



## CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS

GSI-DC-3  
21/04/2017  
Versión 1


## CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS

IMPRESA NACIONAL DE COLOMBIA  
BOGOTÁ, D.C., ABRIL DE 2017




## TABLA DE CONTENIDO

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>1. Problemática</b> .....	3
<b>2. Alcance de la Caracterización</b> .....	3
<b>3. Objetivos de la Caracterización.</b> .....	4
<b>3.1 Objetivo General.</b> .....	4
<b>3.2 Objetivos específicos.</b> .....	4
<b>4. Nicho Seleccionado</b> .....	4
<b>5. La Entidad</b> .....	5
<b>5.1 Misión de la Imprenta Nacional de Colombia</b> .....	5
<b>5.2 Visión de la Imprenta Nacional de Colombia</b> .....	5
<b>5.3 Portafolio de Servicios.</b> .....	5
<b>6. Cumplimiento de Políticas</b> .....	10
<b>6.1 Política de Servicio al Ciudadano</b> .....	10
<b>6.2 Política de Participación Ciudadana y Rendición de Cuentas</b> .....	10
<b>6.3 Política de Racionalización de Trámites</b> .....	10
<b>6.4 Estrategia de Gobierno en Línea - GEL</b> .....	10
<b>7. Metodología de caracterización</b> .....	10
<b>7.1 Revisión de antecedentes institucionales en temas caracterización de usuarios</b> ....	11
<b>7.2 Identificación de los objetivos de la caracterización y su alcance</b> .....	11
<b>7.3 Establecimiento de un líder del ejercicio de caracterización</b> .....	11
<b>7.4 Establecimiento de variables</b> .....	11
<b>7.5 Priorización de variables</b> .....	12
<b>7.6 Identificación de mecanismos de recolección de información</b> .....	12
<b>7.7 Análisis de Información</b> .....	12
<b>8. Aspectos de la Caracterización de Usuarios</b> .....	12
<b>8.1 Fecha y vigencia de la Muestra</b> .....	12
<b>8.2 Descripción de Variables</b> .....	13

	<b>CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS</b>	<b>GSI-DC-3</b> <b>21/04/2017</b> <b>Versión 1</b>
---	------------------------------------	--

<b>8.3</b>	<b>Priorización de Variables</b> .....	<b>15</b>
<b>8.4</b>	<b>Resultados de las encuestas</b> .....	<b>17</b>
<b>8.4.1</b>	<b>Encuestas de satisfacción (del cliente externo)</b> .....	<b>17</b>
<b>8.4.2</b>	<b>Encuestas de satisfacción del cliente (en puntos de atención presencial)</b> .....	<b>19</b>
<b>8.4.3</b>	<b>Conclusiones generales sobre las encuestas de satisfacción del cliente realizadas</b> .....	<b>21</b>
<b>8.4.4</b>	<b>Encuesta de valoración del portal Web de la INDC</b> .....	<b>22</b>
<b>9.</b>	<b>Oportunidades de Mejora</b> .....	<b>23</b>
	<b>NORMATIVIDAD APLICABLE</b> .....	<b>25</b>
	<b>REFERENCIAS</b> .....	<b>27</b>

	CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	GSI-DC-3 21/04/2017 Versión 1
---	-----------------------------	-------------------------------------


## INTRODUCCIÓN

El Gobierno Nacional, en un esfuerzo liderado por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MINTIC), mediante la Guía para la caracterización de usuarios de las entidades públicas - 2011, y la actualización realizada por el Departamento Nacional de Planeación en la Guía de Caracterización de ciudadanos, usuarios y grupos de interés; proporciona orientaciones que permitan la toma de decisiones para el diseño de las diferentes estrategias definidas por las entidades, en aras que éstas ofrezcan una solución focalizada de sus productos y servicios a la ciudadanía.

Una constante en las entidades del Estado es la diversidad de sus usuarios. Cuando una entidad reconoce esta diversidad, e identifica las características, actitudes y preferencias que diferencian a sus usuarios, tiene la oportunidad de ajustar sus actividades, decisiones y servicios para responder satisfactoriamente el mayor número de requerimientos, obtener su retroalimentación, y/o lograr participación activa en el logro de los objetivos de la entidad.


El presente ejercicio de caracterización de usuarios, es realizado por la Imprenta Nacional de Colombia (INDC), bajo una recolección de información de sus asesores y de las encuestas de satisfacción realizadas a las entidades y personas naturales que hacen uso de los servicios y productos de la entidad, con las siguientes finalidades específicas: evaluar la oferta institucional actual para mejorar los niveles de servicio y de calidad prestados; y responder a las necesidades de la población que hace uso de los servicios y productos ofrecidos.

Posterior a las encuestas realizadas se describe la metodología utilizada para la caracterización de usuarios y los aspectos necesarios para tal efecto, así como una serie de recomendaciones que se emiten en aras de fortalecer los aspectos aquí tratados que permiten generar beneficios institucionales que redunden en la prestación de servicios focalizados a la ciudadanía dando cumplimiento a los criterios requeridos en las políticas de desarrollo administrativo; servicio al ciudadano, participación ciudadana, rendición de cuentas, racionalización de trámites y de la Estrategia de Gobierno en Línea (GEL).

 <p>IMPRESA NACIONAL DE COLOMBIA</p>	CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	GSI-DC-3 21/04/2017 Versión 1
---	-----------------------------	-------------------------------------

Realizar una caracterización de usuarios trae consigo los siguientes beneficios:  
Aumenta el conocimiento que la entidad tiene de sus usuarios.

- ✓ Ofrece elementos que permiten mejorar la comunicación entre la entidad y sus usuarios.
- ✓ Ayuda a determinar las necesidades de los usuarios eficientemente para que puedan ser satisfechas cuando lo solicitan.
- ✓ Permite enfocar los servicios ofrecidos y las comunicaciones hacia aquellos usuarios que más lo requieren.
- ✓ Permite implementar acciones que redunden en el fortalecimiento de la percepción de confianza que los usuarios pueden tener de la entidad.
- ✓ Entrega elementos para ajustar servicios existentes y favorece el diseño de nuevos servicios para usuarios relevantes que no están siendo atendidos por los canales de acceso establecidos.
- ✓ Permite, de manera general, la planeación e implementación de estrategias orientadas hacia el mejoramiento de la relación usuario – entidad.

	CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	GSI-DC-3 21/04/2017 Versión 1
---	-----------------------------	-------------------------------------

## 1. Problemática

En la actualidad, la Imprenta Nacional de Colombia, no tiene información actualizada y suficiente de las inquietudes o comentarios de los diferentes tipos de usuarios sobre los servicios y productos que ofrece.


Por lo anterior, se realiza este ejercicio de caracterización que permitirá identificar las oportunidades de mejora para tomar las respectivas acciones que redunden en la satisfacción del cliente y vislumbrar la necesidad de implementar mecanismos de levantamiento de información más detallado para evaluar la implementación de nuevos productos y servicios.

