
	<b>INFORME CARATERIZACIÓN DE USUARIOS INSTITUTO DE CULTURA Y PATRIMONIO DE ANTIOQUIA - 2019</b>	CÓDIGO I-GE-01
		VERSIÓN 01
		PAGINA 1/ 4

## **Introducción**

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 del sector cultural que requiere esos productos o servicios que se ofertan desde la entidad; en este sentido, el Instituto se enfoca a estudiar y evaluar permanentemente como presentar un buen diseño y unas buenas características de los productos o servicios 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 de la entidad. 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.

	<b>INFORME CARATERIZACIÓN DE USUARIOS INSTITUTO DE CULTURA Y PATRIMONIO DE ANTIOQUIA - 2019</b>	CÓDIGO I-GE-01
		VERSIÓN 01
		PAGINA 1/ 4

### **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 referentes 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 con la demanda y niveles de satisfacción frente a los servicios y productos ofrecidos y evaluar así el desempeño establecido 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,

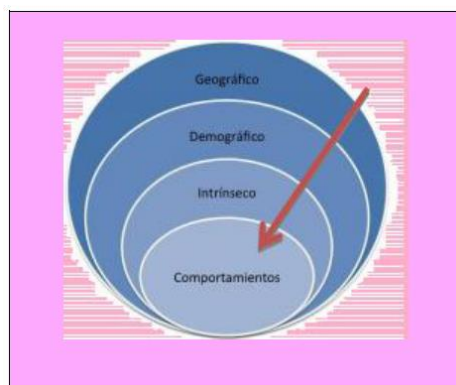
	<b>INFORME CARATERIZACIÓN DE USUARIOS INSTITUTO DE CULTURA Y PATRIMONIO DE ANTIOQUIA - 2019</b>	CÓDIGO I-GE-01
		VERSIÓN 01
		PAGINA 1/ 4

- Conocer información sobre las diferentes partes interesadas,
- Interactuar con las partes interesadas
- Minimizar los riesgos con los usuarios en cada una 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 con 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 más o menos limitada.



*Ilustración 1: Variables de caracterización*

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

	<b>INFORME CARATERIZACIÓN DE USUARIOS INSTITUTO DE CULTURA Y PATRIMONIO DE ANTIOQUIA - 2019</b>	CÓDIGO I-GE-01
		VERSIÓN 01
		PAGINA 1/ 4

de búsqueda y recolección de información, para que permitan ser medibles o cuantificables.

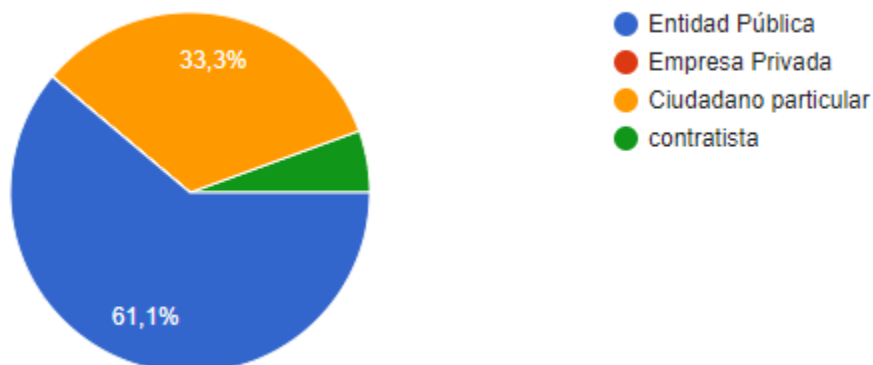
- **Sustanciales:** Las variables que se definan deben agrupar una cantidad significativa de la población objeto de análisis, de modo que se justifique el esfuerzo que la entidad tiene que hacer para servir al grueso de la población. En algunos casos particulares, para la implementación de servicios 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.

