ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

OBJETO DEL PROCESO: "PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA IDENTIFICACIÓN, SEGMENTACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS, DE TRÁMITES, SERVICIOS DE LA CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DE CUNDINAMARCA CAR"

1. REALIZAR ANALISIS DE FUENTES , VARIABLES Y DISEÑO DE FORMATOS DE RECOLECCION DE INFORMACION

Para iniciar el ejercicio de actualización de caracterización de usuarios se hace necesario que el contratista realice e identifique las estrategias , mecanismos y herramientas que han sido empleadas para el levantamiento de información y donde estén los resultados de los datos de ejercicios anteriores en el marco del relacionamiento con la ciudadanía y grupos de interés, página de internet, redes sociales, registros de puntos de contacto como atención al usuario, satisfacción por servicio, base de datos de beneficiarios de la oferta institucional, asistentes a ejercicios de participación ciudadana, registros administrativos, resultados de los informes de peticiones , quejas y reclamos, frecuencia de consulta sobre la oferta institucional, tipo de información y canales de acceso. Fuentes secundarias (estadísticas, cifras internas de relacionamiento) resultados de procesos de caracterización previos y de ejercicios de medición de la experiencia ciudadana. En este proceso es indispensable que se identifique la oferta institucional y se reconozca las principales necesidades, demandas y comportamientos de sus grupos de interés con el fin que la caracterización sea el insumo para implementar de manera oportuna las acciones de mejora.

Una vez se identifique esta información se deben desarrollar las siguientes actividades:

- Formular el objetivo general y los objetivos específicos del proceso de caracterización, es recomendable que se formule un objetivo general orientado a fortalecer la relación del Estado con la ciudadanía y los objetivos específicos, estos deben responder a los resultados que desea alcanzar en cada una de las políticas y/o escenarios de relacionamiento con la ciudadanía.
- Identificar las necesidades de información adicional, esto implica en que áreas de trabajo de la Corporación o temáticas hay vacíos de información asociada a la ciudadanía y grupos de interés, con esto, llevar a cabo las acciones necesarias para conseguir la información requerida para materializar los objetivos propuestos.

Análisis de variables

Se debe identificar y presentar por parte del contratista las variables (Geográficas, Demográficas, Intrínsecas, de comportamiento, relacionales, Comportamiento organizacional, Tipología organizacional) que se deberán estudiar y aplicar a profundidad o desagregación de la información requerida para la caracterización. Las variables deberán atender al objetivo o propósito de la caracterización y deberán adaptarse a las necesidades, intereses, metas, ofertas y misión institucional de la entidad. Adicionalmente deberá precisar en el informe las estrategias de atención a los usuarios incluyendo, tipo de

personal, canales de atención y mejora en las formas como se responde y reacciona a las necesidades de los grupos de interés de la entidad.

Las variables utilizadas deben ser:

Relevantes: Están relacionadas con el objetivo de la caracterización y aportan al objetivo del cumplimiento d los objetivos del ejercicio, además contienen información destacada sobre la oferta institucional.

Medibles: Pueden observasen o medirse por cada ciudadano, usuario o grupo de interés.

Asociativas: permiten realizar segmentaciones. Estas variables deben asociarse o relacionarse con las necesidades de la mayoría de los usuarios de cada grupo para garantizar relevancia.

Consistentes: Variables cuyos resultados o valores permanezcan en el tiempo

Como resultado final de este paso, la entidad contara con una lista de variables priorizadas que serán incluidas en los instrumentos para la recolección de información y posterior análisis de la información.

Recolección de la información:

Con base en los objetivos de la caracterización, se debe recolectar la información pertinente sobre los atributos, variables características, necesidades, intereses, expectativas y preferencias, esto implica elaborar un plan detallado de procedimientos que conduzcan a reunir datos con un propósito específico. Para lo anterior, las fuentes de las que se obtendrán los datos, así como los medios o métodos mediante los cuales se puede recolectar la información que servirá como insumo para la caracterización son:

Diseño de encuestas: Se debe presentar el diseño de los formularios de encuestas a partir de cuestionarios bien estructurados definidos y dirigidos a la población objeto de estudio que permitan ser útil en la recolección de la información directamente de la fuente (ciudadano, usuario o grupo de interés).

Estructura de entrevistas a profundidad: Permite recoger la información directamente del ciudadano, usuario o grupo de interés, e identificar los patrones que surgen del uso y la actividad presente en cada uno de los puntos de servicio o canales, tener una comunicación directa con el ciudadano o usuario y hacer clasificaciones de estos, por variables directamente relacionadas al comportamiento de los usuarios. Se debe diseñar y presentar la estructura, diseño y metodología de las entrevistas.

ENTREGABLE/ PRODUCTO:

- Diseño y presentación de documento que contenga la metodología, y plan de trabajo a utilizar para el proceso de caracterización de acuerdo con el análisis de fuentes y variables realizado.
- Diseño de fichas técnicas de las variables de caracterización a utilizar en el proceso
- Diseño de los formatos de encuestas para personas jurídicas
- Diseño de los formatos de encuestas para personas naturales
- Diseño de formatos de encuestas para actores sociales
- Diseño de formatos de encuestas para población con enfoque diferencial

- Diseño de metodología para aplicación de entrevistas
- Entrega de soportes asociados al proceso (documentos, planillas de asistencia, grabaciones, actas)

Nota: Los documentos, metodología y formatos elaborados para el desarrollo y ejecución del proceso deben estar debidamente revisados aprobados por la supervisión del contrato.

2. **ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD A USUARIOS DE LA CORPORACION ACORDE A SEGMENTACIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS COLECTIVOS**

Es necesario que el contratista realice entrevistas virtuales a profundidad como método de recolección de información, con los diferentes usuarios de los grupos de interés: personas naturales (Ciudadanos) personas jurídicas, actores sociales y población con enfoque diferencial para conocer los principales temas de consulta a la entidad, las conversaciones que los usuarios tejen en el marco del relacionamiento con la Corporación. Una vez recolectada esta información se debe identificar los segmentos donde se pueda determinar la agrupación poblacional con características y necesidades comunes más específicas. Esta profundización en la segmentación deberá permitirle a la entidad contar con información más detallada para la toma de decisiones para adecuar los servicios, mejorar las estrategias de comunicación o facilitar la participación ciudadana, entre otros.

ENTREGABLES / PRODUCTO:

- El contratista debe realizar y presentar la aplicación y desarrollo del informe analítico de ocho (8) entrevistas a profundidad de al menos un tiempo mínimo de cuarenta y cinco (45) minutos cada una, con la aplicación a diferentes usuarios de los grupos de interés: personas naturales (Ciudadanos) personas jurídicas, actores sociales y población con enfoque diferencial.
- El Contratista deberá entregar el soporte de las ocho (8) entrevistas realizadas en audio o video
- Se deberá desgrabar en un documento la narrativa de cada entrevista.
- Entrega de soportes asociados al proceso (documentos, planillas de asistencia, grabaciones, actas)

3. **ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD A SERVIDORES DE LA CORPORACION ASOCIADOS A PUNTOS DE SERVICIO DE ATENCIÓN AL CIUDADANO**

Es necesario que el contratista realice una serie de entrevistas presenciales a profundidad con los diferentes funcionarios y contratistas de la entidad de los puntos de servicio de atención al ciudadano (SAC) Sede central y cinco puntos de atención de las Direcciones Regionales que la entidad considere, con el fin de establecer los trámites y servicios que se vienen desarrollando en el proceso de relacionamiento y atención con los públicos de interés. Con estas entrevistas podremos delinear mejores herramientas cuantitativas que indaguen de mejor manera los aspectos que representan un problema, preocupación u obstáculo para los usuarios y grupos de interés que solicitan tramites y servicios a la entidad.

ENTREGABLES / PRODUCTO:

- El contratista debe realizar y presentar la aplicación y desarrollo del informe analítico de seis (6) entrevistas a profundidad de al menos un tiempo mínimo de cuarenta y cinco (45) minutos a funcionarios y contratistas de los puntos de servicio y atención al ciudadano de la entidad. (Sede central y cinco Direcciones Regionales)
- El Contratista deberá entregar el soporte de las seis (6) entrevistas realizadas en audio o video
- Se deberá desgrabar en un documento la narrativa de cada entrevista.
- Entrega de soportes asociados al proceso (documentos, planillas de asistencia, grabaciones, actas)

4. ENCUESTAS MULTIMODAL A PERSONAS JURIDICAS Y ACTORES SOCIALES

Se debe realizar por parte del contratista la aplicación de encuestas bajo metodología multimodal (online y/o telefónica) a los grupos de interés (personas jurídicas y actores sociales). Estas encuestas deben ser la herramienta para que se pueda realizar un proceso de recolección de datos eficaz en el que puede obtener una gran cantidad de informacióncon y resultados cualitativos de los grupos de interés de acuerdo a los aspectos negativos e intereses comunes que tengan acerca de los tramites y servicios que ofrece la entidad.

ENTREGABLES / PRODUCTO:

- Base de datos en Excel de las ciento cincuenta (150) encuestas diligenciadas
- Presentar un informe de encuestas donde se dé a conocer los resultados e interpretación de las encuestas realizadas, y descripción de la investigación realizada.

5. ENCUESTAS A PERSONAS NATURALES, PERSONAS CON ENFOQUE DIFERENCIAL

El estudio que realice el contratista debe considerar la aplicación de encuestas telefónicas con resultados cuantitativos, las cuales deben considerar un enfoque diferencial sobre grupos poblacionales con características particulares debido a su edad o etapa del ciclo vital, género, orientación sexual, identidad de género, pertenencia étnica, y discapacidad, entre otras. A través de la aplicación de estas encuestas se busca fortalecer el conocimiento, habilidades y actitudes en función de incentivar las acciones afirmativas y garantizar el derecho a la igualdad con la población de enfoque diferencial.

ENTREGABLES / PRODUCTO:

- Entregar base de datos en Excel de las quinientas (500) encuestas diligenciadas
- Presentar un informe de encuestas donde se de a conocer los resultados e interpretación de las encuestas realizadas, y descripción de la investigación realizada.

6. DOCUMENTO FINAL DE RESULTADOS DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS

El contratista debe elaborar y entregar el documento final (guía de caracterización de usuarios) de los resultados obtenidos en el proceso de caracterización de usuarios que

contenga como mínimo: Carátula, introducción, antecedentes, normatividad, objetivos, alcance, fuentes de información, canales de atención, metodología, variables utilizadas, ficha técnica, resultados, observaciones, conclusiones y recomendaciones, glosario, bibliografía y anexos.

ENTREGABLES / PRODUCTO:

- Entrega del documento final en físico y digital **(**guía de caracterización de usuarios) que describa los resultados obtenidos en el proceso de caracterización de usuarios que contenga como mínimo: Carátula, introducción, antecedentes, normatividad, objetivos, alcance, fuentes de información, canales de atención, metodología, variables utilizadas, ficha técnica, resultados, observaciones, conclusiones y recomendaciones, glosario, bibliografía y anexos.

Nota: El documento final (guía de caracterización de usuarios, anexos) resultado del proceso del desarrollo de la caracterización debe estar debidamente revisado y aprobado por parte de la supervisión del contrato.

1. **TALLER VIRTUAL DE SOCIALIZACIÓN DE RESULTADOS A NIVEL DE TODA LA CORPORACIÓN**

Como resultado final del proceso, el contratista deberá realizar un (1) taller virtual mínimo de tres (3) horas por un profesional especializado con el fin de socializar el documento final (Guía de Caracterización de Usuarios) y dar a conocer los resultados finales del proceso desarrollado, este taller estará dirigido a los funcionarios y contratistas de la Corporación.

El contratista deberá realizar y presentar la estructuración, convocatoria, desarrollo logístico (plataforma o canal virtual donde se llevará a cabo el taller, proveer equipos tecnológicos y audiovisuales que se requieran) y moderación del taller.

ENTREGABLES / PRODUCTO:

- Estructuración y convocatoria del taller
- Entrega de soportes asociados al taller (documentos, planillas de asistencia, grabaciones y actas)

Responsables:

LIVIA PATRICIA LEAL MALDONADO
(Directora Cultura Ambiental y Servicio de Ciudadano

Proyectó: Diana Mireya Urrego Parra - Contratista DCASC
Revisó: Juan Carlos Carvajal Burbano - DCASC