



**INFORME DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS, GRUPOS  
DE INTERÉS Y PARTES INTERESADAS:**

Secretaría General  
(Servicio al Ciudadano)

Bogotá D.C.

(2016-12-30)

## 1. Introducción

El Instituto Nacional de Metrología, INM, es una entidad pública del orden nacional. Adscrito al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, teniendo como objetivo la coordinación nacional de la Metrología científica e industrial y la ejecución de actividades que permitan la innovación y soporten el desarrollo económico, científico y tecnológico del país, mediante la investigación, la prestación de servicios metrológicos, el apoyo a las actividades de control metrológico y la diseminación de mediciones trazables al Sistema Internacional de unidades -SI-. Mediante el Decreto 4175 de 2011 se escindieron las funciones relacionadas con la Metrología Científica e Industrial de la Superintendencia de Industria y Comercio y se creó el INM como Unidad Administrativa Especial de carácter técnico, científico y de investigación.

Es fundamental que el INM identifique las características de la población objetivo a la cual está dirigida, a partir de lo cual pueda evaluar su oferta institucional y presentar servicios focalizados para responder satisfactoriamente el mayor número de requerimientos, así como obtener retroalimentación y lograr la participación activa de la ciudadanía, para la materialización de su misión y la satisfacción de derechos ciudadanos.

En este marco, se mantienen los aspectos técnicos relacionados con las categorías de variables que se utilizan para realizar la caracterización de ciudadanos, usuarios o grupos de interés y partes interesadas y se aportan elementos adicionales, teniendo en cuenta criterios requeridos por las Políticas de Desarrollo Administrativo establecidas en el Decreto 2482 de 2012, tales como: servicio al ciudadano y eficiencia administrativa, participación ciudadana, rendición de cuentas.

En fundamento a lo anterior, este documento está estructurado en dos partes, inicialmente se presenta una definición de caracterización, el alcance y utilidad desde el punto de vista de las políticas mencionadas. Dentro de la segunda parte se presenta una descripción de las fuentes de información utilizadas para la identificación de los usuarios o grupos de interés de la Entidad, la priorización de variables y finalmente el análisis de la clasificación.

## 2. Alcance

Conocer los ciudadanos del INM, (tanto personas naturales como jurídicas) que respondieron la encuesta en la fecha del 18 de Marzo al 07 de Diciembre de 2016, así mismo las bases de datos suministradas de los servicios prestados; teniendo en cuenta sus características individuales como sector y establecer los tipos de servicios prestados (Calibración y Ensayo, Cursos de Capacitación, Asistencia Técnica, Materiales de Referencia, Comparación Interlaboratorios/ Ensayos de aptitud), su ubicación geográfica, y el tipo de relación con la empresa de mayor uso por parte de los usuarios; con el objeto de identificar las posibles falencias mejora de las mismas y la población objetivo para la prestación de servicios de Metrología en Colombia.

## 3. Objetivo General:

Conocer e Identificar en los usuarios, las variables geográfica, demográfica, y de comportamiento o su equivalente con el fin de mejorar el Relacionamiento con los mismos, la atención oportuna y pertinente de sus requerimientos.

### 3.1 Objetivos Específicos:

- Identificar algunas características y expectativas de los ciudadanos encuestados en materia de información y servicios de la Metrología, para apoyar la estrategia de crecimiento de INM en el 2016.

- Identificar los usuarios y partes interesadas que se relacionan con la entidad, buscando una visión integral y de acuerdo a la normatividad vigente.
- Contar con una fuente confiable de información sobre los usuarios y partes interesadas para que la toma de decisiones en materia estratégica sea más efectiva a través del conocimiento del entorno y el mercado.
- Identificar las características y necesidades de los usuarios, de acuerdo con procesos y procedimientos de la industria con el fin de mejorar la competitividad del País.

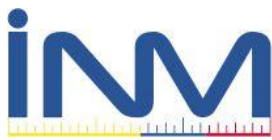
#### 4. Normatividad

- ✓ Guía de Responsabilidad Social UNIT – ISO 26000:2010.
- ✓ Acuerdo de Intención de Responsabilidad Social del Sector Comercio Industria y Turismo (15 de junio de 2012).
- ✓ Manual para la Práctica de las Relaciones con los Grupos de Interés (UNEP, 2006)
- ✓ Guía para la Caracterización de Usuarios de la Entidades Públicas (Gobierno en Línea, 2011)
- ✓ Manual para la implementación de la Estrategia de Gobierno en línea en las entidades del orden nacional de la República de Colombia (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (Versión 3.1).
- ✓ Ley 872 de 2003 (Artículo 4).
- ✓ Guía de Caracterización de Ciudadanos, Usuarios y Grupos de Interés. (Departamento Administrativo de la Función Pública, Gobierno en Línea, Secretaria de Transparencia de la Presidencia de la República, Departamento Nacional de Planeación, Programa Nacional de Servicio al Ciudadano) 2014
- ✓ Documento CONPES 3785 de 2013 Política Nacional de Servicio al Ciudadano.