### **Informe de Encuesta a visitantes del portal Web**

Durante un periodo de tres (3) meses se abrió una encuesta en el portal del Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia [www.culturantioquia.gov.co](http://www.culturantioquia.gov.co) para la caracterización de usuarios en Línea del Instituto. En el transcurso de dicho periodo los visitantes del portal libremente podían responder la encuesta o continuar navegando en el portal, una vez tomada la decisión dicha encuesta no se volvía a mostrar a los visitantes utilizando una cookie.

La encuesta fue respondida por 18 visitantes. A continuación se presentan los resultados tanto consolidados como detallados.

## 1. Tipo de Visitante



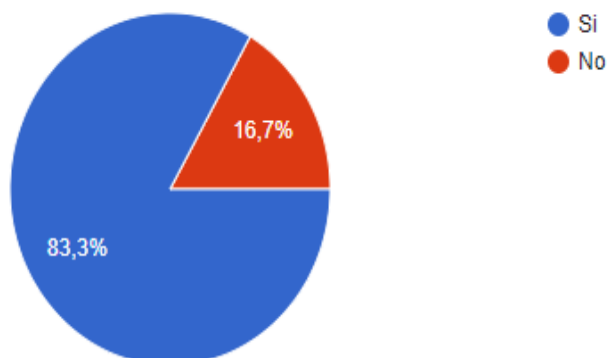
*Ilustración 2: Tipos de visitantes*

Tipo de Visitante	Cantidad
Ciudadano Particular	6
Entidad Pública	11
Contratista	1
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>

*Tabla 1: Tipos de visitantes*

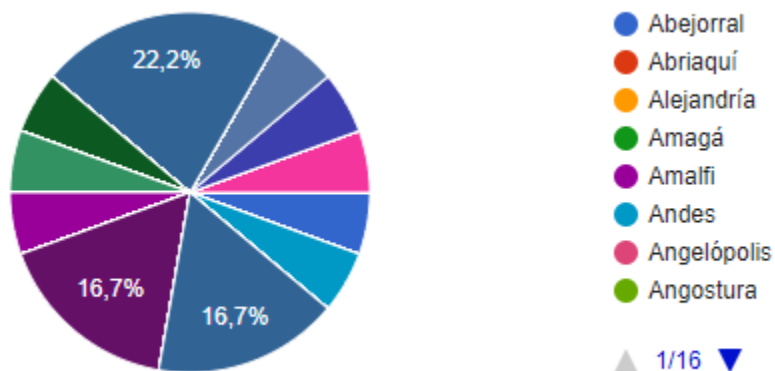
## 2. Satisfacción General

**¿Encontró fácilmente lo que estaba buscando?**



*Ilustración 3: Búsqueda de información en la WEB*

### 3. Municipio de Antioquia al que pertenece

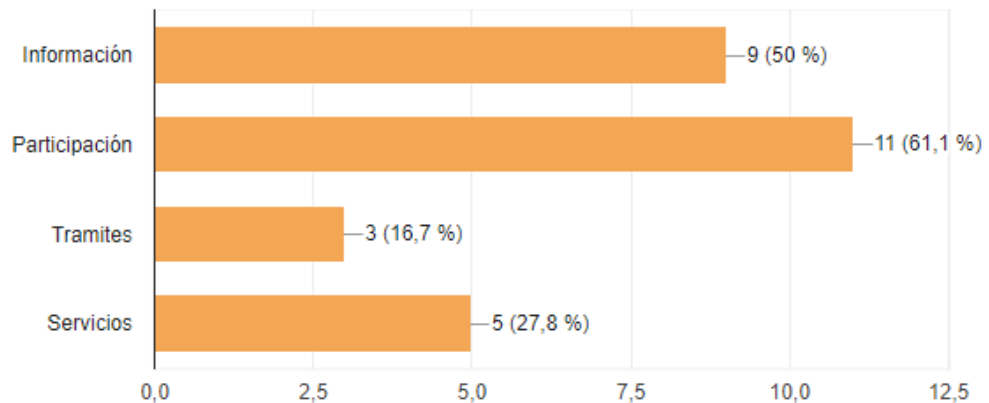


*Ilustración 4: Municipio de origen*

Municipio	Cantidad
Medellín	4
Santafé de Antioquia	3
Bello	3
Abejorral	1
Andes	1
Cocorná	1
Envigado	1
Itagüí	1
Pueblorrico	1
Puerto Berrío	1
Rionegro	1
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>

