

# Ley de transparencia

**Guía de  
caracterización de  
ciudadanos, usuarios  
e interesados**



Proyecto financiado  
por la Unión Europea



FIIAPP |  
COOPERACIÓN ESPAÑOLA



GOBIERNO DE COLOMBIA



TODOS POR UN  
NUEVO PAÍS  
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN

## PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA

**Juan Manuel Santos Calderón**  
Presidente de la República

**María Lorena Gutiérrez Botero**  
Ministra de la Presidencia

**Camilo Alberto Enciso Vanegas**  
Secretario de Transparencia

## MINISTERIO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES

**David Luna Sánchez**  
Ministro

**Johanna Pimiento Quintero**  
Directora de Gobierno en línea

**Jorge Fernando Bejarano Lobo**  
Director de Estándares y Arquitectura TI

## DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANEACIÓN

**Simón Gaviria Muñoz**  
Director

**Adriana Camacho**  
Directora de Seguimiento y Evaluación a Políticas Públicas

**Juan Carlos Rodríguez Arana**  
Director del Programa Nacional de Servicio al Ciudadano

## DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE LA FUNCIÓN PÚBLICA

**Liliana Caballero Durán**  
Directora

**Gustavo Enrique García Bate**  
Subdirector

**María del Pilar García González**  
Directora de Control Interno y Racionalización de Trámites

**Francisco Alfonso Camargo Salas**  
Director de Empleo Público

**Claudia Patricia Hernández León**  
Directora Jurídica

**Carlos Humberto Moreno Bermúdez**  
Director de Desarrollo Organizacional

## ARCHIVO GENERAL DE LA NACIÓN

**Enzo Rafael Ariza Ayala**  
Director (E)

## EQUIPO DE TRABAJO

**Fernando Augusto Segura Restrepo** (hasta el 31 de julio de 2015)

**Ana Paulina Sabbagh Acevedo**

**Francy Milena Alba Abril**

**Laura Juliana Castillo Castillo**

**Camilo Andrés Muñoz Peña**

Secretaría de Transparencia – Presidencia de la República

**Ana Milena Cáceres**

**Lina María Moncaleano Cuellar**

Programa Nacional de Servicio al Ciudadano – DNP

**Felipe Guzmán**

Dirección de Gobierno en línea – Ministerio TIC

**Angela Marcela Camacho**

Archivo General de la Nación

## UNIÓN EUROPEA

Fundación Internacional y para Iberoamérica de Administración y Políticas Públicas (FIAPP)

**Pedro Flores Urbano**  
Director

## EQUIPO DE TRABAJO DEL PROYECTO

ACTUE COLOMBIA - FIAPP

**Karen Hussmann**

Directora del Proyecto ACTUE Colombia

## EQUIPO CONSULTOR – CORPORACIÓN CON TACTO LOCAL

**Erika Andrea Pareja López**

Coordinadora

**Marta Lucía Tamayo Rincón**

**Emmanuel Vargas Penagos**

**Andrea Carolina Novoa Arciniegas**

**Luisa Fernanda Ordoñez Ortegón**

**Karen Andrea Méndez Bautista**

**Lorena Rivera Chaves**

**Willson Farfán Suarez**

Equipo investigador

**Carlos Eduardo Suavita García**

**Pablo Emilio Martínez Aldana**

Diseño, concepto y diagramación

Agradecimiento especial a los ciudadanos y servidores públicos que participaron en la elaboración de estas guías

*Cláusula ad cautelam, aclaración y exoneración*

Este documento se ha realizado con ayuda financiera de la Unión Europea. Las opiniones expresadas en él no reflejan necesariamente la opinión oficial de la Unión Europea.



Proyecto financiado  
por la Unión Europea




**FIAPP**  
COOPERACIÓN ESPAÑOLA



**GOBIERNO DE COLOMBIA**





***Guía de  
caracterización de  
ciudadanos, usuarios  
e interesados<sup>1</sup>***

<sup>1</sup>Adaptación de la Guía metodológica para la caracterización de ciudadanos, usuarios y grupos de interés elaborada por el DNP.

## Nota

Para apoyar el cumplimiento de algunas de las principales disposiciones de la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional, Ley 1712 de 2014 y de su decreto reglamentario (1081 de 2015) se han diseñado cuatro herramientas:

### **1. Guía de caracterización de usuarios, ciudadanos y grupos interesados:**

tiene como objetivo entregar orientaciones para el diseño y aplicación de ejercicios de caracterización de ciudadanos, usuarios o grupos de interés.

### **2. Guía de instrumentos de gestión de información pública:**

tiene como objetivo presentar una serie de lineamientos prácticos para el desarrollo de los instrumentos de gestión de información pública exigidos por la Ley 1712 de 2014.

### **3. Guía para responder a solicitudes de información pública:**

tiene como objetivo orientar las respuestas a solicitudes de información pública que reciban los sujetos obligados por la Ley 1712 de 2014.

### **4. ABC para la implementación de un programa de gestión documental:**

El objetivo de este "ABC" es apoyar la ruta metodológica propuesta por el Manual para la implementación de un Programa de Gestión Documental, como base para la implementación de la Ley 1712 de 2014.

Se sugiere al implementador de la Ley utilizar las cuatro guías de forma paralela y complementaria. No obstante, su uso independiente es útil para responder a necesidades específicas del sujeto obligado.



# Contenido

Pág.

7. Guía de caracterización de ciudadanos, usuarios e interesados
10. ¿Qué es la caracterización?
13. Utilidad de la caracterización para el diseño e implementación de Políticas Públicas
21. Pasos para realizar un ejercicio de caracterización.
22. **PASO 1** Identificar los objetivos de la caracterización y su alcance.
29. **PASO 2** Establecer un líder del ejercicio de caracterización.
31. **PASO 3** Establecer variables y niveles de desagregación de la información.
54. **PASO 4** Priorizar variables.
62. **PASO 5** Identificación de mecanismos de recolección de información.
78. **PASO 6** Automatizar la información y establecer grupos o segmentos de ciudadanos, usuarios o interesados con características similares.
82. **PASO 7** Divulgar y publicar la información.
84. Bibliografía.





## *Guía de caracterización de ciudadanos, usuarios e interesados*

El presente documento busca dar orientaciones a los sujetos obligados de la Ley 1712 de 2014, especialmente a las entidades territoriales, en el diseño y aplicación de ejercicios de caracterización de ciudadanos, usuarios o interesados, y en el uso de los resultados de dichos ejercicios para:

1.

Diseñar o rediseñar los servicios ofrecidos y presentarlos de manera focalizada para responder satisfactoriamente el mayor número de requerimientos, así como para obtener retroalimentación de los ciudadanos, usuarios o interesados.

2.

Señalar el lenguaje (formal, informal, técnico, cotidiano, etc.) y canales de comunicación que deben ser usados para dirigirse o para interactuar con cada grupo de ciudadanos, usuarios o interesados, con el fin de garantizar que la información sea clara y útil para quien la requiera.

3.

Vincular a la ciudadanía en el diseño de las acciones que permitan la satisfacción de los derechos ciudadanos.

4.

Identificar los grupos vulnerables, sobre los cuales pudiera haber información sensible en entidades públicas, que deba ser objeto de clasificación o reserva.

5.

Apoyar el diseño de estrategias de participación ciudadana, servicio al ciudadano, trámites, rendición de cuentas e implementación de canales electrónicos, los cuales son elementos básicos para garantizar la implementación de la Ley 1712 de 2014 y su apropiación por parte de la ciudadanía.

6.

Identificar proactivamente la información que pudiera ser requerida por los ciudadanos, usuarios o interesados, dando cumplimiento a los principios de transparencia y divulgación proactiva de la información promulgados por la Ley 1712 de 2014.

7.

Ajustar los requerimientos de accesibilidad que pudiera tener cada ciudadano, usuario o interesado, teniendo en cuenta los criterios señalados en el Decreto 1081 de 2015, referidos a formatos alternativos, accesibilidad en medios electrónicos y espacios físicos para población en situación de discapacidad<sup>2</sup> para adaptar o diseñar servicios que faciliten el acceso a todos los usuarios identificados.

8.

Dar cumplimiento al criterio diferencial de accesibilidad (Artículo 8 de la Ley 1712 de 2014), el cual busca facilitar que las poblaciones específicas accedan a la información que particularmente las afecte.

<sup>2</sup>Decreto 1081 de 2015, artículos 2.1.1.2.2.1, 2.1.1.2.2.2, 2.1.1.2.2.3, 2.1.1.2.2.4.



Esta guía presenta una definición de caracterización, y el alcance y utilidad de estos ejercicios desde el punto de vista de las políticas de desarrollo administrativo<sup>3</sup> y la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública (Ley 1712 de 2014). Posteriormente, muestra el paso a paso para la realización de un ejercicio de caracterización de ciudadanos, usuarios e interesados, una descripción de las variables a tener en cuenta y algunos formatos sugeridos para el registro de información. La metodología, variables, análisis y formatos son sugerentes y adaptables a las particularidades y necesidades (objeto misional, población objetivo, disponibilidad de recursos, cobertura geográfica, entre otros) de la entidad.

Este documento es una adaptación de la Guía metodológica para la caracterización de ciudadanos, usuarios y grupos de interés elaborada por el DNP. El objetivo de esta adaptación es resaltar la relación existente entre el ejercicio de caracterización y el derecho de acceso a la información, ya que la caracterización permite identificar la información que pudiera ser requerida por cada grupo y además apoya a las entidades en la construcción de estrategias para la atención efectiva de las necesidades ciudadanas.

<sup>3</sup>Conjunto de lineamientos que orientan a las entidades en el mejoramiento de su gestión para el cumplimiento de las metas institucionales y de Gobierno, a través de la simplificación de procesos y procedimientos internos, el aprovechamiento del talento humano y el uso eficiente de los recursos administrativos, financieros y tecnológicos. Decreto 2482 de 2012.

a. ¿Qué es la  
*caracterización?*



Caracterizar es **identificar las particularidades (características, necesidades, intereses, expectativas y preferencias) de los ciudadanos, usuarios o interesados** con los cuales interactúa una entidad, con el fin de agruparlos según atributos o variables similares y, a partir de allí, gestionar acciones para:

Identificar las necesidades de acceso a la información que tiene cada grupo de ciudadanos, usuarios o interesados.

Identificar el lenguaje que debe ser usado para dirigirse a cada grupo de ciudadanos, usuarios o interesados.

Diseñar, rediseñar o ajustar la oferta institucional.

Optimizar el uso de los recursos por parte de las entidades de la Administración.

Establecer una estrategia de implementación o mejora de canales de atención.



Diseñar una estrategia de comunicaciones e información para la ciudadanía.

