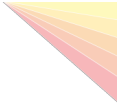




# **Precisiones sobre la Caracterización**

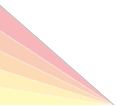
Enfocado a la Rendición de Cuentas – Atención al Ciudadano ANH

Versión 1. Actualizado a Mayo del 2020



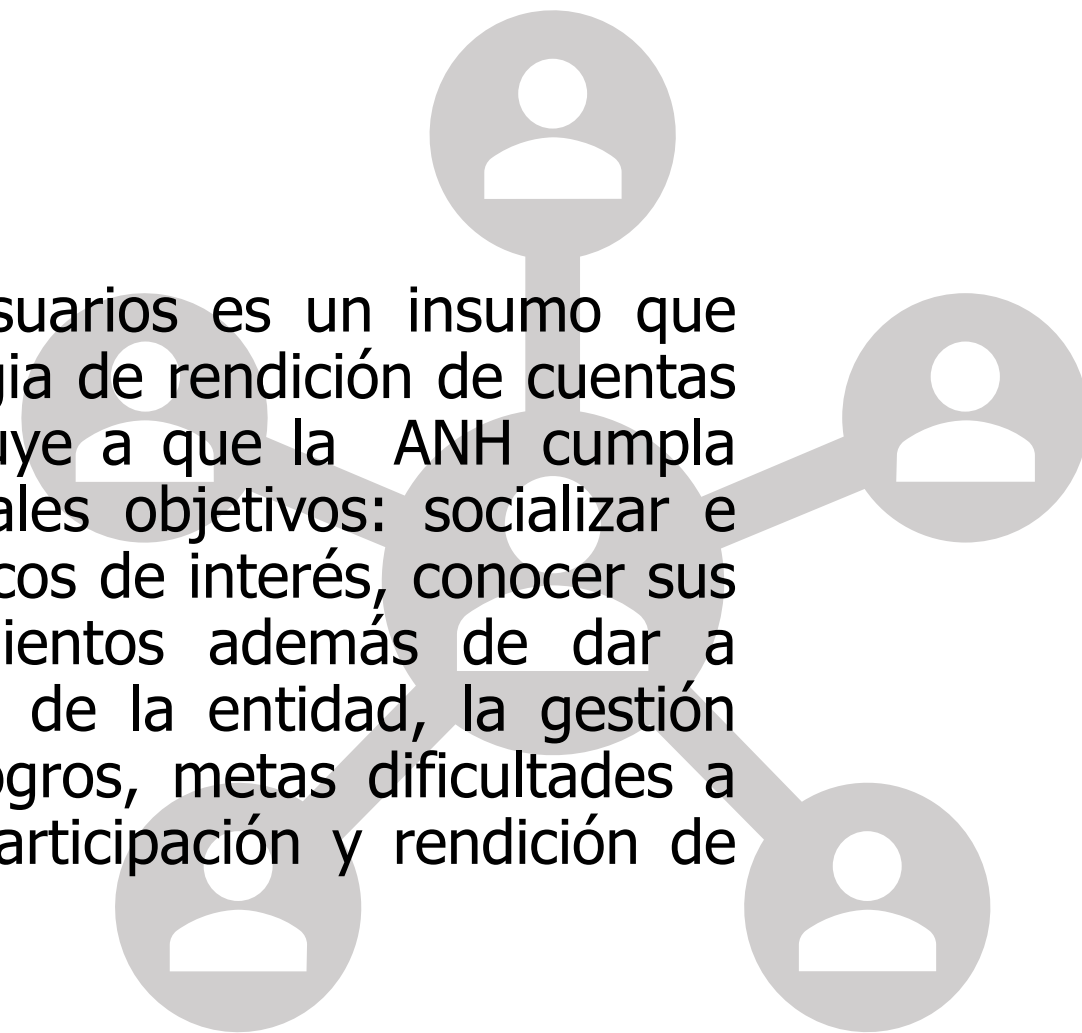
La Agencia Nacional de Hidrocarburos (ANH) es la autoridad encargada de promover el aprovechamiento óptimo y sostenible de los recursos hidrocarburíferos del país, administrándolos integralmente y armonizando los intereses de la sociedad, el Estado y las empresas del sector.

Los presentes lineamientos de caracterización de usuarios permite identificar las particularidades de los grupos de interés de la ANH y así afianzar la estrategia actual de rendición de cuentas.



