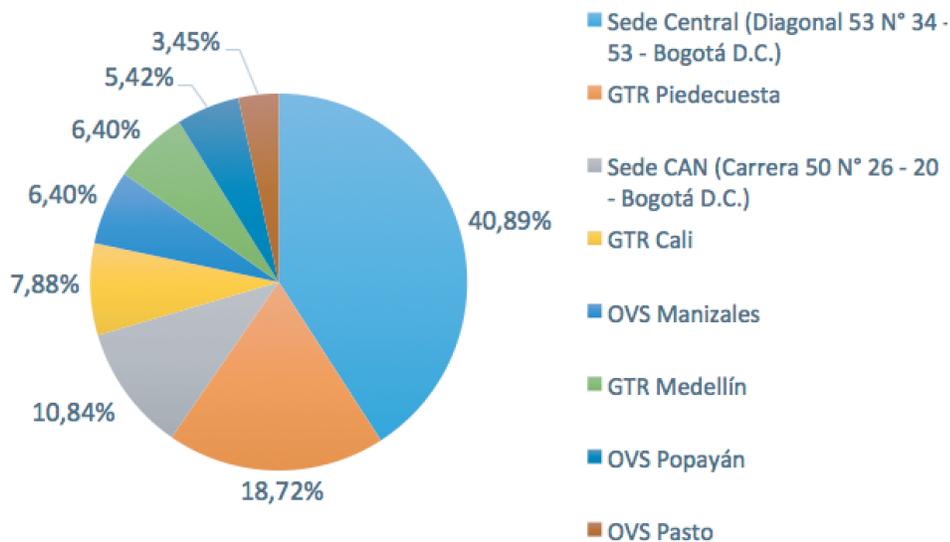


CONDICIÓN DE DISCAPACIDAD



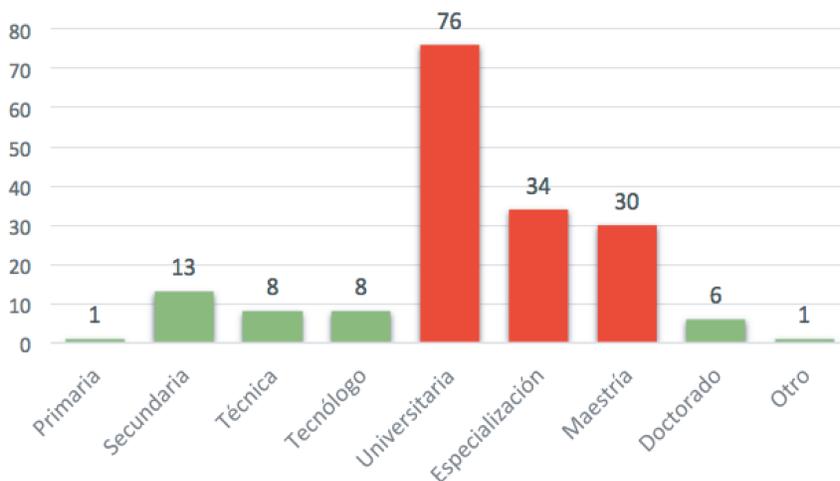
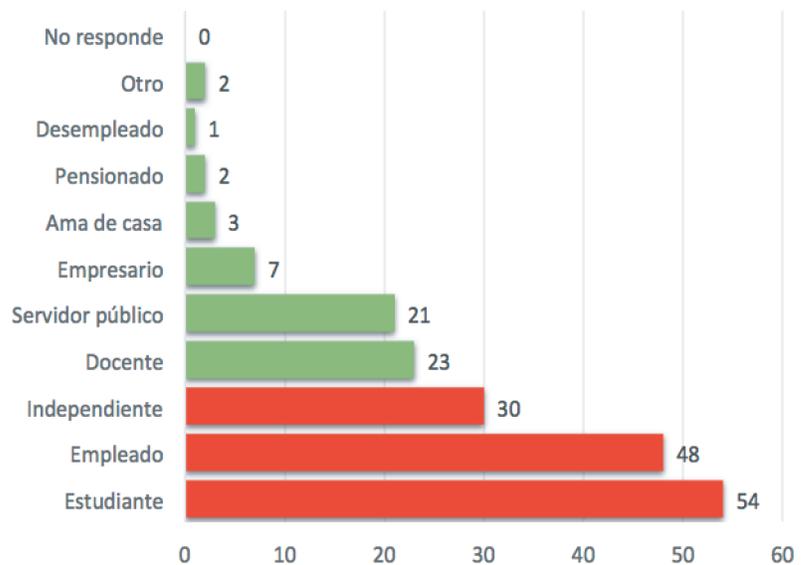
ESTADO CIVIL





