



El campo
es de todos

Minagricultura



El campo
es de todos

Minagricultura



Caracterización de usuarios

Actualización 2020



ACTUALIZACIÓN DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS DE LA UNIDAD DE PLANIFICACIÓN RURAL AGROPECUARIA – 2020

Para el desarrollo de esta actividad de actualización se seguirán los lineamientos dados en el documento “Guía metodológica para la caracterización de ciudadanos usuarios y grupos de interés” (Departamento Nacional de Planeación – DNP, 2018), en el año 2018 y se tendrá en cuenta un levantamiento de información realizado sobre las necesidades y expectativas internas frente a la actualización de la caracterización de usuarios.

De acuerdo con la Guía del DNP, para realizar la caracterización de ciudadanos, usuarios e interesados se recomienda la aplicación de siete (7) pasos, a continuación, se presentará el desarrollo de cada uno de los pasos:

1. Identificar los objetivos de la caracterización y su alcance

El primer paso para garantizar la validez y utilidad de los resultados de la caracterización consiste en identificar el objetivo general y los objetivos específicos del ejercicio, es decir, establecer claramente para qué se hace una caracterización de ciudadanos, usuarios o grupos de interés, y cuál es el uso que se va a dar a los resultados.

Para desarrollar este paso en el levantamiento de expectativas y necesidades internas se realizaron las siguientes preguntas:

- ¿Para usted qué es una caracterización de usuarios y para qué sirve?
- Para usted ¿Cuál sería el objetivo de actualizar la caracterización de usuarios?
- ¿Cuáles son sus expectativas y necesidades frente a la actualización de caracterización de usuarios?

En este mismo sentido y teniendo en cuenta que el ejercicio de caracterización de usuarios es una herramienta que le permite a la entidad mejorar aspectos en algunas de las políticas implementadas en el marco del Modelo Integrado de Planeación y Gestión – MIPG, como son, transparencia, participación ciudadana, servicio al ciudadano y gobierno en línea, a continuación, se presentan los objetivos particulares que se quieren alcanzar desde cada una de las políticas mencionadas:

Política MIPG	Objetivo con el ejercicio
Transparencia y acceso a la información pública	Conocer necesidades o expectativas de los usuarios en materia de información

Política MIPG	Objetivo con el ejercicio
Participación ciudadana y rendición de cuentas	Potenciar todos los mecanismos de divulgación de información
Servicio al ciudadano	Adecuar la oferta institucional, de acuerdo con las necesidades y expectativas de los usuarios
Gobierno en línea	Conocer expectativas y preferencias de los usuarios para promover el uso y apropiación de productos institucionales

Partiendo de lo anterior se construyeron los siguientes objetivos:

1.1. Objetivo general

Caracterizar los grupos de valor de la UPRA a través de la recolección de información, durante la vigencia 2020, para determinar la pertinencia de los productos de la entidad, como insumo a la planeación institucional.

1.2. Objetivos específicos

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

2. Establecer un líder del ejercicio de caracterización

La guía recomienda identificar un grupo de trabajo interdisciplinario o una dependencia responsable por el liderazgo del ejercicio y por la coordinación al interior de la entidad con las dependencias interesadas en el uso de la información.

Lo anterior permite que exista un único ejercicio de caracterización al interior de la entidad que sea lo suficientemente robusto 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.



El líder de la caracterización deberá:

- Centralizar la información que resulte del ejercicio.
- Difundir la información al interior de la entidad para mejorar las intervenciones de las diferentes dependencias de 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.
- 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 interés de las instituciones.

De acuerdo con el Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano – PAAC 2020, el responsable de realizar la actualización de la caracterización de usuarios de la entidad es la Asesoría de comunicaciones, en este sentido el desarrollo de esta actividad estará liderado por la Asesora de comunicaciones con el apoyo de un equipo de cuatro contratistas que en sus obligaciones contractuales tienen esta actividad, el equipo quedaría conformado por:

- Mónica Cortés – Asesora de comunicaciones
- Bibiana Rosero – Contratista
- Leicy Salas – Contratista
- Ramiro Gómez – Contratista
- Carlos Muñoz – Contratista

