

Informe: Caracterización de Usuarios 2020

Dirección General
Grupo de Trabajo Participación Ciudadana y Comunicaciones

Noviembre de 2020





Ficha técnica

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





Ficha técnica





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.

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 de caracterización

Personas naturales o jurídicas que directamente o indirectamente han requerido los trámites, productos y servicios del portafolio del SGC.

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



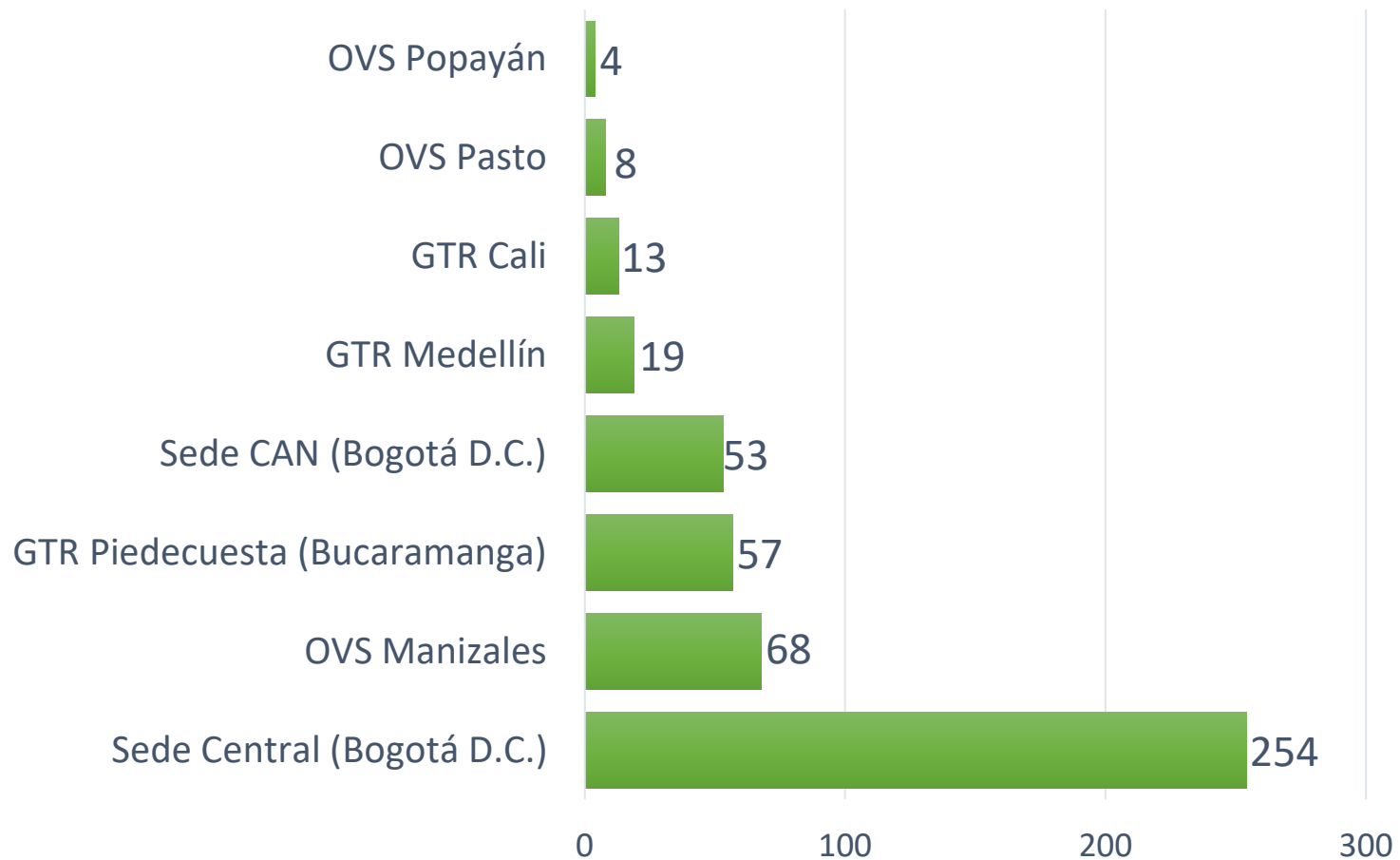
Priorización de variables

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	
COMPORAMENTAL					
Frecuencia de uso	X	X	X	X	
Beneficio esperado	X	X		X	



Variables geográficas

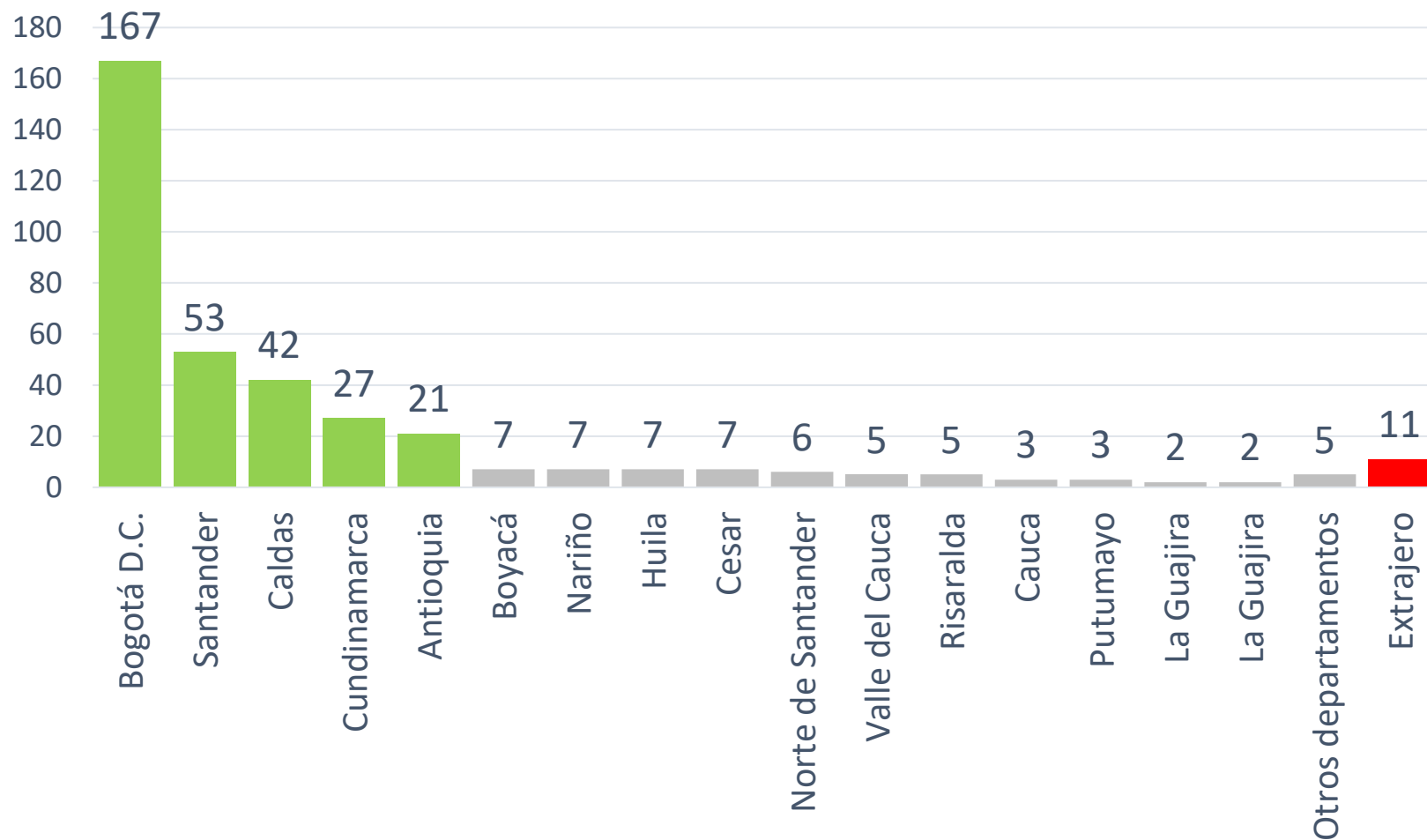
Figura 1: Sede del SGC que le brindó atención