#### 5. Descripción Metodológica

Teniendo en cuenta las necesidades de identificar con alguna claridad los usuarios de INM, se diseñó una encuesta que permitiera lograr este objetivo, la cual se tomó como base el análisis de la encuesta de caracterización de usuarios, Grupos de Interés y partes interesadas; esta ha sido aplicada en el periodo comprendido entre el 18 de marzo al 7 de diciembre de 2016. Este levantamiento de información se empleó como instrumento presencial, diligenciado por el usuario, permitiendo entre otras, obtener su autorización para que los datos allí suministrados puedan ser utilizados para el conocimiento de los mismos, Adicionalmente fueron suministradas las bases de datos de nuestros clientes que tomaron alguno de nuestros servicios y autorizaron utilizar dicha información.

A continuación, se presenta la encuesta E4-01-F-02 utilizada para la recolección de la información:



E4-01-F-02 ENCUESTA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS, GRUPOS DE INTERÉS Y PARTES INTERESADAS

 Instituto Nacional de Metrología de Colombia	CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS, GRUPOS DE INTERÉS Y PARTES INTERESADAS		Código: E4-01-F-02
			Versión: 01
			Página: 1 de 1
<b>PERSONA NATURAL</b>			
Nombre:			
Documento de Identidad:		Nivel Académico:	Técnico/Tecnólogo__
Género: Masculino__ Femenino__ Otro__		Bachiller__ Universitario__ Posgrado__	Otros ¿Cuál?__
Rango de Edad: Menor de 18__ 18-35__ 36-61__ Mayor de 62__		E-mail:	
Nacionalidad: _____		Departamento: _____	
País: _____		Municipio: _____	
Tipo Relación con la Empresa:	Gerente__ Representante Legal__	Jefe de Laboratorio__ Técnico__	Otro, Cual _____
<b>PERSONA JURIDICA</b>			
Nombre:			
Numero NIT:		Tipo de Empresa:	
Sector de la Industria: Nacional__ Internacional__		Privada__ Pública__	
Industria__ Turismo__ Servicios__		Tipo de Asociación: Gremio__ ONG__	
Otro ¿Cuál?__		Organización Social__ Fundación__	
País: _____		Departamento: _____	
Municipio: _____		Dirección: _____	
<b>TIPOS DE SERVICIOS PRESTADOS POR INM</b>			
Calibración y ensayo__ Cursos de Capacitación__ Asistencia Técnica__			
Materiales de Referencia__ Comparaciones Interlaboratorios / Ensayo de Aptitud__			
<p><b>Protección de Datos Personales:</b> De acuerdo con el Artículo 54 del Código Contencioso Administrativo que tiene que ver con el registro para el uso de medios electrónicos, toda persona tiene el derecho de actuar ante las autoridades utilizando medios electrónicos, caso en el cual deberá registrar su dirección de correo electrónico en la base de datos dispuesta para tal fin. Si así lo hace, las autoridades continuarán la actuación por este medio, a menos que el interesado solicite recibir notificaciones o comunicaciones por otro medio diferente (sic).</p> <p>Acorde con estas disposiciones <u>le solicitamos su autorización para registrar su correo información en nuestras bases de datos</u> con el objeto de poder utilizarlo en el futuro para notificaciones o comunicaciones de actos administrativos relacionados con los asuntos que usted adelanta ante nuestra entidad o en el desarrollo de las funciones propias de la Entidad, tales como brindarle información acerca de temas relacionados con los servicios prestados o actividades desarrolladas por el Instituto Nacional de Metrología y la Red Colombiana de Metrología.</p> <p>El INM cuenta con mecanismos a través de los cuales se garantiza el uso de datos personales de modo seguro y confiable, pues dispone de los medios tecnológicos y de seguridad idóneos para asegurar que sean almacenados, administrados y conservados de manera tal, que se impida el acceso de terceras personas, y en ese mismo orden se asegura la confidencialidad de los mismos.</p>			
Fecha diligenciamiento: AAAA - MM -DD	AUTORIZO SI ____ NO ____		

## 6. TIPO DE POBLACIÓN A CARACTERIZAR

### 6.1 USUARIOS DE LOS SERVICIOS DEL INSTITUTO NACIONAL DE METROLOGÍA

Entidades que hacen parte de la administración pública del Estado colombiano de los diferentes sectores y niveles.

