



## INTRODUCCIÓN

Es importante para las instituciones conocer realmente a quien va dirigido su producto o servicio y es precisamente para los usuarios que el Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia busca fomentar y estimular la cultura en todos sus procesos, ámbitos, expresiones y manifestaciones, en especial de las artes, las letras, el folclor, a su vez estimula la creación y el desarrollo de la identidad regional y nacional, las bibliotecas, los centros de documentación, los museos, los centros culturales, las áreas artísticas, los archivos históricos y la conservación del patrimonio cultural; logrando cada vez más satisfacer las necesidades de las partes interesadas que requieren esos productos o servicios y de esa forma la estructura de la empresa se enfoca a estudiar y evaluar permanentemente como presentar un buen diseño y unas buenas características de los productos o servicio con el fin de posicionar las diferentes subregiones en dichas manifestaciones, a través, de la articulación de la especificidad de ciertos elementos que se articulen para el cumplimiento de las metas del Instituto.

Este contexto nos exige hacer un estudio de las teorías de mercadeo en las que una base importante es la segmentación, por la agrupación de tipologías similares y precisamente que conlleva a la conformación de unas variables similares, para lograr el desarrollo requerido de usuarios.

La caracterización de usuarios es un gran referente para cualquiera de los procesos que se desarrollan en la Entidad, desde el gobierno en línea o digital y hasta la planificación de los procesos y sistemas de gestión, en los cuales todos persiguen la misma orientación de satisfacer las necesidades de las partes interesadas.

### **Objetivo General:**

Identificar las características más sobresalientes al igual que las necesidades de la población objeto de trabajo para el Instituto de cultura y Patrimonio de Antioquia, con el fin de tener un conocimiento amplio, poder realizar un análisis y tomar decisiones acertadas en pro de la satisfacción de los usuarios en los temas referente a la cultura y el patrimonio en Antioquia.

### **Objetivos Específicos**

- ❖ Analizar la información, a partir de la recopilación de la misma por los diferentes medios, para lograr la caracterización adecuada para el instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia.
- ❖ Aplicar las directrices, de acuerdo a la demanda y niveles de satisfacción frente a los servicios y productos ofrecidos y evaluar así el desempeño establecidas por el Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia.

### **Definiciones:**

- **Caracterización:** Se refiere a la determinación de los atributos de alguien o algo, en un contexto más amplio y relacionándolo con la segmentación de mercados.
- **Intrínseco:** Característica, se denomina a aquello que es esencial (esencial de un grupo particular).
- **Segmentación:** Proceso de subdividir un mercado en subconjuntos de clientes distintos que se comportan de la misma manera o tienen necesidades similares

### **Ventajas de la Caracterización:**

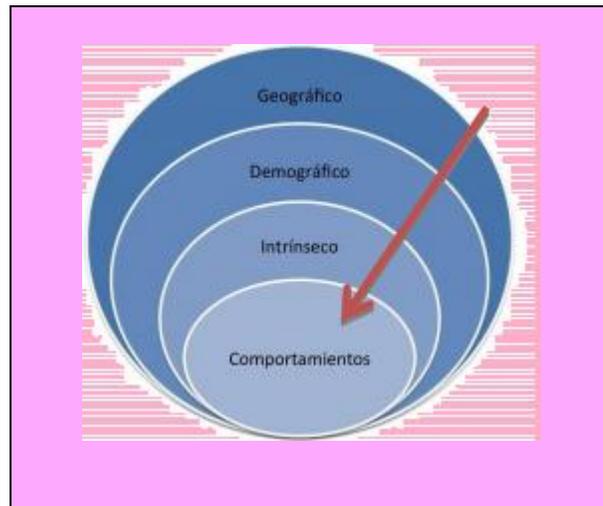
Cuando se caracteriza los usuarios, la institución descubre información que antes no tenía y con la cual puede interactuar ya que le permite:

- Identificar posibles necesidades,
- Conocer información sobre las diferentes partes interesadas,
- Interactuar con las partes interesadas
- Minimizar los riesgos con los usuarios en cada uno de las actividades realizadas.
- Realizar análisis desde la planeación hasta la implementación de estrategia y la evaluación de las acciones realizadas.

