

IDENTIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LOS GRUPOS DE VALOR.

FUERZA AÉREA
COLOMBIANA



**ASÍ SE VA A LAS
ALTURAS**



**El futuro
es de todos**

**Gobierno
de Colombia**

Introducción

La FAC tiene como misión: “volar, entrenar y combatir para vencer y dominar en el aire, el espacio y el ciberespacio, en defensa de la soberanía, la independencia, la integridad territorial, el orden constitucional y contribuir a los fines del Estado” (Fuerza Aérea Colombiana, 2019). En el cumplimiento de su misión, debe interactuar no solo con la población civil en general, sino con diferentes grupos particulares, empresas nacionales e internacionales y/o entidades del Estado, debiendo desarrollar estrategias que le permitan articular los procesos internos para satisfacer las necesidades y/o requerimientos de cada grupo poblacional. Por esta razón, la definición del direccionamiento estratégico institucional debe partir de la realización de un análisis del entorno que permita enriquecer el proceso de formulación de objetivos e iniciativas.

Con este propósito, la FAC adelanta una revisión de fuentes primarias y secundarias que le permite identificar sus grupos de valor y agruparlos de acuerdo con sus necesidades y atributos generales en virtud del tipo de relación que mantienen con la Institución, de modo que, en el futuro, se puedan formular y ejecutar iniciativas que permitan establecer y atender intereses, expectativas y preferencias particulares, con el fin de fortalecer los procesos institucionales para brindar un mejor servicio al dar una respuesta más adecuada a los requerimientos de los ciudadanos.

Este análisis, se realiza en el marco de la revisión de condiciones internas y externas de la organización, que permite establecer la situación actual de la Fuerza y sus procesos, lo que facilitará la definición de las posibles brechas que deberá enfrentar la estrategia, las cuales serán gestionadas a través de las iniciativas plasmadas en el Plan Estratégico Institucional (PEI).

1. Identificación, Caracterización y Definición de los Grupos de valor

Las Políticas de Desarrollo Administrativo¹ establecidas por el Gobierno Nacional a través del Decreto 1499 DE 2017, que articula el Sistema de Gestión con los Sistemas de Control Interno al Sistema de Gestión en el marco del Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG), tienen como requisito para su ejecución el desarrollo de la caracterización de ciudadanos, usuarios o grupos de interés, información indispensable o base para su cumplimiento. Con el desarrollo de estas políticas se espera mejorar la efectividad, colaboración y eficiencia de las entidades; así como atender oportunamente y con calidad los requerimientos de los ciudadanos, teniendo en cuenta sus expectativas y preferencias en materia de canales electrónicos; garantizando así el acceso a la información de manera veraz,

¹ Son aquellas que contienen los siguientes aspectos: a) Gestión misional y de Gobierno, b) Transparencia, participación y servicio al ciudadano, c) Gestión del talento humano, d) Eficiencia administrativa y e) Gestión financiera.

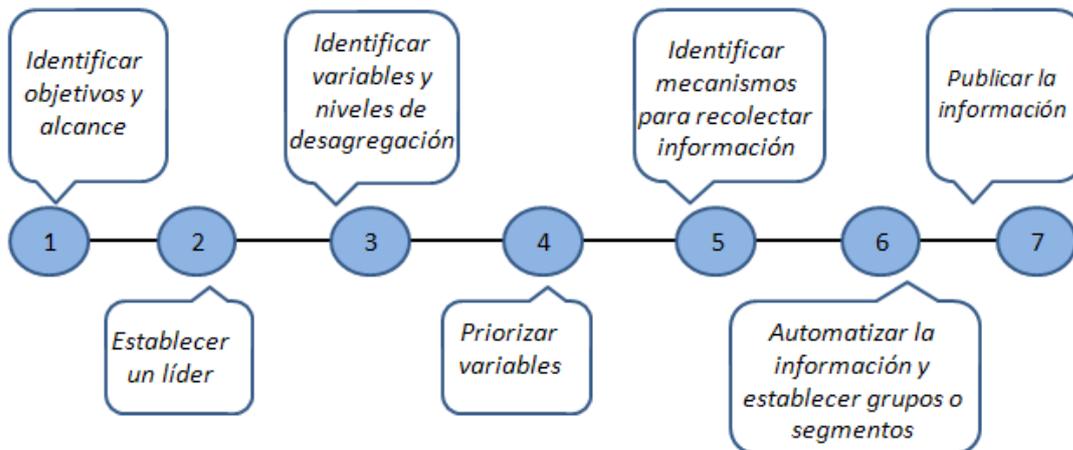
comprensible, útil y oportuna. Adicionalmente, busca identificar el tipo de lenguaje que deberá ser utilizado en la interacción de la entidad con los ciudadanos, usuarios o grupos de interés, el cual debe adaptarse a las características, preferencias y condiciones particulares de los interlocutores, para asegurar la máxima comprensión de los contenidos, dando cumplimiento a su vez a la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública (Ley 1712 de 2014).

Con base en lo anterior, la identificación, caracterización y definición de los grupos de valor consiste en determinar las particularidades (características, necesidades, intereses, expectativas y preferencias) de la población objetivo (usuarios, ciudadanos o interesados) con la que interactúa la entidad (Gobierno de Colombia, 2015), y así, agruparla según atributos o variables similares, de modo puedan ser gestionadas acciones enfocadas a:

- Establecer, diseñar e implementar estrategias que faciliten la interacción con los usuarios.
- Prestar un mejor servicio y lograr una mayor participación de los grupos de valor frente al cumplimiento de los objetivos.
- Ajustar los canales de comunicación empleados para ofrecer sus productos y/o servicios y, principalmente, dar respuesta a las peticiones, quejas, reclamos, sugerencias y denuncias (PQRSD).
- Diseñar una estrategia de rendición de cuentas que incluya acciones pertinentes en materia de información, diálogo e incentivos, entre otras.

El documento base para la caracterización de usuarios es la guía metodológica para la caracterización de ciudadanos, usuarios y grupos de interés del Gobierno Nacional, documento que propone siete pasos para la caracterización (ver **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.**), así como los formatos sugeridos para tal fin, los cuales se ajustan de acuerdo con las necesidades de la entidad que los aplica.

Figura 1. Pasos para Realizar un Ejercicio de Caracterización



Fuente: (Gobierno de Colombia, 2015)

Los pasos para realizar un ejercicio de caracterización son descritos a continuación:

1. Identificar los Objetivos de la Caracterización y su Alcance: Establecer el “para qué” se realiza una caracterización de ciudadanos, usuarios o grupos de interés, y “cuál” es el uso que se va a dar a los resultados obtenidos al final del ejercicio.
2. Establecer un Líder del Ejercicio de Caracterización: Es importante designar un grupo de trabajo interdisciplinario responsable por el liderazgo del ejercicio y la coordinación con las dependencias interesadas.
3. Establecer Variables y Niveles de Desagregación de la Información: Identificar cuáles son los tipos de variables o categorías que deberán ser estudiadas y cuál es el nivel de profundidad o desagregación de la información requerida.
4. Priorizar Variables: Una vez identificadas las variables que serán medidas en el ejercicio de caracterización, es necesario hacer una priorización de éstas, con el fin de seleccionar aquellas relevantes para el cumplimiento de los objetivos, garantizando que sean fácilmente medibles y que el beneficio de la información que aportan al ejercicio sea superior al costo de su recolección.
5. Identificar los Mecanismos de Recolección de Información: Identificar los medios a través de los cuales se puede recolectar la información que servirá como insumo para la caracterización de los ciudadanos, usuarios o grupos de interés.

6. Automatizar la información y establecer grupos o segmentos de ciudadanos, usuarios o grupos de interés con características similares: Una vez se ha recolectado la información de cada una de las variables, se recomienda la estructuración y automatización de bases de datos que faciliten el análisis, cruce y filtro de la información, con el fin de agrupar a los ciudadanos, usuarios o interesados según las características similares identificadas.
7. Divulgar y publicar la información: Proceso interno de divulgación de la información, para que los resultados sean conocidos por todas las dependencias y los responsables, tanto de los procesos como de los servicios, ya que esto facilitará y mejorará el proceso de toma de decisiones y el diseño de intervenciones.