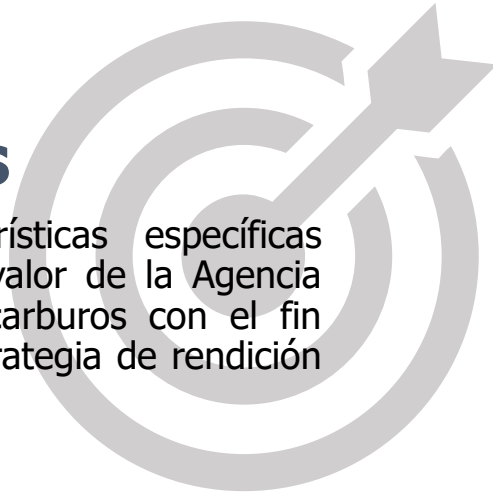
# Introducción

La Caracterización de usuarios es un insumo que hace parte de la estrategia de rendición de cuentas de la entidad, y contribuye a que la ANH cumpla con uno de sus principales objetivos: socializar e interactuar con sus públicos de interés, conocer sus necesidades y requerimientos además de dar a conocer la razón de ser de la entidad, la gestión que lleva a cabo, sus logros, metas dificultades a través de espacios de participación y rendición de cuentas.



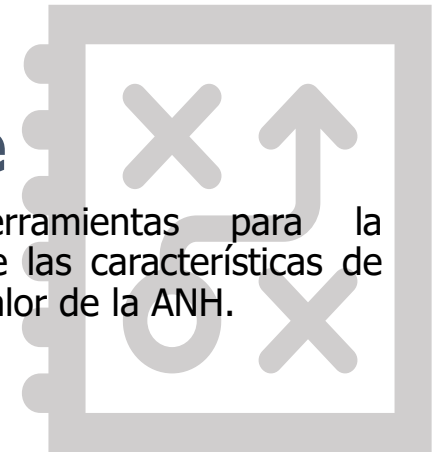
## Objetivos

Identificar características específicas de los grupos de valor de la Agencia Nacional de Hidrocarburos con el fin de fortalecer la estrategia de rendición de cuentas.



## Alcance

Pautas y herramientas para la identificación de las características de los grupos de valor de la ANH.



## Objetivos específicos

- Analizar las bases de datos e información recopilada con respecto a los grupos de interés de la ANH.
- Establecer los canales y mensajes adecuados para rendir cuentas a los grupos de valor de la ANH.
- Centralizar la información registrada con respecto a los grupos de valor de la ANH.
- Priorizar las variables utilizadas en las bases de datos.

## Metaproducto

Análisis de las características de los grupos de valor de la ANH de acuerdo con variables comunes que permitirá el fortalecer la estrategia de rendición de cuentas.

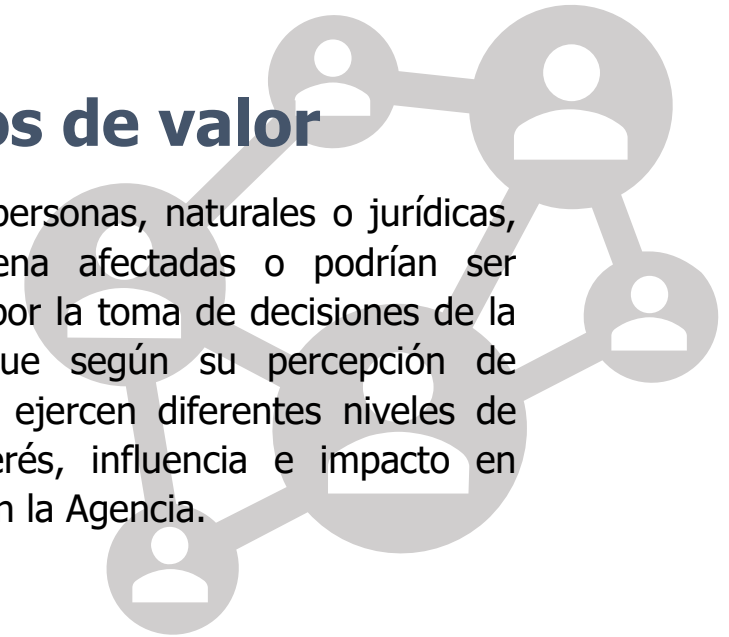


## Marco normativo

- Ley 1955 de 2019 – PND: “Por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022: Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad.
- Ley 1712 de 2014: Ley de transparencia y derecho al acceso a la información.
- Decreto 2482 de 2012: Lineamientos generales para la integración de la planeación y la gestión.
- Decreto 2573 de 2014: Por el cual se establecen los lineamientos generales de la Estrategia de Gobierno en Línea.
- Conpes 3654 de 2010: Política Nacional de Rendición de Cuentas

## Grupos de valor

Todas las personas, naturales o jurídicas, que se ven afectadas o podrían ser afectadas por la toma de decisiones de la ANH, y que según su percepción de afectación, ejercen diferentes niveles de poder, interés, influencia e impacto en relación con la Agencia.



# ¿Para qué caracterizar los grupos de valor?

## Promover la participación



Identificar los temas, los grupos y las maneras más adecuadas para convocar con cada grupo a espacios de diálogo.

## Mejorar la oferta de servicios



Orientar los procesos, sistemas, canales y condiciones del Servicio a la satisfacción de las necesidades de los grupos de interés.