- Nivel Internacional
- Nivel nacional
- Nivel regional
  - Nivel departamental
  - Nivel municipal

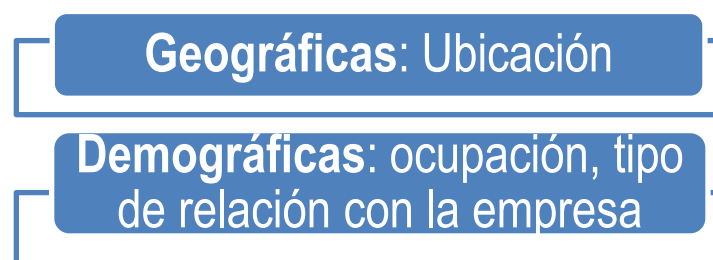
### 6.2 ORGANIZACIONES Y GRUPOS DE INTERÉS

- Micro, pequeñas, medianas y grandes empresas
- Ciudadanos interesados en los temas institucionales.
- Organismos de control
- Academia

## 7. VARIABLES Y NIVELES DE DESAGREGACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Teniendo en cuenta el Manual de caracterización, así como las normas establecidas; las variables priorizadas para esta evaluación, en el caso de las personas naturales fueron las siguientes:

De acuerdo con los objetivos y la tipología de servicios que presta INM en función a su misión, a continuación, se presentan las principales categorías de variables de personas naturales (ciudadanos beneficiarios) y de personas jurídicas (usuarios y grupos de interés) determinadas para la caracterización.



## 7.1 CATEGORÍAS DE VARIABLES PARA CARACTERIZAR PERSONAS NATURALES

### 7.1.1 Variables Geográficas

Se refiere a la ubicación geográfica de los grupos de interés. Es el nivel más general de la caracterización y por sí solo nos permite generar conclusiones y acciones específicas. Este tipo de información permite identificar grupos representativos de cada área geográfica. Para el caso de esta caracterización se utilizará la siguiente variable:

- **Ubicación**

Estas variables permiten identificar el lugar y región de residencia o trabajo de un grupo de interés, así mismo permite reconocer características homogéneas como áreas urbanas o rurales, municipios o ciudades capitales, barrios, localidades entre otros.

### 7.1.2 Variables Demográficas

La demográfica estudia las características de una población y su desarrollo a través del tiempo. Es una de las categorías más utilizadas en ejercicio de caracterización. Las variables en esta categoría que se determinaron para análisis son:

- **Ocupación**

Esta variable es importante para aquellos servicios en los que las necesidades atendidas están asociadas a las necesidades que emergen en la ocupación y/o actividad económica del usuario interesado.

- **Tipo de relación con la empresa**

Esta variable permite identificar la profesión o actividad a la que se dedican los ciudadanos o grupos de interés, es importante para aquellos servicios en que las necesidades atendidas están asociadas a las necesidades que emergen de la ocupación o actividad económica del interesado.

## 7.2 CATEGORÍAS DE VARIABLES PARA CARACTERIZAR PERSONAS JURÍDICAS

**Geográficas: Ubicación, ubicación principal**

**Demográficas: Sector de la industria, Tipo de empresa**

### 7.2.1 Variables Geográficas

Estas variables son similares a las identificadas para las personas naturales. A continuación, se presentan las categorías a tener en cuenta para esta caracterización:

- **Ubicación**

Estas variables permiten identificar el lugar y región de residencia o trabajo de un grupo de interés, así mismo permite reconocer características homogéneas como áreas urbanas o rurales, municipios o ciudades capitales, barrios, localidades entre otros.

- **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.

- **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.

## 8. MECANISMO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

- **Registros administrativos**

Son los registros almacenados en los que se consignan la información de los usuarios que se ha levantado a lo largo de la interacción con los usuarios de los servicios de la Entidad. Se incluyen aquí todos los registros administrativos, tales como: bases de datos, aplicación de encuesta, etc. Esta herramienta consiste en la simple observación de los ciudadanos, usuarios o grupos de interés durante la interacción con la Entidad. La información que se puede recoger es útil para el diseño e implementación de nuevos servicios, así como para el re-diseño de servicios actuales susceptibles de mejora.

A continuación se muestra la selección de mecanismo de recolección de información para cada variable priorizada:

Tabla 1. Registros de recolección de información por tipo de variable

POBLACIÓN	TIPO DE VARIABLE	VARIABLE	LA ENTIDAD TIENE LA INFORMACIÓN		MECANISMO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN
			SI	NO	
Ciudadanos alcanzados	Persona Natural	Ubicación	X		Registros administrativos- Aplicación de encuesta
Ciudadanos alcanzados	Persona Natural	Ocupación	X		Registros administrativos- Aplicación de encuesta
Ciudadanos alcanzados	Persona Natural	Tipo de relación con la empresa	X		Registros administrativos- Aplicación de encuesta
Usuarios de servicios – grupos de interés	Persona Jurídica	Ubicación	X		Registros administrativos- Aplicación de encuesta
Usuarios de servicios – grupos de interés	Persona Jurídica	Ubicación principal	X		Registros administrativos- Aplicación de encuesta