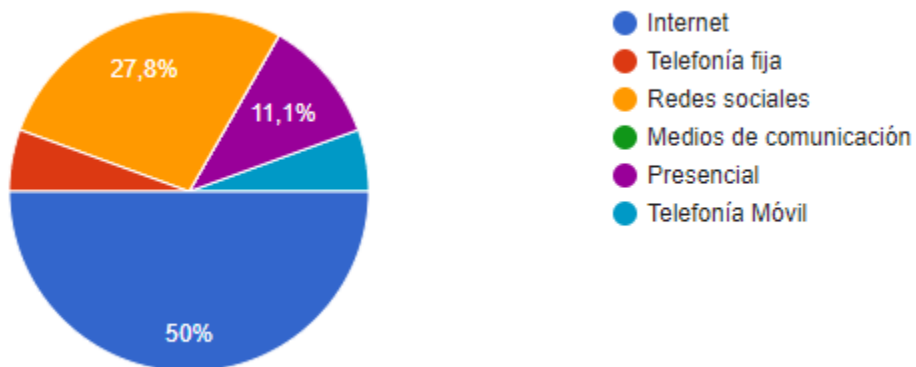
*Tabla 2: Municipio de origen*

#### 4. Servicios Requeridos:



*Ilustración 5: Servicios requeridos*

#### 5. Canales de Acceso que utiliza para acceder a los servicios del Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia:



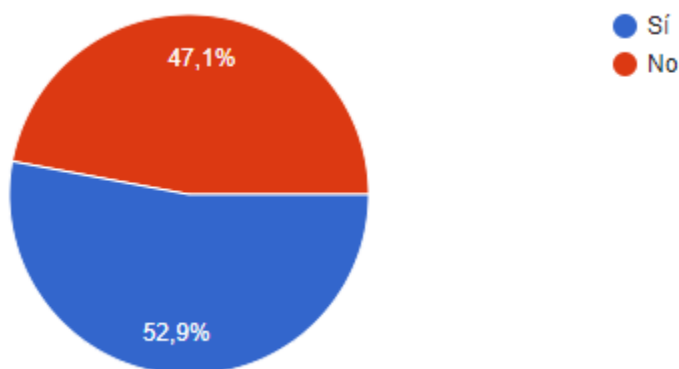
*Ilustración 6: Canales de acceso a los servicios*

## 6. Informe de PQRS

La información recolectada durante el ejercicio de caracterización de ciudadanos, usuarios y grupos de interés del Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia arrojó los siguientes resultados de acuerdo con la encuesta realizada y con el reporte de PQRS recibidas por el área encargada:

### a. Resultados generales

**¿Conoce los mecanismos a través de los cuales puede hacer peticiones, quejas y reclamos?**



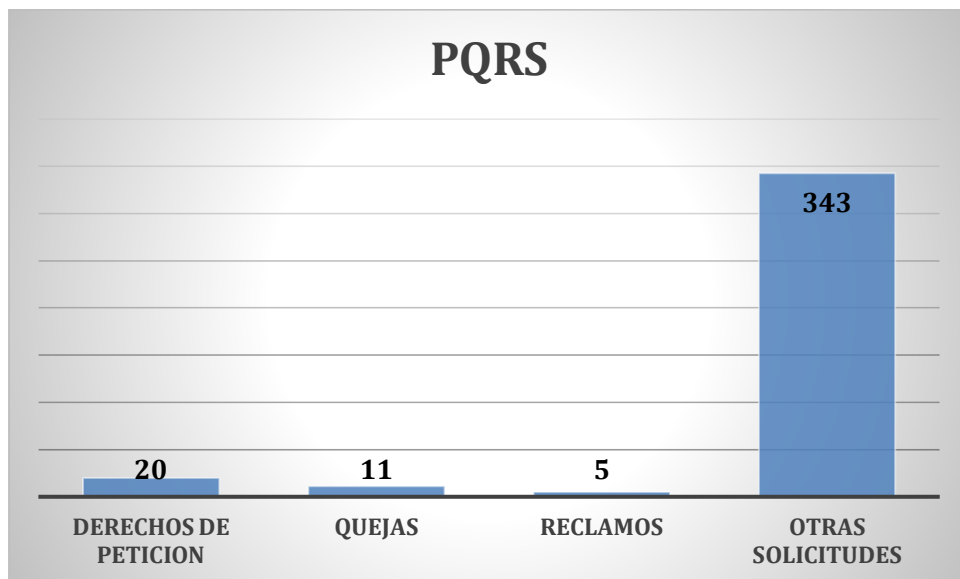
*Ilustración 7: Conocimiento de mecanismos de solicitud de PQRS*