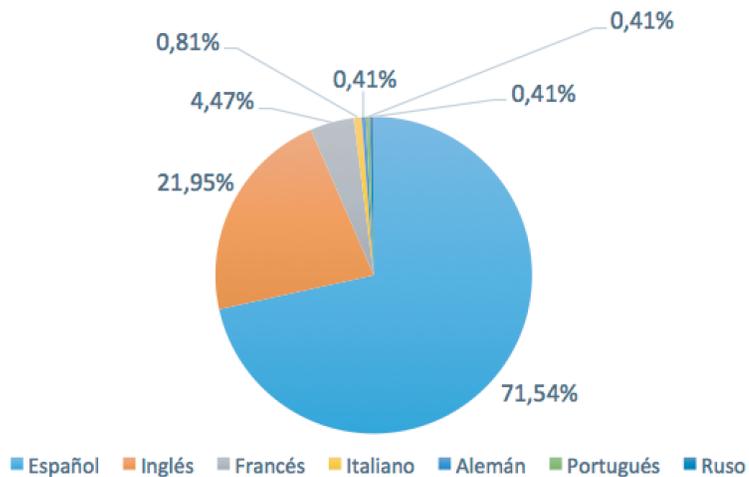
> SEDES <

> OCUPACIÓN <

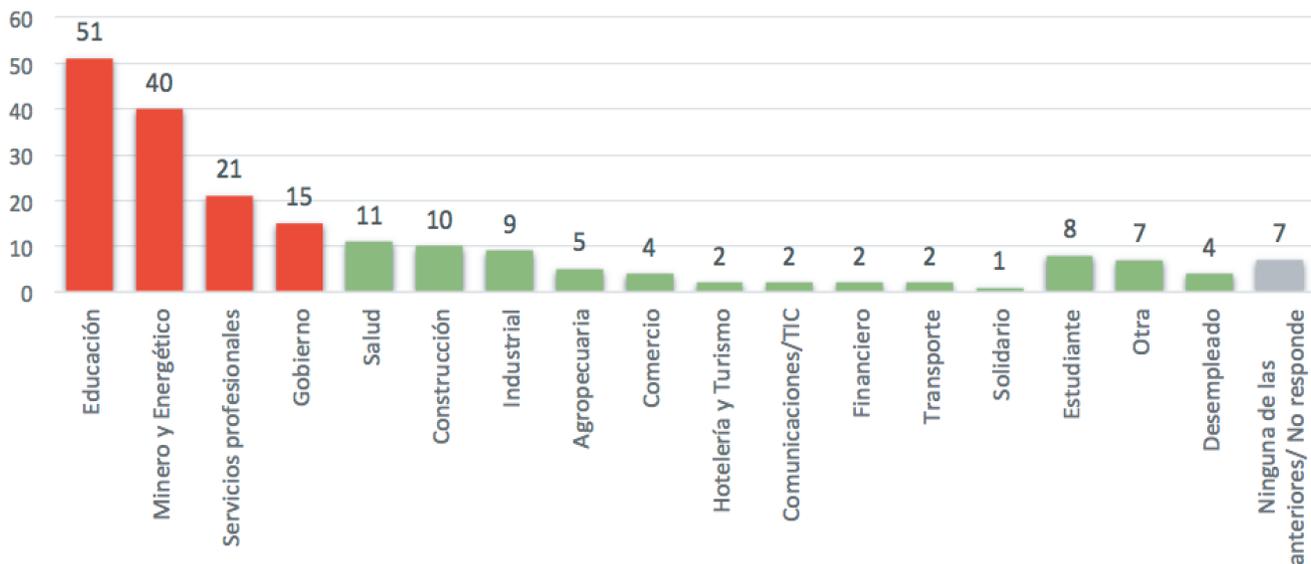


> EDUCACIÓN <

> IDIOMA <

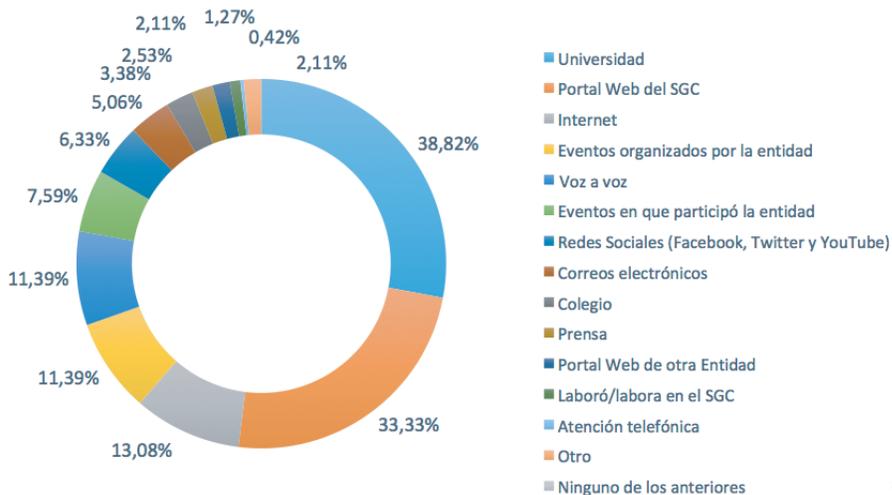


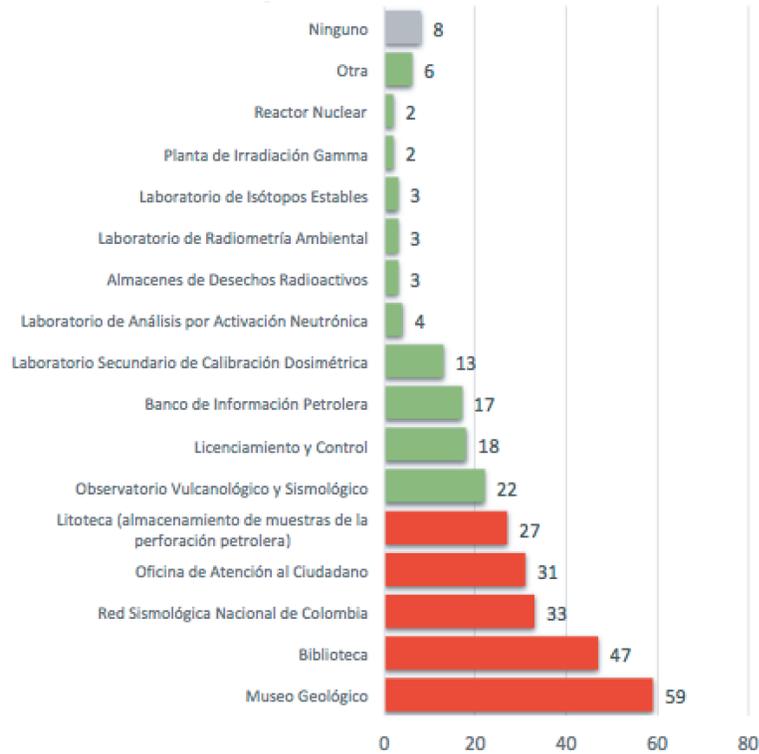
> SECTOR ECONÓMICO <



VARIABLE INTRÍNSECA

> ¿CÓMO CONOCIÓ EL SGC? <

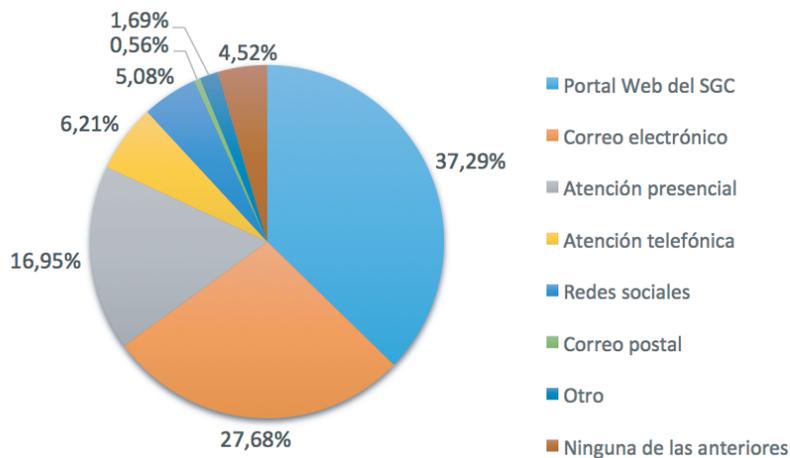
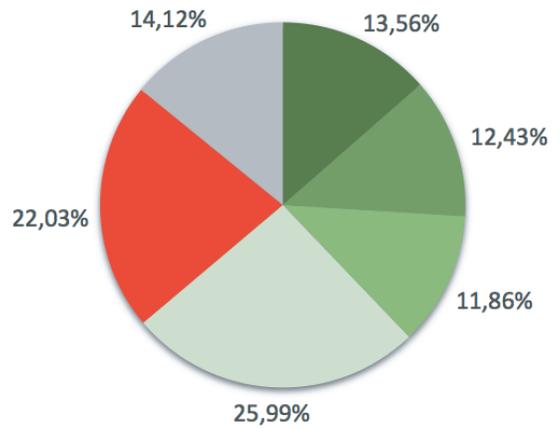




> PUNTOS DE ATENCIÓN <

> FRECUENCIA <

- Una o más veces a la semana
- Dos o tres veces al mes
- Una vez al mes
- Dos o tres veces al año
- Una vez al año



> CANALES DE ATENCIÓN <

VARIABLE COMPORTAMENTAL

> BENEFICIOS ESPERADOS <



> RESULTADOS

GEOGRÁFICA

- La mayoría representados por el 72,32% de los usuarios encuestados residen en Bogotá D.C., Santander, Antioquia y Valle del Cauca.
- El 90,40% de la muestra poblacional viven exclusivamente en zonas urbanas, por el contrario, el 3,39% únicamente en zonas rurales y el 6,21% restante residen en ambas zonas.

DEMOGRÁFICA

- En cuanto a la proporción de los géneros, entre masculino y femenino es balanceado con una leve mayoría que lo componen los hombres por el 55,93%.
