



**INFORME DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS, GRUPOS  
DE INTERÉS Y PARTES INTERESADAS:**

Secretaría General  
(Servicio al Ciudadano)

Bogotá D.C.

(2017-09-06)

## 1. Introducción

El Instituto Nacional de Metrología, INM, considera fundamental que se identifiquen las características de la población objetivo de sus servicios, a partir de lo cual pueda evaluar su oferta institucional y presentar servicios focalizados para responder satisfactoriamente el mayor número de requerimientos, así como obtener retroalimentación y lograr la participación activa de la ciudadanía, para la materialización de su misión y la satisfacción de derechos ciudadanos.

En este marco, se mantienen los aspectos técnicos relacionados con las categorías de variables que se utilizan para realizar la caracterización de ciudadanos, usuarios o grupos de interés y partes interesadas y se aportan elementos adicionales, teniendo en cuenta criterios requeridos por las Políticas de Desarrollo Administrativo establecidas en el Decreto 2482 de 2012, tales como: servicio al ciudadano y eficiencia administrativa, participación ciudadana, rendición de cuentas.

## 2. Alcance

Conocer los ciudadanos (tanto personas naturales como jurídicas) que respondieron la encuesta **E4-01-F-02 caracterización de usuarios, grupos de interés y partes interesadas** entre febrero y julio de 2017, teniendo en cuenta sus características individuales como sector y establecer los tipos de servicios recibidos (Calibración y Ensayo, Cursos de Capacitación, Asistencia Técnica, Materiales de Referencia, Comparación Interlaboratorios/ Ensayos de aptitud), su ubicación geográfica, y el tipo de relación con la empresa de mayor uso por parte de los usuarios; con el objeto de identificar las posibles falencias mejora de las mismas y la población objetivo para la prestación de servicios de Metrología en Colombia.

## 3. Objetivo General:

Conocer e Identificar en los usuarios encuestados, las variables geográfica, demográfica, y de comportamiento o su equivalente con el fin de mejorar el Relacionamiento con los mismos, la atención oportuna y pertinente de sus requerimientos.

### 3.1 Objetivos Específicos:

- Identificar algunas características de los ciudadanos encuestados en materia de información y servicios de la Metrología.
- Identificar los usuarios y partes interesadas que se relacionan con INM, buscando una visión integral.
- Contar con una fuente de información sobre los usuarios y partes interesadas para la toma de decisiones a través del conocimiento del entorno.

## 4. Descripción Metodológica

Se tomó como base la encuesta para el análisis de usuarios Grupos de Interés y partes interesadas (E4-01-F-02 Caracterización V2); esta ha sido aplicada en el periodo comprendido entre febrero y julio de 2017. Este levantamiento de información se empleó como instrumento presencial, diligenciado por el usuario (en algunos casos no respondieron todos los campos), permitiendo entre otras, obtener su autorización para que los datos allí suministrados puedan ser utilizados para el conocimiento de los mismos.

## 6. TIPO DE POBLACIÓN A CARACTERIZAR

### 6.1 USUARIOS DE LOS SERVICIOS DEL INSTITUTO NACIONAL DE METROLOGÍA

Entidades que hacen parte de la administración pública del Estado colombiano de los diferentes sectores y niveles.

- Nivel Internacional
- Nivel nacional
- Nivel regional
  - Nivel departamental
  - Nivel municipal

### 6.2 ORGANIZACIONES Y GRUPOS DE INTERÉS

- Micro, pequeñas, medianas y grandes empresas
- Ciudadanos interesados en los temas institucionales.

## 7. VARIABLES Y NIVELES DE DESAGREGACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Teniendo en cuenta el Instructivo para Caracterización usuarios Grupos Interés y partes interesadas, así como las normas establecidas; las variables priorizadas para esta evaluación, en el caso de las personas naturales fueron las siguientes:

De acuerdo con los objetivos y la tipología de servicios que presta INM en función a su misión, a continuación, se presentan las principales categorías de variables de personas naturales y de personas jurídicas (usuarios y grupos de interés) determinadas para la caracterización.