### • Solicitudes recibidas de PQRS

Descripción	Total
Derechos de Petición	20
Quejas	11
Reclamos	5
Otras Solicitudes	343
<b>Total</b>	<b>379</b>

**Nota:** en otras solicitudes encontramos consultas, solicitud de apoyos, solicitud de espacios, solicitud de información, solicitud de documentos, entre otros.




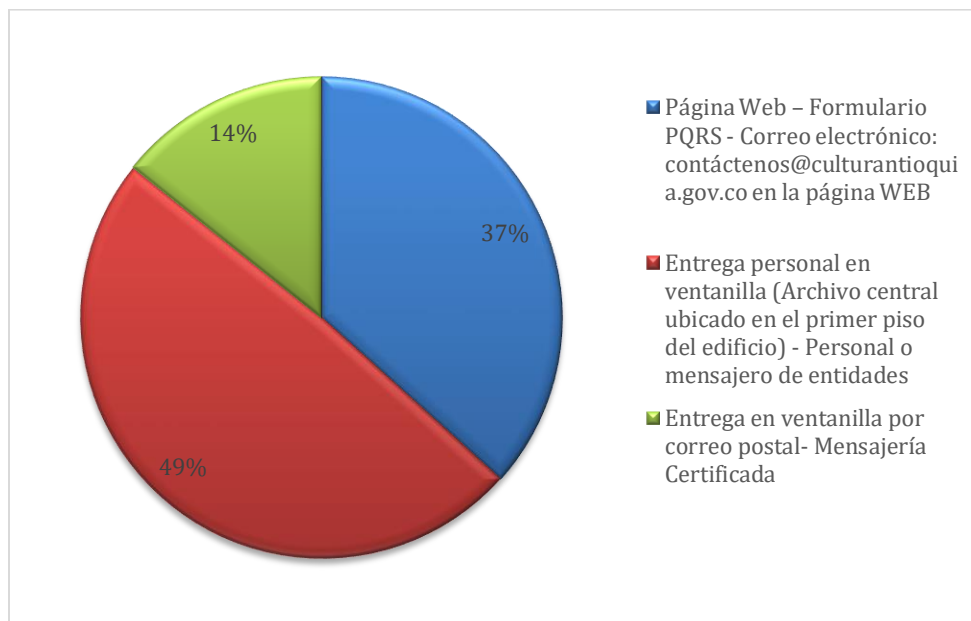


#### Medio por el cual realiza la solicitud

Página Web - Formulario PQRS - Correo electrónico: <a href="mailto:contáctenos@culturantioquia.gov.co">contáctenos@culturantioquia.gov.co</a> en la página WEB	<b>139</b>
Entrega personal en ventanilla (Archivo central ubicado en el primer piso del edificio) - Personal o mensajero de entidades	<b>186</b>
Entrega en ventanilla por correo postal- Mensajería Certificada	<b>54</b>
<b>TOTAL PQRS RECIBIDAS</b>	<b>379</b>

*Tabla 3: Medios de recepción de PQRS*

	<b>INFORME CARATERIZACIÓN DE USUARIOS INSTITUTO DE CULTURA Y PATRIMONIO DE ANTIOQUIA - 2019</b>	CÓDIGO I-GE-01
		VERSIÓN 01
		PAGINA 1/ 4



*Ilustración 8: PQRS recibidas*

En el 2019, del 04 de enero al 20 de noviembre, se receptionaron en el Instituto de Cultura y patrimonio de Antioquia un total trescientas siete (379) PQRS.