- Solo 2 personas de la muestra poblacional no indicaron con cuál género se identifican.
- Personas entre las edades de 18 y 54 años de edad componen la generalidad de los encuestados en un 92,09%.
- Solo el 6,78% de las personas encuestadas son mayores de 54 años de edad.
- Personas entre las edades de 18 y 54 años de edad componen la generalidad de los encuestados en un 92,09%.



- Solo el 6,78% de las personas encuestadas son mayores de 54 años de edad.
- Una minoría (6,21%) de la muestra poblacional del estudio reconocen pertenecer a uno de los grupos étnicos mencionados.
- Tres (3) personas mencionaron que tienen alguna condición de discapacidad, dos (2) de ellos es de tipo visual y uno (1) auditiva.
- La mayoría de la muestra poblacional de acuerdo al estado civil, son solteros que corresponden al 57,06% seguido por los casados cuya proporción alcanza el 26,55%, dando un total de 83,61%.
- En cuanto a la ocupación de los encuestados la generalidad son en su orden estudiantes, empleados, independientes, docentes y finalmente servidores públicos.
- Hubo 10 personas respondieron que tienen dos (2) o más ocupaciones.
- Todos con la excepción de una (1) persona hablan el idioma español.
- El Inglés y el Francés son los idiomas, que después del español, más hablan los usuarios encuestados.
- El 79,10% de los encuestados cuenta con o está desarrollando la educación universitaria, especialización y/o maestría.
- Solo 6 personas tienen o son candidatos para un título de doctorado.
- La mayoría de los encuestados que componen el grupo de interés del SGC trabajan con el sector de la Educación, Minero y Energético, prestan Servicios Profesionales y/o del Gobierno. Vale la pena resaltar también los sectores de la Salud y la Construcción.

INTRÍNSECA

- Al indagar acerca de cómo conocieron el Servicio Geológico Colombiano, el 38,82% de las personas indicaron la Universidad y otro 33,33% el portal Web de la entidad. En este resultado se puede valorar la importancia de estos dos (2) espacios de interacción, relevantes para la divulgación del quehacer institucional.