## 2. Alcance de la Caracterización

El ejercicio de caracterización está direccionado con enfoque general a la evaluación de la información de todos los clientes de la Imprenta Nacional de Colombia (Entidades públicas, privadas y personas naturales), que consumen los productos y servicios del portafolio actualmente ofrecido, de los cuáles se tiene información obtenida mediante los siguientes mecanismos de recolección de información:

- a. Observación directa realizada por los funcionarios a los clientes.
- b. Encuesta de Satisfacción del Cliente del 2015 y 2016 tomadas de la Oficina de Promoción y Divulgación y ventanilla de correspondencia.

Este ejercicio se encuentra enmarcado por la *Guía para la caracterización de usuarios de las entidades públicas* - 2011 del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y la *Guía de Caracterización de ciudadanos, usuarios y grupos de interés*, actualización realizada por el Departamento Nacional de Planeación y que permite determinar estrategias y acciones que apuntan a la mejora de los productos y servicios ofrecidos por la Imprenta Nacional de Colombia, así como incrementar la satisfacción de los clientes y la focalización a necesidades de la población.

 <p>IMPRESA NACIONAL DE COLOMBIA</p>	CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	GSI-DC-3 21/04/2017 Versión 1
---	-----------------------------	-------------------------------------

### **3. Objetivos de la Caracterización.**

#### **3.1 Objetivo General.**

Identificar las necesidades de los usuarios actuales de la Imprenta Nacional de Colombia con el fin de mejorar los niveles de servicio y calidad de la oferta institucional brindada.

#### **3.2 Objetivos específicos.**


- a. Determinar cuáles son los aspectos más relevantes definidos por los usuarios, con el fin de diseñar estrategias que permitan entregar la oferta institucional en los tiempos y niveles de calidad esperados por la población.
- b. Identificar cuáles son las áreas o dependencias que se deben fortalecer para establecer mejoras en la prestación de los servicios ofrecidos.
- c. Identificar las oportunidades de mejora que permitan a la entidad definir estrategias o mecanismos para fortalecer de manera continua la oferta institucional entregada a los usuarios.

### **4. Nicho Seleccionado**

En la actualidad, la Imprenta Nacional de Colombia cuenta con los siguientes clientes, subdivididos de la siguiente forma:

- a. Entidades Privadas.
- b. Entidades Públicas (del orden Nacional, Departamental y Municipal).
- c. Personas Naturales.

Teniendo en cuenta lo anterior, se tomará como referencia la valoración de los usuarios del portal de la Imprenta Nacional de Colombia <http://www.imprenta.gov.co/>, las encuestas realizadas a clientes atendidos en los años 2015 y 2016, así como los usuarios que utilizaron los servicios en el punto de venta.

	<p>CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS</p>	<p>GSI-DC-3 21/04/2017 Versión 1</p>
---	------------------------------------	--

## 5. La Entidad

### 5.1 Misión de la Imprenta Nacional de Colombia

Somos garantes de la seguridad jurídica de los colombianos y transformamos ideas e imprimimos colores para que nuestros clientes se comuniquen efectivamente con los ciudadanos en la búsqueda de un mejor país

### 5.2 Visión de la Imprenta Nacional de Colombia

Ser el aliado preferido de las entidades estatales y de los ciudadanos en el desarrollo de soluciones integrales de comunicación y servicios de seguridad jurídica con calidad, oportunidad y confianza.

Garantizar el crecimiento rentable de la Imprenta Nacional de Colombia con sentido de responsabilidad social y ambiental.

### 5.3 Portafolio de Servicios

La Imprenta Nacional de Colombia, cuenta con moderna tecnología y procesos de producción editorial acordes a las nuevas tendencias. De la misma manera, cuenta con personal técnico y profesional calificado que facilita el logro de su imagen corporativa, para ofrecer servicios de comunicación gráfica, los cuales se describen a continuación:


#### 5.3.1. Seguridad Jurídica



**Figura 1. Seguridad Jurídica**

La Imprenta Nacional de Colombia cuenta con una gran base de datos donde reposa información del país referente a todos los actos legislativos, leyes y decretos de



	<p>CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS</p>	<p>GSI-DC-3 21/04/2017 Versión 1</p>
---	------------------------------------	--

carácter general desde 1864 hasta la fecha. Esta base de datos es una excelente fuente de información tanto por sus contenidos como por su agilidad en la consulta.

### 5.3.2. Obra Editorial

Cuenta con los servicios de Diseño, diagramación, revisión, corrección e impresión de productos editoriales: libros, agendas, folletos, papelería administrativa, publi comerciales, periódicos y revistas, entre otros.



**Figura 2. Obra Editorial**

- Preprensa: Paso inicial en el proceso de producción tanto editorial como publicomercial. La INDC cuenta con la tecnología y el personal competente para desarrollar los procesos de diseño, diagramación, digitación y corrección. Así mismo, y dependiendo de las necesidades, estamos en la posibilidad de ofrecer servicios de traducción e ilustración.
- Impresión Offset y Digital: Impresión en diferentes formatos, cantidad y composición de color con alto nivel de competitividad.
- Acabados: Amplia oferta de posibilidades para mejorar el impacto y la presentación de nuestros productos.

### 5.3.3. Sello Editorial

Desarrollo y coedición de contenidos, tienda virtual para registro, comercialización, publicación y gestión de clientes, disposición de contenidos de carácter jurídico, educativo y general al alcance de todos.

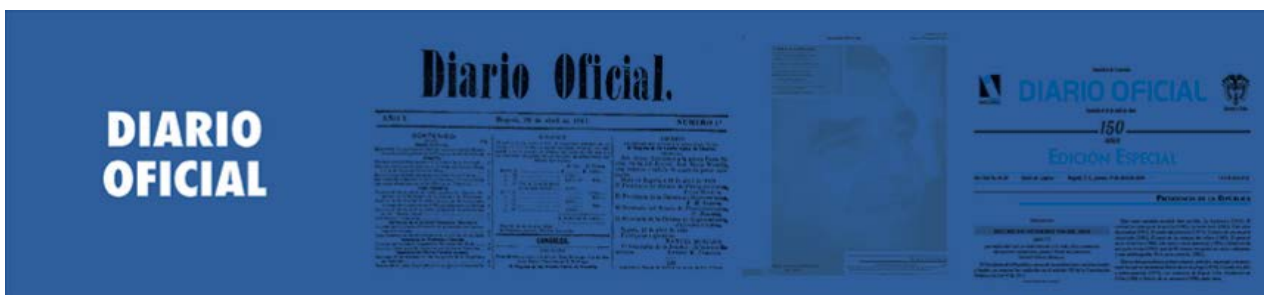
Obras a la medida (compilar las normas y jurisprudencia de los temas de competencia de la entidad, empresa o sector, vigentes y anteriores que mantienen efectos jurídicos), normogramas (consulta legal obligatoria para las entidades públicas que integra la legislación que la rige y la legislación general que debe tener en cuenta en la ejecución de las funciones, además de la jurisprudencia y la doctrina concordante ) y decretos únicos reglamentarios (propender por la coherencia del ordenamiento jurídico, así como evitar problemas de interpretación y aplicación de los preceptos normativos que se proyectan frente a las disposiciones vigentes) hacen parte del portafolio de productos de Sello Editorial.