En este mismo sentido en el levantamiento de información interna, se preguntó a los entrevistados quién sería la persona de contacto entre su área o proceso durante el desarrollo de la actualización de la caracterización de usuarios, obteniendo el siguiente listado:

- Dirección general - Felipe Fonseca
- Asesoría de planeación - José Ricardo Reita y Kerly Ospina
- Asesoría jurídica - Cielo Verdugo o Gloria Chaves
- Asesoría técnica - Luz Marina Arévalo o Robert León
- Asesoría de Control Interno - Sandra Ruano
- Secretaría General - Mercedes Vásquez
- Gestión del conocimiento - Oficina TIC, Antonio Moyano y Secretaria general, el contratista que apoye gestión del conocimiento
- Dirección de Ordenamiento de la Propiedad y Mercado de Tierras - Andrea Moreno, Fidel Londoño y Javier Neva
- Dirección de Uso Eficiente del Suelo y Adecuación de Tierras - Bibiana Rosero

3. Establecer variables y niveles de desagregación de la información

De acuerdo con los objetivos establecidos, el siguiente paso consiste en identificar cuáles son los tipos de variables o categorías que se deberán estudiar y cuál es el nivel de profundidad o desagregación de la información requerido.

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.

La guía del DNP contiene algunas categorías para la caracterización de personas naturales y personas jurídicas, las cuales se presentan a continuación:

Categoría de variables	Persona natural	Persona jurídica
Geográficas <i>“Permite identificar grupos representativos de cada área geográfica”</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ubicación ▪ Clima 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cobertura geográfica ▪ Dispersión ▪ Ubicación principal
Demográficas <i>“Estudia las características de una población y su desarrollo a través del tiempo”</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tipo y número de documento ▪ Edad ▪ Sexo ▪ Actividad económica ▪ Estrato socio-económico ▪ Escolaridad ▪ Vulnerabilidad ▪ Régimen de afiliación ▪ Puntaje del Sisbén ▪ Tamaño familiar ▪ Estado del ciclo familiar ▪ Lenguas o idiomas ▪ Ingresos 	No aplica



Categoría de variables	Persona natural	Persona jurídica
Tipología organizacional <i>Permite “conocer las características generales asociadas a la constitución de las organizaciones y su naturaleza”</i>	No aplica	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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 <i>“Hacen referencia a actividades o valores comunes (preferencias individuales o estilos de vida) de los ciudadanos, usuarios o grupos de interés”</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Intereses ▪ Lugares de encuentro ▪ Acceso a canales ▪ Uso de canales ▪ Conocimientos ▪ Dialecto 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Procedimiento usado ▪ Responsable de la interacción
De comportamiento <i>“Permiten identificar los motivos o eventos que los llevan a interactuar con una entidad y las características de esta interacción”</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Niveles de uso ▪ Eventos ▪ Beneficios buscados 	No aplica

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, productos y servicios institucionales.
- Para que usan la información, productos y servicios de la entidad.

Considerando que la mayoría de los entrevistados consideraron importante conocer quiénes son los usuarios de la entidad también se realizó un mapa de empatía para apoyar la elección de las variables a utilizar para conocerlos.

De acuerdo con Echegaray, Urbano y Barritueta (2017), en su libro Design thinking, un modelo para la aplicación 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 de su realidad, su entorno, sus circunstancias y sus propias necesidades.



Herramienta diseñada por XPLANE

Mapa de empatía

De acuerdo con lo anterior se estima importante contar con las siguientes variables:

No	Variable	Categoría según Guía DNP	Levantamiento Información interna	Aspecto Mapa de empatía
1	Departamento	Geográficas	¿Dónde están ubicados los usuarios?	¿Qué ve?
3	Nombre de la organización a la cual pertenece	Tipología organizacional	¿Dónde están ubicados los usuarios?	¿Qué ve? ¿Qué escucha?
4	Naturaleza de la organización	Tipología organizacional	¿Dónde están ubicados los usuarios?	¿Qué ve? ¿Qué escucha?
5	Sector al cual pertenece la organización	Tipología organizacional	¿Dónde están ubicados los usuarios?	¿Qué ve? ¿Qué escucha?
6	Cargo	Demográficas	¿Quiénes son los usuarios de la entidad?	¿Qué ve? ¿Qué escucha? ¿Qué dice y hace? ¿Qué piensa y siente?