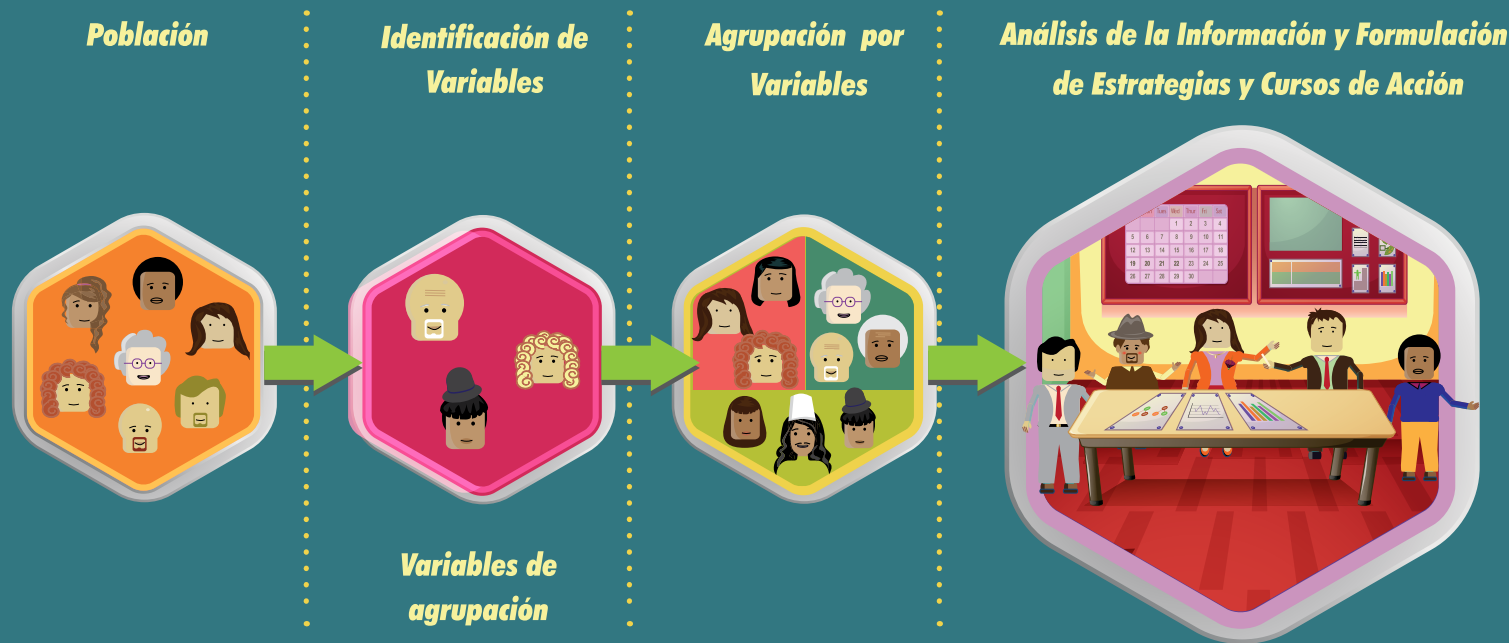
Diseñar una estrategia de rendición de cuentas que incluya acciones pertinentes en materia de información, diálogo e incentivos.

Diseñar e implementar mecanismos de participación ciudadana en la gestión.

Implementar y evaluar adecuadamente las políticas públicas.

Fortalecer la confianza de los ciudadanos en las entidades y en el Estado.

# CARACTERIZACIÓN





# Utilidad de la caracterización para el diseño e implementación de Políticas Públicas



Todas las políticas públicas necesitan para su implementación, de la caracterización de ciudadanos, usuarios e interesados. La búsqueda por el respeto a las diferencias y por atender las necesidades reales de diferentes grupos de población, es transversal a la función pública.

La caracterización además de ser un requisito común de varias de las Políticas de Desarrollo Administrativo establecidas en el Decreto 2482 de 2012<sup>4</sup>, se convierte en uno de los cimientos para la implementación de la Ley 1712 de 2014 en la medida en la que permite identificar qué información es demanda por los diferentes grupos sociales.

A continuación, se presentan los enfoques y usos de la información de la caracterización para cada una de estas políticas<sup>5</sup>:

<sup>4</sup>Las Políticas citadas en el Decreto 2482 de 2012 son aquellas que contienen los siguientes aspectos: a) Gestión misional y de Gobierno, b) Transparencia, participación y servicio al ciudadano, c) Gestión del talento humano, d) Eficiencia administrativa y e) Gestión financiera.

<sup>5</sup>Aunque la metodología es similar, las variables a medir y el uso de los resultados puede ser diferente teniendo en cuenta el enfoque de la política desde la cual se analiza la información.

# TABLA DE POLÍTICAS

## Transparencia

### Objetivo

Regular el derecho de acceso a la información pública que tienen todas las personas, los procedimientos para el ejercicio y la garantía del derecho fundamental así como las excepciones a la publicidad de información pública.

### Enfoque de la caracterización

Se realiza con el fin de:

- Garantizar el derecho al acceso de información.
- Conocer las necesidades o expectativas en materia de información de ciudadanos, usuarios o interesados.
- Adecuar proceso y procedimientos para la entrega de información.

### Ventajas

- Identificar proactivamente la información que pudiera ser requerida por los ciudadanos, usuarios o interesados.
- Identificar el lenguaje (formal, informal, técnico, cotidiano, etc.) que debe ser usado para dirigirse o para interactuar con cada grupo de ciudadanos, usuarios o interesados.

# Servicio al Ciudadano

## Objetivo

Mejorar la efectividad, colaboración y eficiencia de las entidades y sus capacidades para atender oportunamente y con calidad los requerimientos de los ciudadanos.

## Enfoque de la caracterización

Se realiza con el fin de:

- Adecuar la oferta institucional.
- Diseñar o implementar un nuevo servicio.
- Adecuar arreglos institucionales.
- Adecuar procesos y procedimientos para la entrega de bienes y servicios.
- Adecuar o implementar procesos de cualificación de servidores públicos.
- Adecuar o implementar canales de atención.

## Ventajas

Identificar los canales sobre los que se deben priorizar las acciones para la atención adecuada según el tipo de usuario, la forma en que se debe presentar la información, los ajustes que son fundamentales en la infraestructura física, las posibilidades de implementación de nuevas tecnologías para la provisión de trámites y servicios, los protocolos que se deben utilizar para interactuar con los ciudadanos, usuarios o interesados y los servicios que se deben entregar.

# Participación Ciudadana y Rendición de Cuentas

## Objetivo

Garantizar acceso a una información veraz, comprensible, útil y oportuna para una adecuada rendición de cuentas y para incentivar la participación ciudadana en la gestión.

## Enfoque de la caracterización

Se realiza con el fin de:

- Identificar necesidades y expectativas de los ciudadanos en materia de información y diálogo.
- Identificar preferencias por canales de información y diálogo (presenciales y virtuales).
- Priorizar contenidos de la información de cuentas según los públicos.
- Revisar o modificar información en lenguaje claro.
- Diseñar acciones de incentivos en el marco del proceso de rendición de cuentas.
- Potenciar todos los mecanismos de divulgación de información (presenciales y virtuales).
- Identificar propuestas ciudadanas para la solución de problemas o innovación en la gestión.

## Ventajas

- Identificar la información sobre las organizaciones sociales, académicas, gremiales, institucionales, no gubernamentales y otros grupos de interés de manera que puedan ser consultados, capacitados, informados y convocados a participar en el proceso de rendición de cuentas y en los mecanismos de participación ciudadana que sean diseñados.
- Fortalecer las estrategias de comunicación de la entidad, estableciendo los canales y medios de comunicación idóneos para la interlocución, de acuerdo con las particularidades socioculturales, tecnológicas y geográficas de los grupos identificados; e identificar los temas sobre los cuales se debe hacer un mayor énfasis en el ejercicio permanente de rendición de cuentas.
- Identificar el tipo de lenguaje a utilizar en la interacción de la entidad con los ciudadanos, usuarios interesados, el cual debe adaptarse teniendo en cuenta el contexto, nivel de escolaridad y condiciones particulares de los interlocutores, para asegurar la máxima comprensión de los contenidos.

# Gobierno en línea

## Objetivo

Caracterizar los ciudadanos, usuarios y grupos de interés con el fin de conocer las necesidades, tendencias de comportamiento y preferencias de los diferentes grupos de usuarios que interactúan con las entidades públicas, con el fin de diseñar o rediseñar servicios en línea que permitan mejorar la calidad de vida de los ciudadanos, haciendo más eficiente la gestión pública.

## Enfoque de la caracterización

Se realiza con el fin de:

- Contar con más y mejor información para el proceso de toma de decisiones y elaboración de proyectos optimicen la gestión pública haciendo uso de las TIC.
- Diseñar y rediseñar servicios y trámites electrónicos que faciliten el acceso a todos los usuarios identificados en la caracterización de usuarios.
- Conocer expectativas y preferencias de los ciudadanos, usuarios o interesados para diseñar o ajustar las estrategias de vinculación de la ciudadanía por múltiples canales acorde con las características de los ciudadanos, usuarios y grupos de interés.

## Ventajas

Desarrollar servicios y trámites en línea útiles y pertinentes, atendiendo las necesidades de los usuarios.

Mayor efectividad en las estrategias de participación ciudadana por medios electrónicos, logrando llegar a más ciudadanos con un mensaje claro y oportuno.



## • Organizaciones y grupos de interés que deben ser caracterizados

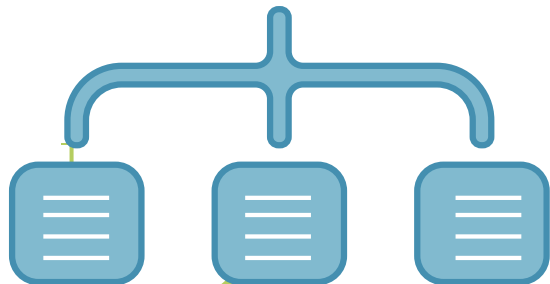


Organizaciones sociales representativas de la comunidad que se han conformado frente a los servicios institucionales como: asociaciones de usuarios en salud, de desplazados, personas con discapacidad, juntas de acción comunal, comités de servicios públicos, vocales de control social, entre otros.

Organizaciones no gubernamentales tales como: cámaras de comercio, Transparencia por Colombia, asociaciones de Municipios o Departamentos, fundaciones sin ánimo de lucro, organismos internacionales, entre otros.



Personas interesadas en los temas institucionales.





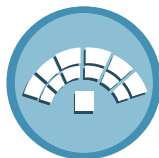
Beneficiarios de los servicios de las entidades de la administración pública.



Medios de comunicación, prensa, radio, televisión nacional y regional.



Organismos de control, especialmente, Procuraduría general de la Nación, Contraloría general de la República y Contralorías territoriales, Personerías.



Corporaciones político administrativas de elección popular como asambleas y concejos (responsabilidad política).



Representantes de los gremios y la academia: asociaciones de profesionales, universidades, docentes, representantes estudiantiles, gremios ganaderos, agrícolas, del comercio, el transporte, la industria o la construcción, entre otros.