Para interpretar correctamente esta gráfica es necesario aclarar cuáles medios incluyen cada canal. En este sentido:

**Canal escrito:**


- Por ventanilla: personal o correo postal.
- Correo electrónico.
- Formulario web para PQRS.

**Canal presencial:**

- Atención presencial.

**Canal Telefónico:**

- Líneas de atención (Conmutador que direcciona a las a: Dirección, subdirecciones, planeación, patrimonio, comunicaciones y demás extensiones)

	<b>INFORME CARATERIZACIÓN DE USUARIOS INSTITUTO DE CULTURA Y PATRIMONIO DE ANTIOQUIA - 2019</b>	CÓDIGO I-GE-01
		VERSIÓN 01
		PAGINA 1/ 4

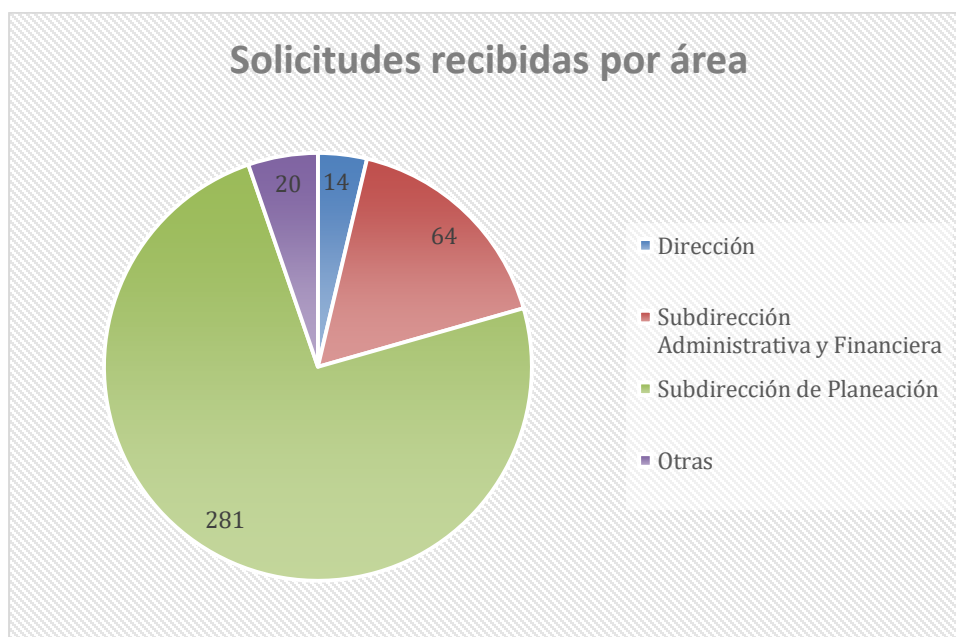
### Canal Virtual:

- Chat

Se evidencia que el canal escrito es el más demandado, sea a través de solicitudes vía e-mail, entrega personalizada o correo certificado.


### • Solicitudes recibidas por áreas

La clasificación de las áreas para la caracterización obedece a los procesos misionales o con un alto contacto externo, en este sentido se tiene la dirección, la subdirección administrativa y financiera, la subdirección de planeación y otras áreas, con los siguientes resultados:




*Ilustración 9: PQRS recibidas por áreas*

En términos generales, la gráfica 9 indica que la Subdirección de Planeación (que incluye los procesos misionales; Gestión Participativa de la Cultura, Gestión del Fortalecimiento de la Cultura, Gestión del Patrimonio, Gestión del Conocimiento) es el área con mayor cantidad de solicitudes atendidas (281) en el periodo indicado, seguido por la Subdirección Administrativa y financiera (64), posteriormente por otras áreas (20) y finalmente la Dirección (14).