No	Variable	Categoría según Guía DNP	Levantamiento Información interna	Aspecto Mapa de empatía
7	Tiempo en el cargo	Demográficas	¿Quiénes son los usuarios de la entidad?	¿Qué ve? ¿Qué escucha? ¿Qué dice y hace? ¿Qué piensa y siente?
8	Nivel académico	Demográficas	¿Quiénes son los usuarios de la entidad?	¿Qué dice y hace? ¿Qué piensa y siente?
9	Área de formación académica	Demográficas	¿Quiénes son los usuarios de la entidad?	¿Qué dice y hace? ¿Qué piensa y siente?
10	Edad	Geográficas	¿Quiénes son los usuarios de la entidad?	¿Qué dice y hace? ¿Qué piensa y siente?
11	Género	Demográficas	¿Quiénes son los usuarios de la entidad?	¿Qué piensa y siente?
12	Étnia	Demográficas	¿Quiénes son los usuarios de la entidad?	¿Qué dice y hace? ¿Qué piensa y siente?
13	Discapacidad	Demográficas	¿Quiénes son los usuarios de la entidad?	¿Qué piensa y siente?
15	Conocimiento	Intrínsecas	¿Qué información, productos o servicios requieren o necesitan los usuarios de la entidad?	¿Qué dice y hace? ¿Qué piensa y siente?
16	Utilidad	De comportamiento	¿Los productos generados por la entidad han sido de utilidad?	¿Qué dice y hace? ¿Qué piensa y siente?
17	Satisfacción	De comportamiento	¿Para que usan la información, productos y servicios de la entidad?	¿Qué dice y hace? ¿Qué piensa y siente?
18	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?
20	Necesidades	De comportamiento	¿Qué información, productos o servicios requieren o necesitan los usuarios de la entidad?	Esfuerzos (miedos, frustraciones, obstáculos)
22	Expectativas	De comportamiento	¿Qué expectativas tienen de la entidad?	Resultados (deseos/necesidades, medida del éxito, obstáculos)

4. Priorizar variables

Una vez identificadas las variables a medir en el ejercicio de caracterización es importante hacer una priorización de estas, con el fin de escoger solamente aquellas que sean relevantes para el cumplimiento de los objetivos, sean fácilmente medibles y el beneficio de la información que aporta al ejercicio sea superior al costo de su recolección.

En la actividad realizada en el paso anterior, se listaron las variables que se consideraron relevantes para el ejercicio de caracterización, por ello no es necesario hacer una priorización.

Teniendo en cuenta las variables seleccionadas se redactaron las siguientes 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	¿Cuál(es)?
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?

5. Identificación de mecanismos de recolección de información

En este paso se deben identificar los mecanismos mediante los cuales se puede recolectar la información que servirá como insumo para la caracterización de los ciudadanos, usuarios o grupos de interés. Es muy importante establecer el alcance, los recursos y nuevamente repasar los objetivos del ejercicio de caracterización ya que estos determinarán los instrumentos que se deben utilizar.

Asimismo, para minimizar los costos y lograr un mejor aprovechamiento de los recursos, se debe revisar la información de registros administrativos con los que cuenta la entidad debido a su interacción con los ciudadanos, así como la información disponible en bases de datos de otras entidades, y encuestas y estudios realizados por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), entre otros.

Considerando la situación sanitaria generada por el Covid-19, el mecanismo de recolección fue una encuesta en línea, a través de un formulario creado con la herramienta forms que contiene Microsoft 365, para utilizar los recursos de los cuales ya dispone la entidad, la divulgación de este formulario se realizó en:

- 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 710 registros, la cual contiene información de los asistentes a diversos eventos durante el segundo semestre de 2020, 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:



Formulario web

Divulgación en redes sociales y sitio web institucional



Piezas para correo electrónico





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

Una vez se ha recolectado la información de cada una de las variables, se recomienda la estructuración y automatización de bases de datos que faciliten el análisis, cruce y filtro de la información con miras a segmentar a los ciudadanos, usuarios o grupos de interés 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. Una herramienta que facilita esta segmentación es la elaboración de histogramas para cada una de las variables o gráficas circulares.