**Figura 3. Sello Editorial**

- La Editorial de los Colombianos: Cuenta con los servicios de desarrollo y coedición de contenidos, tienda virtual para registro, comercialización, publicación y gestión de clientes, disposición de contenidos de carácter jurídico, educativo y general.
- Libros INDC: Contenidos digitales en español y categorizados. Canal de distribución seguro y efectivo para las editoriales, autores y dueños de derechos editoriales.

#### 5.3.4. Diario Oficial



**Figura 4. Diario Oficial**

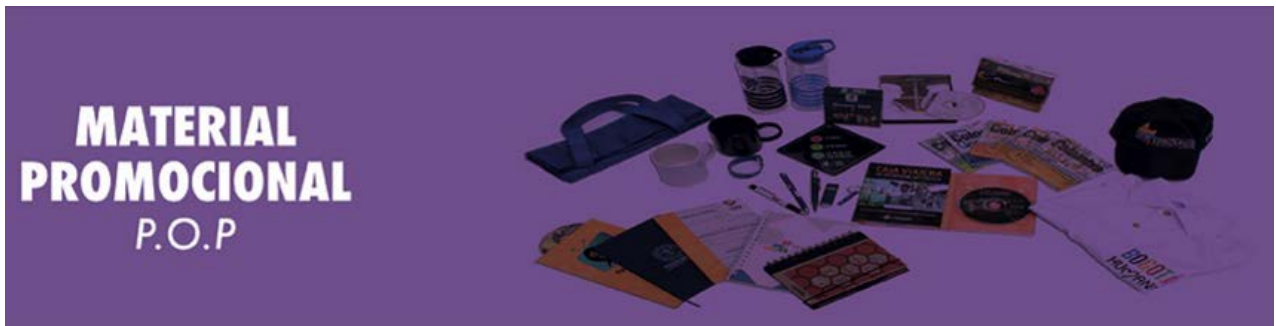
	<p>CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS</p>	<p>GSI-DC-3 21/04/2017 Versión 1</p>
---	------------------------------------	--

Es la publicación que dio comienzo al periodismo diario en Colombia con la aparición de su primer número el 30 de abril de 1864. Como documento histórico, recoge día a día el discurrir legal de la Nación.

El Diario Oficial Interactivo, es el acceso vía internet al Diario Oficial, con motores de búsqueda por temas, entidades y clasificación de normas desde 1864 a la fecha.

El Diario Oficial se presenta en formato impreso y electrónico, el cual se distribuye a nivel nacional.

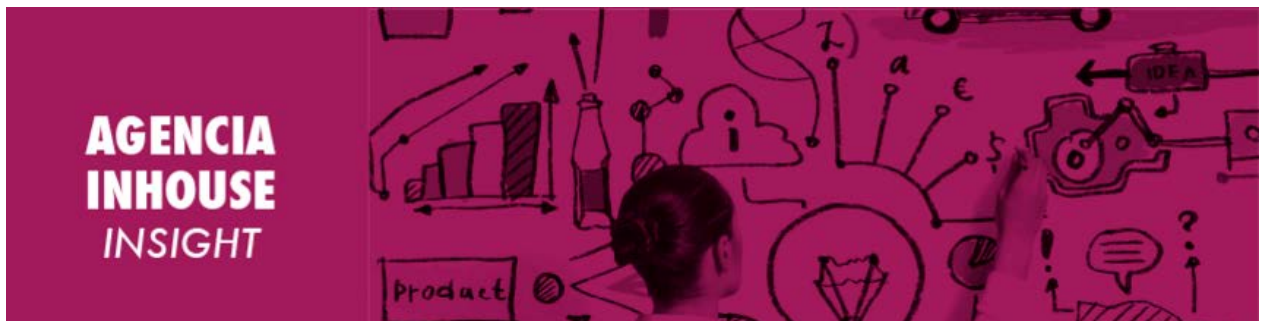
### 5.3.5. Material Promocional P.O.P




**Figura 5. Material Promocional P.O.P**

Venta y desarrollo de material promocional y punto de venta para ayudar a posicionar estrategias de marca a los clientes de la Imprenta Nacional.

### 5.3.6. Agencia InHouse



**Figura 6. Agencia InHouse**

	<p style="text-align: center;">CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS</p>	<p style="text-align: right;">GSI-DC-3 21/04/2017 Versión 1</p>
---	--	---

Desarrollo de estrategias de comunicaciones y de marca, creatividad, campañas de publicidad ATL, BTL, medios y digital, producción audiovisual, radio e identidad corporativa:

- Estrategias de medios online: soluciones a negocios de business y e-commerce.
- Central de medios: Ejecución de pautas en los diferentes medios de comunicación ATL y digital con centrales de medios de alto poder.

### 5.3.7. Museo MAG



**Figura 7. Museo MAG**

Encargado de enriquecer, mantener, documentar y promover el patrimonio y el desarrollo de las artes gráficas en Colombia. Esta es una estrategia de responsabilidad social de la imprenta Nacional.


**Horarios de Atención:** lunes a viernes 8:00 a.m. a 5:00 p.m., entrada gratis.

**Ubicación:** Carrera 66 No. 24- 09. Barrio Salitre. Bogotá, Colombia

**PBX:** (57-1) 457 8000 (Comunica con todas las dependencias)

**Línea Gratuita** - Quejas y Reclamos: 01 8000 113001

**E-Mail:** [correspondencia@imprenta.gov.co](mailto:correspondencia@imprenta.gov.co)

	<p>CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS</p>	<p>GSI-DC-3 21/04/2017 Versión 1</p>
---	------------------------------------	--

## 6. Cumplimiento de Políticas

El Decreto 2482 de 2012, de las Políticas de Desarrollo Administrativo, cuyo enfoque es el de fortalecer la confianza de los ciudadanos en las entidades y en el Estado establece como requisito común la caracterización de ciudadanos, usuarios o grupos de interés.

### 6.1 Política de Servicio al Ciudadano

Según el CONPES 3785 de 2013, la Política de Eficiencia Administrativa y Servicio del Ciudadano busca “*mejorar la efectividad, colaboración y eficiencia de las entidades y sus capacidades para atender oportunamente y con calidad los requerimientos de los ciudadanos*”.

### 6.2 Política de Participación Ciudadana y Rendición de Cuentas

Según la Ley 1474 de 2011 “*el acceso a una información veraz, comprensible, útil y oportuna*”, es la base de una adecuada rendición de cuentas y un incentivo para la participación ciudadana en la gestión.

### 6.3 Política de Racionalización de Trámites


Según la política de racionalización y optimización de trámites, es necesario conocer las características, preferencias e intereses de los usuarios a quien va dirigido los productos y servicios con el fin de que respondan a sus necesidades y expectativas.

