

Tr=ce.

CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	3
1. OBJETIVOS.....	4
1.1 Objetivo General.....	4
1.2 Objetivos Específicos.....	4
2. NORMATIVIDAD.....	4
3. ALCANCE.....	5
4. RESPONSABLES.....	5
5. ¿QUÉ ES UNA CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS?.....	6
6. BENEFICIOS DE LA CARACTERIZACIÓN.....	7
7. PERIODO DE ESTUDIO.....	7
8. METODOLOGÍA.....	7
9. CAMPO DE APLICACIÓN.....	8
9.1. Usuarios Internos.....	8
9.2. Usuarios Externos.....	9
10. CONDICIONES PARA UNA CARACTERIZACIÓN EFECTIVA.....	10
11. IDENTIFICACIÓN DE MECANISMOS PARA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	10
12. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES Y NIVELES DE DESAGREGACIÓN.....	11
13. VARIABLES PARA LA CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS INTERNOS.....	11
14. VARIABLES PARA LA CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS EXTERNOS.....	12
15. PRIORIZACIÓN DE VARIABLES.....	13
16. ANÁLISIS CARACTERIZACIÓN DE VARIABLES USUARIOS INTERNOS.....	17
16.1. Caracterización de los Empleos.....	17
16.2. Caracterización de los Colaboradores.....	19
16.3. Caracterización Contratistas.....	21
17. CARACTERIZACIÓN VARIABLES USUARIOS EXTERNOS.....	26
17.1. Ciudadanía (Fuente: Informes de PQRS).....	26
17.2. Retroalimentación sobre Contenidos In House por los Fans número 1 de Canal Trece.....	29
18. CONTROL DE CAMBIOS.....	43
19. CONTROL DE APROBACIÓN.....	43

INTRODUCCIÓN

En el marco de su naturaleza como Entidad Industrial y Comercial del estado, Teveandina Ltda – Canal Trece presta un servicio de carácter informativo, educativo y cultural de acuerdo a sus obligaciones y objetivos institucionales asignados por ley. La prestación de un servicio de este tipo implica tener en cuenta las necesidades y sobre todo, las expectativas de la ciudadanía, con el fin de consolidar contenidos de interés y calidad en el marco de la promoción de los derechos y deberes ciudadanos. Caracterizar hace referencia a identificar las particularidades de los ciudadanos, usuarios o grupos de interés con los cuales interactúa cada una de las entidades de la administración pública, con el fin de segmentarlos en grupos que compartan atributos similares y a partir de allí gestionar acciones para: (i) el diseño o adecuación de la oferta institucional, (ii) el establecimiento de una estrategia de implementación o mejora de canales de atención, (iii) el diseño de una estrategia de comunicaciones e información para la ciudadanía, (iv) el diseño de una estrategia de rendición de cuentas que incluya acciones pertinentes en materia de información, diálogo e incentivos, v) el diseño e implementación de mecanismos de participación ciudadana en la gestión y en general (vi) la adecuada implementación y evaluación de políticas públicas (MINTIC,2018).

Para ello es necesario identificar las características, necesidades, intereses, expectativas y preferencias de estos. Al identificar estos aspectos es posible hacer los ajustes necesarios a la oferta de productos y servicios de Teveandina Ltda – Canal Trece. A continuación, se presenta la caracterización de usuarios internos y externos de la entidad realizada en la vigencia 2020.

1. OBJETIVOS

1.1 Objetivo General

Identificar y analizar las características, necesidades de información, comportamientos e intereses de los usuarios externos e internos de Teveandina Ltda.- Canal Trece, lo anterior, con el propósito de promover canales de comunicación eficientes ante la ciudadanía que permitan fortalecer la gestión administrativa, la toma de decisiones y la generación de contenidos en la entidad.

1.2 Objetivos Específicos

- Conocer e identificar las variables y características generales de los usuarios internos y externos de la entidad.
- Segmentar a los grupos de valor a partir de las variables identificadas.
- Analizar la preferencia, debilidades y fortalezas de los canales de atención que dispone la entidad a sus usuarios, para proponer estrategias de comunicación efectiva.
- Contextualizar y socializar los resultados analizados a los trabajadores oficiales y/o contratistas de la entidad, con el fin de implementar acciones de mejora en la gestión.
- Alinear el ejercicio de caracterización de usuarios con la política de Servicio al Ciudadano, Participación Ciudadana y la Estrategia de Rendición de Cuentas.

2. NORMATIVIDAD

Norma	Definición
Ley 1474 de 2011	“Por la cual se dictan normas orientadas a fortalecer los mecanismos de prevención, investigación y sanción de actos de corrupción y la efectividad del control de la gestión pública”.
Decreto 2693 de 2012	“Por el cual se establecen los lineamientos generales de la Estrategia de Gobierno en Línea de la República de Colombia, se reglamentan parcialmente las Leyes 1341 de 2009, 1450 de 2011, y se dictan otras disposiciones”.
Ley 1712 de 2014	“Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones”.
Decreto 1083 de 2015	“Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector de Función Pública”.
Decreto 1499 de 2017	“Por medio del cual se modifica el Decreto 1083 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Función Pública, en lo relacionado con el Sistema de Gestión establecido en el artículo 133 de la Ley 1753 de 2015”.

Fuente: (Elaboración propia, 2020)

3. ALCANCE

La caracterización de usuarios de Teveandina Ltda.- Canal Trece, es una herramienta de apoyo para todos los procesos de la entidad, partiendo desde el análisis de las variables identificadas descritas a continuación, donde se contempla la relación que existe entre los usuarios externos e internos de la entidad, es decir, ciudadanía – entidad, organizaciones privadas y públicas – entidad y trabajadores oficiales y/o contratistas – entidad.

4. RESPONSABLES

A continuación, se especifican las responsabilidades articuladas a las Líneas de Defensa:

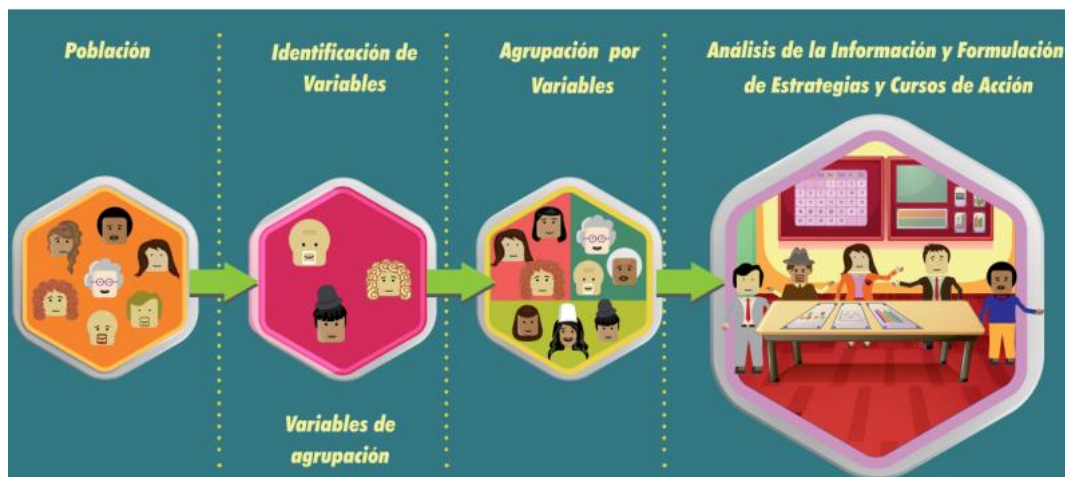
- **Línea Estratégica:** Adelantar el liderazgo orientado a la toma de decisiones con base en los requerimientos y necesidades identificados a partir de la caracterización de usuarios del Canal.
- **Primera Línea de Defensa:** Tomar como base para la gestión institucional de los Planes de Acción del Canal los requerimientos de los usuarios del Canal y reportar cuando sea el caso la información necesaria que garantice contar con información actualizada y real.
- **Segunda Línea de Defensa:** Centralizar la información resultante del ejercicio de caracterización, difundir la información con el fin de mejorar las intervenciones de las diferentes dependencias da cara al ciudadano, promover el uso de los resultados de los ejercicios de caracterización y el análisis de la información para que sea actualizado permanentemente y facilitar la consulta externa de los resultados de la caracterización para generar sinergias con otras entidades, la ciudadanía en general, los usuarios o los grupos de valor de las instituciones.
- **Tercera Línea de Defensa:** Llevar a cabo los ejercicios de seguimiento que garanticen el cumplimiento en la identificación y revisión de las necesidades de los usuarios frente a la gestión del Canal a través de los líderes y responsables correspondientes.



Fuente: (Teveandina Ltda- Canal Trece, 2020. Líneas de Defensa CI)

5. ¿QUÉ ES UNA CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS?

Caracterizar en el contexto de este documento, hace referencia a determinar las particularidades que identifican a los ciudadanos, usuarios o grupos de interés en los cuales interactúa una entidad pública, lo anterior, con el propósito de segmentar la información obtenida en grupos que compartan atributos similares.



Fuente: (DNP- Guía de caracterización de ciudadanos, usuarios e interesados, 2015. Tomado de <https://www.funcionpublica.gov.co/documents/418537/34076909/Informe+de+caracterizaci%C3%B3n+2018.pdf/d70cd59f-d661-bd23-601e-743b7d8b5ce5>)

Dicha actividad permite a las entidades públicas fortalecer la confianza de ciudadanos en las organizaciones del estado y establecer acciones de mejora para el cumplimiento de sus objetos misionales, tales como:

- Estrategias de implementación o mejora de canales de atención.
- Diseño o adecuación de la oferta de servicios institucional.
- Estrategia de comunicaciones e información de calidad para la ciudadanía.
- Fortalecimiento de la Estrategia de Rendición de Cuentas.
- Diseño e implementación de mecanismos de participación ciudadana en la gestión y en general.
- La adecuada implementación y evaluación de políticas públicas.