## 9. SEGMENTOS IDENTIFICADOS

Tabla 2. Segmentación de datos por Tipo de Organización

SEGMENTO	Tipo de organización	Ubicación principal	Nivel	Sector al que pertenece
	Entidades Públicas	Cundinamarca Bogotá Atlántico Valle del Cauca Santander Sucre	Pública	Industria Internacional Nacional Servicios Otros
Empresas Privadas	Bogotá Cundinamarca Antioquia Atlántico Barrancabermeja Barranquilla Bucaramanga Bolívar Cali	Privada	Industria Internacional Nacional Servicios Obras Civiles Otros	

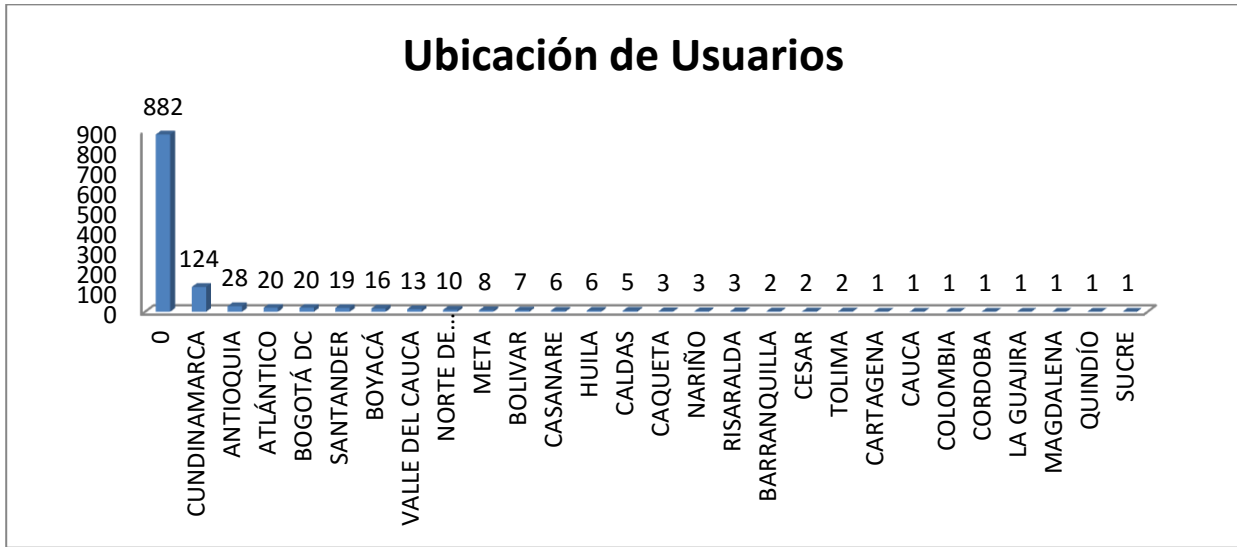
Tabla 3. Segmentación de datos por Servicios

SEGMENTO	Tipo de organización	Ubicación principal	Servicios	Sector al que pertenece
	Privada Pública	Nacional Internacional	Calibración y ensayo Materiales de Referencia Capacitación Asistencia Técnica Comparación de Interlaboratorios	Industria Internacional Nacional Servicios Obras Civiles Otros



10. RESULTADOS

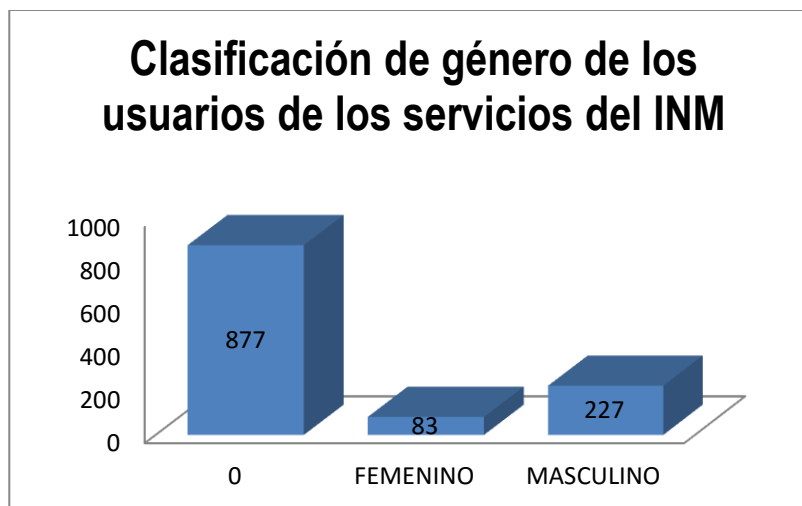
a. Ubicación principal de los usuarios de los servicios del INM



