

Informe de Caracterización de Ciudadanía y Grupos de Valor

Vigencia 1 de agosto 2023 a 31 de julio 2024

Subdirección de Servicios Metrológicos y Relación con el Ciudadano
Bogotá D.C.

2024-08-22

CONTENIDO

	Página.
1. INTRODUCCIÓN	3
2. ALCANCE	3
3. DEFINICIONES	3
4. DESCRIPCIÓN METODOLÓGICA	5
5. RESULTADOS	8
6. ANEXOS	19

1. INTRODUCCIÓN

El Instituto Nacional de Metrología realiza la identificación de los grupos con los que efectúa una interacción con el fin de determinar las características, necesidades, intereses, expectativas y preferencias de los grupos de valor. Esta identificación se lleva a cabo para aprovechar las oportunidades presentadas, metrológicamente hablando, en los diferentes sectores e industrias del país.

El informe es un insumo para ser utilizado en la construcción e implementación de las diferentes políticas institucionales, teniendo en cuenta que en este se analiza el relacionamiento dado con la población denominada como “contacto” durante el período de tiempo en estudio (1 de agosto de 2023 al 31 de julio del 2024) estableciendo variables geográficas, demográficas, intrínsecas y comportamentales, entre otras.

La caracterización permitirá, además, definir esquemas de participación, asociación o colaboración que permitan hacer a las ciudadanías corresponsables en la obtención de soluciones a las necesidades identificadas, así como comprometerlos en el mejoramiento de los servicios prestados por la entidad.

2. ALCANCE

La información utilizada para la elaboración del presente informe de caracterización de ciudadanía y grupos de valor se basa en la consolidación de la información obtenida de las encuestas de caracterización de usuarios, grupos de interés y partes interesadas, las cuales se aplicaron del 1 de agosto de 2023 al 31 de julio del 2024.

De las encuestas enviadas, 60 (5,89 %) fueron respondidas; de los cuales 50 son personas naturales y 10 personas jurídicas.

3. DEFINICIONES

- **Caracterizar:** Hace referencia a identificar las particularidades de los ciudadanos, usuarios o grupos de interés con los cuales interactúa cada una de las entidades de la administración pública, con el fin de segmentarlos en grupos que compartan atributos similares y a partir de allí gestionar acciones. (DNP, 2017, p. 3).

- **Caracterización de grupos de valor:** Caracterizar es un ejercicio investigativo que busca identificar y obtener información sobre las particularidades (características, necesidades, intereses, expectativas y preferencias) de la ciudadanía y los grupos de valor con los que interactúa una entidad con el fin de agruparlos o segmentarlos de acuerdo con atributos o características similares. (DAFP,2022, p.9).
- **Segmentación de usuarios:** El proceso de subdividir un mercado en subconjuntos de clientes distintos que se comportan de la misma manera o tienen necesidades similares. (MINTIC, 2011, p. 6).
- **Departamento Administrativo de la Función Pública – DAFP:** Entidad técnica, estratégica y transversal del Gobierno Nacional que contribuye al bienestar de los colombianos mediante el mejoramiento continuo de la gestión de los servidores públicos y las instituciones en todo el territorio nacional. (DAFP, 2023).
- **Departamento Nacional de Planeación – DNP:** Es un Departamento Administrativo que pertenece a la Rama Ejecutiva del poder público y depende directamente de la Presidencia de la República. Es una entidad eminentemente técnica que impulsa la implantación de una visión estratégica del país en los campos social, económico y ambiental, a través del diseño, la orientación y evaluación de las políticas públicas colombianas, el manejo y asignación de la inversión pública y la concreción de estas en planes, programas y proyectos del Gobierno. (DNP, 2022).
- **Grupos de valor:** personas naturales (ciudadanos) o jurídicas (organizaciones públicas o privadas) a quienes van dirigidos los bienes y servicios de una entidad (DAFP,2020, p.15).
- **Grupos de interés:** Es aquella persona u organización que puede afectar, verse afectada, o percibirse como afectada por una decisión o actividad. (ISO 9001, 2015).

4. DESCRIPCIÓN METODOLÓGICA

En la elaboración del presente informe se tuvo en cuenta la metodología establecida por el Departamento Administrativo de la Función Pública – DAFP en su Guía para la Caracterización de Usuarios, Ciudadanos e Interesados, teniendo como base los siguientes pasos:



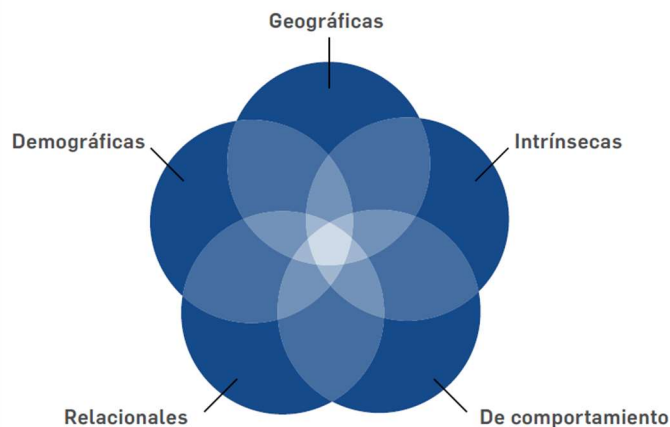
Gráfica 1. Pasos para realizar la caracterización de usuarios.

Cada etapa nos permite llevar a cabo avances en la investigación para que al final podamos obtener un completo panorama de los grupos que se contactan con el INM y obtener resultados que permitan tomar decisiones en pro de la mejora de servicios o procesos de la entidad.

Durante el primer paso se identifican y revisan las estrategias, mecanismos y herramientas que han sido empleadas para el levantamiento de información y dónde están los resultados de los datos de ejercicios anteriores en el marco del relacionamiento con la ciudadanía y los grupos de valor; esto con el fin de reconocer las principales necesidades, demandas y comportamientos de los grupos de valor con el fin de que la caracterización sea el insumo para implementar, de manera oportuna, acciones de mejora.