Sin embargo, es posible que esta primera segmentación no de información suficiente para la toma de decisiones, por lo que se recomienda que los parámetros que se definan para la segmentación estén directamente relacionados con los objetivos establecidos para el ejercicio de caracterización. Esto implica el análisis cruzado de la información recolectada.

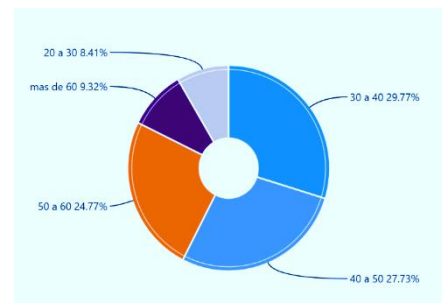
Finalmente, si para la entidad es relevante ampliar el análisis e identificar las relaciones que existen entre los principales grupos de ciudadanos, usuarios o grupos de interés, puede proceder a la elaboración de un mapa de actores.

La recolección de información se realizó desde el 15 de agosto y hasta el 30 de octubre, durante este mes y medio se logró la recolección de 440 encuestas diligenciadas, dentro de las cuales se encontraron, representantes de los gremios, organizaciones vinculadas con el sector agropecuario del país, entidades adscritas y vinculadas al MADR, entidades territoriales, academia, el MADR, entre otros.

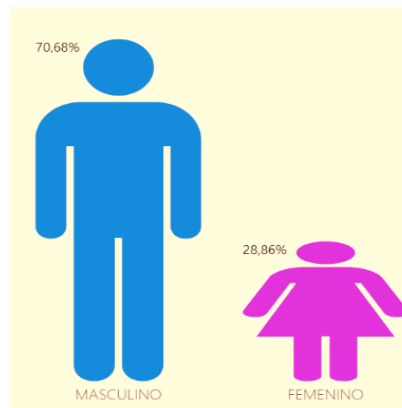
La fase de análisis de esta información fue apoyada por el grupo de análisis de información de la Oficina TIC de la entidad. A continuación, se presentará lo encontrado en este análisis:

Características demográficas:

- Edad: de las personas encuestadas que contestaron esta pregunta en los siguientes tres grupos se concentra un 82.27%, es decir la mayor parte:
 - ✓ De 30 a 40 años (29,77%)
 - ✓ De 40 a 50 años (27,73%)
 - ✓ De 50 a 60 años (24,77%)

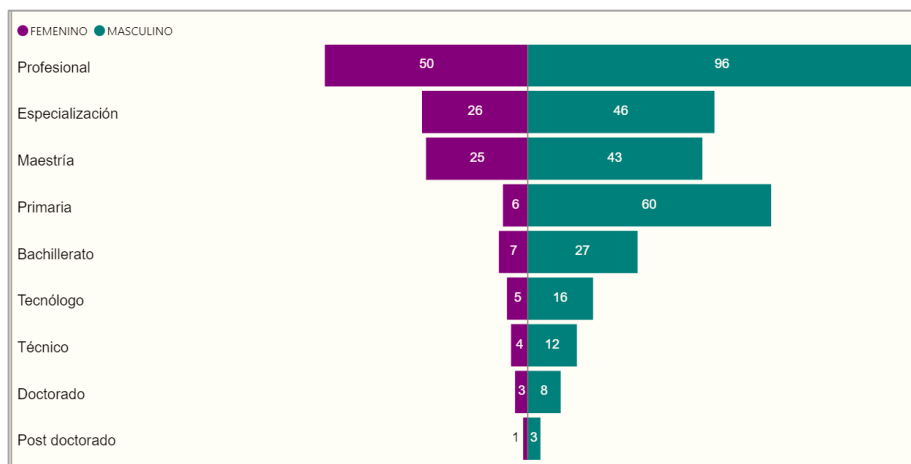


- Género: de las personas encuestadas el 28,86% contestó femenino, el 70,68% contestó masculino, siendo esta la respuesta más frecuente y el 0,45% no dio respuesta.