Entidades estatales del nivel nacional o internacional encargadas de la formulación, implementación o supervisión de políticas sectoriales o programas de gobierno.





Instituciones Públicas: instituciones que hacen parte del sector público.



Organizaciones (micro, pequeñas y medianas empresas, grandes empresas, organizaciones sin ánimo de lucro)



Ciudadano: persona natural que tenga nacionalidad colombiana ya sea por nacimiento o por que fue adquirida y pueden ser mayores o menores de edad (Infancia, juventud, adulto mayor, grupos étnicos, cabeza de familia, persona en condición de discapacidad, miembros de las fuerzas militares y de policía, desplazados, víctima, adulto)



Extranjeros: personas, empresas o instituciones que se encuentran dentro del territorio nacional y que no poseen ciudadanía colombiana o un documento que los identifique como persona jurídica en Colombia.



# Pasos para realizar un ejercicio de caracterización.

Como se mencionó anteriormente, los siguientes pasos son sugerentes y pueden ser utilizados dependiendo de las necesidades y particularidades de cada entidad.

1.

Identificar los objetivos de la caracterización y su alcance

2.

Establecer un líder del ejercicio de caracterización

3.

Establecer variables y niveles de desagregación de la información

4.

Priorizar variables

5.

Identificar mecanismos de recolección de información

7.

Divulgar y publicar la información

6.

Automatizar la información y establecer grupos o segmentos de ciudadanos, usuarios o interesados con características similares

El primer paso es establecer claramente para qué se hace una caracterización de ciudadanos, usuarios o interesados, y cuál es el uso que se va a dar a los resultados.

Dado que existen varias políticas que requieren del ejercicio de caracterización, es recomendable que la entidad formule un objetivo general que incluya los propósitos de la caracterización y luego, en los objetivos específicos, formule el alcance de la caracterización para cada una de estas políticas.

**PASO1**  
**Identificar los objetivos de la caracterización y su alcance.**

a. ¿Cómo  
**formular** un  
**objetivo**?



El objetivo general debe recoger el propósito de la caracterización. La formulación de este objetivo requiere de la comprensión de la necesidad o problemática para identificar posibles acciones que ofrezcan solución.

Se debe formular partiendo de un verbo en infinitivo que indique una acción a desarrollar, un objeto sobre el cual recae la acción y algunos elementos adicionales que amplíen la información<sup>6</sup>.

**La acción  
a desarrollar  
(verbo)**

**El objeto sobre el cual  
recae la acción  
(sujeto)**

**Elementos adicionales  
de contexto o  
descriptivos**

<sup>6</sup>De acuerdo a la Guía Metodológica para la Formulación de Indicadores del DNP (2009).

## **Objetivos específicos.**

Los objetivos específicos deben desarrollar el objetivo general pues constituyen una desagregación del mismo. Por lo tanto, el cumplimiento de cada uno de los objetivos específicos debe permitir alcanzar el objetivo general.

Plantear adecuadamente el objetivo general y los objetivos específicos es fundamental antes de iniciar cualquier acción, pues permite identificar el tipo de información que se requiere, el nivel de profundidad o desagregación de la información, los instrumentos de recolección de información más apropiados, y los recursos necesarios para el desarrollo del ejercicio.

Cada entidad debe analizar qué quiere hacer, para qué lo hace, y cuál es el alcance del ejercicio de caracterización. Para lo que es útil responder las siguientes preguntas:

¿se caracterizará a los  
ciudadanos que pueden requerir la  
información producida por la entidad?

¿se caracterizará a  
empresas u organizaciones  
que interactúan con la entidad por  
canales electrónicos de atención?

¿se caracterizará a los  
potenciales usuarios de  
un nuevo servicio?

¿se caracterizará a los  
ciudadanos objeto de intervención de  
un programa específico o de todos  
los programas de la entidad?

¿se caracterizará a la totalidad de ciudadanos que han interactuado con la entidad alguna vez, o aquellos ciudadanos que potencialmente pueden acceder a la oferta institucional pero que todavía no lo han hecho?

¿alguna entidad ya ha recolectado esta información?

¿se caracterizará a organizaciones sociales, académicas, gremiales u otras organizaciones de la sociedad que puedan participar en la gestión institucional o en los procesos de rendición de cuentas?

## Ejemplo Objetivo general:

“Identificar las características, intereses y necesidades de las madres cabeza de familia del área rural del municipio de Guamo (Tolima) para implementar un nuevo servicio que aporte a la generación de ingresos del hogar y a diseñar de forma adecuada acciones de diálogo en el marco del proceso de rendición de cuentas”.

## Objetivos específicos:

- Identificar las características demográficas de mujeres cabeza de familia del área rural del Guamo.
- Identificar las preferencias por canales de atención y posibilidad de acceso a canales electrónicos.
- Diseñar acciones de diálogo presencial en el marco del proceso de rendición de cuentas.
- Diseñar acciones de diálogo virtuales en el marco del proceso de rendición de cuentas.

Los resultados de este paso pueden ser registrados en el siguiente formato:

## OBJETIVOS Y ALCANCE

**A** Señale el tipo de población que va caracterizar



Personas / Grupos



Empresas



Entidad Pública



Otra Organización

**B** Indique el (los) objetivo(s) del ejercicio de caracterización asociado a las políticas de desarrollo administrativo

### Servicio al ciudadano

- Adecuar oferta institucional
- Diseñar o implementar un nuevo servicio
- Adecuar arreglos institucionales
- Adecuar procesos y procedimientos para la entrega de bienes y servicios
- Adecuar o implementar procesos de cualificación de servidores públicos
- Adecuar implementar canales de atención
- Otro ¿ Cual ?

### Participación ciudadana y rendición de cuentas

- Identificar las necesidades de los ciudadanos en materia de información y diálogo
- identificar preferencias por canales de información y diálogo (presenciales y virtuales)
- Priorizar contenidos de la información de cuentas según los públicos
- Revisar o modificar información en lenguaje claro
- Diseñar acciones inventivas en el marco del proceso de rendición de cuentas
- Diseñar acciones de diálogo (presencial y virtual) en el marco del proceso de rendición de cuentas
- Potenciar todos los mecanismos de divulgación de información (presenciales y virtuales)
- identificar propuestas ciudadanas para la solución de problemas o innovación en la gestión
- Otro ¿ Cual ?

## Trámites

- Identificar características generales de la población objetivo de trámites y servicios para el registro en el SUIIT
- Identificar características de la población objetivo de trámites y servicios para racionalizar, simplificar o automatizar trámites
- Otro ¿ Cual ?

## Gobierno en línea

- Adecuar la implementación de sistemas y tecnologías de la información
- Conocer expectativas y preferencias de los ciudadanos en materia de canales electrónicos
- Otro ¿ Cual ?

## Identifique el objetivo general

Identificar características, intereses y necesidades de las madres cabeza de familia del área rural del municipio de Guamo( Tolima) para implementar un nuevo servicio que aporte a la generación de ingresos del hogar y a diseñar de forma adecuada acciones de diálogo en el marco del proceso de rendición de cuentas.

## Identifique los objetivos específicos

Identificar las características de mujares cabeza de familia del área rural del Guamo

Identificar las preferencias por canales de atención y posibilidad de acceso a canales electrónicos

Diseñar acciones de diálogo presencial en el marco del proceso de rendición de cuentas

Diseñar acciones de diálogo virtuales en el marco del proceso de rendición de cuentas





## PASO 2

### **Establecer un líder del ejercicio de caracterización.**

Una vez identificados los objetivos generales y específicos del ejercicio de caracterización, se recomienda identificar una dependencia o un grupo de trabajo interdisciplinario que lidere el ejercicio y coordine al interior de la entidad con las dependencias interesadas en el uso de la información.



a. ¿Cuáles son los **deberes** del líder?

## El líder de la caracterización deberá:



Difundir la información al interior de la entidad para mejorar las intervenciones de las diferentes dependencias de cara al ciudadano.

Asegurar que los resultados sean publicados como datos abiertos para que éstos puedan ser reutilizados por cualquier usuario.

**Centralizar la información que resulte del ejercicio.**

Facilitar la consulta externa de los resultados de la caracterización para generar sinergias con otras entidades, la ciudadanía en general, los usuarios o los interesados.

Promover el uso de los resultados de los ejercicios de caracterización y el análisis de la información para que sea actualizado permanentemente.

## PASO 3

**Establecer  
variables y niveles de  
desagregación de la  
información.**

El siguiente paso consiste en identificar cuáles son los tipos de variables o categorías que se deberán estudiar y cuál es el nivel de profundidad o desagregación de la información requerido.



a. ¿Cuáles son  
las **categorías** para  
la caracterización?

A continuación se presentan las principales categorías de variables para la caracterización de personas naturales (ciudadanos, usuarios o interesados ) y para la caracterización de personas jurídicas (empresas, organizaciones, otras entidades de la Administración Pública).

Este listado debe ser adaptado por cada entidad de acuerdo con sus intereses, necesidades, objetivos definidos, tipología de servicios y misión. No es necesario incorporar todas las variables señaladas a continuación. Las variables que sean elegidas deberán atender el objetivo o propósito de la caracterización. Muchas de las variables pueden ser consultadas por la entidad en sistemas de información, archivos y registros públicos, sin necesidad de preguntarlas directamente al ciudadano, usuario o interesado.

## CATEGORÍAS DE VARIABLES PARA CARACTERIZAR PERSONAS NATURALES



### Geográficas

Ubicación  
Clima



## Demográficas

Tipo y número de documento  
Edad  
Sexo  
Actividad económica  
Estrato socio económico  
Escolaridad  
Étnia  
Régimen de afiliación  
Puntaje del Sisbén  
Tamaño del núcleo familiar  
Estado del ciclo familiar  
Lenguas o idiomas  
Ingresos  
Lenguas o idiomas  
Ingresos

## De comportamiento

Niveles de uso  
Eventos  
Beneficios buscados



## Intrínsecas

Intereses  
Lugares de encuentro  
Acceso a canales  
Uso de canales  
Conocimientos  
Dialecto



# CATEGORÍAS DE VARIABLES PARA CARACTERIZAR PERSONAS JURÍDICAS

## Geográficas

Cobertura Geográfica  
Dispersión  
Ubicación Principal



## Tipología Organizacional

Fuente de recursos  
Tamaño de la entidad  
Con o sin ánimo de lucro  
Organización/  
sector del cual depende  
Tipo de ciudadano, usuario  
o grupo de interés  
Industria  
Canales disponibles



## De comportamiento organizacional

Procedimiento usado  
Responsable de la interacción





Después de tener la compilación de la información de la caracterización de las personas naturales, tenga en cuenta, según el artículo 2.1.1.4.1.2 “los sujetos obligados no podrán permitir el acceso a datos personales sin autorización del titular de la información, salvo que ocurra alguna de las excepciones consagradas en los artículos 6 y 10 de la Ley 1581 de 2012. Tampoco podrá permitirse el acceso a los datos personales de niños, niñas y adolescentes, salvo aquellos que sean de naturaleza pública, de acuerdo con lo previsto en el artículo 7 de la Ley 1581 de 2012.”