### 7.1 CATEGORÍAS DE VARIABLES PARA CARACTERIZAR PERSONAS NATURALES

#### 7.1.1 Variables Geográficas

Se refiere a la ubicación geográfica de los grupos de interés. Es el nivel más general de la caracterización y por si solo nos permite generar conclusiones y acciones específicas. Este tipo de información permite identificar grupos representativos de cada área geográfica. Para el caso de está caracterización se utilizará la siguiente variable:

- Ubicación

Estas variables permiten identificar el lugar y región de residencia o trabajo de un grupo de interés, así mismo permite reconocer características homogéneas como áreas urbanas o rurales, municipios o ciudades capitales, barrios, localidades entre otros.

### 7.1.2 Variables Demográficas

La demográfica estudia las características de una población y su desarrollo a través del tiempo. Es una de las categorías más utilizadas en ejercicio de caracterización. Las variables en esta categoría que se determinaron para análisis son:

- **Nivel académico**

Esta variable es importante para orientar y o diseñar aquellos servicios en los que las necesidades atendidas están asociadas a la capacitación.

- **Tipo de relación con la empresa**

Esta variable permite identificar la profesión o actividad a la que se dedican los ciudadanos o grupos de interés, es importante para aquellos servicios en que las necesidades atendidas están asociadas a las necesidades que emergen de la ocupación o actividad económica del interesado.

## 7.2 CATEGORÍAS DE VARIABLES PARA PARA CARACTERIZAR PERSONAS JURÍDICAS

**Geográficas:** Ubicación, ubicación principal

**Demográficas:** Sector de la industria, Tipo de empresa

### 7.2.1 Variables Geográficas

Estas variables son similares a las identificadas para las personas naturales. A continuación, se presentan las categorías a tener en cuenta para esta caracterización:

- **Ubicación**

Estas variables permiten identificar el lugar y región de residencia o trabajo de un grupo de interés, así mismo permite reconocer características homogéneas como áreas urbanas o rurales, municipios o ciudades capitales, barrios, localidades entre otros.

- **Industria**

Esta variable se identifica teniendo en cuenta la actividad económica y/o el objeto social. Esta variable es importante para aquellos servicios en los que las necesidades específicas de las organizaciones usuarias dependen de las particularidades del desarrollo de su actividad.

## 8. MECANISMO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

- **Registros administrativos**

Son los registros almacenados en los que se consignan la información de los usuarios que se ha levantado a lo largo de la interacción con los usuarios de los servicios de la Entidad. Se incluye aquí la aplicación de encuesta. Esta herramienta consiste en la observación de los ciudadanos, usuarios o grupos de interés durante la interacción con la Entidad.

A continuación se muestra la selección de mecanismo de recolección de información para cada variable priorizada:

POBLACIÓN	TIPO DE VARIABLE	VARIABLE	MECANISMO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN
Ciudadanos alcanzados	Persona Natural	Ubicación	Aplicación de encuesta
Ciudadanos alcanzados	Persona Natural	Ocupación	Aplicación de encuesta
Ciudadanos alcanzados	Persona Natural	Tipo de relación con la empresa	Aplicación de encuesta
Usuarios de servicios – grupos de interés	Persona Jurídica	Ubicación	Aplicación de encuesta
Usuarios de servicios – grupos de interés	Persona Jurídica	Ubicación principal	Aplicación de encuesta

Tabla 1. Registros de recolección de información por tipo de variable

## 9. RESULTADOS

A nivel general, se encontraron una serie de elementos que permiten determinar características comunes tanto en personas naturales como en personas jurídicas, empezando por los segmentos generales, los cuales dan paso a las variables identificadas en cada uno de estos segmentos, que aportan información importante para dimensionamiento de servicios y toma de decisiones. Como dato base, fueron caracterizadas 185 personas naturales, y por medio de ellas 93 personas jurídicas.

