

Caracterización del usuario 2025





Caracterización de usuarios de la unidad de planificación rural agropecuaria

Actualización a 2025

Contenido

- PASO 1. Reconocimiento de los ejercicios previos de caracterización y de relacionamiento con la ciudadanía y los grupos de valor. (pág. 2)
 - Objetivo general
 - Objetivos específicos
- PASO 2. Establecimiento de variables para la caracterización. (pág. 6)
- PASO 3. Recolección de la información. (pág. 15)
- PASO 4. Análisis de la información. (pág. 20)
- PASO 5. Uso y aprovechamiento de la información. (Pág. 28)
- Comentarios finales y recomendaciones (Pág. 33)



De acuerdo con los lineamientos de la Política de Servicio al Ciudadano desarrollados en el *Manual operativo del modelo integrado de planeación y gestión* (MIPG), la Unidad de Planificación Rural Agropecuaria (UPRA) debe caracterizar a la ciudadanía y sus grupos de valor por lo menos una vez al año o cada vez que la entidad lo requiera.

Teniendo en cuenta que la última actualización se realizó en 2021, y que su propósito es fortalecer los escenarios de relacionamiento y continuar respondiendo a las necesidades e intereses de la ciudadanía y sus grupos de valor, así como retroalimentar a la gestión interna, la UPRA realizará esta actividad siguiendo los lineamientos dados en el documento *Guía de caracterización de ciudadanía y grupos de valor*, cuya versión 5 fue dictada por el Departamento Administrativo de la Función Pública en noviembre de 2022, según lo proyectado por la Dirección de Participación, Transparencia y Servicio al Ciudadano.

De acuerdo con dicha guía, para caracterizar la ciudadanía y los grupos de valor, en la perspectiva de la UPRA, se recomienda implementar cinco pasos:

- Paso 1. Reconocer ejercicios previos de caracterización y de relacionamiento con la ciudadanía y los grupos de valor.
- Paso 2. Establecer las variables para la caracterización.
- Paso 3. Recolectar la información.
- Paso 4. Analizar la información.
- Paso 5. Usar y aprovechar la información.

A continuación, se presenta el desarrollo de cada uno de los pasos descritos:

Paso 1. Reconocimiento de los ejercicios previos de caracterización y de relacionamiento con la ciudadanía y los grupos de valor

En el 2021, se publicó el anterior “Informe de caracterización de usuarios de la Unidad de Planificación Rural Agropecuaria (UPRA). Para desarrollar esta actualización, se siguieron los lineamientos dados en el documento *Guía metodológica para la caracterización de ciudadanos usuarios y grupos de interés* (DNP, 2018).

En dicho ejercicio, se desarrollaron los siguientes pasos:

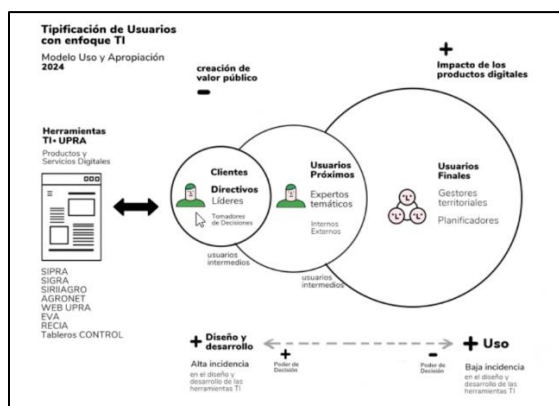
- Se identificaron los objetivos de la caracterización y su alcance.
- Se estableció un líder del ejercicio de caracterización.
- Se establecieron variables y niveles de desagregación de la información.
- Se priorizaron variables.
- Se identificaron de mecanismos de recolección de información.
- Se automatizó la información y se establecieron grupos o segmentos de ciudadanos, usuarios o grupos de interés con características similares.
- Se divulgó y se publicó la información.

En ese contexto, incluyendo las categorías demográficas, tipología organizacional, intrínsecas y de comportamiento, se encuestó a más de 400 personas; los resultados se ilustran así:

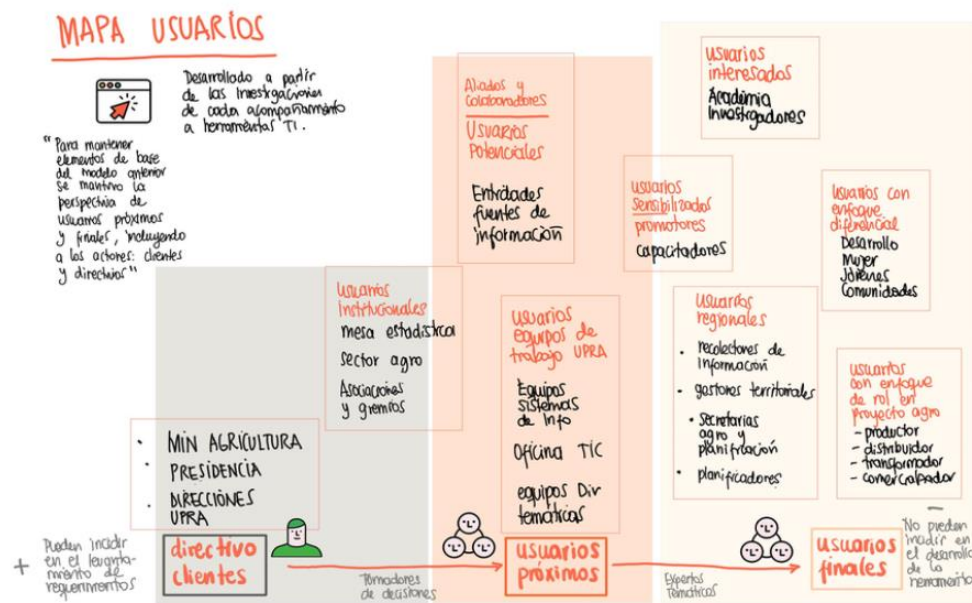


Adicionalmente, en 2020, la UPRA conformó el equipo de Uso y Apropiación en la Oficina TIC, orientado a desarrollar procesos de innovación, apoyo al diseño y rediseño de herramientas TI, y apoyo a las actividades de vigilancia tecnológica; específicamente en la línea de servicio experiencia al usuario, han logrado modelos de tipificación de los usuarios.

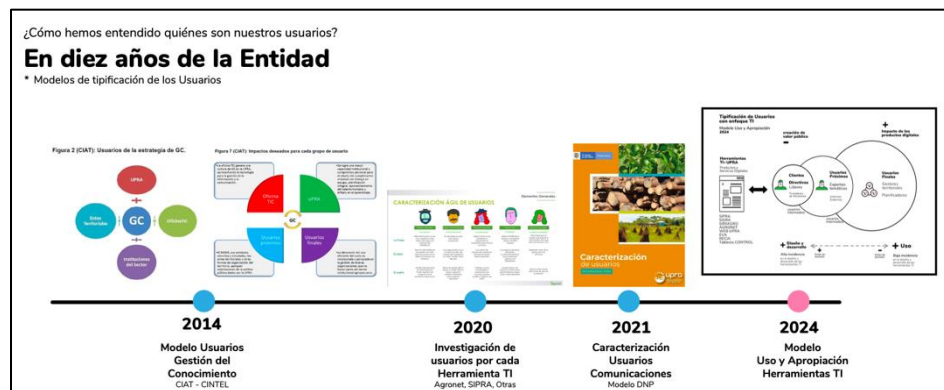
Este equipo, durante el 2024, consolidó una propuesta para actualizar este modelo de tipificación del usuario con énfasis TI articulando los avances del proceso de gestión del conocimiento denominado *Volver a conocernos*, que incluyó las categorías: *tomadores de decisiones* (clientes), *usuarios próximos* (expertos temáticos) y *usuarios finales* (territorio-ciudadanos). Aunque esta investigación se orienta al uso y apropiación de la tecnología de la UPRA, se tendrá en cuenta como un ejercicio previo y base tanto para la caracterización como para el relacionamiento con la ciudadanía y los grupos de valor que se adelanta durante la vigencia 2025.