## Adecuar la comunicación



Identificar el tipo de lenguaje más adecuado para la mejor comprensión de la actividad institucional

## ¿Cuál es la hoja de ruta del proceso?



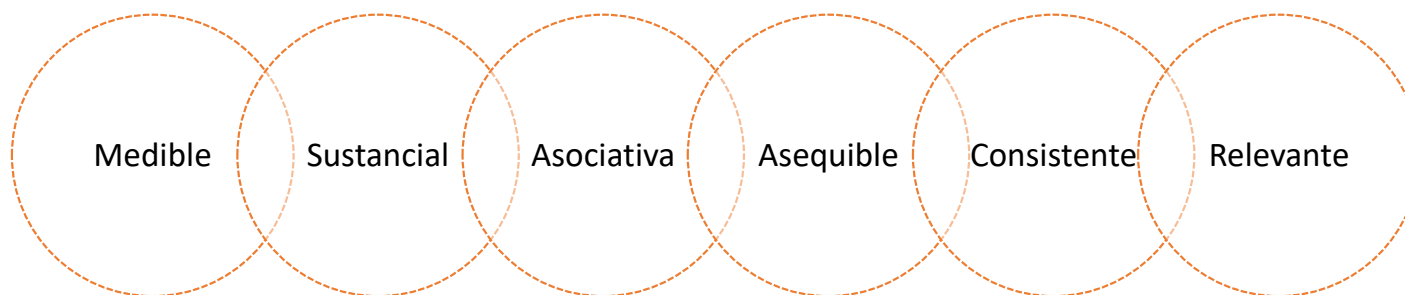
A partir de la caracterización se diseña el plan estratégico de comunicaciones, el plan de participación ciudadana, la estrategia de rendición de cuentas, las acciones de mejora en la oferta de valor, el plan anticorrupción y de los canales de servicio al ciudadano y las agendas para el diálogo, incluyendo:

- Gestión de conocimiento sobre la caracterización.
- Diseño de programas con enfoque diferencial.
- Acciones de información focalizadas.
- Espacios de análisis, construcción y cooperación.
- Intervenciones en procesos enfocadas en mejorar la satisfacción.
- Procesos de transformación cultural para la construcción de confianza.



## ¿Cuáles son las condiciones para una caracterización efectiva?

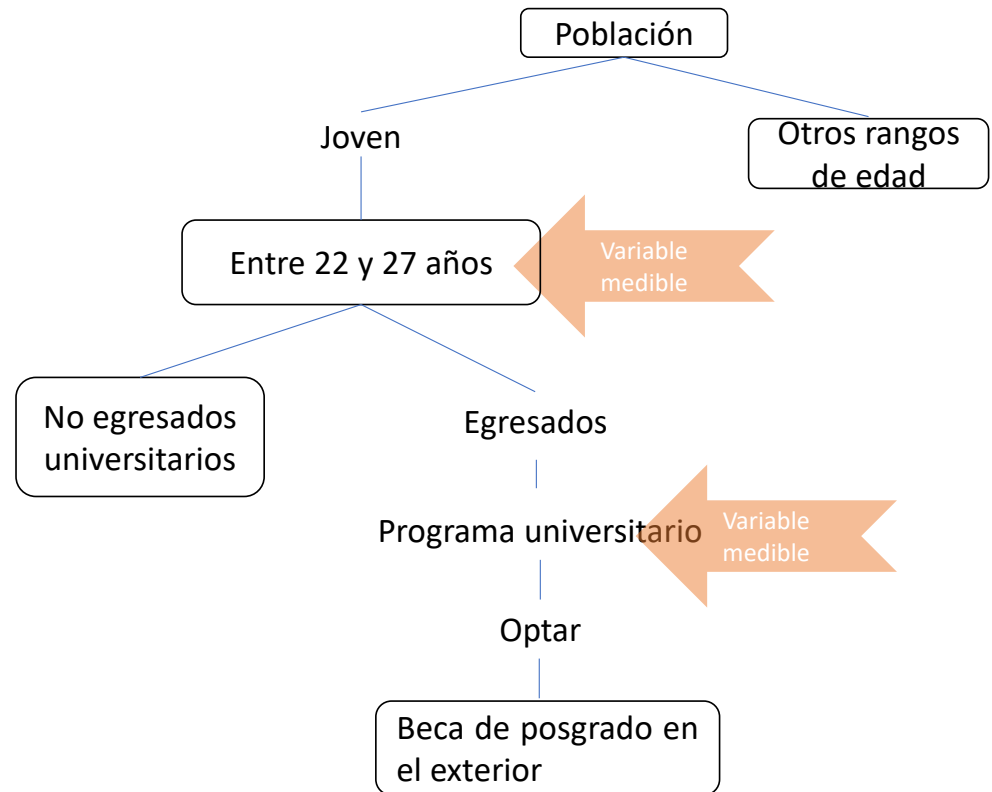
Para que las variables, entendidas como un elemento no específico pero que una vez identificado es posible hacer una agrupación poblacional, usadas para describir los grupos de usuarios sean diferenciadoras y de uso práctico, deben satisfacer las siguientes condiciones:



# Medible

Las variables deben poder evaluarse o medirse para cada usuario, de tal manera que se pueda reconocer cómo cada usuario se clasifica frente a esa variable. Es necesario que se tengan datos accesibles de las variables y que aunque no se conozcan se puedan obtener por algún mecanismo de búsqueda y recolección de información.