### 9.1. SEGMENTOS IDENTIFICADOS

SEGMENTO	Tipo de organización	Ubicación principal	Sector al que pertenece
	Entidades Públicas	Cundinamarca, Quindío Risaralda	Industria, Internacional, Nacional, Servicios Otros
	Empresas Privadas	Cundinamarca, Antioquia, Atlántico Bolívar, Valle del Cauca	Industria, Internacional, Nacional, Servicios Obras Civiles Otros

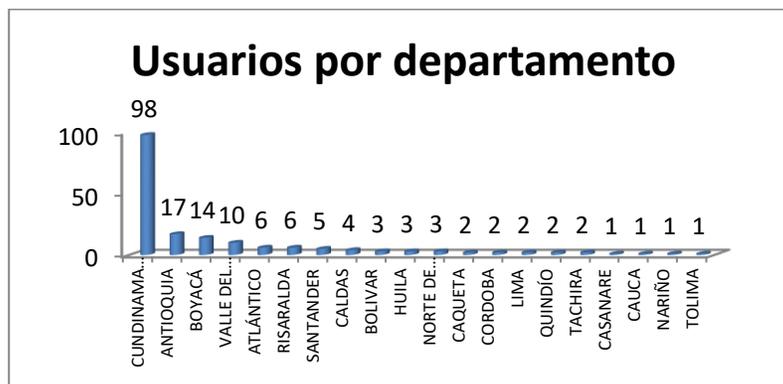
Tabla 2. Segmentación de datos por Tipo de Organización

SEGMENTO	Tipo de organización	Ubicación principal	Servicios	Sector al que pertenece
	Privada Pública	Nacional Internacional	Calibración y ensayo Materiales de Referencia Capacitación Asistencia Técnica Comparación Interlaboratorios	Industria Internacional Nacional Servicios Otros

Tabla 3. Segmentación de datos por Servicios

## 9.2. Variables identificadas para personas naturales

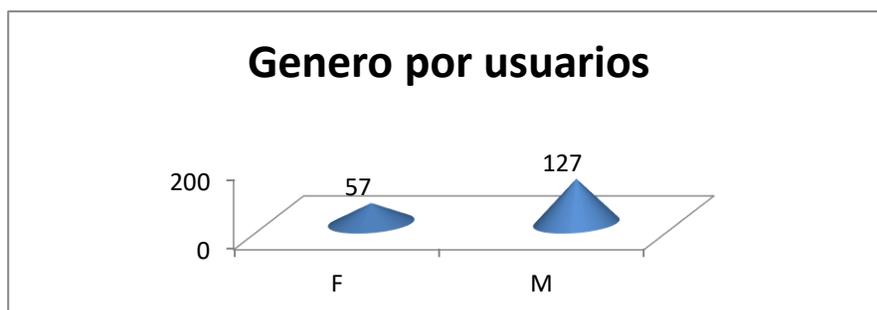
### a. Ubicación por departamento de los usuarios (personas naturales) de los servicios del INM



Gráfica No. 1 Ubicación de Usuarios

La ubicación principal de los usuarios de los servicios de la entidad es Cundinamarca con el 51%, incluye todos sus municipios del departamento, inclusive Bogotá, seguida por Antioquia con el 9%, y Boyacá con un 8%. Aquí también es oportuno destacar que en este periodo fueron identificados usuarios de ciudades de Perú y Venezuela, cuatro en total, que representa un 2% de los ciudadanos caracterizados.

### b. Clasificación de género de los usuarios de los servicios del INM



Gráfica No.2 Clasificación de Genero de los Usuarios de los servicios del INM

El resultado de esta variable indica que el 69% de los usuarios del INM corresponde al género Masculino y el 31% al género Femenino.