La información de datos personales solo puede ser conservada por el sujeto obligado durante el tiempo necesario para cumplir la finalidad con la que se recolectó la información[1]. En el momento en que se cumpla esta finalidad, el sujeto obligado debe anonimizar la información de acuerdo al nivel de riesgo que exista de identificar a las personas de las que trata la información.

Es decir, se debe eliminar la información que permita identificar a las personas titulares de

la misma. Esto en virtud de que el ejercicio de caracterización no requiere la identificación de individuos sino contar con la información.

Adicionalmente, el artículo 18 de la Ley 1712 de 2014, señala la información que debe ser exceptuada por daño de derechos a personas naturales o jurídicas:

- a)** El derecho de toda persona a la intimidad, bajo las limitaciones propias que impone la condición de servidor público, en concordancia con lo estipulado.
- b)** El derecho de toda persona a la vida, la salud o la seguridad.
- c)** Los secretos comerciales, industriales y profesionales.

A continuación se presentan las variables que se relacionan con las categorías anteriormente señaladas.

# CATEGORÍAS DE VARIABLES PARA CARACTERIZAR PERSONAS NATURALES

## Geográficas

Se refieren a la ubicación geográfica de los ciudadanos, usuarios o interesados y a aquellas características que están directamente relacionadas con esta categoría. Es el nivel más general de la caracterización y por sí solo no permite generar conclusiones ni cursos de acción específicos, por lo cual, es importante complementar con variables de otras categorías.



## Clima



Esta variable es importante porque la población puede tener necesidades específicas según el clima donde vive o trabaja y es un factor determinante en la personalidad, costumbres y estilos de vida. Esta variable puede ser de utilidad para el diseño o rediseño de espacios físicos de atención al ciudadano, de protocolos de atención o para la adecuación de horarios de atención. Ejemplo: cálido, templado, frío.

## Ubicación



Esta variable permite identificar el lugar y región de residencia o trabajo de un ciudadano, usuario o grupo de interés. Igualmente, permite identificar usuarios con características homogéneas dentro de una localidad definida. Ejemplo: áreas urbanas o rurales, municipios o ciudades capitales, barrios, localidades, vereda, resguardo, consejo comunitario.



## Demográficas

Se refieren a las características de una población y su desarrollo a través del tiempo. Al igual que las variables geográficas, esta es una de las categorías más utilizadas en ejercicios de caracterización.



### Tipo y número de documento

---

Esta variable permite identificar el tipo de documento de identificación del ciudadano o usuario y establecer un parámetro de identificación único sobre cada individuo con el fin de facilitar cruces de bases de datos, búsquedas de información sobre el ciudadano o usuario en sistemas de información y registros públicos o propios de la entidad.

### Edad

---

Esta variable permite clasificar los ciudadanos por rangos de edades. Su importancia radica en que permite identificar la influencia que esta variable tiene sobre las preferencias, roles y expectativas. Cada entidad, de acuerdo con sus características y servicios, y los objetivos del estudio, deberá establecer los rangos específicos de análisis. Ejemplo: 1 – 5 años, 6 - 11 años, 12 – 18 años, 19 – 24 años y así sucesivamente.

### Sexo

---

Esta variable suele tener relación con las variables intrínsecas y de comportamiento (las cuales son explicadas más adelante), especialmente por la influencia en los roles que se ejercen por cada uno o por las connotaciones culturales sobre cada sexo.



## Ingresos

---

Esta variable permite identificar los ingresos percibidos por los ciudadanos en un momento del tiempo y clasificarlos por rangos. Igualmente, permite identificar los rangos de poder adquisitivo de los ciudadanos, usuarios o interesados.



## Actividad Económica

---

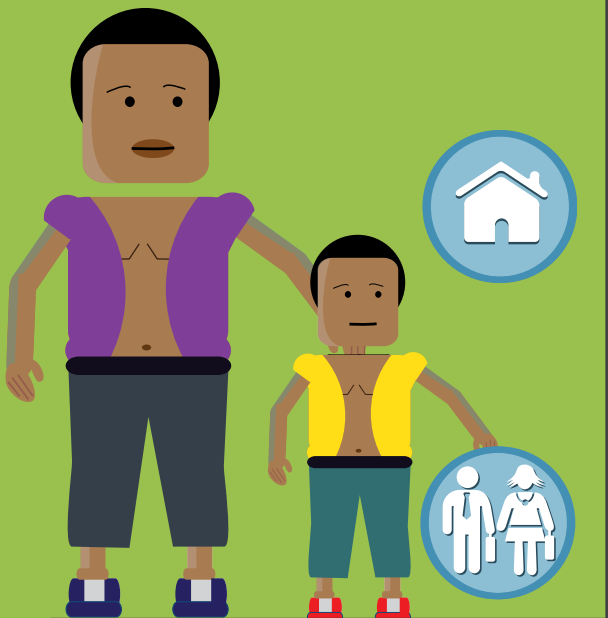
Esta variable permite identificar la profesión o la actividad a la que se dedica el ciudadano. Esta variable es importante para aquellos servicios en los que las necesidades atendidas están asociadas a las necesidades que emergen de la ocupación o actividad económica del interesado. Por otro lado, puede ser útil para aproximarse a la capacidad económica del ciudadano, cuando esta información no esté directamente disponible. Igualmente, puede ser útil para el diseño de servicios que impliquen transacciones por medios electrónicos o para identificar acceso a canales no convencionales. Ejemplo: estudiante, ama de casa, empleado, empresario o trabajador independiente, pensionado, desempleado. De otra parte: ingeniero, arquitecto, médico.



## Estrato socio económico

---

La estratificación socio-económica es una clasificación de los inmuebles para cobrar de forma diferencial, por estratos, los servicios públicos domiciliarios. Esta variable es importante ya que permite hacer inferencias sobre la capacidad económica de los ciudadanos.





## Régimen de afiliación al Sistema General de Seguridad Social

---

Permite identificar si el ciudadano pertenece al régimen subsidiado o contributivo del Sistema General de Seguridad Social. Las personas que cuentan con vinculación laboral y capacidad de pago hacen parte del régimen contributivo, mientras que las personas sin capacidad de pago, que no cuentan con trabajo y pueden ser considerados como pobres o vulnerables reciben un subsidio para la financiación de los aportes al Sistema. Esta variable permite hacer inferencias sobre la capacidad económica de los ciudadanos.



## Puntaje del Sisbén

---

Para focalizar beneficiarios de programas sociales, una de las variables principales a tener en cuenta para la segmentación es el puntaje del Sistema de identificación y selección de potenciales beneficiarios de programas sociales (Sisbén), asignando puntajes de acuerdo con las condiciones de vida de los individuos. La identificación de esta variable permite ajustar la oferta de servicios a dichas condiciones y beneficios..



## Estado del ciclo familiar

---

Etapa en la cual el ciudadano se encuentra dentro del desarrollo de su vida familiar. Esta variable es importante para aquellos servicios en los que las necesidades atendidas están asociadas a las necesidades que emergen de la situación familiar del ciudadano. Ejemplo: soltero(a), unión libre, casado(a) sin hijos, casado(a) con hijos, casado(a) con hijos independientes, viudo(a).



## Tamaño del núcleo familiar

Número de integrantes del núcleo familiar del ciudadano o de las personas con las cuales comparte su vivienda. Esta variable es importante para aquellos servicios que estén asociados con necesidades de grupos familiares, especialmente si las características de la prestación del servicio dependen del tamaño de dicho grupo. Los rangos específicos de análisis dependen de las características de la entidad prestadora del servicio y de las características del mismo, así como de los análisis que se requieran.



## Escolaridad

Puede medirse a través del promedio de años de educación aprobados o del máximo nivel de educación alcanzado. Esta variable es fundamental para enfocar el lenguaje que debe utilizarse en la interacción con el ciudadano, para implementar canales de atención o para satisfacer necesidades propias relacionadas con el nivel de estudios alcanzado. Ejemplo: primaria, secundaria, universitaria, especialización, maestría, doctorado.



## Étnia

Esta variable permite identificar la pertenencia o identificación que tiene el individuo con un grupo étnico, con rasgos socioculturales diferentes con respecto a otros grupos o individuos. Ejemplo: población afrocolombiana, negra, palenquera, raizal, indígena, Rrom.



## Lenguas o idiomas



Esta variable permite identificar los idiomas usados por las comunidades o ciudadanos que interactúan con la entidad o el uso de lengua de señas en caso de limitaciones auditivas que permitan interactuar con su entorno. Esta variable es importante para garantizar el acceso incluyente de todos los usuarios de servicios con lenguas heterogéneas. Ejemplo: español, inglés, wayú, quechua, lengua de señas colombiana, entre otros.

## Vulnerabilidad



Esta variable permite identificar individuos con características que pudiesen limitar su capacidad de acceder en igualdad de condiciones a los servicios del Estado o cuyos derechos hayan sido vulnerados. Dentro de estas variables se pueden catalogar a las madres cabeza de familia, personas con discapacidad (visual, auditiva, sordo ceguera, física o motora, cognitiva, mental o múltiple), personas con problemas de salud, personas en situación de desplazamiento, víctimas de la violencia, reinsertados, mujeres embarazadas, entre otros. La adecuada identificación de los ciudadanos con respecto a esta variable es fundamental para el diseño de estrategias diferenciales que garanticen un acceso universal a los trámites y servicios del Estado.



## Intrínsecas

Se refieren a actividades o valores comunes (preferencias individuales o estilos de vida) de los ciudadanos, usuarios o interesados que permiten identificar características para diferenciarlos.

### Intereses



Esta variable permite identificar actividades o información que cautiva la atención de los ciudadanos, usuarios o interesados. Es importante para identificar temas comunes que faciliten la comunicación con los usuarios, la posible oferta de servicios que puede demandar de acuerdo con sus intereses, así como información relevante que puede cautivar la atención del ciudadano. Ejemplo: Temas: deportes, entretenimiento, actividades familiares. Información: ejecución presupuestal, cumplimiento de metas de plan de desarrollo, política social.

### Lugares de encuentro



Esta variable hace referencia a los lugares frecuentados por los ciudadanos, usuarios o interesados, tanto presenciales como en línea, permitiendo identificar espacios en los que es posible interactuar y que podrían ser estratégicos para el desarrollo del plan de divulgación y comunicaciones de trámites y servicios de la entidad, o de la actividad específica de la caracterización. Ejemplo: salones comunales, parques, cafés, clubes, medios de comunicación, sitios y portales web, foros, redes sociales, entre otros.