### **Estudio de las variables:**

Las variables son objeto de estudio y por ello es necesario identificarlas para poderlas aplicar de acuerdo a los casos particulares. A continuación se hará la descripción de un usuario o un conjunto de usuarios por medio de variables demográficas, geográficas, intrínsecas y de comportamiento, con el fin de identificar las necesidades y motivaciones de los mismos al acceder a un servicio cultural o artístico en el Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia.

La siguiente gráfica muestra los niveles de conocimiento de los usuarios, y se trata de recoger información a varios niveles, es decir, considerar desde los comportamentales hasta los geográficos, demográficos, y de acuerdo a esto la información puede ser o más o menos limitada.



Las variables obtenidas dentro de cualquier contexto o estudio deben ser:

- **Medibles:** 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, para que permitan ser medibles o cuantificables.
- **Sustanciales:** 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 algunos casos particulares, para la implementación de servicios es preciso tener

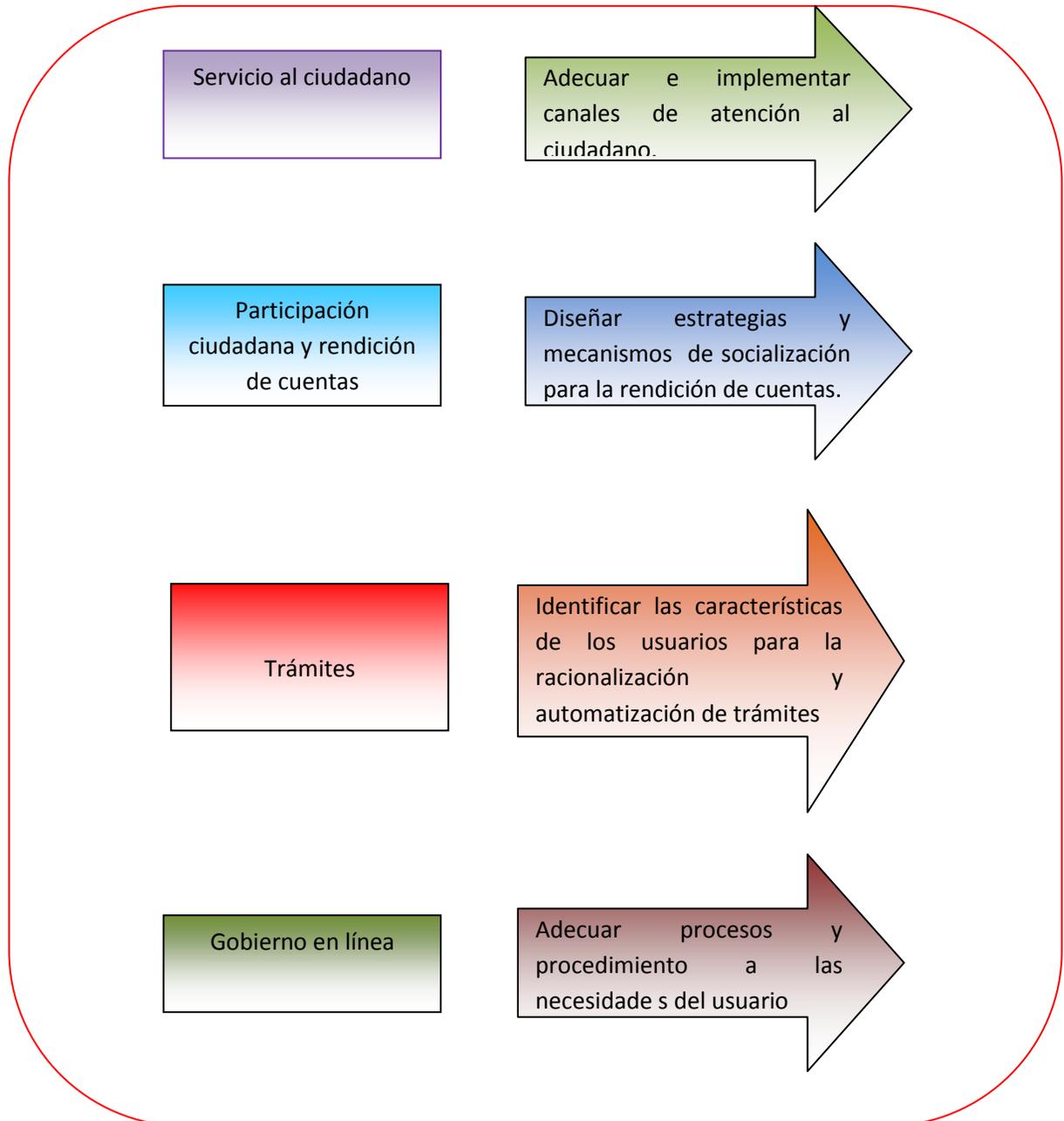
en cuenta variables que no son sustanciales (no agrupan una cantidad significativa de usuarios) y que merecen especial atención dentro del diseño del servicio.