Gráfica No. 1 Ubicación de Usuarios

La ubicación principal de los usuarios de los servicios de la Entidad es Cundinamarca con el 10.4%, seguida por Antioquia con el 2.3%, observando así mismo que al no lograr identificar cierta parte de la población a caracterizar, información extraída de las bases de datos de los servicios prestados, la cual se encuentra en 0 obtiene; un porcentaje de 74.3% .

b. Clasificación de género de los usuarios de los servicios del INM



Gráfica No.2 Clasificación de Genero de los Usuarios de los servicios del INM

El resultado de esta variable indica que el 18.3% de los usuarios del INM corresponde al género Masculino y el 6.7% al género Femenino. En la gráfica anterior se evidencia que los usuarios que no se lograron identificar corresponden a información extraída de las bases de datos de los servicios prestados y que completa el porcentaje faltante con un 73.9%.

**c. Rango de edad de los usuarios de los servicios del INM**

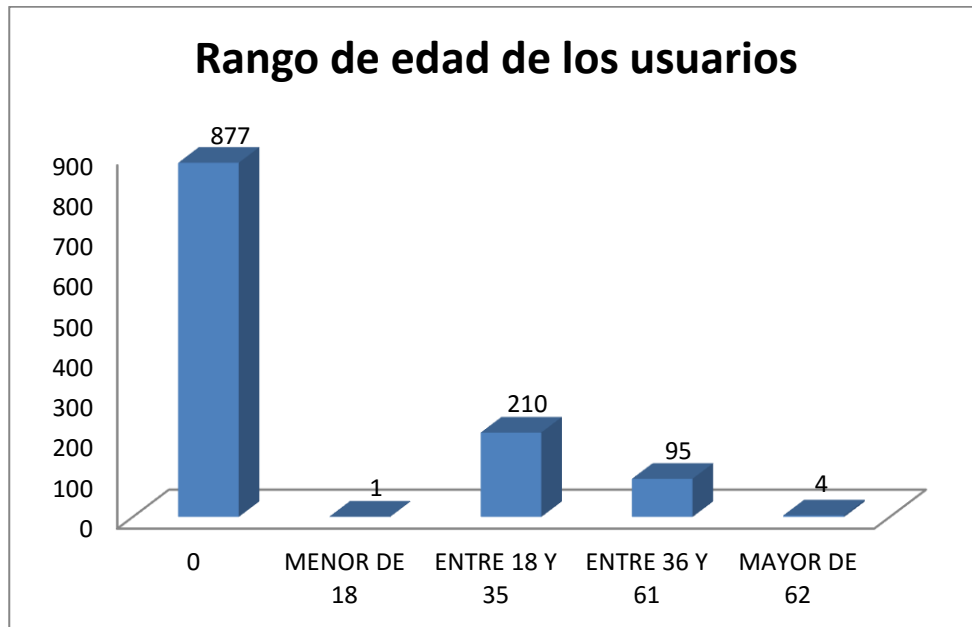


Gráfico No.3 Rango de Edad de los Usuarios.

Dentro de la variable por rango de edad encontramos que la mayor proporción de usuarios está concentrada en la población de 18 a 35 años con el 17%, en segundo lugar el rango de 36 a 61 años con el 7.7%, tal como se está representado en la gráfica anterior. Un 70.8% en el cual no se identificó su rango de edad, información extraída de las bases de datos de los servicios prestados.

**d. Nivel Académico**

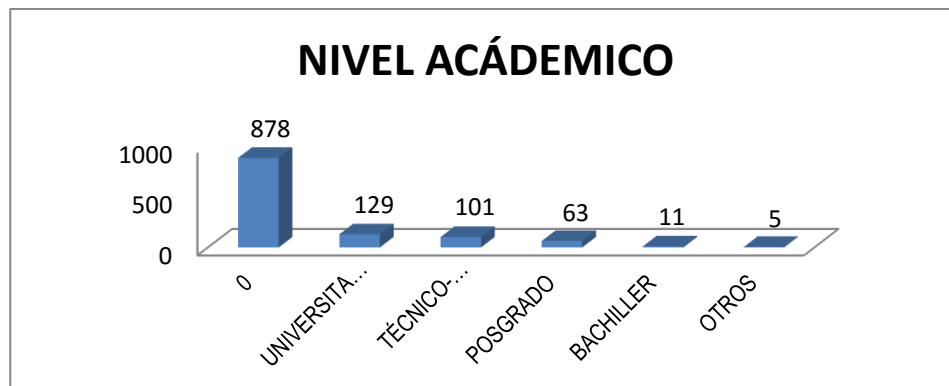


Gráfico No.4 Nivel Académico

Esta variable indica que el 10.9% de los usuarios del INM cuentan con nivel académico universitario, el 8.5% son técnico- tecnólogos y los niveles de posgrado, bachiller y otros ocupan el 80.6% restantes.