✓

- Vale la pena mencionar los espacios de apropiación social del conocimiento o eventos organizados tanto por la entidad como por organizadores externos, los cuales han dado a conocer la entidad al 18,98% de la muestra poblacional.

- Así mismo, la internet, voz a voz, redes sociales y correos electrónicos han sido medios importantes de comunicación para socializar los programas y proyectos institucionales.

- El SGC ofrece numerosos servicios en sus diferentes puntos de atención, de los cuales la mayoría de los encuestados utilizan los servicios ofrecidos por el Museo Geológico, Biblioteca, Red Sismológica Nacional de Colombia, Oficina de Atención al Ciudadano y la Litoteca (almacenamiento de muestras de la perforación petrolera).

- Los tres (3) canales que más utilizan los encuestados son el portal Web del SGC, el correo electrónico y por último la atención presencial. Entre los tres (3) mencionados, conforman el 81,92% y cabe señalar que solo 5,08% mencionaron las redes sociales que se han vuelto un canal importante de la entidad.

COMPORAMENTAL

- Cuando se analiza el nivel de frecuencia de los usuarios, se construyen tres grupos que son: a. usuarios frecuentes (van a la entidad o utilizan los trámites, productos y/o servicios 1 o más veces al mes), b. usuarios no frecuentes (van a la entidad o utilizan los trámites, productos y/o servicios entre 1 a 3 veces al año) y c. usuarios esporádicos (van a la entidad o utilizan los trámites, productos y/o servicios una vez en un periodo superior a un año y posiblemente jamás regresen).

- Teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado, el 37,85% de los usuarios que componen la muestra poblacional son usuarios frecuentes, el 48,02% pertenecen al grupo de usuarios no frecuentes y finalmente el 14,12% restante son esporádicos.

- En el momento de contestar la pregunta que indaga el beneficio que esperan recibir al adquirir o utilizar un trámite, producto y/o servicio del SGC; hubo dos (2) que se destacaron por la cantidad de encuestados que los seleccionaron que fueron: a. acceso a la información de interés y b. productos y servicios de alta calidad técnica y científica.

> OBSERVACIONES Y PRÁCTICAS DE MEJORA



Se puede evidenciar que hay personas en situación de discapacidad que hacen parte de los grupos de interés de la entidad y con el propósito de atender sus necesidades de la manera más adecuada, se requiere **realizar material divulgativo que facilite la apropiación del conocimiento de interés.**



Sumado a esto, es importante adaptar las instalaciones de la entidad para atender los requerimientos personales y de **desplazamiento por los diversos puntos de atención** del Servicio Geológico Colombiano.



En el estudio se puede valorar que hay muchos usuarios que ya hablan un segundo o incluso más idiomas. Hubo un caso de una persona que no habla el idioma español. Para ello, se debe **trabajar en desarrollar contenidos en otros idiomas** (recomendación: inglés) e **incluso lenguas de comunidades indígenas**, sobre todo aquellas lenguas de comunidades que tienen más contacto con la entidad por su situación de vida.



Aunque en los resultados se mencionan seis (6) sectores económicos, la figura se puede apreciar muchos más, lo que significa es que la entidad no atiende las necesidades de unos pocos, sino de un sin número de usuarios y ciudadanos del territorio nacional. Por ello **tener un servicio eficiente y actualizado, tecnología de respuesta oportuna.**



Se recomienda participar en los espacios de apropiación social del conocimiento en los cuales la entidad no participa habitualmente. Inicialmente, **eventos de los sectores de la salud, educación y la construcción serían los deseables.**



Es importante construir una **estrategia y actividades que fortalezcan la gestión de las redes sociales y la presencia de la entidad en la internet** que permita aumentar la cobertura y aprovechar estos canales de comunicación para dar a conocer el portafolio de servicios del SGC con propuestas que abarquen la interactividad.



Desarrollar **acciones enfocadas en divulgar y socializar los eventos, trámites, productos y servicios de la entidad a aquellos usuarios han autorizado recibir información** de la entidad.



Ejecutar campañas internas de servicio al cliente y participación ciudadana con el fin de informar y concientizar a los servidores públicos del SGC acerca de la importancia de su rol en la atención al ciudadano.



Construir una base de datos de usuarios que permita enviar información e invitaciones de acuerdo a sus intereses y a los canales más utilizados, al igual que invitar a los espacios desarrollados para **promover la participación activa**.