### Rango de edad de los usuarios caracterizados de los servicios del INM

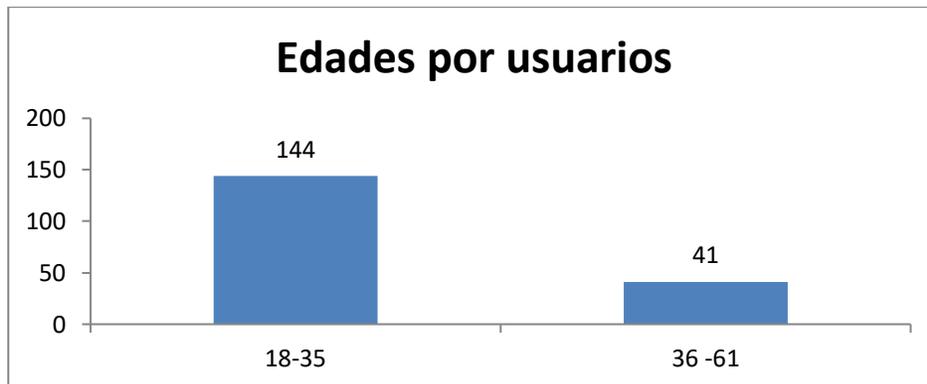


Grafico No.3 Rango de Edad de los Usuarios.

Dentro de la variable por rango de edad encontramos que la mayor proporción de usuarios está concentrada en la población de 18 a 35 años con el 78%, en segundo lugar el rango de 36 a 61 años con el 22%, tal como se está representado en la gráfica anterior.

### c. Nivel Académico

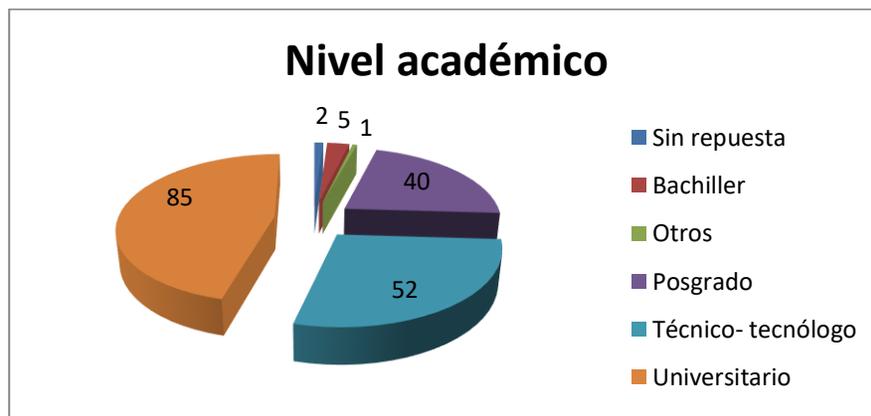


Gráfico No.4 Nivel Académico

Esta variable indica que el 46% de los usuarios caracterizados del INM cuentan con nivel académico universitario, el 28% son técnico- tecnólogos y el 22% han alcanzado posgrado.

d. Servicios Recibidos



Gráfico No. 5 Servicios Prestados

El mayor número de servicios recibidos por las personas caracterizadas del INM fue capacitación con el 92%, en segundo lugar registra el servicio de Calibración y Ensayo con el 4%, le sigue Comparación de Interlaboratorios con 2%.

e. Tipo de Relación con la empresa

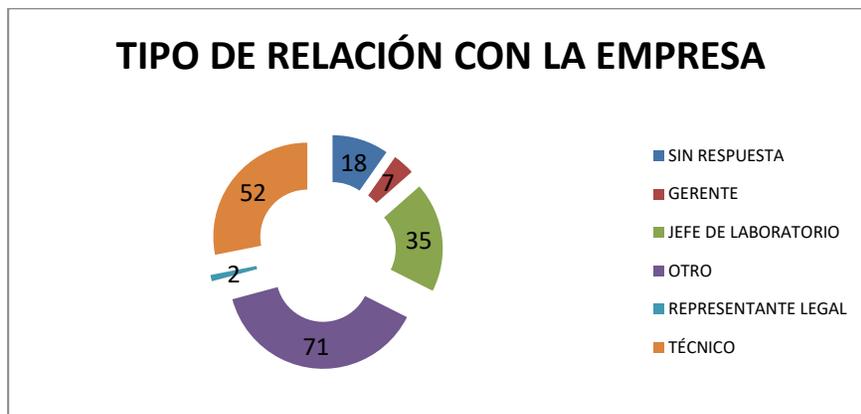


Gráfico No. 6 Tipo de Relación con la Empresa

El 28% de ciudadanos caracterizados ocupa el cargo de técnico dentro de su empresa, mientras el 19% tienen el cargo de jefe de laboratorio, mientras el 38% ocupa una serie de cargos que fueron tipificados por los encuestados como "otro".