La construcción de un mapa de usuarios que consolida los deferentes mapas realizados en el acompañamiento a los equipos de las herramientas TI y define una primera clasificación de los arquetipos de usuarios necesarios para complementar los ejercicios de uso, apropiación y gestión del conocimiento en curso, puede observarse en la siguiente gráfica:



Por lo que estos han sido los modelos previos de tipificación del usuario:



Teniendo en cuenta lo anterior, se formulan los objetivos de esta caracterización:

El objetivo de la UPRA se orienta a fortalecer la relación del Estado con la ciudadanía con el fin de dar cumplimiento a su misión y responder a los resultados de las políticas o escenarios de relacionamiento con la ciudadanía.

Asimismo, dado que la caracterización de usuarios es una herramienta clave para la entidad en la mejora de diversas políticas dentro del Modelo Integrado de Planeación y Gestión

(MIPG), tales como *transparencia, participación ciudadana, servicio al ciudadano y gobierno en línea*, a continuación, se precisan los objetivos específicos en ese contexto:

Política MIPG	Objetivo con el ejercicio
• <i>Transparencia</i> , acceso a la información pública y lucha contra la corrupción	Identificar expectativas y preferencias de los ciudadanos en materia de canales de información pública (presenciales y virtuales).
• <i>Participación ciudadana</i> en la gestión pública (Rendición de cuentas)	Identificar necesidades y expectativas de los ciudadanos en materia de información y diálogo (presenciales y virtuales).
• <i>Servicio al ciudadano</i>	Adecuar la oferta institucional con las necesidades y expectativas de los usuarios.
• <i>Gobierno digital</i> , antes <i>Gobierno en línea</i>	Conocer las preferencias de los usuarios para promover el uso y la apropiación de los productos institucionales.

1. Objetivos de esta caracterización de usuarios de la UPRA

1.1 Objetivo general

Realizar la caracterización de los grupos de valor de la UPRA mediante la recopilación de información durante el primer trimestre de la vigencia 2025 —con la finalidad de obtener un insumo clave para fortalecer la interacción de la entidad con la ciudadanía—, de su oferta institucional y la evaluación de la pertinencia de los productos desarrollados por la entidad.

1.2 Objetivos específicos

- Conocer necesidades o expectativas de los usuarios en materia de gestión del territorio para usos agropecuarios.
- Conocer las expectativas y preferencias de los usuarios para promover el uso y la apropiación de productos institucionales.
- Orientar la toma de decisiones frente a la planeación institucional, tomando como insumo las expectativas de los grupos de valor.

2. Identificación de necesidades, instrumentos y recurso humano para su implementación

Para identificar necesidades y desarrollar actividades, se tendrá en cuenta el Programa de Transparencia y Ética Pública (PTEP) 2025-2028, cuya herramienta permite, entre otros, mejorar la atención a la ciudadanía, optimizar el acceso a la información e impulsar la rendición de cuentas.

Esta proyección estará a cargo de la asesora de comunicaciones, Mónica Cortés, con un equipo conformado por: Bibiana Rosero, Claudia Estrada, John Guzmán, Johana Trujillo y Nanny Valenzuela.

Lo anterior permite que exista una caracterización única al interior de la entidad que sea lo suficientemente robusta para proveer de información de calidad a todas las dependencias y procesos que requieran datos sobre las características, necesidades e intereses de su población objetivo; evita duplicidad de acciones y desperdicio de recursos, así como reprocesos con los ciudadanos, usuarios o grupos de interés en la recolección de información.

Paso 2. Establecimiento las variables para la caracterización

1. Levantamiento de información interna de la UPRA

Se realizó una encuesta a los funcionarios y contratistas de la UPRA para determinar cuál es la información más relevante que quisieran conocer de los usuarios de la UPRA.

A través de un cuestionario con la herramienta FORMS, se realizó el levantamiento de expectativas y necesidades internas a través de las siguientes preguntas:



¡Conéctate con nuestros usuarios!

En la UPRA, trabajamos por mejorar nuestra relación con los usuarios; por eso, sus opiniones son clave. Invitamos a las y los funcionarios, así como a contratistas, a participar en la Conexión con el usuario.

Cuántas más cosas sabemos de nuestros clientes internos y externos para mejorar el conocimiento de estos, y el impacto efectivo de los proyectos y programas que desarrollamos al interior de la entidad.

¿Qué te gustaría saber sobre nuestros usuarios? ¡Tú puedes hacer la diferencia!

Ingresa a la encuesta

Fecha: lunes, 12 de mayo de 2025, 11:00 a.m.
Para: UPRA TODOS <upra@upra.gov.co>
Asunto: ¡Conéctate con nuestros usuarios!

Cordial saludo:

En el marco de la política de servicio al ciudadano y conforme a los lineamientos del Modelo Integrado de Planeación y Gestión – MIPG, la Unidad de Planificación Rural Agropecuaria (UPRA) dará inicio a la **actualización de la caracterización de ciudadanía y grupos de valor 2025**.

Con este propósito, te invitamos a diligenciar el **cuestionario de Conexión con el Usuario**, una herramienta que nos permitirá fortalecer los escenarios de relacionamiento con la ciudadanía, mejorar la gestión institucional y continuar respondiendo a los intereses de nuestros grupos de valor. **Este cuestionario estará habilitado hasta el viernes 16 de mayo.**

👍 Tu participación es clave para construir una UPRA más cercana, efectiva y alineada con las necesidades del país rural.

https://forms.office.com/pages/responsepage.aspx?id=30XmRCCq5kWAYN8NGmAH84lNHQxTfNZKr5JUpf_dyMZURU9PNk1IM1ROMk8wTzLLRzU3TVBOSFk5US4u&route=shorturl

1. ¿Con quiénes debería realizarse el ejercicio de caracterización de ciudadanía de la Entidad?
2. ¿Quiénes son los usuarios internos de la UPRA?
3. ¿Quiénes son los usuarios externos de la UPRA?
4. ¿Conoce otras actividades de la gestión misional de la UPRA de las cuales se pueda obtener información para caracterizar a los usuarios?
5. ¿Cuáles han sido las principales temáticas o solicitudes (que podrían incluirse como PQRS) de usuarios externos que usted ha atendido?
6. En la realización de su gestión en la Entidad, precise el nivel de importancia y prioridad que asigna a cada uno de los siguientes datos (1 es menos importante y 5 es máxima prioridad)

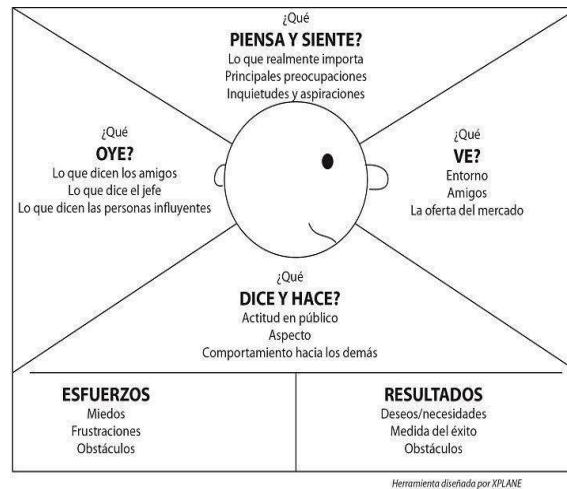
7. Indique cuál es su tipo de vinculación con la UPRA.
8. ¿A qué dirección o área pertenece?
9. ¿Qué fuentes de información consulta cuando necesita información de los usuarios de la entidad?
10. ¿Por qué canales de comunicación oficiales de la UPRA se entera de las novedades de la entidad?
11. ¿Con qué frecuencia usa las herramientas TI?
12. ¿Qué dispositivos usa para consultar los sistemas de información o los contenidos de la entidad?
13. ¿Cuáles son, para usted, las principales temáticas misionales de la entidad?