## Acceso a canales

Canales a los que el ciudadano, usuario o grupo de interés tiene acceso. La importancia de esta variable radica en que permite identificar los canales potenciales por los cuales puede contactar a sus usuarios, de acuerdo con las localidades donde viven y/o trabajan. Se debe aclarar que el acceso se evalúa en términos reales. Es decir, el ciudadano no solo debe contar con el canal en la casa o en algún sitio cercano, sino que debe estar en capacidad de acceder efectivamente al canal. Por ejemplo, en el caso de Internet, aunque el ciudadano cuente con conexión en su casa, si este no tiene conocimientos de informática que le permitan manejar el computador no tendrá acceso real al canal. Ejemplo: internet, telefonía móvil, telefonía fija, fax, redes sociales, televisión, presencial.



## Uso de canales

Canales de atención que el ciudadano, usuario o grupo de interés, efectivamente usa. Esta variable es importante para identificar canales de comunicación y/o prestación de servicios, en los cuales la interacción sea más efectiva, especialmente si se pregunta por la frecuencia de uso del canal y los horarios de preferencia de uso. Ejemplo: internet, telefonía, televisión, puntos de atención, ferias de servicio, foros, conversatorios, correo postal, redes sociales, etc.



## Conocimiento

Esta variable da cuenta del nivel de conocimiento del ciudadano, usuario o grupo de interés sobre los servicios de la entidad. Esta variable es importante para tener elementos para el diseño de una estrategia de comunicación y para el diseño de nuevos servicios y canales. Ejemplo: sin conocimiento del servicio, consciente de la existencia del servicio, usuario del servicio.



## Dialecto

Esta variable implica conocer las variedades lingüísticas de cada región y los significados de sus expresiones. Esto permitirá definir el lenguaje más apropiado y pertinente para lograr un mayor entendimiento entre el servidor y los usuarios interesados. Ejemplo: en la costa la palabra "perendengue" hace referencia a solicitudes innecesarias que no son de utilidad.





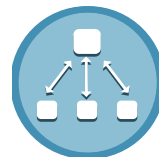
## De comportamiento

Se refieren 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.

### Niveles de uso

---

Hace referencia a la frecuencia con la que el usuario interactúa con la entidad. Esta variable es importante en aquellos casos en los que los que un ciudadano requiera reiteradamente un mismo servicio. Si la entidad gestiona la información del ciudadano en forma adecuada desde la primera vez reduce costos en las siguientes interacciones, así mismo, se puede aprovechar el conocimiento que el ciudadano adquiere sobre el servicio durante sus primeras solicitudes y puede usar esta información para el diseño de nuevos canales de atención que permitan atender de forma adecuada y oportuna la demanda de la ciudadanía. Ejemplo: usuario potencial, ciudadanos que interactúa con la entidad por primera vez, usuario habitual.



### Beneficios buscados

---

Atributos del servicio que el ciudadano valora o espera. Esta variable es importante para priorizar elementos del diseño de los servicios que tendrían mayor impacto en la satisfacción de los ciudadanos frente a la entidad. Este criterio es importante porque se relaciona con el diseño centrado en el usuario, para canales electrónicos. Ejemplo: amabilidad, conveniencia, oportunidad, cobertura, accesibilidad.



## Eventos

---

Situaciones que generan la necesidad de interactuar. Esta variable es importante para identificar aquellos momentos en los que los ciudadanos están más interesados y/o receptivos o requieren de la prestación del servicio o el tipo de espacios sociales que frecuenta para realizar posteriormente un acercamiento en la oferta de servicios y trámites. Ejemplo: vacaciones, defunciones, nacimientos.



# CATEGORÍAS DE VARIABLES PARA CARACTERIZAR PERSONAS JURÍDICAS

## Geográficas

Estas variables son similares a las identificadas para los ciudadanos particulares, presentan los mismos beneficios y dificultades.



### Cobertura geográfica

---

Alcance geográfico de la gestión de la organización. Esta variable es importante para identificar la diversidad de localidades sobre las cuales la gestión de la entidad tiene incidencia. Ejemplo: municipal, nacional, regional.



### Dispersión

---

Cantidad de sucursales de la organización. Esta variable permite determinar la ubicación geográfica en las cuales las organizaciones usuarias tienen presencia y por lo tanto pueden solicitar la prestación del servicio.



### Ubicación principal

---

Lugar donde se encuentra la oficina principal de la organización. Esta variable es importante para identificar los sitios en donde se toman decisiones o se puede adquirir información sobre las necesidades de la organización usuaria.

## Tipología organizacional

Cuando los usuarios o grupos de interés con los cuales interactúa la entidad son personas jurídicas, organizaciones u otras entidades de la administración pública, es interesante conocer las características generales asociadas a la constitución de estas organizaciones y su naturaleza.

### Tamaño de la entidad

---

Puede medirse a través del número de servidores o empleados, o por monto del presupuesto de funcionamiento o inversión asignado o de los ingresos (si aplica). Esta variable es importante para aquellos servicios cuya prestación está asociada al tamaño de la organización usuaria.



### Con o sin ánimo de lucro

---

Esta variable permite identificar si la organización se constituyó para realizar actividades en beneficio de asociados, terceras personas o comunidad en general o si se constituyó en busca de un beneficio o ganancia para sus propietarios o accionistas. Ejemplo: fundaciones, asociaciones, corporaciones, empresas.



### Fuente de recursos (Origen del capital)

---

La fuente de los recursos disponibles para la operación de la organización. Esta variable es importante para identificar oportunidades y limitaciones que las organizaciones usuarias pueden tener en su operación. En este sentido, esta variable suele tener una relación de causalidad con algunas de las variables de comportamiento que se verán más adelante. Ejemplo: público, privado, mixto.



## Organización/Sector del cual depende

---

Hace referencia a la existencia de una organización superior y rectora, como en el caso de los conglomerados o las entidades del estado. Esta variable es importante para identificar necesidades de validación en los requerimientos de servicios hechos por las organizaciones usuarias. Ejemplo: entidad cabeza de sector, entidad adscrita, entidad vinculada, grupo industrial, casa matriz de una multinacional.



## 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. Ejemplo: producción de alimentos, servicios hoteleros, productos agropecuarios, entre otra.



## Tipo de ciudadano, usuario o grupo de interés atendidos

---

Hace referencia a los ciudadanos, usuarios o grupos de interés atendidos por las organizaciones que hacen uso de los servicios de la entidad. Ejemplo: personas naturales, entidades públicas, entidades privadas, organizaciones no gubernamentales, entre otras.



## Canales de atención disponibles

---

Canales de interacción que las entidades usuarias tienen habilitados para su interacción con su población objetivo. Ejemplo: oficinas presenciales de atención, centros integrados de servicios, telefonía fija, call center, portal Web, redes sociales, entre otros.



## De comportamiento organizacional

Estas variables están relacionadas con las acciones observadas en las organizaciones atendidas. Estas características buscan reconocer los procesos y criterios bajo los cuales las organizaciones generan interacciones con la entidad. Al ser cercanas a las motivaciones de la toma de decisión en la organización, permiten acercarse a los usuarios de manera oportuna y relevante.

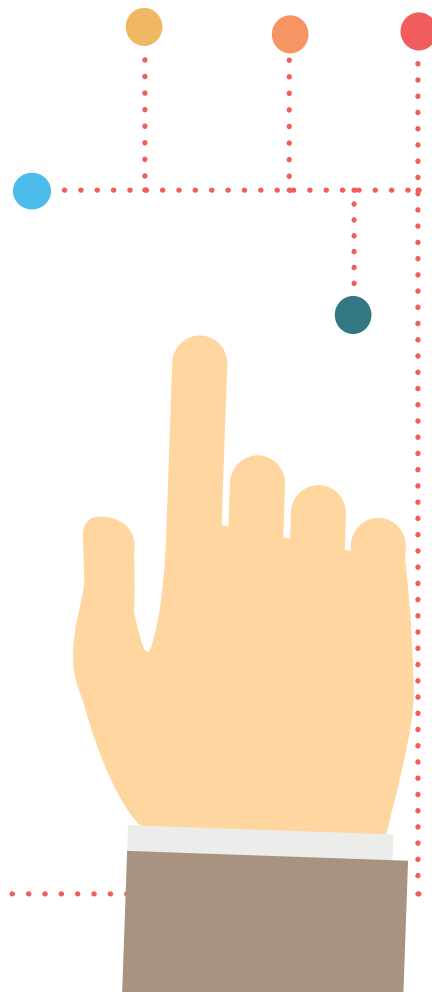
### Procedimiento usado

Mecanismos y canales empleados por la organización usuaria, para solicitar la prestación de un servicio a una entidad de la administración pública. Esta variable permite identificar si los procedimientos establecidos y los canales habilitados responden a las necesidades de las organizaciones o si se requieren adecuaciones o ajustes.



### Responsable de la interacción (Gestor del procedimiento)

Es la persona responsable y/o presente (de la organización usuaria), al momento de solicitar el servicio a la entidad. Esta variable es importante para identificar el grado de autonomía que tiene el solicitante del servicio, ante las variaciones y requerimientos que puedan surgir de la prestación del mismo. Ejemplo: contratista, funcionario de carrera, directivo, asesor, profesional, técnico asistencial.





b. ¿Cuál es el nivel de **profundidad** o **desagregación** requerido?

***Sin embargo, es importante tener en cuenta que un nivel mayor de profundidad implica mayores costos asociados al ejercicio, pues los instrumentos de recolección de información deberán ser más detallados y extensos y la información no es tan fácil de conseguir.***

Una vez identificadas las categorías o tipos de variables relevantes para los objetivos del ejercicio de caracterización, debe establecerse cuál es el nivel de profundidad de la información o de desagregación requerido, para lo cual debemos pensar en sectores y segmentos. El sector es una agrupación poblacional muy general, mientras que el segmento es una agrupación poblacional con características y necesidades comunes más específicas.

La siguiente gráfica presenta la relación entre los niveles de desagregación de la información y las categorías de variables propuestas para los ejercicios de caracterización. Es recomendable que el nivel de profundidad de los ejercicios de caracterización llegue hasta el nivel de segmento, ya que esto permitirá contar con información más detallada para la toma de decisiones y para el diseño de cursos de acción.

# CATEGORÍAS DE VARIABLES PARA CARACTERIZAR PERSONAS JURÍDICAS







## **PASO 4**

### ***Priorizar variables.***

Una vez identificadas las variables a medir en el ejercicio de caracterización es importante hacer una priorización de las mismas, con el fin de escoger solamente aquellas que sean relevantes para el cumplimiento de los objetivos, sean fácilmente medibles y el beneficio de la información que aporta al ejercicio sea superior al costo de su recolección.



a. ¿Cuáles ***critérios*** se deben tener en cuenta para la priorización?

## CRITERIOS DE PRIORIZACIÓN

*Criterio*

*Definición*

**RELEVANTES**

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



*Ejemplo*

Evaluar viabilidad de abrir punto de atención presencial en el centro de la ciudad

*Variables relevantes*

Lugar de residencia

Lugar de trabajo

Preferencias por canales

*Variables no relevantes*


Cantidad de hijos

Estado civil

## Criterio

### ECONÓMICAS

## Definición



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.

