

**GERENCIA DE MERCADEO- DIRECCIÓN
DE CLIENTE Y ATENCIÓN CIUDADANA**

GUÍA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS Y DEMÁS GRUPOS DE INTERÉS

IM OC GME IF 007





GUÍA PARA LA CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS Y DEMÁS GRUPOS DE INTERÉS DE LA INDUSTRIA MILITAR.

1.1 Introducción

1.2 Propósito de la Caracterización

1.3 Metodología para Caracterizar Usuarios

1.3.1 Formular Objetivos

1.3.2 Establecer un líder

1.3.3 Establecer Variables y Desagregación

1.3.4 Priorizar Variables

1.3.5 Identificar Mecanismos y Recolectar Información

1.3.6 Automatizar la información y establecer grupos o segmentos de ciudadanos, usuarios o grupos de interés.

1.3.7 Divulgar y Publicar la información



BIBLIOGRAFÍA.

1.1. INTRODUCCIÓN



Identificar las particularidades (características, necesidades, intereses, expectativas y preferencias) de los ciudadanos, usuarios o interesados con los cuales interactúa la Industria Militar, con el fin de agruparlos según atributos o variables similares y a partir de allí, generar acciones acorde con lo establecido en el Procedimiento para Tomar Acciones de Mejora, Preventivas y Correctivas IM OC OFP PR 002.

1.2. PROPÓSITO DE LA CARACTERIZACIÓN

Mejora del servicio al ciudadano y trámites	Espacios de participación ciudadana y rendición de cuentas
Diseño o adecuación de la oferta institucional	Identificar información de interés para la ciudadanía y lugares de encuentro
Diseño de una estrategia de mejoramiento y ampliación de canales de atención	Diseño de una estrategia de rendición de cuentas
Diseño de los procesos de servicio al ciudadano y atención de PQRSD	Diseñar ejercicios de participación ciudadana a partir de intereses de la población



1.3. METODOLOGÍA PARA CARACTERIZAR USUARIOS



¿Quién lo hace?

La Dirección de Cliente y Atención Ciudadana

¿Qué registros se generan?
Informes de encuestas

1.3.1. FORMULAR OBJETIVOS



Al identificar los objetivos, es posible realizar los ajustes necesarios que permitan el diseño de:

- Políticas Públicas
- Políticas de Servicio al Ciudadano
- Espacios de Participación Ciudadana Registro de Trámites e información ante el SUI
- Producción y Difusión de Información
- Espacios de Rendición de Cuentas
- Implementación Gobierno Digital

1.3.2. ESTABLECER UN LÍDER



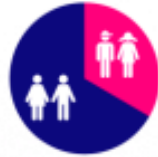
Al establecer grupos de trabajo se puede generar Sinergia al interior de la organización y poder conocer las características, necesidades, intereses, expectativas y preferencias de nuestros ciudadanos y demás grupos de interés, esto permite:

- Centralizar información del ejercicio
- Difundir la información al interior de la entidad
- Facilitar consulta externa de los resultados

1.3.3. ESTABLECER VARIABLES Y DESAGREGACIÓN



GEOGRÁFICAS
• Ubicación



DEMOGRÁFICAS
• Edad
• Sexo
• Actividad económica
• Lenguas o idiomas



INTRÍNSECAS
• Uso de Canales

1.3.4. PRIORIZAR VARIABLES



De acuerdo con los Objetivos establecidos, el siguiente paso consiste en identificar cuáles son los tipos de variables o categorías objeto de estudio y cuál es el nivel de profundidad y desagregación de la información requerida.

1.3.5. IDENTIFICAR MECANISMOS Y RECOLECTAR INFORMACIÓN



En este paso, se identificarán los mecanismos mediante los cuales, se podrá recolectar la información que servirá como insumo para la caracterización de los ciudadanos, usuarios y demás grupos de interés.

Es muy importante establecer el alcance, los recursos y nuevamente repasar los objetivos que se pretenden alcanzar con la caracterización, ya que estos determinarán los instrumentos que se deben utilizar.

ENCUESTA



Las encuestas se clasifican como estudios observacionales, es decir, en el que 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 estudio¹. Pueden realizarse presencial, virtual o telefónicamente para que la entidad obtenga información del contexto y la interacción con el usuario; para poder abarcar el mayor número de personas, disminuir, costos y obtener una respuesta ágil.

¹ Se sugiere visitar el portal www.datos.gov.com en donde se encuentra el catalogo de Datos Abiertos, en donde las entidades Públicas , publican sus datos abiertos para que puedan ser aprovechadas por terceros, para el desarrollo de servicios de valor agregado .