De acuerdo con los resultados obtenidos en el levantamiento de información interna, los entrevistados consideran importante conocer la siguiente información de los usuarios de la entidad:

- Quiénes son los usuarios de la entidad.
- Dónde están ubicados los usuarios.
- Cuáles son los canales de comunicación que usan o les gustaría usar para ponerse en contacto con la entidad.
- Qué información, productos o servicios requieren o necesitan los usuarios de la entidad.
- Qué expectativas tienen de la entidad.
- Cómo puede aportar la entidad al mejoramiento de sus actividades y las actividades de la organización a la cual pertenece.
- Los productos generados por la entidad han sido de utilidad.
- Cuál es su interés por la información, los productos y los servicios institucionales.
- Para qué usan la información, productos y servicios de la entidad.

Considerando que la mayoría de los encuestados señalaron importante conocer quiénes son los usuarios de la entidad, se realizó también un mapa de empatía para apoyar la elección de las variables a utilizar para conocerlos. De acuerdo con Echegaray, Urbano y Barritueta, en *Design thinking* (2017), un modelo para implementar en la administración pública, un mapa de empatía es una herramienta que facilita la comprensión de la realidad de las personas o entidades usuarias desde ópticas múltiples, y no solo desde la realidad de los hechos o acontecimientos, que permite realizar un acercamiento más profundo a su realidad, su entorno, sus circunstancias y sus propias necesidades.

2. Mapa de empatía



De acuerdo con lo anterior, la siguiente tabla precisa las variables con las cuales se estima importante contar:

N.º	Variable	Categoría según la Guía DNP	Levantamiento de información interna	Aspecto en el mapa de empatía
1	Departamento	Geográficas	¿Dónde están ubicados los usuarios?	¿Qué ve?
3	Nombre de la organización a la cual pertenece	Tipología organizacional		¿Qué ve? ¿Qué escucha?
4	Naturaleza de la organización			
5	Sector al cual pertenece la organización			
6	Cargo	Demográficas	¿Quiénes son los usuarios de la entidad?	
7	Tiempo en el cargo			¿Qué dice y hace? ¿Qué piensa y siente?
8	Nivel académico			¿Qué dice y hace? ¿Qué piensa y siente?
9	Área de formación académica			
10	Edad	Geográficas	¿Quiénes son los usuarios de la entidad?	¿Qué piensa y siente?
11	Género	Demográficas		¿Qué dice y hace? ¿Qué piensa y siente?
12	Etnia			¿Qué piensa y siente?
13	Discapacidad			¿Qué piensa y siente?
14	Conocimiento	Intrínsecas	¿Qué información, productos o servicios requieren o necesitan los usuarios de la entidad?	¿Qué dice y hace? ¿Qué piensa y siente?
15	Utilidad	De comportamiento	¿Los productos generados por la entidad han sido de utilidad?	¿Qué dice y hace? ¿Qué piensa y siente?

16	Satisfacción	De comportamiento	¿Para que usan la información, productos y servicios de la entidad?	¿Qué dice y hace? ¿Qué piensa y siente?
17	Acceso a canales	Intrínsecas	¿Cuáles son los canales de comunicación que usan o les gustaría usar para ponerse en contacto con la entidad?	¿Qué ve? ¿Qué escucha? ¿Qué dice y hace? ¿Qué piensa y siente?
18	Necesidades	De comportamiento	¿Qué información, productos o servicios requieren o necesitan los usuarios de la entidad?	Esfuerzos (miedos, frustraciones, obstáculos)
19	Expectativas		¿Qué expectativas tienen de la entidad?	Resultados (deseos/necesidades, medida del éxito, obstáculos)

En este paso, se establecerán las variables que determinarán la escala de profundidad requerida para atender el objetivo de la caracterización teniendo presente que deben ser:

- Relevantes, porque se relacionan con el objetivo de la caracterización y aportan al cumplimiento de la caracterización del usuario y de los grupos de valor.
- Económicas, ya que se ajustan con los recursos disponibles de la entidad para desarrollar el ejercicio.
- Medibles, se determinará la herramienta necesaria para su medición.
- Asociativas, que permitirán realizar la segmentación necesaria.
- Consistentes, que sus resultados permanecerán en el tiempo.

Es importante tener en cuenta que el listado de categorías y variables es indicativo y debe ser adaptado por cada entidad, de acuerdo con sus intereses, necesidades, objetivos definidos, tipología de servicios y objeto misional; y, así mismo, muchas de las variables pueden ser consultadas por la entidad en sistemas de información, archivos y registros públicos, sin necesidad de preguntarlas directamente al ciudadano, usuario o grupo de interés.

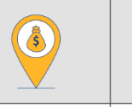
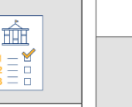
A continuación, en la tabla, se explican las variables mediante las cuales se caracterizan los usuarios y los grupos de valor para la UPRA en 2025, adaptados de la *Guía de Función Pública*:¹

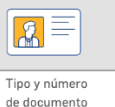
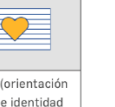
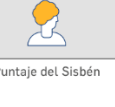
Categoría de variables	Persona natural	Persona jurídica
Geográficas "Permite identificar grupos representativos de cada área geográfica"	▪ Ubicación ▪ Clima	▪ Cobertura geográfica ▪ Dispersión ▪ Ubicación principal

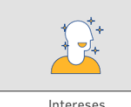
¹ *Guía de caracterización de ciudadanía y grupos de valor*. Adaptado por Función Pública (2022). <https://n9.cl/vo10o>

Demográficas “Estudia las características de una población y su desarrollo a través del tiempo”	▪ Tipo y número de documento ▪ Edad ▪ Sexo ▪ Actividad económica ▪ Estrato socioeconómico ▪ Escolaridad ▪ Vulnerabilidad ▪ Régimen de afiliación ▪ Puntaje del Sisbén ▪ Tamaño familiar ▪ Estado del ciclo familiar ▪ Lenguas o idiomas ▪ Ingresos	No aplica
Tipología organizacional Permite “conocer las características generales asociadas a la constitución de las organizaciones y su naturaleza”	▪ No aplica	▪ Fuente de recursos ▪ Tamaño de la entidad ▪ Organización / Sector del cual depende ▪ Tipo de ciudadano, usuario o grupo de interés que atiende ▪ Industria ▪ Canales que atiende
Intrínsecas “Hacen referencia a actividades o valores comunes (preferencias individuales o estilos de vida) de los ciudadanos, usuarios o grupos de interés”	▪ Intereses ▪ Lugares de encuentro ▪ Acceso a canales ▪ Uso de canales ▪ Conocimientos ▪ Dialecto	▪ Procedimiento usado ▪ Responsable de la interacción
De comportamiento “Permiten identificar los motivos o eventos que los llevan a interactuar con una entidad y las características de esta interacción”	▪ Niveles de uso ▪ Eventos ▪ Beneficios buscados	No aplica