Una vez se cuenta con dicho insumo se procede a definir un objetivo general y objetivos específicos orientados a fortalecer la relación del Estado con la ciudadanía. Estos responden a los resultados que se desea alcanzar en cada una de las políticas y/o escenarios de relacionamiento con la ciudadanía.

En el siguiente paso se identifican las variables que se deben estudiar y cuál es el nivel de profundidad o desagregación de la información requerido. Las variables elegidas deben atender al objetivo o propósito de la caracterización y deberán ser adaptadas por cada entidad de acuerdo con sus necesidades, intereses, metas, oferta y misión institucional y para ello es importante determinar las variables de la gráfica número 2.



Gráfica 2. Niveles de conocimiento de las agrupaciones poblacionales. (DAFP, 2022. P.21).

En el paso número tres, se recolectó la información pertinente sobre los atributos, variables características, necesidades, intereses, expectativas y preferencias, esto, teniendo en cuenta el instrumento de recolección de información que para el caso del INM fueron encuestas digitales que se encuentran en el enlace: <https://forms.office.com/r/iKCzFRc6KZ> y se presentan con el siguiente modelo:



Imagen 1. Captura de pantalla Encuesta de Caracterización.

De acuerdo con el DAFP (2022. P. 24) las encuestas en línea ayudan a las organizaciones a realizar un proceso de recolección de datos eficaz en el que puede obtener una gran cantidad de información a bajo costo, de modo que ahorra recursos como el tiempo y la mano de obra.

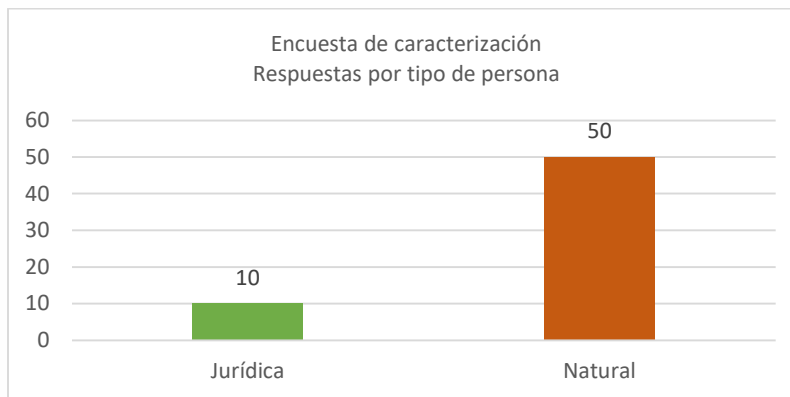


Gráfica 3. Variables de la Encuesta de Caracterización INM 2023-2024.

Al final, se elabora el presente informe, se difunde con las áreas del INM y se publica en la página web para que sea consultado por los usuarios que lo requieran; este resultado se convierte en un insumo para la planeación institucional, la formulación de estrategias de relacionamiento con la ciudadanía, el fortalecimiento de la Política de Servicio al Ciudadano y la optimización de los escenarios de relacionamiento.

5. RESULTADOS

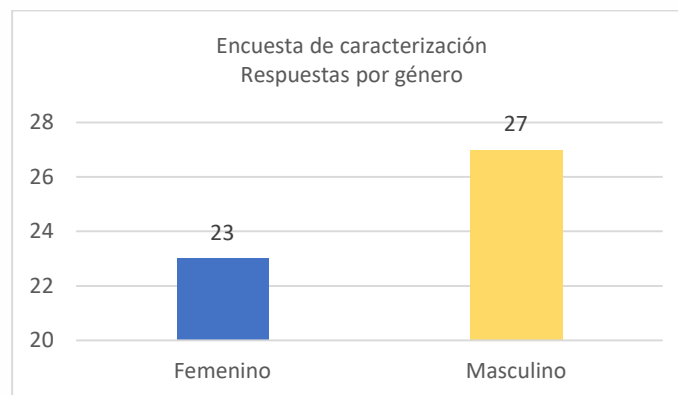
Durante el período comprendido entre agosto de 2023 y julio de 2024, el Instituto Nacional de Metrología – INM envió 1.018 encuestas de caracterización a los usuarios que tuvieron algún tipo de contacto con la entidad; de estas, se respondieron 60 (5.8 %) de la siguiente manera:



Gráfica 4. Respuestas por tipo de persona.

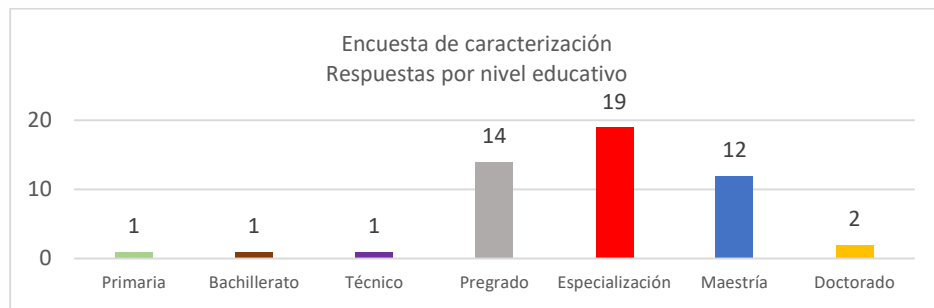
5.1 Resultados Personas Naturales

De las personas que tuvieron contacto con el Instituto Nacional de Metrología durante la vigencia del presente informe se obtiene que el 46 % fue de género femenino y el 54 % de género masculino. Para este ítem también se dejó abierta la posibilidad de que los usuarios nos respondieran si se identificaban con otro género. Sin embargo, esta casilla quedó sin respuesta.



