Caracterización de los grupos de valor

Caracterización de los grupos de valor de la Universidad de Caldas 2023

El ejercicio de caracterización de los grupos de valor de la Universidad surge de la necesidad de diseñar e implementar acciones mas eficaces para sus usuarios; es por ello que es necesario identificar las características, intereses, motivaciones y preferencias y a partir de ello contar con insumos para una mejor gestión.

Objetivo

Identificar las características geográficas, demográficas, motivacionales e intereses de los grupos de valor que acceden a los servicios de la Universidad de Caldas, para establecer y gestionar las acciones adecuadas para el desarrollo de estrategias enfocadas al mejoramiento de la calidad de la oferta de los servicios institucionales y facilitar la toma de decisiones en los diferentes procesos y por ende en el cumplimiento de la misión institucional.

Políticas impactadas de acuerdo con el Modelo de Planeación y Gestión

PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y RENDICIÓN DE CUENTAS: la entidad debe conocer las características de su población objetivo, sus intereses y necesidades de información como un requisito para la implementación de cualquier acción de Participación Ciudadana y Rendición de Cuentas.

POLÍTICA DE SERVICIO AL CIUDADANO: se debe mejorar la efectividad, colaboración y eficiencia de las entidades y su capacidad para atender oportunamente y con calidad los requerimientos de los ciudadanos.

POLÍTICA DE RACIONALIZACIÓN DE TRÁMITES: son acciones orientadas a simplificar, estandarizar, eliminar, optimizar y automatizar los trámites y procedimientos administrativos, para facilitar el acceso de los grupos de valor a sus derechos reduciendo costos, tiempos, documentos, procesos y pasos en su interacción.

Grupos de Valor

Funcionarios
Personas naturales que ejercen la función pública y establecen una relación laboral con la Institución

Docentes
Persona nombrada o contratado para desarrollar actividades de investigación, de docencia y de proyección

Estudiantes
Persona que después de haber cumplido requisitos, tiene matrícula vigente en cualquiera de los programas académicos

Variables tenidas en cuenta

Geográficas

Procedencia o lugar de residencia

Demográficas

Edad, género, educación y estrato socioeconómico

Intrínsecas

Acceso y uso de canales
Lugares de encuentro

Comportamiento

Eventos que más frecuentan

Las variables utilizadas se definieron de acuerdo con los lineamientos del Departamento Administrativo de la Función Pública

Grupo de FUNCIONARIOS

Geográficas

Procedencia

Grupo de FUNCIONARIOS

El 74% de los encuestados tienen como municipio de origen la ciudad de Manizales, el porcentaje restante, se distribuye en valores muy poco representativos entre otros municipios de Caldas y algunos de Risaralda y Quindío.