- Nivel académico: frente a esta pregunta el 80% de las respuestas se concentran en los siguientes 4 grupos:
 - ✓ Profesional (33,18%), dentro de este grupo y de acuerdo con la respuesta en la pregunta de género, el 34,24% corresponde a femenino y el 65,76% corresponde a masculino.
 - ✓ Especialización (16,36%), dentro de este grupo y de acuerdo con la respuesta en la pregunta de género, el 26,11% corresponde a femenino y el 63,89% corresponde a masculino.
 - ✓ Maestría (15,45%), dentro de este grupo y de acuerdo con la respuesta en la pregunta de género, el 36,76% corresponde a femenino y el 63,24% corresponde a masculino.
 - ✓ Primaria (15%), dentro de este grupo y de acuerdo con la respuesta en la pregunta de género, el 9,1% corresponde a femenino y el 90,9% corresponde a masculino.

La siguiente gráfica muestra la cantidad de respuestas para todas las categorías de nivel de educación:

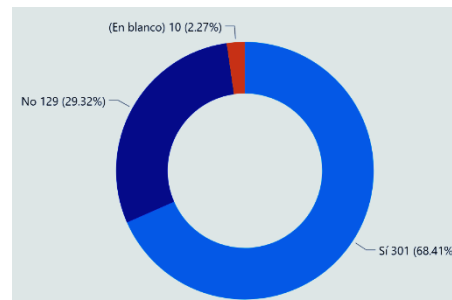




- Pertenece a alguna etnia: frente a esta pregunta 59 de las 440 personas encuestadas, es decir el 13,4% contestó que, “Si pertenece”. A continuación, se relacionan los grupos étnicos a los cuales mencionaron pertenecer:
 - ✓ Afrodescendientes, afrocolombianos, negros o negritudes (18)
 - ✓ Guambianos (16)
 - ✓ Nasa (10)
 - ✓ Ambalo (4)
 - ✓ Indígenas (3)
 - ✓ Kisgo (2)
 - ✓ Pueblo pasto (2)
 - ✓ Quillasinga (2)
 - ✓ Embera Chami (1)
- Tiene algún tipo de discapacidad: a esta pregunta 3 personas, el 0,7% dio “Si” como respuesta, las discapacidades mencionadas por estas personas fueron:
 - ✓ Fractura extremidad inferior
 - ✓ Prótesis extremidad inferior
 - ✓ Movilidad reducida en extremidad inferior

Preguntas sobre la entidad:

- ¿Sabe usted a qué se dedica la UPRA?: de las 440 personas que contestaron, el 68,41%, es decir 301 personas si saben, el 29,32% es decir 129 personas no saben y el 2,27%, es decir 10 personas no dieron respuesta.



- ¿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, del total 121 (28%) si los ha utilizado, 309 (70%) no lo ha hecho y 10 (2%) no dieron respuesta.



- ¿Cuál(es)? Esta pregunta de tipo abierto estaba dirigida a las personas que contestaron que SI en la pregunta anterior, es decir 121 personas contestaron esta pregunta y su intención es que los encuestados en sus propias palabras describieran cuáles son los productos, servicios o información de la UPRA que han requerido o utilizado, en algunos casos los encuestados escribieron más de un producto o servicio, encontrando así 151 respuestas, a continuación, se listan:

Ítem	Producto	Menciones	Porcentaje
1	SIPRA	17	11.26%
2	Zonificaciones	16	10.60%
3	Aptitud productiva	13	8.61%
4	Estadísticas agropecuarias	13	8.61%
5	Planes de Ordenamiento productivo	13	8.61%
6	EVAS	12	7.95%
7	Información sobre Uso del suelo	10	6.62%
8	boletines y publicaciones	9	5.96%
9	Frontera Agrícola	6	3.97%
10	Producción por hectáreas	4	2.65%
11	Cifras e indicadores	4	2.65%
12	POTA	4	2.65%
13	POPSR	3	1.99%
14	Talleres SIPRA - EVA	3	1.99%
15	Caracterización territorial / predios	3	1.99%
16	Información en general	3	1.99%
17	Mapas	3	1.99%
18	Unidad Agrícola Familiar	2	1.32%
19	Alternativas productivas	1	0.66%
20	Análisis sectorial y de cadenas	1	0.66%
21	Metodologías de caracterización de productores	1	0.66%
22	Áreas de cultivo	1	0.66%
23	Fechas de siembra	1	0.66%
24	Asesorías e información	1	0.66%
25	Información de convocatorias y proyectos	1	0.66%
26	Información sobre gestión territorial	1	0.66%
27	Mercado de tierras	1	0.66%