- **Asociativas:** 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.
- **Asequibles:** estas variables permiten 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.
- **Relevantes:** Las variables usadas muestran datos relevantes a los usuarios analizados, es decir deben ser importantes para los servicios prestados y la naturaleza del Instituto.

A continuación se da un resumen con respecto a las variables.

Geográficos	Demográficos	Intrínsecos	Comportamientos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ubicación</li> <li>• Población</li> <li>• Densidad Poblacional</li> <li>• Clima</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Edad</li> <li>• Género</li> <li>• Tamaño familiar</li> <li>• Ocupación</li> <li>• Educación</li> <li>• Ingresos</li> <li>• Lenguajes /Razas</li> <li>• Estrato socioeconómico</li> <li>• Vulnerabilidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intereses</li> <li>• Lugares de encuentro</li> <li>• Acceso a canales</li> <li>• Conocimientos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Niveles de uso del usuario</li> <li>• Estatus del usuario</li> <li>• Beneficios buscados</li> <li>• Eventos</li> </ul>

La ficha de la caracterización sería bajo la siguiente estructura:



**Geografía:** Municipios por las diferentes Subregiones del Departamento de Antioquia



**Demográfica:**



Form for demographic data collection, centered around an illustration of diverse children:

- SEXO:** F - Femenino, M - Masculino, LGTBI
- GRUPO ÉTNICO:** A: Afrodescendiente, I: Indígena, R: Raizal Sanandresano, G: Gitano o Rom, O: Otro
- DESPLAZADOS:** S: Sí, N: No
- TIPO DE POBLACIÓN:** N: Niños, J: Joven, A: Adulto, AM: Adulto Mayor
- VICTIMA DEL CONFLICTO:** S: Sí, N: No
- PERSONAS CON DISCAPACIDAD:** S: Sí, N: No

### Partes interesadas o Actores:



### Análisis de la información del Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia

La misión del Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia está dirigida a un individuo o grupo de individuos a los cuales la entidad presta sus servicios en torno a la cultura, lo artístico y patrimonial de los 125 municipios de Antioquia, los cuales estas agrupados por las diferentes subregiones del departamento.

El instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia para lograr las metas propuestas, trabaja arduamente para el cumplimiento del plan estratégico y el plan de desarrollo y por ello se realizan convocatorias, eventos, formación, se entregan dotaciones, entre muchas otras, beneficiando a la comunidad artística, cultural y patrimonial.

A través de este estudio se hace el análisis de las características particulares y es por ello la importancia de la parametrización, en lo referente a lo demográfico, geográfico, además de identificar las partes interesadas.