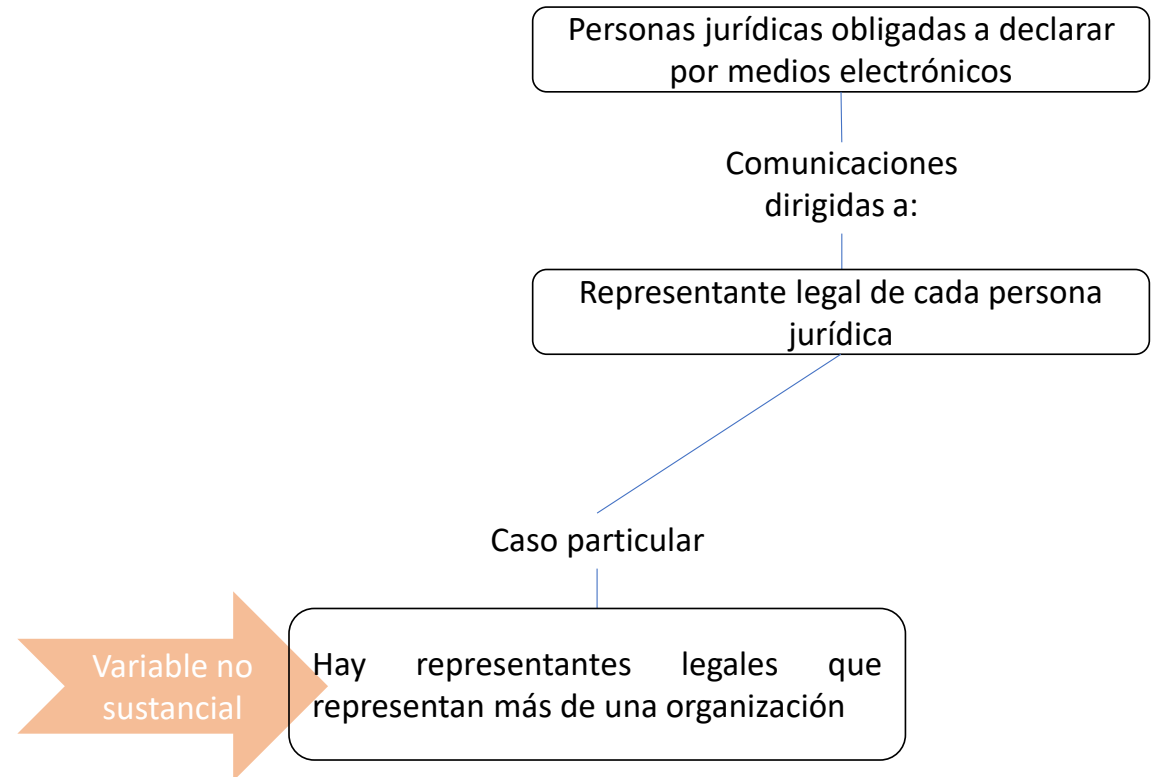
En la gráfica se puede observar la variable medible demográfica: rango de edad y nivel de escolaridad.



# Sustancial

Las variables que se definan deben agrupar una cantidad significativa de la población objeto de análisis, de modo que se justifique el esfuerzo que la entidad tiene que hacer para servir al grueso de la población.

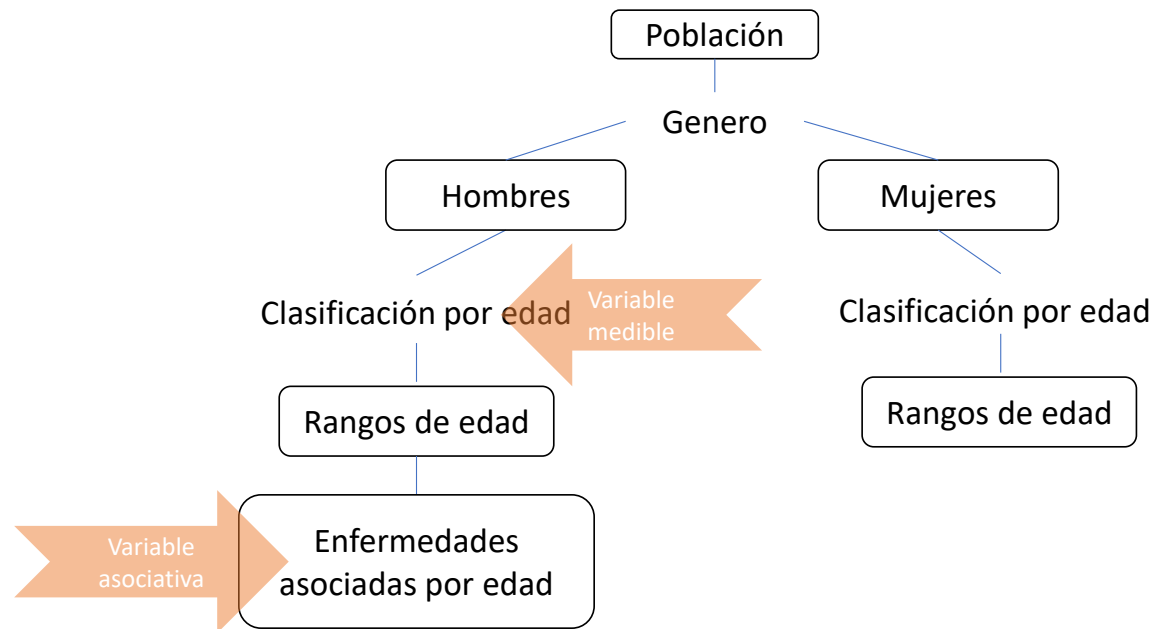
En la gráfica se puede apreciar la variable sustancial: la mayoría de representantes legales, representan una sola persona jurídica.