TIPOLOGÍA ORGANIZACIONAL			
			
Tamaño de la entidad	Con o sin ánimo de lucro	Fuente de recursos (origen de capital)	Organización/ sector del cual depende
			
Industria	Tipo de ciudadano, usuario o grupo de interés	Canales de atención disponibles	

DEMOGRÁFICAS			
			
Tipo y número de documento	Edad (fecha de nacimiento)	Sexo	Género (orientación sexual e identidad de género)
			
Ingresos	Ocupación/actividad económica	Estrato socioeconómico	Régimen de afiliación al Sistema General de Seguridad Social
			
Puntaje del Sisbén	Estado del ciclo familiar	Tamaño/ composición grupo familiar	Nivel de educación o Escolaridad
			
Lenguas o idiomas	Vulnerabilidad		

INTRÍNECAS		
		
Intereses	Lugares de encuentro	Acceso a canales de atención
		
Uso de canales de atención	Conocimientos	Dialecto

Paso 3. Recolección de la información

Teniendo en cuenta las variables seleccionadas, se redactaron los siguientes requerimientos de información o preguntas:

1	Nombre y apellido
2	Correo electrónico
3	Edad
4	Género

5	Nivel académico
6	Área de formación
7	Pertenece a alguna etnia
8	Tiene algún tipo de discapacidad
9	Municipio
10	Departamento
11	Organización a la que pertenece
12	Tipo de organización
13	Sector económico al que pertenece la organización
14	Cargo que desempeña en la organización
15	Tiempo que lleva en la organización
16	¿Sabe usted a qué se dedica la UPRA?
17	¿Ha requerido o utilizado información, productos o servicios de la UPRA?
17.A1	¿Cuáles?
17.A2	¿Para qué los utilizó?
17.A3	¿Considera que cumplió o cumplieron con sus expectativas o las de su organización?
17.A4	¿A través de qué canales accedió?
17.B1	¿Conoce o ha oído alguno de los siguientes términos?
17.B2	¿En qué contexto?
18	¿Considera que la UPRA puede apoyar a su organización en el cumplimiento de las metas en materia de planificación en la gestión del territorio para usos agropecuarios?

En el marco del proceso de caracterización de los grupos de valor de la UPRA, se informó que se ha dado inicio al **Paso 3: Recolectar la información**, con base en los objetivos establecidos para este ejercicio estratégico. Esta fase tiene como propósito reunir datos pertinentes sobre atributos, variables, necesidades, intereses, expectativas y preferencias de nuestros grupos de valor siguiendo un plan detallado de procedimientos que garantice la calidad y relevancia de la información recopilada.

El objetivo general de esta caracterización es obtener un insumo clave para fortalecer la interacción de la entidad con la ciudadanía, ajustar su oferta institucional y evaluar la pertinencia de los productos desarrollados. De manera específica, se busca conocer las necesidades de los usuarios en materia de gestión del territorio para usos agropecuarios, comprender sus expectativas y preferencias frente al uso de nuestros productos institucionales, y orientar la planeación institucional a partir de esta información.

Para ello, se definió como instrumento principal una **encuesta digital**, divulgada a través de los canales oficiales de comunicación (redes sociales, cartelera interna, envío de correos masivos) de la entidad y socializada, activamente, en los eventos presenciales y virtuales programados entre el **1 y el 30 de junio de 2025**.

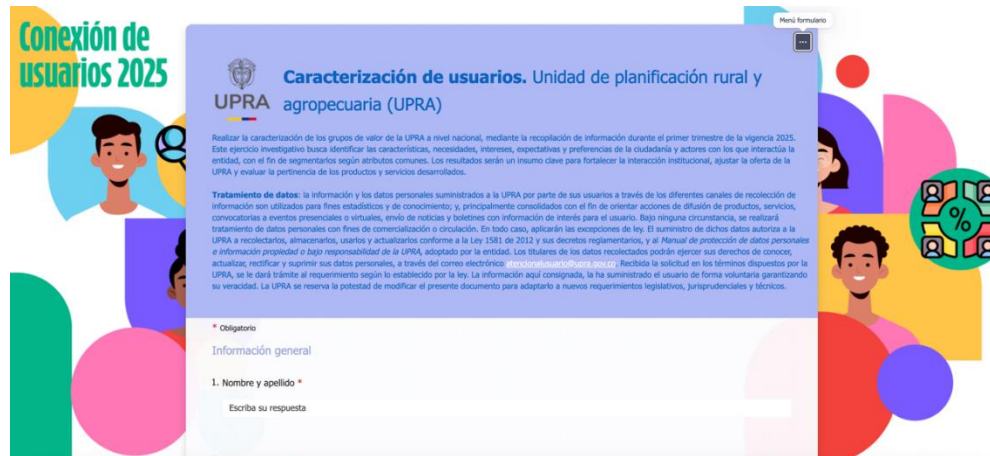
- Eventos virtuales organizados por la entidad invitando a los asistentes a diligenciar el formulario y suministrando el link para tal fin durante la realización del evento.
- Envío de correos electrónicos invitando a diligenciar la encuesta en línea a una base de datos con más de 300 registros, la cual contiene información de los asistentes a

diversos eventos durante el segundo semestre de 2025, de entidades adscritas y vinculadas al Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, de gremios del sector agropecuario, secretarías de agricultura, academia, entre otros.

- Invitación abierta, a través de redes sociales y el sitio web de la entidad.

A continuación, se muestra un pantallazo de una parte del formulario que se dispuso en línea y de las piezas de invitación a diligenciar la encuesta:

1. Formulario web



Conexión de usuarios 2025

Caracterización de usuarios. Unidad de planificación rural y agropecuaria (UPRA)

Realizar la caracterización de los grupos de valor de la UPRA a nivel nacional, mediante la recopilación de información durante el primer trimestre de la vigencia 2025. Este ejercicio investigativo busca identificar las características, necesidades, intereses, expectativas y preferencias de la ciudadanía y actores con los que interactúa la entidad, con el fin de segmentarlos según atributos comunes. Los resultados serán un insumo clave para fortalecer la interacción institucional, ajustar la oferta de la UPRA y evaluar la pertinencia de los productos y servicios desarrollados.

Tratamiento de datos: la información y los datos personales suministrados a la UPRA por parte de sus usuarios a través de los diferentes canales de recolección de información son utilizados para fines estadísticos y de conocimiento; y, principalmente consolidados con el fin de orientar acciones de difusión de productos, servicios, convocatorias a eventos presenciales o virtuales, envío de noticias y boletines con información de interés para el usuario. Bajo ninguna circunstancia, se realizará el tratamiento de datos personales con fines de comercialización o circulación. En todo caso, aplicarán las excepciones de ley. El suministro de dichos datos autoriza a la UPRA a recolectarlos, almacenarlos, usarlos y actualizarlos conforme a la Ley 1581 de 2012 y sus decretos reglamentarios, y al Manual de protección de datos personales e información propiedad o bajo responsabilidad de la UPRA, adoptado por la entidad. Los titulares de los datos recolectados podrán ejercer sus derechos de conocer, actualizar, rectificar y suprimir sus datos personales, a través del correo electrónico: atencion.usuario@upra.gov.co. Recibida la solicitud en los términos dispuestos por la UPRA, se le dará trámite al requerimiento según lo establecido por la ley. La información aquí consignada, la ha suministrado el usuario de forma voluntaria garantizando su veracidad. La UPRA se reserva la potestad de modificar el presente documento para adaptarlo a nuevos requerimientos legislativos, jurisprudenciales y técnicos.