6. BENEFICIOS DE LA CARACTERIZACIÓN

Realizar una caracterización de usuarios trae consigo los siguientes beneficios¹:

- ✓ Aumenta el conocimiento que la entidad tiene de sus usuarios.
- ✓ Ofrece elementos que permiten mejorar la comunicación entre la entidad y sus usuarios.
- ✓ Ayuda a determinar las necesidades de los usuarios eficientemente para que puedan ser satisfechas cuando lo solicitan.
- ✓ Permite enfocar los servicios ofrecidos y las comunicaciones hacia aquellos usuarios que más lo requieren.
- ✓ Permite implementar acciones que redunden en el fortalecimiento de la percepción de confianza que los usuarios pueden tener de la entidad y del Estado en general.
- ✓ Entrega elementos para ajustar servicios existentes y favorece el diseño de nuevos servicios para usuarios relevantes que no están siendo atendidos por los canales de acceso establecidos.
- ✓ Permite, de manera general, la planeación e implementación de estrategias orientadas hacia el mejoramiento de la relación usuario – entidad pública.

7. PERIODO DE ESTUDIO

La Caracterización de usuarios se realiza con información disponible de los procesos de la vigencia 2020.

8. METODOLOGÍA

A continuación, se especifican la Metodología con los pasos a seguir en el ejercicio de caracterización:

- ✓ **Paso 1.** Objetivos, alcance y responsables.
- ✓ **Paso 2.** Identificación de variables y niveles de desagregación.
- ✓ **Paso 3.** Priorización de variables.

¹ Min TIC y Gobierno en Línea, (2011). Guía para la Caracterización de Usuarios de las Entidades Públicas. Recuperado de https://www.mintic.gov.co/arquitecturati/630/articles-8536_recurso_1.pdf

- ✓ **Paso 4.** Identificación de mecanismos para recolección de información.
- ✓ **Paso 5.** Recopilación de información, establecimiento de grupos con características similares, análisis de información y presentación de resultados.

9. CAMPO DE APLICACIÓN

Las disposiciones contenidas en la presente caracterización son aplicables para todos los usuarios externos e internos que interactúan con la entidad.

9.1. Usuarios Internos

Colaboradores

- **Empleados de Planta:**

La planta de personal de Teveandina Ltda., está conformada por un total de veintidós (22) Trabajadores Oficiales y un (1) Empleado Público para un total de veintitrés (23) distribuidos de la siguiente manera:

Distribución de cargos de la Planta de Personal
Gerente
Director (a) Jurídica y Administrativa
Administrador (a) de Almacén y Archivo
Coordinador (a) de Contabilidad y Presupuesto
Productor(a)
Realizador (a)
Secretaria (o)
Profesional de Control Interno
Coordinador (a) de Comunicaciones y Sistemas
Soporte de Autódromos y Producción Interna
Dirección y Producción
Supervisor (a) de Programación
Mantenimiento
Administrador (a) de Emisión
Contador (a)
Conductor (a)
Coordinador (a) Técnico y de Producción
Servicios Generales
Asistente Administrativo y de Planeación
Soporte de Mercadeo
Coordinador de Tesorería y Facturación
Asistente Financiero
Recepcionista

- **Servidores Públicos - Contratistas:**

Son todos aquellos miembros de una entidad del Estado que por medio de un contrato de prestación de servicios se establecen unas condiciones generales de trabajo para desempeñar sus actividades laborales, es un contrato de naturaleza mercantil, lo cual significa que no es un contrato laboral.

- **Jefes y Líderes de Proceso**

Distribución de cargos de la Planta de Personal
Gerente
Director (a) Jurídica y Administrativa
Líder de Planeación Estratégica
Líder Comercial y Mercadeo
Líder TI
Asesor (a) Fortalecimiento de la Gestión Contractual
Asesor (a) Conceptual y de Producción
Asesor (a) de Contenidos
Coordinador (a) de Presupuesto y Contabilidad
Coordinador (a) de Sistemas y Comunicaciones
Supervisor (a) de Programación
Líder de Arquitectura y Gobierno Digital
Líder de Digital
Profesional de Control Interno

9.2. Usuarios Externos

Personas Naturales

- **Ciudadanía:**

Se entiende como ciudadanía a la pertenencia de una persona en una comunidad o sociedad organizada. En consecuencia, un ciudadano es un vínculo jurídico que une a una persona con un Estado, en tanto, es portador de derechos y deberes respaldados por la ley.

- **Televidentes:**

Persona que contempla las imágenes transmitidas por televisión.

Personas Jurídicas:

- **Entidades públicas:**

Las entidades públicas empresariales son organismos públicos a los que se les encomienda la realización de actividades prestacionales, la gestión de servicios o la producción de bienes de interés público susceptibles de contraprestación.

- **Entidades privadas:**

Es un tipo de empresa comercial que es propiedad de inversores privados, no gubernamentales, accionistas o propietarios, y está en contraste con las instituciones estatales, como empresas públicas y organismos gubernamentales. Las empresas privadas constituyen el sector privado de la economía.

10.CONDICIONES PARA UNA CARACTERIZACIÓN EFECTIVA

- **Geográfica:** por medio de esta variable podemos ubicar la posición geográfica de los ciudadanos por localidad, barrio, dirección de residencia.
- **Sociodemográfica:** descripción de las características sociales y demográficas: grado de escolaridad, ingresos, lugar de residencia, composición familiar, estrato socioeconómico, genero, grado de escolaridad, lugar de residencia, composición familiar, estrato socioeconómico, estado civil, grupo étnico.
- **Tipo de usuario:** es el tipo de personas que realizan solicitudes pueden ser naturales, jurídicas divididas entre el sector público y privado.
- **Intrínsecas:** se refieren a actividades, preferencias individuales o estilos de vida de cada ciudadano lo cual permite identificar varias características para diferenciarlos, como el uso de los diferentes canales de atención al ciudadano
- **De comportamiento:** se refieren a las acciones observadas en los ciudadanos, lo que da lugar a interactuar con una entidad y las características de esta interacción, sin tener en cuenta sus preferencias, jerarquía o tipos de vinculación.
- **De comportamiento organizacional:** es un campo de estudio en el que se investiga el impacto que individuos, grupos y estructuras tienen en la conducta dentro de las organizaciones, con la finalidad de aplicar estos conocimientos a la mejora de la eficacia de tales organizaciones.

11.IDENTIFICACIÓN DE MECANISMOS PARA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Este ejercicio de caracterización toma como referencia la información con la que actualmente cuenta la Secretaría General la cual es tomada de diferentes fuentes; a continuación, se describen aquellas de mayor relevancia en el proceso:

- Información recopilada en canales de atención al ciudadano, durante la interacción de ciudadanos y usuarios que son atendidos a través de los diferentes canales disponibles: presenciales, virtuales y telefónicos.
- Registros Administrativos y de Sistemas de Información: teniendo en cuenta las condiciones de accesibilidad de los usuarios internos y externos.

12. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES Y NIVELES DE DESAGREGACIÓN

La priorización de las variables para la caracterización de usuarios se basó en la identificación de las condiciones estratégicas para el levantamiento de información, esto a partir del análisis de 5 criterios de análisis: relevantes, económicos, medibles, asociativas, consistentes, y calificando su relevancia con uno (1) si no cumple y cinco (5) si cumple, aquellas variables que tuvieron como resultado final una puntuación de tres (3) en adelante fueron las variables seleccionadas para la realización del ejercicio de caracterización de usuarios de Teveandina Ltda.- Canal Trece.

13. VARIABLES PARA LA CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS INTERNOS

Teveandina Ltda.- Canal Trece, de acuerdo con los objetivos establecidos presenta a continuación los diferentes tipos de variables y/o categorías (cualitativa o cuantitativa) con las que podrá estudiar a profundidad la desagregación y segmentación la información requerida.

Tabla 1. Caracterización Usuarios Internos

Colaboradores			
(Empleados de Planta- Empleados públicos- Contratistas)			
Condiciones geográficas	Condiciones sociodemográficas	Condiciones Intrínsecas	Condiciones de comportamiento
<ul style="list-style-type: none"> • Ciudad/ Municipio • Dirección 	<ul style="list-style-type: none"> • Equidad y género • Edad • Nivel educativo • Estado civil • Categoría Caja de Compensación (Empleados de Planta) • Grupo étnico • Condiciones de discapacidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de canales • Conocimiento de los canales de atención a la ciudadanía. • Acceso a canales. • Tipo de vinculación 	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel jerárquico

14. VARIABLES PARA LA CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS EXTERNOS

Tabla 2. Caracterización Usuarios Externos – Personas Naturales

Personas Naturales			
Ciudadanía			
Condiciones Sociodemográficas		Condiciones Intrínsecas	Condiciones de comportamiento
<ul style="list-style-type: none"> • Edad • Género • Nivel educativo • Estrato socioeconómico • Grupo étnico • Condiciones de discapacidad 		<ul style="list-style-type: none"> • Uso de canales • Conocimiento de los canales de atención a la ciudadanía. • Tiempos de respuesta a los requerimientos de la ciudadanía. • Acceso a canales 	<ul style="list-style-type: none"> • Temáticas de solicitud de información
Televidentes/ Fans Número 1			
Condiciones geográficas	Condiciones sociodemográficas	Condiciones Intrínsecas	Condiciones de comportamiento
<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación 	<ul style="list-style-type: none"> • Edad • Género • Grupo étnico • Condiciones de discapacidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de canales • Acceso a canales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Temáticas de Audiencias Reach (alcance) rating, y adhesión (composición del target).