Para tener claridad sobre la caracterización se tomó como referencia la base de datos del año 2017, con la información obtenida de los diferentes proyectos, eventos y actividades, entre ellas: desarrollo de convocatorias públicas, Diagnóstico, gestión y salvaguardia del patrimonio cultural en Antioquia, Formación artística y cultural para la equidad y la movilidad social en Antioquia, Fortalecimiento circulación artística y cultural para la paz en Antioquia, Implementación de procesos de gestión y planificación cultural para el fortalecimiento del Sistema Departamental de Cultura y la estrategia implementada de mesas de oportunidades. Se obtiene, lo siguiente:



De los diferentes actores que han participado en el diseño y propuestas de proyectos, se tienen las siguientes organizaciones:

- Indeportes Antioquia
- Ecor Turismo
- Octopul - Aviatour
- Bananeras de Urabá
- Mioriente
- EPM

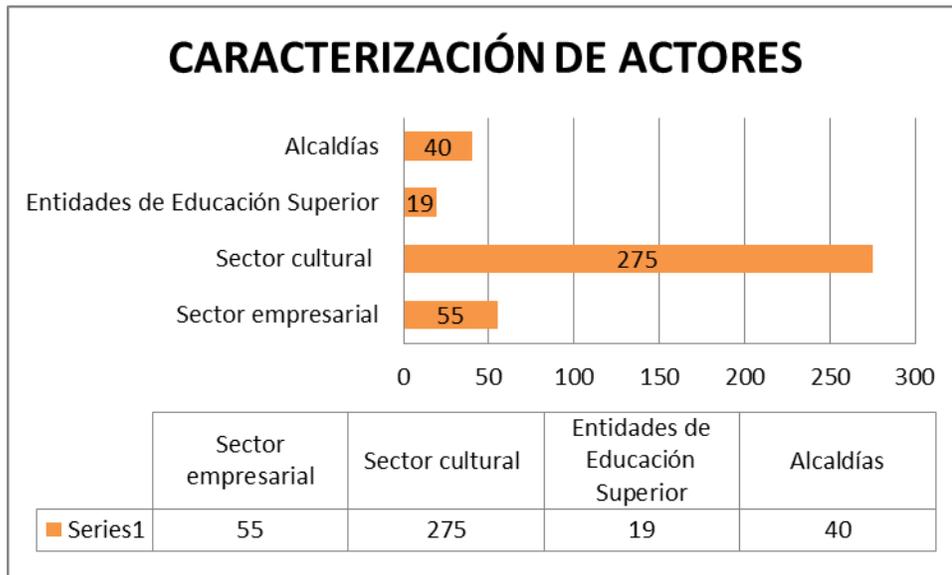
Entidades de educación superior:

- Tecnológico de Antioquia
- Colegio Mayor de Antioquia
- Bellas Artes
- Universidad de Antioquia

Actores culturales en las diferentes subregiones tales como:

- Artistas
- Directores de Cultura
- Docentes Artísticos
- Gestores de Cultura
- Artesanos
- Líderes comunales
- Y las diferentes alcaldías con alcaldes, concejales, y sus secretarías principales.