Ítem	Producto	Menciones	Porcentaje
28	Noticias del Ministerio de Agricultura	1	0.66%
29	Políticas emitidas	1	0.66%
30	Planificación rural agropecuaria	1	0.66%
31	Sistemas productivos	1	0.66%
Total		151	100%

De acuerdo con los datos anteriores, se presenta un gráfico con el top 5 de los productos UPRA que los encuestados respondieron en sus palabras que más utilizaban.



- ¿Para qué los utilizó? En cuanto a los usos que los encuestados dieron a los productos o servicios institucionales, los principales fueron: el 23,14% los utilizó para Proyectos relacionados con el sector agropecuario; el 14,88% los utilizó como información de consulta; el 11,57% los utilizó para temas relacionados con la academia; el 8,26% los utilizó para Planificación del territorio y el 5,8% los utilizó para análisis de información, a continuación, se presenta un cuadro con la agrupación de las respuestas:

Uso	Cant.	%
Proyectos relacionados con el sector agropecuario	28	23.14%
Consulta de información	18	14.88%
Academia	14	11.57%
Planificación del territorio	10	8.26%
Análisis de información	7	5.79%
Aptitud del suelo	7	5.79%
Diligenciamiento de información EVAS	6	4.96%
Laboral	4	3.31%
Personal	4	3.31%

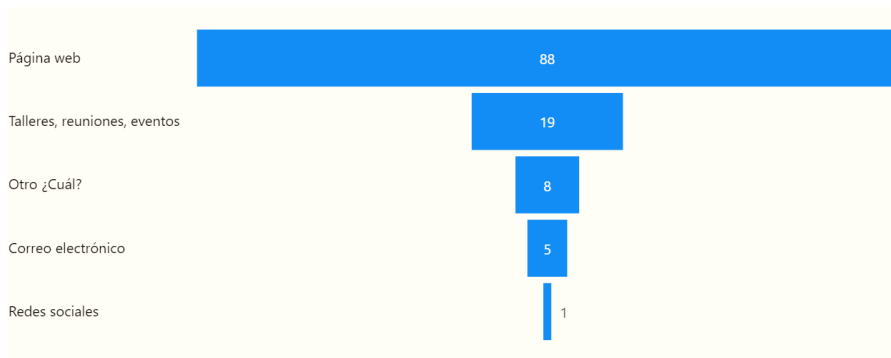
Uso	Cant.	%
Producción agropecuaria	4	3.31%
Cadenas productivas	3	2.48%
Ordenamiento productivo	3	2.48%
Caracterización territorio	2	1.65%
Programa Agropecuario Municipal	2	1.65%
Realizar estudios	2	1.65%
Acuerdos cero deforestación	1	0.83%
Apoyo a productores	1	0.83%
Créditos	1	0.83%
Formación territorio rural	1	0.83%
Investigación	1	0.83%
Programación siembra	1	0.83%
Uso del suelo	1	0.83%
Total	121	100%

- ¿Considera que cumplió o cumplieron con sus expectativas o las de su organización? Frente a esta pregunta para el 92,6%, 112 de las 121 personas que contestaron que, si habían utilizado productos o servicios de la UPRA, si se cumplieron las expectativas propias o de la organización a la que representaban, para un 5,8%, 7 personas, se cumplieron parcialmente y para el 1,7%, 2 personas, no se cumplieron.