# Asociativa

Las variables por las que se clasifican los grupos poblacionales deben asociarse o relacionarse con las necesidades particulares de la mayoría de los usuarios de cada grupo para garantizar la relevancia de la oferta de servicios de la entidad a los mismos.

En la gráfica se puede apreciar la variable asociativa: las enfermedades por etapa de la vida.

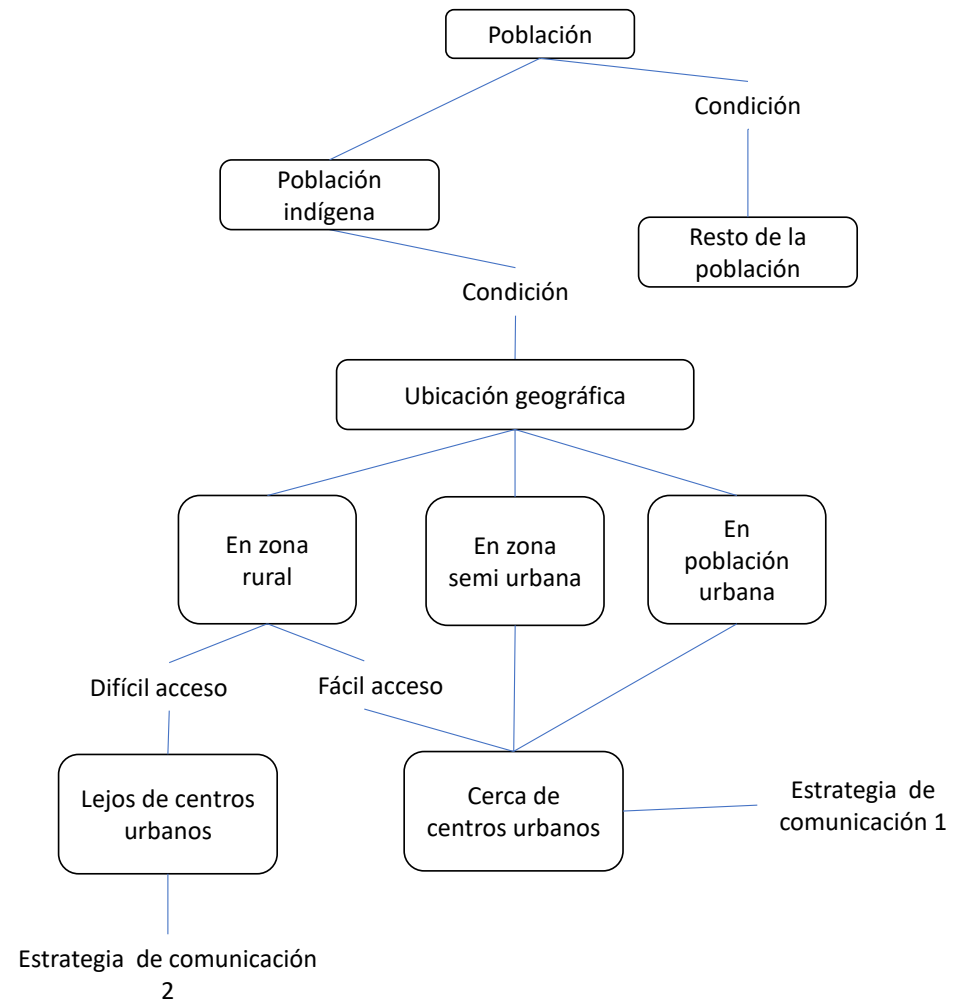


# Asequible

Las variables que se definan deben permitir que los segmentos que se identifiquen sean alcanzados, es decir, que los usuarios que componen el grupo poblacional puedan ser contactados por la entidad o por las iniciativas que ésta tenga.