### 6.4 Estrategia de Gobierno en Línea - GEL

El presente ejercicio de caracterización, cumpliendo con lo establecido por la Estrategia de Gobierno en Línea, se realiza teniendo en cuenta que la Imprenta Nacional de Colombia debe proporcionar unos servicios y productos focalizados a sus usuarios, respondiendo a sus necesidades y expectativas, y cumpliendo con todos los requerimientos de protección de la información requeridos por la ley.

## 7. Metodología de caracterización

Teniendo como base la *Guía para la Caracterización de Usuarios de las Entidades Públicas - 2011* del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y la *Guía de Caracterización de ciudadanos, usuarios y grupos de interés*, actualización

	<p>CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS</p>	<p>GSI-DC-3 21/04/2017 Versión 1</p>
---	------------------------------------	--

realizada por el Departamento Nacional de Planeación, a continuación, se describen las actividades realizadas para desarrollar el ejercicio de caracterización de usuarios para la Imprenta Nacional de Colombia (INC), así:

### **7.1 Revisión de antecedentes institucionales en temas caracterización de usuarios**

La Imprenta Nacional de Colombia cuenta con diferentes ejercicios de recolección de información realizados con anterioridad al presente ejercicio de caracterización de usuarios.

Esta información se ha reunido mediante observaciones directas, llamadas telefónicas, mensajes de correo electrónico y encuestas de satisfacción del cliente en donde estos expresan sus inquietudes y observaciones respecto a la oferta institucional ofrecida.

### **7.2 Identificación de los objetivos de la caracterización y su alcance**

Definir el objetivo general y los respectivos objetivos específicos, para el ejercicio de caracterización, con el fin de establecer su finalidad y el uso que se darían a los resultados obtenidos en el mismo.


### **7.3 Establecimiento de un líder del ejercicio de caracterización**

Con el fin de establecer un liderazgo y coordinación del ejercicio de caracterización, se determinó que las áreas que estarán a cargo de este proceso son: Grupo de Promoción y Divulgación, Grupo de Gestión Integral, Oficina de Sistemas e Informática y Subgerencia Comercial y de Divulgación.

Con los funcionarios del grupo interdisciplinario establecido, se realizaron reuniones donde informaron, mediante los mecanismos de recolección de observación directa y de comunicación con los usuarios, todos los aspectos relacionados con la oferta institucional ofrecida.

### **7.4 Establecimiento de variables**

Se realizó la identificación de las variables a utilizar para el ejercicio de caracterización, de acuerdo a los objetivos establecidos en el ejercicio.

	<b>CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS</b>	<b>GSI-DC-3</b> <b>21/04/2017</b> <b>Versión 1</b>
---	------------------------------------	--

## **7.5 Priorización de variables**

Se priorizaron las variables más relevantes para el cumplimiento de los objetivos del ejercicio de caracterización de la Imprenta Nacional de Colombia, basados en los criterios de priorización establecidos en la guía definida por el Departamento Nacional de Planeación y la guía creada por el MINTIC.

## **7.6 Identificación de mecanismos de recolección de información**

Se identificaron los mecanismos de recolección de información, los cuales corresponden a observación directa; encuestas a clientes (atención 2015 - 2016) e información recolectada en el punto de venta.

## **7.7 Análisis de Información**

Se realizó el correspondiente análisis e identificación de oportunidades de mejora, para definir los planes de acción y los responsables encargados de mejorar los niveles de calidad y los tiempos de entrega de los servicios y productos ofrecidos por la Imprenta Nacional de Colombia.

## **8. Aspectos de la Caracterización de Usuarios**


### **8.1 Fecha y vigencia de la Muestra**

Para el presente ejercicio de caracterización se tomó una muestra de encuestas, la cual en su mayoría fueron aplicadas a entidades de nivel nacional como Ministerios o Institutos con sede principal en Bogotá D.C., y a las personas que adquirieron servicios o productos en el punto de venta de la sede principal de la Imprenta Nacional de Colombia.

Las encuestas de satisfacción del cliente gestionadas por el Grupo de Gestión Integral corresponden a los siguientes períodos:

- Enero a noviembre de 2015, 133 encuestados
- Primer Semestre de 2016, 33 encuestados

A continuación se relacionan las preguntas de las encuestas objeto del ejercicio de caracterización:

	<p>CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS</p>	<p>GSI-DC-3 21/04/2017 Versión 1</p>
---	------------------------------------	--

- a. Califique la asesoría técnica por parte del asesor comercial.
- b. Oportunidad en la entrega del producto y/o servicio.
- c. Calidad del producto y/o servicio.
- d. Comunicación con la Imprenta Nacional de Colombia.
- e. Oportunidad y precisión en la información contenida en la factura

Las encuestas de satisfacción del cliente realizadas en puntos de atención presencial corresponden a los siguientes períodos:

- a. 10 al 19 de mayo de 2016: 38 personas encuestadas
- b. 1 de junio y el 31 de julio de 2016: 10 personas encuestadas
- c. 1 de agosto y el 15 de septiembre de 2016: 7 personas encuestadas

A continuación se relacionan las preguntas realizadas a los usuarios en los puntos de atención presencial:


- a. ¿Cómo fue el trato, actitud, cortesía y atención recibida por parte del servidor público o personal de vigilancia que lo atendió?
- b. El tiempo de espera para gestionar la información, trámite o servicio requerido fue...
- c. ¿Cómo califica la preparación, dominio del tema y capacitación del personal que lo atendió?
- d. ¿Cómo considera los espacios de atención al usuario, ventilación, aseo, iluminación y nivel de ruido, entre otros?

## 8.2 Descripción de Variables

Para el presente ejercicio de caracterización, la Imprenta Nacional de Colombia, tuvo en cuenta las variables necesarias para el desarrollo de encuestas de satisfacción al cliente externo.


A continuación se muestra el detalle de los campos que se tienen en el archivo de referencia en formato EXCEL:



	<b>CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS</b>	GSI-DC-3 21/04/2017 Versión 1
---	------------------------------------	-------------------------------------

<b>Nombre del Campo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Columna</b>
ID	Contiene la Identificación del Suscriptor	<b>A</b>
Razon_Social	Contiene el Nombre o Razón Social del suscriptor	<b>B</b>
Dependencia	Contiene la Dependencia asociada a la suscripción	<b>C</b>
Contacto	Contiene el Nombre del contacto asociado a la suscripción	<b>D</b>
Clasificacion	Describe la Clasificación del suscriptor (Entidad Oficial o Privado)	<b>E</b>
Tipo_Persona	Describe el Tipo de Persona (Natural o Jurídica) del suscriptor	<b>F</b>
Dirección	Contiene la Dirección del Suscriptor	<b>G</b>
Ciudad	Contiene la Ciudad de Referencia del Suscriptor	<b>H</b>
Dpto_Estado	Contiene el Departamento o Estado de Referencia del Suscriptor	<b>I</b>
País	Contiene el País de Referencia del Suscriptor	<b>J</b>
Teléfono	Relaciona el Teléfono del Suscriptor	<b>K</b>
Despachos_Realizados	Relaciona los despachos realizados a un cliente dentro del periodo a encuestar	<b>L</b>
Tipo_Suscripcion	Describe el Tipo de suscripción (Nueva o Renovación)	<b>R</b>
Email	Contiene la Dirección de Correo Electrónico del suscriptor	<b>S</b>
Observaciones	Contiene las Observaciones relacionadas con la suscripción	<b>T</b>

**Tabla 1. Descripción de variables**

 <p>IMPRESA NACIONAL DE COLOMBIA</p>	CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS	GSI-DC-3 21/04/2017 Versión 1
---	-----------------------------	-------------------------------------

### 8.3 Priorización de Variables

A continuación se realiza el proceso de priorización de las variables teniendo en cuenta los criterios definidos en las guías de caracterización de MINTIC y DNP<sup>1</sup> y evaluando de cada una de éstas el cumplimiento de cada criterio.