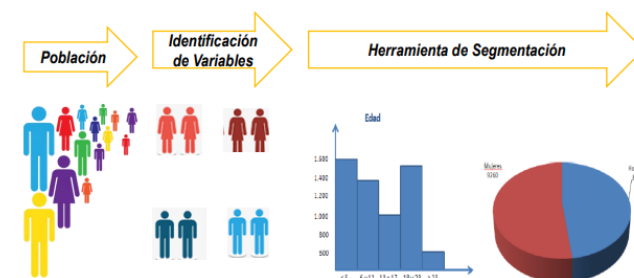
1.3.6. AUTOMATIZAR LA INFORMACIÓN Y ESTABLECER GRUPOS O SEGMENTOS DE CIUDADANOS, USUARIOS O GRUPOS DE INTERÉS.

Una vez se ha recolectado la información de cada una de las variables, se recomienda la estructura y automatización de bases de datos que faciliten el análisis, cruce y filtro de la información con miras a segmentar a los ciudadanos, usuarios o grupos de interés.



Una primera segmentación se obtiene al cuantificar los ciudadanos, usuarios o grupos de interés que comparten cada una de las variables.

Una herramienta que facilita esta segmentación, es la elaboración de graficas circulares para cada una de la variables.



1.3.7. DIVULGAR Y PUBLICAR LA INFORMACIÓN

Un último paso en el ejercicio de caracterización de ciudadanos, usuarios o grupos de interés, consiste en que la entidad realice un proceso interno de divulgación de la información, de modo que los resultados sean conocidos por todas las dependencias y líderes de proceso, de tal manera que se tomen las decisiones y acciones de mejora pertinentes.



RECOMENDACIONES

Así mismo, con el fin de fortalecer los procesos de colaboración y coordinación con las entidades de la administración pública y en cumplimiento de la Ley 1712 de 20142 , se recomienda que la entidad publique los resultados de los ejercicios de caracterización, de forma tal que puedan servir de referencia para otras entidades.

En este sentido, es importante que la información a publicar, cumpla con los requerimientos legales establecidos en la **Ley 1266 de 2008** y **Ley 1581 de 2012** y otras relacionadas con la protección de datos personales y que para facilitar el intercambio de los datos, se tengan en cuenta los lineamientos establecidos por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia, en lo relacionado con el tipo de lenguaje a utilizar para el intercambio de Información.³



CARACTERIZACIÓN Y PRIORIZACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS DE LA INDUSTRIA MILITAR

La Industria Militar, en su proceso de planeación estratégica y en cumplimiento a la guía para la caracterización de usuarios y demás grupos de interés, identificó a sus grupos de interés, a los que la organización les suministra bienes y/o servicios, así como la incidencia que tienen en la toma de decisiones e impacto tomando como referente una serie de atributos.



CLIENTES

GRUPOS DE INTERÉS	ATRIBUTOS	PRIORIZACIÓN		
		ALTA 4 - 5	MEDIA 3- 2	BAJA 0-1
CLIENTES Corresponde a: <ul style="list-style-type: none"> • Cliente Interno (Trabajadores) • Clientes VIP (Drummond, Cerrejón) • Clientes Armas y Municiones. • Empresas de seguridad y Organismos de seguridad del Estado. • Clientes Explosivos. • Clientes Productos Militares. • Clientes Servicios de Laboratorio. • Clientes Productos Metalmecánicos. • Clientes Productos Químicos. • Clientes exportación • Ministerio de Defensa • Fuerzas Militares. 	Generación de ingresos.	5		
	Desarrollo económico y social.	5		
	Portavoces de marca.	5		
	Fortalecimiento en la relación comercial.	5		
	Responsabilidad social como proveedor de monopolio.	4		
	Acompañamiento en servicio Post Venta.	5		
	TOTAL	29		

PROVEEDORES Y ESTADO

GRUPOS DE INTERÉS	ATRIBUTOS	PRIORIZACIÓN		
		ALTA 4 - 5	MEDIA 3- 2	BAJA 0-1
PROVEEDORES	Suministro de materia prima, insumos y servicios para llevar a cabo la actividad económica de la empresa, teniendo en cuenta la calidad de lo ofrecido y los tiempos de entrega.	5		
	Cumplimiento de los estándares de calidad.	5		
TOTAL		10		
ESTADO	Seguir las leyes y políticas públicas.	5		
	Alinearse al Plan nacional de desarrollo.	5		
	Acatar Marcos regulatorios.	5		
	Actuar bajo los parámetros establecidos.	5		
TOTAL		20		

Corresponde a:

- Entidades públicas generadoras de políticas públicas.
- Entidades Adscritas.
- Rama Judicial.
- Rama Legislativa.
- Fuerzas Militares

ORGANISMOS DE CONTROL Y COMUNIDADES

GRUPOS DE INTERÉS	ATRIBUTOS	PRIORIZACIÓN		
		ALTA 4 - 5	MEDIA 3- 2	BAJA 0-1
ORGANISMOS DE CONTROL Corresponde a: <ul style="list-style-type: none"> • Contraloría General De La República y Contralorías Territoriales. • Procuraduría General De La Nación. • Defensoría Del Pueblo. • Personería Municipal. • Contaduría General De La Nación. 	Generación y reporte de Estados Financieros.	5		
	Vigilancia al cumplimiento de las obligaciones de transparencia y acceso a la información de la Ley 1712 de 2015.	5		
	Informes sobre la situación de derechos humanos y derecho internacional humanitario e informe al Congreso de la República.	4		
	Alertar oportunamente sobre los hechos irregulares de la Gestión Pública.	5		
	Informes sobre la situación de derechos humanos.	4		
	TOTAL		23	
COMUNIDADES Corresponde a: <ul style="list-style-type: none"> • Barrios • Vecindarios • Localidades • Municipios • Asociaciones religiosas • ONG • Fundaciones • Cárceles 	Impacto ambiental, social y económico del entorno en actividades que desempeña INDUMIL para la elaboración de sus productos.	4		
	TOTAL		4	

GRUPOS DE VALOR Y ORGANISMOS MULTILATERALES

GRUPOS DE INTERÉS	ATRIBUTOS	PRIORIZACIÓN		
		ALTA 4 - 5	MEDIA 3- 2	BAJA 0-1
GRUPOS DE VALOR Corresponde a: <ul style="list-style-type: none"> • Ciudadanía en General. • Fondos de Pensiones y Cesantías. • Uso de buen retiro (Fuerzas Públicas). • Pequeños Empresarios 	Construcción de democracia	4		
	Favorecer el control de los gobernantes en la organización.	5		
	Transmiten sus preferencias y necesidades.	5		
	Contribuyen a mejorar la política y la gestión de los asuntos públicos.	5		
	Aportan al desarrollo de comunidades y economías regionales.	4		
	TOTAL	23		
ORGANISMOS MULTILATERALES Corresponde a: <ul style="list-style-type: none"> • Cooperación Internacional. • Embajadas con las que Indumil tiene acuerdos comerciales en Colombia. • OEA • CAN – Unión Europea, Triangulo norte y Alianza del Pacifico. 	Incentivan a la Organización para que adopten estándares internacionales.	4		
	Incentivan la responsabilidad social empresarial.	5		
	Asisten en la Internacionalización de productos de la organización.	5		
	Fortalecen las capacidades nacionales en materia de desarrollo sostenible.	5		
	Comparten nuevas tendencias del mercado.	5		
	TOTAL	24		

CONTROL SOCIAL Y ACADEMIAS

CONTROL SOCIAL Corresponde a: <ul style="list-style-type: none"> • Veeduría Ciudadana. • Instituciones de Educación Superior. • Instituciones de Investigación. 	Promueven el fortalecimiento de los procesos de participación ciudadana.	5		
	Fortalecen los mecanismos de control frente a la corrupción en la contratación pública.	5		
	Velan por los intereses de las comunidades.	5		
TOTAL		15		
ACADEMIA Y ORGANISMOS CERTIFICADORES Corresponde a: Instituciones Educativas Entidades certificadoras <ul style="list-style-type: none"> • ICONTEC. • ONAC. • CORCA. • DIAN • ORION • Y LAS DEMAS QUE APLIQUEN 	Evalúan el grado de cumplimiento de los requisitos establecidos y que contribuyen al logro de los objetivos institucionales.	5		
	Demuestran y evidencian que los procedimientos de la organización cumplen con los requisitos definidos en una Norma técnica y/o en un reglamento que lo antecede.	5		
	Certifican, autorizan y acreditan a la entidad en el SGI (Sistema de Gestión Integral).	5		
	Realizan reconocimientos en la gestión efectuada por la organización.	5		
TOTAL		20		

SISTEMA DE GESTIÓN INTEGRAL

Certificaciones más representativas



SC-537 1, 2, 3



SA 344-1, 2, 3



OS 396-1, 2, 3



SI- CER-180683



CMD-SG-00014



CLBOG 00898-1-7



IMPORTADOR - RES. 011940
EXPORTADOR - RES. 011941



CER-SOS-21-006



2023-CS-138



CP-CER-SND0028



RES. NO CSR 0536 - 2021