## Ejemplo

Evaluar el impacto de la política educativa en las principales ciudades del país

### Variables relevantes

Lugar de trabajo

Lugar de residencia

Preferencias por canales

### Variables no relevantes

Cantidad de horas semanales impartidas sobre matemáticas y física en áreas rurales de las principales ciudades

## Criterio

## Definición

## Ejemplo

### MEDIBLES



Aquellas que puedan **observarse** o **medirse** para cada ciudadano, usuario o grupo de interés

Becas posgrado en el exterior

Población

Otros rangos de edad

Joven  
Variables demográficas medibles

Rango de edad: Entre 22 y 27

No egresados universitarios

Nivel de escolaridad: Programa universitario

Optar

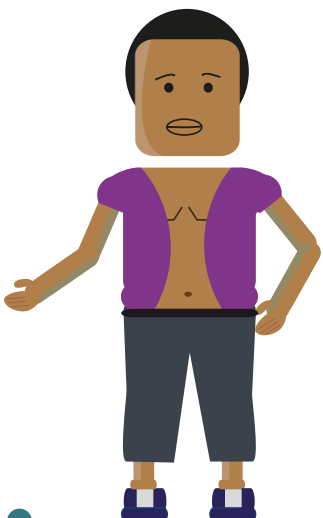
Beca de posgrado en el exterior

## Criterio

## Definición

## Ejemplo

### ASOCIATIVAS



Aquellas que permitan **realizar segmentaciones**. Estas variables deben asociarse o relacionarse con las necesidades de la mayoría de los usuarios de cada grupo para garantizar la relevancia.

Campañas de salud preventivas

Población

Género

Variable demográfica:  
Hombres

Variable demográfica:  
Mujeres

Clasificación  
por Edad

Variable demográfica:  
Rangos de  
edad

Variable demográfica:  
Rangos de  
edad

Variables asociables:  
Enfermedades asociadas  
a hombres por edad

## Criterio

## Definición

## Ejemplo

### CONSISTENTES

Registro de empresas en el RUT

NIT

Variable consistente:  
Dirección de ubicación

Registro defamilias desplazadas

Identificación de los integrantes

Variable no consistente:  
Dirección de ubicación

Variables cuyos resultados o valores **permanecen en el tiempo.**





## b. ¿Cuáles *variables* se deben seleccionar?

La siguiente herramienta puede ser útil para la priorización de variables. Se propone elaborar un listado con cada una de las variables identificadas, organizar una tabla o base de datos en la que pueda relacionar cada variable con los cinco criterios establecidos. Para cada variable, se debe asignar una calificación de uno (1) si la variable cumple con el requisito o cero (0) si no lo cumple.

Posteriormente, se realiza la suma horizontal de los criterios por variable y se eligen aquellas con mayor puntaje.

Teniendo en cuenta que el puntaje máximo por variable es de cinco puntos, la entidad debe establecer el puntaje que hará las veces de línea de corte a partir de la cual se elige o se descarta una variable.

En caso de empate, se propone priorizar los criterios de acuerdo con los objetivos establecidos para el ejercicio de caracterización y las prioridades de la entidad para finalmente escoger la variable que tenga mayor puntaje en el criterio que tenga un mayor peso.

Como resultado final de este paso, contará con una lista de variables priorizadas, las cuales serán objeto de levantamiento y análisis de la información para el desarrollo del ejercicio de caracterización.



## Priorización de Variables

Categoría	Calificación - La variable es					Puntaje Total	Seleccionada	
	Relevante	Económica	Medible	Asociativa	Consistente		Sí	No
Geográficas	Ubicación	1	1	1	1	5	X	
	Clima	0	1	0	1	2		X
Demográficas	Edad	1	1	1	1	5	X	
	Sexo	1	1	1	1	5	X	
	Ingresos	1	1	0	0	3	X	
	Actividad Económica	1	1	0	0	3	X	
	Puntaje Sisbén	1	1	0	0	3	X	
	Tamaño familia	1	1	0	0	2		X
	Estado del ciclo familiar	0	0	0	0	0		X
	Idiomas	1	0	0	0	3	X	
	Nivel académico	1	1	0	1	3	X	
Intrínsecas	Intereses	1	0	0	0	1		X
	Lugares de encuentro	0	0	0	0	1		X
	Acceso a canales	1	1	1	1	5	X	
	Uso de canales	1	1	0	0	3	X	
De comportamiento	Niveles de uso	0	0	0	0	1	X	
	Estatus del usuario	0	1	1	1	4		X
	Eventos	0	0	0	0	0		X

## **PASO 5**

### **Identificación de mecanismos de recolección de información.**

**Antes de considerar nuevos mecanismos de recolección de información es necesario que las entidades tengan en cuenta las herramientas existentes y la información ya recolectada. Por ejemplo, bases de datos de programas sociales, asistentes a ejercicios de participación ciudadana, instancias de participación ciudadana, resultados de los informes de Peticiones, Quejas y Reclamos, entre otros.**

En este paso se deben identificar los mecanismos mediante los cuales se puede recolectar la información que servirá como insumo para la caracterización de los ciudadanos, usuarios o interesados. Es muy importante establecer el alcance, los recursos y nuevamente repasar los objetivos del ejercicio de caracterización, ya que éstos determinarán los instrumentos que se deben utilizar.

Para el tratamiento de la información recolectada, la entidad deberá desarrollar una política de protección de datos personales y deberá establecer en el índice de información clasificada y reservada (Ver Guía de instrumentos de Gestión de información pública), si existen motivaciones para realizar una clasificación. Para esto el artículo 18 de la Ley 1712 de 2014 enfatiza en los derechos que deben protegerse al señalar una categoría de información como clasificada:

**“a)** El derecho de toda persona a la intimidad, bajo las limitaciones propias que impone la condición de servidor público”

Ejemplo: Según el numeral 3 del artículo 24 de la Ley 1755 de 2015, puede ser “reservada” la información que involucre los derechos privacidad y a la intimidad que esté incluida en hojas de vida, historia laboral y expedientes pensionales, entre otros.

**“b)** El derecho de toda persona a la vida, la salud o la seguridad”

Ejemplo: Según el artículo 31 de la Ley 1448 de 2011, el estudio técnico de riesgo que se haga a las víctimas que requieran protección tendrá “carácter reservado y confidencial”.

“c) Los secretos comerciales, industriales y profesionales, así como los estipulados en el párrafo del artículo 77 de la Ley 1474 de 2011”

Ejemplo: Según el artículo 61 del Código de Comercio, los libros y papeles del comerciante no pueden ser examinados por terceros.



a. ¿Cuáles son los **mecanismos** de recolección de información más comunes?

## MECANISMOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN



Las encuestas son estudios observacionales, es decir, el investigador no modifica el entorno ni controla el proceso que se encuentra bajo observación. Los datos se obtienen a partir de cuestionarios bien estructurados, definidos y dirigidos a la población objeto de estudio.

Pueden realizarse: presencialmente, teniendo la oportunidad de recoger información del contexto espacial y la interacción del usuario con éste; virtual o telefónicamente para poder abarcar mayor número de personas, disminuir costos y obtener una respuesta ágil.

### Uso

Es útil en la recolección de información geográfica (ej: ubicación), demográfica (ej: migraciones – cantidad de personas que conforman el hogar), económica (ej: niveles de ingreso, costos y gastos) y social (ej: calidad de vida- penetración de servicios públicos). También es útil para indagar preferencias y opiniones de los encuestados.

### Ventajas

Se obtiene información directamente de la fuente (ciudadano, usuario o grupo de interés) y en mayores cantidades (masiva). Permite obtener información de cualquier tipo de población.

## **Advertencia o recomendación**

Depende de la voluntad de reporte de los encuestados. Para su validación estadística hay que dar un margen de confiabilidad de los datos (puede presentarse una medida de error estadístico si no se encuesta a la población completa. Por lo tanto, hay que determinar una muestra representativa). Para este método, se recomienda ser breve y detallado en las preguntas, para obtener respuestas relacionadas con el objeto de consulta.

## **Ejemplo**

Medir las relaciones entre variables demográficas, económicas y sociales.  
Evaluar las estadísticas demográficas como errores, omisiones e inexactitudes.

Conocer profundamente patrones de las variables demográficas y sus factores asociados como fecundidad y migraciones determinantes.

Evaluar periódicamente los resultados de un programa de ejecución, esto asociado a las actividades de Gestión de calidad para poder realizar acciones de mejoramiento continuo y actividades de innovación encaminadas al perfeccionamiento del producto para beneficio del usuario.

## **Recursos adicionales**

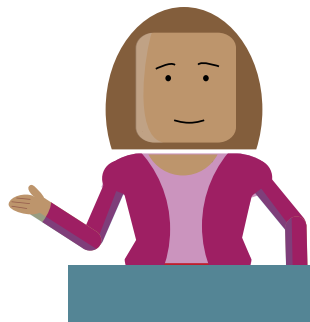
Diseño de encuestas y cuestionarios (tutorial)  
en: <http://www.statpac.com/surveys/>

Diseño y proceso de aplicación de encuestas  
en: [www.surveysystem.com/sdesign.htm](http://www.surveysystem.com/sdesign.htm)

Ejemplos de cuestionarios en: <http://www.questionpro.com/a/showSurveyLibrary.do?surveyID=86&mode=1>

Diseño e implementación de encuestas (manual) en: [http://oqi.wisc.edu/resourceLibrary/uploads/resources/Survey\\_Guide.pdf](http://oqi.wisc.edu/resourceLibrary/uploads/resources/Survey_Guide.pdf)

# Puntos de atención o servicio al ciudadano



Al definir esta fuente no se debe limitar el concepto de punto de servicio a los centros de atención presencial de la entidad, sino que se puede extender a aquellos puntos de comunicación con los usuarios por diferentes canales: electrónicos, presenciales y no presenciales como call centers, centros de contacto, páginas web y otros similares.

## Uso

Permite recoger la información directamente del ciudadano, usuario o grupo de interés e identificar los patrones que surgen del uso y la actividad presente en cada uno de los puntos de servicio o canales.

## Ventajas

Permite tener una comunicación directa con el ciudadano o usuario y hacer clasificaciones de los mismos, por variables directamente relacionadas al comportamiento de los usuarios.

Puede contar con significancia estadística, si se recoge la información de una muestra representativa de los usuarios.

## **Advertencia o recomendación**

Para conocer mejor las capacidades de los sistemas de registro para cada punto de contacto, es recomendable acudir a la persona encargada en la entidad. De igual manera, las personas que interactúan con el ciudadano o usuario a través de estos puntos deben conocer la información con la cual pretenden interactuar, para delimitar el alcance de la actividad.

## **Ejemplo**

Los puntos de atención de algunas organizaciones privadas o entidades públicas registran información de sus clientes cuando éstos acuden a los puntos de atención, indistintamente del motivo que los hace acudir al punto.

## **Recursos adicionales**

Una fuente de información muy valiosa es la información sobre experiencias exitosas de otras entidades públicas, en materia de recolección y análisis de información sobre su población objetivo.