	<b>INFORME CARATERIZACIÓN DE USUARIOS INSTITUTO DE CULTURA Y PATRIMONIO DE ANTIOQUIA - 2019</b>	CÓDIGO I-GE-01
		VERSIÓN 01
		PAGINA 1/ 4

- **De acuerdo con los Municipios de procedencia:**

Municipio	Solicitudes	Municipio	Solicitudes
Alejandría	1	Ituango	1
Amagá	1	Jardín	2
Amalfi	3	Jericó	1
Apartadó	2	La Ceja del Tambo	7
Arboletes	1	La Estrella	1
Barbosa	1	La Unión	2
Bello	11	Marinilla	3
Belmira	1	Medellín	193
Buriticá	4	Montebello	3
Caldas	4	Murindó	1
Cañasgordas	9	Pueblorrico	1
Caracolí	1	Puerto Berrío	2
Carolina del Príncipe	1	Remedios	2
Chigorodó	1	Rionegro	3
Ciudad Bolívar	4	Sabaneta	3
Concepción	2	Salgar	1
Copacabana	1	San Juan de Urabá	1
El Bagre	1	San Pedro de los Milagros	1
El Carmen de Viboral	2	San Pedro de Urabá	2
El Peñol	1	Santa Bárbara	1
El Retiro	4	Santa Fe de Antioquia	1
El Santuario	2	Santa Rosa de Osos	2
Entrerriós	2	Segovia	4
Envigado	4	Sonsón	4
Fredonia	4	Támesis	1
Frontino	1	Titiribí	3
Girardota	3	Turbo	1
Gómez Plata	1	Valdivia	1

	<b>INFORME CARATERIZACIÓN DE USUARIOS INSTITUTO DE CULTURA Y PATRIMONIO DE ANTIOQUIA - 2019</b>	CÓDIGO I-GE-01
		VERSIÓN 01
		PAGINA 1/ 4

Municipio	Solicitudes	Municipio	Solicitudes
Granada	1	Valparaíso	5
Guarne	3	Venecia	3
Guatapé	1	Yarumal	3
Heliconia	2	Zaragoza	3
Itagüí	7	Fuera de Antioquia	30
<b>TOTAL GENERAL</b>			<b>379</b>

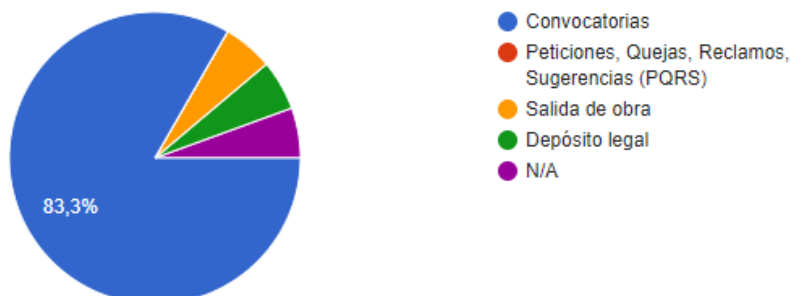
*Tabla 4: PQRS según municipio de procedencia*

La tabla 4 evidencia que en mayor proporción las solicitudes son allegadas desde Medellín (193), seguido de otros municipios fuera de Antioquia con treinta solicitudes (30). Finalmente se resalta que se reciben solicitudes del 53% de los municipios del Departamento.


## 7. Trámites en la entidad

Primero que todo es importante dejar claridad sobre la agrupación de temas similares para facilitar el manejo de datos; de acuerdo con la gráfica 10 se evidencia que uno de los trámites más solicitados son los relacionados con las convocatorias públicas - (15), seguido por salida de obras y depósito legal (1) respectivamente.