f. Tipo de empresa



Gráfico No. 7 Tipo de Empresa

Las principales fuentes de recursos de las empresas usuarias de los servicios de la Entidad son privadas con un 87%, así mismo las empresas de la Entidad son públicas del Estado colombiano, con un 13% de proporción sobre el total de usuarios de los servicios que presta la Entidad.

g. Sector de la Industria

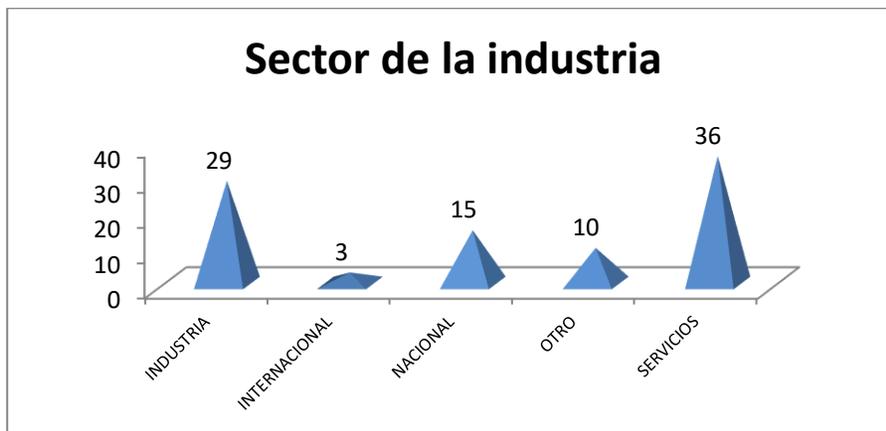


Gráfico No. 8 Sector de la Industria

Con un 39% el sector servicios fue el que más se logró caracterizar en esta encuesta, seguido de es el sector de la Industria con un 31%, el sector Nacional con 16%, Otros sectores con el 11%, el sector a nivel Internacional con 3%.

En resumen, para persona natural:

- Género: el 31% son mujeres, el mayor número de usuarios de Instituto Nacional de Metrología son hombres el 69%, según la información recolectada mediante la encuesta..
- El rango de edad de los usuarios: la mayor esta entre las edades de 18-35 con el 78%. Entre las edades de 36-61 años le corresponde el 22%.
- Nivel académico: el 46% está en el nivel Universitario, 52% son Técnicos/ Tecnólogos.

- Tipo de relación con la empresa: el 28% son Técnicos, el 19% Jefes de laboratorio, 19% tienen otro tipo de relación con la empresa.
- Tipo de servicios prestados: el 92% de los usuarios asistieron al servicio de Capacitación, el 4% asistió a Calibración y Ensayo.
- Geográfica: el 98% de los ciudadanos son del Departamento de Cundinamarca, seguido con el 17% el departamento de Antioquia, 14% el departamento de Boyacá, Valle del Cauca con el 10% de las encuestas realizadas.

El siguiente resumen corresponde la persona **Jurídica**:

- ✓ Tipo de empresa: Privada con un 13% y pública con un 87%.
- ✓ Sector: los usuarios del sector de los Servicios tiene un 39%, el de Industria un 31%.

## 10. CONCLUSIONES

Con este informe podemos concluir que:

- La encuesta fue aplicada solamente en temas de capacitación. Se hace necesario que por parte de los encargados de todos los servicios se amplíe la aplicación de la encuesta.
- La importancia de la caracterización, así como sus implicaciones en la elaboración debe ser asumido por un área que aplique las necesidades propias de ciencias enfocadas al mercadeo.
- Se encuentra información relevante y consistente para la toma de decisiones en materia de portafolio institucional.

---

**Lucelly Mora Arias**

**Secretaria General**

Elaboró:

Luis Fernando Oviedo Herrera

2017-09-12