Gráfica: iniciativa estrategia de comunicación para llevar brigadas de salud a las comunidades.

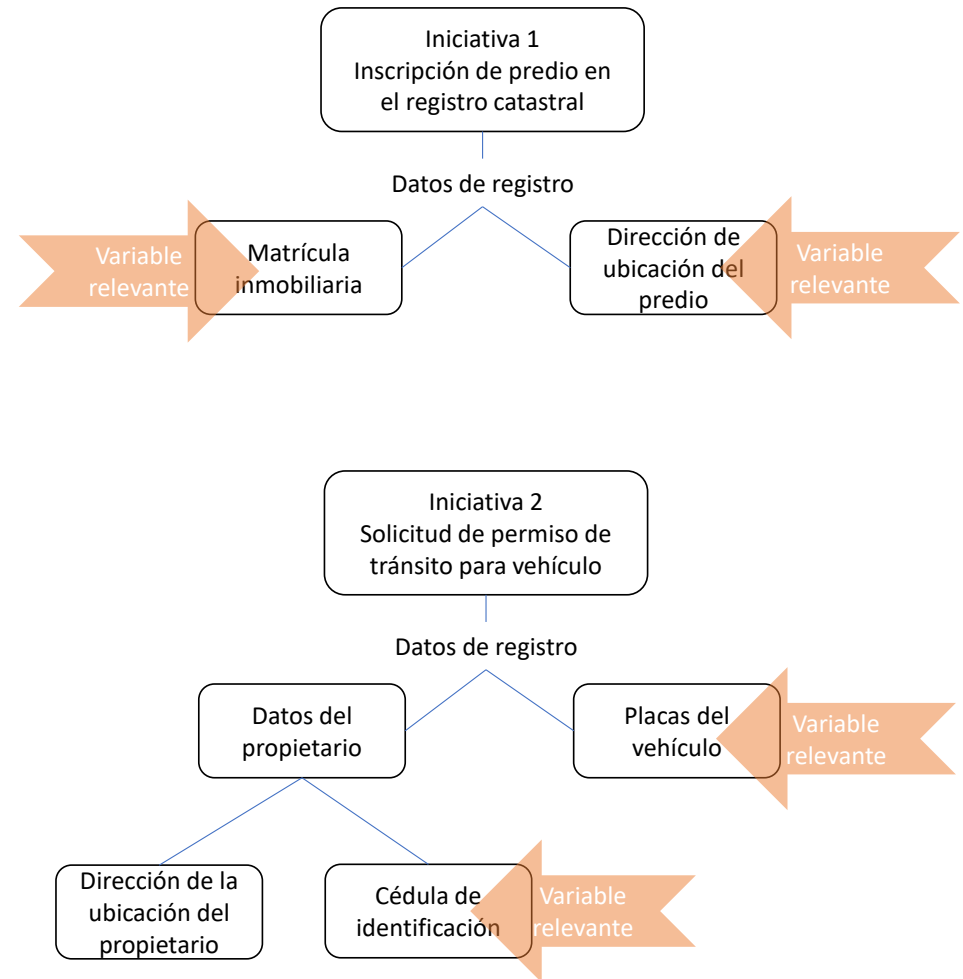
En la gráfica se puede apreciar la variable asequible: las comunidades en zonas rurales de difícil acceso no son tan asequibles para la iniciativa.



# Relevantes

Las variables usadas para la caracterización deben ser relevantes a los usuarios analizados, es decir deben ser importantes para los servicios prestados y la naturaleza de la entidad que los presta.

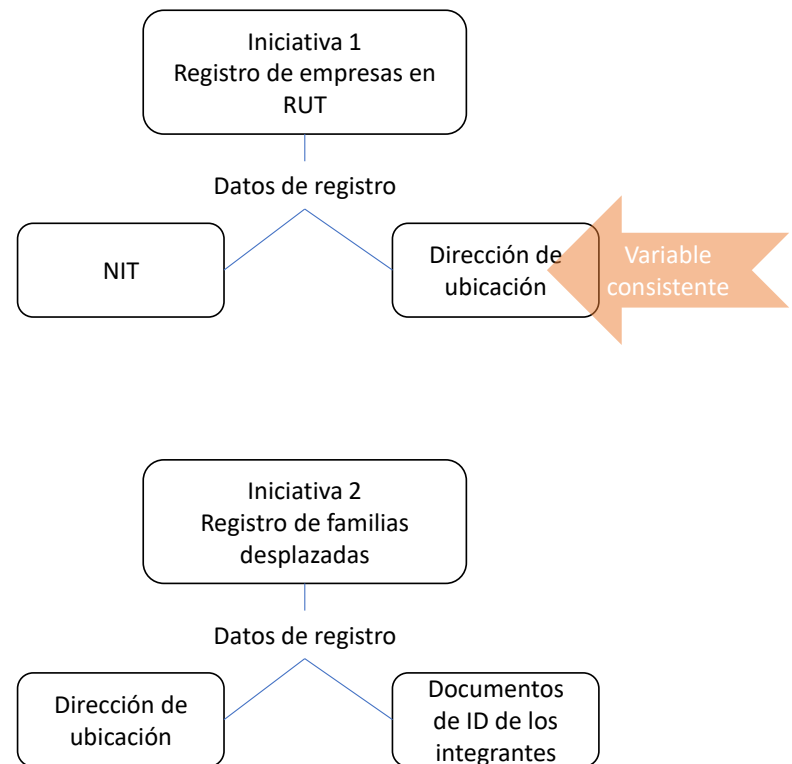
Gráfica de ejemplo: a dirección del predio del usuario es relevante para el trámite de inscripción del predio en el registro catastral, pero puede no ser relevante para el trámite de obtención del permiso para vehículos blindados.