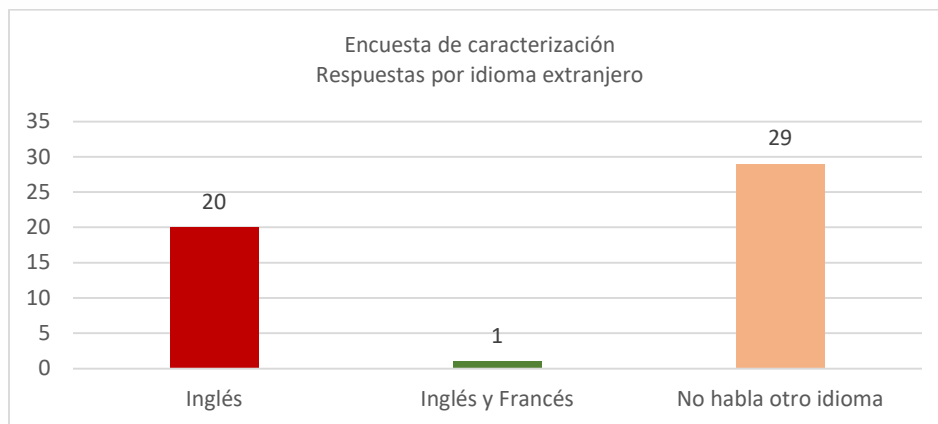
Gráfica 5. Género de los contactos del INM.

De los ciudadanos que tuvieron relación con el INM se destaca que el 38 % cuenta con una especialización, seguido del 28 % que cuenta con pregrado y el 24 % con maestría, dejando ver que más del 90 % de personas que se contactan con la entidad cuentan con estudios de educación superior.



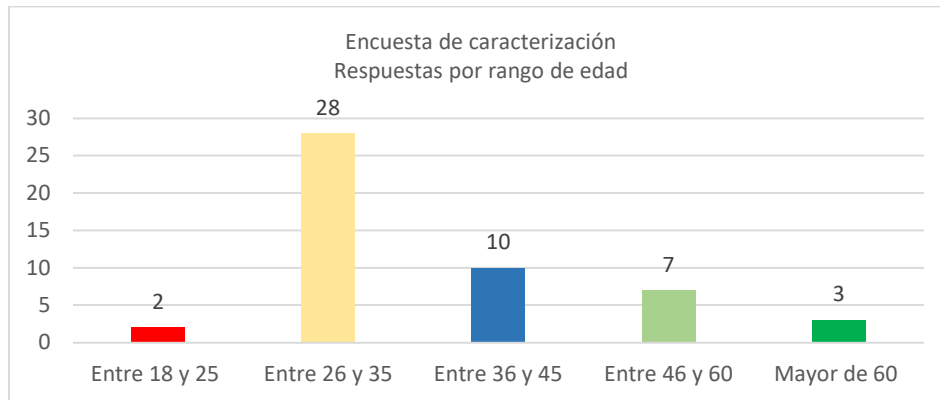
Gráfica 6. Nivel académico de los contactos del INM.

Así mismo, se evidencia que el 58 % de los usuarios encuestados no hablan una segunda lengua, seguido por el 40 % que habla inglés y el 2 % que habla inglés y francés.



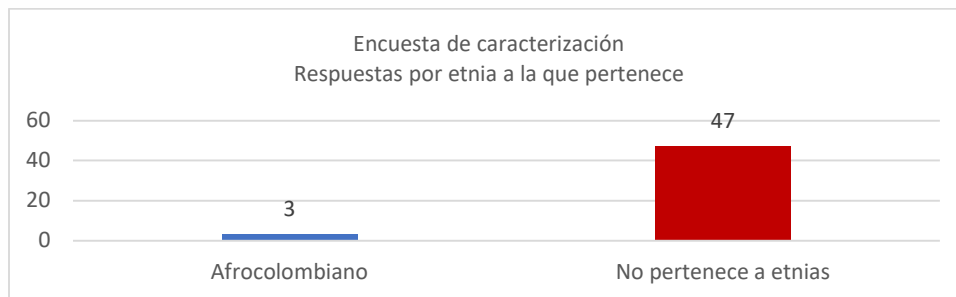
Gráfica 7. Idioma diferente al español que hablan los contactos del INM.

Por su parte, de los usuarios encuestados se destaca que el 56 % se encuentra en un rango de edad entre 26 y 35 años, seguido del 20 % que está en un rango entre los 36 y los 45 años, un 14 % entre los 46 y los 60 años, un 6 % mayor de 60 años, y un 4 % entre los 18 y los 25 años.



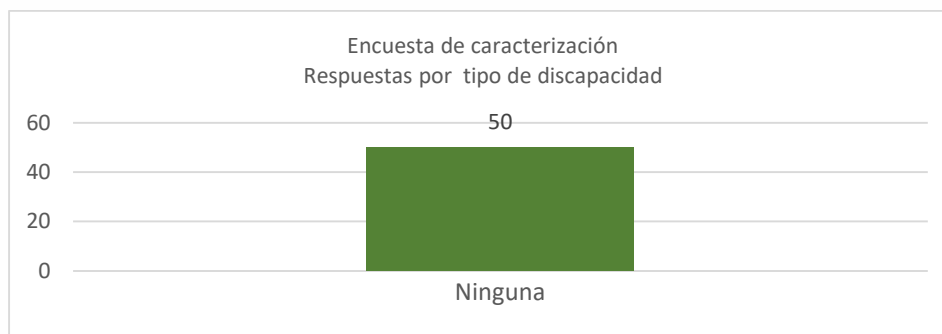
Gráfica 8. Rango de edad de los contactos del INM.

Con respecto a la pregunta ¿pertenece a algún grupo étnico? el 94 % de las personas encuestadas afirmaron que no pertenecen a ninguna etnia, frente a tres (3) usuarios (6 %) que afirmaron que son afrocolombianos, como se evidencia en la siguiente gráfica.