Variables geográficas

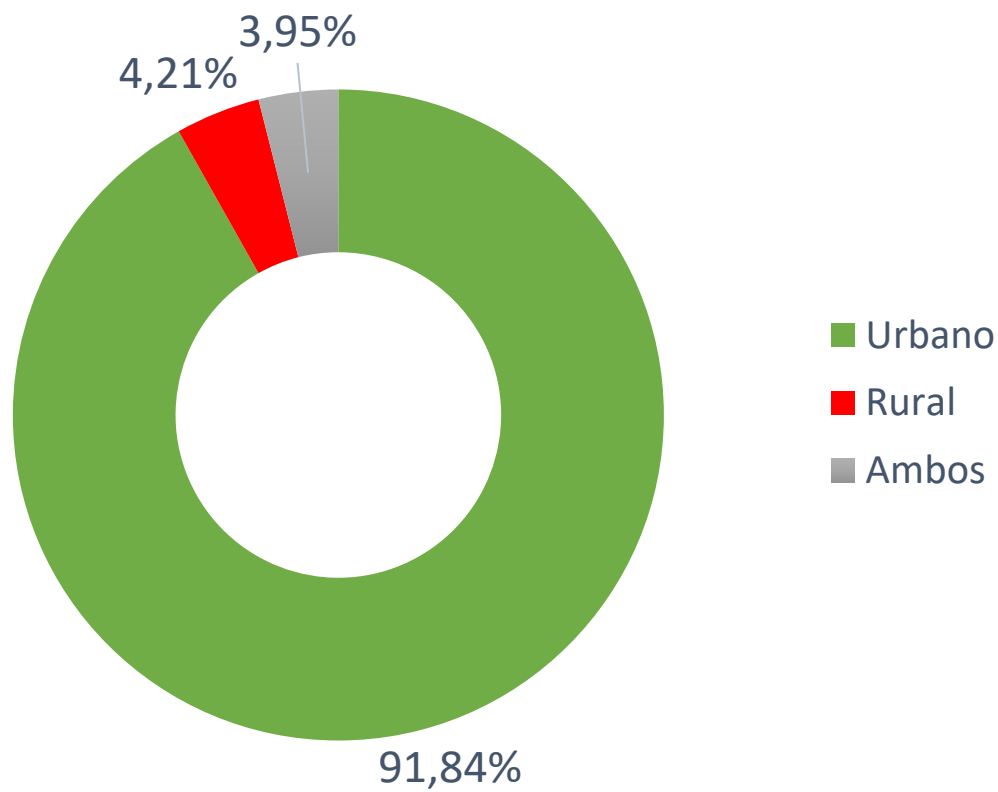
Figura 2: Departamentos donde residen los encuestados