Mediante una X se marca si la variable cumple con el criterio establecido:

---

<sup>1</sup> Para mayor ampliación de las guías de caracterización se sugiere ver la referencia de los documentos mencionados al final de este informe.




CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS

GSI-DC-3  
21/04/2017  
Versión 1

Variable	Medible	Sustancial	Asociativa	Asequible	Relevante	Consistente	Calificación
ID	X				X		2
Razon_Social		X	X	X	X	X	5
Dependencia		X					1
Contacto		X			X	X	3
Clasificación		X	X		X	X	4
Tipo_Persona	X	X	X		X	X	5
Dirección		X		X	X		3
Ciudad		X	X	X		X	4
Dpto_Estado		X	X	X		X	4
País		X	X	X		X	4
Teléfono				X	X		2
Despachos_Realizados	X	X	X		X		4
Tipo_Suscripcion		X	X		X	X	4
Email	X	X		X	X	X	5
Observaciones	X	X		X	X	X	5

Tabla 2. Priorización de variables

	<b>CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS</b>	<b>GSI-DC-3</b> <b>21/04/2017</b> <b>Versión 1</b>
---	------------------------------------	--

Del ejercicio anterior, a continuación se enumeran las variables que aportan información para los procesos en la Imprenta Nacional de Colombia:

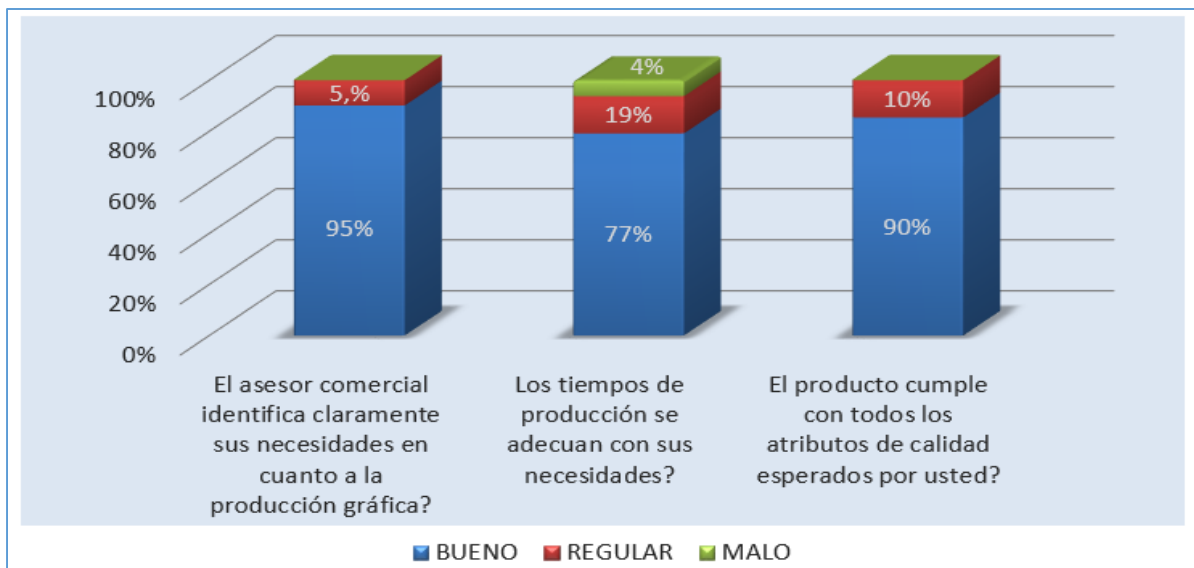
Tipo	Variable
Geográficos	Dirección, Ciudad, Dpto_ Estado, País
Demográficos	Dependencia, Contacto, Clasificación, Tipo_Persona
Intrínsecos	Razon_Social, Email, Observaciones
Comportamiento	Despachos_Realizados, Tipo_Suscripcion

## 8.4 Resultados de las encuestas

### 8.4.1 Encuestas de satisfacción (del cliente externo)

A continuación se presenta los resultados más relevantes de las encuestas de satisfacción del cliente:

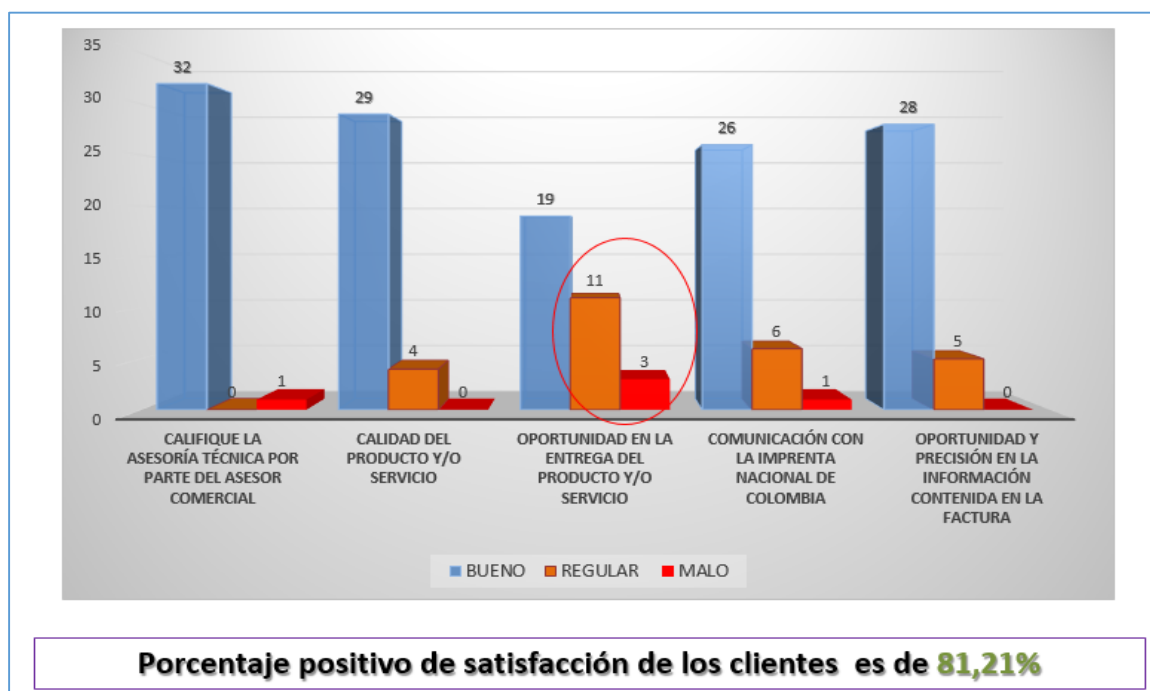
#### a. Enero a noviembre de 2015, 133 encuestados



**Figura 8. Resultados de encuesta de satisfacción de cliente externo (enero a noviembre de 2015)**

**b. Primer Semestre de 2016, 33 encuestados.**

- ✓ Existen buenos niveles de satisfacción de los clientes, sin embargo, se podrían mejorar los tiempos de entrega de los productos acordados y las facturas correspondientes.
- ✓ Mejorar los canales y los tiempos de comunicación con el cliente.