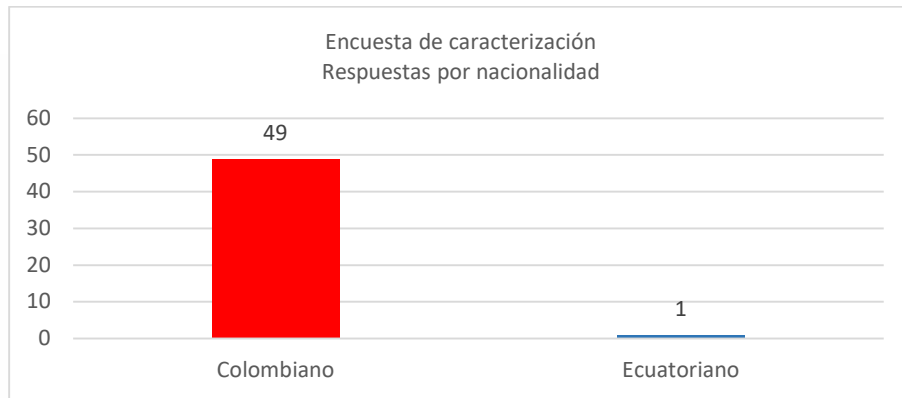
Gráfica 9. Grupo étnico al que pertenecen los contactos del INM.

Frente a la pregunta ¿Presenta algún tipo de discapacidad? El 100 % de los usuarios encuestados respondió que no presenta discapacidades.



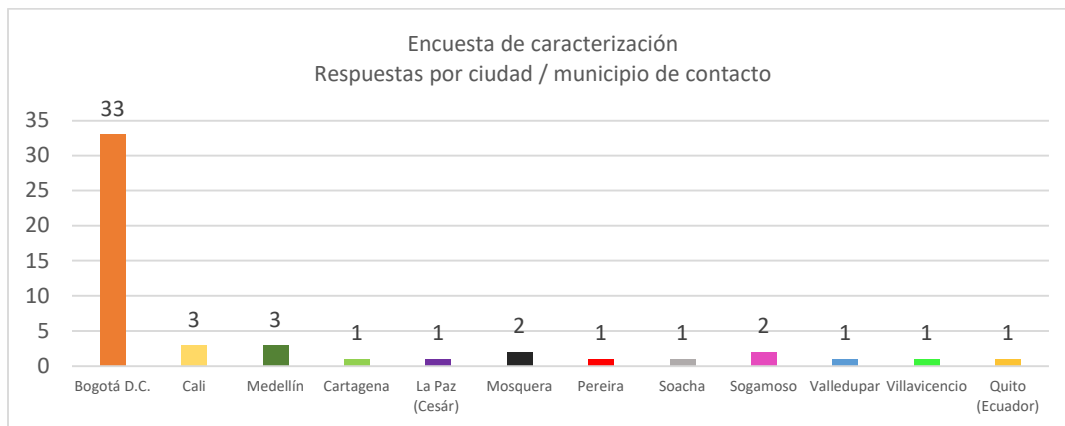
Gráfica 10. Tipo de discapacidad de los contactos del INM.

Así mismo, se consultó a los ciudadanos sobre su nacionalidad, a lo cual el 98 % respondió que son colombianos y el 2 % ecuatorianos.



Gráfica 11. Nacionalidad de los contactos del INM.

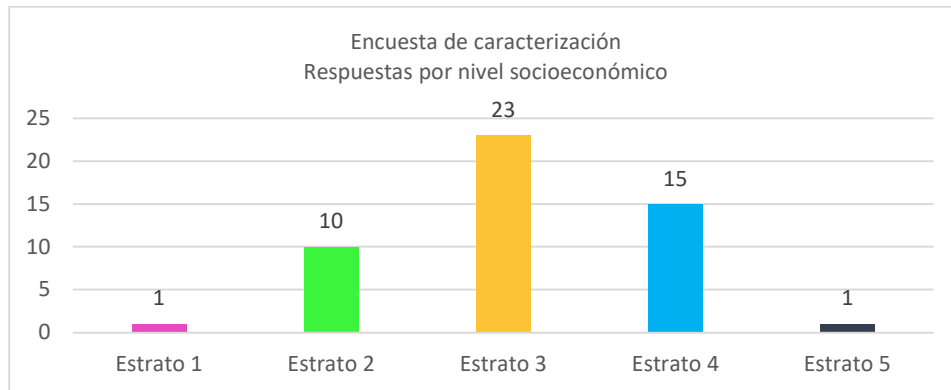
Teniendo en cuenta las respuestas de los encuestados, se destaca que la mayoría de los usuarios del Instituto Nacional de Metrología – INM se contactan desde Bogotá D.C. (66 %), seguido de 6 % para Cali y Medellín respectivamente, y de un 4 % de Mosquera y de Sogamoso respectivamente. También se resalta que el INM tiene usuarios en La Paz (departamento del César), Cartagena, Pereira, Soacha, Valledupar, Villavicencio, y desde Quito (Ecuador).



Gráfica 12. Municipio en el que habitan los contactos del INM.