Variables geográficas



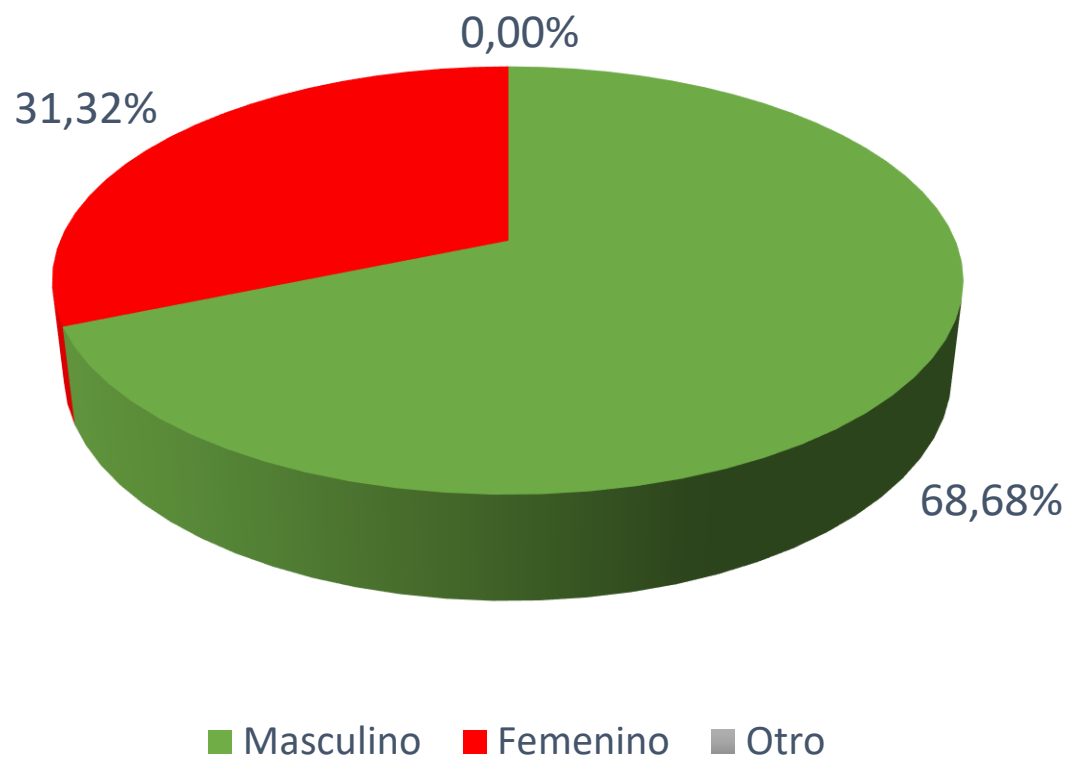
Figura 3: Ubicación



Variables demográficas



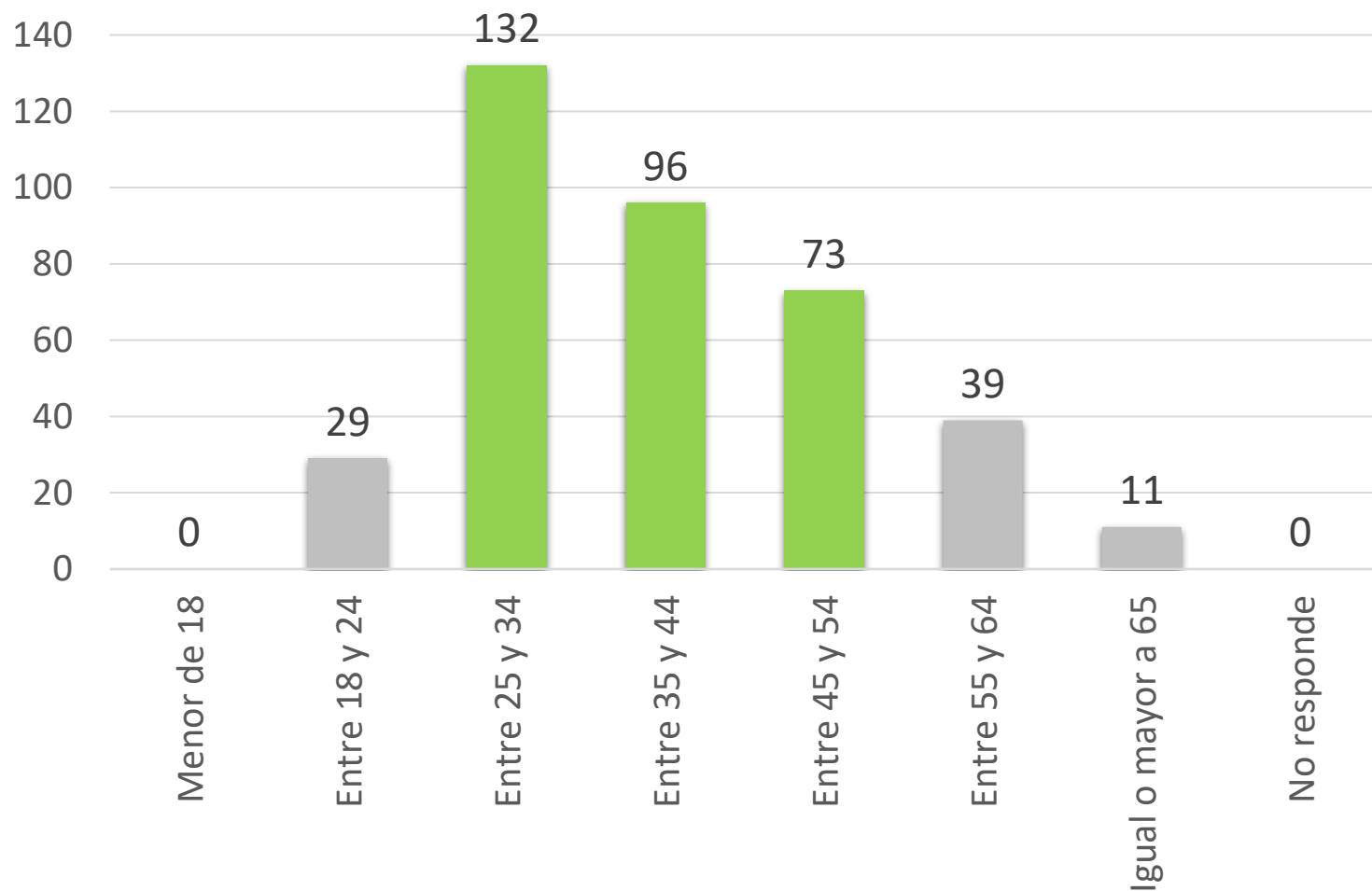
Figura 4: Género





Variables demográficas

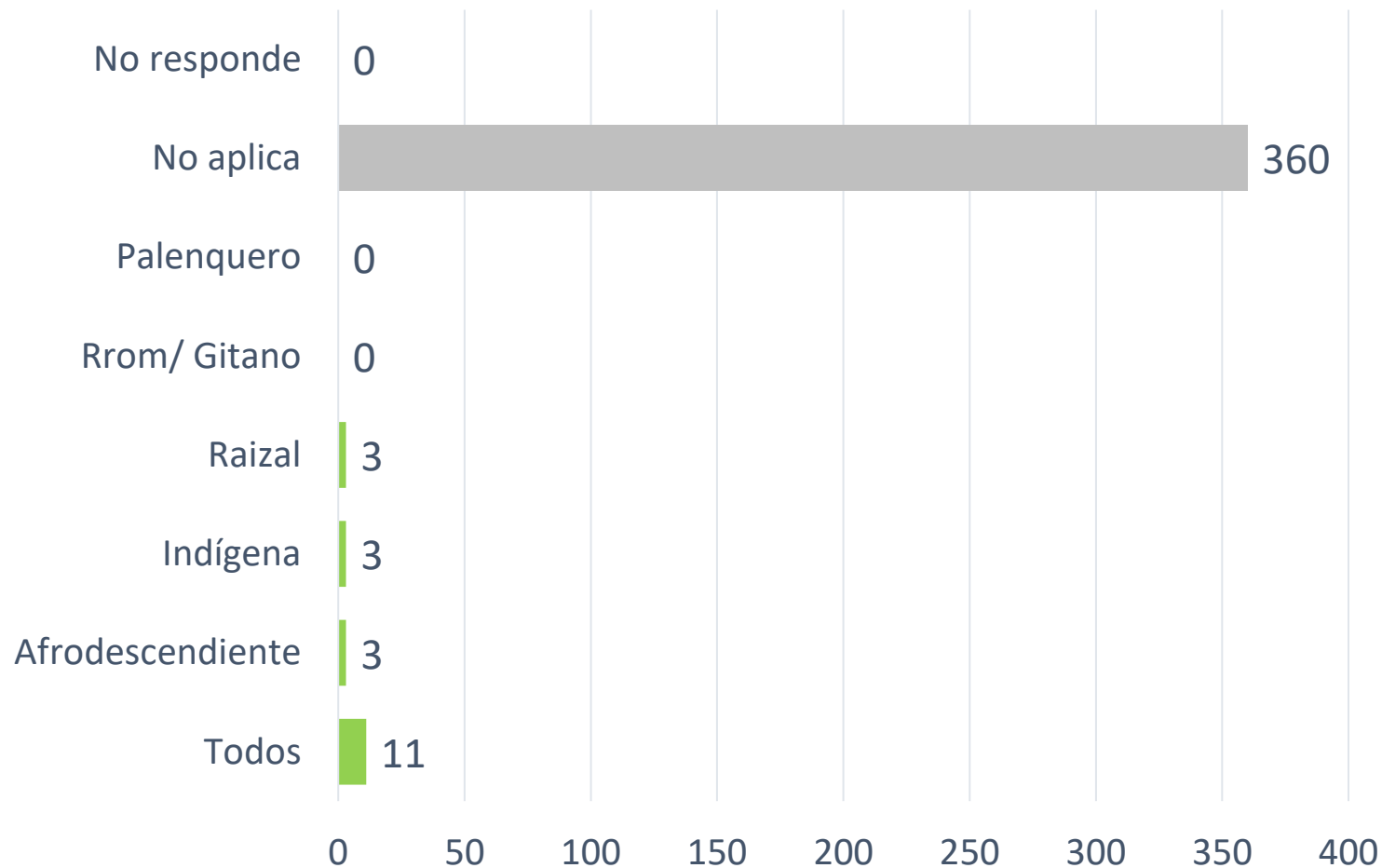
Figura 5: Edad (años)