Tabla 3. Caracterización Usuarios Externos – Personas Jurídica

Personas Jurídicas		
Empresas Públicas		
Condiciones geográficas	Condiciones sociodemográficas	Condiciones de comportamiento organizacional
<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación 	<ul style="list-style-type: none"> • Sector al que pertenece • Fuente de recursos • Productos y servicios ofrecidos/requeridos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio utilizado o requerido. • Frecuencia de uso.
Empresas Privadas		
Condiciones geográficas	Condiciones sociodemográficas	Condiciones de comportamiento organizacional
<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación • Cobertura 	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de organización. • Sector al que pertenece. • Productos y servicios ofrecidos/requeridos. • Tamaño de la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio utilizado o requerido. • Frecuencia de uso.

15. PRIORIZACIÓN DE VARIABLES

Teniendo en cuenta la clasificación de variables incluidas en la Guía de Caracterización de Usuarios de las Entidades Públicas del Departamento Nacional de Planeación - DNP, se establecieron las variables que permitirán la identificación de atributos comunes a medir en el ejercicio de caracterización. Posteriormente realizar una priorización de las mismas, con el fin de escoger solamente aquellas que sean relevantes para el cumplimiento de los objetivos para Teveandina Ltda.- Canal Trece, y que así mismo sean fácilmente medibles y el beneficio de la información que aporta al ejercicio sea superior al costo de su recolección.

A continuación, se presentan los criterios que determina la entidad para realizar dicha priorización:

- **Relevante:** Aquellas que están relacionadas con el objetivo de la caracterización y aportan al cumplimiento de los objetivos del ejercicio.
- **Económica:** 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.
- **Medible:** Variables que puedan observarse o medirse para cada ciudadano, usuario o grupo de interés.
- **Asociativa:** Deben permitir realizar segmentaciones. Estas variables deben asociarse o relacionarse con las necesidades de la mayoría de los usuarios de cada grupo para garantizar la relevancia.
- **Consistente:** Variables cuyos resultados o valores permanecen en el tiempo.

Se priorizan los criterios de acuerdo con los objetivos establecidos para el ejercicio de caracterización y las prioridades de la entidad para finalmente escoger la variable el que tenga mayor puntaje en el criterio que tenga un mayor peso.

Tabla 4. Priorización de Variables Usuarios Internos - Colaboradores

Grupo: Colaboradores		(Empleados de Planta- Empleados públicos- Contratistas)							
Categoría	Variable	Calificación: La variable es					Total	Seleccionada	
		Relevante	Económica	Mediable	Asociativa	Consistente		SI	NO
Condiciones Geográficas	Ciudad/Municipio	1	1	1	1	1	5	SI	
	Dirección	1	1	1	1	1	5	SI	
	Barrio	0	1	0	1	0	2		NO
	Localidad	0	1	0	1	0	2		NO
Condiciones sociodemográficas	Equidad y género	1	0	1	1	1	4	SI	
	Edad	1	0	1	1	1	4	SI	
	Nivel educativo	1	1	1	1	0	4	SI	
	Estado civil	1	1	1	1	0	4	SI	
	Estrato Socioeconómico	0	0	0	1	1	2		NO
	Categoría Caja de Compensación (Empleados Planta)	1	0	1	1	1	4	SI	
	Grupo étnico	1	0	1	1	1	4	SI	
	Condiciones de discapacidad	1	0	1	1	1	4	SI	
Condiciones Intrínsecas	Uso de canales	1	1	0	0	0	2		NO
	Conocimiento de los canales de atención a la ciudadanía	0	0	1	1	0	2		NO
	Tipo de Vinculación	1	0	1	1	1	4	SI	
	Acceso a canales	1	0	0	1	0	2		NO
Condiciones de comportamiento	Nivel Jerárquico	1	0	1	1	1	4	SI	

Fuente: (Adaptado de Guía Metodológica para la Formulación de Indicadores del DNP, 2009).

Tabla 5. Priorización de Variables Usuarios Externos – Personas Naturales

Grupo: Personas Naturales	Ciudadanía									
	Categoría	Variable	Calificación: La variable es					Total	Seleccionada	
			Relevante	Económica	Mediable	Asociativa	Consistente		SI	NO
Condiciones Geográficas	Ciudad/Municipio	0	1	0	1	0	2		NO	
	Dirección	0	1	0	1	0	2		NO	
	Barrio	0	1	0	1	0	2		NO	
	Localidad	0	1	0	1	0	2		NO	
Condiciones sociodemográficas	Equidad y género	1	0	1	1	1	4	SI		
	Edad	0	1	0	1	0	2		NO	
	Nivel educativo	2	2	1	1	2	2		NO	
	Estado civil	2	2	1	1	2	2		NO	
	Estrato Socioeconómico	0	0	0	1	1	2		NO	
	Grupo étnico	1	0	1	0	0	2		NO	
	Condiciones de discapacidad	1	0	1	0	0	2		NO	
Condiciones Intrínsecas	Uso de canales	1	1	1	1	1	5	SI		
	Conocimiento de los canales de atención a la ciudadanía	1	1	1	1	1	5	SI		
	Acceso a canales	1	1	1	1	4	4	SI		
Condiciones de comportamiento	Temáticas de solicitud de Información	1	1	1	1	1	5	SI		

Fuente: (Adaptado de Guía Metodológica para la Formulación de Indicadores del DNP, 2009).

Tabla 6. Priorización de Variables Usuarios Externos – Personas Jurídicas

Grupo: Personas Jurídicas	Entidades públicas o privadas									
	Categoría	Variable	Calificación: La variable es					Total	Seleccionada	
			Relevante	Económica	Mediable	Asociativa	Consistente		SI	NO
Condiciones Geográficas	Ciudad/Municipio	0	1	0	1	0	2		NO	
	Dirección	0	1	0	1	0	2		NO	
	Barrio	0	1	0	1	0	2		NO	
	Localidad	0	1	0	1	0	2		NO	
Condiciones sociodemográficas	Sector al que pertenece	1	1	1	1	4	4	SI		
	Fuente de Recursos	2	2	1	1	2	2		NO	
	Productos y/o servicios ofrecidos /requeridos	0	0	0	1	1	2		NO	
Condiciones de comportamiento	Servicio utilizado o requerido	1	1	1	1	1	5	SI		
	Frecuencia de uso	2	2	1	1	2	2		NO	

Fuente: (Adaptado de Guía Metodológica para la Formulación de Indicadores del DNP, 2009).

A partir del análisis de variable realizado, se presentan los resultados obtenidos. Es posible reconocer la información más relevante para la caracterización de grupos de valor de la entidad, a continuación, se presenta la información consolidada según las categorías y variables seleccionadas:

Tabla 7. Variables Seleccionadas

Categoría	Variable
Colaboradores	
Condiciones Geográficas	Cuidad/Municipio
	Dirección
Condiciones Demográficas	Equidad y género
	Edad
	Nivel Educativo
	Estado Civil
	Categoría Caja de Compensación (Empleados Planta)
	Grupo Étnico
	Condiciones de Discapacidad
Condiciones Intrínsecas	Tipo de Vinculación
Condiciones de Comportamiento	Nivel Jerárquico
Categoría	Variable
Personas Naturales	
Condiciones Geográficas	Cuidad/Municipio
	Dirección
Condiciones Demográficas	Equidad y género
	Edad
Condiciones Intrínsecas	Uso de canales
	Conocimiento de los canales de atención a la ciudadanía
	Acceso a canales
Condiciones de Comportamiento	Temáticas de solicitud de Información
Categoría	Variable
Personas Jurídicas	
Condiciones Demográficas	Sector al que pertenece
Condiciones de Comportamiento	Servicio utilizado o requerido
	Frecuencia de Uso

16. ANÁLISIS CARACTERIZACIÓN DE VARIABLES USUARIOS INTERNOS

La información de los empleos y los servidores que a continuación se presentan permiten orientar la generación de acciones, con el fin de priorizar las estrategias hacia las características los servidores públicos con los que cuenta la entidad.

16.1. Caracterización de los Empleos

La Planta de Personal de Teveandina Ltda., está conformada por un total de veintidós (22) Trabajadores Oficiales y un (1) Empleado Público para un total de

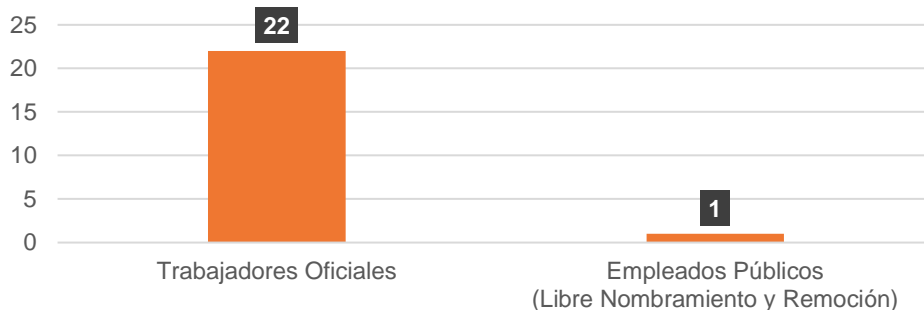
veintitrés (23) distribuidos de la siguiente forma, según clasificación por tipo de vinculación y nivel jerárquico:

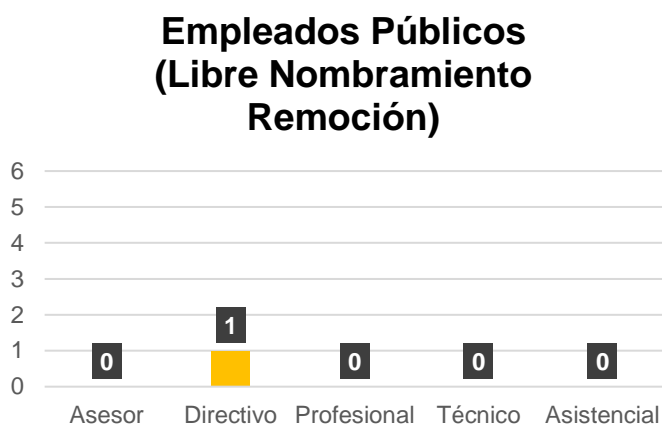
Tabla 8. Caracterización de los Empleos de Planta

Tipo de cargo y Nivel	Encargo	Propiedad	Provisional	Vacantes
Trabajadores Oficiales				
Directivo	0	1	0	0
Profesional	0	9	0	0
Técnico	0	6	0	0
Asistencial	0	6	0	0
Libre Nombramiento y Remoción				
Asesor	0	0	0	0
Directivo	0	1	0	0
Profesional	0	0	0	0
Técnico	0	0	0	0
Asistencial	0	0	0	0
Total General	0	23	0	0

Fuente: (Base de Datos Nómina, marzo 2020)

Empleados de Planta (Trabajadores Oficiales)





Como se puede observar de los veintitrés (23) empleados de Planta: predomina el género femenino, representado por un (60,8%), frente al género masculino representado en un (39,2%). Como se evidencia el Nivel Profesional es el de mayor frecuencia con nueve (9) empleos, luego el Nivel Técnico con seis (6) empleos, el Nivel Asistencial con seis (6) empleos y el nivel Directivo con dos (2) empleados.