**e. Servicios Prestados**

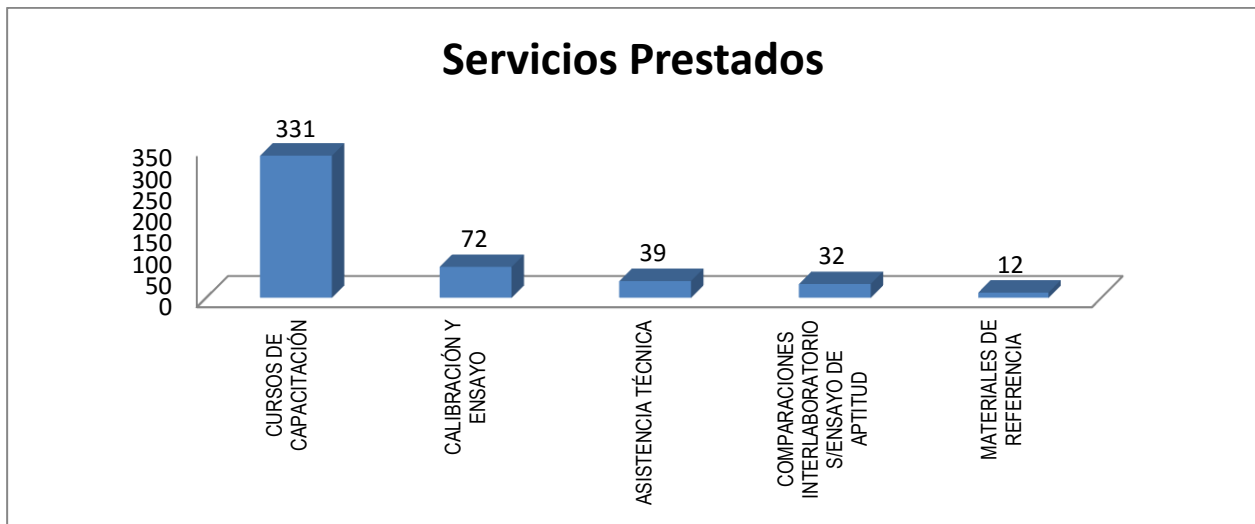


Gráfico No. 5 Servicios Prestados

El servicio prestado por los usuarios del INM fue capacitación con el 68.1%, en segundo lugar registra el servicio de Calibración y Ensayo con el 14.8%, le sigue Asistencia Técnica con el 8%, Comparación de Interlaboratorios con 6.6% y por último el servicio de Materiales de Referencia con el 2.5%.

**f. Tipo de Relación con la empresa**

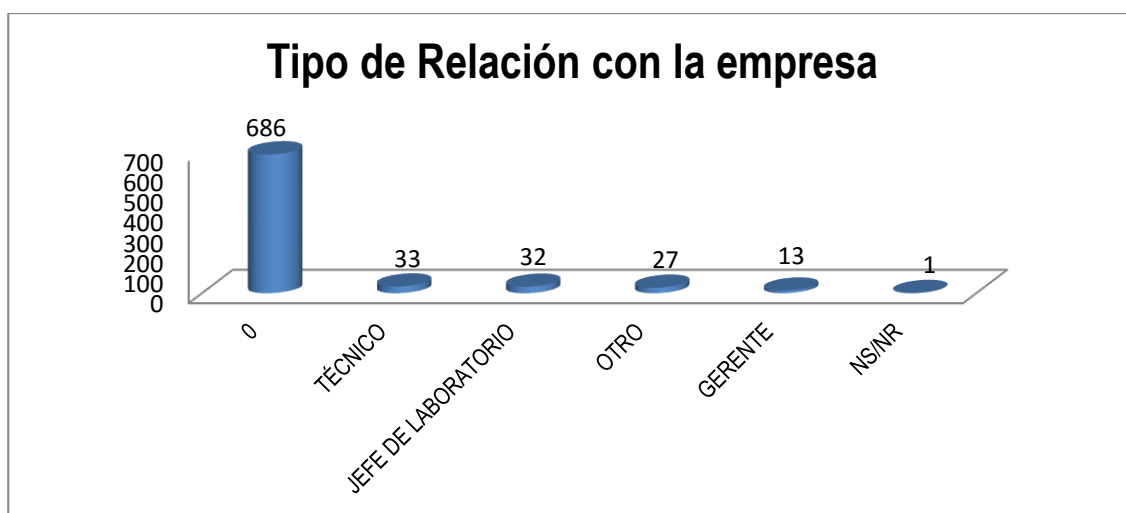


Gráfico No. 6 Tipo de Relación con la Empresa

Los resultados demuestran que el 4.2% de actividad ocupacional de los usuarios del INM son técnicos seguidos por los jefes de laboratorio con el 4%, otro con el 3.4%, gerentes con el 1.6% y en menor proporción aparece el de No saben/No responden con el 0.1%, finalizando con el 86.6% de los usuarios que según bases de datos suministradas no arroja esta información.