### ¿Qué trámites realiza en el Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia?

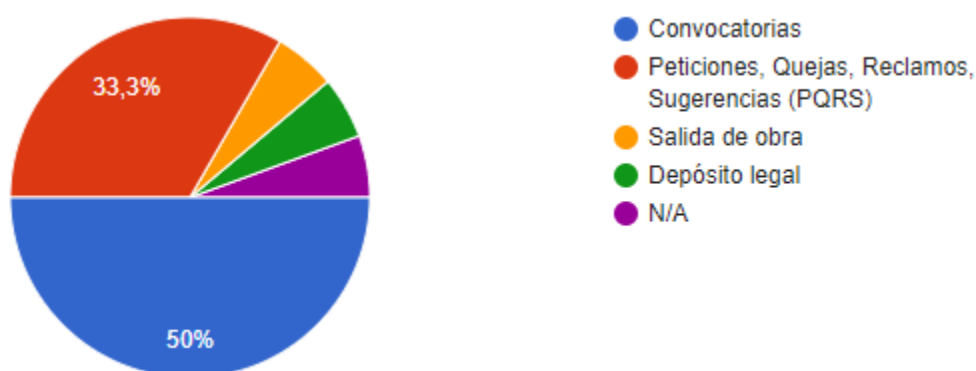


*Ilustración 10: Tipos de trámites*

	<b>INFORME CARATERIZACIÓN DE USUARIOS INSTITUTO DE CULTURA Y PATRIMONIO DE ANTIOQUIA - 2019</b>	CÓDIGO I-GE-01
		VERSIÓN 01
		PAGINA 1/ 4

El gráfico 10 muestra los trámites que son más frecuentes en los usuarios del portal WEB, siendo las convocatorias el principal trámite realizado con el 83,3%, seguido de salida de obra y depósito legal con el 5,6% en ambos casos.

### ¿Qué trámite considera más complejo de realizar en el Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia?



*Ilustración 11: Trámites más complejos*

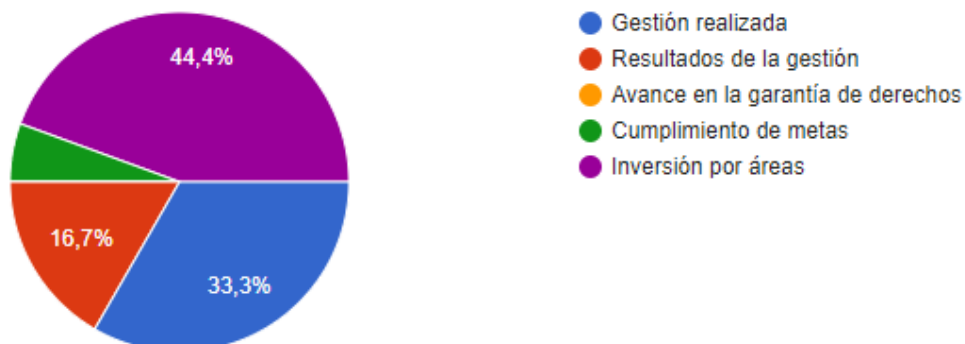
De acuerdo con el gráfico 11 los usuarios consideran que los trámites más complejos de realizar son las convocatorias con el 50% seguido de las Peticiones, Quejas, Reclamos, Sugerencias (PQRS) con el 33,3%.

## 8. Información de interés para los usuarios

Se les consultó a los usuarios que información les gustaría conocer relacionada con la gestión realizada por la entidad, a lo cual respondieron lo siguiente:

### ¿Qué información le gustaría conocer del Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia?

En cuanto a la información de interés, es de aclarar que esta clasificación se realiza de acuerdo con el objeto misional de la entidad y los servicios prestados por la misma. En mayor cantidad predomina la inversión realizada al sector (44,4%), seguido de la gestión realizada (33,3%), los resultados de dicha gestión (16,7%) y el cumplimiento de metas (5,6%).