Grupo de FUNCIONARIOS

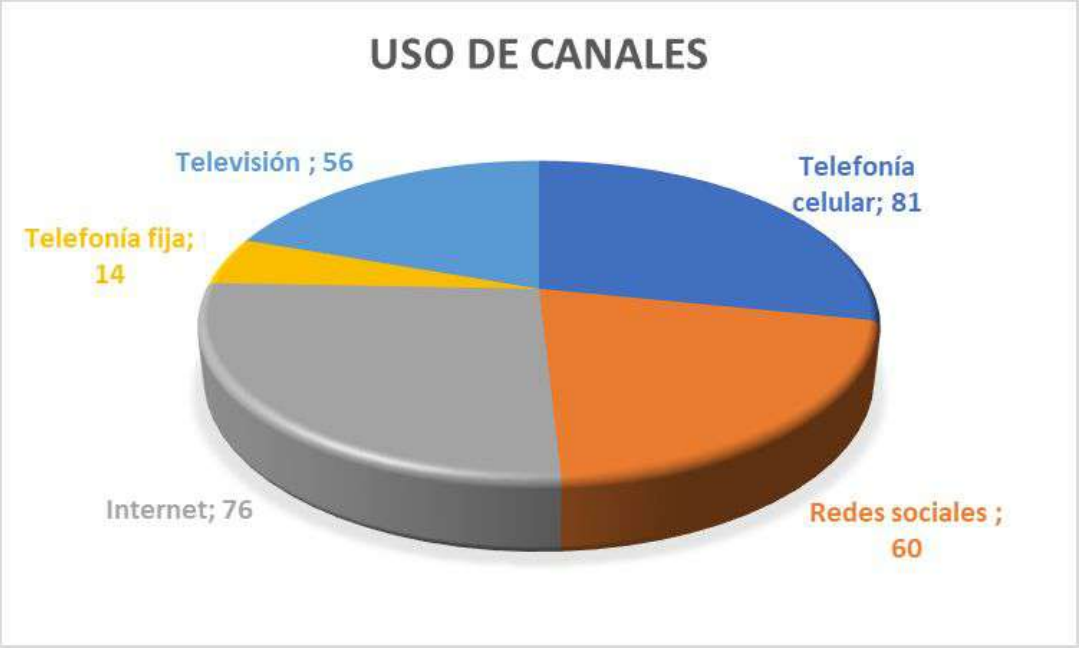
Intrínsecas

Acceso y uso de canales

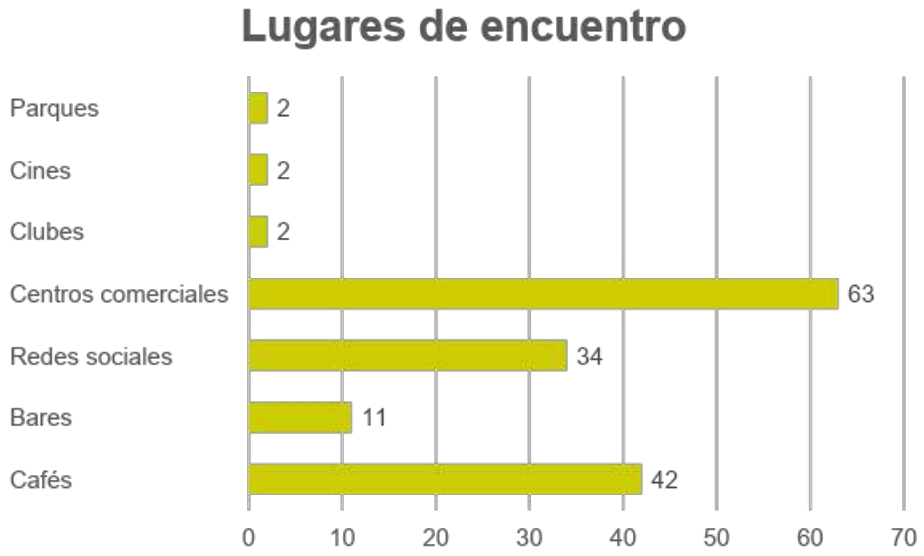
Lugares de encuentro

Beneficios que espera del uso de los servicios de la universidad

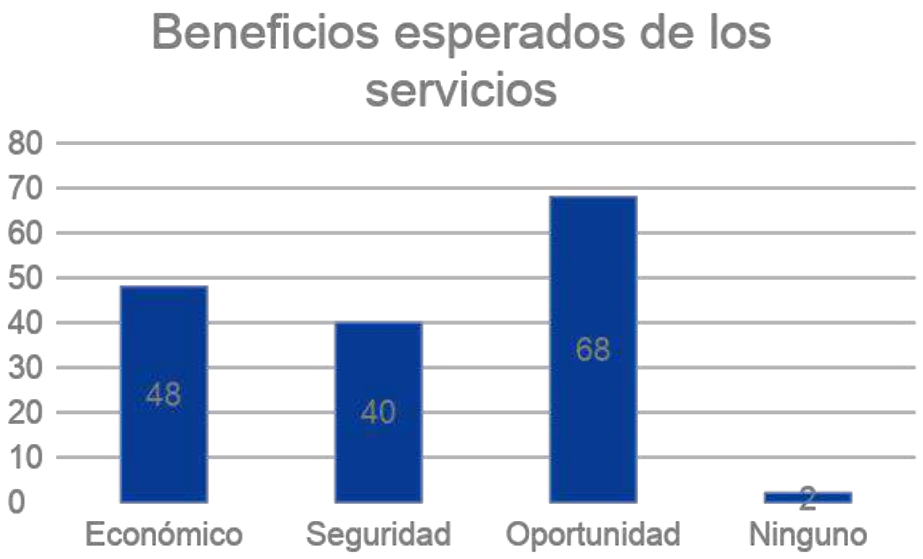
Grupo de FUNCIONARIOS



Grupo de FUNCIONARIOS



Grupo de FUNCIONARIOS



Comportamentales

Grupo de FUNCIONARIOS

Eventos en los que participa

Grupo de FUNCIONARIOS

Conclusiones grupo de valor de Funcionarios

A continuación se presentan las conclusiones más significativas de la caracterización de los grupos de valor

Funcionarios

De los tres grupos de valor caracterizados, a nivel de representatividad son los de más peso con relación a la procedencia, como quiera que el 74% tienen como municipio de origen la ciudad de Manizales.