16.2. Caracterización de los Colaboradores

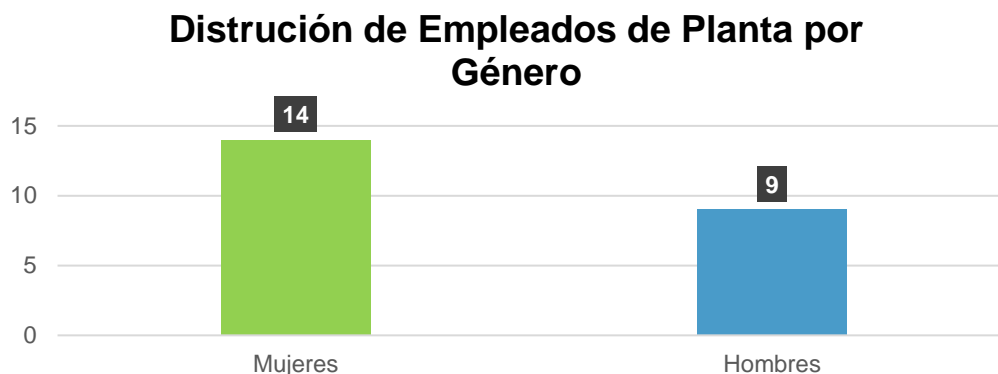
Como está establecido en el Código de Integridad Teveandina Ltda., asume un compromiso con la Política Pública Nacional de Equidad de Género para las mujeres y el Plan Integral para garantizar a las mujeres una vida libre de violencia, establecidas mediante el CONPES 161 de 2013, en el cual se desarrollan objetivos, alcances y acciones que permiten avanzar en la superación de las brechas de inequidad, se compromete a garantizar el goce efectivo de los derechos de las mujeres así como también los siguientes principios constitucionales, siendo estos: el respeto de la dignidad humana, la igualdad y la no discriminación que promueva una sociedad más equitativa, incluyente, próspera y en paz, con la finalidad de demostrar los beneficios sociales y económicos a través del aumento de la productividad y competitividad dentro de la entidad al igual que a nivel nacional.

Tabla 9. Distribución de Empleos Empleados de Planta por género

Nivel Jerárquico	Mujeres	Hombres
Directivo	2	0
Asesor	0	0
Profesional	5	4
Técnico	4	2
Asistencial	4	2
Total por género	15	8
Porcentaje %	(60,8%)	(39,2%)
Total	23	

Fuente: (Base de Datos Nómina, marzo 2020)

La mayoría de los empleados de planta del Canal son mujeres quince (15) personas y es seguido por hombres ocho (8) personas, dentro de la entidad no se cuenta con personal de planta identificado como no binario, transgénero o cualquier categoría fuera de la categorización binaria masculino o femenino.

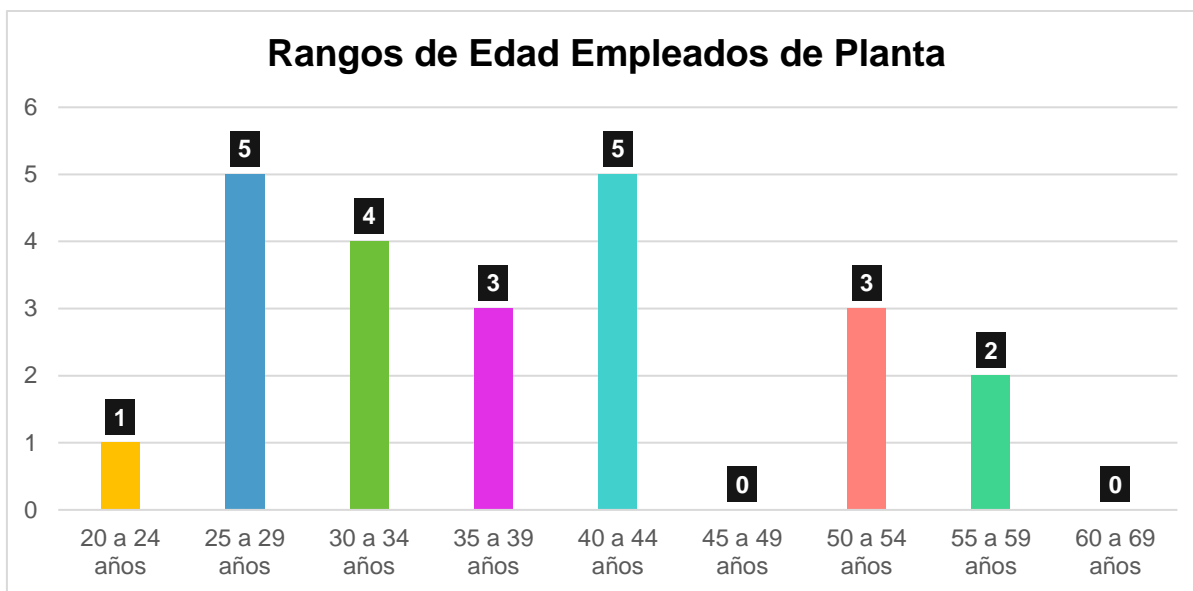


En la entidad predomina el rango de edad de los 20 a los 34 años con un (43,4%) correspondiente a la generación Milenials, seguido de la Generación X representada con un (34,7%) de los 35 a los 49 años y finalmente la Generación de Baby Boomers de los 50 a los 69 años de edad representada en un (21,7%).

Tabla 11. Distribución de Empleados de Planta por Edad

Rango de edad	N°	Generación	%
20 a 24 años	1	Milenials	(43,4%)
25 a 29 años	5		
30 a 34 años	4		
35 a 39 años	3	Generación X	(34,7%)
40 a 44 años	5		
45 a 49 años	0		
50 a 54 años	3	Baby Boomers	(21,7%)
55 a 59 años	2		
60 a 64 años	0		
65 a 69 años	0		
TOTAL	23		(100%)

Fuente: (Base de Datos Nómina, marzo 2020)



16.3. Caracterización Contratistas

Debido a la misionalidad de Canal: *“Somos el medio de comunicación público regional de mayor cobertura en Colombia, que crea, produce, emite y comercializa contenidos y proyectos transmedia, con el fin de visibilizar e impulsar la inclusión, diversidad y riqueza cultural desde una perspectiva joven, generando identidad, entretenimiento y educación en nuestras regiones.”* y naturaleza del Canal (*Entidad Industrial y Comercial del Estado*), la mayoría de colaboradores se encuentran vinculados a la entidad bajo la modalidad de contrato de Prestación de Servicios representado en un (90,6%).



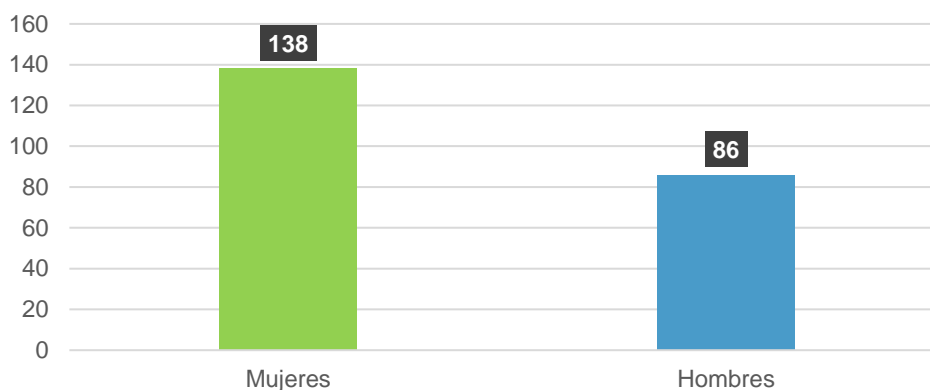
Como se puede observar para los con Contratistas del Canal predominan las mujeres (138) personas y es seguido por hombres (86) personas. Así mismo dentro de la entidad no se cuenta con contratistas o personal de planta identificado como no binario, transgénero o cualquier categoría fuera de la categorización binaria masculino o femenino.

Tabla 13. Distribución de Contratista por género

Contratistas	Mujeres	Hombres
	138	86
%	(61,6%)	(38,4%)
Total	224	

Fuente: (Base de Datos Nómina, noviembre 2020)

Distribución de Contratistas por Género



Para los contratistas de la entidad predomina el rango de edad de los 20 a los 34 años con un (50,2%) correspondiente a la generación Milenials, seguido de la Generación X representada con un (44%) de los 35 a los 49 años y finalmente la Generación de Baby Boomers de los 50 a los 69 años de edad representada en un (5,8%).