# Consistente

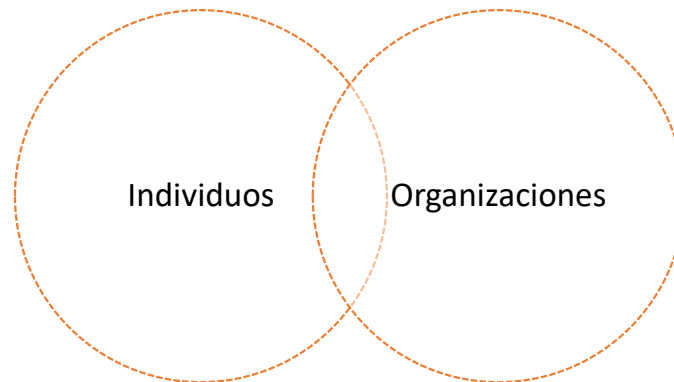
Las variables siguen cumpliendo las anteriores condiciones de manera perdurable en el tiempo, aún cuando los usuarios individuales puedan cambiar de grupo. Ejemplo: el lugar de domicilio.

Ejemplo de la gráfica: la dirección de ubicación puede ser una variable consistente para la iniciativa 1 pero no puede ser consistente para la iniciativa 2 por la condición de desplazamiento de la población objetivo.



## ¿Qué variables se deben evaluar?

En esta etapa del proceso de caracterización, conviene separar el análisis según los usuarios típicos de la agencia. Es importante reconocer que para la ANH existen dos clasificaciones que deben tenerse en cuenta, y cada una responden a variables diferentes a evaluar. El listado que se presentara en la siguiente diapositiva no pretende ser absoluto; es probable que en la búsqueda de variables que se apliquen en el ejercicio de caracterización se encuentren otras adicionales o se desestimen alguna de las mencionadas en este documento.





# Individuos

La información puede ser obtenida de los ciudadanos particulares, es decir las personas naturales, a través de los niveles de conocimiento: geográfico, demográfico, intrínseco y comportamientos.

Categoría	Variable	Definición	Variable	Definición
<b>Geográficos</b>	Ubicación	Locación donde reside y/o trabaja el usuario. Es una variable que permite a la entidad identificar usuarios con características homogéneas dentro de una localidad definida . Ejemplo: Una región, departamento, ciudad, y/o barrio.	Población	Número de habitantes en su zona de influencia. Esta variable es importante para identificar las capacidad de atención de la entidad en cada localidad geográfica en la prestación de un servicio.
	Densidad poblacional	Número de personas por área geográfica	Clima	Según la zona o la altitud de la ubicación del usuario
<b>Demográficos</b>	Edad	Clasificar los usuarios por rangos de edades con ciertas características de similitud.	Género	Esta variable es importante pues suele tener relación con las variables intrínsecas que puede incidir en la capacidad de decisión del individuo.
	Tamaño familiar	Número de integrantes del núcleo familiar del usuario.	Ocupación	Actividad a la que se dedica el usuario.
	Ingresos	Clasificar por rangos de montos de ingresos percibidos mensual o anualmente.	Lenguajes	Los idiomas usados por las comunidades indígenas y/o usuarios internacionales que son atendidos por la entidad.
<b>Intrínsecos</b>	Acceso y uso de canales	Acceso disponible en la localidad por canal, aquellos los que tiene acceso y se usan.	Conocimientos	Qué tanto conocen los servicios de la entidad y qué tanta educación puede ser requerida.
<b>Comportamientos</b>	Niveles de uso	La frecuencia con que el usuario sostiene intercambios con la entidad.	Beneficios buscados	Atributos del servicio que el usuario valora principalmente sobre otros ofrecidos.