La virtualidad continúa siendo el mecanismo que permite crear y mostrar la identidad, comunicarse con otros, construir lazos sociales, entretenerse, expresarse e interactuar más allá de las barreras geográficas. Lo que se ve reflejado en el hecho de que representativamente las redes sociales y el internet son los canales más usados por este grupo de valor representado en el 76% que tienen como canal de uso el internet y el 60% las redes sociales.

En este orden de ideas, el diseño de estrategias de formación, tanto de competencias blandas como duras, deberá considerar esta tendencia.

Funcionarios

Respecto de los lugares de encuentro, llama la atención que un número tan representativo 34 de 100 consideren que un lugar de encuentro sean las redes sociales.

Dado que el atributo de la oportunidad es el que más valoran al hacer uso de los servicios ofrecidos, expresado por el 68% de este grupo de valor; la universidad deberá fortalecer la mejora continua de los procesos, de tal manera que se siga incrementando el nivel de satisfacción.

En cuanto a los eventos programados por la universidad en los que participan los funcionarios, la mayor representatividad se la llevan las actividades de tipo académico con el 60%, seguido de las culturales con el 43%. Es así como el porcentaje concerniente a estas respuestas, dejan ver que hay una buena acogida hacia esta modalidad de eventos.

Grupo de DOCENTES

Geográficas

Procedencia

Grupo de DOCENTES

Grupo de DOCENTES

Intrínsecas

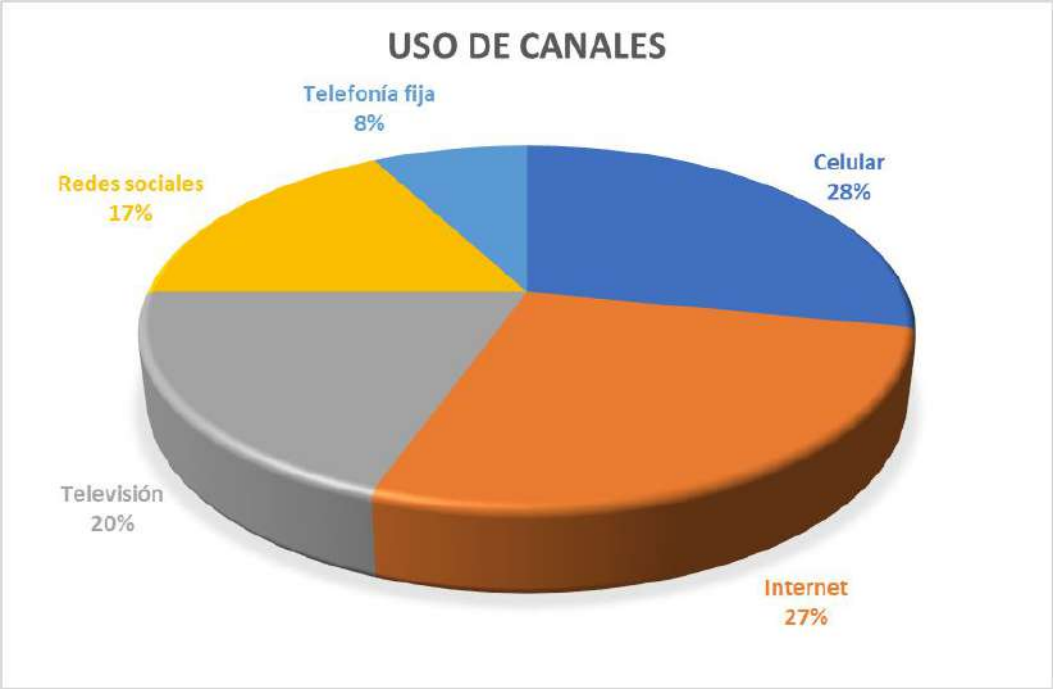
Uso de canales

Lugares de encuentro

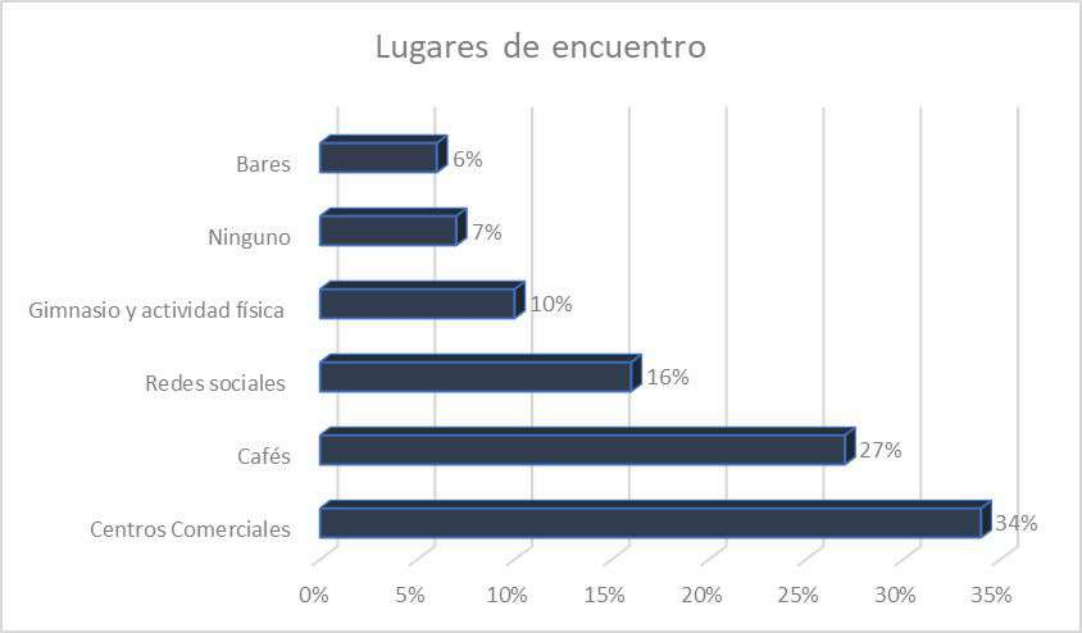
Conocimiento de los servicios

Beneficios que espera del uso de los servicios de la universidad

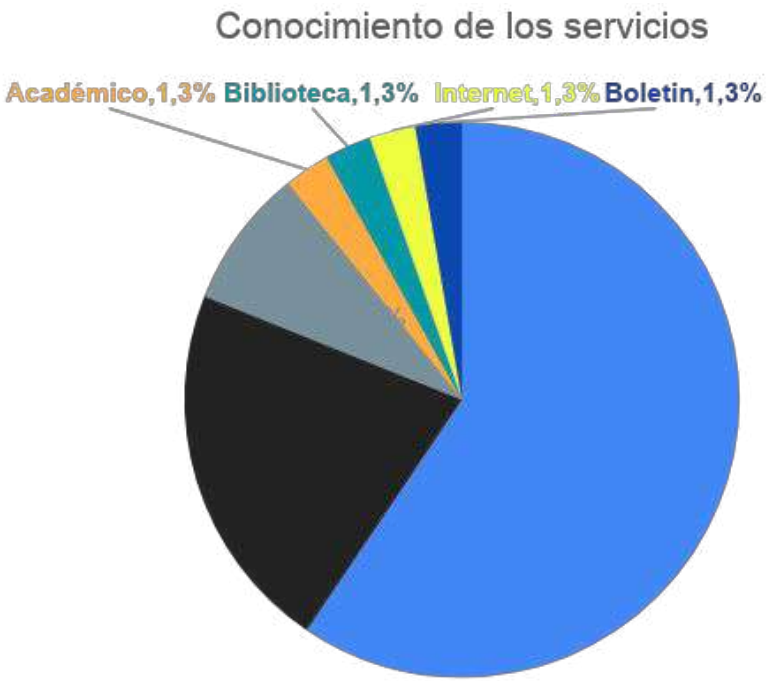
Grupo de DOCENTES