Tabla 14. Distribución Contratistas por Edad

Rango de edad	N°	Generación	%
20 a 24 años	11	Milenials	(50,2%)
25 a 29 años	31		
30 a 34 años	71		
35 a 39 años	43	Generación X	(44%)
40 a 44 años	33		
45 a 49 años	22		
50 a 54 años	8	Baby Boomers	(5,8%)
55 a 59 años	3		
60 a 64 años	2		
65 a 69 años	0		
TOTAL	224		(100%)

Fuente: (Base de Datos Nómina, noviembre 2020)

En el Canal se identifica únicamente una (1) persona que se reconoce como raizal, representada en un (0,45%), así mismo (6) personas no reportan esta información y el restante no se cataloga en ninguna minoría étnica.

Tabla 15. Minoría Étnica Contratistas

Minoría Étnica		
Minoría Étnica	N°	%
Raizal	1	(0,45%)
No aplica	217	(97%)
No reporta	6	(2,55%)
Total	224	(100%)

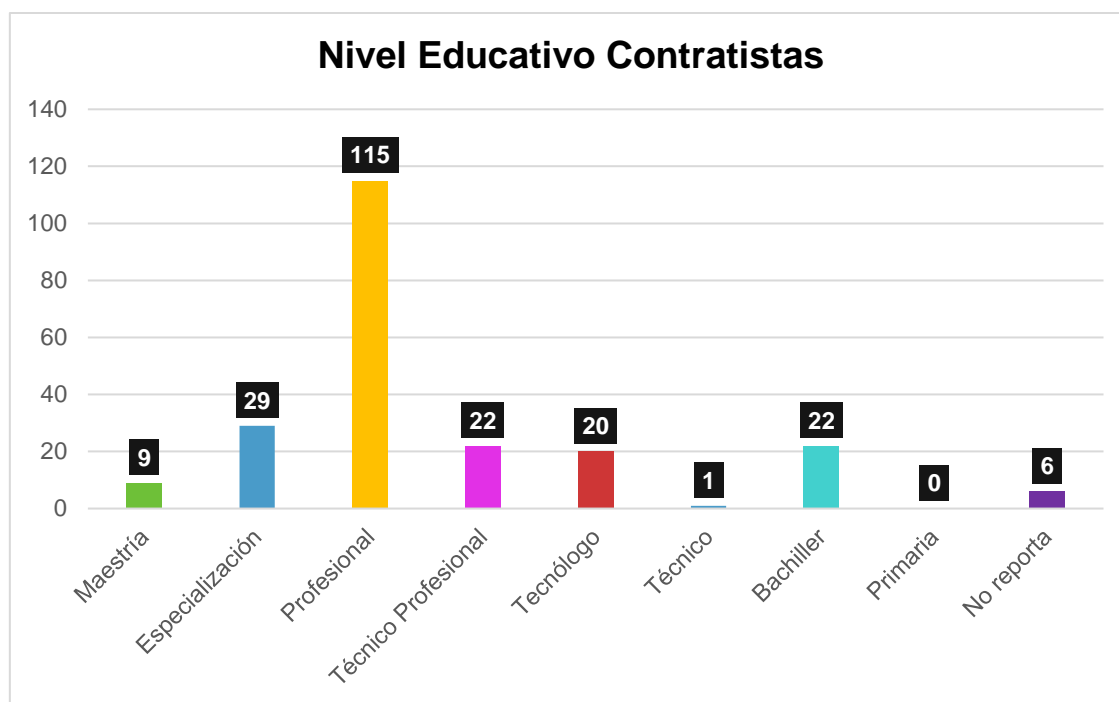
Fuente: (Base de Datos Nómina, noviembre 2020)

Frente al nivel educativo de los contratistas predomina el nivel profesional (51,1%) seguido por especializados con un (29%), Técnico Profesional con (22%), así mismo bachiller con un (20%), tecnólogos representados en un (20%), master con un (4,1%). Dentro Canal el (3%) no reporta ningún tipo de nivel educativo, debido a que el sistema de información no lo refleja. Y finalmente se representa el nivel técnico con un (0,65%).

Tabla 17. Nivel Educativo Contratistas

Nivel Educativo Contratistas		
Nivel Educativo	N°	%
Maestría	9	(4,1%)
Especialización	29	(12,2%)
Profesional	115	(51,1%)
Técnico Profesional	22	(10%)
Tecnólogo	20	(9%)
Técnico	1	(0,6%)
Bachiller	22	(10%)
Primaria	0	(0%)
No reporta	6	(3%)
Total	224	(100%)

Fuente: (Base de Datos Nómina, noviembre 2020)



Las ubicaciones en las cuales se encuentran los contratistas de Canal son: prevalecen los contratistas ubicados en Bogotá (87,9%), Cundinamarca (5,8%), Ibagué (0,4%), Armenia (0,4%), Popayán (0,4%), Bucaramanga (0,4%), Neiva (0,4%), Barranquilla (0,4%), Cartagena (0,4%), Manizales (0,9%). Así mismo el (1,8%) no reporta información.

Tabla 18. Ubicación Contratistas

Ubicación	N°	%
Bogotá	197	(87,9%)
Cundinamarca	13	(5,8%)
Ibagué	1	(0,4%)
Armenia	1	(0,4%)
Manizales	2	(0,9%)
Popayán	1	(0,4%)
Bucaramanga	1	(0,4%)
Neiva	1	(0,4%)
Barranquilla	1	(0,4%)
Cartagena	1	(0,4%)
No reporta	4	(1,8%)
Total	224	(100%)

Fuente: (Base de Datos Nómina, noviembre 2020)



Aspectos relevantes de los Colaboradores

- ✓ Se evidencia que predomina el género femenino ya que en la totalidad de colaboradores de la entidad (Empleados de Planta y Contratistas) en su mayoría son mujeres con un total de **(61,9%)** frente un total de hombre **(38,1%)**.
- ✓ Para los Empleados de Planta prevalecen los cargos de nivel Directivo y Profesional con un **(47,8%)** representado en su mayoría por mujeres.
- ✓ Para los Empleados de Planta predomina el rango de edad de los 20 a los 34 años con un **(43,4%)** , igualmente para los contratistas de la entidad con un **(50,2%)** los dos correspondiente a la generación de Milenials, lo que corresponde a **(49,7%)**.
- ✓ Se identifica únicamente una (1) persona que se reconoce como raizal, representada en un **(0,45%)** en el Canal en representación de las Minorías Étnicas.
- ✓ El Talento Humano de la entidad cuenta con un alto grado de profesionalización que representa el **(66,4%)**.
- ✓ En su mayoría el Talento Humano del Canal se encuentra ubicado en la ciudad de Bogotá, representada en un **(89,1%)**.
- ✓ Los colaboradores de la entidad en su mayoría se encuentran en estado civil soltero **(60,7%)**.

17. CARACTERIZACIÓN VARIABLES USUARIOS EXTERNOS

17.1. Ciudadanía (Fuente: Informes de PQRS)

Teveandina - Canal Trece es el canal público de Bogotá, Cundinamarca, Boyacá, Casanare, Meta, Caquetá, Putumayo, Huila, Guaviare, Amazonas, Guainía, Arauca, Vichada, Vaupés y Tolima, somos el medio el medio de comunicación público regional de mayor cobertura en Colombia, que crea, produce, emite y comercializa contenidos y proyectos transmedia, con el fin de visibilizar e impulsar la inclusión, diversidad y riqueza cultural desde una perspectiva joven, generando identidad, entretenimiento y educación en nuestras regiones. Para caracterizar a la ciudadanía se utilizaron los diferentes mecanismos de recopilación de información definidos por el la Dirección Administrativa y Jurídica, el equipo de atención y participación ciudadana y PQRSD en cumplimiento de la Ley de transparencia y acceso a la información (1712 de 2014), del Estatuto Anticorrupción (Ley 1474 de 2011) y de la Estrategia de Gobierno en Línea (Decreto 2693 de 2012).

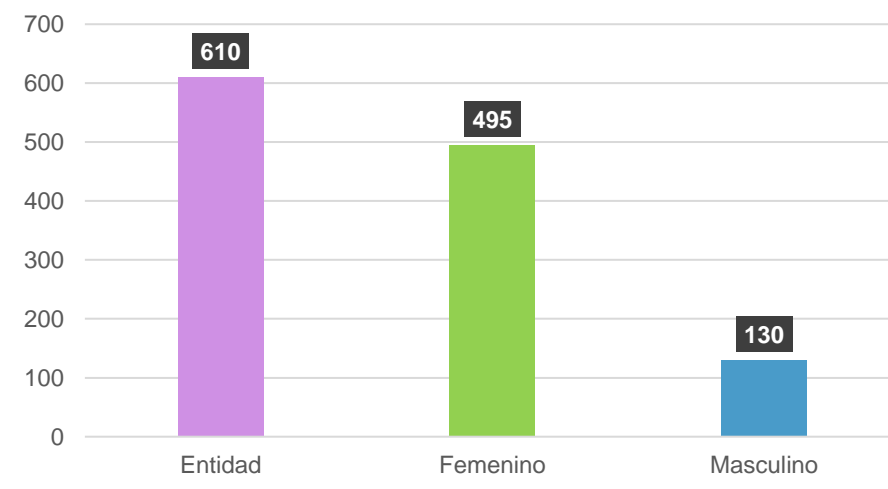
Los ciudadanos que mayor uso hacen de los canales de atención y que a su vez son requirentes frecuentes de información son las mujeres (40,2%), seguido por los hombres (10,5%), a la fecha de recolección de información no se encontraron datos de personas catalogadas dentro de otros géneros. Es importante resaltar que en este criterio tenemos los PQRSD de entidades públicas y privadas representadas en un (49.3%).