Igualmente, otro mecanismo útil puede ser el establecimiento de convenios con otras entidades públicas para el intercambio de información sobre los ciudadanos.



El buzón de sugerencias se define como un mecanismo de comunicación ascendente pues va desde el ciudadano, usuario o grupo de interés, hacia la organización con la que se relaciona.

Esta práctica es muy común por la implementación de los sistemas de peticiones, quejas y reclamos.

## Uso

Este mecanismo consiste en la recolección de información espontánea relacionada con la satisfacción del usuario con la prestación del servicio, por medio de formularios ofrecidos en cada uno de los puntos de contacto con el usuario o a través de canales electrónicos dispuestos en páginas web y aplicaciones.

## Ventajas

Es un mecanismo pasivo de recolección, que se encuentra disponible para que los usuarios lo usen en cualquier momento.



## Advertencia o recomendación

Estos mecanismos recogen información de casos extremos, es decir de usuarios muy satisfechos o insatisfechos. No existe una cultura del usuario para hacer uso de los canales y aportar al sistema de peticiones, quejas y reclamos.

La herramienta puede incluir incentivos (materiales o inmateriales) para estimular la disposición de los usuarios con experiencias menos extremas a acudir al buzón.

Un incentivo inmaterial podría ser la oportunidad de recibir un servicio más individualizado, o la suscripción a un contenido que resulte valioso al usuario. Sin embargo, el incentivo en todos los casos debe ser posterior al cierre del servicio, con el fin de que no sea considerado por el usuario al evaluar la experiencia.

Es recomendable que sean cortos. Podrían ser físicos, tales como formatos o dispositivos con variables de clasificación, o

sistemas que le envíen al teléfono móvil del usuario un espacio donde puede colocar su opinión sin costo.

## Recursos adicionales

Comunicación ascendente, el buzón de sugerencias para comunicación interna en: <http://www.gestiopolis.com/canales/demarketing/articulos/43/buzonsug.htm>

Es recomendable revisar los recursos adicionales presentados en la sección de encuestas de este documento, que también aplican en este caso para contar con elementos adicionales a la hora de diseñar los cuestionarios.

# Registros administrativos (Perfiles o expedientes)



Los expedientes se refiere a los registros almacenados en los que se consignan la información de los usuarios que se ha levantado a lo largo de la interacción del usuario con la entidad (similar a una hoja de vida elaborada a partir de la interacción organización – individuo). Se incluyen aquí todos los registros administrativos con los que cuenta la entidad.

## Uso

Para aprovechar esta fuente de información, se usan datos disponibles en los perfiles o expedientes de los usuarios, para realizar su caracterización. Esta tarea de agregación se facilita cuando dichos perfiles o expedientes se encuentran en bases y/o bodegas de datos que permitan la búsqueda por parámetros definidos por el administrador de las mismas.

Es importante la actualización de la información, lo cual podría apoyarse a través de los puntos de atención o formularios dispuestos en las páginas web.

## Ventajas

Es posible optimizar este tipo de herramientas cuando dichos perfiles o expedientes incorporan la actividad histórica del ciudadano, permitiendo conocer directamente

su comportamiento. En los casos que la caracterización se esté haciendo sobre los usuarios actuales de la entidad, el ejercicio puede hacerse significativo estadísticamente con base en datos de atención de usuarios que manejan la entidad pública.

### **Advertencia o recomendación**

La consulta puede ser dispendiosa si solo se tienen expedientes físicos (papel) y no hay un sistema de almacenamiento de datos que los contenga.

La efectividad de la fuente depende de la organización de la información que lleve la entidad (ej: información de usuarios dispersa en diferentes bases de datos que no sea fácil de unificar).

### **Ejemplo**

Varios sectores han implementado los expedientes de usuario (hojas de vida de usuario / cliente) para llevar un registro histórico

de las interacciones de la organización con sus clientes. De allí se puede obtener información valiosa como hábitos (de compra o consumo), preferencias, servicios personalizados, entre otros.

### **Recursos adicionales**

Ley 594 de 2000 por medio de la cual se dicta la Ley General de Archivos y se dictan otras disposiciones.

Directiva Presidencia No. 04 de 2012: eficiencia administrativa y Cero papel.



Es una técnica cualitativa de estudio en la que se pueden observar las opiniones o actitudes de un público seleccionado, sobre un tema particular o sobre un producto o servicio, previo su lanzamiento oficial al público. Para el desarrollo de un grupo focal se recomienda la elaboración de un guión que oriente el desarrollo de las discusiones, se debe disponer de un moderador, el número de integrantes debe estar entre 8 y 12 personas y su duración máxima es de 2 horas.

## Uso

Aprovecha la discusión del grupo para generar aportes más naturales y vívidos de los participantes.

Existen varias maneras de llevar a cabo un grupo focal. Una de ellas es hacer una entrevista en la que los diferentes participantes del grupo dan sus aportes, comentarios y observaciones sobre el tema que propone la entrevista.

También es posible hacer grupos focales de manera personal o por internet (focus group online) para validar un nuevo servicio. En este caso se reúne a los participantes del grupo para hacer la prueba del servicio y recibir retroalimentación acerca del mismo (cumplimiento de los objetivos por los cuales fue diseñado).

Una nueva tendencia se denomina “hangout” y consiste en la realización de

pruebas en directo sobre el uso y calidad de productos o servicios a través de Internet, con usuarios ubicados en diferentes espacios geográficos.

## Ventajas

Si se cuenta con los recursos suficientes, es posible realizar múltiples sesiones con grupos diferentes, cada uno con participantes de similares características demográficas. Esto con el fin de evidenciar posibles comportamientos diferenciadores en cada grupo. Su principal limitación consiste en la falta de representatividad y significancia estadística que se puede obtener de este proceso.

## Advertencia o recomendación

Esta técnica carece de significancia estadística y se limita a la información que logre levantarse in situ. No es posible experimentar y analizar la interacción del usuario con el contexto real.

En ciertas ocasiones los costos de estas reuniones son elevados para la realización de sesiones con múltiples grupos.

## Ejemplo

Esta práctica es muy común en la empresa privada desarrolladora de productos o servicios. Las sesiones que allí se llevan a cabo consisten en presentar a un grupo de usuarios o clientes un demo o prototipo del producto o servicio que se ha diseñado, previo al lanzamiento comercial, para ver las reacciones del cliente frente a dicho prototipo. En los grupos focales se tratan de resolver interrogantes como: ¿cómo los usa?, ¿cumple con las expectativas del cliente?, ¿qué mejoras se pueden hacer?, ¿le encuentra utilidad?, ¿lo compraría?, entre otros.

## Recursos adicionales

Artículo sobre el uso de grupos foco en: [www.useit.com/papers/focusgroups.html](http://www.useit.com/papers/focusgroups.html)  
Los grupos focales en: [http://academic.uprm.edu/jhuerta/HTMLobj-94/Grupo\\_Focal.pdf](http://academic.uprm.edu/jhuerta/HTMLobj-94/Grupo_Focal.pdf)



Es un método con el que se pretende confirmar una hipótesis relacionada con determinado tema particular, fundamentado en la práctica. Son similares a los grupos focales, con una diferencia radical y es que no existe un moderador. Se entrega un producto o servicio al grupo, para que interactúen con él, sin ninguna intervención por parte de los organizadores, quienes se limitan a tomar nota de las observaciones que hacen del ejercicio.

## Uso

Esta fuente busca aislar algunas de las variables que inciden en los comportamientos de los ciudadanos, usuarios o grupos de interés, para identificar la causalidad y el impacto de las mismas en dichos comportamientos.

## Ventajas

Un experimento diseñado apropiadamente puede ser estadísticamente significativo o representativo, por lo que es una metodología de mayor efectividad.

## Advertencia o recomendación

Este mecanismo es más sofisticado que los anteriores y suele requerir participación de un especialista en implementación, lo que lo puede hacer potencialmente más costoso.

## Ejemplo

Los experimentos más comunes están relacionados con la teoría de juegos en las ciencias económicas, a través de los cuales se identifican comportamientos de los individuos bajo ciertos parámetros de acción.

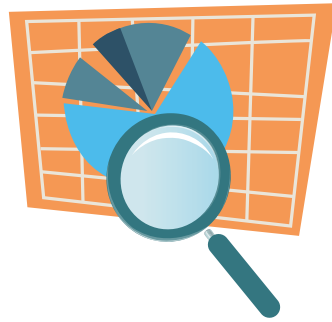
## Recursos adicionales

Diseños experimentales en: [www.socialresearchmethods.net/kb/design.php](http://www.socialresearchmethods.net/kb/design.php)

Conceptos detallados en el diseño de experimentos en: <http://www.questia.com/read/27317050/experiment-research-methodology-in-marketing-types>

Artículo académico sobre diferentes diseños experimentales para la investigación de mercados en: [http://business.nmsu.edu/~mhyman/M310\\_Articles/Ryals\\_IJMR\\_2005.pdf](http://business.nmsu.edu/~mhyman/M310_Articles/Ryals_IJMR_2005.pdf)





Esta herramienta consiste en la simple observación de los ciudadanos, usuarios o grupos de interés durante la interacción con la entidad.

## Uso

La información que se puede recoger es útil para el diseño e implementación de nuevos servicios, así como para el rediseño de servicios actuales susceptibles de mejora.

## Ventajas

Es una fuente que no requiere un gran presupuesto para ser implementadas, es de bajo costo pues puede ser efectuada por personal de la misma entidad.

Solo requiere tiempo, paciencia y atención al detalle.

## Advertencia o recomendación

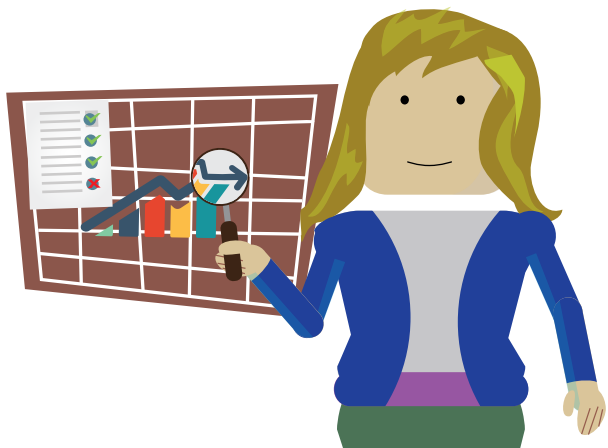
No cuenta con representatividad o significancia estadística.

Las hipótesis que se generen por esta fuente pueden luego corroborarse por medio de otras metodologías robustas, permitiendo objetivos más concretos para el proceso de investigación.



## Ejemplo

Existen diferentes técnicas de observación como por ejemplo “análisis de la situación” en la que se hace una observación sobre una situación particular, por ejemplo, un trámite de un usuario y se toma nota (registro escrito, fotográfico o en video) de los puntos relacionados con lo positivo, lo negativo y lo interesante. Para este ejemplo, la información registrada puede ser utilizada en el rediseño de un nuevo servicio.