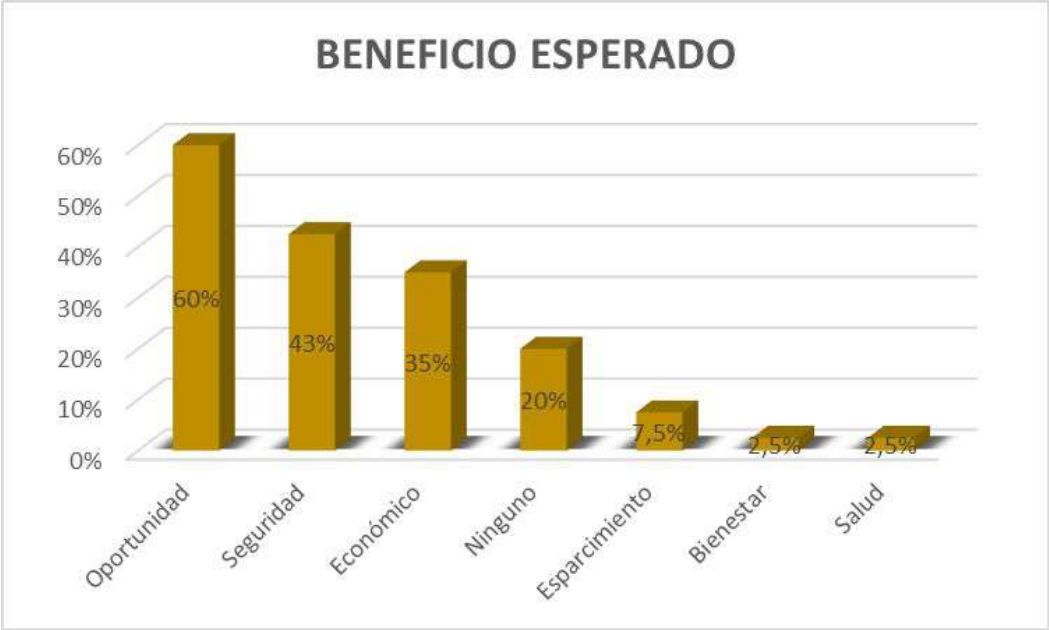
Grupo de DOCENTES



Grupo de DOCENTES



Grupo de DOCENTES



Comportamentales

Eventos en los que participa

Grupo de DOCENTES

Grupo de DOCENTES

Conclusiones grupo de Docentes

A continuación se presentan las concluiones mas significativas de la caracterización de los grupos de valor

Docentes

La mayor parte de los docentes provienen de la ciudad de Manizales, seguido de un reducido número que provienen de La Dorada, lo cual puede ser debido a que la universidad cuenta con sus sedes más representativas en estas dos.

Causa curiosidad que entre los canales más usados por este grupo de valor, esté la televisión, lo cual puede deberse a que es una población que proviene de generaciones que crecieron con la televisión como el canal de apertura al mundo, a diferencia de los estudiantes.

Este grupo de población frecuenta mayormente los centros comerciales y los cafés, no tanto los bares y los sitios para la realización de actividad física, son frecuentados por el 10%

Docentes

El 21% de las personas que respondieron no conocer ninguno de los servicios que presta la Universidad, posiblemente evidencia falta de sentido de pertenencia y a la vez se constituye en una oportunidad para implementar estrategias de divulgación o el fortalecimiento de los procesos de reinducción. Al igual que podría indagarse a profundidad la razón de ello.

De otro lado el 59% identifica los servicios de bienestar universitario, porcentaje que pudiera ser más representativo, en la medida que los servicios que se prestan en el marco del bienestar, son diseñados justamente con ese propósito.

Docentes

En cuanto al beneficio esperado del uso de los servicios, la mayor parte se la lleva el atributo de la oportunidad.