**Figura 9. Resultados de encuesta de satisfacción de cliente externo (primer semestre de 2016)**

- ✓ Se evidencia nuevamente que se podrían mejorar los tiempos de entrega de los productos acordados y las facturas correspondientes.
- ✓ Mejorar los canales y los tiempos de comunicación con el cliente
- ✓ Reforzar los empalmes y competencias de las personas que quedan a cargo de los temas cuando el asesor encargado se ausenta de sus funciones.

#### 8.4.2 Encuestas de satisfacción del cliente (en puntos de atención presencial)

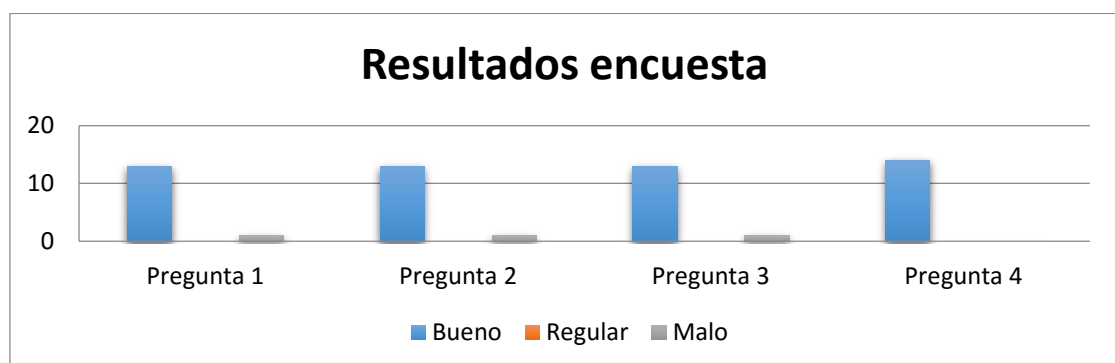
La encuesta realizada a los usuarios atendidos en el punto de correspondencia, la cual comprende las siguientes preguntas:

- ✓ ¿Cómo fue el trato, actitud, cortesía y atención recibida por parte del servidor público o personal de vigilancia que lo atendió?
- ✓ ¿El tiempo de espera para gestionar la información, trámite o servicio requerido fue?
- ✓ ¿Cómo califica la preparación, dominio del tema y capacitación del personal que lo atendió?
- ✓ ¿Cómo considera los espacios de atención al usuario, ventilación, aseo, iluminación y nivel de ruido, entre otros?

De conformidad con lo solicitado por la Oficina de Planeación a la Oficina de Comunicaciones, se tomaron los resultados de las encuestas realizadas a los grupos anteriormente mencionados aplicadas en los siguientes periodos:

- ✓ Entre el 10 y el 19 de Mayo de 2016.
- ✓ Entre el 1 de Junio y el 31 de Julio de 2016.
- ✓ Entre el 1 de Agosto y el 15 de Septiembre de 2016.

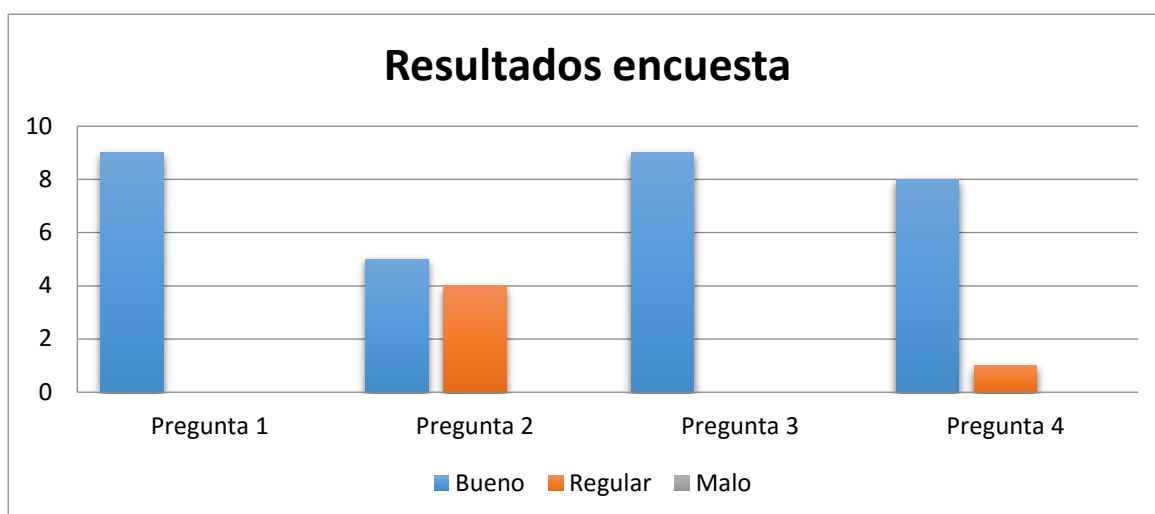
##### a. Encuesta aplicada entre el 10 al 19 de Mayo de 2016, 38 encuestados



**Figura 10. Resultados de encuesta de satisfacción de cliente externo (mayo de 2016)**

Se concluye de los resultados que el noventa y ocho por ciento (98%) de los encuestados considera que el servicio prestado por los funcionarios de la Entidad es “*bueno*”, sin embargo es necesario fortalecer y optimizar los tiempos de atención de los usuarios, ya que el ocho por ciento (8%) de los usuarios consideraron que el tiempo de espera para gestionar la información, trámite o servicio requerido fue “*regular*” y “*malo*”; por lo cual se recomienda evaluar las observaciones dadas por los usuarios con el fin de atender de manera más rápida los requerimientos que se puedan presentar obteniendo mejores resultados.

**b. Encuesta aplicada entre el 1 de Junio y el 31 de Julio de 2016, 10 encuestados**

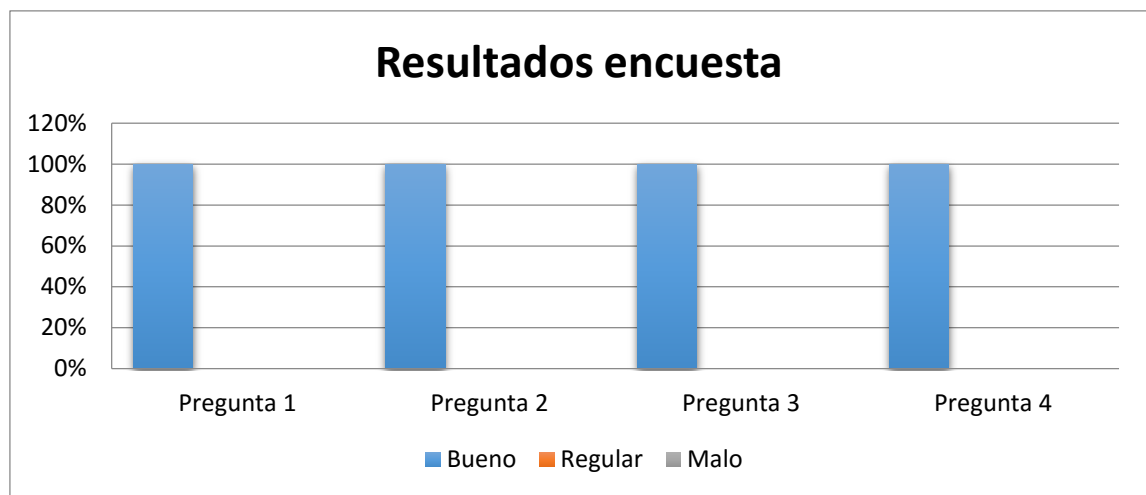


**Figura 11. Resultados de encuesta de satisfacción de cliente externo (junio y julio de 2016)**

Se puede inferir de los resultados que el ochenta y seis punto cinco por ciento (86,5%) de los entrevistados consideran que el servicio prestado por los funcionarios es “*bueno*”, lo cual si bien es un resultado adecuado, es importante revisar los tiempos de espera de atención a los usuarios, ya que el cincuenta por ciento (50%) de los encuestados consideró que el tiempo de espera para gestionar la información, trámite o servicio requerido fue “*malo*”, por lo tanto se recomienda evaluar las razones y los casos específicos de aquellos usuarios que

hayan calificado de forma negativa esta pregunta con el fin de optimizar el proceso y prestar un servicio más eficiente y rápido, propendiendo así por la satisfacción de los clientes de la Entidad.

**c. Encuesta aplicada entre el 1 de Agosto y el 15 de Septiembre de 2016, 7 encuestados**




**Figura 12. Resultados de encuesta de satisfacción de cliente externo (septiembre y octubre de 2016)**

Según los resultados obtenidos en la encuesta realizada en el periodo comprendido del 1 de agosto y el 15 de septiembre 2016, el cien por ciento (100%) de los ciudadanos encuestados percibe como “buena” la prestación del servicio, los tiempos de espera, la preparación del personal y espacios de la Imprenta Nacional de Colombia.

**8.4.3 Conclusiones generales sobre las encuestas de satisfacción del cliente realizadas**

La percepción con respecto al trato, actitud, cortesía y atención recibida por parte del servidor público o personal de vigilancia, continúan siendo una fortaleza de la Imprenta Nacional de Colombia, así como la preparación, dominio del tema y capacitación del personal.




	<p>CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS</p>	<p>GSI-DC-3 21/04/2017 Versión 1</p>
---	------------------------------------	--

El tiempo de espera para gestionar la información, trámite o servicio requerido, mejoro en un cincuenta por ciento (50%) con respecto al periodo anterior obteniendo una percepción “buena” según los clientes encuestados.

La calificación con respecto a los espacios de atención al usuario, ventilación, aseo, iluminación y nivel de ruido, evidencian una leve mejora con respecto al periodo lo cual se refleja en la calificación de los clientes cuando reciben su servicio en la ventanilla de correspondencia.

#### 8.4.4 Encuesta de valoración del portal Web de la INDC

A continuación, se presenta la encuesta de valoración del portal Web de la INDC (<http://www.imprenta.gov.co/>):



IMPRENTA Atención al Ciudadano ► Encuestas ►

Evalúe nuestro nuevo portal

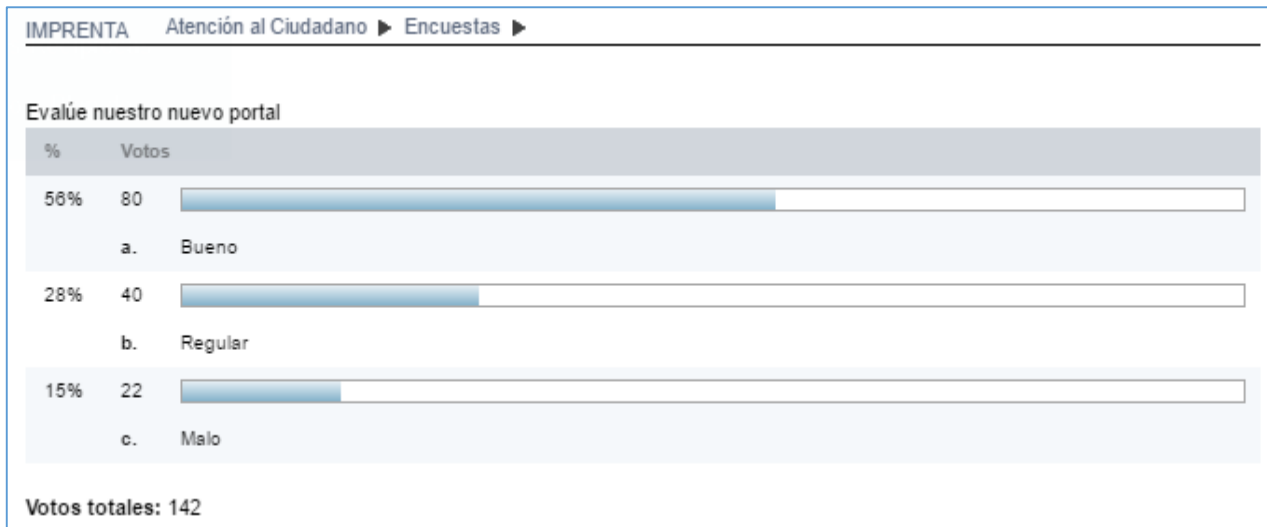
a. Bueno

b. Regular

c. Malo

**Figura 13. Encuesta de valoración del portal Web de la INDC**

Los resultados de la encuesta de valoración del portal Web de la INDC por parte de los usuarios de los servicios (al 18 de abril de 2017), son:




**Figura 14. Resultados de la encuesta de valoración del portal Web de la INDC**

Se concluye que el cincuenta y ocho por ciento (58%) de los usuarios del portal Web consideran que es “*bueno*”, sin embargo el veintiocho por ciento (28%) consideran que es “*regular*” y el catorce por ciento (14%) consideran que es “*malo*”. Por lo cual se recomienda habilitar la opción que le permita al usuario no solo realizar la calificación sino que también a través de este medio pueda realizar comentarios que permita a la Entidad recibir la retroalimentación y así evaluar e implementar aquellas acciones de mejora que le permitan aumentar el número de usuarios que consideran que la página web es buena


## 9. Oportunidades de Mejora

La implementación de este proceso cuantitativo por parte de la Imprenta Nacional de Colombia establece las siguientes oportunidades de mejora para ser desarrolladas en la Entidad:

- ✓ Establecer procedimientos y protocolos de atención para cada canal de comunicación dispuesto a los clientes, así como determinar la medición de su uso, a fin de disponer de los recursos humanos y tecnológicos que los soporten, en aras de responder con eficiencia y eficacia.

	<p>CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS</p>	<p>GSI-DC-3 21/04/2017 Versión 1</p>
---	------------------------------------	--


- ✓ Proyectar dinámicamente y acorde a los objetivos estratégicos de la entidad, el enfoque de las encuestas a clientes, procurando con ello de manera coherente: Evaluar servicios existentes, identificar necesidades de nuevos servicios, conocer a los clientes actuales, nuevos y prospectos.
- ✓ Planear, diseñar y presentar, de manera oportuna y completa servicios de información, interacción y transacción a través del portal web (<http://www.imprenta.gov.co/>), para estrechar vínculos y fidelizar clientes; al tiempo que incrementa el porcentaje de cumplimiento de la estrategia de Gobierno en Línea - GEL.
- ✓ Fortalecer las buenas prácticas de servicio al cliente y transmitir las a las áreas de producción y facturación, donde se requiere optimizar tiempos de respuesta.
- ✓ Definir encuestas que permitan evaluar otros aspectos de los servicios y productos ofrecidos por la INDC.
- ✓ Con el fin de tener oportunidad y disponibilidad de la información, se recomienda la revisión de la misma contenida en los sistemas de la entidad para realizar un proceso de estructuración y automatización que permitan el análisis respectivo de una manera segura y confiable.
- ✓ Para facilitar y mejorar la toma de decisiones en el diseño de estrategias y soluciones para fortalecer la calidad de la oferta institucional de la Imprenta Nacional de Colombia, se recomienda realizar un proceso de divulgación de los ejercicios de caracterización al interior de la entidad.

	<b>CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS</b>	<b>GSI-DC-3</b> <b>21/04/2017</b> <b>Versión 1</b>
---	------------------------------------	--

## NORMATIVIDAD APLICABLE

El desarrollo de la presente guía de caracterización de usuarios permite dar cumplimiento a la normatividad que a continuación se relaciona:


- Guía de Caracterización de Usuarios, Ciudadanos, Usuarios y Grupos de interés – Departamento Nacional de Planeación
- Guía para la Caracterización de Usuarios de las Entidades Públicas, noviembre de 2011, Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.
- Decreto 2693 de 2012, Por el cual se establecen los lineamientos generales de la Estrategia de Gobierno en línea de la República de Colombia, se reglamentan parcialmente las Leyes 1341 de 2009 y 1450 de 2011, y se dictan otras disposiciones”, 21 de diciembre de 2012, Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.
- Documento CONPES 3649 de 2010, Política Nacional de Servicio al Ciudadano, 15 de marzo de 2010, Departamento Nacional de Planeación.
- Decreto 2623 de 2009, Por el cual se crea el Sistema Nacional de Servicio al Ciudadano, 13 de julio de 2009, Congreso de la República de Colombia.
- Ley 109 de 1994 Diario Oficial 41167, Por la cual se transforma a la Imprenta Nacional de Colombia en empresa Industrial y Comercial del Estado, 11 de enero de 1994, Congreso de la República de Colombia.
- Documento CONPES 3785 de 2013, Política Nacional de Eficiencia Administrativa al Servicio del Ciudadano, 9 de diciembre de 2013, Departamento Nacional de Planeación.
- Ley 962 de 2005, Por la cual se dictan disposiciones sobre racionalización de trámites y procedimientos administrativos de los organismos y entidades del Estado y de los particulares que ejercen funciones públicas o prestan servicios públicos, 8 de julio de 2005, Congreso de la República de Colombia.

	<p>CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS</p>	<p>GSI-DC-3 21/04/2017 Versión 1</p>
---	------------------------------------	--

- Decreto 19 de 2012, Por el cual se dictan normas para suprimir o reformar regulaciones, procedimientos y trámites innecesarios existentes en la administración pública, 10 de enero de 2012, Congreso de la República de Colombia.
- Decreto 2641 de 2012, Por el cual se reglamentan los artículos 73 y 76 de la Ley 1474 de 2011, Adopta una metodología y “Estrategias para la Construcción del Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano”, 17 de diciembre de 2012, Congreso de la República de Colombia.
- Ley 1437 de 2011, Por la cual se expide el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, 18 de enero de 2011, Congreso de la República de Colombia.

#### **Normatividad Institucional**

- Resolución 559 de 1996, por la cual se adopta el reglamento para la tramitación interna de las peticiones, quejas y reclamos que corresponde resolver a la Imprenta Nacional de Colombia, 30 de diciembre de 1996, Imprenta Nacional de Colombia.
- Procesos y Procedimientos del Sistema de Gestión de la Calidad, implementado en la Imprenta Nacional de Colombia.

	<p>CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS</p>	<p>GSI-DC-3 21/04/2017 Versión 1</p>
---	------------------------------------	--

## REFERENCIAS

- Guía para la Caracterización de Usuarios de las Entidades Públicas, Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, [http://estrategia.gobiernoenlinea.gov.co/623/articles-8536\\_recurso\\_1.pdf](http://estrategia.gobiernoenlinea.gov.co/623/articles-8536_recurso_1.pdf)
- Ley 109 de 1994 Diario Oficial 41167, Congreso de la República de Colombia, <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=5321>
- Ley 962 de 2005, Congreso de la República de Colombia, [http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_0962\\_2005.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0962_2005.html)
- Decreto 2623 de 2009, Congreso de la República de Colombia, <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=36842>
- CONPES 3649 de 2010, Departamento Nacional de Planeación, [http://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-3507\\_documento.pdf](http://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-3507_documento.pdf)
- Ley 1437 de 2011, Congreso de la República de Colombia, <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=41249>
- Decreto 019 de 2012, Congreso de la República de Colombia, <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=45322>
- Decreto 2641 de 2012, Congreso de la República de Colombia, <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=50959>
- Decreto 2693 de 2012, Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, [http://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-3586\\_documento.pdf](http://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-3586_documento.pdf)
- CONPES 3785 de 2013, Departamento Nacional de Planeación, [http://www2.igac.gov.co/igac\\_web/normograma\\_files/CONPES%203785%20DE%202013.pdf](http://www2.igac.gov.co/igac_web/normograma_files/CONPES%203785%20DE%202013.pdf)
- Portal Web de la Imprenta Nacional de Colombia <http://www.imprenta.gov.co/>