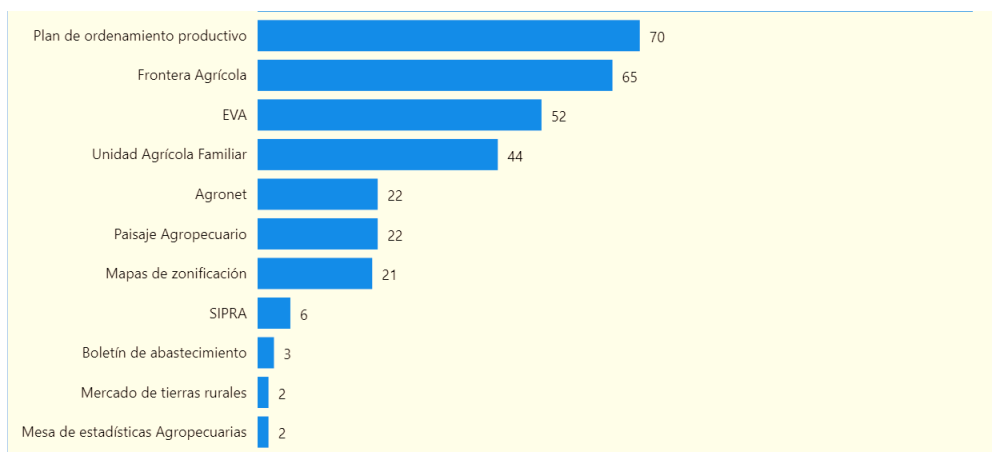
A continuación, se relaciona la información adicional que dieron algunos de los encuestados que contestaron que no se cumplieron las expectativas o que se cumplieron parcialmente:

- ✓ *Parcialmente. Trabaja con dos muy agregados, en escala 1:100.000, con base estudios del IGAC. Esto ayuda, parcialmente para toma de decisiones, meso y micro.*
 - ✓ *Parcialmente. Hace falta reforzar el conocimiento del proceso de registro de información agropecuaria en la plataforma.*
 - ✓ *Parcialmente. No estoy segura de que la información se ajuste a la realidad de un municipio, pero es un aproximado.*
- ¿A través de qué canales accedió? de las 121 personas que contestaron que, si han utilizado productos o servicios institucionales, la mayoría, es decir el 88,4%, han accedido a ellos a través de los siguientes canales:
 - ✓ Sitio web institucional o página web, 88 personas (72,7%).
 - ✓ Talleres, reuniones o eventos, 19 personas (15,7%).

La siguiente gráfica muestra la cantidad de respuestas para todas las categorías de canales de acceso:



- ¿Conoce o ha oído alguno de los siguientes términos? Esta pregunta fue dirigida a las 309 personas que contestaron que no han utilizado productos o servicios de la entidad, de estas el 22,65% (70 personas) contestó que había escuchado sobre los planes de ordenamiento productivo; el 21% (65 personas) había escuchado sobre Frontera Agrícola; el 16,82% (52 personas) había escuchado sobre Evaluaciones Agropecuarias – EVA; el 14,23% (44 personas) había escuchado sobre Unidad agrícola familiar. A continuación, se presenta un gráfico con las respuestas para cada categoría de respuesta:



- ¿En qué contexto? Los contextos en los cuales las 309 personas que no habían utilizado los productos o servicios de la entidad pero que, si habían escuchado de términos relacionados, fueron los siguientes:
 - ✓ Medios de comunicación, 131 (42,4%).
 - ✓ Laboral, 128 (41,4%).
 - ✓ Académico, 50 (16,2%).



7. Divulgar y publicar la información

Un último paso en el ejercicio de caracterización de ciudadanos, usuarios o grupos de interés consiste en que la entidad realice un proceso interno de divulgación de la información, de modo que los resultados sean conocidos por todas las dependencias y los responsables de procesos y servicios para facilitar y mejorar la toma de decisiones y el diseño de intervenciones.

Así mismo, con el fin de fortalecer los procesos de colaboración y coordinación con otras entidades de la administración pública, y en la línea de la Ley 1712 de 20149, se recomienda que la entidad publique la información sobre los resultados de los ejercicios de caracterización de forma tal que puedan servir de insumo para otras entidades que requieran fortalecer su conocimiento sobre los ciudadanos, usuarios o grupos de interés, o que requieran del uso de la información para el diseño de sistemas que faciliten la interacción con los ciudadanos para la entrega de la oferta institucional.

En este sentido, es importante que las entidades que publiquen o compartan esta información, cumplan con los requerimientos legales establecidos en la Ley 1266 de 2008, Ley 1581 de 2012 y otras relacionadas con la protección de datos personales.

Frente a este paso, la divulgación del presente documento se realizará a través de los diferentes canales con los cuales cuenta la entidad, en el año 2021.