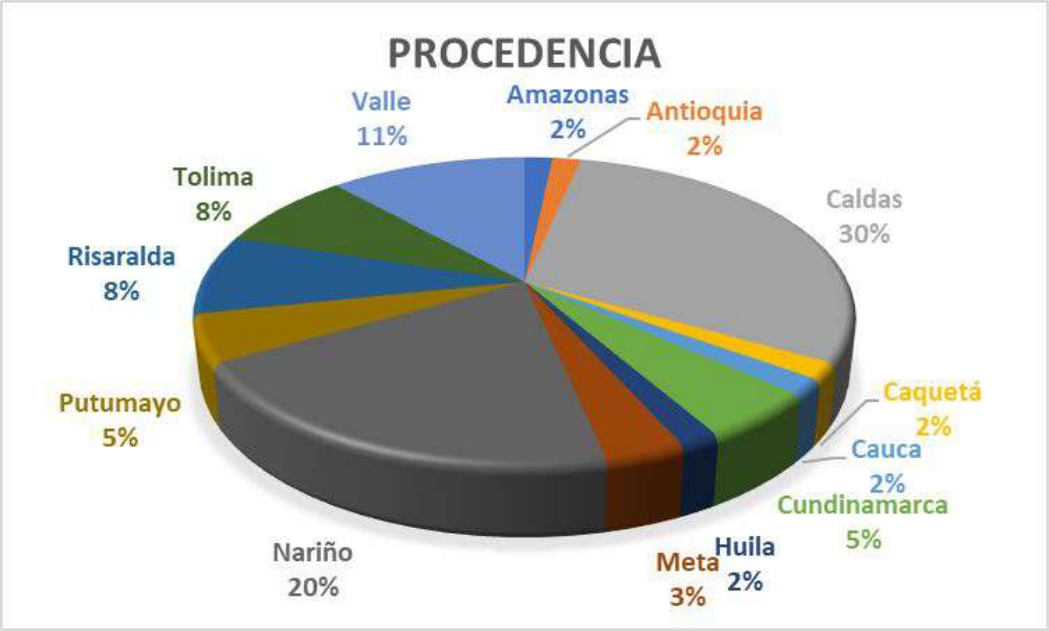
Frente a la pregunta de las actividades programadas por la Universidad en las que participa, la mayor parte 73% y 40% expresan que son los eventos de tipo académico y culturales respectivamente. Los eventos deportivos, recreativos y sociales tienen una muy baja representatividad.