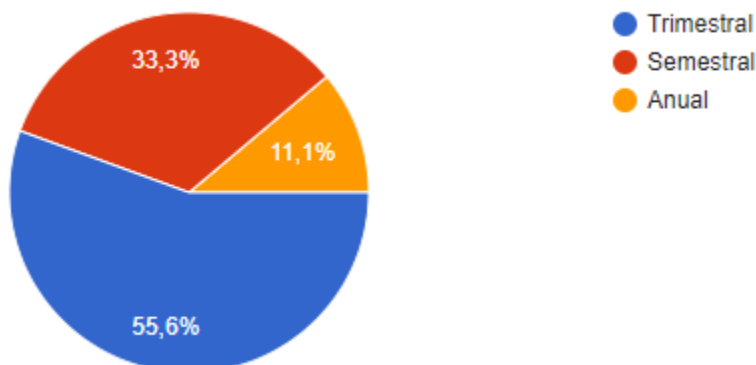


*Ilustración 12: Información de interés para los usuarios*


## 9. Espacios de participación

Se les consultó a los usuarios del portal WEB sobre los espacios de diálogo y socialización del cumplimiento de objetivos y los mecanismos para desarrollar dichos espacios a lo cual respondieron lo siguiente:

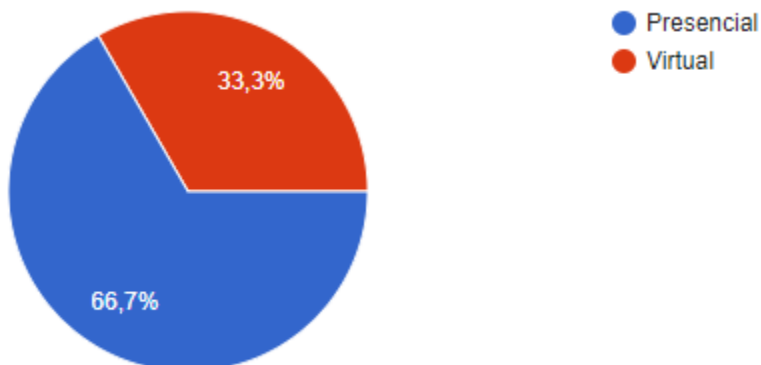
**¿Con qué periodicidad le gustaría que se realizaran espacios de diálogo y socialización del cumplimiento de objetivos de la Entidad (Rendición de cuentas)?**



*Ilustración 13: Periodicidad de la información*

	<b>INFORME CARATERIZACIÓN DE USUARIOS INSTITUTO DE CULTURA Y PATRIMONIO DE ANTIOQUIA - 2019</b>	CÓDIGO I-GE-01
		VERSIÓN 01
		PAGINA 1/ 4

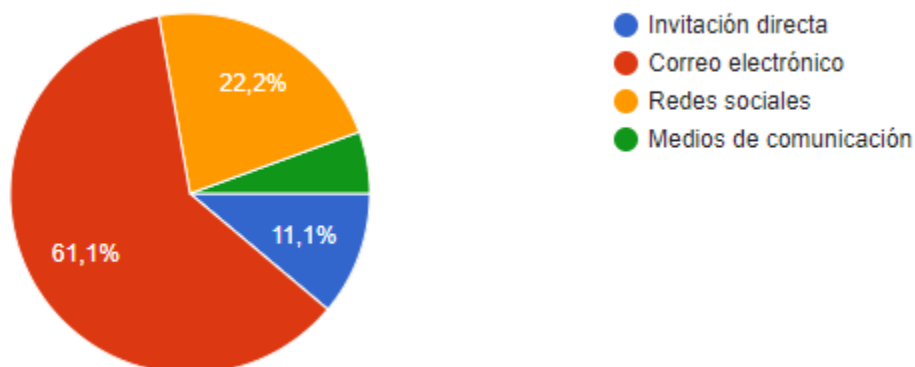
**¿A través de que medio le gustaría que se realizara la rendición de cuentas de la Entidad?**



*Ilustración 14: Medios para la rendición de cuentas*

Frente a las ilustraciones 13 y 14 es de resaltar, que los usuarios del portal WEB están interesados en conocer los resultados de la gestión realizada por el Instituto de Cultura y Patrimonio de Antioquia de manera trimestral y de modo presencial.

**¿Por qué medio le gustaría ser convocado para asistir a los espacios de diálogo y socialización del cumplimiento de objetivos de la Entidad?**



*Ilustración 15: Medios para convocatoria a espacios de diálogo*

Frente a los medios para convocar a los ciudadanos, los usuarios prefieren el correo electrónico, seguido de las redes sociales.