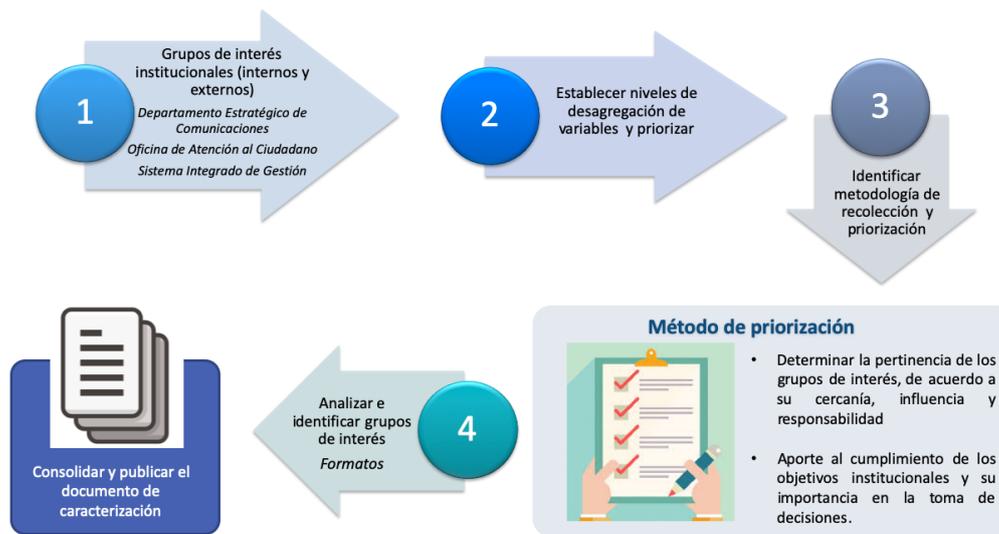
1.1. Metodología Empleada

Tomando como referencia para la identificación de los grupos de interés de la Fuerza Aérea Colombiana la *guía metodológica para la caracterización de ciudadanos, usuarios y grupos de interés*, los pasos descritos fueron seguidos de la siguiente forma:

- Caracterización de ciudadanos, usuarios o grupos de interés.
- Descripción de las variables.
- Criterios de priorización de variables.
- Elaboración de formatos para registro de información.

La labor fue adelantada con la participación de integrantes de diferentes dependencias de la Fuerza, con el fin de abarcar toda la entidad, esto es, los procesos y procedimientos que soportan el cumplimiento de la misión institucional, establecidos a nivel organizacional a través del Modelo de Gestión 9 Componentes (MGC9). Para el desarrollo del ejercicio se realizaron cuatro talleres que permitieron la identificación de los grupos de valor.

Figura 2. Pasos Propuestos Para la Caracterización de los Grupos de Valor de la FAC



Fuente: Elaboración Propia.

Cada uno de los talleres reunió participantes de todas las áreas de interés de la Fuerza, que contaban con la calificación y experiencia necesarias para establecer los grupos de valor de nivel estratégico. La labor facilitará en el mediano plazo la identificación de estrategias de fortalecimiento de los procesos y procedimientos desarrollados por la Institución que generan información relevante para los interesados.

Con el objeto de hacer más clara la actividad que sería adelantada, cada taller inició con la descripción de los conceptos básicos que serían empleados durante la sesión, lo que facilitó la recolección de la información y el diligenciamiento de los formatos propuestos, de acuerdo con la metodología de la guía de caracterización.

I. Taller 1. Grupos de interés institucionales (internos y externos)

El objetivo del primer taller se centró en la identificación de los grupos de valor de la Fuerza, entendidos como personas o grupos de personas que tienen interés en la gestión y los resultados de la organización. Estos pueden ser personas naturales (ciudadanos) o jurídicas (organizaciones públicas o privadas) a quienes van dirigidos los bienes y servicios que ofrece la Fuerza.

Los grupos de interés pueden ser internos: Integrantes del equipo humano con el que cuenta la Institución, o externos: la comunidad, los proveedores, la administración pública, los clientes, entre otros. Lo importante del ejercicio es determinar quiénes son y su grado de influencia, dependencia e impacto en la organización, así como el impacto que tiene la Institución en el grupo de interés determinado.

Como primera parte del taller, se define la razón por la cual debe ser realizada una caracterización de ciudadanos, usuarios o interesados de la Fuerza, y cómo sería empleada la información obtenida; así:

Identificar las características, necesidades, intereses, expectativas y preferencias de los ciudadanos, usuarios o grupos de interés con los cuales interactúa la Fuerza Aérea Colombiana para así responder satisfactoriamente a sus requerimientos.

De igual forma, en los objetivos específicos:

- Identificar las particularidades y las necesidades de los ciudadanos y grupos de interés que interactúan con la Fuerza.
- Generar información que sirva como referencia para el diseño e implementación de la oferta de servicios que ofrece la Fuerza Aérea.

Para la identificación de los grupos de valor fue diligenciado el siguiente formato:

Tabla 3. Formato identificación grupos de valor

| DEPENDENCIA MISIONAL | TEMA | GRUPO DE VALOR |
|-------------------------|------|-------------------|
| | | |

Fuente: Elaboración Propia

En la primera columna fueron relacionadas las dependencias, áreas o departamentos de la Fuerza que contribuyen con la identificación de los grupos de valor. Para este fin se tomó como base la estructura organizacional actual.

En la segunda, fueron registrados los temas o áreas de interés particular para dependencia. En esta columna se hizo referencia a aspectos tales como la ejecución presupuestal, los estados financieros, el plan de acción, los programas y proyectos en ejecución, los informes de gestión, los informes a los entes de control, los procesos contractuales, el sistema de gestión de calidad, la solución de PQRS, entre otros.

Finalmente, en la tercera columna se identificaron las personas o grupos de personas a las que les interesa la información que genera la organización. Esto fue definido teniendo en cuenta cuatro perspectivas: la primera, referente a la cercanía de los grupos con la Fuerza; la segunda, por influencia, es decir aquellos cuyo interés influye (o puede hacerlo) en el desarrollo de las diferentes actividades de la organización; la tercera, por responsabilidad, es decir, aquellos con los que se tienen obligaciones legales y; finalmente, la cuarta perspectiva, por dependencia, haciendo referencia a aquellos grupos que dependen de la actividad de la Institución.

En este apartado se incluyeron entes territoriales, municipios y departamentos, entidades del Estado, entes de control, organizaciones sociales, instituciones académicas, instituciones no gubernamentales, ciudadanía, empleados, veedurías, gremios, etc.

Partiendo de esta información, fueron identificados los grupos de interés para la Fuerza, priorizarlos a través del empleo de la matriz de poder/influencia, que agrupa a los interesados basándose en su nivel de autoridad (poder) y su participación (influencia) en el proyecto (Guía de los fundamentos para la dirección de proyectos , 2017).

II. Taller 2. Establecer niveles de desagregación y priorización de variables

En el segundo taller se desarrolló el modelo de priorización de variables, que atravesó dos fases: por un lado, la identificación de los tipos de variables o categorías que serían estudiadas de acuerdo con el tipo de interesado o grupo de valor ya identificado y priorizado. Es decir, en este taller se establecieron unas variables puntuales para personas o individuos, y otras para organizaciones, entidades o empresas que interactúan con la Fuerza. La segunda fase evaluó el nivel de profundidad o desagregación de la información requerida para la caracterización de los grupos de valor.