Variables demográficas



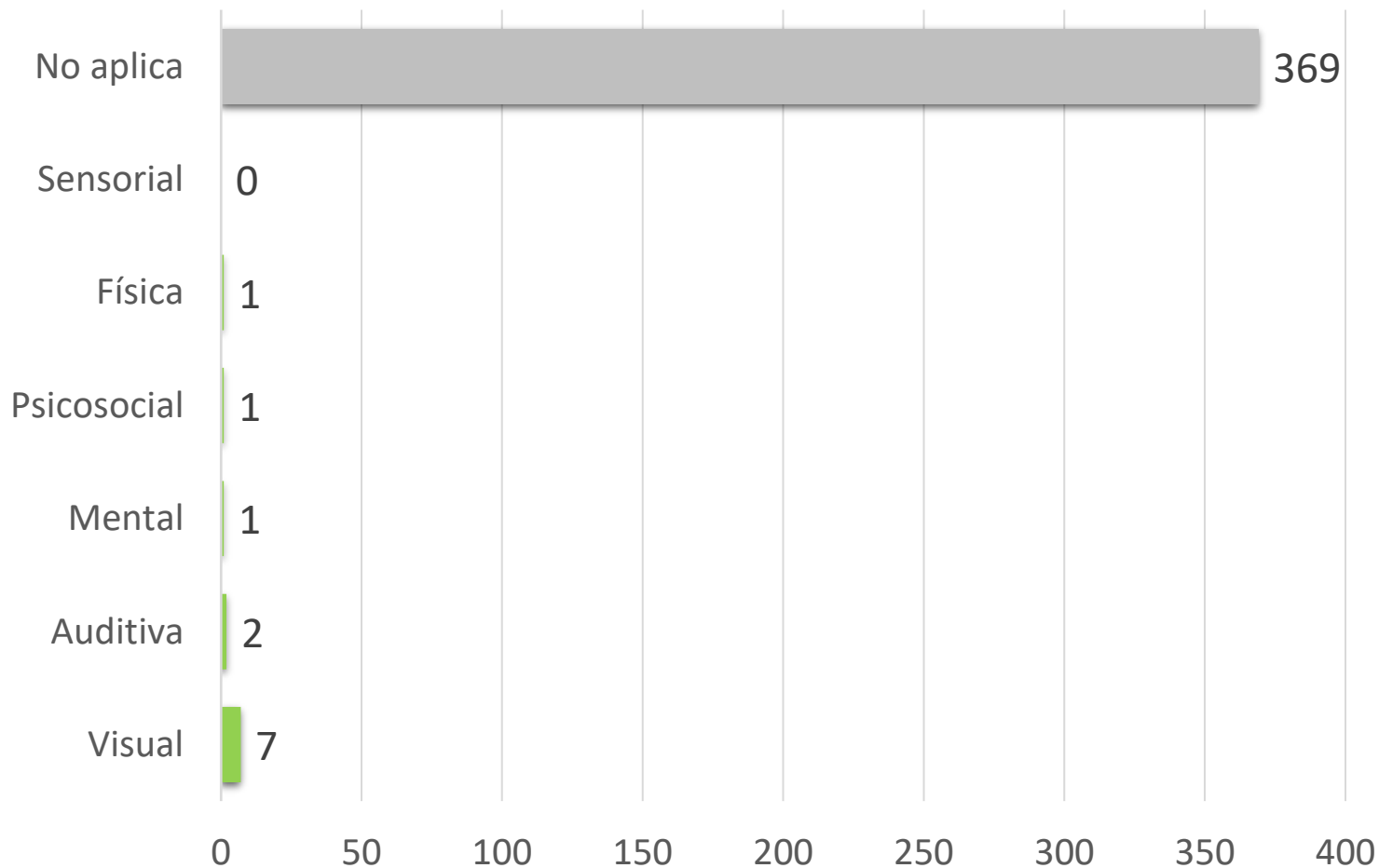
Figura 6: Grupo étnico



Variables demográficas



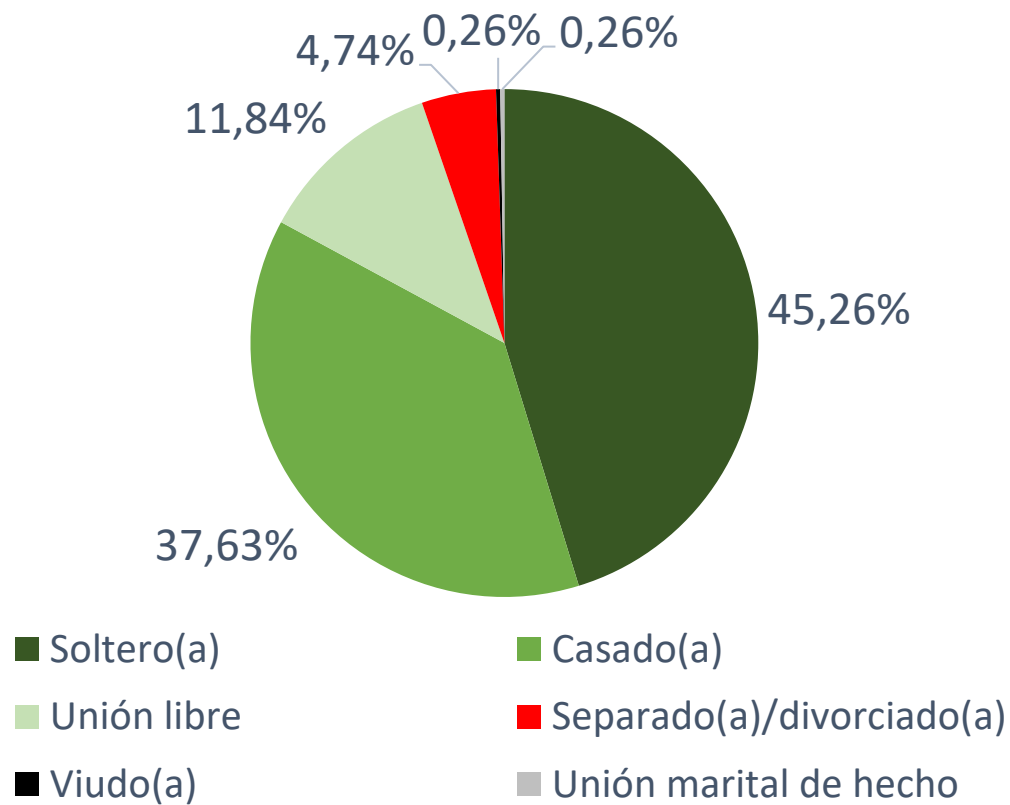
Figura 7: Condición de discapacidad



Variables demográficas



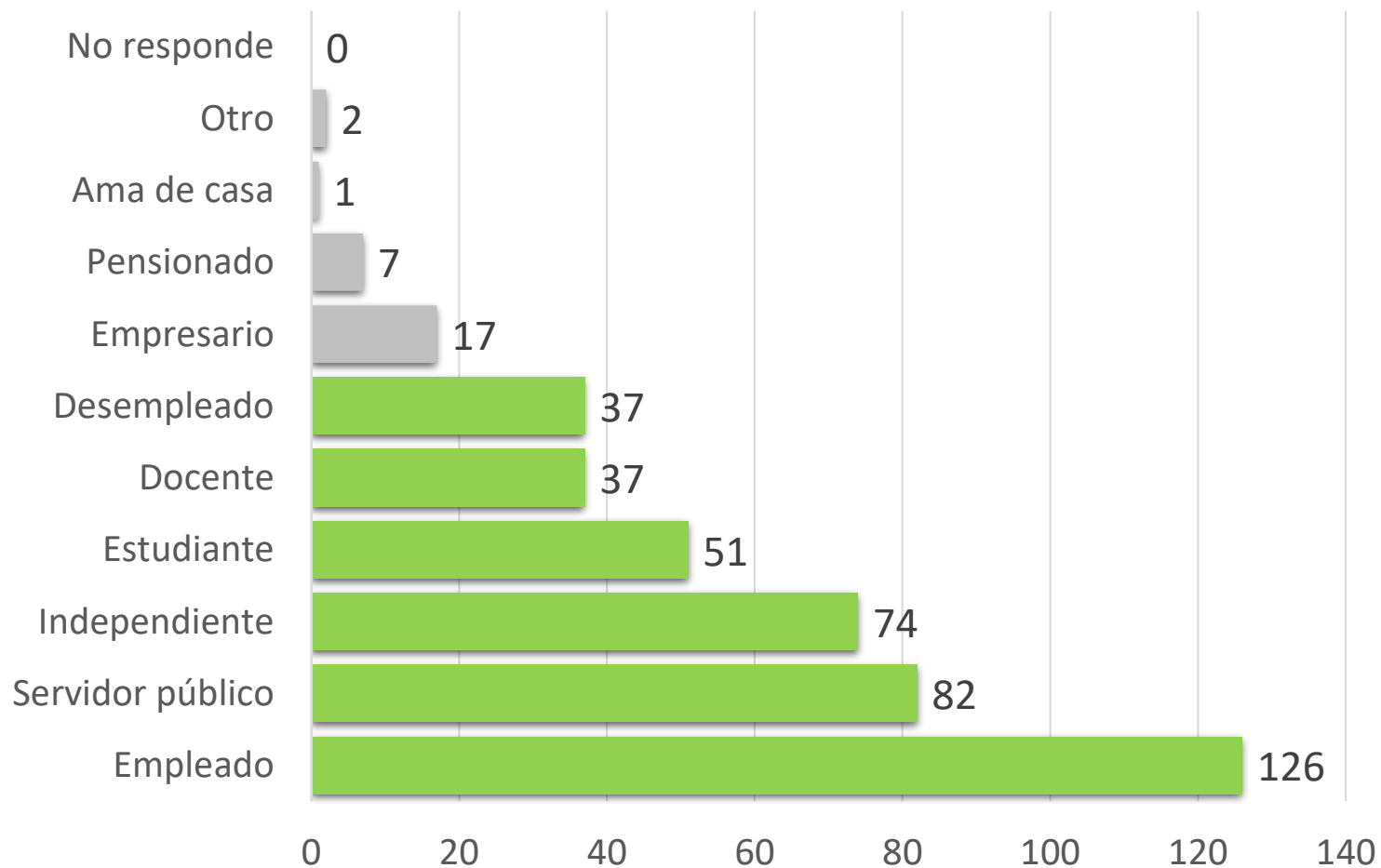