*** Obligatorio**

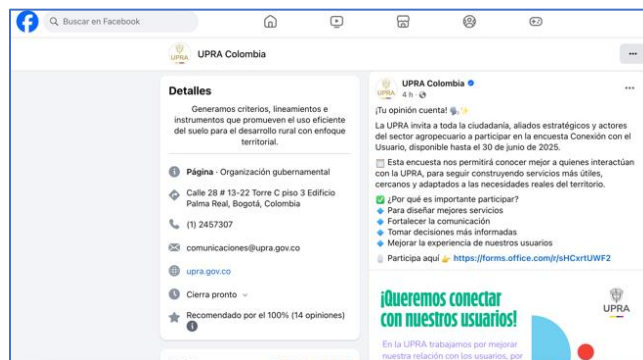
Información general

1. Nombre y apellido *

Escribe su respuesta

2. Divulgación en redes sociales y sitio web institucional





3. Piezas para correo electrónico



4. Publicación en el banner principal de la página web



5. Sección Noticias / comunicado oficial



PASO 4. Análisis de la información

1. Automatizar la información y establecer grupos o segmentos de ciudadanos, usuarios o grupos de interés con características similares

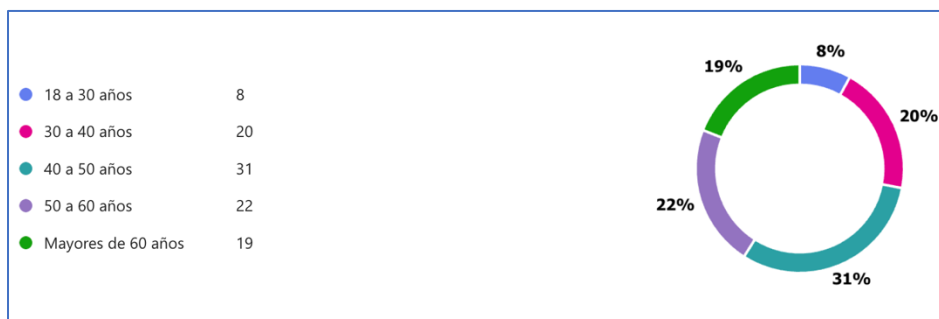
Una vez recolectada la información de cada variable, se recomienda estructurar y automatizar bases de datos que faciliten el análisis, cruce y filtro de la información con miras a segmentar a los ciudadanos, usuarios o grupos de interés en grupos que tengan características similares.

Una primera segmentación se obtiene al cuantificar los ciudadanos, usuarios o grupos de interés que comparten cada una de las variables. Para facilitar esta segmentación, se elabora un histograma para cada una de las variables o gráficas circulares. Sin embargo, es posible que esta primera segmentación no dé información suficiente para la toma de decisiones; por esta razón suele recomendarse que los parámetros que se definan para la segmentación estén directamente relacionados con los objetivos establecidos con respecto al ejercicio de caracterización, lo que implica completar el análisis cruzando la información que se recolectó. Finalmente, si para la entidad es relevante ampliar el análisis e identificar las relaciones que existen entre los principales grupos de ciudadanos, usuarios o grupos de interés, puede, además, elaborar un mapa de actores.

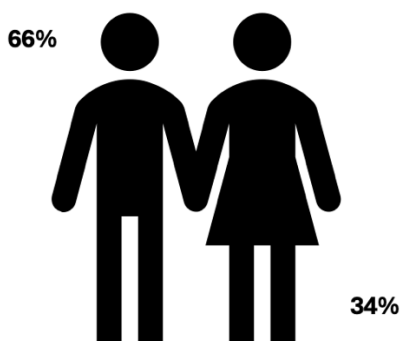
Se recolectó información desde el 1 hasta el 30 de junio; durante este mes, se diligenciaron 120 encuestas, en cuya realización, participaron representantes de los gremios, el MinAgricultura junto con sus entidades adscritas o vinculadas, entidades territoriales, organizaciones vinculadas con el sector agropecuario del país, academia, entre otros. A continuación, se presenta lo que encontró al realizar este análisis.

Características demográficas

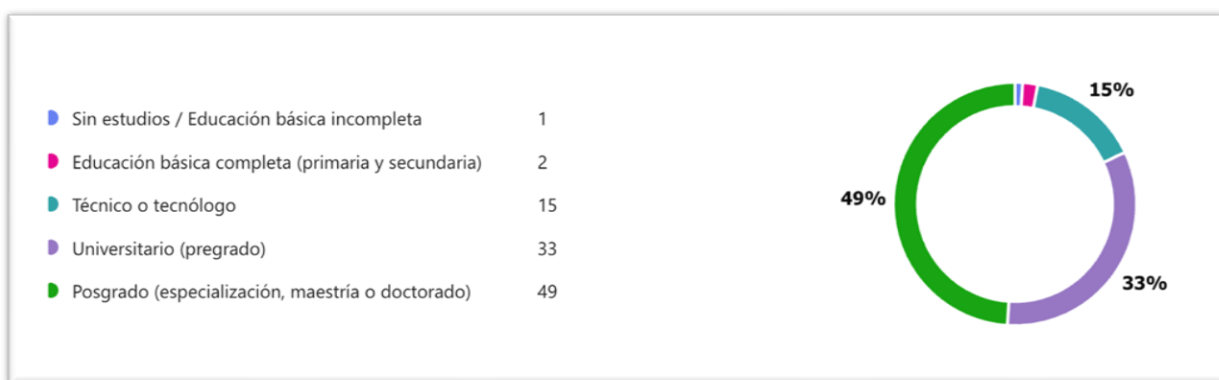
- Edad: de las personas encuestadas que contestaron esta pregunta en los siguientes tres grupos se concentra en un 82 %, es decir la mayor parte:
 - ✓ De 18 a 30 años (8 %)
 - ✓ De 30 a 40 años (20 %)
 - ✓ De 40 a 50 años (31 %)
 - ✓ De 50 a 60 años (22 %)
 - ✓ Mayores 60 años (19 %)



- Género: de las personas encuestadas, casi el 34 % contestó femenino; y casi el 66 %, masculino, siendo esta la respuesta más frecuente; 1,2 % no dio respuesta



- Nivel académico:



Frente a esta pregunta, el 82 % de las respuestas se concentran en los siguientes 4 grupos:

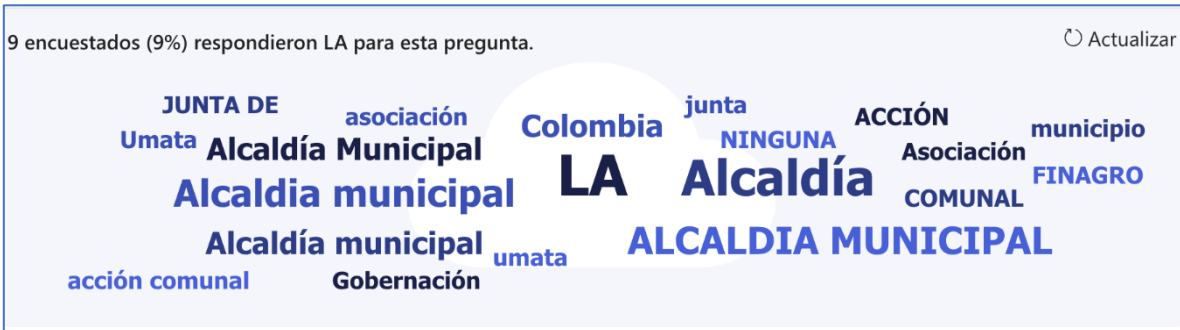
- Posgrado (especialización, maestría o doctorado) (49 %)
- Universitario (pregrado) (33 %)
- Técnico (15 %)
- Básica y otros (3 %)

De todas las respuestas. el 14 % de los encuestados respondió que pertenece al sector pecuario y a la gestión administrativa del sector agro.