**g. Tipo de empresa**

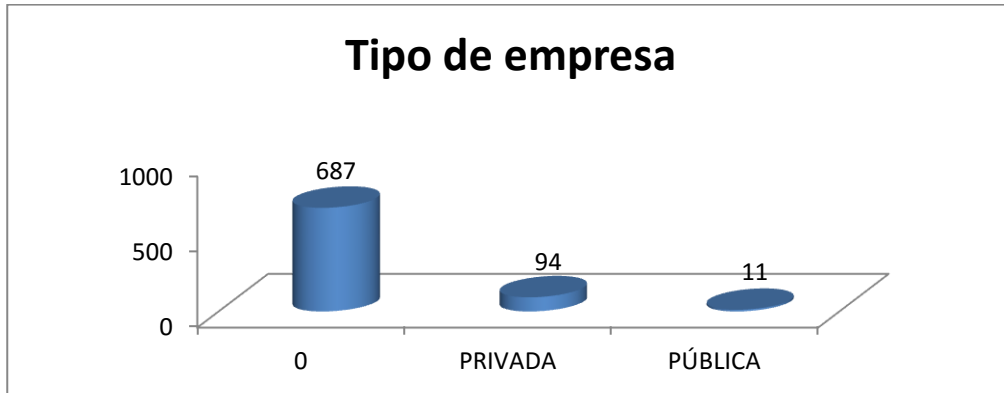


Gráfico No. 7 Tipo de Empresa

Las principales fuentes de recursos de las empresas usuarias de los servicios de la Entidad son privadas con un 11.9%, así mismo las empresas de la Entidad son públicas del Estado colombiano, con un 1.4% de proporción sobre el total de usuarios de los servicios que presta la Entidad. Cabe anotar que el resto de porcentaje hace referencia a la información suministrada en bases de datos con un 86.7% la cual no cuenta con la información.

**h. Sector de la Industria**

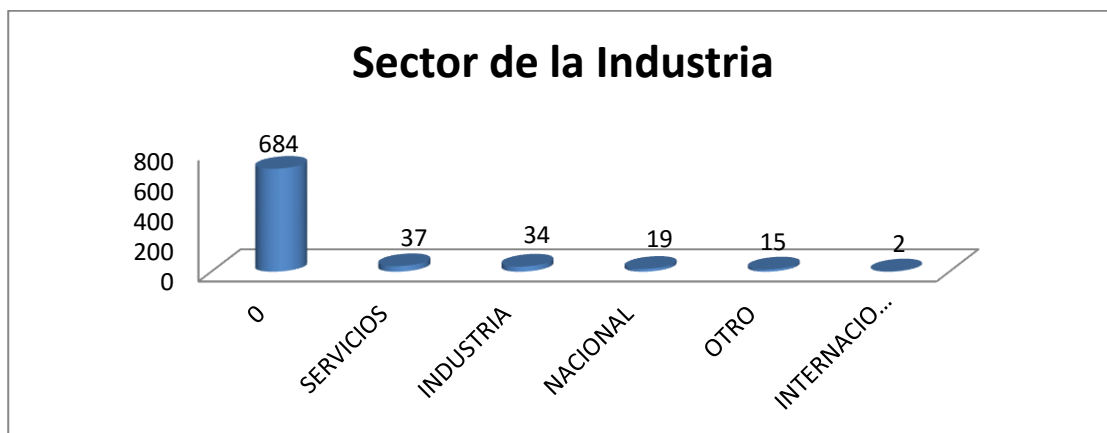


Gráfico No. 8 Sector de la Industria

Con un 4.7% el sector de la Industria que más se logró caracterizar en esta encuesta fue el de Servicios, seguido de es el sector de la Industria con un 4.3%, el sector Nacional con 2.4%, Otros sectores con el 1.9%, el sector a nivel Internacional con 0.3%, El 86.5% restante corresponde a la falta de información suministrada por las base de datos.

i. Niveles organizacionales de los grupos de interés del INM



Gráfico No. 9 Nivel Organizacional de los grupos de Interés

Los niveles organizacionales de los grupos de interés de la Entidad son: internacional, nacional, regional, departamental y municipal.



Gráfico No. 10 Clasificación Niveles Organizacionales

Se evidencia que los usuarios que más utilizaron nuestros servicios fueron los nacionales con un 98.2%, no sin dejar atrás los internacionales: Ecuador diez (10), Perú dos (2), Guatemala y Venezuela uno (1), completando así el porcentaje restante con un 1.8%.