Para llevar a cabo la primera fase, fueron empleados dos formatos: el de caracterización de individuos y el correspondiente a entidades y empresas. Estos formatos fueron diligenciados en dos etapas: la identificación de las variables con base en las categorías propuestas por la metodología de la guía, teniendo en cuenta el objetivo, enfoque y alcance de la caracterización; y la priorización de las variables identificadas con base en los conceptos que se exponen a continuación:

| CATEGORÍA | VARIABLE | Criterios | | | | | TOTAL | SELECCIONADA | |
|----------------|----------------------------|-----------|-----------|---------|------------|-------------|-------|--------------|----|
| | | Relevante | Económica | Medible | Asociativa | Consistente | | SI | NO |
| GEOGRÁFICO | Departamento | | | | | | 0 | | |
| | Condiciones Climatológicas | | | | | | 0 | | |
| DEMOGRÁFICO | Tipo de documento | | | | | | 0 | | |
| | Edad | | | | | | 0 | | |
| | Género | | | | | | 0 | | |
| | Actividad económica | | | | | | 0 | | |
| | Estrato socioeconómico | | | | | | 0 | | |
| | Escolaridad | | | | | | 0 | | |
| | Ocupación | | | | | | 0 | | |
| | Raza - Etnia | | | | | | 0 | | |
| INTRÍNSECO | Acceso a canales | | | | | | 0 | | |
| | Uso de canales | | | | | | 0 | | |
| | Conocimiento de la entidad | | | | | | 0 | | |
| | Lugares de encuentro | | | | | | 0 | | |
| | Eventos | | | | | | 0 | | |
| COMPORTAMIENTO | Ayudas requeridas | | | | | | 0 | | |

Figura 4. Formato Caracterización Individuos

Fuente: Elaboración Propia, Adaptación Guía Caracterización de Ciudadanos, Usuarios y Grupos de Interés.

Como se puede observar en la Figura 4, fueron contempladas cuatro categorías para identificar y priorizar las variables relacionadas con los individuos. Estas categorías se definen de la siguiente manera:

1. Geográficas: La ubicación física de los interesados (ciudadanos, usuarios o grupos de interés) y las características directamente asociadas a esa ubicación, por ejemplo, el clima.
2. Demográficas: Características de una población y su desarrollo a través del tiempo, por ejemplo, género, edad, estrato, etc.
3. Intrínsecas: Actividades o valores comunes (preferencias individuales o estilos de vida) de los ciudadanos, usuarios o grupos de interés, que permiten identificar las características de cada uno de ellos con el fin de diferenciarlos y facilitar la generación de estrategias de comunicación.
4. Comportamiento: Motivos o eventos que llevan a los interesados a interactuar con la entidad, así como las características de esta interacción. Son acciones observadas en los ciudadanos, usuarios o grupos de interés, más allá de lo que dicen hacer o preferir.

Figura 5. Formato caracterización de entidades - empresas

| CATEGORÍA | VARIABLE | Criterios | | | | | TOTAL | SELECCIONADA | |
|--|---|-----------|-----------|---------|------------|-------------|-------|--------------|----|
| | | Relevante | Económica | Medible | Asociativa | Consistente | | SI | NO |
| GEOGRÁFICO | Cobertura Geográfica | | | | | | 0 | | |
| | Ubicación principal | | | | | | 0 | | |
| | Dispersión (Nacional, Departamental, Municipal) | | | | | | 0 | | |
| TIPOLOGÍA ORGANIZACIONAL | Tipo de organización | | | | | | 0 | | |
| | Tamaño de la entidad | | | | | | 0 | | |
| | Con o sin ánimo de lucro | | | | | | 0 | | |
| | Fuente de recursos | | | | | | 0 | | |
| | Sector | | | | | | 0 | | |
| VARIABLES DE COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL | Procedimiento usado | | | | | | 0 | | |
| | Responsable de la interacción | | | | | | 0 | | |

Fuente: Elaboración Propia, Adaptación Guía Caracterización de Ciudadanos, Usuarios y Grupos de Interés.

Para realizar la identificación y priorización de las variables de las entidades y/o empresas de interés para la Fuerza fue empleado el formato presentado en la Figura 5, el cual contiene tres categorías definidas como:

1. Geográfico: Similares a las establecidas para los individuos, tienen por objeto establecer la ubicación geográfica de las entidades que interactúan con la Fuerza.
2. Tipología de Organización: Identifican personas jurídicas, organizaciones u otras entidades de la administración pública, con el objetivo de conocer las características generales asociadas a la constitución de tales organizaciones y su naturaleza.

3. Variables de Comportamiento Organizacional: Acciones observadas en las organizaciones atendidas. Estas variables buscan reconocer los procesos y criterios bajo los cuales las organizaciones generan interacciones con la entidad. Estas variables permiten acercarse a los usuarios de manera oportuna y relevante.

Una vez identificadas las categorías o tipos de variables relevantes para el ejercicio de caracterización, se estableció el nivel de profundidad de la información o la desagregación requerida para llevar a cabo la recolección de los datos, que serían analizados posteriormente en sectores y segmentos.

El sector hace referencia a la agrupación poblacional más general, mientras que el segmento es una agrupación poblacional con características y necesidades comunes más específicas; es decir, se estableció un nivel superior de desagregación de la información, hasta el nivel específico. Este nivel de desagregación puede ser empleado para desarrollar iniciativas más puntuales u objetivos más específicos, como la ubicación de un nuevo punto de atención en la ciudad.

Contando con esta información, se dio paso a la segunda etapa, que consistió en la priorización de las variables identificadas, con el fin de seleccionar solamente aquellas que fueran relevantes para el cumplimiento de los objetivos, resultaran fácilmente medibles y aportaran al análisis un beneficio mayor en comparación con al costo de su recolección. Para ello fueron propuestos cinco criterios (Gobierno de Colombia, 2015):

1. Relevantes: Variables que están relacionadas con el objetivo de la caracterización y aportan al cumplimiento de los objetivos del ejercicio.
2. Económicas: Variables que están disponibles a un costo razonable. De esta forma se asegura que el beneficio de contar con información es mayor al costo de recolección de la misma.
3. Medibles: Variables que pueden observarse o medirse para cada ciudadano, usuario o grupo de interés.
4. Asociativas: Variables que permiten realizar segmentaciones. Estas variables deben asociarse o relacionarse con las necesidades de la mayoría de los usuarios de cada grupo para garantizar la relevancia.
5. Variables Consistentes: Variables cuyos resultados o valores permanezcan en el tiempo.

Para llevar a cabo la clasificación de cada una de las variables, se debió asignar una calificación de uno (1), si la variable cumplía con el requisito, o cero (0), si no lo cumplía. La información fue registrada en el formato correspondiente, para facilitar la suma horizontal de los criterios por variable, y fueron seleccionadas aquellas variables que obtuvieron un mayor puntaje. Como resultado final de esta fase, se cuenta con una lista de variables

priorizadas, las cuales se constituyen en objeto de levantamiento y análisis de la información en el desarrollo del ejercicio de caracterización.

III. Taller 3. Identificación de la metodología de recolección y priorización

El objetivo de este taller fue la identificación de los mecanismos mediante los cuales se recolectaría la información que serviría como insumo para la caracterización de los ciudadanos, usuarios o interesados y finalmente, la segmentación de esos usuarios. Es importante aclarar que antes de considerar nuevos mecanismos de recolección de información, es necesario analizar la información suministrada por las herramientas existentes y/o recolectadas en el normal desarrollo de los procesos de la Fuerza.

Ejemplos de fuentes de información existentes son las bases de datos, los registros de asistentes a ejercicios de participación ciudadana, las instancias de participación ciudadana y los resultados de los informes de Peticiones, Quejas, Reclamos, Solicitudes y Denuncias que se han recibido a nivel nacional a través de las oficinas de atención al ciudadano, entre otros.

El taller inició con la descripción de cada uno de los mecanismos de recolección de información existente, para posteriormente presentar las herramientas que permitirían recolectar la información con la que no cuenta la Fuerza Aérea Colombiana. Los mecanismos empleados fueron los siguientes:

- Encuestas: Son estudios observacionales, es decir, el investigador no modifica el entorno ni controla el proceso que se encuentra bajo observación. Los datos se obtienen a partir de cuestionarios bien estructurados, definidos y dirigidos a la población objeto de estudio. Pueden realizarse presencialmente, teniendo la oportunidad de recoger información del contexto espacial y la interacción del usuario con este; virtual o telefónicamente para poder abarcar mayor número de personas, disminuir costos y obtener una respuesta ágil. La principal ventaja de este mecanismo es que se obtiene información directamente de la fuente (ciudadano, usuario o grupo de interés) y en mayores cantidades (masiva).

Permite obtener información de cualquier tipo de población (Gobierno de Colombia, 2015).

- Puntos de atención o servicio al ciudadano: Permiten recoger la información directamente del ciudadano, usuario o grupo de interés e identificar los patrones que surgen del uso y la actividad presente en cada uno de los puntos de servicio o canales. No se debe limitar el concepto de punto de servicio a los centros de atención presencial de la entidad, sino que se puede extender a aquellos puntos de comunicación con los usuarios por diferentes canales: electrónicos, presenciales y no presenciales como *call centers*, centros de contacto, páginas web y otros similares. La principal ventaja de este mecanismo es que permite una comunicación directa con el ciudadano o usuario y facilita su clasificación, a través de

variables directamente relacionadas con su comportamiento (Gobierno de Colombia, 2015).

- **Buzones de Sugerencias:** Permiten la recolección de información espontánea relacionada con la satisfacción del usuario frente a la prestación del servicio, por medio de formularios ofrecidos en cada uno de los puntos de contacto con el usuario, o a través de canales electrónicos dispuestos en páginas web y aplicaciones. El buzón de sugerencias es un mecanismo de comunicación ascendente pues va desde el ciudadano, usuario o grupo de interés, hacia la organización con la que se relaciona. Esta práctica es muy común por la implementación de los sistemas de peticiones, quejas y reclamos. Este mecanismo es considerado una herramienta pasiva de recolección, que se encuentra disponible para ser usado por los usuarios en cualquier momento (Gobierno de Colombia, 2015).
- **Registros Administrativos (perfiles o expedientes):** Datos disponibles en los perfiles o expedientes de los usuarios, para realizar su caracterización. Esta tarea de agregación se facilita cuando dichos perfiles o expedientes se encuentran en bases y/o bodegas de datos que permitan la búsqueda a través de parámetros definidos previamente por el administrador de estas. Es importante mantener actualizada la información, acción que puede ser apoyada en los puntos de atención o a través de formularios dispuestos en las páginas web (Gobierno de Colombia, 2015).
- **Grupos Focales:** Escenarios que buscan aprovechar la discusión del grupo para generar aportes más naturales y vívidos de los participantes. Existen varias maneras de llevar a cabo un grupo focal. Una de ellas es hacer una entrevista en la que los diferentes participantes del grupo hagan sus aportes, comentarios y observaciones sobre el tema que propone la entrevista. También es posible hacer grupos focales de manera personal o por internet (*focus group online*) para validar un nuevo servicio. En este caso, se reúne a los participantes del grupo para hacer la prueba del servicio y recibir retroalimentación acerca del mismo (cumplimiento de los objetivos por los cuales fue diseñado) (Gobierno de Colombia, 2015).
- **Experimentos de Usuarios:** Esta fuente de información busca aislar algunas de las variables que inciden en los comportamientos de los ciudadanos, usuarios o grupos de interés, para identificar la causalidad y el impacto de estas en dichos comportamientos. Es un método con el que se pretende confirmar una hipótesis relacionada con determinado tema particular, fundamentado en la práctica (Gobierno de Colombia, 2015).
- **Observación Directa:** Consiste en la simple observación de los ciudadanos, usuarios o grupos de interés durante la interacción con la entidad. La información que se puede recoger es útil para el diseño e implementación de nuevos servicios, así como para el rediseño de servicios actuales susceptibles de mejora (Gobierno de Colombia, 2015).

Los resultados de este paso fueron registrados en el formato presentado a continuación, teniendo en cuenta la validación realizada con el grupo de trabajo frente a la disponibilidad de la información en las diferentes bases de datos o sistemas de información que maneja la Fuerza:

Figura 6. Formato Identificación de Mecanismos de Recolección de Información

| VARIABLE | La entidad cuenta con la información relacionada con la variable encontrada ? | | En caso de NO tener la información la entidad ¿ A que mecanismo podría acudir para obtener la información? |
|-----------------------|---|----|--|
| | SI | NO | |
| Variable seleccionada | | | |

Fuente: Guía Caracterización de Ciudadanos, Usuarios y Grupos de Interés.

Es importante tener en cuenta, que la Fuerza ya cuenta con una política de protección de datos personales que establece el índice de información clasificada y reservada, dando cumplimiento al tratamiento de la información recolectada, de acuerdo con la Ley 1712 de 2014, por la cual se crea la ley de transparencia y del derecho de acceso a la información pública nacional.

Finalmente, se efectuó la segmentación de los grupos de valor, que consiste en dividir el conjunto del mercado en pequeños grupos de consumidores o segmentos de mercado que sean homogéneos, es decir, que compartan gustos y necesidades comunes, con el fin de llevar a cabo estrategias diferenciales para cada uno de ellos. Es posible que la primera segmentación no de información suficiente para la toma de decisiones, por lo que se recomienda que los parámetros que se definan para la segmentación estén directamente relacionados con los objetivos establecidos para el ejercicio de caracterización. Esto implica el análisis cruzado de la información recolectada (Gobierno de Colombia, 2015).

Para ello, se definió el siguiente formato:

Figura 7. Formato Caracterización Por Segmento

| Segmento | variable relevante |
|----------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |

Fuente: Guía Caracterización de Ciudadanos, Usuarios y Grupos de Interés

Este formato registra en su primera columna el segmento seleccionado, de acuerdo con los grupos de valor previamente identificados, en las columnas siguientes se relaciona cada una de las variables relevantes o priorizadas y se registran los resultados obtenidos, teniendo en cuenta la información existente.

Es importante tener en cuenta las siguientes características para realizar una correcta segmentación de mercado, teniendo en cuenta la información disponible de cada uno de los grupos y variables (Infoautónomos, 2019):

- Deben ser identificables.
- Se debe poder acceder a ellos de forma sencilla.
- Deben de ser diferentes entre sí. A la hora de llevar a cabo una segmentación de mercados, es necesario que existan diferencias perceptibles y medibles en las valoraciones realizadas por los consumidores frente a los diferentes productos.
- Deben tener estabilidad en el tiempo.
- Deben ser útiles para la aplicación de la estrategia de servicios.

IV. Taller 4. Análisis de la Información y Segmentación

El último paso consistió en el análisis de la información recolectada por la Fuerza a través de las diferentes dependencias y/o herramientas de información.

La metodología propuesta para la identificación y caracterización de los grupos de valor de la Fuerza Aérea Colombiana, inició con la generación de conocimiento, brindando información relevante para el desarrollo del ejercicio con el fin de facilitar la comprensión y diligenciamiento de cada uno de los formatos propuestos, y presentando conceptos básicos necesarios para entender el alcance de la caracterización.

1.2. Grupos de valor Identificados

Teniendo en cuenta la metodología propuesta, se inició con la identificación de los posibles interesados y los temas particulares de interés; asimismo, se estableció la articulación interna entre dependencias responsables, teniendo en cuenta la estructura organizacional actual.

Figura 8. Identificación Grupos de Valor

| Dependencia Misional | Tema | Grupo de valor |
|---|---|---|
| Comando Fuerza Aérea Colombiana Oficina Asuntos Espaciales Oficina Asuntos Internacionales Oficina Investigaciones Disciplinarias Y Administrativas Del Comandante FAC Autoridad Aeronáutica | Informes de Gestión Informes a los entes de Control Atención a las Peticiones, Quejas, Reclamos, Solicitudes (PQRS) Cumplimiento de la normatividad legal vigente Transparencia, acceso y divulgación de la Información pública institucional Desarrollo espacial Alianzas estratégicas Regulación, certificación y supervisión de los entes de aviación de Estado | Entes de control |
| | | Instituciones educativas nacionales e internacionales |
| | | Población civil |
| | | Personal directo |
| | | Instituciones Públicas de orden Nacional |
| | | Sector privado |
| | | Fuerza pública |
| | | Otros gobiernos |
| | | Gremios y entidades aeroespaciales |
| | | Fuerzas de otros países y organismos internacionales |
| Inspección General Fuerza Aérea Colombiana | Gestión de la seguridad operacional Inspección y control a los procesos Control de transparencia e integridad Informes a los entes de Control | Entes de control |
| | | Población civil |
| | | Personal directo |
| | | Fuerza pública |
| | | Instituciones Públicas de orden Nacional |
| Segundo Comando y Jefatura de Estado Mayor Fuerza Aérea Departamento Estratégico Acción Integral Departamento Estratégico Asuntos Jurídicos Y Derechos Humanos Departamento Estratégico Comunicaciones Oficina Investigaciones Disciplinarias Y Administrativas Del Segundo Comandante FAC | Plan de Acción Informes de Gestión Informes a los entes de Control Fortalecimiento de la legitimidad Responsabilidad social Respeto y cumplimiento a los derechos humanos y al derecho internacional humanitario Acceso y derecho a la Información Cumplimiento de la normatividad legal vigente Integración de las comunicaciones estratégicas | Entes de control |
| | | Sector privado |
| | | Población civil |
| | | Personal directo |
| | | Fuerza pública |
| | | Organizaciones sociales |
| | | Medios de comunicación |
| | | |

| Dependencia Misional | Tema | Grupo de valor |
|--|---|---|
| Subjefatura de Estado Mayor Estrategia Y Planeación | Planeación Presupuestal Plan de Acción Programas y proyectos en ejecución Informes de Gestión Informes a los entes de Control Sistema de gestión de calidad Integración con el sector productivo aeronáutico nacional Fortalecimiento económico de la industria y proveedores aeronáuticos. Generación de contenido aeronáutico especializado en documentos y publicaciones Alianzas Convenios Estructura de Fuerza Proyección de Fuerza Gestión de la Doctrina de la Fuerza | Entes de control |
| | | Instituciones educativas nacionales e internacionales |
| | | Instituciones Públicas de orden Nacional |
| | | Población civil |
| | | Personal directo |
| | | Fuerza pública |
| | | Sector privado |
| | | Gremios y entidades aeroespaciales |
| | | Organizaciones sociales |
| Comando de Operaciones Aéreas | Conducción y ejecución de operaciones aéreas para: - Control del aire y ciberespacio - Aplicación de la Fuerza - Multiplicación de las Fuerzas - Apoyo de la Fuerza - Contribución a los fines del Estado Gestión de inteligencia | Instituciones Públicas de orden Nacional |
| | | Población civil |
| | | Personal directo |
| | | Fuerza pública |
| | | Fuerzas de otros países y organismos internacionales |
| | | Sector privado |
| Comando de Apoyo a la Fuerza | Gestión Administrativa (Financiera y contractual para la adquisición de bienes y servicios) Programas y proyectos en ejecución Fomentar y promover el desarrollo y la participación de la industria nacional y PYMES. Operaciones de Seguridad y Defensa Sostenimiento Institucional Gestión ambiental Gestión TIC | Proveedores |
| | | Población civil |
| | | Entes de control |
| | | Personal directo |
| | | Fuerza pública |
| | | Sector privado |
| | | Instituciones Públicas de orden Nacional |
| Comando de Personal | Gestión educativa aeronáutica de la Fuerza Titulación de programas de educación superior Gestión en tecnología + I+D+i Proyección del personal Gestión administrativa del talento humano Gestión de salud del personal y sus familias Fortalecimiento de la calidad de vida laboral Alianzas Ciclo de vida laboral Gestión de seguridad y salud en el trabajo Código de integridad | Personal directo |
| | | Instituciones educativas nacionales e internacionales |
| | | Fuerza pública |
| | | Entes de control |
| | | Instituciones Públicas de orden Nacional |
| | | Población civil |
| | | Sector privado |

Fuente: Elaboración Propia

Con base en la información institucional y la realización de talleres, se identificaron catorce (14) grupos de valor para la Fuerza Aérea, que fueron priorizados según el modelo de clasificación de poder e influencia. Es así como, se definieron nueve grupos de valor iniciales, que fueron posteriormente

complementados al incluir al personal directo de la Fuerza, en virtud de su relevancia para el cumplimiento de la misión y objetivos institucionales; de manera que, al final fueron establecidos diez (10) grupos que tienen mayor influencia en las decisiones y/o presentan mayor interés en la información generada en el interior de la Institución.

Figura 9. Grupos de Valor Priorizados



Fuente: **Elaboración Propia**

En primer lugar, se encuentra la población civil, por ser el principal beneficiado del cumplimiento de la misión institucional, así como el personal directo de la Fuerza, por ser el activo más importante con el que cuenta la Institución para cumplir sus objetivos y metas. Estos grupos son seguidos por las entidades del orden nacional y los entes de control, en virtud de la responsabilidad de validar que los procesos y procedimientos desarrollados por la Fuerza cumplan con los requerimientos estatales y la normatividad legal. Al definir estos grupos de valor, la FAC puede desarrollar estrategias puntuales que faciliten la interacción y contribuyan al fortalecimiento de los canales de comunicación existentes, satisfaciendo de mejor forma las necesidades de cada uno de los grupos de valor según su tipo de interacción o interés.

Priorización de variables

Para llevar a cabo este ejercicio, fueron estructuradas tres mesas de trabajo, conformadas por integrantes de las diferentes dependencias, según la afinidad o mayor interacción con los interesados, de acuerdo con las características, funcionamiento, conocimiento e intereses de cada uno de ellos frente a los grupos de valor previamente definidos. En el ejercicio fueron empleados cuatro (4) formatos. Los dos primeros enfocados en la identificación de las variables, y los dos siguientes en la priorización, teniendo en cuenta los criterios establecidos por la guía metodológica de caracterización de usuarios:

Figura 10. Identificación de Variables – Individuos

| CATEGORÍA | VARIABLE | Población civil | Medios de comunicación | Otros gobiernos | Total |
|----------------|----------------------------|-----------------|------------------------|-----------------|-------|
| GEOGRÁFICO | Departamento | 1 | 1 | 1 | 3 |
| | Condiciones Climatológicas | 1 | 0 | 1 | 2 |
| DEMOGRÁFICO | Tipo de documento | 1 | 0 | 0 | 1 |
| | Edad | 1 | 0 | 0 | 1 |
| | Género | 1 | 0 | 0 | 1 |
| | Actividad económica | 1 | 1 | 1 | 3 |
| | Estrato socioeconómico | 1 | 0 | 1 | 2 |
| | Escolaridad | 1 | 1 | 1 | 3 |
| | Ocupación | 1 | 0 | 0 | 1 |
| | Raza - Etnia | 1 | 1 | 1 | 3 |
| INTRÍNSECO | Acceso a canales | 1 | 1 | 1 | 3 |
| | Uso de canales | 1 | 1 | 1 | 3 |
| | Conocimiento de la entidad | 1 | 1 | 1 | 3 |
| | Lugares de encuentro | 1 | 1 | 1 | 3 |
| | Eventos | 1 | 1 | 1 | 3 |
| COMPORTAMIENTO | Niveles de uso | 1 | 1 | 1 | 3 |
| | Ayudas requeridas | 1 | 1 | 1 | 3 |

Fuente: Elaboración Propia con Base en Talleres.

Las variables con puntaje superior a tres, resaltadas en color verde, fueron las variables con las que se caracterizó a los individuos.

Figura 11. Identificación de Variables – Entidades – Empresas

| CATEGORÍA | VARIABLE | Entes de control | Proveedores | Autoridades aeronáuticas competentes | Fuerza pública | Organizaciones sociales | total |
|--|-------------------------------|------------------|-------------|--------------------------------------|----------------|-------------------------|-------|
| GEOGRÁFICO | Cobertura Geográfica | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 4 |
| | Ubicación principal | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 |
| | Dispersión (Nacional, | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 4 |
| TIPOLOGÍA ORGANIZACIONAL | Tipo de organización | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 |
| | Tamaño de la entidad | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 2 |
| | Con o sin ánimo de lucro | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 2 |
| | Fuente de recursos | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 4 |
| | Sector | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 |
| VARIABLES DE COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL | Procedimiento usado | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 |
| | Responsable de la interacción | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5 |

Fuente: Elaboración Propia con Base en Talleres.

De igual manera, en el caso de las variables que caracterizan a las entidades o empresas se identificaron aquellas que obtuvieron un puntaje superior a tres, resaltadas en color naranja.

Figura 12. Priorización de Variables - Individuos

| CATEGORÍA | VARIABLE | POBLACIÓN CIVIL | | | | MEDIOS DE COMUNICACIÓN | | | | OTROS GOBIERNOS | | | | TOTAL | SELECCIONADA | | | | |
|----------------|----------------------------|-----------------|-----------|---------|------------|------------------------|-----------|-----------|---------|-----------------|-------------|-----------|-----------|-------|--------------|----|---------|------------|-------------|
| | | CRITERIO | | | | CRITERIO | | | | CRITERIO | | | | | SI | NO | | | |
| | | Relevante | Económica | Medible | Asociativa | Consistente | Relevante | Económica | Medible | Asociativa | Consistente | Relevante | Económica | | | | Medible | Asociativa | Consistente |
| GEOGRÁFICO | Departamento | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 15 | X | | |
| | Actividad económica | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 6 | | X |
| DEMOGRÁFICO | Escolaridad | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 11 | X | | |
| | Raza - Etnia | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 15 | X | | |
| | Acceso a canales | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 15 | X | | |
| INTRÍNSECO | Uso de canales | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 15 | X | | |
| | Conocimiento de la entidad | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 15 | X | | |
| | Lugares de encuentro | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 15 | X | | |
| | Eventos | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 15 | X | | |
| | Niveles de uso | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 15 | X | | |
| COMPORTAMIENTO | Ayudas requeridas | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 12 | X | |

Fuente: Elaboración Propia con Base en Talleres.

Figura 12. Priorización de Variables – Entidades - Empresas

| CATEGORÍA | VARIABLE | ENTES DE CONTROL | | | PROVEEDORES | | | AUTORIDADES AERONÁUTICAS COMPETENTES | | | FUERZA PÚBLICA | | | ORGANIZACIONES SOCIALES | | | TOTAL | SELECCIONADA | | | | | | | |
|-----------------------------|---|---------------------|---------|------------|-------------|---------------------|---------|--------------------------------------|-------------|---------------------|----------------|------------|-------------|-------------------------|---------|------------|-------|--------------|----|-------------|---|----|----|---|---|
| | | CRITERIOS | | | CRITERIOS | | | CRITERIOS | | | CRITERIOS | | | CRITERIOS | | | | SI | NO | | | | | | |
| | | Relevante Económica | Medible | Asociativa | Consistente | Relevante Económica | Medible | Asociativa | Consistente | Relevante Económica | Medible | Asociativa | Consistente | Relevante Económica | Medible | Asociativa | | | | Consistente | | | | | |
| GEOGRÁFICO | Cobertura Geográfica | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 22 | X | | |
| | Ubicación principal | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 23 | X | | |
| | Dispersión (Nacional, Departamental, Municipal) | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 19 | X | |
| TIPOLOGÍA ORGANIZACIONAL | Tipo de organización | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 25 | X | | |
| | Sector | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 25 | X | | |
| VARIABLES DE COMPORTAMIENTO | Procedimiento usado | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 12 | | X |
| | Responsable de la interacción | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 14 | | X |

Fuente: Elaboración propia con base en talleres.

Producto de este proceso, se identificaron y priorizaron variables tanto para personas como para entidades o empresas, las cuales se relacionan a continuación:

Figura 13. Variables priorizadas

| PRIORIZACIÓN DE VARIABLES – PERSONAS | PRIORIZACIÓN DE VARIABLES – ENTIDADES O EMPRESAS |
|--------------------------------------|--|
| Departamento | Cobertura Geográfica |
| Escolaridad | Ubicación principal |
| Raza - Etnia | Dispersión (Nacional, Departamental, Municipal) |
| Acceso a canales | Tipo de organización |
| Uso de canales | Sector |
| Conocimiento de la entidad | |
| Lugares de encuentro | |
| Eventos | |
| Ayudas requeridas | |

Fuente: Elaboración Propia

Estas variables vinculadas a los grupos de valor, permitieron establecer las características que debía conocer la Fuerza para interactuar con ellos y así definir estrategias puntuales que permitan satisfacer los requerimientos de información de cada público objetivo. Es importante resaltar que previamente se seleccionaron 17 variables para individuo, y 10 para entidades y empresas; sin embargo, a través del ejercicio de priorización fueron seleccionadas 9 y 5 respectivamente, para continuar con el ejercicio de caracterización.

Segmentación de Grupos de Valor

Como se mencionó anteriormente, el siguiente paso de la caracterización de interesados o grupos de valor es la segmentación, que consiste en la agregación de los grupos de valor. De acuerdo con las características e intereses comunes sobre la oferta de valor de la Fuerza se pudo establecer la siguiente estructura de agrupación:

Figura 14. Segmentación de usuarios FAC

Fuente: Elaboración Propia

Esta segmentación permitió agrupar, por un lado, a las instituciones públicas y entes de control que tienen un interés particular en la ejecución de los recursos, y emiten lineamientos o políticas que impactan directamente el direccionamiento estratégico y la identificación de controles para garantizar el máximo aprovechamiento de los mismos. Fueron agrupadas también todas las entidades o empresas que tienen un interés específico en los servicios aeronáuticos que presta la Fuerza, con quienes interactúa para fortalecer y/o mejorar esta habilidad organizacional. Asimismo, fueron identificados otros interesados, que en ocasiones solicitan información a la Fuerza en temas definidos, de modo que es necesario establecer herramientas claras para brindarles información oportuna.

Finalmente, se encuentra un grupo muy importante: la población, diferenciada entre la externa y la interna de la FAC; estos dos grupos tienen características muy particulares, diferentes a las de los demás grupos de valor, debido a que tienen una relación directa con el cumplimiento de la misión institucional de la FAC y el desarrollo de las operaciones que la Fuerza lleva a cabo en contribución a los fines del Estado, desde dos puntos de vista diferentes, pues los primeros se ven beneficiados por el desarrollo de estas, mientras que los segundos (funcionarios militares y civiles) intervienen directamente en su ejecución.

Para cada uno de estos segmentos y teniendo en cuenta las variables priorizadas, se describen brevemente algunos datos que evidencian la interacción de estos grupos de valor con la Fuerza Aérea.

Figura 16. Segmentación de individuos

| Segmento | Departamento | Actividad Económica | Raza - Etnia | Acceso a canales | Uso de canales | Conocimiento de la entidad | Lugares de encuentro | Eventos | Ayudas requeridas |
|-----------------|---|---|--|--|---|---|---|---|--|
| Población Civil | Se recibieron 1734 PQRS de 27 departamentos, el 76% son de Bogotá, Cundinamarca, Meta y Valle del Cauca | La entidad no cuenta con la información | La FAC llevo a cabo 97 actividades de acompañamiento, beneficiando a 4858 personas así: Afrodescendientes 1% , Campesinos 35%, Comunidades Indígenas 62%, Población civil 1% y Raizales 1% Las actividades desarrolladas con las comunidades étnicas corresponden a: Acercamiento con la población y | Presencial Telefónico línea directa Telefónico línea nacional Formulario web Correo electrónico | Presencial 18%, línea gratuita y línea directa 25%, correo electrónico 43% y plataforma WEB PQRSD 14% | De las PQRS recibidas se relacionan con 18 temas puntuales de la Fuerza de los cuales el 30% hacen referencia a aspectos de personal, el 15% a la prestación del servicio militar, el 13% con los cursos de incorporación y finalmente hay un 12% | La Fuerza Aérea estableció 16 puntos de encuentro fijos a nivel nacional para satisfacer los requerimientos de la población denominados Oficina de Atención y Orientación Ciudadana | Los lugares en que mayor contacto se alcanza con la población son: Ferias de servicio al ciudadano, visitas protocolarias, seminarios, almuerzos protocolarios, celebraciones eucarísticas, ferias, aniversarios y ceremonias militares. | De acuerdo a las 233 encuestas de satisfacción evaluadas por los ciudadanos la calidad de información es la característica principal del servicio ofrecido por la FAC. |

| Segmento | Departamento | Actividad Económica | Raza - Etnia | Acceso a canales | Uso de canales | Conocimiento de la entidad | Lugares de encuentro | Eventos | Ayudas requeridas |
|------------------|---|---|--|--|--|----------------------------|----------------------|--|---|
| Personal Directo | De las 9.290 personas de la población analizada el 46% son del departamento de Cundinamarca, 6.57% del Valle del Cauca, 6.50% de Tolima y 5.67% de Boyacá | En cuanto la actividad económica todos son empleados públicos o funcionarios de la Fuerza Aérea | De los 13.362 miembros (militares y civiles) de la FAC 32 son de origen Raizal lo que corresponde a un 0.34% del total de la población | Presencial Telefónico línea directa Telefónico línea nacional Formulario web Correo electrónico Instrumentos y acompañamiento a través de la Jefatura de Familia y Bienestar Social | El personal que diligenció la ficha de caracterización fue de 5.913 funcionarios que corresponden al 61% de la población total de la FAC, entre oficiales, suboficiales y personal civil | N/A | N/A | La Fuerza cuenta con diferentes espacios que le permiten a su población interna interactuar y satisfacer requerimientos y/o necesidades: espacios propiciados por la Jefatura de Familia y el Comando de Personal y demás unidades adscritas | Teniendo en cuenta la encuesta desarrollada al interior de la FAC se pudo establecer: para los oficiales los temas de interés corresponden en un 82% en temas de prevención de infidelidad y maltrato infantil, seguido en un 18% por tratar temas frente a la prevención de violencia. En cuanto a los recursos financieros, un 27% manifestó interés, mientras que un 28% está interesado en temas relacionados en mantener relaciones a distancia. |

Fuente: Elaboración propia con base en talleres.

Figura 17. Segmentación de entidades y empresas

| Grupos de valor | Segmento | Cobertura Geográfica | Ubicación principal | Dispersión (Nacional, Departamental, Municipal) | Tipo de organización | Sector |
|--|------------------------------|---|----------------------------|---|--|-------------------------------|
| Instituciones Públicas de orden Nacional | Direccionamiento estratégico | la FAC llevó a cabo cuatro convenios con el Ministerio de Minas y Energía, Catastro, Banco de la República y la Universidad del Valle | Bogotá | A nivel Nacional, Departamental y Municipal | Pública | Servicios |
| Entes de control | | La FAC a tenido que consolidar información de la gestión desarrollada a Nacional para presentarla a la Contraloría General de la República y la Procuraduría General de la Nación en las ocasiones en que lo ha solicitado | Bogotá | A nivel Nacional, Departamental y Municipal | Pública | Servicios |
| Fuerza pública | Aeronautica | La FAC llevó a cabo 27.621 operaciones a nivel nacional en apoyo a otras Fuerzas relacionadas con transporte aéreo de carga o personal 55%, inteligencia aérea 22%, comando y control 15% y en cuanto a recuperación de personal en el área de operaciones 4% | Bogotá | Nacional | Pública | Servicios (Defensa) |
| Proveedores | | La FAC llevo a cabo 1507 procesos de contratación de los cuales el 94% fueron con proveedores Nacionales y el 6% Internacionales. | Nacionales Internacionales | Nacionales Internacionales | Privado 92% y el Público 1% De los proveedores nacionales el 98% corresponden a una organización Individual, 1% a un Consorcio y 0,5% a una Unión temporal Los proveedores internacionales son de carácter privado en su totalidad | Primario Industrial Servicios |

| Grupos de valor | Segmento | Cobertura Geográfica | Ubicación principal | Dispersión (Nacional, Departamental, Municipal) | Tipo de organización | Sector |
|--|-------------------|---|--|---|---|------------------|
| Gremios y entidades aeroespaciales | | La FAC llevo a cabo desde enero a junio 16 actividades de las cuales 2 fueron Internacionales (Copuos - Fuerza Aérea de Brasil) y las 14 Nacionales | Nacional Boyacá - Velásquez, Antioquia - Rionegro, Valle del Cauca - Cali y Bogotá Internacional: Austria - Viena, Brasil - Brasilia y Alcántara. | Nacional Internacional | Privado 10% - Público 90% Fuerza Aérea de Brasil - Universidades (Universidad Pontificia Bolivariana - Escuela de Ingenieros - Universidad de los Andes - Universidad de Antioquia) - Comisión sobre la Utilización del Espacio Ultraterrestre con Fines Pacíficos (Copuos) - Comisión Colombiana del Espacio (Gobierno) | Servicios |
| Fuerzas de otros países y organismos internacionales | | La FAC llevó a cabo 1.510 actividades con 61 países: de los cuales 22 países (36%) se realizaron en el continente americano. | USAF - USA, Santiago de Chile, Antártica (Chile), Brasilia, Sao Paulo, Manaus (Brasil), Lima, Iquitos (Perú), Quito (Ecuador), Toronto, Quebec (Canadá), República Dominicana, Guatemala, Tegucigalpa (Honduras), Buenos Aires (Argentina) | Internacionales | Las Organizaciones en su totalidad son Fuerzas Armadas de otros países, por lo tanto, son públicas | Servicios |
| Organizaciones sociales | Otros interesados | A la fecha la FAC recibió una solicitud de acompañamiento en la Ruta Metodológica contra las muertes | Bogotá - Colombia | Nacional | Privada | Servicios - DDHH |

| Grupos de valor | Segmento | Cobertura Geográfica | Ubicación principal | Dispersión (Nacional, Departamental, Municipal) | Tipo de organización | Sector |
|------------------------|----------|--|---|---|---|-----------|
| | | selectivas y amenazas de líderes y defensores de derechos humanos a través de una ONG Internacional | | | | |
| Medios de comunicación | | La FAC a través de sus Unidades Militares Aéreas y Prensa emplea 360 entidades a nivel nacional e internacional de las cuales el 30% son medios digitales como paginas web, el 29% son radiofónicos - emisoras y el 19% audiovisuales – televisión | En su mayoría tienen como ubicación principal Bogotá, Villavicencio, La guajira y Magdalena A nivel internacional están en España, Estados Unidos, Francia, Inglaterra, Italia, Perú y Rusia | Nacionales Internacionales | En un 97% son de naturaleza privada y el restante público | Servicios |

Fuente: Elaboración propia con base en talleres.

Como puede evidenciarse en las tablas anteriores, en el proceso de segmentación de usuarios se posibilita la identificación de algunas características de la población y las entidades interesadas en la información que genera la Fuerza.

A continuación, se presenta una descripción general de cada uno de los grupos de valor priorizados:

1. Población Civil: Como ya se mencionó, son los beneficiarios de la oferta de servicios de la FAC, contribuir al bienestar de los colombianos y al desarrollo de la nación. La principal herramienta con que la cuenta la Fuerza para interactuar con ellos es la Oficina de Atención y Orientación Ciudadana, así como las diferentes estrategias desarrolladas por ellos, el Departamento Estratégico Acción Integral y todo aquel que desarrolle actividades de acercamiento a la población civil, como parte del cumplimiento de la misión institucional.
2. Personal Directo: Hace referencia a la población de la Fuerza Aérea, es decir, al personal militar (Oficiales, Suboficiales, Cadetes/Alumnos y Soldados) y Personal Civil que contribuye de manera directa o indirecta en el desarrollo de actividades y/u operaciones que dan cumplimiento a la misión constitucional y posibilitan el logro de los objetivos y metas propuestas por el Ministerio de Defensa Nacional. Para facilitar la administración del talento humano se cuenta con el SIATH, herramienta que no solo facilita el desarrollo del proceso propio de la gestión del talento humano, sino que además permite establecer parámetros de clasificación e identificación que permitirán a largo plazo la generación de iniciativas diferenciales para el personal de la Fuerza.
3. Instituciones Públicas de Orden Nacional: Diferentes entes o instituciones de carácter nacional con los que la FAC interactúa de manera continúa para satisfacer sus requerimientos de los servicios que ofrece la Fuerza.