*Fuente: elaboración equipo de atención al ciudadano*

# Organizaciones

La información puede ser obtenida de las entidades, empresas, fundaciones y otras, es decir, las personas jurídicas ciudadanos a través de los niveles de conocimiento: geográfico, tipo organizacional y comportamiento organizacional:

Categoría	Variable	Definición	Variable	Definición
<b>Geográficos</b>	Cobertura geográfica	Alcance geográfico de la gestión de la organización	Ubicación principal	Localidad donde se estableció la oficina principal de la organización. Esta variable es importante para identificar las localidades donde
<b>Organizacional</b>	Dependencia	Existencia de una organización superior y rectora, como en el caso de los conglomerados o las entidades del estado.	Industria	Según la actividad económica y/o su objeto social.
<b>Comportamiento organizacional</b>	Gestor de procedimiento	Aquella persona responsable(s) y/o presente al momento de solicitar el servicio a la Agencia. Ejemplo: funcionario electo, designado, mensajero y otros.	Niveles de uso	La frecuencia con que la organización sostiene intercambios con la entidad.
	Beneficios buscados	Atributos del servicio que la organización valora principalmente sobre otros ofrecidos.	Procedimiento usado	Mecanismo usado por la organización (usuaria), frente la entidad que presta el servicio.

*Fuente: elaboración equipo de atención al ciudadano*

A continuación, se exponen las variables obligatorias para el proceso de caracterización ANH aplicable a individuos y organizaciones:

<b>Variables</b>	<b>Tipo</b>	<b>¿Para que?</b>	<b>¿Cómo?</b>	<b>¿Por qué?</b>	<b>Metodología</b>
<b>INDIVIDUOS</b>					
Comportamiento	Beneficios buscados y niveles de uso	Identificar la información que los grupos de valor quieren recibir	Analizar las encuestas contestadas por los usuarios durante el desarrollo de los ejercicios de rendición de cuentas	Prioriza temas para tratar en las actividades de rendición de cuentas	Información en base datos
Demográficas	Edad, Actividad, Ocupación, Lenguajes	Definir el tipo de mensaje	Segmentar usuarios por actividad económica y tipo de relación con la ANH (base de datos)	Establece el tipo de información que requieren los usuarios por parte de la ANH	Información en base de datos
Intrínseco	Acceso a canales	Establecer los medios de comunicación	Analizar los medios a través de los cuales los usuarios quieren recibir información con respecto a la ANH	Define canales efectivos para divulgación de información por parte de la ANH	La información se recopila a través del estudio de percepción realizado en la agencia y encuestas durante audiencias de rendición de cuentas
Geográficas	Ubicación	Conocer donde se concentran los grupos de valor de la ANH	Segmentar usuarios por ubicación geográfica (base de datos)	Presenta los lugares donde la agencia debe hacer presencia	Información en base de datos
<b>Organizaciones</b>					
Geográficas	Ubicación	Conocer donde se concentran los grupos de valor de la ANH	Segmentar las organizaciones usuarios por ubicación geográfica (base de datos)	Presenta los lugares donde la agencia debe hacer presencia	Información en base de datos
Organizacional	Industria	Definir el tipo de mensaje	Segmentar a las organizaciones usuario por actividad económica	Establece el tipo de información que requiere las organizaciones usuario.	Información en base de datos
Comportamiento organizacional	Beneficios buscados	Identificar la información que las organizaciones usuario quieren recibir	Analizar las encuestas contestadas por las organizaciones usuario, en espacios de satisfacción o rendición de cuentas	Prioriza temas para tratar en la página web de la agencia y ejercicios de rendición de cuentas	Información en base datos
	Procedimiento usado	Identificar los canales y mecanismos de comunicación de uso frecuente	Analizar las encuestas contestadas sobre los niveles de uso de los canales de atención	Prioriza la innovación y actualización de las estrategias de comunicación	Información en base de datos

*Fuente: elaboración equipo de atención al ciudadano*

## ¿Cómo caracterizar a los usuarios?

### Iniciativa de la entidad



Es el primer paso y el que da el insumo para entender la población objetivo a la que va dirigida la iniciativa. Las iniciativas son todas aquellas relacionadas con la implementación o mejora de servicios al ciudadano.

### Población objetivo



El planteamiento de la iniciativa parte del hecho que se ha identificado la población a la que va dirigida. Es preciso pensar si está enfocada a usuarios actuales, nuevos o una mezcla de los dos.

### Hacer las agrupaciones

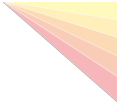


Este paso se refiere a todo el proceso de clasificación y agrupamiento de la población objeto de la iniciativa e incluye la definición de si la iniciativa va dirigida a personas u organizaciones, se sigue con la definición de las variables a considerar; si no se tiene la información relacionada con las variables hay que aplicar un mecanismo que permita obtener

### Diseño de la estrategia y diseño e implementación de la iniciativa



Finalmente es importante que se consideren las estrategias de comunicación y uso (incluso apropiación) de la iniciativa para cada uno de los grupos poblacionales caracterizados, que son objeto de la iniciativa. Al mismo tiempo es importante adelantar las tareas correspondientes a la ejecución de la iniciativa.



*"Todo el ejercicio de caracterización tiene como propósito implementar una iniciativa en donde la caracterización es sólo parte del proyecto de implementación"*

Gobierno en Línea (2011). Guía para la caracterización de usuarios de las entidades públicas.