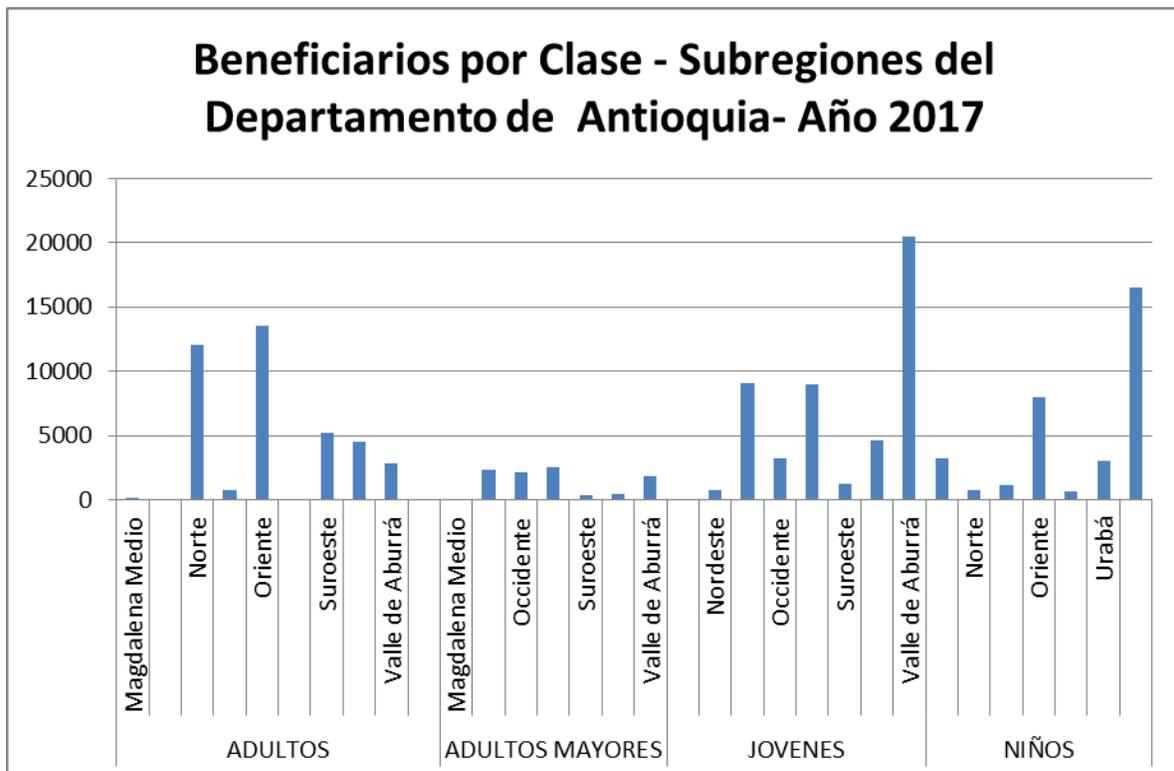
Quedando mapeada de la siguiente forma:



Con la información analizada se obtuvo demográfica y geográficamente, lo siguiente:

Clase	Subregión	Total
ADULTOS	Magdalena	
	Medio	143
	Nordeste	54
	Norte	12100
	Occidente	742
	Oriente	13524
	Otro	2
	Suroeste	5174
	Urabá	4514
	Valle de Aburrá	2884
	(en blanco)	10
Total ADULTOS		39147
ADULTOS MAYORES	Magdalena	
	Medio	15
	Norte	2345
	Occidente	2103
	Oriente	2582
	Suroeste	343
	Urabá	474
Valle de Aburrá	1863	
Total ADULTOS MAYORES		9725
JOVENES	Magdalena	
	Medio	21
	Nordeste	800

	Norte	9071
	Occidente	3211
	Oriente	9016
	Suroeste	1226
	Urabá	4607
	Valle de Aburrá	20467
<b>Total JOVENES</b>		<b>48419</b>
<b>NIÑOS</b>	Magdalena Medio	3218
	Norte	766
	Occidente	1174
	Oriente	8031
	Suroeste	616
	Urabá	3037
	Valle de Aburrá	16484
	<b>Total NIÑOS</b>	<b>33326</b>
<b>Total general</b>		<b>130617</b>



Género	Subregión	Total
FEMENINO	Magdalena Medio	1696
	Nordeste	435
	Norte	13583
	Occidente	4053
	Oriente	16044
	Otro	1
	Suroeste	4256
	Urabá	6663
	Valle de Aburrá	24473
	(en blanco)	3
Total FEMENINO		71207
MASCULINO	Magdalena Medio	1701
	Nordeste	419
	Norte	10699
	Occidente	3177
	Oriente	17109
	Otro	1
	Suroeste	3103
	Urabá	5969
	Valle de Aburrá	17225
	(en blanco)	7
Total MASCULINO		59410
Total general		130617

**Beneficiarios por Genero Subregiones del Departamento de Antioquia- Año 2017**