Los resultados de este paso pueden ser registrados en el siguiente formato:

### Identificación de mecanismos de recolección de información

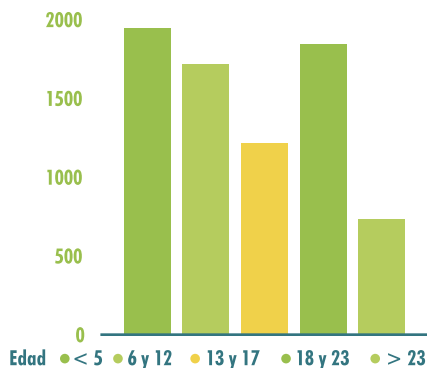
VARIABLE	¿ La entidad cuenta con la información relacionada con la variable encontrada ?	En caso de NO tener la información la entidad ¿ A que mecanismo podría acudir para obtener la información?	
1. Sexo	Si / No	Si	
2. Ingresos	Si / No	No	Grupos Focales
3. Puntaje Sisbén	Si / No	Si	
4. Nivel académico	Si / No	Si	
5. Actividad Económica	Si / No	No	Encuesta
6. Acceso a canales	Si / No	No	Recolección en puntos de atención
7. Niveles de uso	Si / No	No	Encuesta
8. Ubicación	Si / No	No	Encuesta

## PASO 6

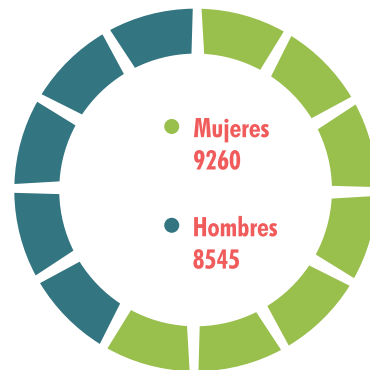
**Automatizar la información y establecer grupos o segmentos de ciudadanos, usuarios o interesados con características similares.**

Una vez se ha recolectado la información de cada una de las variables, se recomienda la estructuración y automatización de bases de datos que faciliten el análisis, cruce y filtro de la información, con el fin de agrupar a los ciudadanos, usuarios o interesados según características similares. Una primera agrupación se obtiene al cuantificar los ciudadanos, usuarios o interesados que comparten cada una de las variables. Entre las herramientas que facilitan esta agrupación se encuentran: los histogramas, las gráficas circulares, las infografías, las líneas de tiempo, entre otros.

### Histograma



### Gráfica circular





Es posible que esta primera segmentación no de información suficiente para la toma de decisiones, por lo que se recomienda que los parámetros que se definan para la segmentación estén directamente relacionados con los objetivos establecidos para el ejercicio de caracterización. Esto implica el **análisis cruzado** de la información recolectada.

Cuando se utilizan encuestas representativas, en los cruces de la información se deben tener en cuenta las posibles pérdidas de representatividad de la información, ya que las muestras o grupos se van haciendo más pequeños cada vez.

Estos cruces de información pueden partir de la revisión del objetivo general y los objetivos específicos del ejercicio de caracterización, seguido de la identificación de los grupos o segmentos de población más relevantes, y la identificación de las variables con mayor incidencia dentro de cada segmento para analizar la forma en que el grupo se relaciona con la entidad y las necesidades particulares del mismo.

## Ejemplo:

Si el objetivo está relacionado con la implementación de un nuevo servicio orientado al apoyo en la generación de ingresos de madres cabeza de familia de zonas rurales del municipio del Guamo (Tolima), lo ideal es cruzar los datos de la variable que permite identificar los ciudadanos que son mujeres madres cabeza de familia que viven en el área rural, con otras variables como:

- Ingresos: para determinar su capacidad económica.
- Puntaje de Sisbén: como criterio de focalización de población vulnerable.
- Nivel académico: para adecuar los procesos y procedimientos para facilitar el acceso y adecuar el lenguaje utilizado en la interacción entre la madre y la entidad.
- Actividad económica: para identificar que actividades realiza y cómo el servicio aporta a la generación de ingresos del hogar.
- Acceso a canales de atención: para determinar los canales de atención más apropiados para garantizar el fácil acceso al servicio.
- Niveles de uso: con el fin de determinar la periodicidad de interacción de las personas con la entidad y analizar posibilidades de seguimiento a la implementación de la estrategia.

De esta forma, el diseño del nuevo servicio tendrá en cuenta de forma integral las necesidades, intereses y preferencias de este grupo poblacional específico. En este ejemplo, el segmento serían las madres cabeza de familia. Para este segmento se analizan los resultados de las demás variables relevantes para los objetivos del ejercicio frente a las madres cabeza de familia.

Los resultados de este paso pueden ser registrados en el siguiente formato:

## Formato de caracterización por segmento

Entidad: Unidad de generación de ingresos y reducción de la pobreza.

Objetivo de la caracterización: Identificar las características, intereses y necesidades de las madres cabeza de familia del área rural del municipio del Guamo (Tolima) para implementar un nuevo servicio que aporte a la generación de ingresos del hogar y a diseñar de forma adecuada acciones de diálogo en el marco del proceso de rendición de cuentas.

	Ingresos	Puntaje del Sisbén	Nivel académico	Actividad económica	Acceso a canales	Niveles de uso
Segmento: 20590 Mujeres cabeza de familia del Guamo (Tolima)	El promedio de ingresos mensuales es de 1,2 SMMLV.	El 42% de las mujeres del área rural pertenece a los niveles 1 y 2 del Sisbén.	El 50% de las mujeres del área rural son bachilleres ..... El 25% culminaron primaria.	12% trabajadoras independientes ..... 21% amas de casa. ..... 5% estudiantes. ..... 1% pensionadas.	El 40% de las mujeres del área rural tiene acceso a internet 24 horas. ..... El 100% de la población tiene acceso a telefonía.	El 38% de las mujeres interactúa con la entidad 1 vez al mes. ..... El 62% interactúa con la entidad 1 vez al trimestre.

## **PASO 7**

### **Divulgar y publicar la información.**

**Recuerde utilizar el formato de Datos Abiertos especificado en el Manual de Gobierno en línea.**

Este último paso la entidad debe realizar un proceso interno de divulgación de la información, para que los resultados sean conocidos por todas las dependencias y los responsables de procesos y servicios, y así facilitar y mejorar la toma de decisiones y el diseño de intervenciones.

Con el fin de fortalecer los procesos de colaboración y coordinación con otras entidades de la Administración Pública, y en la línea de la Ley 1712 de 20149, se recomienda que la entidad publique la información sobre los resultados de los ejercicios de caracterización de forma tal que puedan servir de insumo para el público en general y para otras entidades que requieran fortalecer su conocimiento sobre los ciudadanos, usuarios o interesados, o que requieran del uso de la información para el diseño de sistemas que faciliten la interacción con los ciudadanos para la entrega de la oferta institucional<sup>7</sup>. Los resultados deberán publicarse como dato abierto con el fin de que cualquier usuario pueda reutilizar dicha información.

**Descargar aquí  
formato de Datos Abiertos**



<sup>7</sup>Es importante que las entidades que publiquen o compartan esta información, cumplan con los requerimientos legales establecidos en la Ley 1266 de 2008, Ley 1581 de 2012 y otras relacionadas con la protección de datos personales, y sigan los lineamientos establecidos por Gobierno en línea en materia de uso de un lenguaje común de intercambio de información.

La entidad deberá asegurar que los datos personales no serán informados o utilizados por terceros sin contar con la previa, expresa y libre autorización del titular de la información. Adicionalmente, para la divulgación y uso de estos datos, además de tener en cuenta los parámetros de clasificación de la información ya mencionados deberá considerar cuál es el daño presente, probable y específico de la divulgación de la información.

El daño es **presente** siempre que no sea remoto ni eventual

Esto quiere decir que se debe analizar si las circunstancias que pueden causar el daño están ocurriendo actualmente. Por ejemplo, si se trata de un documento que puede afectar una investigación penal o disciplinaria que está siendo adelantada al momento de publicarse, el daño sería presente.

**Probable** cuando existan las circunstancias que harían posible su materialización

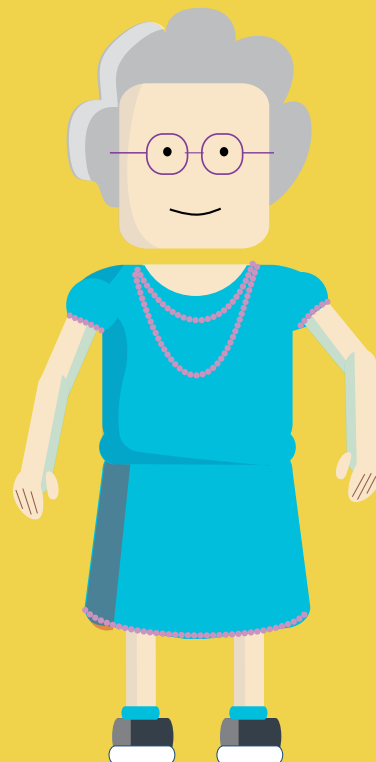
En este punto se debe analizar si existen suficientes razones para considerar que el daño que se busca evitar efectivamente va a ocurrir. Por ejemplo, si una base de datos de víctimas del conflicto incluye la información para encontrarlas en una zona en la que todavía hay alteraciones del orden público, es probable que revelar el contenido de dicha base de datos pueda poner en peligro la vida de las personas relacionadas.

**Específico** solo si puede individualizarse y no se trate de una afectación genérica

El daño se puede identificar de forma puntual. No es una simple referencia al interés público o particular que se afecte. Por ejemplo, es diferente indicar que un documento puede causar un daño a la seguridad nacional que indicar que en éste se encuentra la ubicación estratégica de tropas en operativos vigentes.

# Bibliografía.

- Guía para la caracterización de usuarios de entidades públicas. Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Telecomunicaciones. Gobierno en línea. Noviembre de 2011.
- Conpes 3785 de 2013.
- Conpes 3654 de 2010.
- Kotler Philip, Kevin Lane Keller. Dirección de Marketing Pearson–Prentice Hall. 2006.
- Stanton William. Fundamentos de Marketing. McGraw Hill. 2007.
- Fernández Valiñas Ricardo. Segmentación de Mercados. McGraw Hill. 2009.
- Guía Metodológica para la Formulación de Indicadores DNP 2009 (en el siguiente Link <https://www.dnp.gov.co/LinkClick.aspx?fileticket=-hBkmozjehk%3D&tabid=1214>).











# LEY DE TRANSPARENCIA Y DEL DERECHO DE ACCESO A LA INFORMACIÓN



Proyecto financiado  
por la Unión Europea



**FIIAPP**  
COOPERACIÓN ESPAÑOLA



GOBIERNO DE COLOMBIA



**TODOS POR UN  
NUEVO PAÍS**  
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN