





| | | | |
|---|--|------------------------------------|---|
|  | ESTRATEGIA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS - CAPITAL | CÓDIGO: EPLE-ES-001 |  ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. |
| | | VERSIÓN: 05 | |
| | | FECHA: 17/10/2023 | |
| | | RESPONSABLE: PLANEACIÓN | |

Estrategia Institucional de Caracterización de Usuarios



Capital – Sistema de Comunicación Pública

**Bogotá D.C.
Octubre de 2023**

| | | | |
|---|--|--|---|
|  | ESTRATEGIA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS - CAPITAL | CÓDIGO: EPLE-ES-001 VERSIÓN: 05 FECHA: 17/10/2023 RESPONSABLE: PLANEACIÓN |  <small>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</small> |
|---|--|--|---|

Contenido

| | |
|--|----|
| Introducción | 3 |
| Ejes de Caracterización..... | 4 |
| Eje Ciudadano..... | 5 |
| Eje Privado | 6 |
| Eje Estatal..... | 7 |
| Eje Colaboradores..... | 8 |
| Pasos para la caracterización de usuarios..... | 9 |
| Paso 1. Objetivos, alcance, marco normativo y responsables..... | 9 |
| Paso 2. Identificación de variables y niveles de desagregación..... | 11 |
| Paso 3. Priorización de variables..... | 13 |
| Paso 4. Identificación de mecanismos para recolección de información | 18 |
| Paso 5. Recopilación de información, establecimiento de grupos con características similares, análisis de información y presentación de resultados | 19 |
| Eje Ciudadanía | 19 |
| Eje ciudadanía digital..... | 26 |
| Eje Colaboradores..... | 35 |
| Eje Privado | 39 |
| Eje Estatal..... | 42 |
| Conclusiones generales | 46 |
| Bibliografía..... | 47 |
| Control de Cambios | 48 |

| | | | |
|---|--|------------------------------------|---|
|  | ESTRATEGIA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS - CAPITAL | CÓDIGO: EPLE-ES-001 |  ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. |
| | | VERSIÓN: 05 | |
| | | FECHA: 17/10/2023 | |
| | | RESPONSABLE: PLANEACIÓN | |

Introducción

Uno de los pilares fundamentales para la toma de decisiones estatales es la información. Mediante el acceso a información oportuna, veraz y completa las diferentes entidades públicas pueden tomar mejores decisiones, focalizar políticas, programas e iniciativas que impacten efectivamente a la ciudadanía teniendo en cuenta sus necesidades, intereses, expectativas y preferencias. De esta manera, las entidades pueden cumplir sus objetivos de una manera más eficiente, generando un mayor beneficio para la población y fortaleciendo la relación con sus comunidades objetivo teniendo en cuenta su contexto.



Basados en esta necesidad, el presente documento tiene como objetivo establecer la estrategia de caracterización de usuarios y grupos de valor de Capital Sistema de Comunicación Pública, empresa industrial y comercial del Estado (EICE) vinculada a la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte de Bogotá.

Como sistema de comunicación pública, Capital presta un servicio de carácter informativo, educativo y cultural de acuerdo a sus obligaciones y objetivos institucionales asignados por ley. La prestación de un servicio de este tipo implica tener en cuenta las necesidades y, sobre todo, las expectativas de la ciudadanía, con el fin de consolidar contenidos de interés que aporten a la construcción de un proyecto común de ciudad en el marco de la promoción de los derechos y deberes ciudadanos.

Capital rige su operación bajo el principio general de que la ciudadanía se encuentra en el centro, es decir, toda actividad, servicio o producto que emana de la organización busca generar algún tipo de alineación e impacto con la ciudadanía, teniendo en cuenta la diversidad de concepciones, proyectos de vida y expectativas que confluyen en la Bogotá-Región.

De esta manera, la caracterización de usuarios busca partir de un eje plural y diverso que se puede comprender fundamentalmente en dos sentidos. Por una parte, Capital como sistema multiplataforma brinda la posibilidad a la ciudadanía de acercarse a sus contenidos de acuerdo con sus necesidades, capacidades y medios de acceso; por otra parte, el carácter descentralizado de Capital busca visibilizar las historias y dinámicas desde el territorio, sin ningún criterio de exclusión, para producir una comunicación plural en aras de potenciar la confluencia ciudadana, la tolerancia y la empatía en una ciudad de más de ocho millones de habitantes y su respectiva área metropolitana. Así pues, las fuentes de información que maneja la estrategia buscan reflejar esta sinergia en pro del conocimiento de la ciudadanía y la audiencia.

Adicionalmente, en el marco de la lógica empresarial, la cual su estatus y naturaleza jurídica le otorgan, Capital debe procurarse por cuenta de sus servicios parte de los recursos para su funcionamiento. Esto hace necesario obtener y consolidar información sobre los diferentes actores que participan en la prestación de los servicios de televisión, contenidos digitales y estrategias de comunicación pública en el marco de las lógicas del mercado.

| | | | |
|---|--|------------------------------------|---|
|  | ESTRATEGIA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS - CAPITAL | CÓDIGO: EPLE-ES-001 |  <small>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</small> |
| | | VERSIÓN: 05 | |
| | | FECHA: 17/10/2023 | |
| | | RESPONSABLE: PLANEACIÓN | |

De igual forma, como entidad pública, el canal se encuentra inmerso dentro de la lógica gubernamental, lo cual implica un relacionamiento directo y fluido con otros organismos públicos como lo son los entes de control y otras entidades del orden distrital como secretarías, corporaciones públicas, alcaldías locales, etc. Es por tanto necesario para Capital, contar con la información necesaria para relacionarse con el resto del Estado aportando a los diferentes planes, políticas y proyectos dentro de los cuales participe.

Los colaboradores de la organización (sin importar su tipo de vinculación) como recurso humano y ciudadano para el desarrollo administrativo y misional de la entidad, son un factor estratégico que permite afianzar y mejorar el fortalecimiento instituciones de cara a la oferta de servicios que brinda la entidad, otorgando una visión desde la experticia en el sector público de manera compenetrada con su condición primaria de ciudadanía.

Por último, es importante tener en cuenta que la información recopilada a su vez es un insumo fundamental para entender el contexto en el cual Capital interactúa con sus grupos de valor y desde este enfoque poder analizar el contexto general en el cual se debe atender el relacionamiento con grupos de interés frente a temáticas de transparencia, acceso a la información pública, lucha contra la corrupción y la gestión antisoborno.

Ejes de Caracterización

En el marco de su naturaleza como entidad pública que funciona en ciertos aspectos bajo lógicas y modelos del sector privado, Capital requiere una gran cantidad de información sobre sus grupos de valor y los diferentes actores tanto públicos como privados con los que se relaciona. Dicha información posibilita la articulación de sus diferentes ejes para la consecución de sus objetivos, impactando a la ciudadanía y optimizando los recursos de origen tanto público como privado con los que cuenta para su funcionamiento. Por lo tanto, la estrategia de caracterización de usuarios responde a diferentes objetivos trazados mediante cuatro ejes fundamentales: Ciudadanía, actores privados, otras entidades estatales y colaboradores.

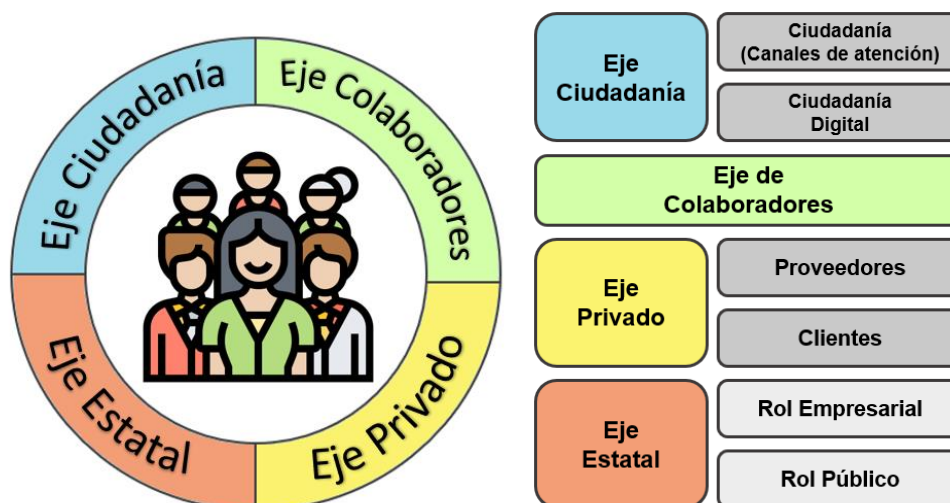




Imagen 1 Descripción de los ejes de la caracterización
Fuente: Elaboración propia – Área de Planeación

| | | | |
|---|--|------------------------------------|---|
|  | ESTRATEGIA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS - CAPITAL | CÓDIGO: EPLE-ES-001 |  <small>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</small> |
| | | VERSIÓN: 05 | |
| | | FECHA: 17/10/2023 | |
| | | RESPONSABLE: PLANEACIÓN | |

Eje Ciudadano

El eje ciudadano se encuentra formulado bajo los preceptos de la participación ciudadana y la atención a la ciudadanía. Uno de los retos más significativos de cualquier entidad estatal es lograr que su población focal participe, no solo solicitando o consultando información, o radicando quejas o peticiones; sino dando a conocer su voz, su criterio y sus expectativas para generar una construcción conjunta de lineamientos, iniciativas y proyectos que gracias a dicha participación logren surtir el efecto esperado y atender las necesidades identificadas. Igualmente, es necesario conocer las dinámicas de acercamiento de la ciudadanía en calidad de peticionarios con el fin de mejorar los canales y facilitar el acceso a la información que requieren.



La ciudadanía se convierte en un vehículo efectivo en la promoción de los contenidos y en la apropiación de los mismos, teniendo en cuenta la priorización de contenidos educativos y culturales que se lleva a cabo en Capital. Cabe resaltar que, por cuenta de la visión de sistema, Capital no solo analiza información proveniente de comportamiento de audiencias de televisión tradicional, sino que incorpora una visión basada exclusivamente en medios digitales como las redes sociales, que además de ampliar la visión que se tiene sobre la ciudadanía, posibilita la adopción gradual y eficiente de un enfoque integral de la transformación digital de la entidad. La información de Ciudadanía Digital se analiza como parte del eje a partir de información disponible en las redes sociales institucionales de Capital y el comportamiento de consumo de su plataforma en línea “Conexión Capital”.

Por ende, es importante mencionar que la caracterización de usuarios se asume como un proceso articulado con la implementación de la Política Institucional de Participación Ciudadana del sistema, pues es fundamental conocer primero las características de la población, sus particularidades, sus necesidades y expectativas; para luego identificar de manera más eficiente los grupos poblacionales que en vista de sus condiciones estarían más dispuestos a integrar espacios estructurados de participación.

Es importante mencionar que Capital a nivel de gestión institucional se rige por los lineamientos establecidos en el Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG), el cual establece criterios para lograr resultados con impacto y valor público que mejoren los servicios y oferta del Estado. En este sentido, la información obtenida desde el proceso de caracterización permitirá una mejor focalización de la oferta de contenidos y una mejora de los mecanismos de atención con los que cuenta la entidad.

Este efectivo relacionamiento de la entidad con la ciudadanía organizada y segmentada a partir de sus características permite lograr varias cosas:



- **Confianza ciudadana:** Mediante el reconocimiento de las particularidades de la población es posible llevar a cabo más y mejores acciones y aumentar el impacto de las mismas gracias a la comunicación efectiva. Este factor conlleva un conocimiento más amplio de la labor de Capital, lo cual aumentará la confianza ciudadana en los productos y servicios del mismo.

| | | | |
|---|--|------------------------------------|---|
|  | ESTRATEGIA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS - CAPITAL | CÓDIGO: EPLE-ES-001 |  ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. |
| | | VERSIÓN: 05 | |
| | | FECHA: 17/10/2023 | |
| | | RESPONSABLE: PLANEACIÓN | |

- **Mejores canales de atención:** Gracias al reconocimiento de la diferencia en la población, es posible mejorar la atención al público, realizando ajustes a los canales disponibles actualmente y ampliando los mismos en caso de identificarse dicha necesidad.
- **Más y mejor información:** Capital publica una gran cantidad de información relacionada con su gestión y administración principalmente a través de su página web. Sin embargo, no toda la información resulta clara o útil para la ciudadanía. Caracterizar a los ciudadanos permite establecer estrategias para propiciar un acercamiento más amable y comprensible a la información, con el fin de fomentar el diálogo ciudadano en torno a esos datos y tomando como base el principio de lenguaje claro en la administración pública.
- **Focalización de servicios:** Los ciudadanos mantienen expectativas frente a la oferta institucional de cualquier entidad. En el caso de Capital, cuyo propósito es la prestación de servicios de comunicación por televisión y medios digitales, las expectativas juegan un papel preponderante, pues se relacionan con el grado de consumo y apropiación de los contenidos que se presentan a diario en las diferentes plataformas y redes sociales. Conocer a los consumidores de los productos y sus correspondientes expectativas permite focalizar la oferta y la misión de la entidad para llevar sus contenidos a más población, fortaleciendo la estrategia de educación y entretenimiento.
- **Fomento de la participación ciudadana:** La ciudadanía es el centro de la gestión de Capital, por ende, se busca generar procesos efectivos de articulación entre la estrategia y los espacios de participación ciudadana que se desarrollen de manera virtual o presencial. Además de ello, se espera que la información obtenida de la ciudadanía permita contar con sus aportes en la construcción de documentos públicos, diseño de la planeación, y espacios de rendición de cuentas institucionales y sectoriales.
- **Fomento al respeto de los derechos humanos:** Contar con información detallada sobre la ciudadanía, sus características, intereses y necesidades, permite a Capital entender las complejidades propias de la población diversa y profundamente plural de Bogotá. Por ende, la caracterización de usuarios en el eje de ciudadanía, sirve como base para el posterior reconocimiento y promoción de los derechos humanos de los diferentes segmentos poblacionales, teniendo en cuenta especialmente a niños, niñas y adolescentes; comunidades étnicas, mujeres y población LGBTI. La especial protección y respeto a los derechos basados en el reconocimiento de la diferencia y la tolerancia se articulan así con los contenidos, estrategias y programas presentados en función de estas poblaciones.

Eje Privado

Como ya se mencionó, Capital se encuentra organizado como Empresa Industrial y Comercial del Estado, por lo que su funcionamiento, aunque mantiene un objetivo público, se encuentra estrechamente relacionado con la lógica de la empresa privada. El canal, por ende, es responsable de conseguir recursos para su operación,

| | | | |
|---|--|------------------------------------|---|
|  | ESTRATEGIA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS - CAPITAL | CÓDIGO: EPLE-ES-001 |  <small>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</small> |
| | | VERSIÓN: 05 | |
| | | FECHA: 17/10/2023 | |
| | | RESPONSABLE: PLANEACIÓN | |

manteniendo un modelo de negocio rentable que le permita generar utilidad, la cual impacta directamente en su capacidad de fortalecimiento institucional y mejoramiento de su oferta de contenidos para la ciudadanía.



Capital es un participante permanente del sector audiovisual, el cual ha adquirido a lo largo de los últimos años un gran potencial como parte del crecimiento de las economías creativas en el país. Así pues, el buen desempeño de la entidad en la lógica sectorial permite generar un aporte a esta industria mediante el desarrollo de contenidos con valor público. La consecución y organización de información frente a los actores con los que se relaciona en este sentido permite consolidar dicho aporte.

Por otro lado, como sistema de comunicación pública, el canal requiere relacionarse de forma permanente con diferentes empresas y proveedores que posibilitan el cumplimiento de su misión y permiten optimizar resultados. Por lo tanto, es fundamental para la entidad contar con información clara y suficiente acerca de los actores privados con los cuales mantiene relación con el fin de cumplir los siguientes objetivos:

- **Eficiencia en costos:** Contar con una caracterización y segmentación de los diferentes actores privados con los que se mantiene relación, permite establecer lazos comerciales más eficientes, pues se pueden optimizar costos de operación gracias a un mejor conocimiento sobre qué puede ofrecer cada empresa y a qué costo. Esto se complementa de manera eficiente con las bases de datos del equipo comercial, con miras a constituir en el futuro una fuente única de información que sea funcional a toda la entidad independientemente de la labor que realice al interior de la misma.
- **Mejor modelo de negocio:** En vista de las constantes transformaciones que se presentan en el mercado audiovisual, la caracterización de actores que prestan un servicio similar al de Capital, puede fortalecer el continuo ajuste y mejoramiento del modelo de negocio bajo el cual se opera; propiciando así una mayor competitividad por parte del canal y fortaleciendo su papel como participante de la industria.
- **Mapeo general en materia de lavado de activos y financiación del terrorismo:** Teniendo en cuenta los diferentes actores privados que aportan en el sostenimiento económico de la entidad, a través de la caracterización es posible identificar las corrientes de negocio sobre las cuales Canal Capital obtiene recursos, y de esta forma es viable contemplar a modo de diagnóstico los diferentes sectores económicos en los cuales hay interacción directa, así como realizar el análisis de socios de negocio contemplando el comportamiento del mercado y las posibles vulnerabilidades en materia de identificación de riesgos potenciales y medidas de debida diligencia que permitan reducir al máximo el impacto en materia de lavado de activos para la entidad.

Eje Estatal

Como entidad vinculada al sector de cultura, recreación y deporte de la administración distrital, Capital debe cumplir con una serie de compromisos en el marco de su participación en diferentes políticas, iniciativas y proyectos de otras entidades que

| | | | |
|---|--|------------------------------------|---|
|  | ESTRATEGIA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS - CAPITAL | CÓDIGO: EPLE-ES-001 |  <small>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</small> |
| | | VERSIÓN: 05 | |
| | | FECHA: 17/10/2023 | |
| | | RESPONSABLE: PLANEACIÓN | |

conforman el gobierno de la ciudad, y en ocasiones, el gobierno nacional. Resalta especialmente la participación de Capital en las políticas públicas poblacionales y planes de acciones afirmativas para grupos étnicos del distrito, que, si bien constituyen un ejercicio de articulación e implementación de estrategias de origen estatal, tienen un impacto importante en los grupos poblacionales y ciudadanos a los que se atiende mediante las mismas. Por ende, el eje estatal sigue guardando una importante relación con el eje ciudadano y con el principio de ciudadanía en el centro.

Por otro lado, Capital y su gestión se encuentra vigilado por los diferentes entes de control tanto del orden nacional como distrital, lo cual lo obliga a seguir los lineamientos de la función pública, emitir informes, generar mediciones de su gestión, etc. Así las cosas, es fundamental para la organización contar con información organizada y disponible sobre las diferentes entidades con las que se relaciona en el marco de su gestión para cumplir, entre otros, los siguientes objetivos:



- **Mayor articulación:** La administración distrital se compone de una gran cantidad de entidades, cada una con una función y un objetivo diferente, pero que adquiere sentido a partir del entendimiento articulado del Estado. Por este motivo, caracterizar las entidades con las que normalmente se mantiene una relación, permite conocer mejor sus funciones, sus objetivos, los recursos con los que cuenta, etc., identificando oportunidades, facilitando el trabajo conjunto y estableciendo metas institucionales que apunten a objetivos comunes que benefician a la ciudadanía.
- **Conocimiento de compromisos:** Para lograr una gestión más efectiva por parte de Capital, que logre impactar en la ciudadanía a través de diferentes frentes de acción, es necesario tener claros los compromisos que se adquieren en el marco de planes interinstitucionales. Por otro lado, previene incumplimientos respecto al reporte de información, indicadores o avances que requieren constantemente las diferentes entidades de control y otras entidades del nivel distrital.

En el marco del eje estatal, cabe resaltar la importancia de la caracterización de los colaboradores de la entidad, entendiendo estos como el grupo compuesto por funcionarios de planta y contratistas que desempeñan funciones tanto en el área misional como en el área administrativa de Capital. Los colaboradores son los que posibilitan todos los procesos, proyectos e iniciativas que se establecen desde la gerencia e incluso en niveles ulteriores externos al canal. Por ello, se convierten en un grupo transversal a todos los objetivos trazados.

Eje Colaboradores

Los colaboradores son un componente esencial que garantiza dentro de la gestión administrativa el cumplimiento de los objetivos estratégico-organizacionales, es por esto que es importante conocer características mínimas tanto intrínsecas como extrínsecas de los colaboradores de Capital con ello se fortalecen los lazos entre los actores internos y los grupos de valor objetivo, así como los mecanismos de articulación de la gestión administrativa con relación a estos.

Identificando las características de los colaboradores es posible alcanzar los siguientes objetivos:

| | | | |
|---|--|------------------------------------|---|
|  | ESTRATEGIA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS - CAPITAL | CÓDIGO: EPLE-ES-001 |  ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. |
| | | VERSIÓN: 05 | |
| | | FECHA: 17/10/2023 | |
| | | RESPONSABLE: PLANEACIÓN | |

- **Identificación de las condiciones poblacionales:** Como un elemento fundamental en el desarrollo de la caracterización de usuarios, conocer a la población interna en aspectos socio-demográficos permite establecer las necesidades y expectativas de la misma generando oportunidades de mejora en materia de fortalecimiento de capacidades en la prestación del servicio, esto a su vez garantiza un diagnóstico completo del personal que presta sus servicios para la organización, garantizando la promoción de aspectos positivos de reforzamiento de calidad en la prestación del servicio de la ventanilla hacia adentro.
- **Proyección de acciones de bienestar:** Con el conocimiento de la población interna se garantiza una mejor proyección de acciones de bienestar que incentiven el fortalecimiento de las capacidades de dicho grupo de valor.

Pasos para la caracterización de usuarios

La caracterización de usuarios se define en cinco pasos estratégicos por medio de los cuales se lleva a cabo el proceso de recopilación de información y análisis de datos con la finalidad de poder conocer la interacción con los grupos de valor.

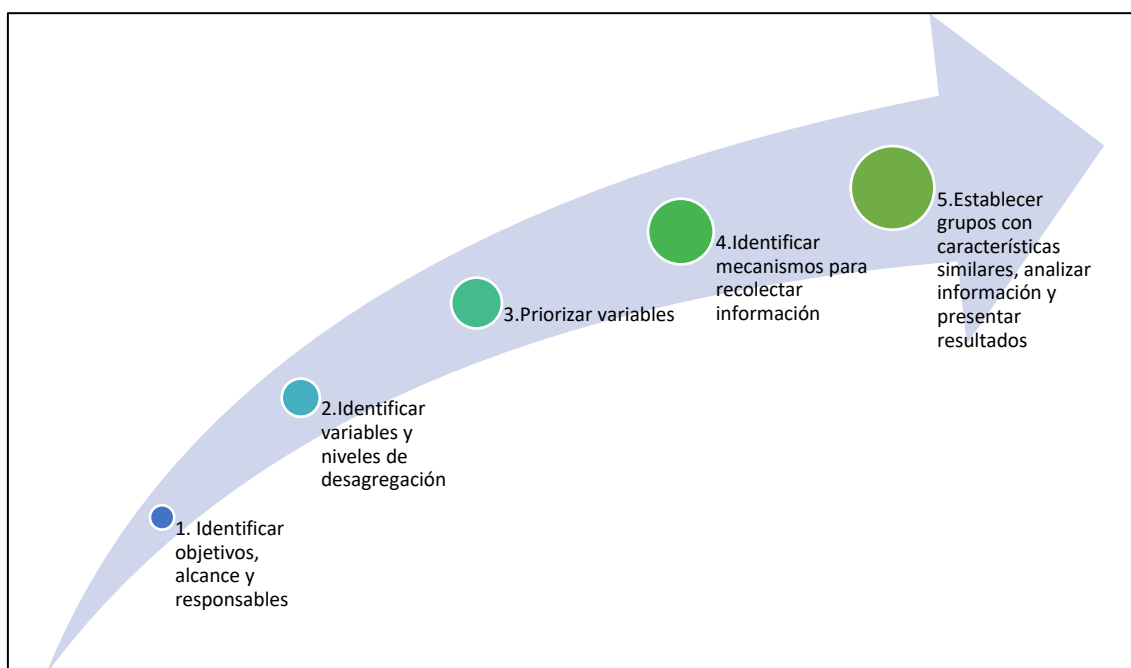




Imagen 2 Pasos para desarrollar la caracterización de usuarios
Fuente: elaboración propia planeación

Paso 1. Objetivos, alcance, marco normativo y responsables

Objetivo general

Identificar las características, necesidades de información e intereses de los grupos de valor de Capital para fomentar la creación, identificación y apropiación de canales de comunicación de doble vía que permitan fortalecer la gestión administrativa, la toma de decisiones y la generación de contenidos de la entidad.

| | | | |
|---|--|------------------------------------|---|
|  | ESTRATEGIA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS - CAPITAL | CÓDIGO: EPLE-ES-001 |  ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. |
| | | VERSIÓN: 05 | |
| | | FECHA: 17/10/2023 | |
| | | RESPONSABLE: PLANEACIÓN | |

Objetivos específicos

- Conocer las características generales de la población requirente de información de Capital, siguiendo los ejes definidos.
- Establecer los principales contenidos de información que son objeto de atención de los ciudadanos y demás actores relacionados con la gestión de Capital.
- Mantener una fuente de información única, actualizada y relevante para la consulta interna de información frente a los grupos de interés que resulte útil para la gestión institucional y la toma de decisiones.

Alcance



La caracterización de usuarios de Capital tiene una cobertura a todos los procesos de la organización partiendo de las variables analizadas en los ejes descritos anteriormente donde se contempla la relación ciudadanía – entidad, organizaciones privadas – entidad, entidades públicas – entidad y colaboradores - entidad.

Marco normativo

- **Decreto 2623 de 2009:** Por el cual se crea el Sistema Nacional de Servicio al Ciudadano.
- **CONPES 3649 de 2010:** Política Nacional de Servicio al Ciudadano.
- **Acuerdo Distrital 489 de 2012:** Por el cual se adoptan medidas para garantizar la calidad y oportunidad en la atención, los servicios y trámites para los ciudadanos y ciudadanas, incorporando enfoques diferenciales (poblacional, de género y de derechos humanos).
- **Acuerdo 529 de 2013:** Por el cual se adoptan medidas para la atención digna, calidad y decorosa a la Ciudadanía en Bogotá.
- **Ley 1212 de 2014:** Por medio del cual se crea la ley de transparencia y del derecho de acceso a la información pública nacional.

Responsables respecto a la caracterización de usuarios

| LÍNEA DE DEFENSA | FUNCIONES | RESPONSABLES |
|-------------------|--|---|
| LÍNEA ESTRATÉGICA | <ul style="list-style-type: none"> • Adelantar el liderazgo orientado a la toma de decisiones con base en los requerimientos y necesidades identificados a partir de la caracterización de usuarios de Capital. | Alta dirección Comité Institucional de Gestión y Desempeño |

| | | | |
|---|--|------------------------------------|---|
|  | ESTRATEGIA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS - CAPITAL | CÓDIGO: EPLE-ES-001 |  ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. |
| | | VERSIÓN: 05 | |
| | | FECHA: 17/10/2023 | |
| | | RESPONSABLE: PLANEACIÓN | |

| LÍNEA DE DEFENSA | FUNCIONES | RESPONSABLES |
|--------------------------|--|--|
| PRIMERA LÍNEA DE DEFENSA | <ul style="list-style-type: none"> Tomar como base para la gestión institucional de los planes de acción de Capital los requerimientos de los usuarios. Reportar cuando sea el caso la información necesaria que garantice contar con información actualizada de los usuarios. | Líderes de procesos Gerentes de proyectos |
| SEGUNDA LÍNEA DE DEFENSA | <ul style="list-style-type: none"> Centralizar la información resultante del ejercicio de caracterización. Difundir la información con el fin de 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 valor de las instituciones. | Equipo de planeación Líderes de los sistemas de gestión implementados en el Canal |
| TERCERA LÍNEA DE DEFENSA | <ul style="list-style-type: none"> Llevar a cabo los ejercicios de seguimiento que garanticen el cumplimiento en la identificación y revisión de las necesidades de los usuarios frente a la gestión del Canal a través de los líderes y responsables correspondientes. | Oficina de Control interno |

Tabla 1: Responsabilidades en el marco del esquema de líneas de defensa



Fuente: elaboración propia planeación

Paso 2. Identificación de variables y niveles de desagregación

Variables para la caracterización

El presente ejercicio de caracterización de usuarios cuenta con diferentes elementos o variables que deben ser analizadas por separado con el fin de lograr obtener la mayor cantidad de información respecto a la tipología de grupos de valor y a las estrategias necesarias para fortalecer los canales de comunicación con estos.

Teniendo en cuenta los planteamientos anteriormente expuestos a continuación se presentan las variables estratégicas para la caracterización de usuarios de la entidad dividiendo las mismas en dos grupos: el primero referente a personas, identificando ciudadanía (tanto usuarios que acceden a la entidad como entidad pública, audiencias de televisión tradicional y audiencias digitales) y colaboradores; el segundo, enfocado en organizaciones y dividido en organizaciones públicas y privadas:

| | | | |
|---|--|------------------------------------|---|
|  | ESTRATEGIA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS - CAPITAL | CÓDIGO: EPLE-ES-001 |  |
| | | VERSIÓN: 05 | |
| | | FECHA: 17/10/2023 | |
| | | RESPONSABLE: PLANEACIÓN | |

| Ciudadanía | | | |
|--|--|--|---|
| Condiciones geográficas | Condiciones sociodemográficas | Condiciones intrínsecas | Condiciones de comportamiento |
| <ul style="list-style-type: none"> Localidad de residencia Barrio Dirección | <ul style="list-style-type: none"> Edad (grupo etario) Sexo Identidad de género Orientación sexual Nivel educativo Estrato socioeconómico Situación de discapacidad Grupo poblacional especial (minorías). | <ul style="list-style-type: none"> Canales de comunicación disponibles Herramientas de recolección y comunicación disponibles. | <ul style="list-style-type: none"> Intereses de consulta |

Tabla 2. Identificación de variables para la caracterización de ciudadanía

Fuente: Elaboración propia planeación a partir de la guía de caracterización de usuarios del DNP

| Ciudadanía Digital | | | |
|---|--|--|---|
| Condiciones geográficas | Condiciones sociodemográficas | Condiciones intrínsecas | Condiciones de comportamiento |
| <ul style="list-style-type: none"> Ciudad País Dirección | <ul style="list-style-type: none"> Edad (grupo etario) Género Nivel Educativo Estado Civil | <ul style="list-style-type: none"> Dispositivo de acceso. Conocimiento sobre canales de acceso | <ul style="list-style-type: none"> Interés de consulta o seguimiento |



Tabla 3. Identificación de variables para la caracterización de ciudadanía digital

Fuente: Elaboración propia planeación a partir de la guía de caracterización de usuarios del DNP

| Colaboradores | | | |
|--|--|---|--|
| Condiciones geográficas | Condiciones sociodemográficas | Condiciones intrínsecas | Condiciones de comportamiento |
| <ul style="list-style-type: none"> Localidad Barrio Dirección | <ul style="list-style-type: none"> Edad (grupo etario) Género Nivel educativo Estado civil | <ul style="list-style-type: none"> Uso de canales Conocimiento de los canales de atención de la entidad. Acceso a canales. | <ul style="list-style-type: none"> Nivel jerárquico Tipos de vinculación |

Tabla 4. Identificación de variables para la caracterización de colaboradores

Fuente: Elaboración propia planeación a partir de la guía de caracterización de usuarios del DNP

| | | | |
|---|--|------------------------------------|---|
|  | ESTRATEGIA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS - CAPITAL | CÓDIGO: EPLE-ES-001 |  |
| | | VERSIÓN: 05 | |
| | | FECHA: 17/10/2023 | |
| | | RESPONSABLE: PLANEACIÓN | |

| Organizaciones privadas | | |
|--|--|---|
| Condiciones geográficas | Condiciones sociodemográficas | Condiciones de comportamiento organizacional |
| <ul style="list-style-type: none"> Zona geográfica de operación | <ul style="list-style-type: none"> Tipo de organización. Sector. Canales de atención utilizados respecto al canal Productos o servicios ofrecidos/ requeridos. | <ul style="list-style-type: none"> Servicio utilizado. Niveles de uso (frecuencia en la utilización de los servicios). Estatus del grupo de interés. Servicios requeridos (servicios recibidos). Frecuencia de uso (utilización reiterada del servicio). |

Tabla 5. Identificación de variables para la caracterización de organizaciones privada
Fuente: Elaboración propia planeación a partir de la guía de caracterización de usuarios del DNP



| Organizaciones públicas | | |
|---|---|--|
| Condiciones geográficas | Condiciones sociodemográficas | Condiciones de comportamiento organizacional |
| <ul style="list-style-type: none"> Localidad | <ul style="list-style-type: none"> Fuente de recursos Sector al que pertenece Productos o servicios ofrecidos / requeridos | <ul style="list-style-type: none"> Servicio utilizado. Niveles de uso (frecuencia en la utilización de los servicios). Estatus del grupo de interés (tiempo en el que lleva usando el servicio). Beneficios buscados (servicios recibidos u ofrecidos). Frecuencia de uso (utilización reiterada del servicio). |

Tabla 6. Identificación de variables para la caracterización de organizaciones públicas.
Fuente: Elaboración propia planeación a partir de la guía de caracterización de usuarios del DNP.

Paso 3. Priorización de variables

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

A continuación, se presentan los resultados de las variables priorizadas según los tipos de usuarios identificados:



| | | | |
|---|--|------------------------------------|---|
|  | ESTRATEGIA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS - CAPITAL | CÓDIGO: EPLE-ES-001 |  ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. |
| | | VERSIÓN: 05 | |
| | | FECHA: 17/10/2023 | |
| | | RESPONSABLE: PLANEACIÓN | |

| Ciudadanía | | | | | | | | | |
|-------------------------------|------------------------------------|------------------------------|-----------|---------|------------|-------------|-------|--------------|----|
| Categoría | Variable | Calificación: la variable es | | | | | Total | Seleccionada | |
| | | Relevante | Económica | Medible | Asociativa | Consistente | | Si | No |
| Condiciones Geográficas | Localidad de residencia | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | X | |
| | Barrio | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 2 | | X |
| | Dirección | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 2 | | X |
| Condiciones Demográficas | Edad (grupo etario) | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 4 | X | |
| | Identidad de Género | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | X | |
| | Sexo | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | X | |
| | Orientación Sexual | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | X | |
| | Nivel educativo | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | | X |
| | Discapacidad | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | | X |
| | Estrato socioeconómico | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | | X |
| Condiciones intrínsecas | Canales de comunicación utilizados | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | X | |
| | Acceso a canales de comunicación | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 2 | | X |
| | Encuesta de satisfacción ciudadana | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 2 | | X |
| | Intereses de consulta | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 3 | X | |
| Condiciones de comportamiento | Grupo poblacional | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 4 | X | |
| | Minorías étnicas | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | X | |

Tabla 7. Priorización de variables ciudadanía

Fuente: Elaboración propia planeación a partir de la guía de caracterización de usuarios del DNP

| Ciudadanía Digital | | | | | | | | | |
|--------------------------|---------------------|------------------------------|-----------|---------|------------|-------------|-------|--------------|----|
| Categoría | Variable | Calificación: la variable es | | | | | Total | Seleccionada | |
| | | Relevante | Económica | Medible | Asociativa | Consistente | | Si | No |
| Condiciones Geográficas | Ciudad | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | X | |
| | País | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 4 | X | |
| | Dirección | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | | X |
| Condiciones Demográficas | Edad (grupo etario) | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 4 | X | |
| | Género | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | X | |
| | Nivel educativo | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | | X |
| | Estado Civil | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | | X |

| | | | |
|---|--|------------------------------------|---|
|  | ESTRATEGIA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS - CAPITAL | CÓDIGO: EPLE-ES-001 |  ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. |
| | | VERSIÓN: 05 | |
| | | FECHA: 17/10/2023 | |
| | | RESPONSABLE: PLANEACIÓN | |

| Ciudadanía Digital | | | | | | | | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|------------------------------|-----------|---------|------------|-------------|-------|--------------|----|
| Categoría | Variable | Calificación: la variable es | | | | | Total | Seleccionada | |
| | | Relevante | Económica | Medible | Asociativa | Consistente | | Si | No |
| Condiciones intrínsecas | Dispositivo de acceso | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | X | |
| | Conocimiento sobre canales de acceso | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 2 | | X |
| Condiciones de comportamiento | Interés de consulta o seguimiento | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | | X |



Tabla 8. Priorización de variables ciudadanía digital

Fuente: Elaboración propia planeación a partir de la guía de caracterización de usuarios del DNP

| Colaboradores | | | | | | | | | |
|---------------------------------|----------------------------|------------------------------|-----------|---------|------------|-------------|-------|--------------|----|
| Categoría | Variable | Calificación: la variable es | | | | | Total | Seleccionada | |
| | | Relevante | Económica | Medible | Asociativa | Consistente | | Si | No |
| Condiciones Geográficas | Localidad | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | | X |
| | Barrio | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | | X |
| | Dirección | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | | X |
| Condiciones Demográficas | Edad (grupo etario) | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 4 | X | |
| | Género | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | X | |
| | Nivel educativo | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | X | |
| | Estado civil | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | X | |
| Condiciones intrínsecas | Uso de canales | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 2 | | X |
| | Tipo de vinculación | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | X | |
| | Conocimiento de la entidad | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 2 | | X |
| | Acceso a canales | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 2 | | X |

Tabla 9. Priorización de variables colaboradores

Fuente: Elaboración propia planeación a partir de la guía de caracterización de usuarios del DNP



| | | | |
|---|--|------------------------------------|---|
|  | ESTRATEGIA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS - CAPITAL | CÓDIGO: EPLE-ES-001 |  |
| | | VERSIÓN: 05 | |
| | | FECHA: 17/10/2023 | |
| | | RESPONSABLE: PLANEACIÓN | |

| Organizaciones privadas | | | | | | | | | |
|--|--|------------------------------|-----------|---------|------------|-------------|-------|--------------|----|
| Categoría | Variable | Calificación: la variable es | | | | | Total | Seleccionada | |
| | | Relevante | Económica | Medible | Asociativa | Consistente | | Si | No |
| Condiciones Geográficas | Zona de operación | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | | X |
| | Localidad | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 2 | | X |
| Condiciones Organizacionales | Tipo de organización | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 3 | X | |
| | Sector | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | X | |
| | Canales de atención | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 2 | | X |
| | Productos o servicios ofrecidos/ requeridos | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 4 | X | |
| Condiciones de comportamiento organizacional | Servicio utilizado | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 4 | X | |
| | Niveles de uso (frecuencia en la utilización de los servicios) | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | | X |
| | Estatus del grupo de interés (tiempo en el que lleva usando el servicio) | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | | X |
| | Servicios requeridos o recibidos | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 3 | X | |
| | Frecuencia de uso (utilización reiterada del servicio) | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 3 | X | |

Tabla 10. Priorización de variables organizaciones privadas

Fuente: Elaboración propia planeación a partir de la guía de caracterización de usuarios del DNP

| Entidades Públicas | | | | | | | | | |
|--|---|------------------------------|-----------|---------|------------|-------------|-------|--------------|----|
| Categoría | Variable | Calificación: la variable es | | | | | Total | Seleccionada | |
| | | Relevante | Económica | Medible | Asociativa | Consistente | | Si | No |
| Condiciones Geográficas | Localidad | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 2 | | X |
| Condiciones Organizacionales | Sector | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | X | |
| | Fuente de recursos | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | X | |
| | Productos o servicios ofrecidos/ requeridos | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 3 | X | |
| Condiciones de comportamiento organizacional | Servicio utilizado | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 4 | X | |
| | Niveles de uso (frecuencia en la | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 3 | X | |

| | | | |
|---|--|------------------------------------|---|
|  | ESTRATEGIA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS - CAPITAL | CÓDIGO: EPLE-ES-001 |  |
| | | VERSIÓN: 05 | |
| | | FECHA: 17/10/2023 | |
| | | RESPONSABLE: PLANEACIÓN | |



| Entidades Públicas | | | | | | | | | |
|--------------------|--|------------------------------|-----------|---------|------------|-------------|-------|--------------|----|
| Categoría | Variable | Calificación: la variable es | | | | | Total | Seleccionada | |
| | | Relevante | Económica | Medible | Asociativa | Consistente | | Si | No |
| | utilización de los servicios) | | | | | | | | |
| | Estatus del grupo de valor (tiempo que lleva usando el servicio) | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 2 | | X |
| | Beneficios buscados (servicios recibidos u ofrecidos) | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 2 | | X |
| | Frecuencia de uso (utilización reiterada del servicio) | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 | X | |

Tabla 11. Priorización de variables organizaciones públicas

Fuente: Elaboración propia planeación a partir de la guía de caracterización de usuarios del DNP

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos a partir de la priorización realizada, es posible reconocer la información más relevante para la caracterización de grupos de valor de Capital, a continuación, se presenta la información consolidada según las categorías y variables seleccionadas:

| Categoría | Variable |
|--------------------------------------|------------------------------------|
| Ciudadanía | |
| Condiciones Geográficas | Localidad de residencia |
| Condiciones Demográficas | Edad (grupo etario) |
| | Identidad de Género |
| Condiciones intrínsecas | Canales de comunicación utilizados |
| | Intereses de consulta |
| Condiciones de comportamiento | Grupo poblacional |
| | Minorías étnicas |
| Ciudadanía Digital | |
| Condiciones Geográficas | Ciudad |
| | País |
| Condiciones Demográficas | Edad (grupo etario) |
| | Género |
| Condiciones intrínsecas | Dispositivo de acceso |

| | | | |
|---|--|------------------------------------|---|
|  | ESTRATEGIA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS - CAPITAL | CÓDIGO: EPLE-ES-001 |  ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. |
| | | VERSIÓN: 05 | |
| | | FECHA: 17/10/2023 | |
| | | RESPONSABLE: PLANEACIÓN | |

| Categoría | Variable |
|---|--|
| Organizaciones privadas | |
| Condiciones Organizacionales | Tipo de servicio |
| | Sector |
| | Productos o servicios ofrecidos/ requeridos |
| Condiciones de comportamiento organizacional | Servicios requeridos o recibidos |
| | Frecuencia de uso (utilización reiterada del servicio) |
| Entidades Públicas | |
| Condiciones Organizacionales | Sector |
| | Productos o servicios ofrecidos/ requeridos |
| Condiciones de comportamiento organizacional | Servicio utilizado |
| | Niveles de uso (frecuencia en la utilización de los servicios) |
| | Frecuencia de uso (utilización reiterada del servicio) |
| Colaboradores | |
| Condiciones Demográficas | Edad (grupo etario) |
| | Género |
| | Nivel educativo |
| | Estado civil |
| Condiciones intrínsecas | Tipo de vinculación |
| Condiciones de comportamiento | No aplica |

Tabla 12. Variables priorizadas para cada grupo de valor identificado en la entidad

Fuente: Elaboración propia – Área de Planeación



Paso 4. Identificación de mecanismos para recolección de información

Para Capital la recolección de la información parte de los recursos humanos, físicos y tecnológicos de que dispone y sobre los cuales es posible tener un control operacional que garantice la certeza de la información en el marco de la caracterización. De esta forma se presentan los mecanismos para recolección de información seleccionados

Cabe resaltar que a partir del año 2021 se cuenta con la herramienta de recolección de información de caracterización de usuarios de la entidad, como instrumento anexo y por medio del cual se estandariza la recolección y se agiliza el proceso de análisis preliminar a la elaboración del documento final, para la presente versión dicho instrumento fue actualizado atendiendo las necesidades básicas de información para el ejercicio.

Ciudadanía (punto de atención o servicio a la ciudadanía):

La información sobre las características de la ciudadanía es obtenida a partir de la encuesta de satisfacción ciudadana, así como de los informes de Peticiones, Quejas, Reclamos y Soluciones – PQRS generados por la Oficina de Atención al Ciudadano y cuyos mecanismos de recolección de información se enlistan a continuación:

| | | | |
|---|--|------------------------------------|---|
|  | ESTRATEGIA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS - CAPITAL | CÓDIGO: EPLE-ES-001 |  ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. |
| | | VERSIÓN: 05 | |
| | | FECHA: 17/10/2023 | |
| | | RESPONSABLE: PLANEACIÓN | |

- ✓ Canal telefónico
- ✓ Correo electrónico
- ✓ Atención personalizada
- ✓ Chat en línea
- ✓ SDQS
- ✓ Buzón de sugerencias
- ✓ Encuesta de satisfacción ciudadana
- ✓ Bogotá te Escucha

Colaboradores:

- ✓ Registros administrativos (contratistas y personal de planta)

Organizaciones privadas:

- ✓ Recolección de información a través del diligenciamiento del formato de caracterización definido para el ejercicio.

Organizaciones públicas:

- ✓ Recolección de información a través del diligenciamiento del formato de caracterización definido para el ejercicio.



Paso 5. Recopilación de información, establecimiento de grupos con características similares, análisis de información y presentación de resultados

La recopilación de información para caracterizar a los usuarios desde los diferentes grupos focales se presenta teniendo en cuenta los mecanismos de recolección establecidos en el paso 4 para el perfil ciudadanía, para dicho grupo de interés se presenta a continuación la información obtenida a partir del análisis julio 2022 – junio 2023:

Eje Ciudadanía

Perfil

Capital tiene por objeto la operación, prestación y explotación del servicio de televisión regional, en este sentido su foco de acción abarca no solo toda la población de la ciudad de Bogotá sino también la población de los municipios aledaños que conforman la Bogotá – Región y futura área metropolitana de la ciudad. A través de la generación de contenidos enfocados a la promoción de la cultura ciudadana y la educación, para reconocer el tipo de ciudadanos con los cuales se tiene contacto, se utilizaron los diferentes mecanismos de recopilación de información definidos por la Oficina de Atención al ciudadano del Canal.

| | | | |
|---|--|------------------------------------|---|
|  | ESTRATEGIA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS - CAPITAL | CÓDIGO: EPLE-ES-001 |  ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. |
| | | VERSIÓN: 05 | |
| | | FECHA: 17/10/2023 | |
| | | RESPONSABLE: PLANEACIÓN | |

Minorías étnicas

Fuente: Encuesta de satisfacción ciudadana

| Minoría étnicas | Cantidad | Porcentaje |
|-----------------|-----------|-------------|
| Afro | 1 | 2% |
| Ninguna | 50 | 98% |
| Total | 51 | 100% |

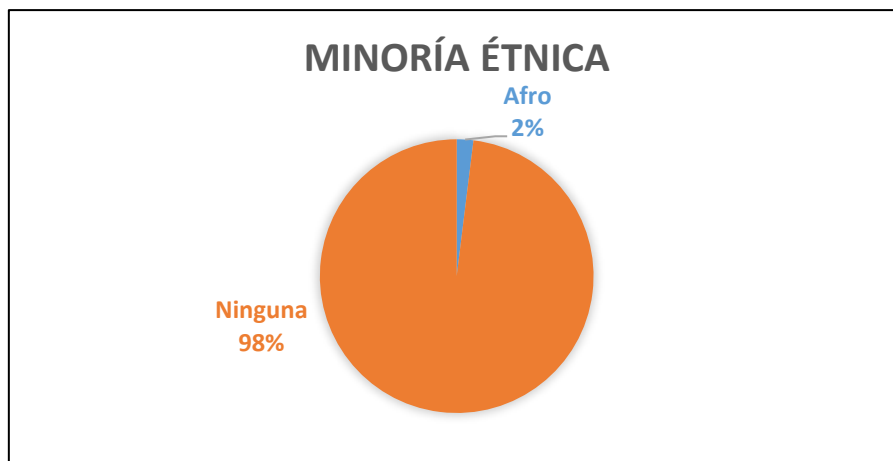


Gráfico 1. Pertenencia a minoría étnica

Fuente: Área de Planeación con información de Oficina de Atención al Ciudadano



Dentro del análisis relacionado con el comportamiento de las minorías étnicas que tienen contacto directo con la entidad a través de la oficina de atención al ciudadano, la población afro, al igual que en el ejercicio de los años anteriores es la población que directamente se relaciona de forma más frecuente con la entidad. Sin embargo, esta población no representa una mayoría significativa para la entidad toda vez que, el grupo poblacional no categorizado en ninguna minoría étnica supera el 90% del total de datos suministrados.

Dado lo anterior, Capital no cuenta con una población que de forma mayoritaria se acerque a la entidad mediante los canales de atención disponibles. Por ende, es posible concluir que la oferta y los intereses de consulta son realizados principalmente por población que no se identifica con ninguna minoría étnica.

Grupo poblacional

Fuente: Informes del SDQS

| Grupo poblacional | Cantidad | Porcentaje |
|--------------------------------------|----------|------------|
| Adulto Mayor | 4 | 21,1% |
| Persona en condición de discapacidad | 5 | 26,3% |
| Otro | 10 | 52,6% |

| | | | |
|---|--|------------------------------------|---|
|  | ESTRATEGIA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS - CAPITAL | CÓDIGO: EPLE-ES-001 |  |
| | | VERSIÓN: 05 | |
| | | FECHA: 17/10/2023 | |
| | | RESPONSABLE: PLANEACIÓN | |

| Grupo poblacional | Cantidad | Porcentaje |
|-------------------|-----------|---------------|
| TOTAL | 19 | 100,0% |

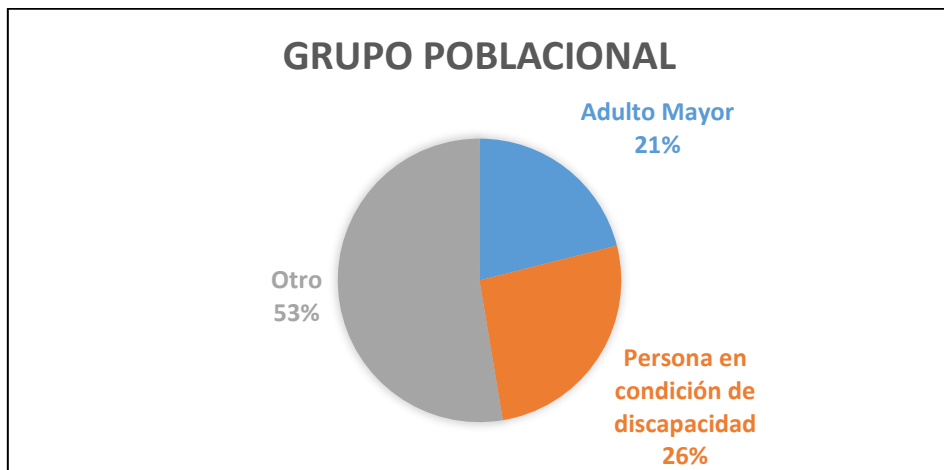


Gráfico 2. Pertenencia a grupo poblacional

Fuente: Área de Planeación con información de Oficina de Atención al Ciudadano

Para el periodo de análisis se identificaron dos grupos poblacionales concretos: adulto mayor y persona en condición de discapacidad. Dentro de dichos grupos se reconoce una mayor interacción de la población en condición de discapacidad (26%) a través de los canales de atención ciudadana, asimismo, los adultos mayores representan el segundo grupo de mayor interacción (21%). Respecto a la categoría "otros" esta es la de mayor representatividad con el 52,6% de las personas que suministraron información por esta fuente, incluyendo víctimas del conflicto armado, habitante de calle, personas en peligro inminente, y periodistas en el ejercicio de su profesión.

Con esta información queda claro que el Canal continúa teniendo un impacto en diferentes grupos poblacionales y puede a su vez tener un mayor impacto en la gestión de la oferta institucional presentada a partir del relacionamiento con dichos grupos, siendo una oportunidad para contar con insumos que permitan el análisis de generación de nuevos contenidos.

Edad (grupo etario)

Fuente: encuesta de satisfacción

| Edad | Cantidad | Porcentaje |
|----------------|-----------|-------------|
| 15 a 25 años | 13 | 23,21% |
| 26 a 40 años | 20 | 35,71% |
| 41 a 60 años | 22 | 39,29% |
| Más de 60 años | 1 | 1,79% |
| Total | 56 | 100% |

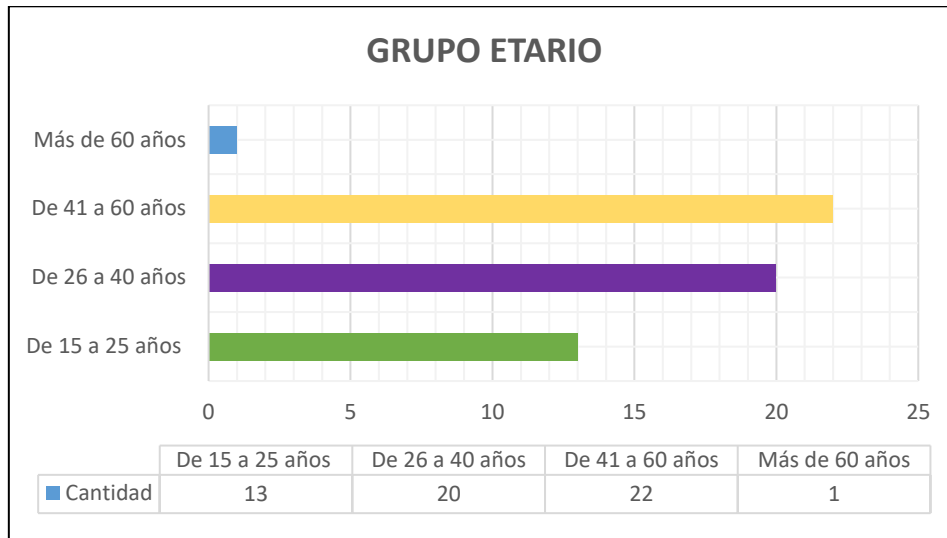


Gráfico 3. Distribución por grupos etarios

Fuente: Área de Planeación con información de Oficina de Atención al Ciudadano

Dentro de los grupos etarios la mayoría de ciudadanía que accedió a los servicios ofrecidos por la oficina de atención al ciudadano es el conformado por personas entre los 41 a 60 años (39,29%) y las personas de 26 a 40 años (35,71%) siendo estos grupos los de mayor acceso a los canales de atención. Este dato, si bien presenta variaciones respecto a la caracterización 2022, se mantiene estable en cuanto al comportamiento poblacional para el periodo 2022 - 2023, lo que directamente aclara que los contenidos y servicios ofrecidos por la entidad, son marcadamente utilizados y consumidos por población perteneciente al mercado laboral actual siendo población mayoritariamente adulta.

Respecto a la caracterización 2022 también se identifica el crecimiento de la población entre 15 y 25 años en más del 100%, lo que se puede asociar al posicionamiento de contenidos para población más joven.

Canales de comunicación utilizados

Fuente: informes de PQRS

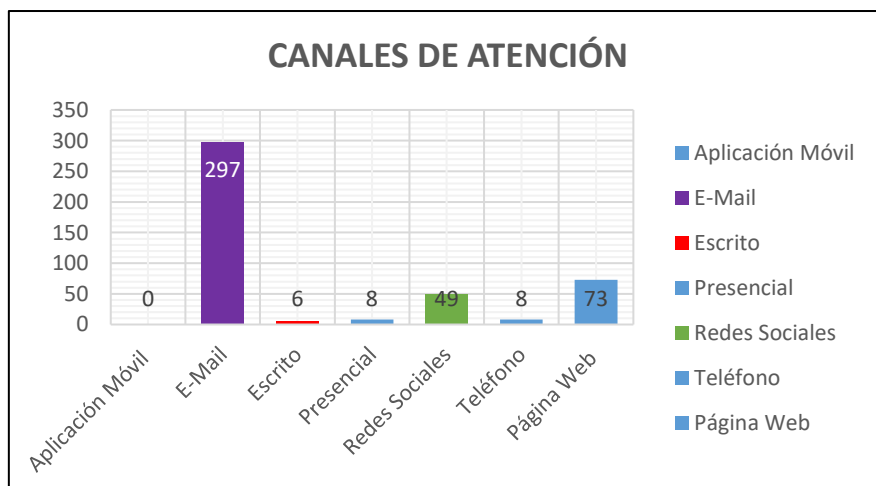




Gráfico 4. Canales de Atención

| | | | |
|---|--|------------------------------------|---|
|  | ESTRATEGIA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS - CAPITAL | CÓDIGO: EPLE-ES-001 |  |
| | | VERSIÓN: 05 | |
| | | FECHA: 17/10/2023 | |
| | | RESPONSABLE: PLANEACIÓN | |

Fuente: Área de Planeación con información de Oficina de Atención al Ciudadano

El canal de atención utilizado con mayor frecuencia es el correo electrónico (67,3%) seguido por la página web (16,6%), esta información permite evidenciar que la entidad mantiene una interacción constante y más marcada a través de sus canales electrónicos. Lo anterior se confirma teniendo en cuenta que el tercer canal de atención más utilizado son las redes sociales (11,1%). Este aspecto es clave toda vez que invita a la entidad a continuar con el fortalecimiento de los espacios de comunicación remotos, agilizando el ejercicio de relacionamiento con la ciudadanía. Los demás canales de atención por el contrario no superan el 2% frente al dato global, reflejando la importancia de continuar gestionando el desarrollo de los canales electrónicos y generando mayores herramientas que permitan principalmente a la población que tiene poco acceso o conocimiento de herramientas tecnológicas acceder de forma fácil los servicios ofrecidos por la entidad.

Interés de consulta

Fuente: informes SDQS

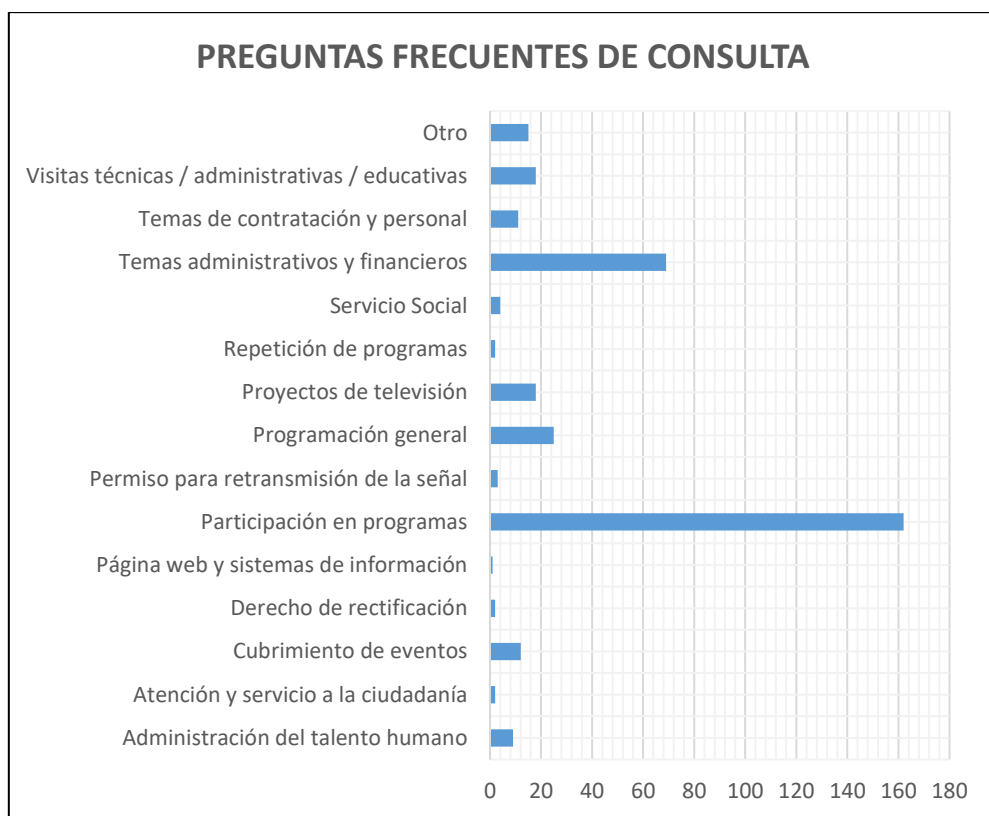




Gráfico 5. Interés de consulta

Fuente: Área de Planeación con información de Oficina de Atención al Ciudadano

La ciudadanía que tiene relacionamiento con la entidad principalmente se interesa en las siguientes temáticas:

- ✓ Participación en programas **(45,9%)**
- ✓ Temas administrativos y financieros **(19,5%)**

| | | | |
|---|--|------------------------------------|---|
|  | ESTRATEGIA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS - CAPITAL | CÓDIGO: EPLE-ES-001 |  ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. |
| | | VERSIÓN: 05 | |
| | | FECHA: 17/10/2023 | |
| | | RESPONSABLE: PLANEACIÓN | |

✓ Programación general (7,1%)

El dato se mantiene estable respecto a la caracterización 2022 lo que permite concluir que las necesidades ciudadanas respecto a las consultas más realizadas se mantienen bajo la misma tendencia. Esto representa para Capital una oportunidad para continuar fortaleciendo el relacionamiento con sus ciudadanos a través de espacios de acercamiento orientados a obtener información respecto a los intereses de consulta, asimismo, es información que permite proponer mejoras respecto a los espacios de interacción a través de la oferta de contenidos que faciliten la participación ciudadana en los proyectos adelantados desde la Dirección Operativa.

Sexo, orientación sexual e identidad de género

Fuente: Encuesta de satisfacción ciudadana

Para la categoría relacionada con la orientación sexual, fue necesario hacer un ajuste metodológico explicado en el capítulo de priorización de variables toda vez que, fue necesario ampliar el análisis de este aspecto ampliando la temática a sexo, orientación sexual e identidad de género como factores estratégicos en el enfoque diferencial desde este componente de la caracterización.

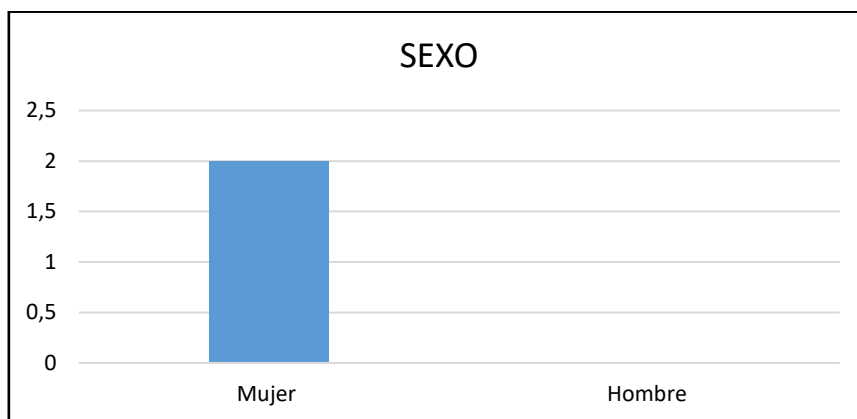




Gráfico 6. Sexo de ciudadanía

Fuente: Área de Planeación con información de Oficina de Atención al Ciudadano

Para el periodo de análisis no se obtuvo información relevante por parte de la ciudadanía respecto a este aspecto, razón por la cual para la caracterización 2023 no es un tema relevante como información del grupo de valor.

Respecto al periodo de análisis en materia de información sobre orientación sexual ¹no se obtuvo información relevante por parte de la ciudadanía, razón por la cual para la caracterización 2023 no es un tema de impacto como información del grupo de valor.

¹ En este aspecto es importante resaltar que, si bien Capital adelanta los procesos de recolección de información con toda la ciudadanía incluyendo todas las opciones de orientación sexual, es discrecional del ciudadano responder esta pregunta, razón por la cual para el periodo 2022-2023 no se contó con información relevante.

| | | | |
|---|--|------------------------------------|---|
|  | ESTRATEGIA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS - CAPITAL | CÓDIGO: EPLE-ES-001 |  ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. |
| | | VERSIÓN: 05 | |
| | | FECHA: 17/10/2023 | |
| | | RESPONSABLE: PLANEACIÓN | |

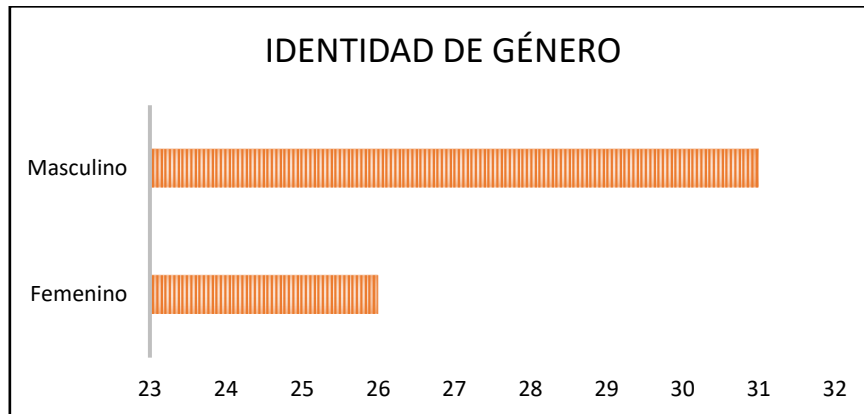


Gráfico 8. Identidad de género ciudadanía

Fuente: Área de Planeación con información de Oficina de Atención al Ciudadano

Para el periodo de análisis, la mayoría de la población que accedió a los servicios ofrecidos por el canal a través de la oficina de atención al ciudadano fue principalmente masculino (54,39%), seguido por la población que se identifica con el género femenino (45,61%). Este aspecto se mantiene estable respecto a la caracterización 2022, lo cual puede asociarse a factores tales como el acceso de la población a los canales de interacción, el contexto sociodemográfico de la población, la incidencia de la programación en el interés de consulta, entre otros.

Localidad

Fuente: informes PQRS

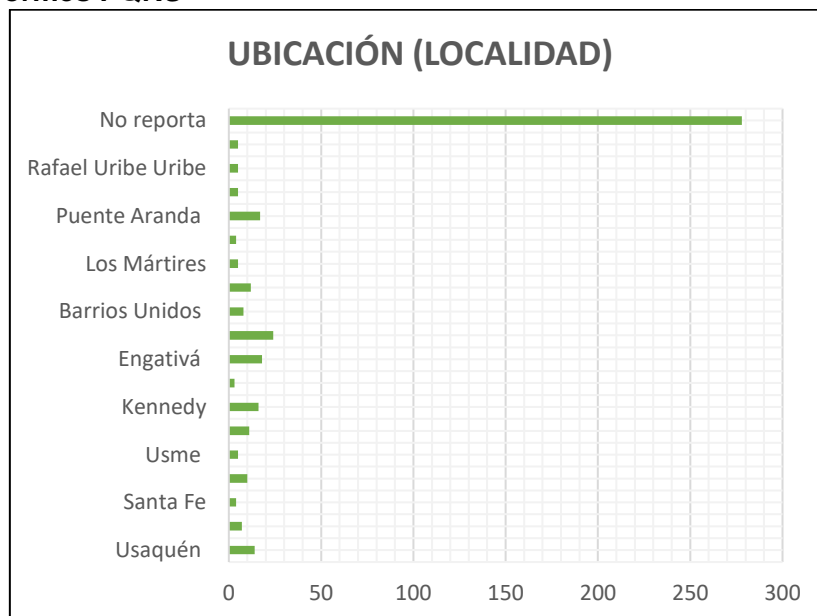




Gráfico 9. Localidad de residencia de ciudadanía

Fuente: Área de Planeación con información de Oficina de Atención al Ciudadano

Para el periodo de análisis, si bien en su mayoría la población registrada no reporta su localidad de residencia (61,6%), las localidades que tuvieron mayores registros son: Kennedy (3,5%), Engativá (4%), Suba (5,3%), Puente Aranda (3,8%), lo cual no permite

| | | | |
|---|--|------------------------------------|---|
|  | ESTRATEGIA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS - CAPITAL | CÓDIGO: EPLE-ES-001 |  <small>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</small> |
| | | VERSIÓN: 05 | |
| | | FECHA: 17/10/2023 | |
| | | RESPONSABLE: PLANEACIÓN | |

reconocer el comportamiento y las necesidades por localidad. Este dato de igual forma no impacta la operación de la entidad toda vez que la oferta de contenidos es abierta a toda la Bogotá - región y por ende no se manejan contenidos u ofertas institucionales territorializadas. Respecto al año 2022 el dato no presentó variaciones representativas.

Aspectos relevantes del perfil ciudadanía



El perfil de los ciudadanos atendidos a través de los diferentes canales de comunicación establecidos no presenta mayores variaciones frente a la caracterización del año 2022 toda vez que se mantiene estable el comportamiento de factores tales como la edad (en su mayoría de personas en un rango de edad de 26 a 60) ubicados principalmente en localidades de gran extensión territorial como Kennedy, Engativá y Puente Aranda, siendo a su vez la mayoría de los usuarios hombres. Los principales intereses de consultas se asocian con la necesidad de tener información respecto a la parrilla de programación, la participación en programas y temas administrativos y financieros, siendo el principal medio de consulta el e-mail y la página web. Finalmente, la minoría étnica que más consultas hace es la población afro, sin embargo, frente a este aspecto es importante aclarar que en términos generales las minorías étnicas del canal no superan el 20% del total de la población sobre la cual se tiene información, el mismo aspecto aplica para los grupos poblacionales donde el de mayor relevancia es el de adulto mayor.

Desde el año 2020 el perfil ciudadano no ha presentado variaciones significativas en materia de intereses de consulta, así como en los canales de atención, donde la necesidad más relevante se asocia con el quehacer misional desde los temas administrativos y financiero programación en general y la participación en programas. Esto se sigue asociando con la ampliación y diversificación de contenidos que buscan aumentar la oferta de estos para diferentes grupos poblacionales.

Eje ciudadanía digital

Teniendo en cuenta la creciente importancia de los medios digitales tanto en el consumo de contenidos multimedia como en el contacto de la ciudadanía con la administración pública mediante sus diferentes entidades y dependencias, la estrategia incorpora, como parte del eje de ciudadanía, un análisis de comportamiento digital a partir de información obtenida de las redes sociales institucionales y sitios web de Capital. La comprensión de las variables que otorgan los medios digitales son un insumo importante para la adopción integral del enfoque de transformación digital.

Teniendo en cuenta lo anterior, se presentan las siguientes cifras:

| | | | |
|---|--|------------------------------------|---|
|  | ESTRATEGIA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS - CAPITAL | CÓDIGO: EPLE-ES-001 |  ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. |
| | | VERSIÓN: 05 | |
| | | FECHA: 17/10/2023 | |
| | | RESPONSABLE: PLANEACIÓN | |

Instagram

Seguidores por países

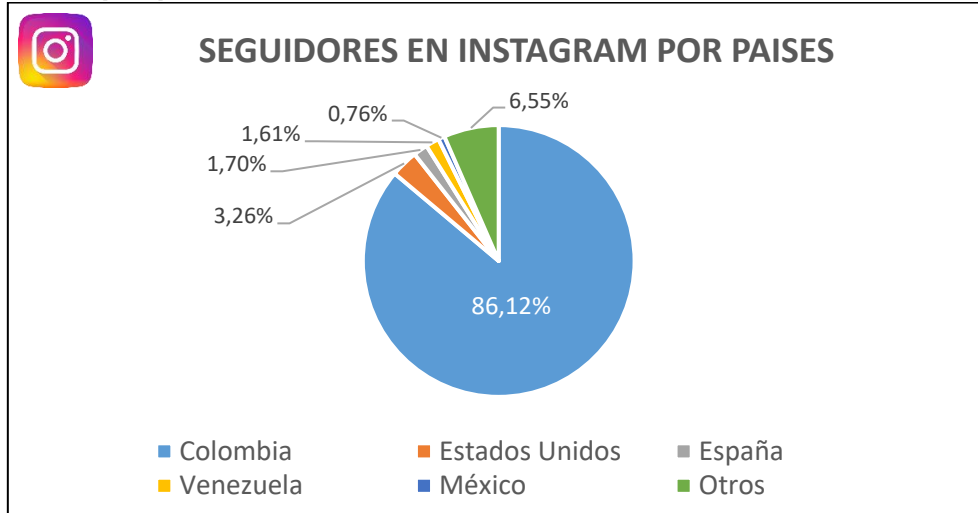


Gráfico 10. Seguidores en Instagram por países 2022-2023

Fuente: Área de Planeación a partir de la información suministrada por el Equipo Digital

En cuanto al comportamiento en redes sociales, destaca la presencia de seguidores en Instagram de diferentes países. Como es lógico la mayoría de ellos se ubican en Colombia, estando una parte importante de los mismos en Bogotá, lo cual refleja la efectiva existencia de un nicho de audiencia en la ciudad con los contenidos presentados y promocionados por medio de las redes sociales institucionales. Asimismo, en comparación al año pasado, se presenta un leve aumento de seguidores en el país.

Seguidores por edad

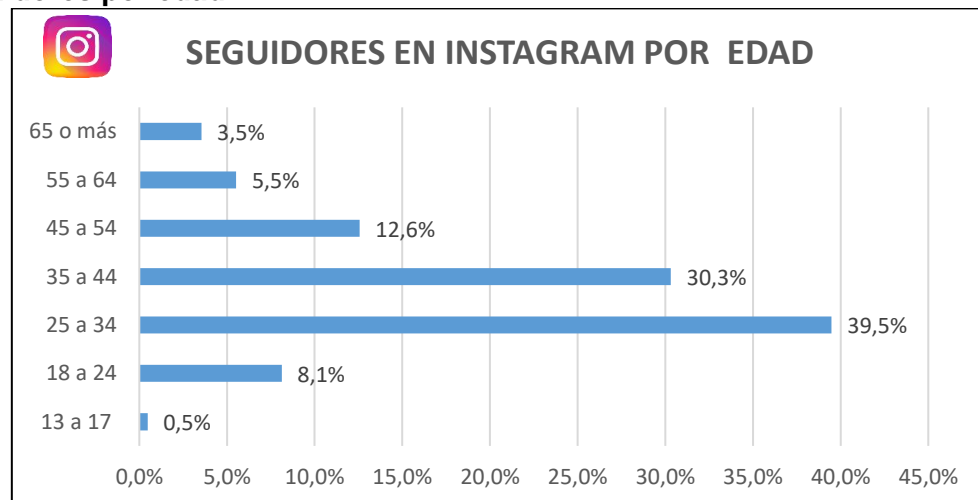




Gráfico 11. Seguidores de Instagram por edad 2022-2023

Fuente: Área de Planeación a partir de la información suministrada por el Equipo Digital

| | | | |
|---|--|------------------------------------|---|
|  | ESTRATEGIA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS - CAPITAL | CÓDIGO: EPLE-ES-001 |  ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. |
| | | VERSIÓN: 05 | |
| | | FECHA: 17/10/2023 | |
| | | RESPONSABLE: PLANEACIÓN | |

En lo concerniente a los rangos de edad de los seguidores del Instagram de Capital, la mayoría de ellos se concentran en el rango de 25 a 34 años y de 35 a 44, lo cual se corresponde con los rangos etarios más activos y presentes en redes sociales, en su mayoría, debido a la inmediatez de la información que allí se puede encontrar. Bajo este supuesto Capital debe aprovechar la publicación de información oportuna para seguir consolidando actividad y audiencia en redes sociales.

Llama la atención la reducción de seguidores en el segmento de 18 a 24 años (-2%), teniendo en cuenta que es un grupo etario igualmente activo y presente en redes sociales, que sin embargo no mantiene una relación significativa con Capital. En buena medida la reducción se puede deber a la popularidad creciente de otras redes como TikTok. Sin embargo, resulta fundamental analizar este comportamiento y establecer rutas de captura de atención de este grupo etario en Instagram.

Seguidores por género

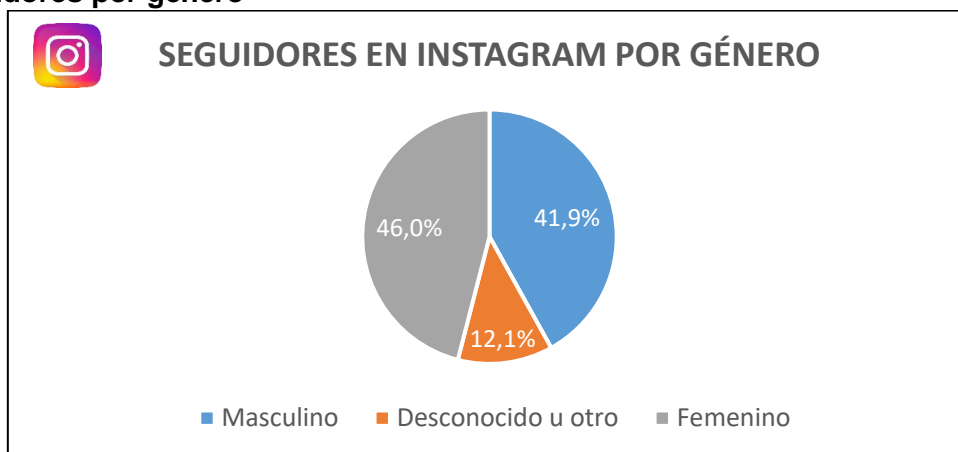


Gráfico 12. Seguidores de Instagram por género 2022-2023



Fuente: Área de Planeación a partir de la información suministrada por el Equipo Digital

En lo concerniente a la relación de géneros, el comportamiento es bastante equitativo entre personas de género masculino y femenino con una leve superioridad en este último. Sin embargo, refleja una buena accesibilidad a los contenidos de la red social para ambos grupos. Capital debe seguir enfocando sus contenidos e información digital a ambos segmentos, reconociendo igualmente la importancia de los contenidos con enfoque de género que buscan impactar en temas como la superación del machismo o la violencia contra las mujeres.

Para la medición de este año se cuenta con la categoría "Desconocido u otro" (12,1%). Pese a que no es posible realizar una desagregación con más detalle, es un avance importante conocer la presencia de identidades de género diversas y su interacción con las redes sociales de la entidad.

Facebook

Seguidores por países

| | | | |
|---|--|------------------------------------|---|
|  | ESTRATEGIA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS - CAPITAL | CÓDIGO: EPLE-ES-001 |  ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. |
| | | VERSIÓN: 05 | |
| | | FECHA: 17/10/2023 | |
| | | RESPONSABLE: PLANEACIÓN | |

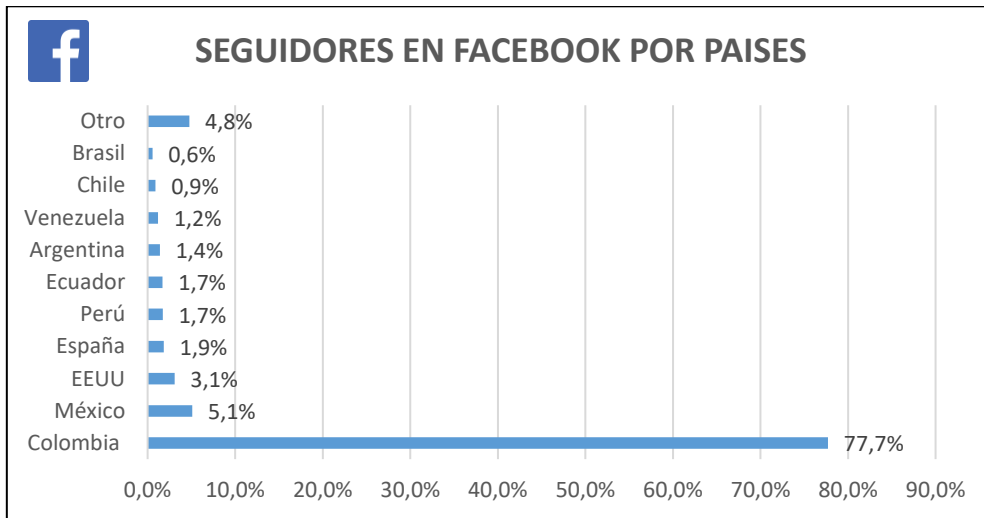


Gráfico 13. Seguidores de Facebook por países 2022-2023

Fuente: Área de Planeación a partir de la información suministrada por el Equipo Digital

En cuanto a Facebook, Capital cuenta con algo más de 750.000 seguidores, de los cuales el 77,7% están en Colombia, un 42% en Bogotá, manteniendo el comportamiento observado en Instagram. Hay un porcentaje importante de seguidores en otros países donde existe una fuerte presencia de colombianos, por lo cual, supone el posicionamiento de Capital como una fuente de información importante para nacionales residentes en otros países que buscan o consumen información y actualidad sobre Bogotá.

Seguidores por edades

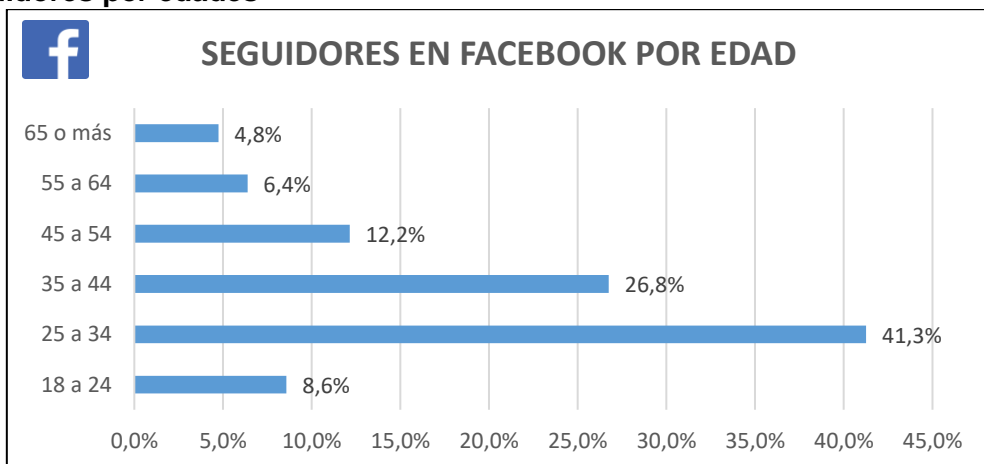




Gráfico 14. Seguidores de Facebook por edad 2022-2023

Fuente: Área de Planeación a partir de la información suministrada por el Equipo Digital

| | | | |
|---|--|------------------------------------|---|
|  | ESTRATEGIA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS - CAPITAL | CÓDIGO: EPLE-ES-001 |  ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. |
| | | VERSIÓN: 05 | |
| | | FECHA: 17/10/2023 | |
| | | RESPONSABLE: PLANEACIÓN | |

En Facebook se replica la dinámica de Instagram en cuanto a comportamiento de rangos etarios. Nuevamente los rangos de 25 a 34 y de 35 a 44 ocupan buena parte de los seguidores; sin embargo, se cuenta con mayor presencia en los segmentos de mayor edad, observando un total del 23% entre los rangos de 45 a 65 años o más. Esto puede deberse principalmente al conocimiento generalizado de Facebook en comparación a otras redes sociales más novedosas y pertenecientes a un segmento joven. Se presenta, en comparación al año 2022, una disminución de casi 3% en el segmento de 18 a 24, reflejando la caída paulatina en la popularidad de la red Facebook en comparación con otras plataformas más novedosas.

Seguidores por género

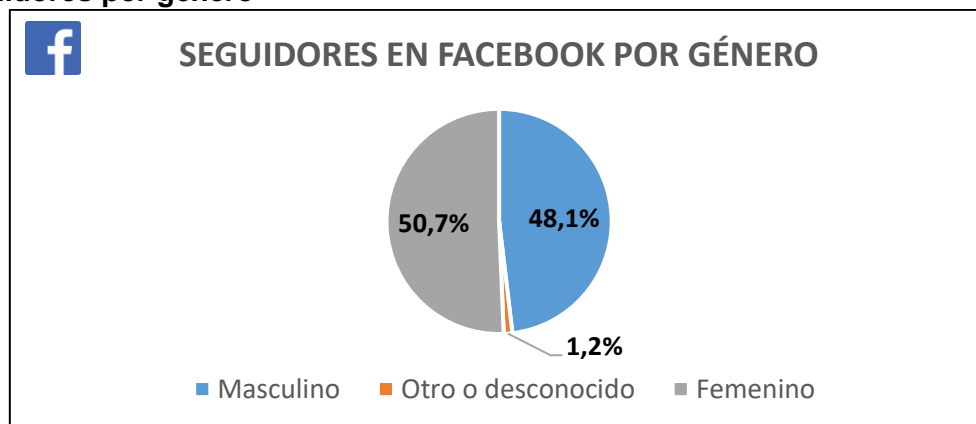


Gráfico 15. seguidores de Facebook por género 2022-2023

Fuente: Área de Planeación a partir de la información suministrada por el Equipo Digital

En cuanto a distribución por género, se presenta una paridad entre masculino y femenino, lo cual refleja accesibilidad a contenidos, notas y demás oferta en redes sociales sin discriminación o afectación por género. Al igual que Instagram, se cuenta ahora con la categoría "Otra o desconocido", que, si bien no permite analizar de mejor manera el detalle de géneros diversos, sí brinda una idea inicial de la presencia de esta población en las redes sociales institucionales de Capital.

YouTube

Suscriptores por países

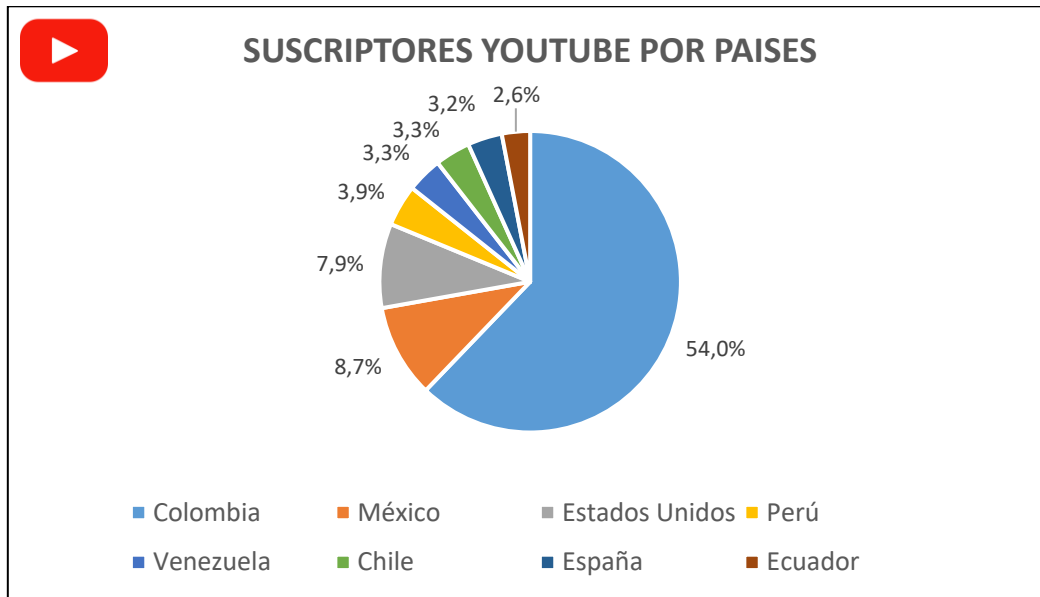


Gráfico 16. Suscriptores de YouTube por países 2022-2023

Fuente: Área de Planeación a partir de la información suministrada por el Equipo Digital

Respecto a los suscriptores en su Canal de YouTube, Capital cuenta con 431.000 suscriptores respecto a los 373.000 del 2022, un aumento sustancial de casi el 15%. Del total de seguidores el 54% se ubican en Colombia, reflejando un aumento del 13% en seguidores nacionales respecto al año pasado. En lo que se refiere a suscriptores de otros países se mantiene la misma dinámica, encontrando a México, Estados Unidos y España como nichos de consumo de los contenidos de Capital. Teniendo en cuenta esta información, podría pensarse algún tipo de estrategia de contenidos para personas que observan y siguen a Capital desde el exterior.

Suscriptores por edad

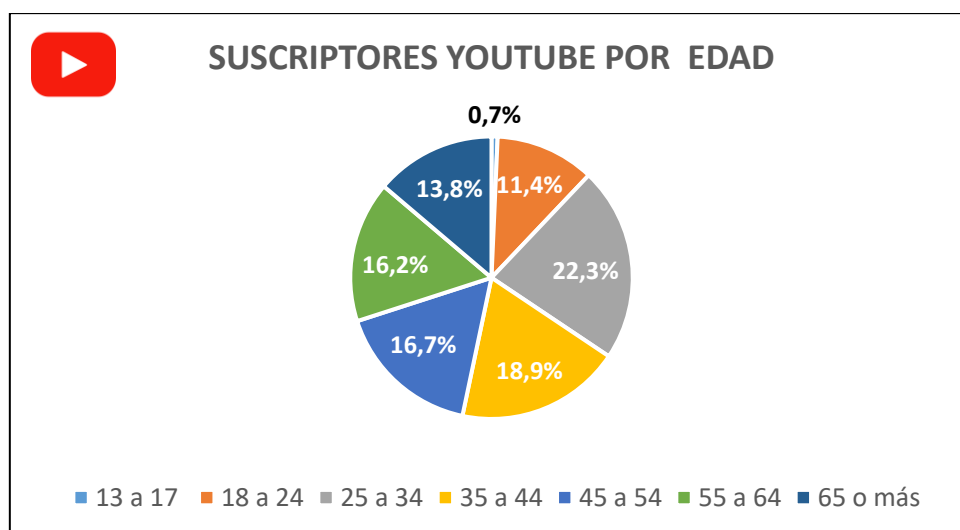




Gráfico 17. Suscriptores de YouTube por edad 2022-2023

Fuente: Área de Planeación a partir de la información suministrada por el Equipo Digital

| | | | |
|---|--|------------------------------------|---|
|  | ESTRATEGIA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS - CAPITAL | CÓDIGO: EPLE-ES-001 |  <small>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</small> |
| | | VERSIÓN: 05 | |
| | | FECHA: 17/10/2023 | |
| | | RESPONSABLE: PLANEACIÓN | |

El comportamiento de los rangos etarios en YouTube demuestra una diversificación importante, que permite deducir la existencia de contenidos apropiados y focalizados para diferentes poblacionales, siendo la red social donde más seguidores de grupos etarios mayores se encuentran (de 55 a 64 un 16,2% y más de 65 años un 13,8%). Sin embargo, se confirma la muy baja presencia de población de entre 13 y 17 años en las redes sociales institucionales, siendo esto un foco de atención para la toma de decisiones en el futuro. Los contenidos de Eureka, completamente enfocados a población infantil pueden encontrar en YouTube un nicho importante de consumo que fomente una presencia más activa de niños y adolescentes en esta red social.

Suscriptores por género

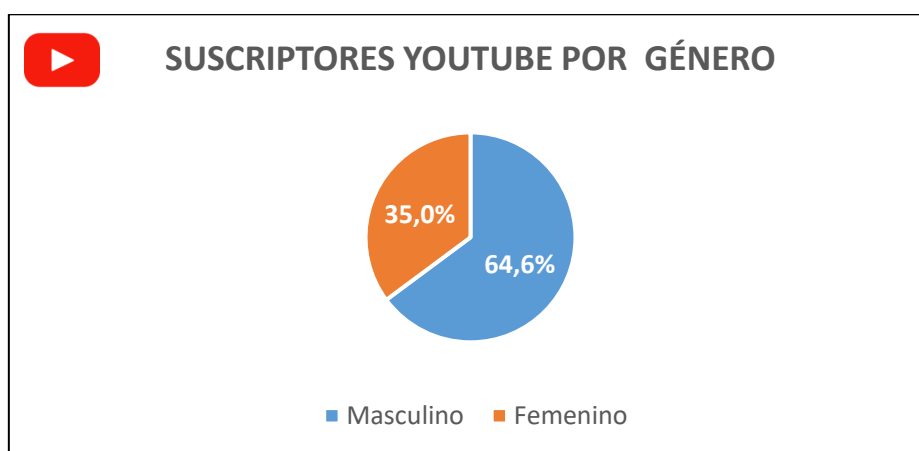


Gráfico 18. Suscriptores de YouTube por género 2022-2023

Fuente: Área de Planeación a partir de la información suministrada por el Equipo Digital

En YouTube la tendencia en cuanto a género se comporta de manera diferente a las demás redes sociales institucionales. Se cuenta con un 64,6% de suscriptores identificados con género masculino, frente a un 35% de población femenina. Es necesario que la entidad identifique estrategias para que los contenidos con enfoque de género cuenten con mayor protagonismo en YouTube, buscando así equilibrar más los géneros de los suscriptores.

TikTok

Seguidores por país

Capital ha logrado posicionarse en las nuevas redes sociales como TikTok, contando con cerca de 49.000 seguidores en esta plataforma. Casi la totalidad de seguidores se encuentran en Colombia (85.87%), sin embargo, se repite una dinámica similar, donde los demás seguidores se encuentran en países con una alta tasa de colombianos residentes como México, Estados Unidos, Ecuador y España. Nuevamente, las redes sociales de Capital sirven como acceso informativo, cultural y de entretenimiento sobre Bogotá a colombianos residentes en el exterior.

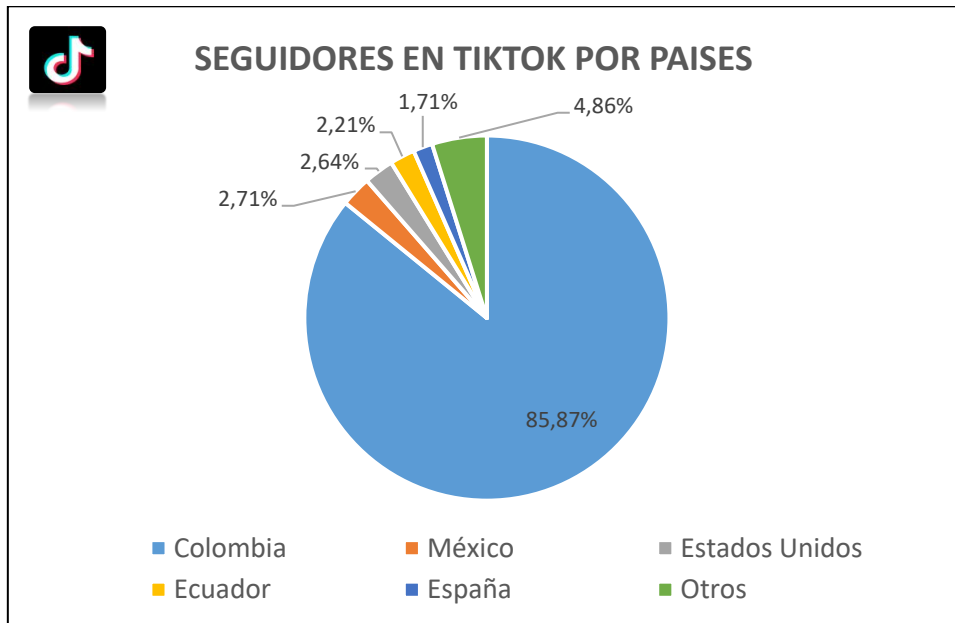


Gráfico 19. Seguidores de TikTok por país 2022-2023

Fuente: Área de Planeación a partir de la información suministrada por el Equipo Digital

Seguidores por edad

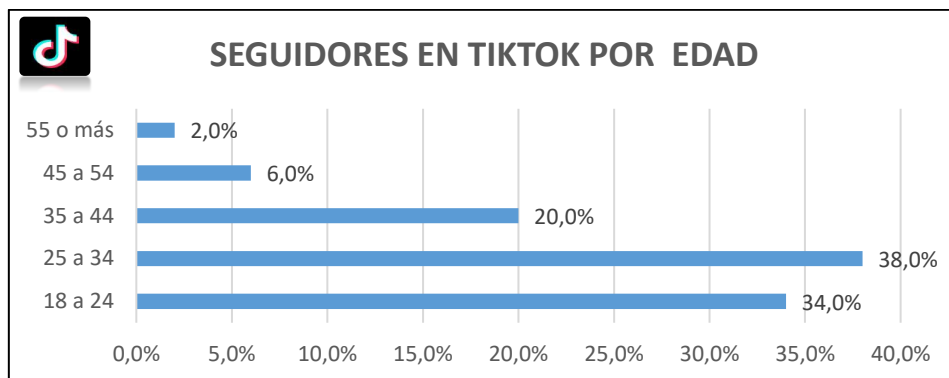




Gráfico 20. Seguidores de TikTok por edad 2022-2023

Fuente: Área de Planeación a partir de la información suministrada por el Equipo Digital

Teniendo en cuenta que TikTok es una red social relativamente nueva, es normal el comportamiento observado donde la mayoría de los seguidores se encuentran entre los 18 y los 34 años, conformando un 72% del total. En comparación con las demás redes, el segmento de 18 a 24 años es uno de los más numerosos, representando la tercera parte de los seguidores, es decir, unos 16.300 jóvenes que siguen la cuenta de TikTok de Capital. Este capital juvenil debe ser aprovechado por el Sistema para visibilizar sus contenidos juveniles e infantiles, cada vez más crecientes gracias al proyecto "Eureka Tu Canal".

| | | | |
|---|--|------------------------------------|---|
|  | ESTRATEGIA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS - CAPITAL | CÓDIGO: EPLE-ES-001 |  ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. |
| | | VERSIÓN: 05 | |
| | | FECHA: 17/10/2023 | |
| | | RESPONSABLE: PLANEACIÓN | |

Seguidores por género

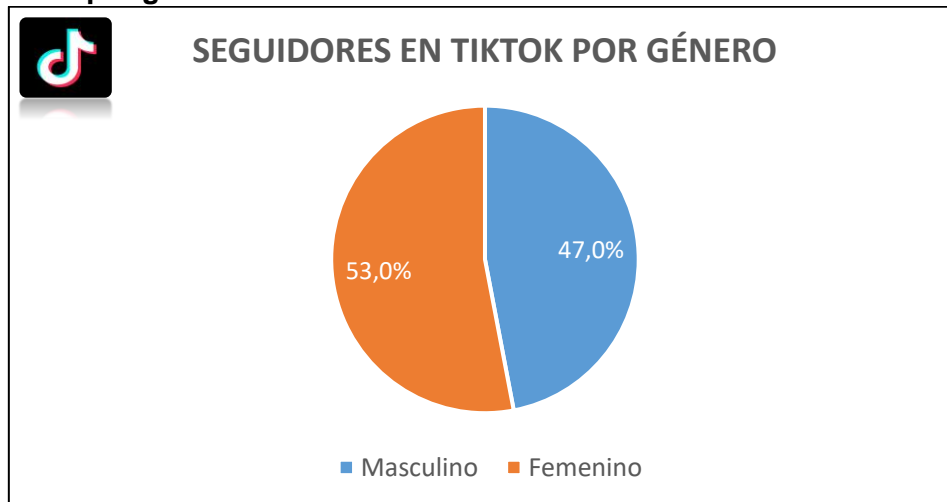


Gráfico 21. Seguidores de TikTok por género 2022-2023

Fuente: Área de Planeación a partir de la información suministrada por el Equipo Digital

En lo que respecta a la distribución por género, la tendencia es similar a la mayoría de redes sociales institucionales donde los porcentajes se encuentran muy parejos con una leve predominancia de seguidores que se identifican con el género femenino. Igualmente, la cuenta de TikTok de Capital debe buscar contar con contenidos de interés para ambos segmentos, tal como lo realiza en las demás redes.

Conexión Capital

El portal de Conexión Capital cumple el papel de plataforma digital de acceso a los contenidos, series, programas y señal en vivo por medio digital. En los últimos años la plataforma ha conseguido un aumento importante en su número de seguidores y busca seguir posicionándose de acuerdo con las expectativas ciudadanas y los retos del mercado.

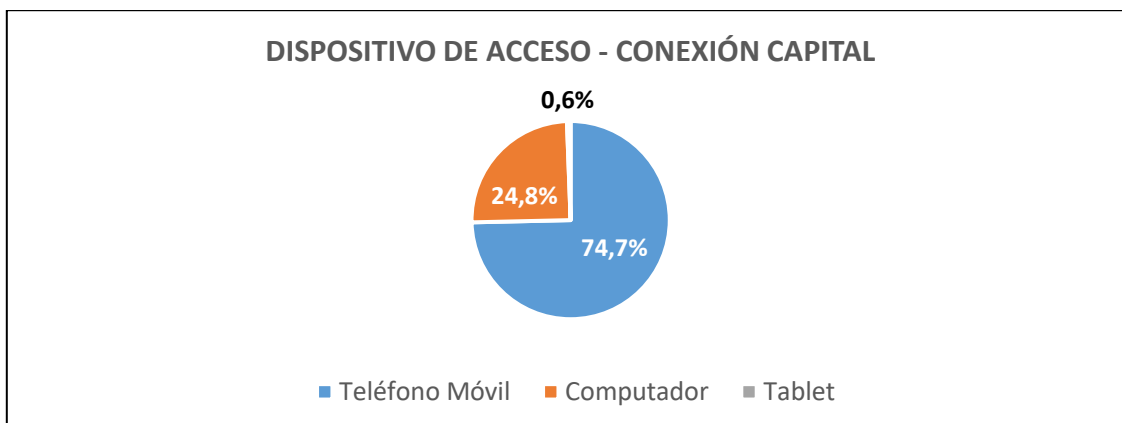




Gráfico 22. Relación dispositivos de acceso conexión capital 2022 – 2023

Fuente: Área de Planeación a partir de la información suministrada por el Equipo Digital

| | | | |
|---|--|------------------------------------|---|
|  | ESTRATEGIA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS - CAPITAL | CÓDIGO: EPLE-ES-001 |  ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. |
| | | VERSIÓN: 05 | |
| | | FECHA: 17/10/2023 | |
| | | RESPONSABLE: PLANEACIÓN | |

En cuanto a los dispositivos de acceso a la plataforma de contenidos Conexión Capital, predomina ampliamente el teléfono móvil, esto debido principalmente a su fácil portabilidad y a la alta disponibilidad de información y contenidos desde cualquier lugar y en cualquier momento. Las tabletas continúan presentando un muy bajo acceso mientras que los computadores presentan una alternativa menos cómoda y portable pero igualmente efectiva y relativamente común para acceder al portal.

Eje Colaboradores

Género

| Género | Cantidad |
|--------------|------------|
| Femenino | 278 |
| Masculino | 325 |
| TOTAL | 603 |

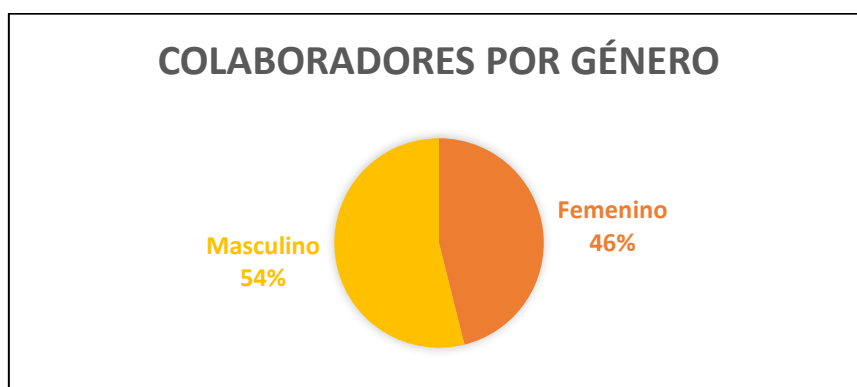


Gráfico 23. Colaboradores por género
Fuente: Perfil Sociodemográfico de la entidad.

La población no ha presentado mayores variaciones frente a la distribución de género identificada en la caracterización 2022, sin embargo, se presentó una reducción de 5% en la población masculina de la entidad y un incremento del 7% de la población femenina. Esto permite evidenciar la consistencia de la entidad frente al compromiso respecto al cierre de la brecha de género en la contratación de su personal tanto de planta como por prestación de servicios, así como personal en misión (contratación a través de empresa temporal). Asimismo, es importante tener en cuenta que dentro de la organización no se cuenta con contratistas o personal de planta identificado como no binario, transgénero o cualquier categoría fuera de la categoría binaria masculino o femenino.

Nivel educativo

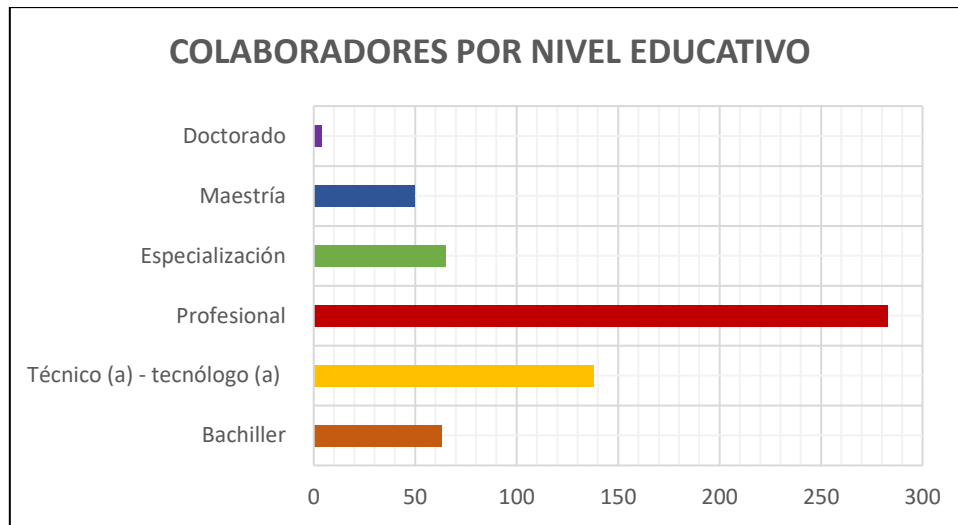


Gráfico 24. Colaboradores por nivel educativo
Fuente: Perfil Sociodemográfico de la entidad.

Frente a la formación académica de los colaboradores, al igual que en las mediciones anteriores, esta se mantiene en predominancia en el nivel profesional (47%) seguido por personal con formación técnica y/o tecnológica (23%). Este comportamiento se mantiene relativamente estable frente a la caracterización 2022 que arrojó resultados similares. Es preciso aclarar que se presentó una reducción en la población técnica o tecnológica del 16%, esto refleja un incremento importante en la vinculación de personal con mayor nivel de cualificación para asumir sus obligaciones y aportar en la construcción de oferta institucional del Canal.

Edad (grupo etario)

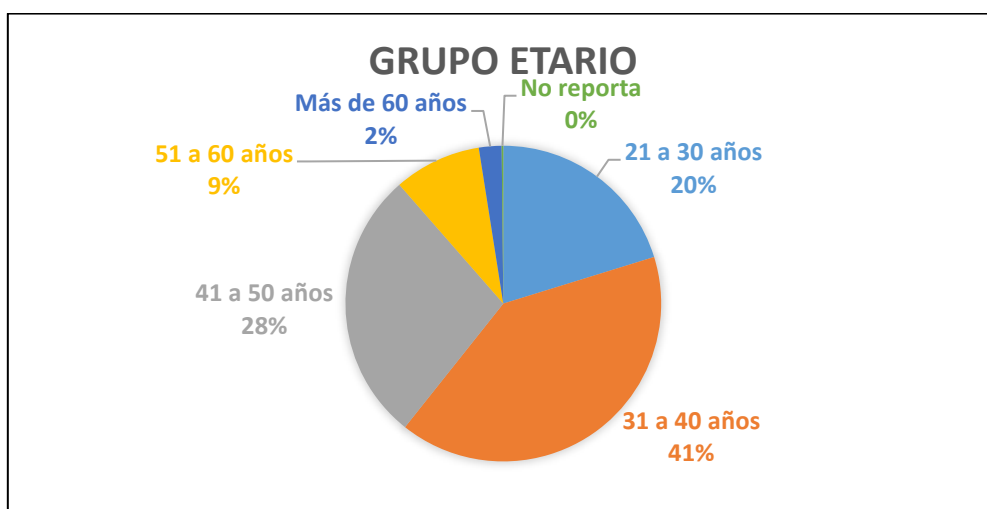




Gráfico 25. Colaboradores por edad
Fuente: Perfil Sociodemográfico de la entidad.

Los colaboradores de la entidad comprenden un rango etario predominante de población entre los 21 y los 40 años conformando el 60% del total de la población de colaboradores

| | | | |
|---|--|------------------------------------|---|
|  | ESTRATEGIA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS - CAPITAL | CÓDIGO: EPLE-ES-001 |  |
| | | VERSIÓN: 05 | |
| | | FECHA: 17/10/2023 | |
| | | RESPONSABLE: PLANEACIÓN | |

de la entidad seguido por población entre los 41 y 50 años (28%) y en una menor escala población entre los 51 y 60 años (9%) y población de más de 60 años (2%). Esto refleja una fuerza laboral centrada en población con un rango de edad media lo que mantiene el dato estable frente al comportamiento de la caracterización 2022.

Dicha información permite a su vez, reconocer bajo estas características el comportamiento de la población interna y los diferentes mecanismos para fortalecer la comunicación y el flujo de información en el marco de la cultura organizacional, así como ser un factor estratégico para la gestión de temas relacionados con la innovación y la gestión del conocimiento.

Estado civil

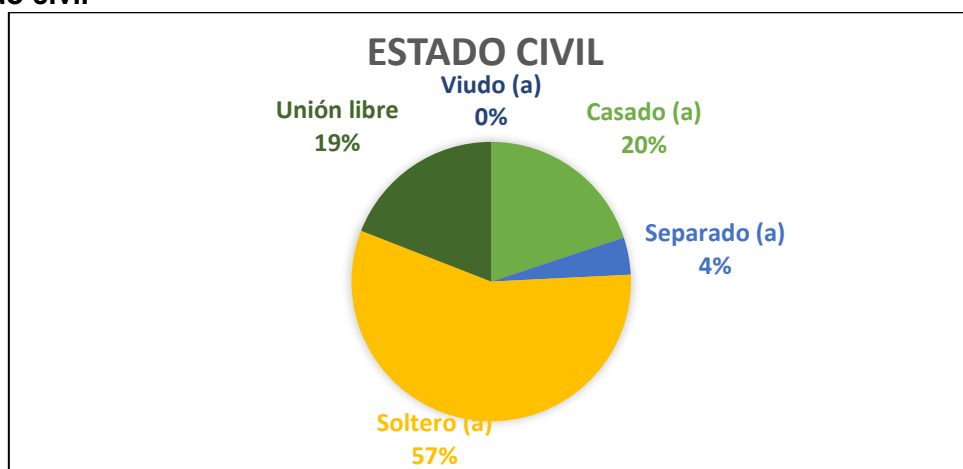


Gráfico 26. Colaboradores por estado civil
Fuente: Perfil Sociodemográfico de la entidad.

La mayoría de los colaboradores tienen como estado civil soltero (57%), seguido por personas casadas (20%), en unión libre (19%), y en una menor escala personas separadas (4%). Esta información se mantiene estable respecto al año 2022 y es importante en el entendido que permite analizar el enfoque de diferentes acciones de bienestar e integridad, dirigidas a los colaboradores, principalmente desde el área de recursos humanos.

Tipo de vinculación

| Vinculación | Número |
|---|------------|
| Contratista | 321 |
| Planta (trabajadores oficiales) | 30 |
| Planta (personal de nombramiento ordinario) | 8 |
| Trabajadores en misión | 244 |
| Total | 482 |

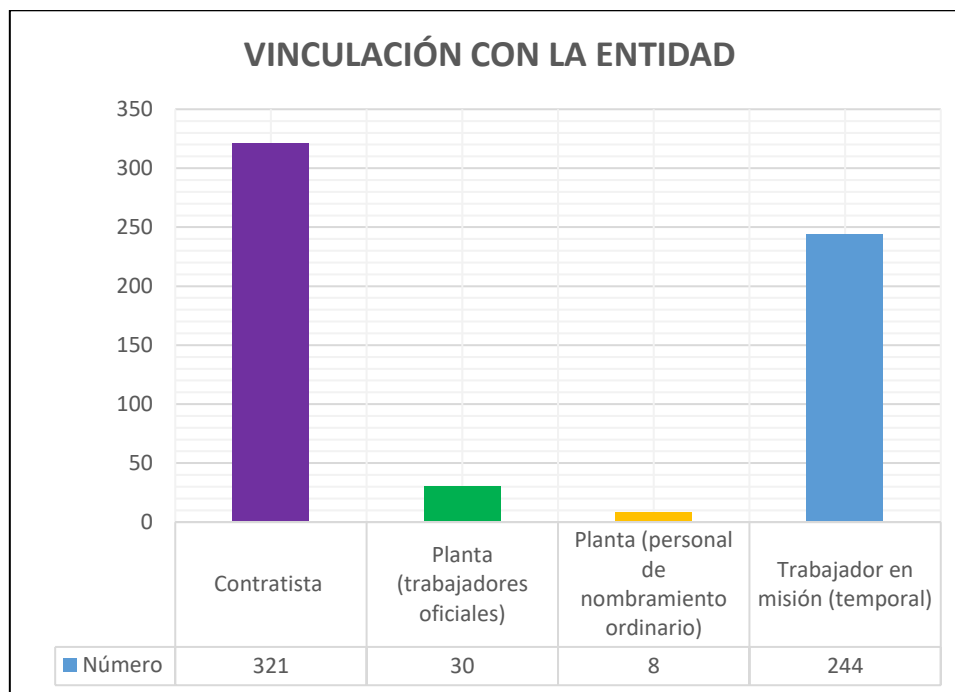




Gráfico 27. Colaboradores por tipo de vinculación
Fuente: Perfil Sociodemográfico de la entidad.

La gran mayoría de colaboradores se encuentran vinculados a la entidad bajo dos modalidades: contrato de prestación de servicios (53%) y trabajadores en misión (40%), siendo esta última una forma de vinculación establecidas en la entidad a partir de finales del año 2021. El resto de la población son trabajadores oficiales de planta distribuidos en dos categorías: trabajadores de planta oficiales (5%) y trabajadores de planta de nombramiento ordinario (1%). Es preciso aclarar que teniendo en cuenta las fechas de corte de la información el personal de planta incluye dos colaboradores que al momento de la caracterización ya no estaban vinculados con la entidad. Sin embargo, era preciso mantener la información con el fin de analizar el comportamiento completo en el periodo establecido.

Respecto a la información del tipo de vinculación, queda claro que para la entidad es un riesgo alto tener la mayor parte de su fuerza laboral bajo figuras como el contrato de prestación de servicios, toda vez que genera posibles pérdidas de información y de memoria institucional, así como demandas y afectaciones jurídicas negativas que pueden ocasionar problemas financieros a mediano y largo plazo (vulnerabilidades en la política de defensa jurídica).

Aspectos relevantes del perfil colaboradores

Teniendo en cuenta la información anterior, se infiere que si bien los colaboradores son en su mayoría hombres (54%), la diferencia es baja respecto a las mujeres, quienes representan el 46% de la fuerza laboral de Capital. Así mismo, respecto al año 2022 se presentó una variación mínima pero relevante frente a la relación de colaboradores hombres y mujeres. De igual manera se identifica que más del 90% de los colaboradores son vinculados bajo la modalidad de contrato de prestación de servicios, aspecto importante a resaltar nuevamente debido a que este tipo de vinculación genera falta de

| | | | |
|---|--|------------------------------------|---|
|  | ESTRATEGIA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS - CAPITAL | CÓDIGO: EPLE-ES-001 |  <small>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</small> |
| | | VERSIÓN: 05 | |
| | | FECHA: 17/10/2023 | |
| | | RESPONSABLE: PLANEACIÓN | |

sentido de pertenencia y posibles afectaciones a nivel de desarrollo institucional. Se posiciona además como un factor que debe ser monitoreado constantemente con el fin de fortalecer la cadena de valor frente a la gestión del conocimiento y salvaguarda de la gestión adelantada en los diferentes procesos.

De igual forma el rango de edad se mantuvo estable en relación con la información recopilada en el año 2022, siendo la mayoría población entre los 31 a los 50 años (68%). Esta información permite tener en cuenta la posibilidad de desarrollar estrategias innovadoras o hacer cambios de fondo sin que los mismos generen alertas y resistencia por parte de los colaboradores. Si bien no todos los colaboradores de más de 40 años son propensos a ser resistentes al cambio, sí es un factor que impacta algunos escenarios en el desarrollo de políticas y modificaciones en la gestión administrativa de la organización, asociándolo entre otras cosas al desarrollo de la política de gestión del conocimiento y la innovación.



Eje Privado

Para la construcción del perfil de este grupo de valor se realizó el levantamiento de la información a partir de la priorización de las variables y la consolidación de la información reportada por los líderes de proceso al respecto, a continuación, se presenta el resultado consolidado de dicha actividad.

En cuanto al eje privado, es importante resaltar que Capital requiere mayor variedad de servicios de los que ofrece a este segmento. Muchos de los servicios ofrecidos por privados son de vital importancia para garantizar el normal desarrollo de las actividades de Capital, pues muchos de ellos se encuentran ligados a los asuntos administrativos o a capacidad de producción del Canal en los diferentes servicios que presta como Sistema de Comunicación. En cuanto a los servicios ofrecidos, todos se encuentran en el sector de tecnología, eventos y comunicaciones, relacionados principalmente con asuntos como pauta, oferta BTL/ATL y estrategias de comunicación. El impacto de los servicios ofrecidos puede trascender los límites de la ciudad, pues el portal de Conexión Capital y la señal en vivo vía internet pueden ser consultados a nivel mundial. En contraste, los servicios requeridos son de impacto meramente institucional.

Con el fin de organizar los datos de una manera más práctica, el Eje Privado se encuentra conformado por información referente a proveedores y a clientes. El perfil de proveedores se refiere a datos de aquellas empresas que proveen servicios o productos a Capital para el desarrollo de sus funciones, ya sean estas a nivel administrativo o misional. Por su parte, el de Clientes hace referencia a empresas o entidades que reciben servicios o productos por parte de Capital de acuerdo con su portafolio de servicios.

A continuación, se presentan los datos más importantes respecto al segmento de proveedores:

| | | | |
|---|--|------------------------------------|---|
|  | ESTRATEGIA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS - CAPITAL | CÓDIGO: EPLE-ES-001 |  ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. |
| | | VERSIÓN: 05 | |
| | | FECHA: 17/10/2023 | |
| | | RESPONSABLE: PLANEACIÓN | |

Proveedores por tipo de servicio

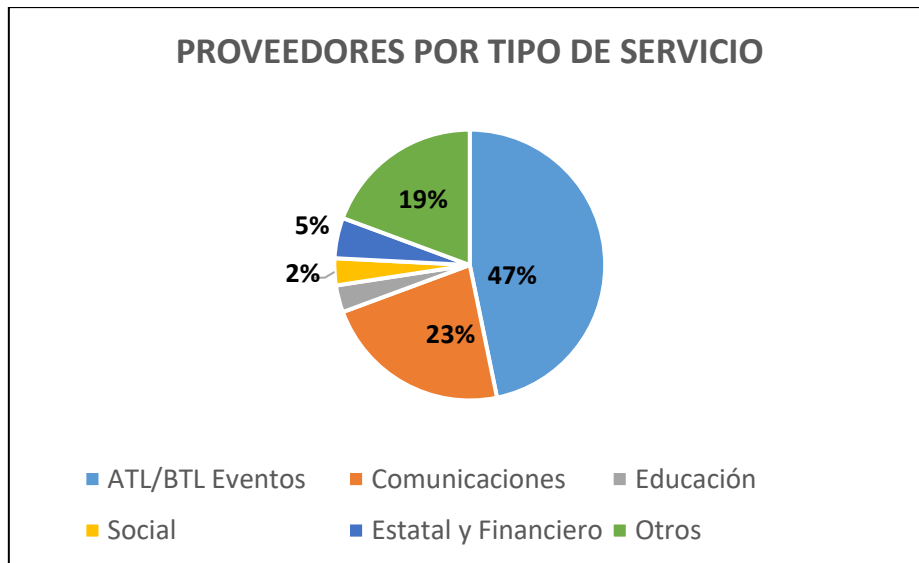


Gráfico 28. Proveedores por tipo de servicio 2022-2023

Fuente: Área de Planeación a partir de la información suministrada por proyectos estratégicos

En cuanto a los proveedores de Capital, es importante destacar la predominancia de los servicios de operación logística relacionados estrechamente con servicios de ATL y BTL, los cuales, además de su crecimiento en comparación con el año pasado, son de suma importancia para el normal desarrollo de las actividades de producción de contenidos que realiza el Canal. Por su parte, los temas de comunicaciones atienden necesidades de difusión y posicionamiento de marca para Capital. Teniendo en cuenta el portafolio de servicios de Capital, aparecen para esta medición elementos nuevos como servicios ligados al sector de educación, sector social y estatal o financiero, teniendo en cuenta la naturaleza de Empresa Pública de Capital.

Proveedores por frecuencia de uso

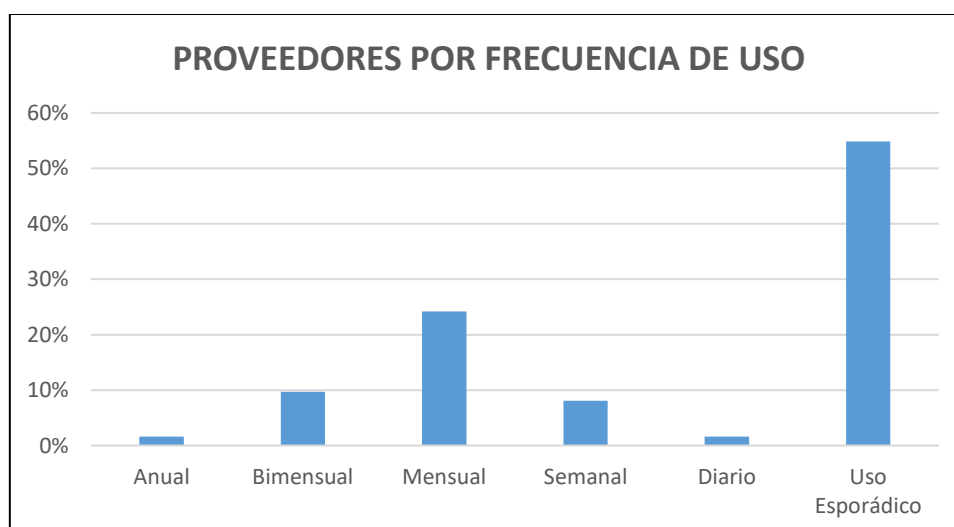




Gráfico 29. Proveedores por frecuencia de uso 2022-2023

Fuente: Área de Planeación a partir de la información suministrada por proyectos estratégicos

| | | | |
|---|--|------------------------------------|---|
|  | ESTRATEGIA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS - CAPITAL | CÓDIGO: EPLE-ES-001 |  ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. |
| | | VERSIÓN: 05 | |
| | | FECHA: 17/10/2023 | |
| | | RESPONSABLE: PLANEACIÓN | |

Contrario a lo observado en vigencias pasadas, los proveedores de Capital en su mayoría atienden a una periodicidad no definida pero frecuente (Uso Esporádico 55%). Por su parte, los servicios mensuales y bimensuales ocupan una parte importante de los servicios requeridos por la entidad, permitiendo una mayor estructuración y facilidad de seguimiento sobre los mismos.

Cientes por tipo de servicio

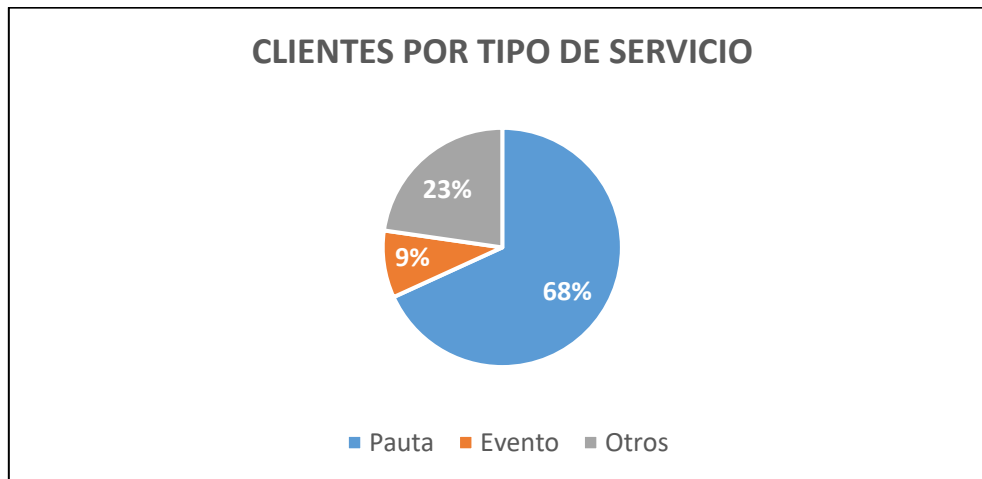


Gráfico 30. Cientes por tipo de servicio

Fuente: Área de Planeación a partir de la información suministrada por proyectos estratégicos

En cuanto al tipo de servicios prestado a clientes privados, el protagonista son los servicios de pauta con un 68%, siendo al tiempo una de las fuentes de ingresos más significativas para la entidad. El desarrollo de eventos en el marco de servicios ATL y BTL continúan presentes con cerca de un 10%, mientras que otros servicios más ligados al diseño de estrategias de comunicación y líneas de comunicación estratégica se encuentran con un 23% reflejando la importancia de la diversificación de servicios que generó la transición de "Canal" a "Sistema" durante el último cuatrienio.

Cientes por frecuencia de uso

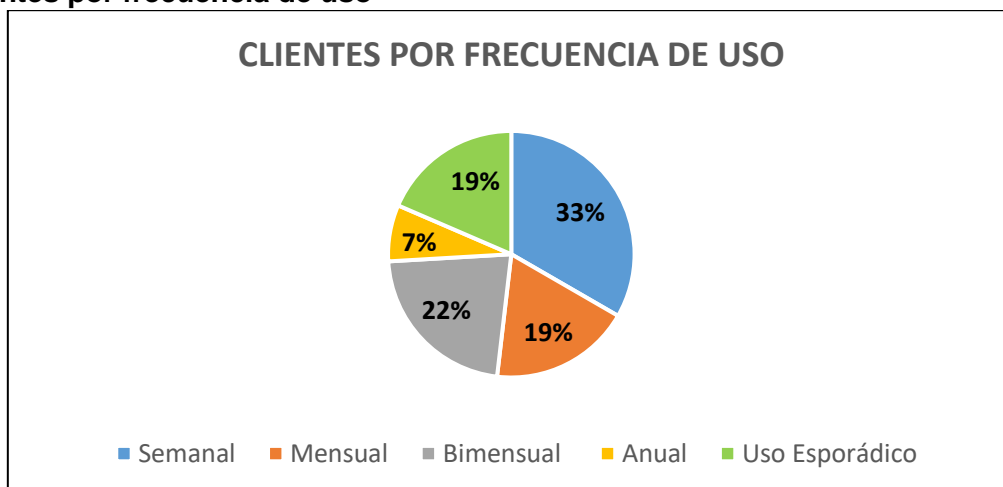




Gráfico 31. Cientes por frecuencia de uso

Fuente: Área de Planeación a partir de la información suministrada por proyectos estratégicos

| | | | |
|---|--|------------------------------------|---|
|  | ESTRATEGIA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS - CAPITAL | CÓDIGO: EPLE-ES-001 |  ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. |
| | | VERSIÓN: 05 | |
| | | FECHA: 17/10/2023 | |
| | | RESPONSABLE: PLANEACIÓN | |

En cuanto al tipo de servicios prestado a clientes privados, el protagonista son los servicios de pauta con un 68%, siendo al tiempo una de las fuentes de ingresos más significativas para la entidad. El desarrollo de eventos en el marco de servicios ATL y BTL continúan presentes con cerca de un 10%, mientras que otros servicios más ligados al diseño de estrategias de comunicación y líneas de comunicación estratégica se encuentran con un 23% reflejando la importancia de la diversificación de servicios que generó la transición de "Canal" a "Sistema" durante el último cuatrienio.

Eje Estatal

Como entidad vinculada al sector distrital de cultura, recreación y deporte, Capital se relaciona activamente con diferentes entidades públicas, en su mayoría del nivel distrital, aunque también con algunas del sector nacional en casos particulares. Debido a su naturaleza como Empresa Industrial y Comercial del Estado (EICE), el grupo de valor se conforma a partir de dos roles: uno empresarial y uno público.

El rol empresarial hace referencia particularmente a aquellas entidades con las cuales Capital se relaciona para prestar servicios de su portafolio, por lo que las entidades se comportan como clientes de Capital, bajo el entendido que el modelo de operación del Canal requiere la generación de ganancias a partir de su operación como Sistema de Comunicación Pública de Bogotá.

Por su parte, el rol público permite comprender las relaciones de Capital como parte de la administración distrital, donde cuenta con un objeto misional y unos impactos esperados en la ciudadanía a partir de su gestión. En este rol se observa, entonces, cómo Capital atiende requerimientos de Secretarías, Organismos de Control, Ministerios y demás entidades en el marco su ejercicio público y administrativo.

Rol Empresarial

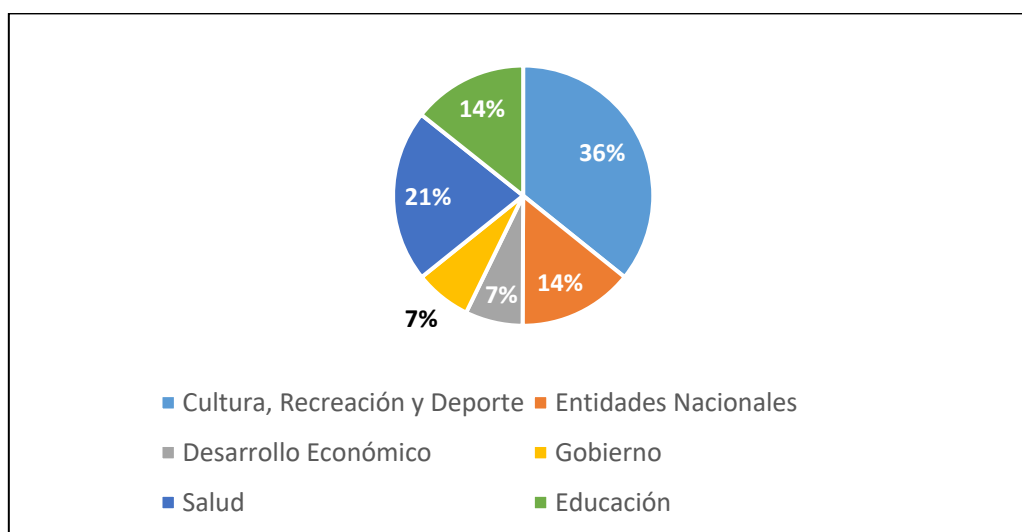




Gráfico 32. Relacionamiento con entidades públicas desde el rol empresarial 2022-2023
Fuente: Área de Planeación a partir de la información suministrada por proyectos estratégicos

| | | | |
|---|--|------------------------------------|---|
|  | ESTRATEGIA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS - CAPITAL | CÓDIGO: EPLE-ES-001 |  ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. |
| | | VERSIÓN: 05 | |
| | | FECHA: 17/10/2023 | |
| | | RESPONSABLE: PLANEACIÓN | |

Como se observa en la gráfica, una parte representativa de los clientes de estos servicios (36%) pertenecen al sector cultura, el mismo al que Capital pertenece como entidad vinculada. En el distrito, otros sectores como el de Desarrollo Económico, Educación, Salud y Gobierno también mantienen convenios o relación comercial con Capital.

Las entidades nacionales de diferentes sectores y naturalezas también tienen un relacionamiento importante que puede tender a crecer, por lo que debe considerarse un nicho de especial atención para la prestación de servicios de comunicación pública. La prestación de estos servicios a entidades públicas resulta de vital importancia tanto para las finanzas de la entidad como para el posicionamiento de marca que se logra a partir de la realización de campañas y estrategias efectivas.

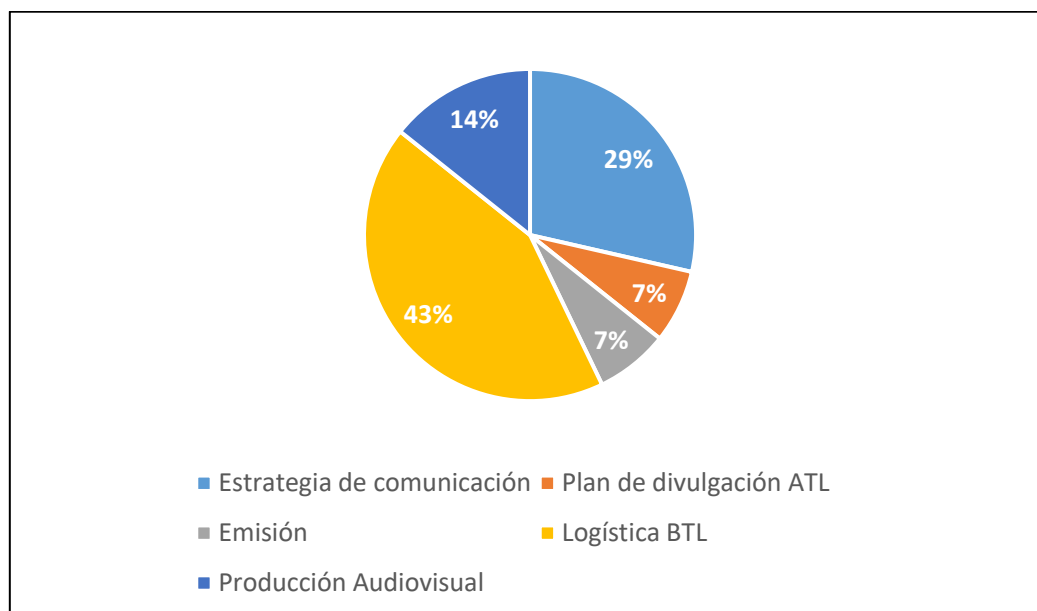




Gráfico 33. Relacionamento con entidades públicas desde el rol empresarial por servicio prestado
Fuente: Área de Planeación a partir de la información suministrada por proyectos estratégicos

En cuanto al tipo de servicio prestado, una parte importante se concentra en la logística BTL (43%), lo que demuestra una reaparición importante de este servicio al interior del portafolio de Capital. Por otro lado, las estrategias de comunicación (29%) también son fundamentales y posicionan efectivamente el papel de Capital como Sistema de Comunicación Pública con servicios efectivos para el distrito y las entidades nacionales. Por otro lado, los servicios de ATL (7%), Producción Audiovisual (14%) y emisión de contenidos (7%) complementan los servicios prestados y permiten consolidar una integralidad entorno a las necesidades de comunicación de las entidades públicas.

| | | | |
|---|--|------------------------------------|---|
|  | ESTRATEGIA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS - CAPITAL | CÓDIGO: EPLE-ES-001 |  ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. |
| | | VERSIÓN: 05 | |
| | | FECHA: 17/10/2023 | |
| | | RESPONSABLE: PLANEACIÓN | |

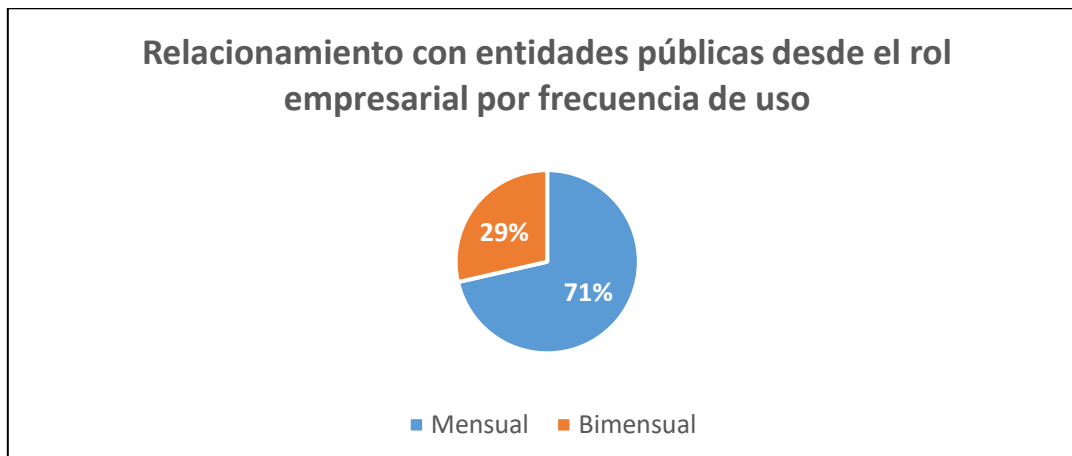


Gráfico 34. Relacionamiento con entidades públicas desde el rol empresarial por frecuencia de uso
Fuente: Área de Planeación a partir de la información suministrada por proyectos estratégicos

En el caso del relacionamiento empresarial con entidades públicas, se presenta una dinámica con tiempos mucho más definidos, contrario a lo que ocurre con organizaciones privadas. Como se observa, muchos de los servicios y el relacionamiento con las entidades se da de manera mensual (71%) seguido por un bimensual (29%).



Rol Público

En cuanto al relacionamiento desde su rol público como parte de la administración distrital, Capital mantiene relaciones con una gran variedad de sectores, lo cual responde principalmente a temas como: participación en planes sectoriales, participación en políticas públicas distritales, rendición de cuentas, presentación de informes, gestión ambiental y seguimientos de control fiscal, contable y disciplinario.

En cuanto al relacionamiento con entidades del gobierno nacional, la alta cifra (26%) se debe a que, metodológicamente, en dicha categoría se incorporan todas las entidades nacionales sin discriminación por sector. Entre ellas destacan MinTIC, Función Pública, el Ministerio de Ambiente, Ministerio del Interior, RTVC, entre otras.



Gráfico 34. Relacionamiento con entidades públicas desde el rol empresarial por sector al que pertenece
Fuente: Área de Planeación a partir de la información suministrada por proyectos estratégicos

| | | | |
|---|--|------------------------------------|---|
|  | ESTRATEGIA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS - CAPITAL | CÓDIGO: EPLE-ES-001 |  ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. |
| | | VERSIÓN: 05 | |
| | | FECHA: 17/10/2023 | |
| | | RESPONSABLE: PLANEACIÓN | |

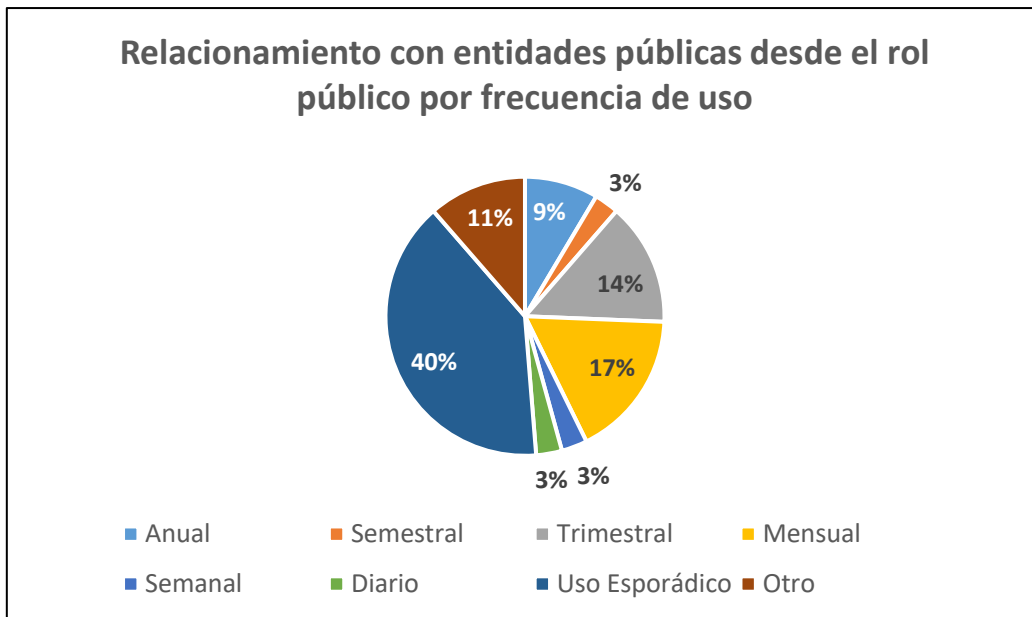




Gráfico 35. Relacionamiento con entidades públicas desde el rol público por frecuencia de uso
Fuente: Área de Planeación a partir de la información suministrada por proyectos estratégicos

Asimismo, la frecuencia de relacionamiento es bastante variada, pues depende de las dinámicas administrativas propia de los sectores relacionadas y de la información requerida de acuerdo a planes de acción, cronogramas y otros instrumentos de planeación en el Estado. Pese a las periodicidades existentes en la mayoría de los casos (60% agrupado), continúa existiendo una dinámica de relacionamiento esporádico (40%) bastante marcada, respondiendo a planes, participaciones y requerimientos que funcionan más bajo una lógica coyuntural.

En lo que concierne al relacionamiento con los Organismos de Control del distrito, Capital mantiene relaciones con todas, pues participa activamente en los procesos de vigilancia de la gestión pública en consonancia con su compromiso con la transparencia en la administración del distrito. En este sentido, es importante continuar manteniendo esta relación con la Personería, la Contraloría y la Veeduría Distrital. El relacionamiento con esta última se encuentra más allá del flujo de requerimientos de información, pues Capital participa activamente en cursos, talleres y ecosistemas públicos organizados por la Veeduría Distrital con el fin de complementar y fortalecer sus estrategias de innovación, participación ciudadana, compromiso con derechos humanos, proyecto de empresas de la Veeduría Distrital entre otros.

| | | | |
|---|--|------------------------------------|---|
|  | ESTRATEGIA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS - CAPITAL | CÓDIGO: EPLE-ES-001 |  <small>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</small> |
| | | VERSIÓN: 05 | |
| | | FECHA: 17/10/2023 | |
| | | RESPONSABLE: PLANEACIÓN | |

Conclusiones generales

Como Empresa Pública perteneciente a la administración del distrito desde el sector Cultura, Capital cuenta con diferentes y nutridos grupos de interés que son fundamentales para el desarrollo de su gestión administrativa y misional. Sin embargo, dicho relacionamiento tiene un fin esencial, el cual corresponde a la prestación de un portafolio de servicios que tiene como eje fundamental a la ciudadanía, es decir, contenidos que se generan con los ciudadanos, para los ciudadanos y con un alto impacto sobre los grupos poblacionales que componen a la ciudadanía. Gracias a la apropiación de la visión de “Sistema de Comunicación”, la ciudadanía hoy cuenta con más plataformas para acceder a una diversidad importante de contenidos, dejando así un legado importante para el acceso a cultura y entretenimiento desde un enfoque público.



Aunque las audiencias de Capital en medios digitales y pantallas de TV (Tradicional y TDT) supera bastante la cantidad de usuarios que se acercan a la entidad para elevar peticiones o solicitudes, es importante contar con un panorama claro acerca de este grupo, pues son ellos quienes ejercen una relación más directa en materia de participación ciudadana, control social y rendición de cuentas. El conocimiento de estos grupos es el primer paso para la consolidación e implementación efectiva de las estrategias de participación ciudadana definidas por el canal en su política institucional para esta materia.

Por otro lado, el eje de ciudadanía digital permite obtener una visión clara acerca del comportamiento en las redes sociales. La virtualidad cada vez adquiere mayor importancia en el relacionamiento Estado-Ciudadanía. Además, teniendo en cuenta los procesos de integración de mecanismos de atención al ciudadano con chats de redes sociales, es fundamental obtener información precisa acerca del comportamiento y conformación de la ciudadanía que sigue y consumen los contenidos de Capital por las diferentes redes sociales con las que se cuenta.

En lo que concierne a los grupos de interés de origen público, destacan principalmente una serie de Secretarías del distrito que ejercen funciones de compilación de información, y revisión y vigilancia del comportamiento de la gestión pública en sus diferentes aspectos. Asimismo, son actores fundamentales en el establecimiento de relaciones inter e intrasectoriales en temas como la participación en políticas públicas y gestión pública para grupos étnicos; así como para el establecimiento de convenios y relaciones comerciales, siendo estas fundamentales para la consecución de recursos y la subsecuente viabilidad financiera de la entidad.

El conocimiento sobre las mismas, así como el buen relacionamiento de Capital con el resto de las entidades del distrito es un paso importante para mantener y consolidar oportunidades de trabajo conjunto con miras al mejoramiento continuo de los servicios prestados y la consolidación de nuevos proyectos que representen un beneficio para la ciudadanía en los diferentes sectores que componen la administración distrital.

En lo que se refiere al sector privado, el presente ejercicio de caracterización permitió establecer las principales necesidades de la entidad que son suplidas por actores

| | | | |
|---|--|------------------------------------|---|
|  | ESTRATEGIA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS - CAPITAL | CÓDIGO: EPLE-ES-001 |  ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. |
| | | VERSIÓN: 05 | |
| | | FECHA: 17/10/2023 | |
| | | RESPONSABLE: PLANEACIÓN | |

privados. Entre ellas destacaron principalmente las relacionadas con temas de tecnología y servicios asociados a la producción y emisión de contenidos, así como al desarrollo de estrategias de comunicación en el marco del portafolio de servicios de la entidad. Teniendo en cuenta el objeto institucional de Capital, los servicios de tecnología, logística y comunicaciones son un aspecto fundamental para el normal desarrollo de las funciones de la entidad. Contar con proveedores identificados es una oportunidad de optimización de recursos a la hora de realizar futuras contrataciones, lo cual contribuye a la consolidación de una buena gestión pública.



Por su parte, el eje de Colaboradores permite conocer las principales características de todas aquellas personas que prestan servicios a la entidad tanto a nivel administrativo como misional y que resultan fundamentales para posibilitar la operación de la entidad. Destaca, principalmente, el hecho de contar con un porcentaje alto de contratistas y personal en misión en comparación con otras formas de vinculación; asimismo, el nivel educativo de los colaboradores se encuentra en su mayoría en un nivel profesional y tecnólogo. Esta información permite, entre otras cosas, tomar decisiones importantes en materia de gestión del talento humano, planes de capacitación, bienestar y gestión en materia de contratación y vinculación del personal de Capital.

Finalmente es preciso aclarar que la información recopilada permite analizar de forma integral y de la mano con diferentes instrumentos y metodologías internas los contextos en los cuales Capital puede fortalecer canales de comunicación y atender necesidades de relacionamiento con los diferentes grupos de valor, impactando directamente elementos tales como la gestión de la transparencia (activa y pasiva), el acceso a la información y la promoción de la gestión anticorrupción y antisoborno desde los diferentes relacionamientos de la entidad con organizaciones públicas y privadas.

Bibliografía

Departamento Administrativo de la Función Pública . (s.f.). *GUÍA DE CARACTERIZACIÓN DE CIUDADANOS, USUARIOS Y GRUPOS DE INTERÉS*. Bogotá.

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Telecomunicaciones . (2011). *GUÍA PARA LA CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS DE LAS ENTIDADES PÚBLICAS*. Bogotá.

| | | | |
|---|--|------------------------------------|---|
|  | ESTRATEGIA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS - CAPITAL | CÓDIGO: EPLE-ES-001 |  ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. |
| | | VERSIÓN: 05 | |
| | | FECHA: 17/10/2023 | |
| | | RESPONSABLE: PLANEACIÓN | |

Control de Cambios

| Control de cambios del documento | | | |
|----------------------------------|-------------------|--|--------------|
| Versión | Fecha de vigencia | Descripción del cambio | Responsables |
| 1 | 19/12/2019 | Proyección documento inicial | Planeación |
| 2 | 09/12/2020 | Se actualiza la introducción, los ejes de trabajo, así como los objetivos y el alcance de la estrategia, se actualizan los datos de caracterización incorporando variables en el perfil ciudadanía y se amplía el análisis del perfil de usuarios digitales. | Planeación |
| 3 | 30/09/2021 | Se actualiza la introducción, se genera desagregación de los perfiles a caracterizar, se actualizan los datos de caracterización generando un anexo general, y se amplía el análisis del perfil público y privado. | Planeación |
| 4 | 12/12/2022 | Se actualiza la información de caracterización con el periodo 2021-2022, se actualizan los objetivos específicos y se incluye un aspecto relacionado con la protección de los derechos humanos. | Planeación |
| 5 | 06/10/2023 | Se actualiza la información de caracterización con el periodo 2022-2023, se actualizaron aspectos de variables priorizadas para el eje de ciudadanía y se incluyó en el componente de lavado de activos y financiación del terrorismo. | Planeación |

En cumplimiento del Régimen General de Habeas Data, regulado por la Ley 1581 de 2012 y sus Decretos reglamentarios reconoce y protege el derecho que tienen todas las personas a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bases de datos o archivos que sean susceptibles de tratamiento por entidades de naturaleza pública o privada, con el ingreso de los datos personales en la Base de Datos Anexa denominada "Anexo - herramienta para recolectar información - CdU 2021", autoriza de manera voluntaria, previa, expresa e informada a Canal Capital identificada con NIT 830.012.587-4 y dirección electrónica ccapital@canalcapital.gov.co en calidad de RESPONSABLE, para tratar sus datos personales de acuerdo con su Política de Tratamiento de Datos Personales, que puede conocer en el siguiente enlace:

www.canalcapital.gov.co/sites/default/files/AGRI-SI-PO-005-POLITICA-DE-TRATAMIENTO-DE-DATOS-PERSONALES.pdf