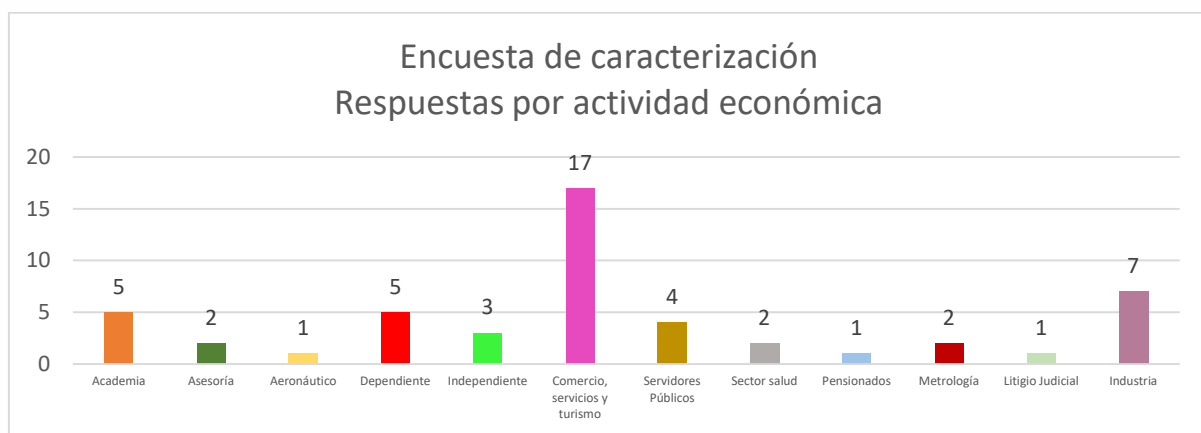
Dentro de la caracterización de usuarios, para el INM es relevante conocer el nivel socioeconómico de los ciudadanos que se contactan con la entidad, dando como resultados de la consulta que el 46 % pertenecen al estrato 3, el 30 %

pertenecen al estrato 4, el 20 % pertenecen al estrato 2, y el 2 % al estrato 5 y 1 respectivamente, como se presenta en la gráfica N°13.



Gráfica 13. Estrato socioeconómico de los contactos del INM.

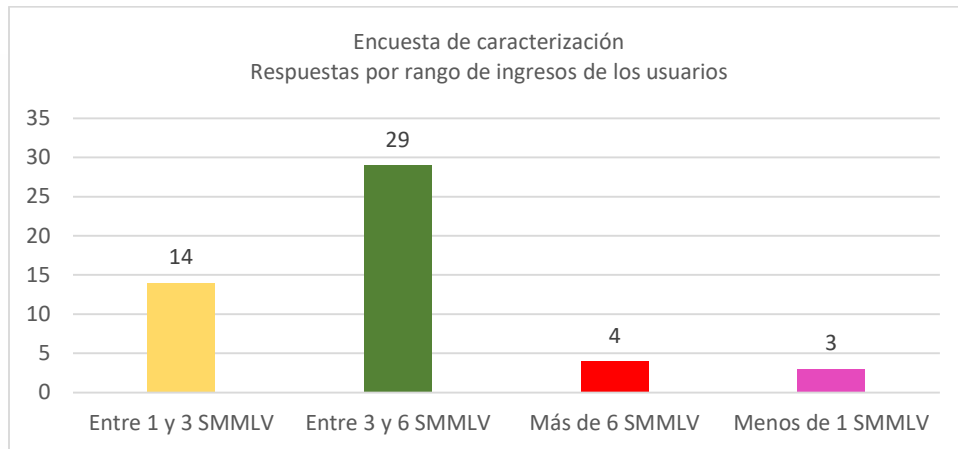
Para el INM de Colombia es importante tener en cuenta las actividades económicas de los usuarios que tienen algún contacto con la entidad; por lo que, dentro de las encuestas se les consulta por estas actividades que son de suma importancia para la toma de decisiones sobre los trámites o servicios del Instituto. Dentro de estas, cabe resaltar que el 34 % de usuarios se contactan con la entidad desde el sector de comercio, servicios y turismo; seguido del 14 % correspondiente a la industria.



Gráfica 14. Actividad económica de los usuarios del INM.

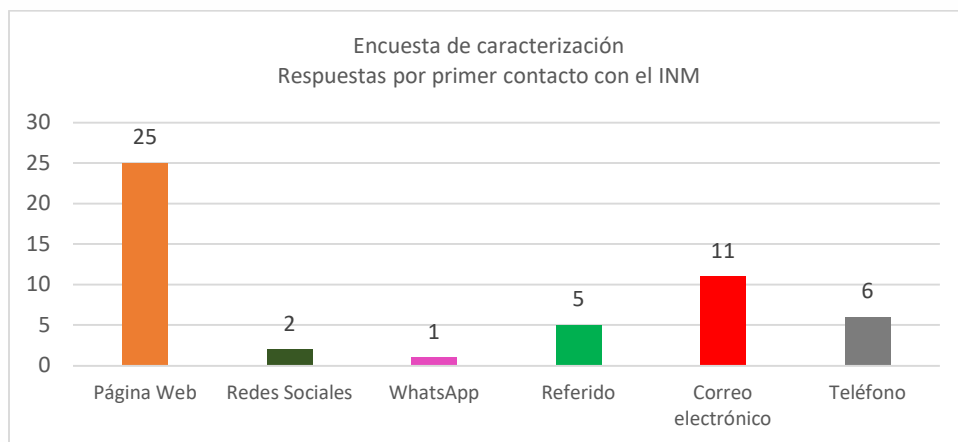
Los contactos del INM, en las encuestas respondidas afirmaron que el 58 % gana entre 3 y 6 salarios mínimos mensuales legales vigentes (SMMLV), frente al 28 % que obtiene ingresos entre 1 y 3 salarios mínimos mensuales legales vigentes,

el 8 % que tiene ingresos de por más de 6 SMMLV y el 6 % tienen ingresos menores a 1 salario mínimo mensual legal vigente.



Gráfica 15. Rango de ingresos de los usuarios del INM.

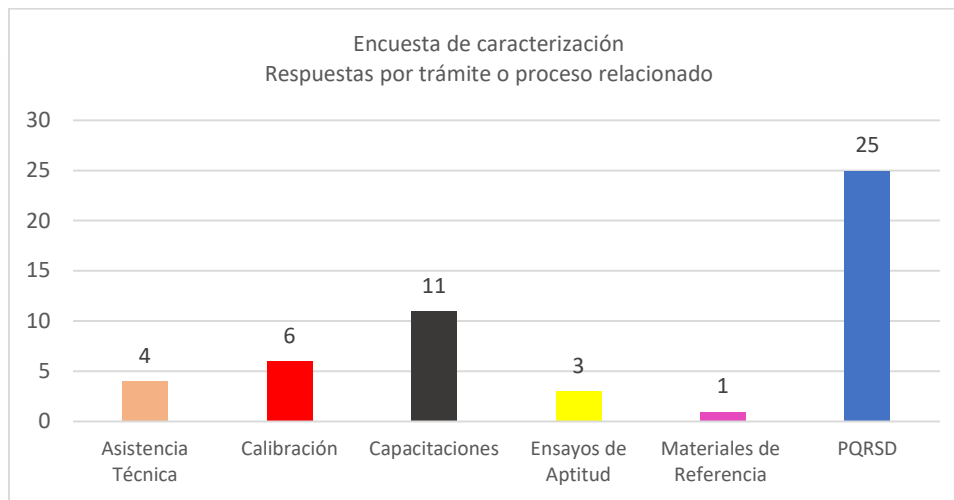
El 50 % de los encuestados respondieron que tuvieron su primer contacto con el INM a través de la página web, seguido del 22 % que tuvieron contacto a través de correo electrónico, el 12 % por medio del canal telefónico, el 10 % a través de un referido y el 4 % por medio de las redes sociales del instituto.



Gráfica 16. Canal por el que los usuarios tuvieron el primer contacto con el INM.

Así mismo, de acuerdo con los resultados de la encuesta, el trámite o proceso que más utilizaron los encuestados en el Instituto Nacional de Metrología fue el de PQRSD (Peticiónes, Quejas, Reclamos, Solicitudes, Denuncias) con un 50 %; seguido del 22 % relacionado con capacitaciones, el 12 % con calibraciones, el

8 % relacionado con asistencia técnica, el 6 % con ensayos de aptitud y el 2 % con Materiales de Referencia.



Gráfica 17. Trámite o proceso utilizado por los usuarios del INM.

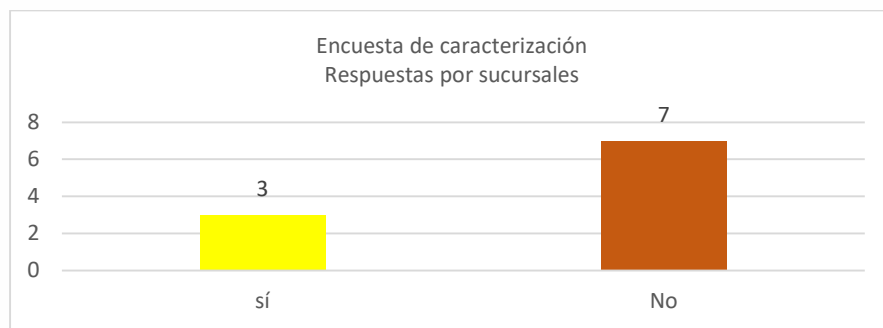
Finalmente, los usuarios personas naturales hicieron algunas recomendaciones sobre los servicios que les gustaría encontrar en el INM, obteniendo como resultado las siguientes afirmaciones:

- Mayor difusión de las tareas y actividades realizadas por el INM
- Calibración de Estaciones Totales.
- Mayor oferta de ensayos de aptitud, ejemplo:
 - ✓ Formas (cilíndricas, esféricas, otras formas, paralelismo, parámetros de roscas, perpendicularidad, planitud, rectitud, redondez) (Queratómetro).
 - ✓ Presión (Tonómetro de goldman (con sistema de pesaje)).
 - ✓ Propiedades de los sistemas ópticos (atenuación óptica, longitud de onda, potencia óptica) (Lensómetro).
- Aumentar las capacitaciones tanto presenciales, como e-learning.
- Visitas guiadas al INM a personal externo.
- Mayor portafolio de materiales de referencia certificados para matriz agua en contaminación ambiental ya que en Colombia hay más de 200 laboratorios acreditados con IDEAM y otros tantos acreditados con ONAC y la compra de materiales de referencia certificados se hace a proveedores en el extranjero y resulta muy costoso / MRC de conductividades menores a 10 uS/cm.

- Guías técnicas para calibración de equipos biomédicos.
- Documentos de referencia colombiano sobre calibración de equipos.
- Aumento en asesorías presenciales.
- Verificación capacidad de baterías (energía).
- Charlas virtuales y presenciales.

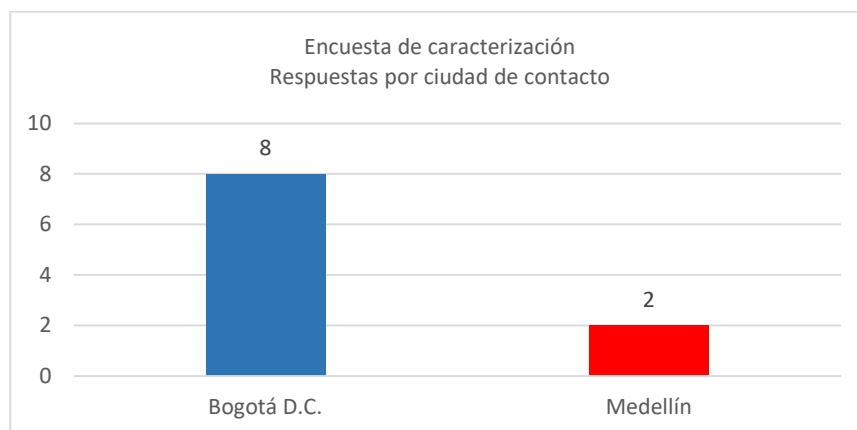
5.2 Resultados Personas Jurídicas

Los resultados de la encuesta de Caracterización a las personas jurídicas para la vigencia del actual informe nos generan los siguientes resultados, como que el 70 % de empresas que nos contactaron no cuentan con sucursales y el 30 % sí.



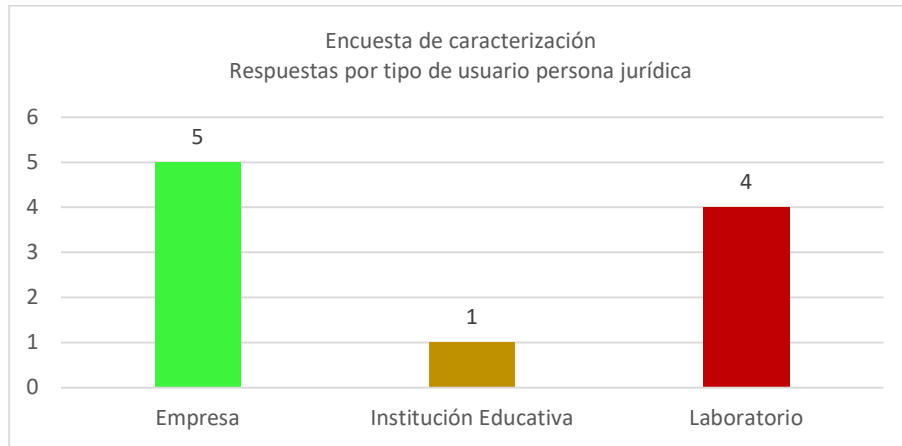
Gráfica 18. Empresas que se contactan con el INM que cuentan con sucursales.

De igual manera, dentro de las variables geográficas consultadas en la encuesta a las personas jurídicas se determina que el 80 % de las organizaciones que se contactan con el INM lo llevan a cabo desde Bogotá D.C. y el 20 % desde Medellín, como se relaciona en la siguiente gráfica:



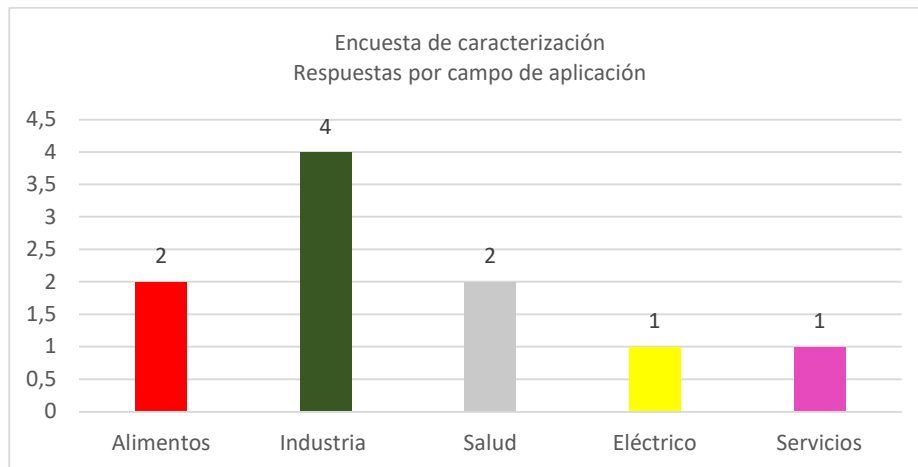
Gráfica 19. Sede principal de las Empresas que se contactan con el INM.

Por su parte, el 50 % de las organizaciones que se contactan con el INM son empresas, el 40 % son laboratorios y el 10 % se tipifican como instituciones educativas.



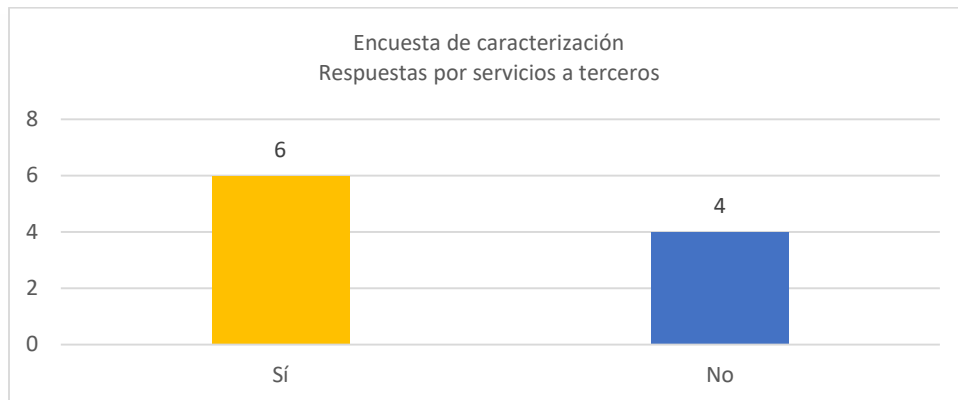
Gráfica 20. Tipo de usuario de contacto con el INM.

Como resultado de las encuestas de caracterización se evidencia que el campo de aplicación de las denominadas personas jurídicas en un 40 % es la industria, seguido de un 20 % respectivamente para el sector de alimentos y el sector salud, y un 10 % para el sector eléctrico y de servicios.



Gráfica 21. Campo de aplicación de las empresas que contactaron al INM.

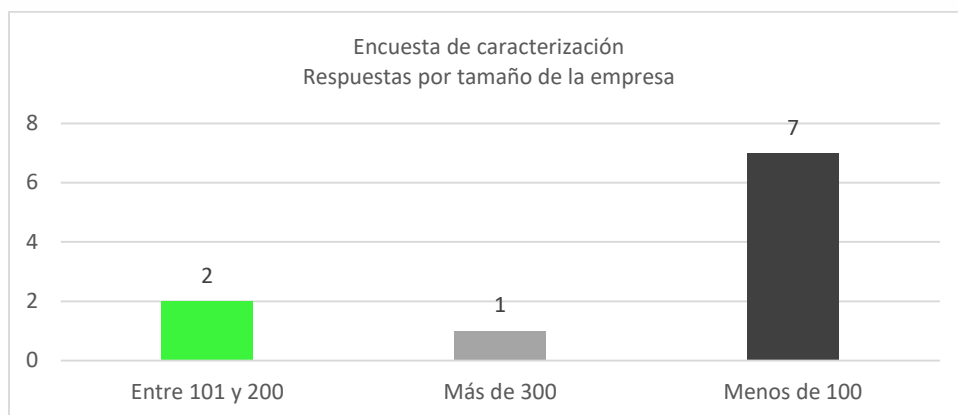
De las empresas encuestadas se determinó que el 60 % de las mismas presta servicios a terceros, mientras que el 40 % de estas utiliza los servicios del INM para su uso propio, tal y como se evidencia en la siguiente gráfica.



Gráfica 22. Servicios a terceros de las empresas que contactaron al INM.

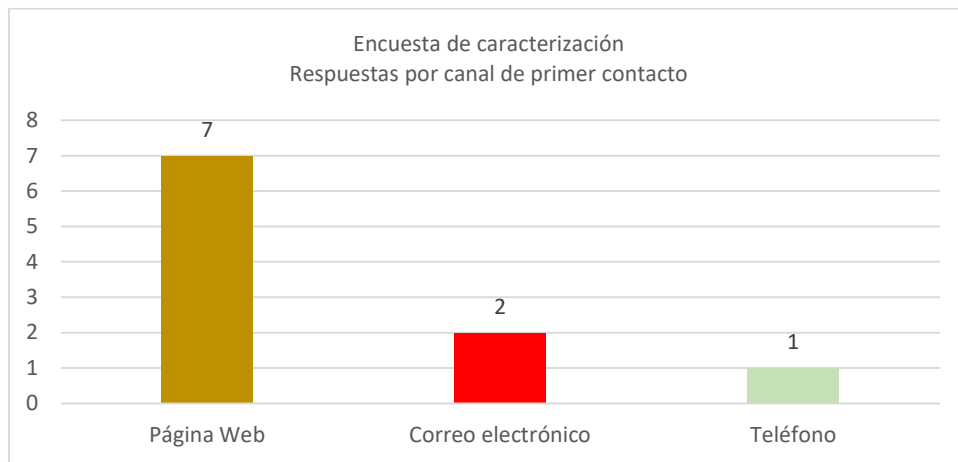
Las empresas que prestan sus servicios a terceros indicaron que brindan servicios de calibración, laboratorio análisis de alimentos, calificación operacional y desempeño, y venta de equipos de laboratorio y calificaciones.

Por otro lado, se consultó a las empresas por la cantidad de trabajadores en las mismas, esto para definir el tamaño de estas, y se obtuvo como resultado que el 70 % tienen menos de 100 empleados, el 20 % tiene entre 101 y 200 empleados y el 10 % más de 300 empleados, como se evidencia en la gráfica N° 23.



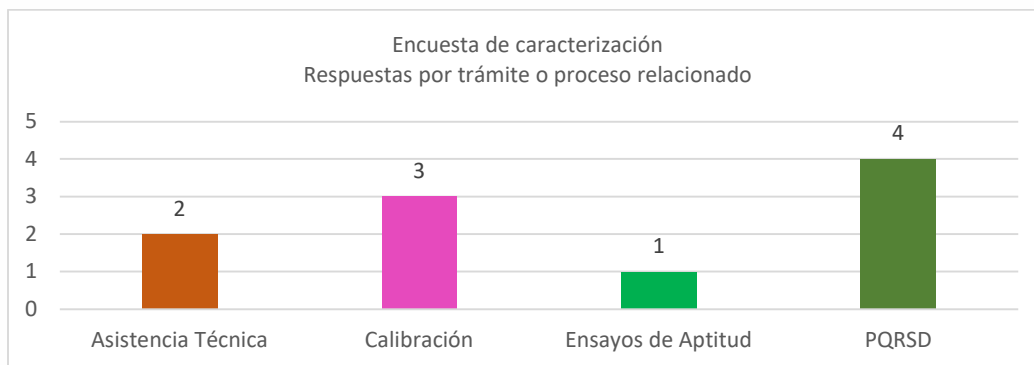
Gráfica 23. Tamaño de la empresa.

Dentro de las variables a evaluar en la encuesta de Caracterización se evidencia que el primer contacto que tuvieron las empresas encuestadas con el Instituto Nacional de Metrología fue página web con el 70 %, correo electrónico con 20 % y canal telefónico con 10 %.



Gráfica 24. Canal de primer contacto con el INM.

Los trámites o procesos con los que se relacionaron las empresas que tuvieron contacto con el INM en la vigencia del presente informe fueron PQRSD con el 40 %, calibración con el 30 %, asistencia técnica con el 20 %, y ensayos de aptitud con el 10 %.



Gráfica 24. Trámite o proceso relacionado.

Finalmente se consultó a las empresas si existía algún servicio que le gustaría encontrar en el INM a lo que las empresas respondieron:

- Asesoramiento en pruebas de desempeño a equipos biomédicos.

- Calibración por puntos fijos de sensores PRT cortos < 300 mm el vástago y tiempos adecuados para la prestación de servicios de calibración.
- Capacitaciones un poco más simplificadas.
- Servicios de referenciación sin costo.

6. ANEXOS

Tabulación Informe de Caracterización 2023-2024.

Elaboró: Karol Viviana Romero Jiménez
Profesional Universitario – SSMRC

Aprobó: Alexandra Hernández Moreno
Subdirectora de Servicios Metrológicos y Relación con el Ciudadano

Fecha: 2024-08-22