Grupo de ESTUDIANTES

Geográficas

Procedencia

Grupo de ESTUDIANTES



Intrínsecas

Grupo de ESTUDIANTES

Formación universitaria del grupo familiar

Uso del tiempo extraclase

Lugares que frecuenta

Acceso y uso de canales

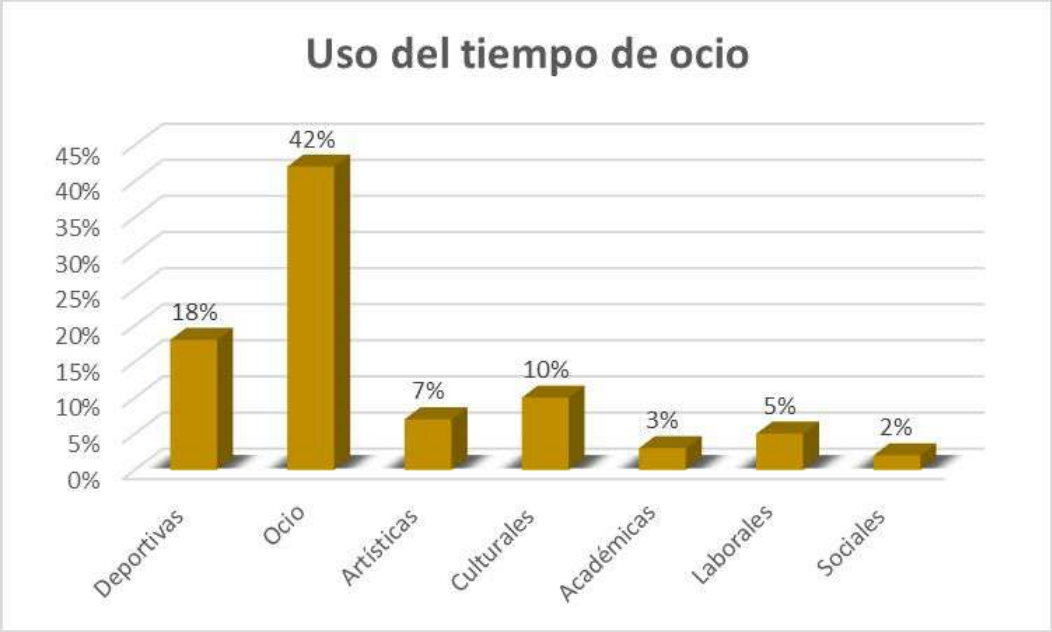
Participación en actividades académicas

Uso de los servicios y trámites de la Universidad

Beneficios esperados

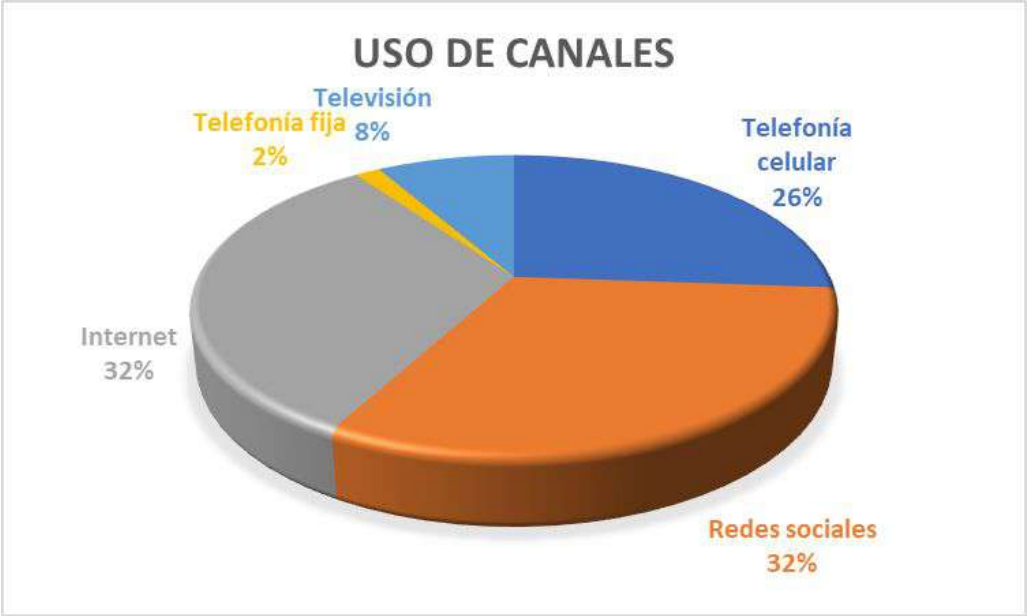
Grupo de ESTUDIANTES

Grupo de ESTUDIANTES



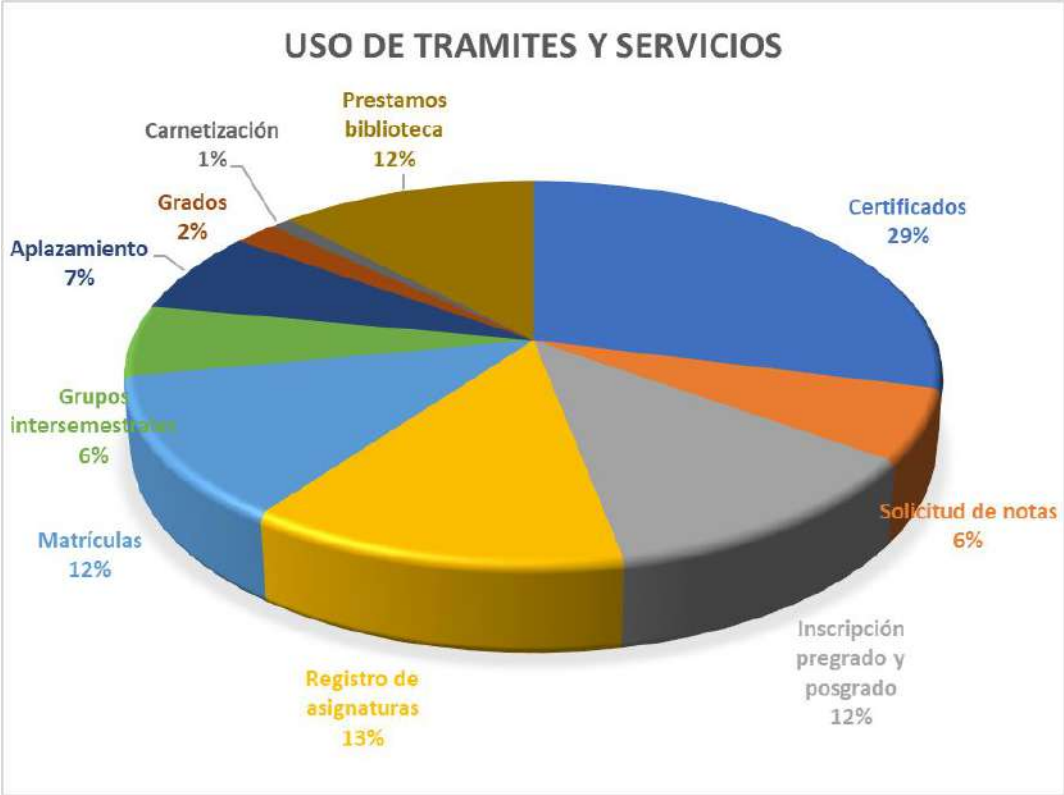
Grupo de ESTUDIANTES

Grupo de ESTUDIANTES

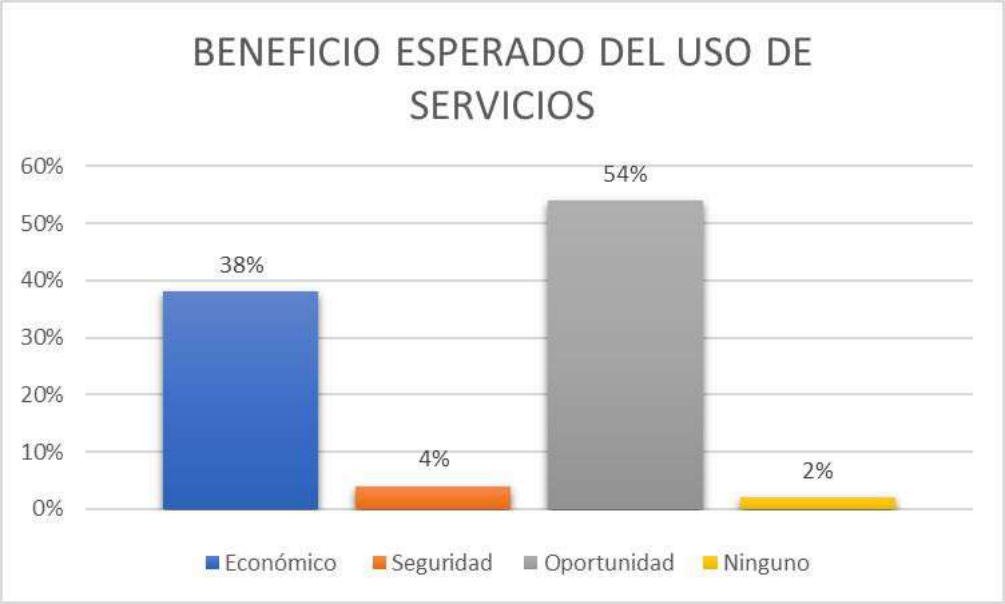


Grupo de ESTUDIANTES

Grupo de ESTUDIANTES



Grupo de ESTUDIANTES



Comportamentales

Grupo de ESTUDIANTES

Eventos en los que participa

Grupo de ESTUDIANTES

Conclusiones grupo de valor de Funcionarios

A continuación se presentan las concluiones mas significativas de la caracterización de los grupos de valor

Estudiantes