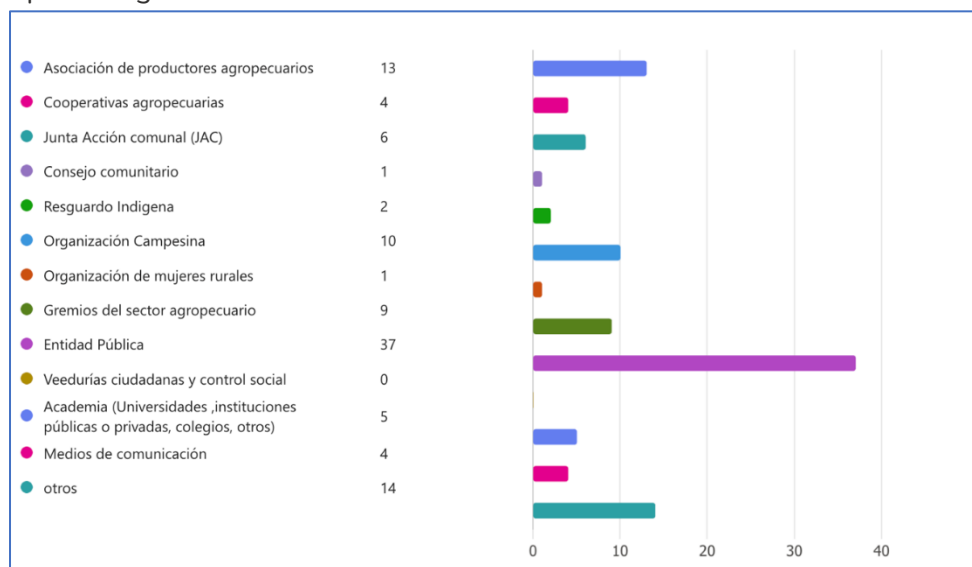


- ¿Pertenece a alguna etnia?: a esta pregunta, el 14 % de los encuestados confirmó que pertenece a una etnia; y 86 %, que no.
- ¿Tiene algún tipo de discapacidad?: a esta pregunta el 3 % personas dio “Sí” como respuesta; las discapacidades mencionadas por estas personas fueron:
 - Fractura de extremidad inferior.
 - Prótesis de extremidad inferior.
 - Movilidad reducida en extremidad inferior.

Organización a la que pertenece



- Tipo de organización



Los grupos de valor encuestados fueron clasificados en seis grandes categorías: **Nacional, Territorial, Gremial, Académico, Ciudadano y Otras instituciones**; cada uno con un papel estratégico en la planificación del ordenamiento productivo y del uso del suelo rural. Esta segmentación permitió analizar de forma más precisa las diferencias y coincidencias entre sus intereses y expectativas.

Se evidenció que el 51 % de la participación en la conexión con el usuario corresponde a asociaciones de productores agropecuarios y campesinos, juntas de acción comunal, resguardos indígenas, organizaciones campesinas y de mujeres rurales entre otros.

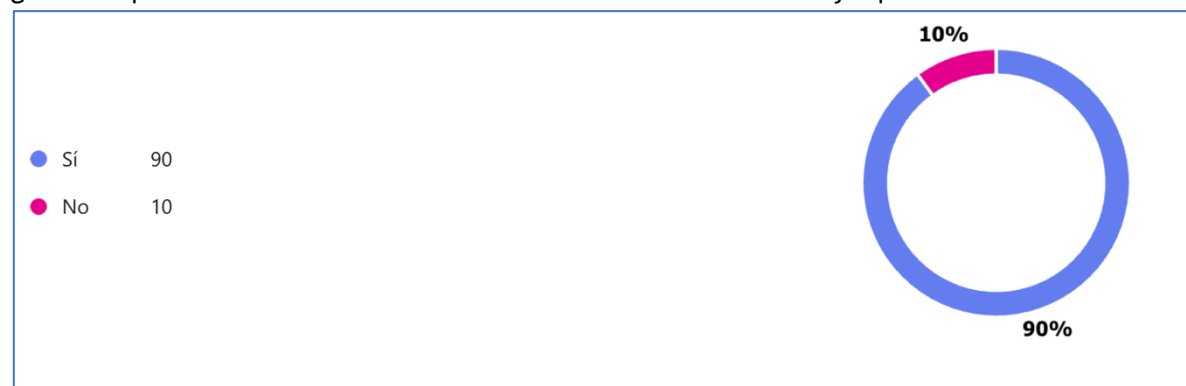
El 25 % de los encuestados respondieron que pertenecen al sector agropecuario.



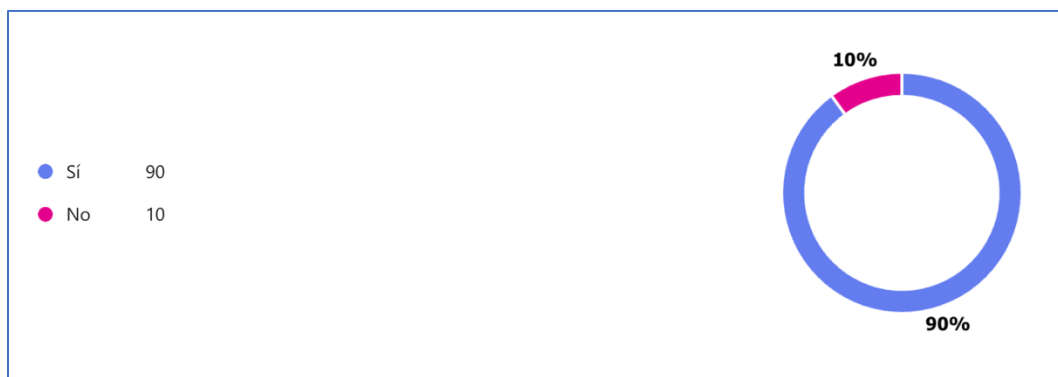
Y el 50 % ocupa cargos directivos, como representante legal, coordinador, asesor de despacho; el 14 % profesional; y el restante, otros cargos.

Preguntas sobre la entidad:

¿Sabe a qué se dedica la UPRA? El 90 % de los encuestados dijo que sí saben.



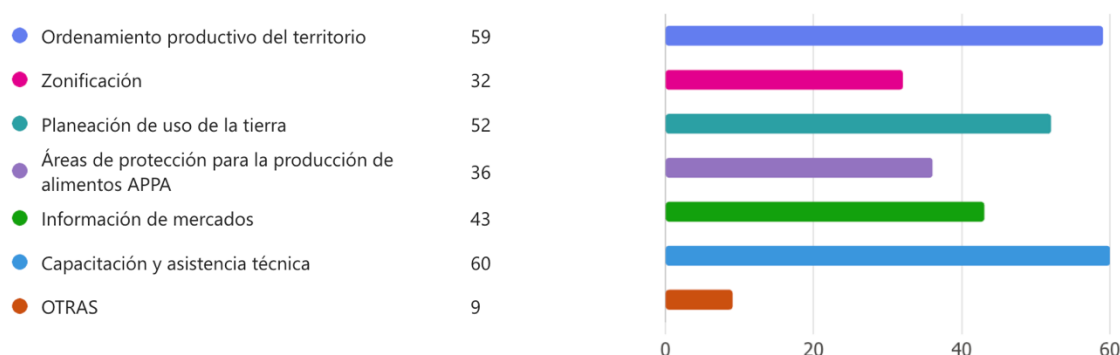
¿Ha requerido o utilizado información, productos o servicios de la UPRA? Esta pregunta estuvo dirigida a conocer si los encuestados utilizan los productos institucionales, encontrando que, el 90 % si los ha utilizado, contra el 10 % que no.