El siguiente resumen corresponde al 100% de los ciudadanos registrados en la base de datos de caracterización de usuarios de persona **Natural**:

- Género: el 6.7% son mujeres y el 18.3% son hombres, siendo los hombres el mayor número de usuarios de Instituto Nacional de Metrología, según la información recolectada en la encuesta, el 73.9% equivale a la información de la encuesta aplicada y de las bases de datos que fueron suministradas.
- El rango de edad de los usuarios: la mayor esta entre las edades de 18-35 con el 17%. Entre las edades de 36-61 años le corresponde el 7.7%. Las personas mayores de 62 años presentan el 0.03%. Los menores de 18 años les corresponde el 0.1% y el restante 70.8% le corresponde a las bases de datos suministradas.
- Nivel académico: el 10.9% está en el nivel Universitario, 8.5% son Técnicos/ Tecnólogos, el 5.3% tienen posgrado, el 0.9% es bachiller y un 0.4% tiene otro nivel académico. Así mismo el porcentaje restante 74% equivale a las bases de datos.
- Tipo de relación con la empresa: el 4.2% son Técnicos, el 4% Jefes de laboratorio, 3.4% tienen otro tipo de relación con la empresa, 1.6% son Gerentes y el 86.6% es el porcentaje restante de las bases de datos.
- Tipo de servicios prestados: el 68.1% de los usuarios asistieron al servicio de Capacitación, el 14.8% asistió a Calibración y Ensayo, el 8% acudió a Asistencia técnica, el 6.6% asistió a Comparaciones de Interlaboratorios/ Ensayos de aptitud, 2.5% Materiales de Referencia.
- Geográfica: el 10.4% de los ciudadanos son del Departamento de Cundinamarca, seguido con el 2.4% el departamento de Antioquia, 1.7% el departamento de Atlántico, otros departamentos con el 11.2% de las encuestas realizadas, el 74.3% corresponden a la información de las bases de datos suministradas.

El siguiente resumen corresponde al 100% de los ciudadanos registrados en la base de datos de caracterización de usuarios de persona **Jurídica**:

- ✓ Tipo de persona: el 40% son jurídicas.
- ✓ Tipo de empresa: Privada con un 11.9% y pública con un 1.4% el 86.7% equivale a la información de las bases de datos que no nos diferencian el tipo de empresa.
- ✓ Sector: los usuarios del sector de los Servicios tiene un 4.7%, el de Industria un 4.3%, el Nacional 2.4%, y Otro un 1.9%, Internacional 0.3% y el 86.5% corresponde a información no discriminada de las bases de datos.
- ✓ Geográfica: el 70.9% son usuarios Departamentales, el 26.8% son Municipales, el 1.8% Internacional y el porcentaje restante 0.1% corresponde a la información suministrada de las bases de datos.

En la elaboración de este informe la encuesta fue diligenciada por trescientas sesenta y dos (362) personas, de estas once (11) personas dijeron que no autorizaban el uso de datos y cuarenta (40) que No Responden a la autorización.

Del total de la base de Datos suministrada que fueron, ochocientos setenta y siete (877) de ellas fueron personas naturales y seiscientos ochenta y tres (683) son personas jurídicas que asistieron al INM.

## 11. CONCLUSIONES

Con este informe podemos concluir que:

- La mayor cantidad de usuarios encuestados (tanto personas naturales como jurídicas), pertenecen al departamento de Cundinamarca y Bogotá.

## INFORME DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS, GRUPOS DE INTERÉS Y PARTES INTERESADAS

Servicio al Ciudadano

- En el caso de las personas naturales, el mayor número de encuestados informan que recibieron el servicio de capacitación, sin embargo es necesario aclarar que algunos de ellos asumen las visitas guiadas como servicios de capacitación.
- El nivel educativo de los encuestados, muestra que tanto los universitarios, como quienes han logrado posgrado, son cerca del 24.7%.
- En el caso del tipo de relación de las personas jurídicas con su empresa, demuestra que el 4.2% equivale a la parte Técnica, el 4% a Jefes de Laboratorio, Otro 3.4%, Gerente 1,6%, No sabe no responde al 0.1% y 86.6% corresponde a la información que ha sido suministrada por las bases de datos.
- Se pueden conocer las necesidades de los usuarios o grupos de interés que utilizan los servicios que se prestan con el fin de mejorar la atención a los usuarios identificados en la caracterización.
- Se encuentra información relevante y consistente para la toma de decisiones en materia de portafolio institucional y canales de atención.
- Se brinda un insumo a la entidad para la Mejora Continua, con un enfoque centrado en el usuario.

---

**Lucelly Mora Arias**  
**Secretaria General**

**Reviso:**

Luis Fernando Oviedo Herrera

**Elaboró:**

Nidia Hernández O.

Karina Ariza Garzón

**2016-12-30**