La procedencia de los estudiantes en su mayoría es del departamento de Caldas, no obstante, el porcentaje es bajo, ya que solo representa el 30% de la población de la que se recibió respuesta. Causa inquietud que un significativo 20% pertenecen a municipios del departamento de Nariño.

La mayor parte de esta población proviene de hogares, cuyos progenitores no acreditan formación universitaria, representando el 60%, lo que si es significativo es que para la misma población el 30% tienen hermanos que acreditan esta formación. Esto significa que existe una tendencia en los hogares de buscar que las generaciones futuras logren acceder a grados de formación superior a sus padres.

Para efectos de indagar sobre el uso del tiempo por parte de la población, se encontró que el

Estudiantes

42% utilizan el tiempo en actividades de ocio, tales como ir a cine, leer, comer con la familia, ver videos, entre otras, en tanto que el 18% realizan actividades de índole deportiva. Existe un 5% que manifiesta que su tiempo lo invierte en actividades laborales.

Con relación a los lugares que frecuentan los estudiantes, el 60% expreso que las redes sociales, seguido de los cafés y los centros comerciales, resultados muy acordes al tipo de población. Este comportamiento es coincidente con relación a que, frente al uso de canales, el 32% expresó que los más usados son el internet y las redes sociales.

Estudiantes

En cuanto a la participación de los estudiantes en actividades como proyectos, semilleros, grupos de investigación, educación continuada, la mayor parte (43%) participa de grupos de semilleros. Un representativo 42% no participa de ninguna de las actividades.

El servicio más utilizado por la población estudiantil es la solicitud de certificados, representado en un 29%, seguido del registro de asignaturas, matrículas y préstamo de biblioteca. El beneficio esperado del uso de estos servicios por parte de la mayoría de encuestados es el atributo de la oportunidad, representado en un 56%.

De los eventos programados por la Universidad, al igual que el grupo de valor de los docentes, el 62% y el 20% participa de las actividades de índole académica y cultural, respectivamente.