De los que contestaron afirmativamente, el 18 %, respondieron que, entre los productos más utilizados, están: la Mesa de Estadísticas Agropecuarias, el Sipra, Ordenamiento productivo y, aparece, Siriagro.



En el ranking de temas que le gustaría que la UPRA reforzara:



Ordenamiento productivo, Zonificación, Planeación del uso de la tierra y las APPA se perfilan como los temas de mayor interés para los grupos de valor.

Para conocer la percepción de los grupos de valor y encuestados sobre los eventos realizados por la UPRA, **el 82 % de los participantes manifestó que el evento cumplió total o parcialmente con sus expectativas, o las de su organización.**

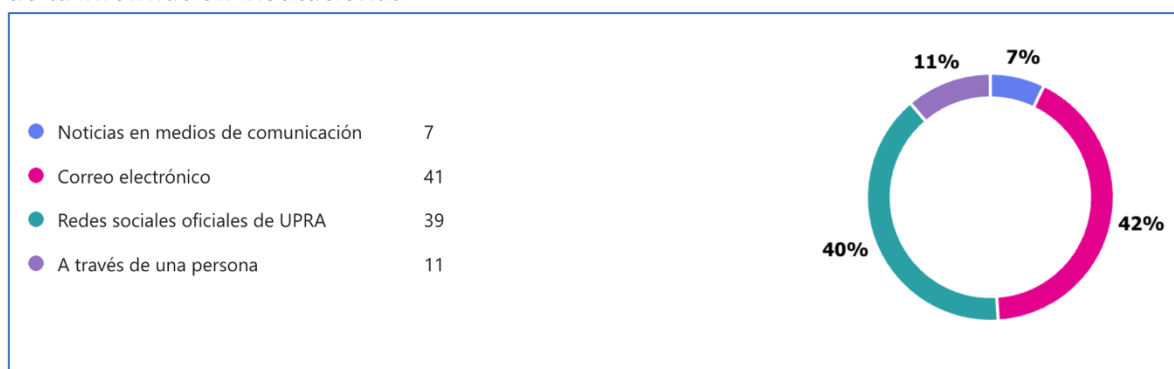
Del total de encuestados, 48 personas (49 %) respondieron que se cumplieron *totalmente* sus expectativas, mientras que 34 (35 %) señalaron que se cumplieron *parcialmente*. Solo

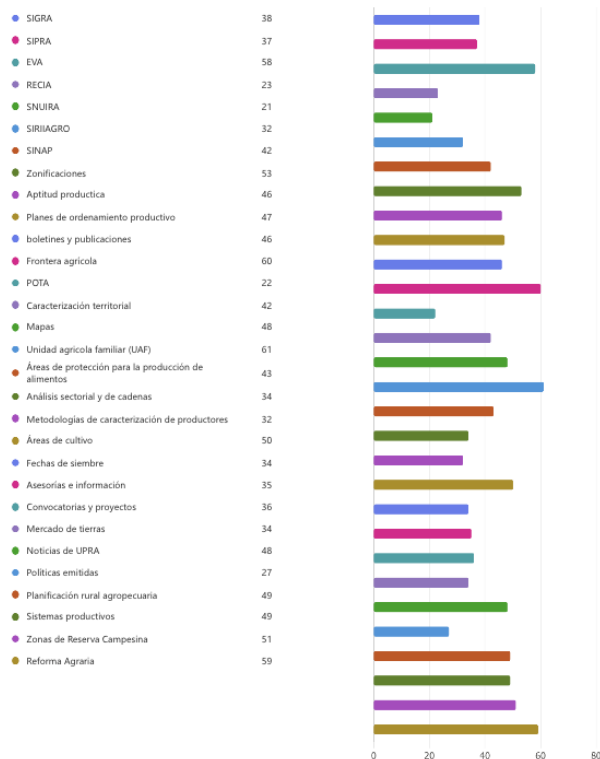
una persona expresó que no se cumplieron sus expectativas, y 15 indicaron que no tenían expectativas previas o que no aplicaba.

La mayoría de los participantes accedió al evento a través de canales digitales (23 %) Internet, destacándose las reuniones virtuales (13 %) y las transmisiones por YouTube (10 %) como los principales medios de conexión. Las redes sociales también jugaron un papel importante en la divulgación y participación; mientras que el 77 % asistió de manera presencial, lo que demuestra una efectiva combinación de estrategias presenciales y virtuales para ampliar el alcance de la jornada.

El principal canal de información sobre los temas de la UPRA fue el correo electrónico, que lo identificaron como su medio de acceso. Le siguieron las redes sociales oficiales de la entidad, con 39 menciones, y el contacto directo a través de una persona, con 11 respuestas. Solo 7 personas indicaron haberse informado mediante noticias en medios de comunicación tradicionales.

Estos resultados evidencian la importancia de los canales digitales y directos en la difusión de la información institucional.





Los términos más reconocidos por los encuestados fueron “Unidad agrícola familiar (UAF)”, con 61 menciones; “Frontera agrícola”, 60; “Reforma Agraria”, 59; y “EVA” (58). También destacaron “Áreas de Protección para la Producción de Alimentos (APPA)” y “Zonificaciones” (con 43 encuestados), “Áreas de cultivo” (con 50), “Zonas de reserva campesina” (51), y “Planes de ordenamiento productivo” y “Sistemas productivos”. Estos resultados reflejan una mayor recordación frente a conceptos estratégicos vinculados a la planificación rural y el ordenamiento del territorio.

El 88 % de los encuestados considera que la UPRA puede apoyar a su organización en el cumplimiento de metas relacionadas con la planificación del territorio para usos agropecuarios. De 100 personas, 88 respondieron afirmativamente; 9 dijeron que parcialmente; y solo 3 indicaron que no.

Frente a la pregunta abierta sobre cómo mejorar la comunicación con los actores, el análisis de los resultados de la encuesta evidenció que los grupos caracterizados se relacionan con la UPRA, principalmente, a través de canales digitales; la página web institucional y las redes sociales son los medios más consultados para acceder a información y productos técnicos. Sin embargo, también se identificaron oportunidades para fortalecer la interacción y el relacionamiento con los actores, especialmente, en lo relacionado con la atención personalizada en los territorios y el acceso a contenido específico según las necesidades del usuario.

Frente a la pregunta abierta sobre cómo mejorar la comunicación con la entidad, el 24 % de los participantes ofreció sugerencias concretas. Entre las más destacadas, se encuentra la necesidad de fortalecer el contacto directo con la entidad en los territorios o municipios, especialmente, para capacitaciones de cómo acceder a la información y fortalecer los canales digitales que permitan un diálogo técnico.

Estos hallazgos constituyen una base importante para orientar futuras estrategias de relacionamiento, identificar posibles ajustes en las iniciativas institucionales y avanzar en la consolidación de una comunicación más efectiva, accesible y centrada en las necesidades de los usuarios.