Figura 8: Estado civil



Variables demográficas



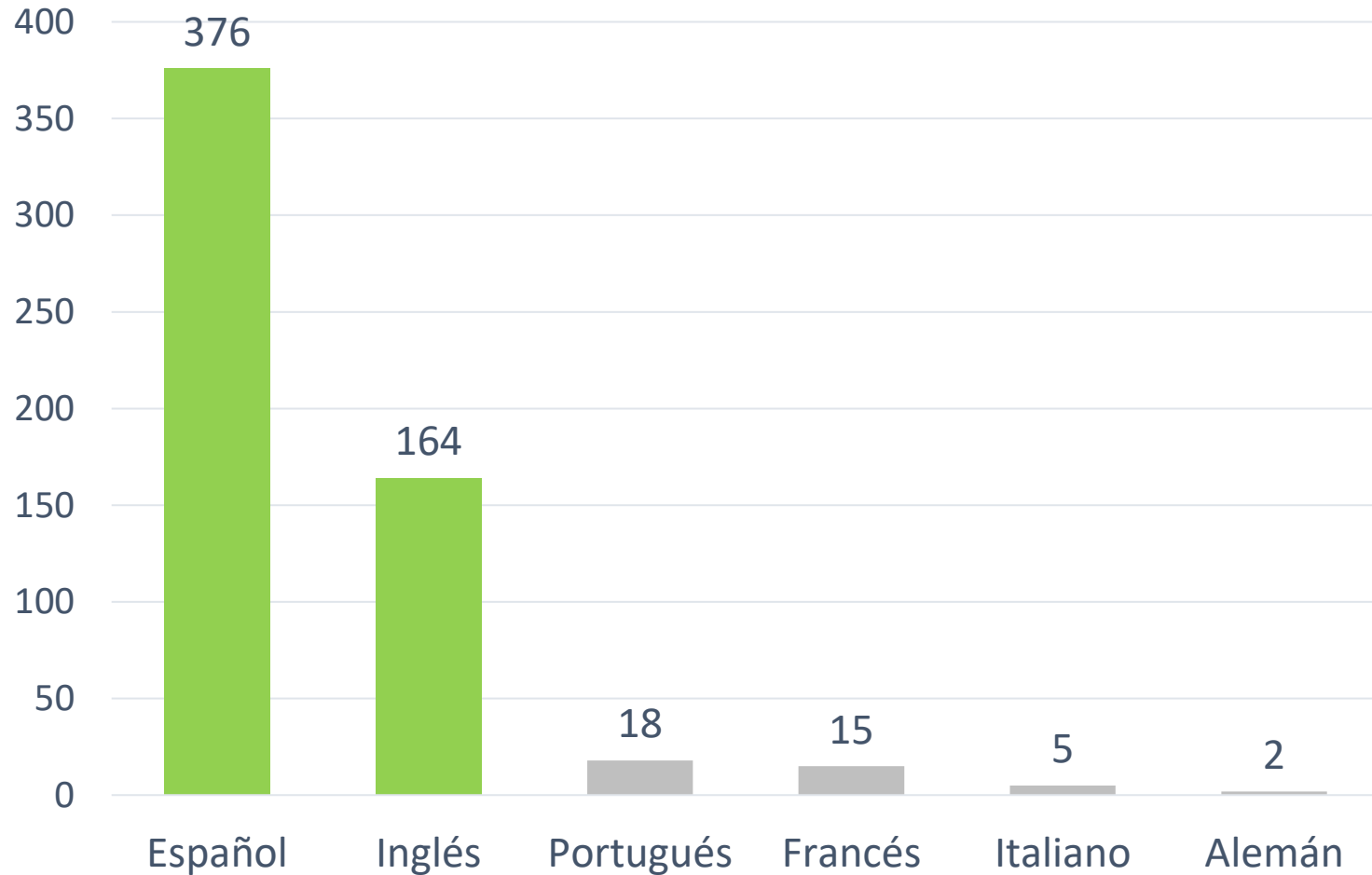
Figura 9: Ocupación





Variables demográficas

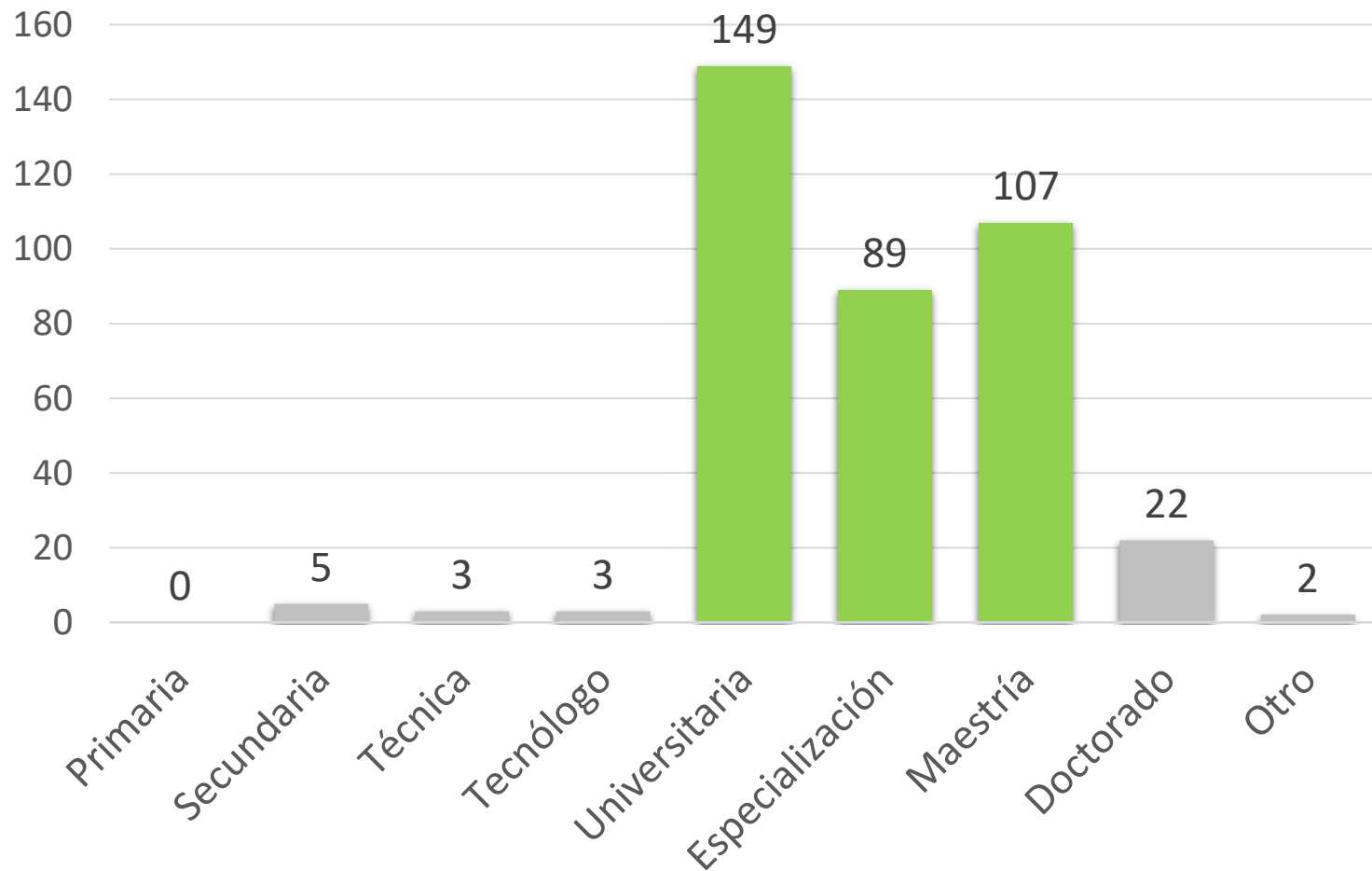
Figura 10: Idioma





Variables demográficas

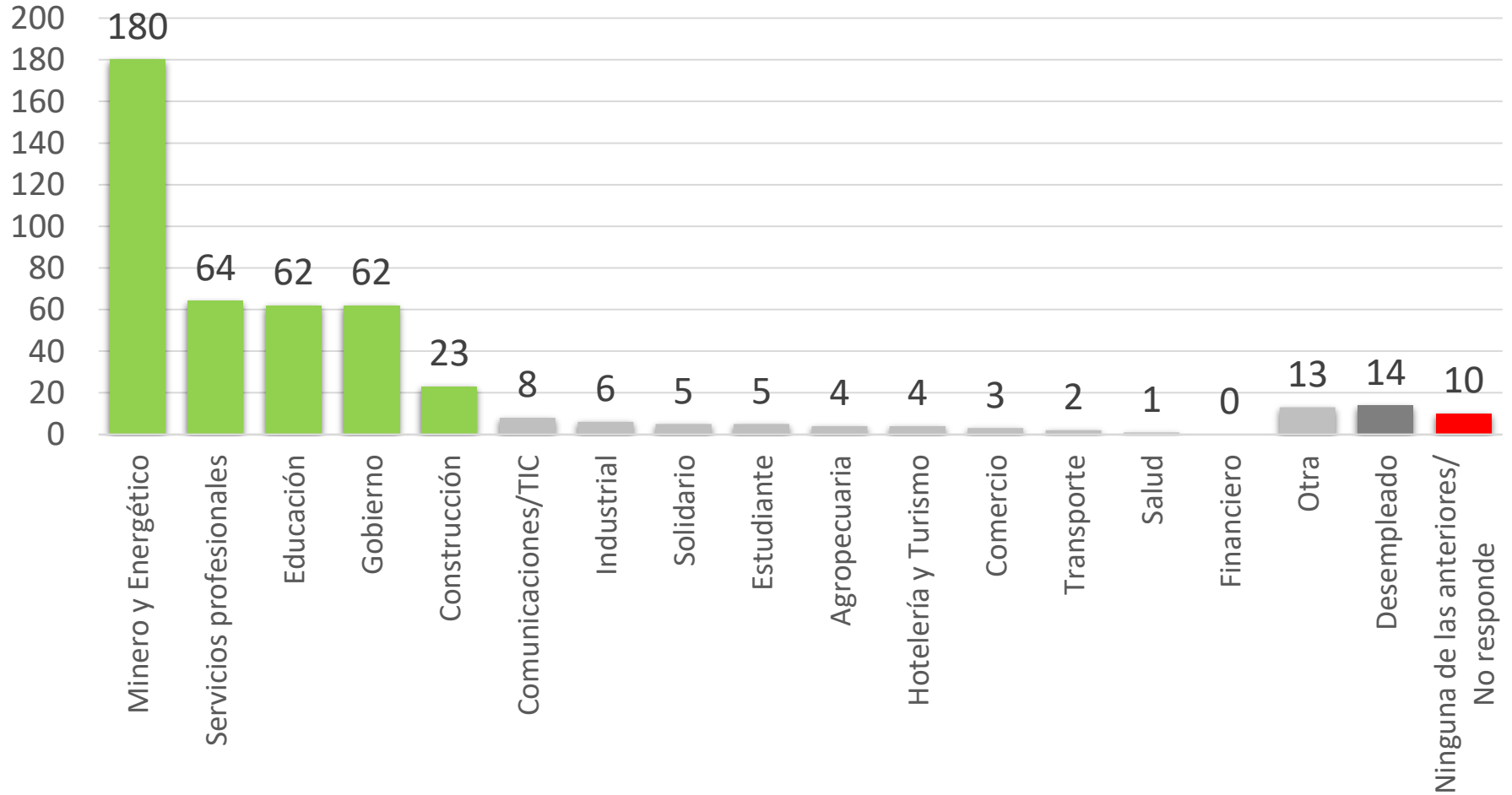