Tabla 19. Género

Entidad	Mujeres	Hombres	TOTAL
610	495	130	1235
(49,3%)	(40,2%)	(10,5%)	(100%)

Fuente: (Base de Datos Nómina, noviembre 2020)

Género



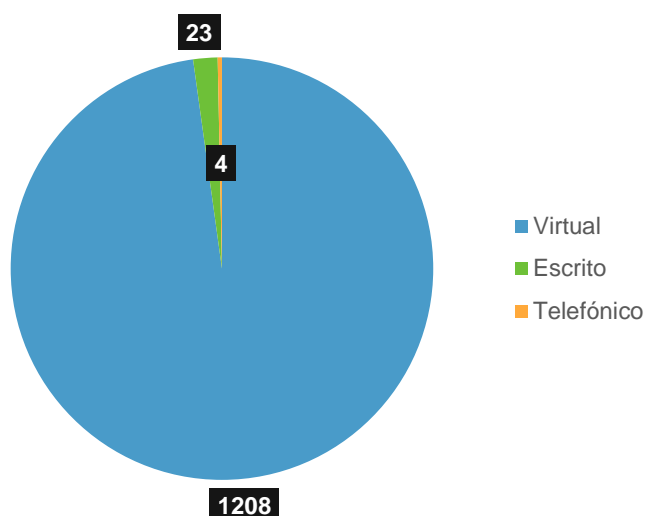
El canal de atención de mayor uso por parte de los ciudadanos es el virtual (61.7%) a través del correo electrónico: atencionalciudadano@canaltrece.com.co y <https://canaltrece.com.co/pqrs/>, seguido de la atención escrita y/o correspondencia por medio de Sistema de Gestión Documental - Orfeo (11,8%) y la atención telefónica (0,32%) en el número telefónico 6051313 extensión 1300.

Tabla 20. Canales de Atención

Canales de Atención		
Canales de Atención	N°	%
Virtual	1208	(97,8%)
Escrito y/o Correspondencia	23	(1,8%)
Telefónico	4	(0,32%)
Total	1235	(100%)

Fuente: (Base de Datos Nómina, noviembre 2020)

Canales de Atención



Los intereses de consulta de los ciudadanos son solicitudes (77,25%) en el siguiente orden: solicitud de información (51,42%), solicitud de programación (7,21%), solicitud musical (5,51%), solicitud de documentos (3,81%), solicitud de contenidos (3,56%), solicitud publicación de artículos (2,27%) solicitud participación de programas (1,62%), solicitud emisión (1,13%), solicitud pauta publicitaria (0,73%). Seguido de propuesta comercial (4,94%), otros (3,56%), links publicitarios (3,16%) comentarios (3,08%), hojas de vida (2,51%), notificación informativa (1,30%) y felicitación (1,46%).

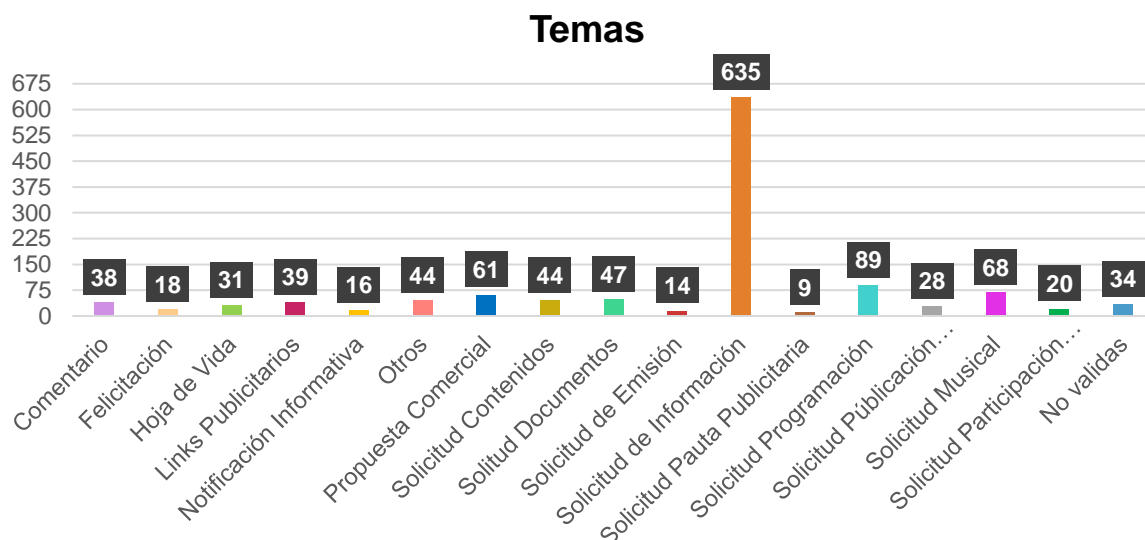
Tabla 20. Interés de Consulta

Temas	N°	%
Comentario	38	(3,08%)
Felicitación	18	(1,46%)
Hoja de Vida	31	(2,51%)
Links Publicitarios	39	(3,16%)
Notificación Informativa	16	(1,30%)
Propuesta Comercial	61	(4,94%)
Solicitud Contenidos	44	(3,56%)
Solicitud Documentos	47	(3,81%)
Solicitud de Emisión	14	(1,13%)
Solicitud de Información	635	(1,42%)
Solicitud Pauta Publicitaria	9	(0,73%)
Solicitud Programación	89	(7,21%)
Solicitud Publicación Artículos	28	(2,27%)
Solicitud Musical	68	(5,51%)
Solicitud Participación Programas	20	(1,62%)
Otros	44	(3,56%)
No validas	34	(2,75%)
TOTAL	1235	(100%)

Fuente: (Base de Datos Nómina, noviembre 2020)

Aspectos relevantes de la Ciudadanía

- ✓ El canal de atención de mayor uso por parte de los ciudadanos es el virtual **(61,7%)**.
- ✓ La mayoría de PQRSD son entidades públicas y privadas representadas **(49,3%)**.
- ✓ Los ciudadanos que mayor uso hacen de los canales de atención y que a su vez son requirentes frecuentes de información son mujeres con un **(40,2%)**.
- ✓ Los intereses de consulta que los ciudadanos más realizan son las solicitudes reflejadas en un **(77,25%)**.



17.2. Retroalimentación sobre Contenidos In House por los Fans número 1 de Canal Trece

- **Perspectiva:** Contenidos y proyectos - Audiencias y usuarios.
- **Metodología de Investigación:** Focus Group es un método de investigación de mercado que tiene la función de analizar y captar Feed Backs sobre productos, servicios y campañas de marketing de una empresa.
- **Justificación:** En aras de complementar la información cualitativa extraída de los estudios cuantitativos de investigación de mercado con los que cuenta actualmente Canal Trece, se planteó la necesidad de aplicar una metodología que nos permita indagar en un consumidor habitual del canal (consumo del 100% de los programas), capaz de reconocer todos los contenidos emitidos tanto en 2020 como en años anteriores, buscando conformar el grupo de Fan #1 del canal. Grupo que comparte tantas características demográficas (edades, géneros, nivel socioeconómico) y pasigráficas (hábitos, consumo de medios) con los televidentes del Canal Trece.
- **Muestra Poblacional**

✓ Características del Target

Realizado a ocho (8) personas de diferentes edades, sexo, y niveles socioeconómicos que trabajan en Canal Trece y ven el (100%) del contenido que se emite al aire.

Demográficos	
EDADES	21 años – 45 años
SEXO	Hombres y mujeres
NSE	MEDIO BAJO- MEDIO ALTO

- **Ficha Técnica FOCUS GROUP**

Fecha de realización	18, 19 y 23 de junio de 2020
Medio:	VIDEOLLAMADA – TEAMS
Moderadores:	2 MODERADORES
Espectadores :	2 ESPECTADORES

- **Metodología de la Aplicación**



- **Metodología del Análisis:**

Indagamos con preguntas que intentan responder 3 criterios de consumidor:

ACTITUD	Sentimientos
INVOLUCRAMIENTO	Conocimiento
RECORDCIÓN	Experiencia



La potencia de Fractal viene de la emoción que generan los temas que aborda, en especial con temas polémicos y que confrontan las fuentes, es un programa que se comparte a amigos por los temas que aborda. Se pierde interés cuando el lenguaje que se expresa es muy especializado o técnico y en la recordación se encuentra especialmente la primera temporada como una con las características más interesantes.

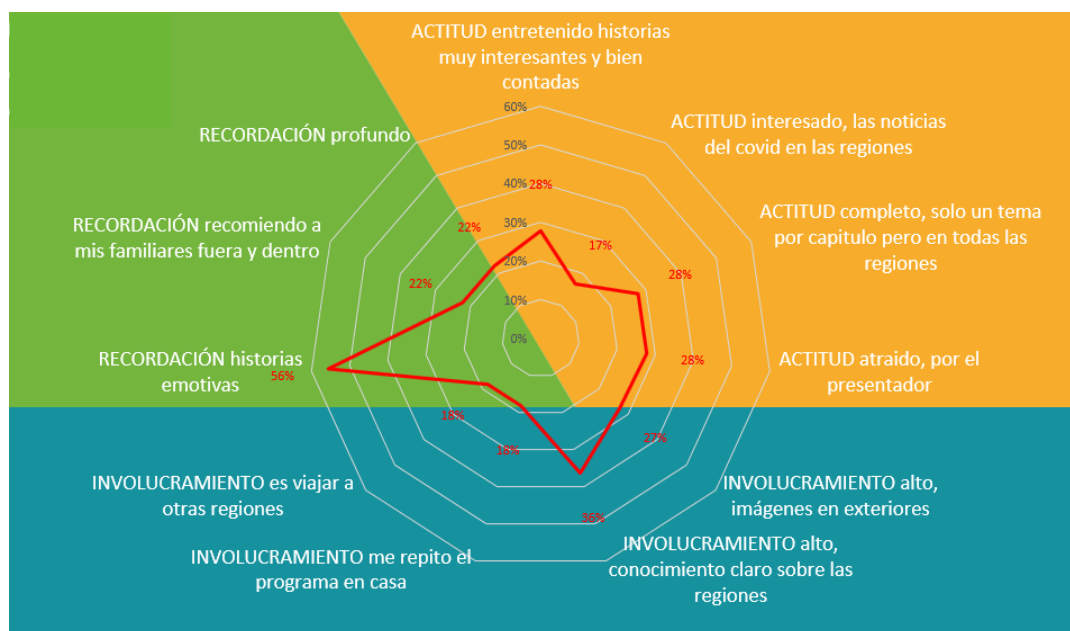
- Investigativa
- Explorador
- Consciente
- Chévere
- Entusiasta
- Superficial