Paso 5. Uso y aprovechamiento de la información

1. Herramienta 6: Instrumento para consolidar la información resultante del ejercicio de caracterización

Ficha resumen de caracterización

Fecha: 03/07/2025
Sección 1: Objetivos y alcances de la caracterización Objetivo: Caracterizar los grupos de valor de la UPRA mediante la recopilación de información durante el primer trimestre de la vigencia 2025, con el fin de obtener un insumo clave para el fortalecimiento de la interacción de la entidad con la ciudadanía, de su oferta institucional y la evaluación de la pertinencia de los productos desarrollados por la entidad. Alcance: - Conocer necesidades o expectativas de los usuarios en materia de gestión del territorio para usos agropecuarios. - Conocer las expectativas y preferencias de los usuarios para promover el uso y la apropiación de productos institucionales. - Orientar la toma de decisiones frente a la planeación institucional tomando como insumo las expectativas de los grupos de valor.
Sección 3: Resultados Como parte del proceso de caracterización del usuario de la UPRA, se aplicó una encuesta a los ciudadanos y grupos de valor definidos institucionalmente, con el fin de conocer sus características, percepciones y necesidades frente a la entidad. La encuesta fue diseñada a partir de los hallazgos del levantamiento interno de información, del mapa de empatía y de las recomendaciones metodológicas definidas en la <i>Guía</i> propuesta por el DNP.

Los grupos de valor encuestados fueron clasificados en seis grandes categorías: **Nacional, Territorial, Gremial, Académico, Ciudadano y Otras instituciones**, cada uno con un papel estratégico en la planificación del ordenamiento productivo y del uso del suelo rural. Esta segmentación permitió analizar de forma más precisa las diferencias y coincidencias entre sus intereses y expectativas.

Entre los principales hallazgos, se destacan:

- **Alta relevancia del conocimiento institucional:** Los usuarios manifestaron un gran interés por los productos, servicios e información técnica que genera la UPRA, especialmente, en temas como planificación del uso del suelo, frontera agrícola, ordenamiento productivo y APPA. El 90 % de los encuestados afirmó saber a qué se dedica la UPRA y más del 70 % ha requerido o utilizado información, productos o servicios institucionales. Los productos más usados fueron la mesa de estadísticas agropecuarias, el Sipra, los sistemas de información y los datos sobre ordenamiento productivo y análisis de cadenas.
- **Reconocimiento del enfoque territorial y poblacional de la UPRA:** Otro hallazgo destacado es la evidencia del trabajo articulado que la UPRA viene adelantando con enfoque en el campesinado y las minorías. A través de alianzas con asociaciones campesinas, ZRC, comunidades indígenas, mujeres rurales, juntas de acción comunal y entes territoriales, la entidad ha promovido la inclusión de lineamientos como las APPA en los instrumentos de planificación territorial y planes de ordenamiento productivo, como el adelantado con la cadena Ovino Caprina que se realizó con los productores ovino-caprinos organizados y no organizados a través de mesas técnicas y talleres regionales.

Esta orientación se ve reflejada en los resultados de la caracterización; donde, más del 50 % de los participantes correspondieron a asociaciones de productores agropecuarios y organizaciones comunitarias, lo que posiciona al campesinado y sus formas asociativas como un grupo de valor estratégico para la gestión institucional.

- **Diversidad en los perfiles y roles de los usuarios:** La encuesta reveló una gran heterogeneidad en el perfil de los usuarios de la entidad incluyendo funcionarios públicos, líderes gremiales, académicos, técnicos del sector agropecuario, representantes de organizaciones internacionales y ciudadanos interesados. Esta diversidad ratifica la necesidad de segmentar la comunicación y los servicios según el tipo de actor.
- **Expectativas de mayor articulación institucional:** Los grupos de valor esperan una mayor articulación de la UPRA con otras entidades del sector agropecuario, ambiental y territorial, así como con centros de investigación y cooperación internacional; en especial, para fortalecer procesos de planificación conjunta y toma de decisiones informadas.
- **Canales de información:** Las redes sociales y el correo electrónico son los principales medios de contacto con la UPRA; un hallazgo significativo de la caracterización del usuario 2025 es la predominancia de los canales digitales como vía principal de acceso a la información institucional. El 42 % de los encuestados manifestó haberse enterado de los temas y servicios de la UPRA a través del correo electrónico institucional, seguido muy de cerca por un 40 % que lo hizo mediante las redes sociales oficiales de la entidad.

Este resultado confirma que los entornos digitales —en particular el correo directo y las redes sociales— siguen siendo los **vehículos más efectivos de relacionamiento y divulgación**.

Además, el 11 % accedió a la información por recomendación de una persona, y un 7 % a través de noticias en medios de comunicación; lo que sugiere también una oportunidad de fortalecer las estrategias de comunicación boca a boca y la presencia en medios externos.

Estos datos respaldan la importancia de mantener y optimizar las estrategias de comunicación digital, al tiempo que se exploran nuevas formas de contacto directo y territorial para alcanzar a públicos menos digitalizados.

- **Variables clave para la caracterización:** A partir de los resultados, se validó la pertinencia de variables como Ubicación geográfica, Naturaleza de la organización, Nivel académico, Cargo, Tiempo en el rol, Necesidades de información, Percepción de utilidad y Satisfacción con los servicios ofrecidos. Estas variables permiten realizar una segmentación adecuada para fortalecer la gestión institucional y el relacionamiento con los diferentes actores.

Sección 4: Comentarios finales y recomendaciones

La caracterización del usuario de la UPRA evidencia un cambio relevante en los perfiles identificados frente a ejercicios anteriores. En esta oportunidad, se destaca el reconocimiento del enfoque territorial y poblacional de la entidad por parte de comunidades campesinas, organizaciones de mujeres rurales, juntas de acción comunal, resguardos indígenas y ZRC, lo que refleja el fortalecimiento del trabajo articulado que la UPRA ha venido adelantando con estos actores. Su participación, que supera el 50 % de los encuestados, posiciona al campesinado y sus formas organizativas como un grupo de valor estratégico dentro del quehacer institucional. Por lo que se agregará un nuevo grupo al que se decidió denominar *Actores sociales del territorio*.

A partir de este nuevo hallazgo, se mantiene también la tendencia de perfiles predominantes en ejercicios anteriores, conformados por funcionarios públicos del orden territorial, representantes de gremios productivos, académicos, técnicos del sector agropecuario y actores, de orden nacional o internacional, interesados en la planificación del territorio rural.

Los resultados reflejan un alto interés por los productos técnicos de la entidad y una demanda creciente por canales más accesibles y personalizados. En respuesta, se recomienda avanzar en la segmentación de usuarios, el desarrollo de una estrategia de relacionamiento directo en los territorios y la ampliación de la estrategia de difusión.

Este ejercicio reafirma el compromiso de la UPRA con la mejora continua, la transparencia y la generación de valor público orientando sus acciones hacia una planificación más efectiva, participativa e incluyente.

Se recomienda implementar, para un próximo ejercicio de caracterización del usuario, un proceso de levantamiento de información continuo durante toda una vigencia (año) aprovechando los eventos institucionales en territorio, con el fin de corroborar directamente la necesidad expresada por los usuarios en torno a una mayor presencialidad. Esta estrategia

permitirá validar y complementar los resultados obtenidos, así como fortalecer el relacionamiento directo con los actores locales y ajustar la oferta institucional a las realidades del territorio.

Nota. Con base en la adaptación realizada por Función Pública (2022) de la *Guía para la caracterización de usuarios de las entidades públicas* (Min. TIC, 2011).

Gráfica grupos de valor en 2025