Figura 11: Nivel de educación





Variables demográficas

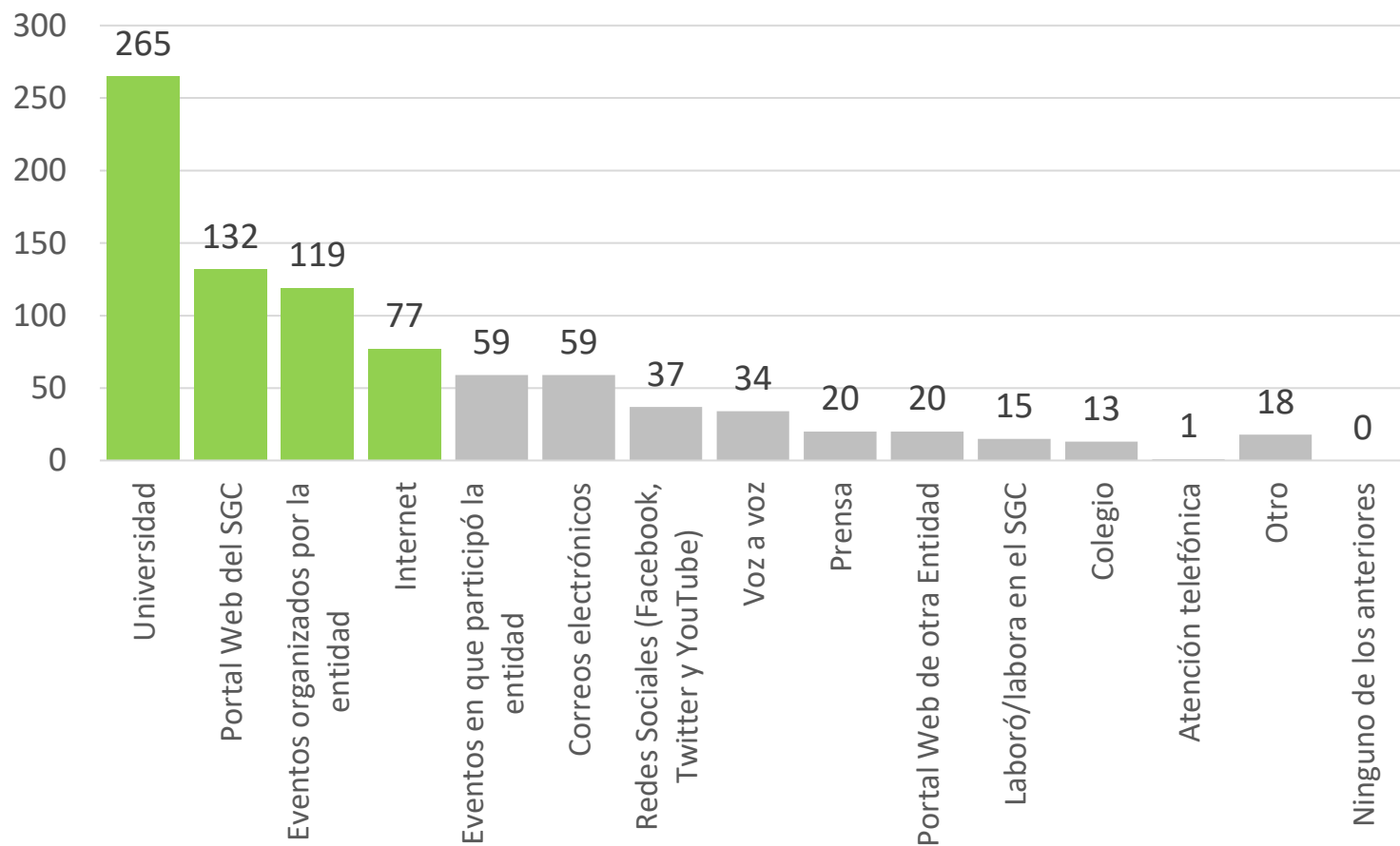
Figura 12: Sector económico en que laboran los usuarios





Variables intrínsecas

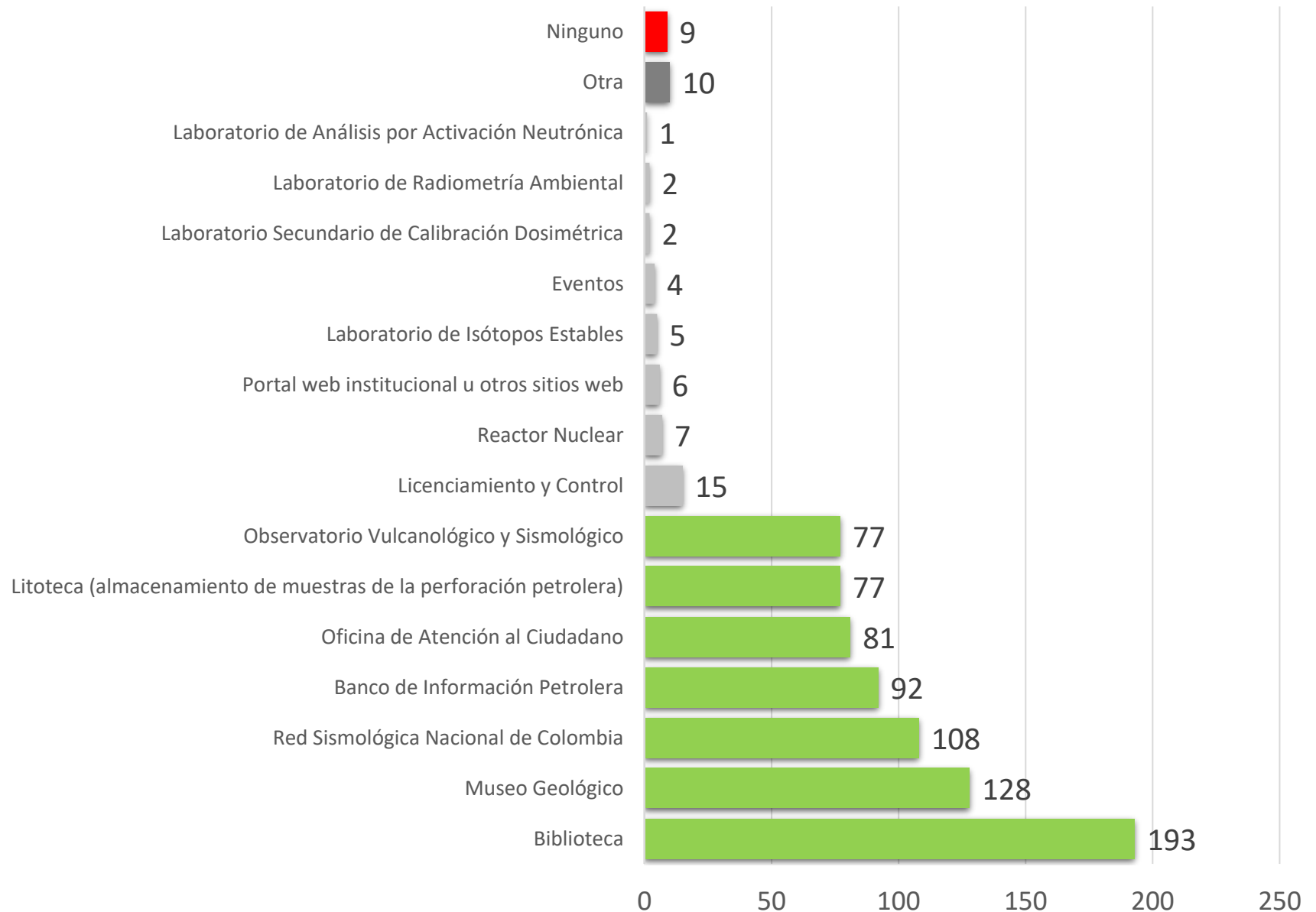
Figura 13: ¿Cómo conoció al Servicio Geológico Colombiano?