FRACTAL

Tr-ce



SOMOS REGIÓN

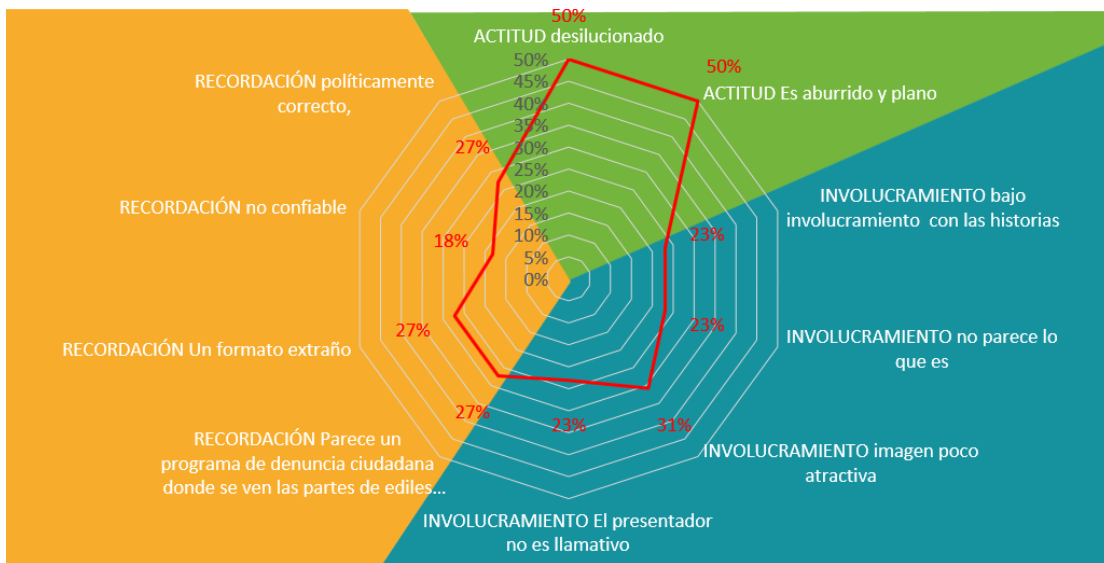
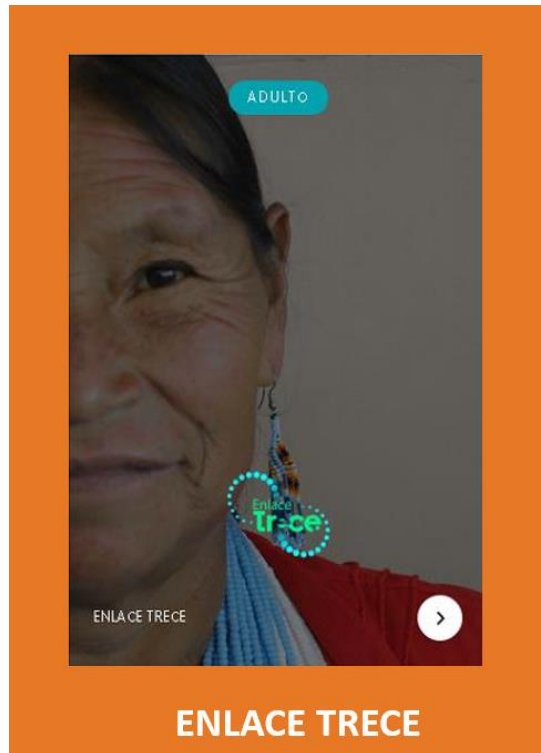


Somos región cuenta con historias emotivas y profundas. La temática por región en un solo capítulo cuenta la realidad de los departamentos. En medio del encierro actual, las imágenes en exteriores enganchan a la audiencia de tal forma que lo llevan a un viaje por las regiones. El presentador transmite credibilidad por su autenticidad. Faltan más programas regionales así. La audiencia se repite y comparto los programas.

- Atractivo
- Divertida
- Dinámico
- Regional

SOMOS, REGIÓN

Tr=ce



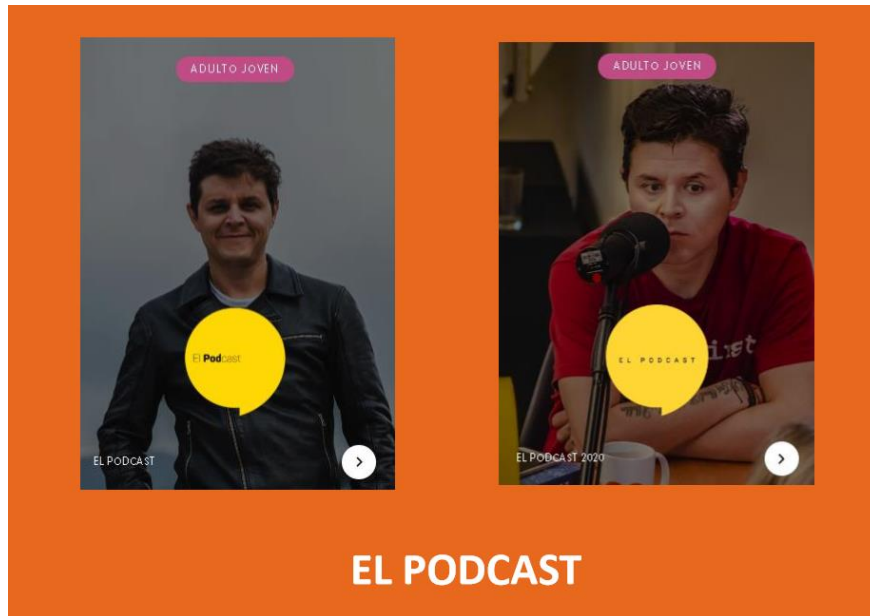
Enlace Trece percibido como programa de entrevistas y de denuncia ciudadana, más no como un informativo ni un noticiero. El formato no es claro. El presentador no genera conexión con la audiencia. Los invitados son llamativos, pero la presentación de ellos es de baja calidad.