Variables intrínsecas

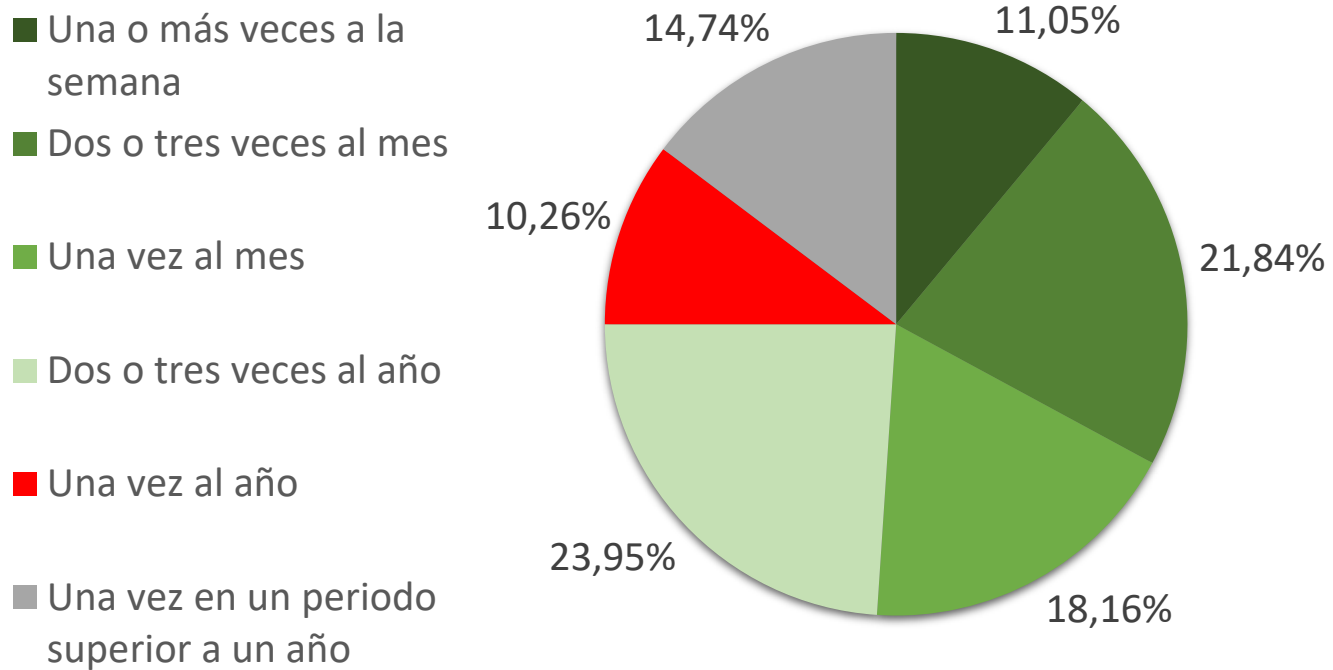
Figura 14: Puntos de atención





Variables comportamentales

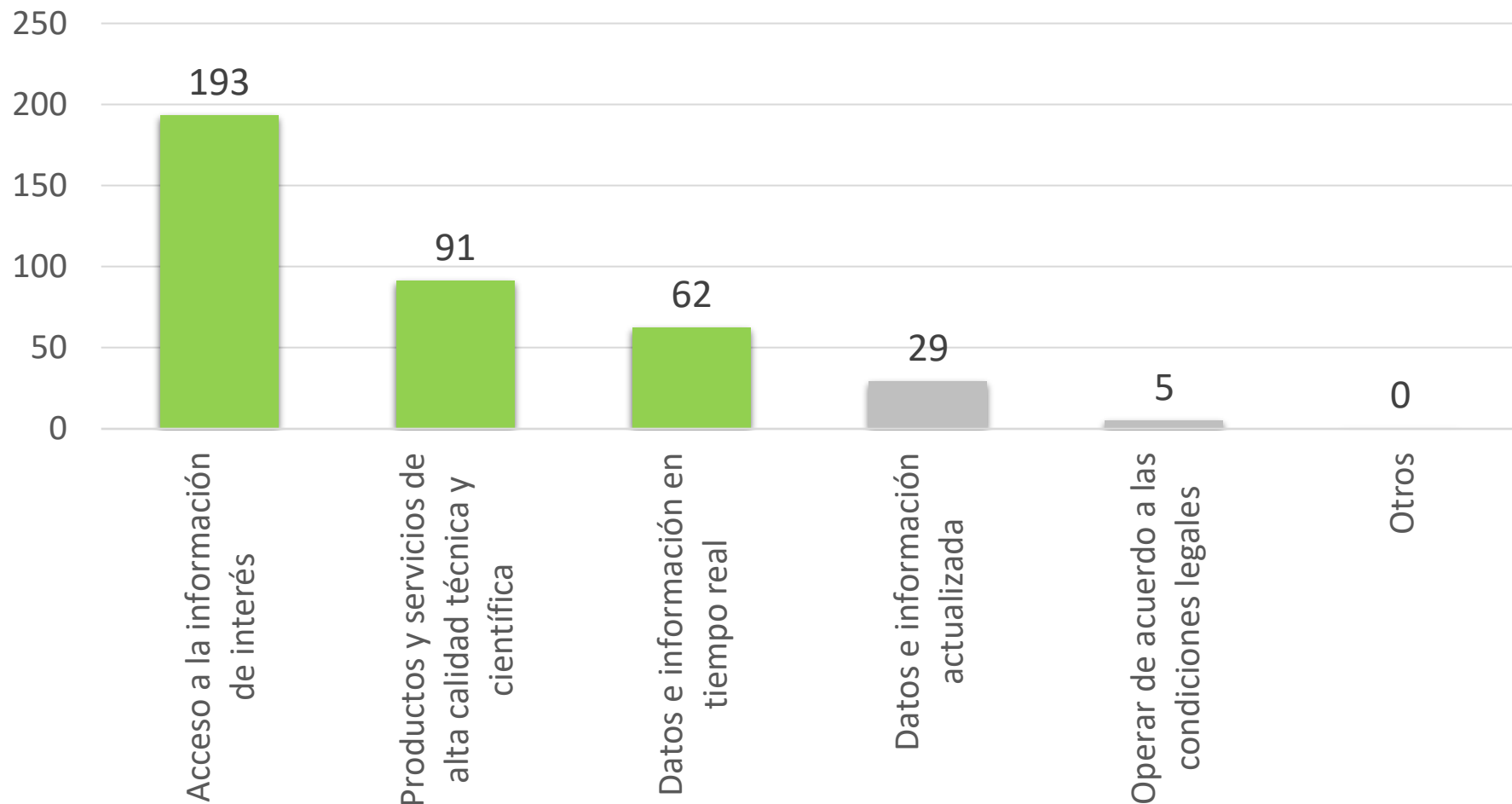
Figura 15: Frecuencia con que utiliza los productos, servicios y trámites del SGC