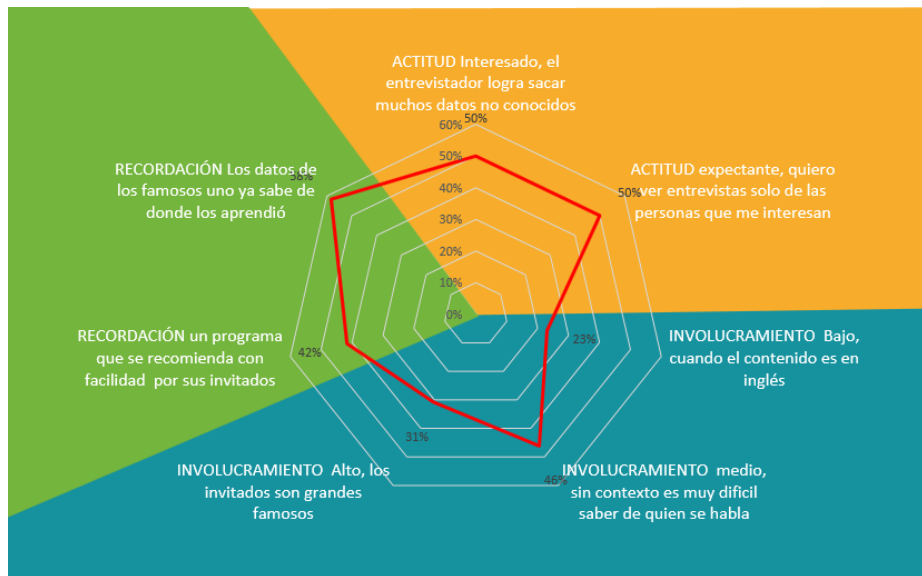
- Políticamente correcto



MÁS VIDEOS



EL PODCAST

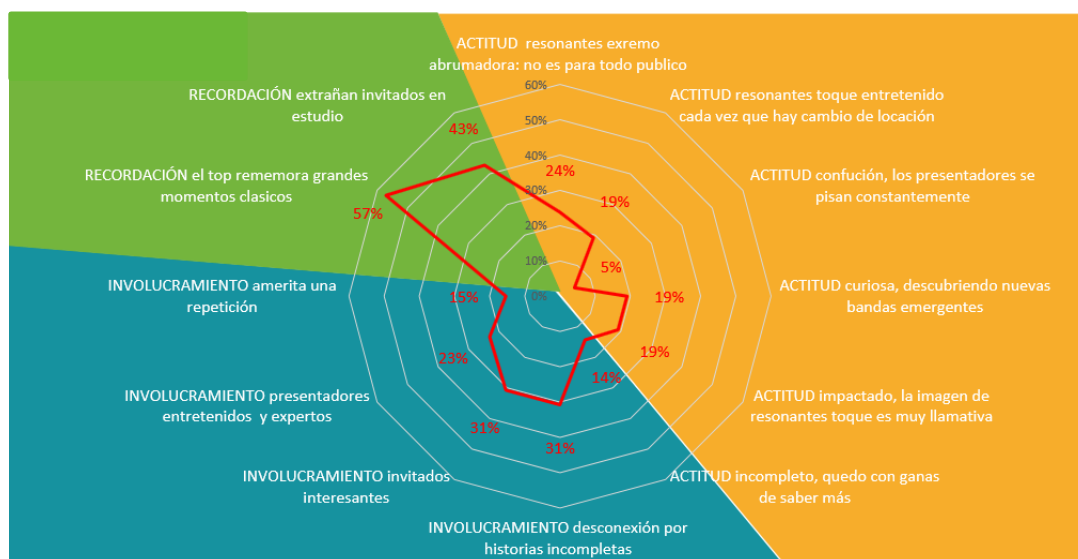
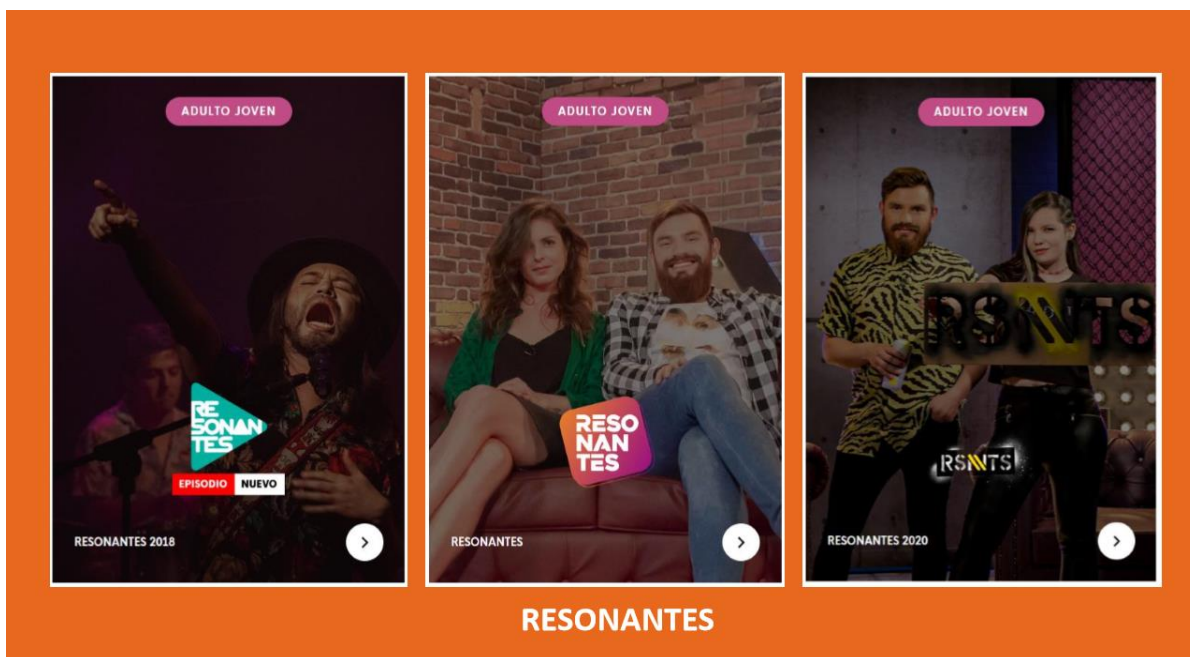


El Podcast genera expectativa por los invitados que tendrá y emoción cuando los invitados son reconocidos por la audiencia y cuando el entrevistador logra extraer datos no conocidos del invitado. Se desenganchan cuando no conocen al invitado y no hay contexto durante el programa sobre quién es. El involucramiento es bajo cuando el contenido está en inglés. Entre más reconocido el invitado, más posibilidad de compartirlo con conocidos.



- Es la representación de Alejandro Marín: una persona que sabe mucho de la historia música, una persona madura, un lenguaje internacional y cultural, no local.

Tr=ce



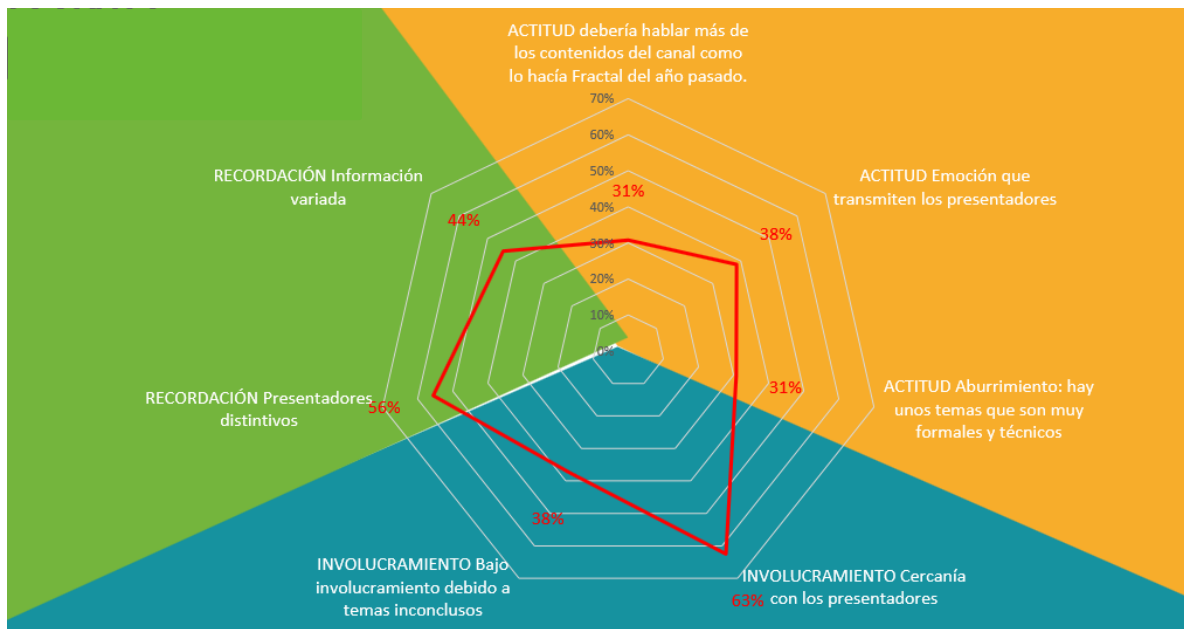
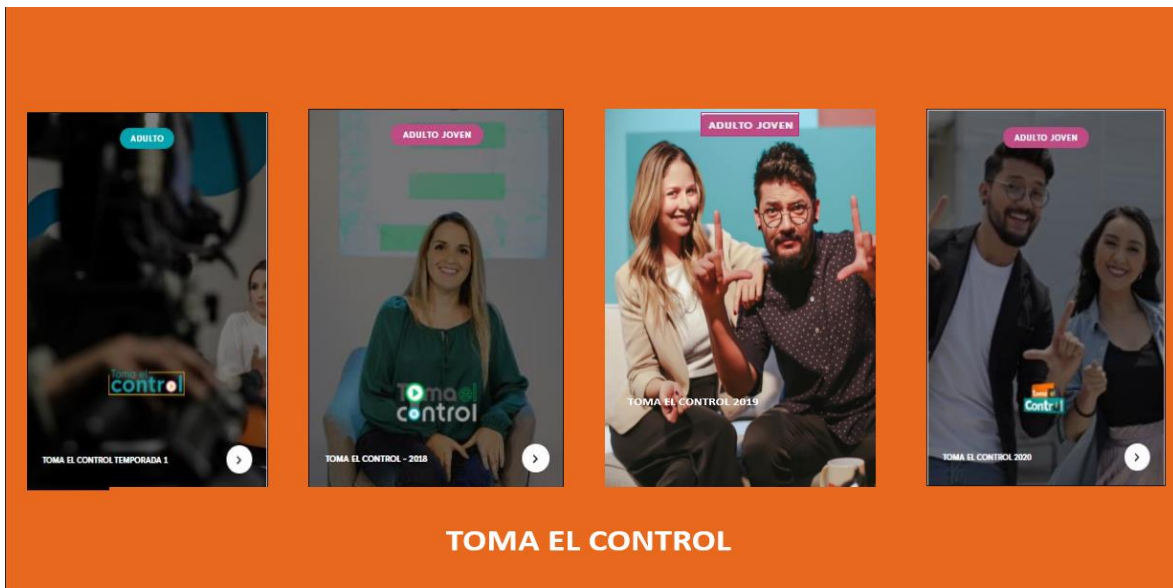
La potencia de Resonantes magazine viene principalmente por los invitados que tienen por video llamada, aunque hacen falta que estén en el estudio, hay desconexión cuando quedan las historias incompletas por la duración del programa. Los presentadores son entretenidos y expertos. Es un producto que se compartiría fácilmente, pero aún no está en YouTube. Resonantes extremo es intenso y abrumador, no es para todo público. Por su duración de 1 hora a 1 hora y 30 minutos hace falta incluir qué está pasando en la escena musical, no solo el toque.

Resonantes Top Trece es un programa para todo público, por su variedad musical. Los géneros masivos y populares generan más recordación Resonantes Toque

permite descubrir bandas emergentes, su imagen (música en vivo) llama la atención y aún más si cambia de locación.

PERSONA: Explosivo, investigativo, que busca: interesado en la cultura emergente, Una persona con muchos datos en la cabeza.





Ambos presentadores transmiten una emoción de cercanía con la audiencia, sin embargo hay temas que son aburridos por ser formales, técnicos y que quedan inconclusos. Hace falta abordar más temas relacionados a los contenidos del canal. Se recuerda como un programa de variedades.

PERSONA: Centrada, enfocada, certera, con calidad y estratégica.



Tr-ce.

18. CONTROL DE CAMBIOS

Versión	Fecha	Descripción del cambio	Responsable
0	Enero 2021	Creación de documento.	Directora Administrativa y Jurídica

19. CONTROL DE APROBACIÓN

Revisó:	Aprobó:
<p>María Fernanda Carrillo Méndez Directora Jurídica y Administrativa</p> <p>Giovanni Andrés Méndez Cubides Líder de Planeación</p> <p>Yivy Katherine Gómez Pardo Contratista Dirección Administrativa y Jurídica</p>	<p>Comité Institucional de Coordinación de Control Interno</p>
Elaboró	
<p>Paula Daniela Rodríguez Real Apoyo seguimiento actividades Dirección Administrativa y Jurídica</p> <p>Andrés Felipe Cañón Olivares Analista de Audiencias y Hábitos de Consumo</p> <p>Yessika Paola Ruiz Ramírez Asistente Administrativa y de Planeación</p>	
Fecha de aprobación:	27/01/2021