Variables comportamentales

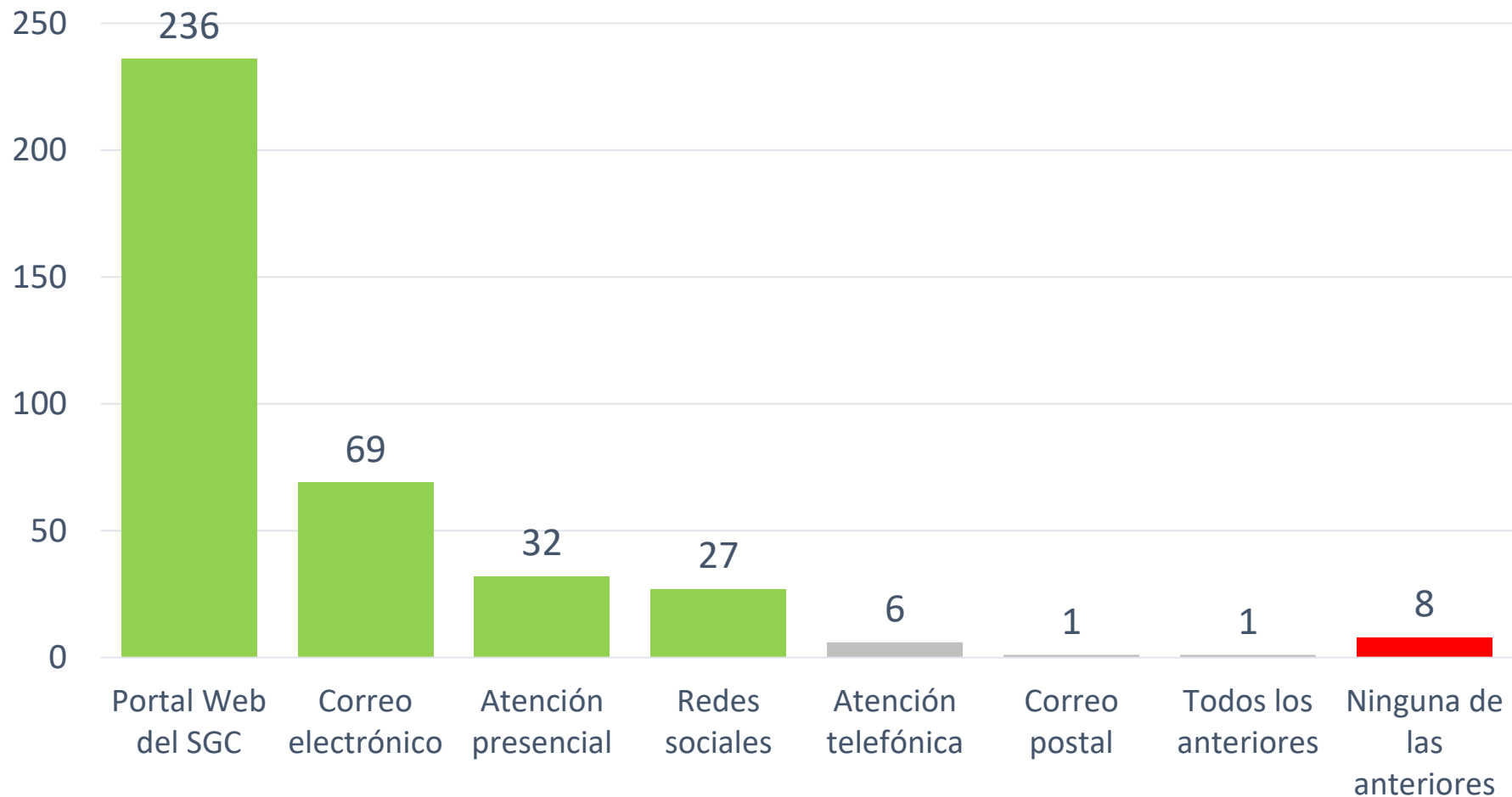
Figura 16: Beneficio esperado por los usuarios





Variables comportamentales

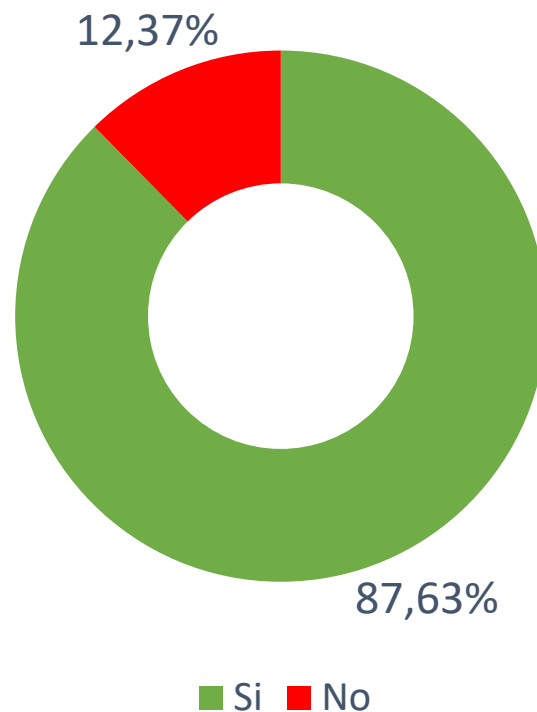
Figura 17: Canales de atención que más utiliza





Interés en recibir información del SGC

Figura 18: ¿Le gustaría recibir información sobre productos, servicios, trámites y eventos?





Resultados

Geográfica

- La mayoría representados por el **81,58%** de los usuarios encuestados residen en Bogotá D.C., Santander, Caldas, Cundinamarca y Antioquia.
- El **91,84%** de la muestra poblacional viven exclusivamente en zonas urbanas, por el contrario, el **4,21%** únicamente en zonas rurales y el **3,95%** restante residen en ambas zonas.

Demográfica

- En cuanto a la proporción de los géneros, entre masculino y femenino, se identificó una clara mayoría de hombres por el **68,68%**.
- Personas entre las edades de 25 y 54 años de edad componen la generalidad de los encuestados en un **79,21%**. Solo el **13,16%** de las personas encuestadas son mayores de 54 años de edad.
- Una minoría (**5,26%**) de la muestra poblacional del estudio reconocen pertenecer a uno de los grupos étnicos mencionados.
- Doce (12) personas mencionaron que tienen alguna condición de discapacidad, siete (7) de ellos es de tipo visual, dos (2) auditiva, una (1) física y una (1) personas mencionó que tiene tanto una una discapacidad mental como psicosocial.
- La mayoría de la muestra poblacional de acuerdo al estado civil, son solteros que corresponden al **45,26%** seguido por los casados cuya proporción alcanza el **37,63%**, dando un total de **82,89%**.



Resultados

Demográfica (continuación)

- En cuanto a la ocupación de los encuestados la generalidad son en su orden empleados, servidores públicos, independientes y estudiantes.
- Hubo 48 personas respondieron que tienen dos (2) o más ocupaciones.
- La mayoría de las personas encuestadas, con la excepción de cuatro (4) persona hablan el idioma español.
- El Inglés, Portugués y el Francés son los idiomas, que después del español, más hablan los usuarios encuestados.
- El **90,79%** de los encuestados cuenta con o esta desarrollando la educación universitaria, especialización y/o maestría.
- Solo 22 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 Minero y Energético, prestan Servicios Profesionales, Educación, del Gobierno y/o la Construcción.



Resultados

Intrínseca

- Al indagar acerca de cómo conocieron el Servicio Geológico Colombiano, el **43,87%** de las personas indicaron la Universidad y otro **21,85%** 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. Otros espacios fundamentales para lograr estos objetivos son los Eventos organizados por la entidad y el Internet.
- 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 **29,47%** de la muestra poblacional.
- Así mismo, el 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 la Biblioteca, Museo Geológico, Red Sismológica Nacional de Colombia, Banco de Información Petrolera, Oficina de Atención al Ciudadano, la Litoteca (almacenamiento de muestras de la perforación petrolera) y los Observatorios Vulcanológicos y Sismológicos del SGC.



Resultados

Comportamental

- 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 **32,89%** de los usuarios que componen la muestra poblacional son usuarios frecuentes, el **52,37%** pertenecen al grupo de usuarios no frecuentes y finalmente el **14,74%** 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 tres (3) que se destacaron por la cantidad de encuestados que los seleccionaron que fueron: a. acceso a la información de interés, b. productos y servicios de alta calidad técnica y científica y c. datos e información en tiempo real.
- Los cuatro (4) canales que más utilizan los encuestados son el portal Web del SGC, el correo electrónico, la atención presencial y por último las redes sociales. Entre los cuatro (4) mencionados, conforman el **95,79%** y cabe señalar que solo 1,58% mencionaron la atención telefónica que es un canal importante de la entidad.



Observaciones y recomendaciones

- ✓ Se ha podido identificar que la mayoría de los usuarios de los servicios que ofrece la entidad son personas pertenecientes al género masculino que de acuerdo a este estudio supera porcentualmente al género femenino en un 37,36% lo que se considera una proporción significativa y por lo tanto, se recomendaría realizar actividades para impulsar la participación directa e indirecta de las mujeres con el quehacer institucional.
- ✓ 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 continuar trabajando en las actividades de inclusión que ha venido adelantando el Servicio Geológico Colombiano a través del Grupo de Trabajo de Participación Ciudadana y Comunicaciones.
- ✓ Adicionalmente, es necesario realizar material divulgativo que facilite los esfuerzos de apropiación social del conocimiento geocientífico y de concientización de los servidores públicos del SGC. 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 detectar que hay numerosa cantidad de usuarios que hablan otros idiomas. En los últimos años el Servicio Geológico Colombiano se ha proyectado internacionalmente, trabajando con expertos extranjeros e instituciones de otras naciones. 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.



Observaciones y recomendaciones

- ✓ Aunque en los resultados se mencionan cinco (5) 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 sinnúmero de usuarios y ciudadanos del territorio nacional.
- ✓ 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 educación, gobierno 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.
- ✓ 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 ciudadano 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.
- ✓ Se identificó que algunos puntos de atención no tuvo tantos usuarios presentes en este estudio. Para ello habría que ampliar el número de personas encuestadas para el siguiente estudio de caracterización para poder conocer con mayor detalle los usuarios que requieren de su servicio. Otra opción también puede ser fortalecer la divulgación de estos puntos de atención para aumentar su demanda.