4. Entes de Control: Instituciones que vigilan o supervisan el empleo de los recursos y el cumplimiento de las normas vigentes. Al ser parte de las entidades del Estado, la FAC debe generar reportes constantes a los entes de control cuando estos sean requeridos, de manera que estas instituciones puedan tener claridad frente a la gestión institucional.
5. Fuerza Pública: Compuesta en forma exclusiva por las Fuerzas Militares (Ejército, Fuerza Aérea, Armada) y la Policía Nacional para defender la independencia nacional y las instituciones públicas. Al tener una misión compartida, debe interactuar de manera constante con las demás Fuerzas, aportando los servicios diferenciales que brinda la FAC dada su naturaleza particular y su misionalidad.
6. Proveedores: Responsables de suministrar o facilitar las herramientas, materiales y equipos necesarios para cumplir con la misión de la FAC. En virtud de su relevancia para el cumplimiento de la misión, la Institución tiene una relación constante con proveedores tanto nacionales como internacionales, que permite contar con los repuestos requeridos por las aeronaves, helicópteros y equipos aeronáuticos, con equipo de campaña, papelería y otros productos de carácter administrativo o servicios requeridos para desarrollar actividades asociadas al desarrollo de los procesos institucionales de la Fuerza.
7. Gremios y Entidades Aeroespaciales: Asociados a la misión de la Fuerza de reconocimiento, protección y control del espacio aéreo. La FAC debe interactuar de manera constante con otras entidades que poseen misiones similares y/o complementarias a la de la Fuerza en este ámbito, como la Aeronáutica Civil, la Asociación de Transporte Aéreo en Colombia – ATAC, la Asociación de Transporte Aéreo Internacional – IATA, y otras agremiaciones aeronáuticas, a fin de establecer en conjunto políticas y estrategias que faciliten el aprovechamiento del espacio aéreo del país y la definición de estándares de seguridad aérea.
8. Fuerzas de Otros Países y Organismos Internacionales: Con el fin de adquirir nuevos conocimientos, desarrollar capacidades que le permitan operar en el marco del cumplimiento de estándares internacionales o compartir habilidades y/o experiencias adquiridas en el desarrollo del conflicto armado, la Fuerza Aérea interactúa con fuerzas de otros países en ejercicios de diferente naturaleza.
9. Organizaciones Sociales: Grupos de ciudadanos asociados en virtud de objetivos comunes. Teniendo en cuenta que la FAC es una entidad de nivel nacional perteneciente al Ministerio de Defensa, que desarrolla actividades en pro de la población civil y protección de los fines del Estado, es constantemente requerida por organizaciones sociales para que preste apoyo o brinde información relevante para defender los intereses de los ciudadanos o velar por los derechos de la comunidad.

10. Medios de Comunicación: Para la Fuerza Aérea, es importante mantener informados a los ciudadanos y demás interesados en la ejecución de tareas y/ actividades relacionadas con el cumplimiento de su misión; responder a los requerimientos de información de la ciudadanía a través del empleo o aprovechamiento de los medios de comunicación le permite acercarse de manera más rápida y con un alcance masivo, haciendo más efectiva la interacción.

1.3. Resultados de la caracterización de usuarios

El ejercicio de caracterización de la Fuerza Aérea está enfocado en la identificación y caracterización de ciudadanos, usuarios y grupos de interés, así como en la visualización de variables relevantes, con el fin de establecer ciertos criterios, tales como características especiales, necesidades, intereses, expectativas y preferencias. Esto permitirá en el mediano plazo mejorar, modificar o crear productos y/o servicios para satisfacer sus requerimientos e implementar las medidas pertinentes en los procesos internos, para facilitar el acceso a la información y lograr una comunicación más fluida y eficiente entre las Institución y los usuarios.

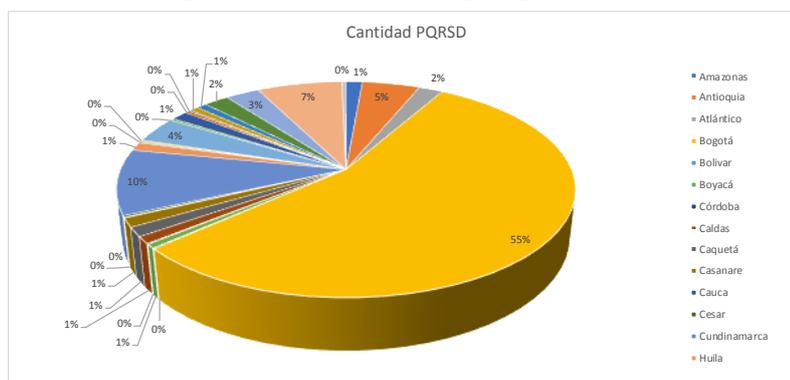
A continuación, se presenta el análisis de los datos recolectados por las diferentes bases de datos y dependencias de la Fuerza, que facilitan la identificación de los segmentos y grupos de valor y permiten entender el motivo de interacción con la entidad.

1. Población civil

Las oficinas de atención y orientación ciudadana de la FAC, son el canal óptimo de comunicación entre la Ciudadanía y la Fuerza Aérea Colombiana porque tienen como propósito atender todas las peticiones, quejas, reclamos, solicitudes, denuncias y felicitaciones/agradecimientos (PQRSDF). En el marco del desarrollo del ejercicio se toman como insumo las 1.734 PQRSDF radicadas desde el 01 de enero al 31 de diciembre de 2018, obteniendo los siguientes resultados por cada una de las variables identificadas:

a. Geográficas – Departamento

Figura 15. Ubicación geográfica PQRSDF



Fuente: Elaboración propia con información de FAC.

De acuerdo con la información obtenida y representada en la **Figura 15**, se puede evidenciar que la mayor cantidad de usuarios que solicitaron información a través de las Oficinas de Atención y Orientación Ciudadana, se encuentra ubicados en la ciudad de Bogotá con un 55%, seguido de Cundinamarca, Valle del Cauca y Meta con el 10%, 7% y 4% respectivamente.

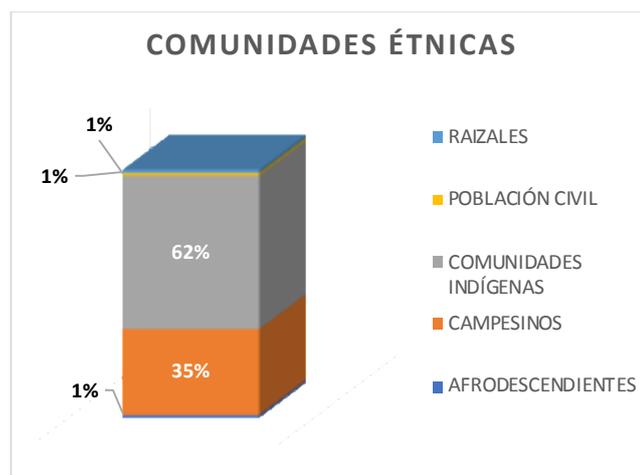
b. Actividad Económica

En este primer ejercicio no se tuvo acceso a datos relacionados con esta variable que permitieran realizar un análisis. En ese sentido, se recomienda tener en cuenta esta variable de clasificación vinculada a los mecanismos de recolección de información de la Oficina Atención y Orientación Ciudadana OFAOC.

c. Raza – Etnia

De acuerdo con la información suministrada por el Departamento Estratégico Acción Integral – DESAI, se realizaron noventa y siete (97) operaciones de sensibilización y acompañamiento a la comunidad, de la cuales 60 corresponden a acercamiento con la población y liderazgo comunitario, 33 a Jornadas de apoyo al Desarrollo y reuniones de Centro de coordinación comunitaria. En el marco de estas operaciones fueron identificadas las siguientes comunidades étnicas con las cuales la FAC tiene interacción en diferentes zonas del país:

Figura 16. Comunidades Étnicas atendidas por la FAC



Fuente: Elaboración propia con información de FAC.

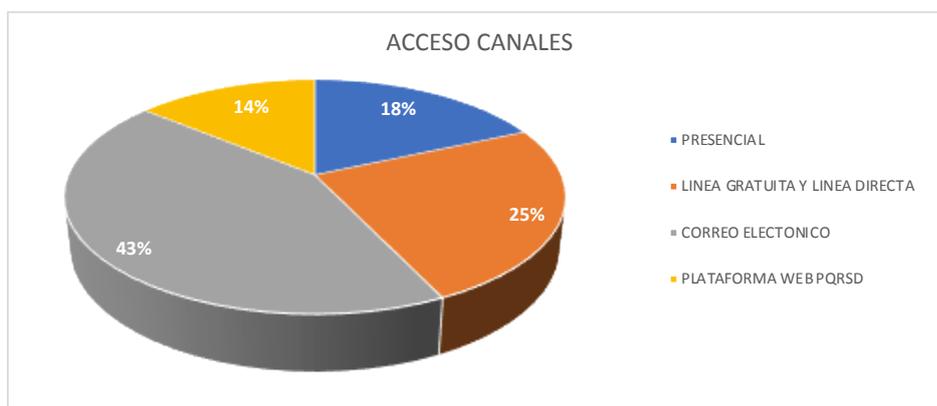
El 62% de la población apoyada corresponde a comunidades indígenas como los Je'eruriwa y los Yucuna ubicada en el municipio de Medina (Cundinamarca), los U'wa en Sacama (Casanare), Sikuaní en Puerto

Carreño (Vichada), los Wayuu en la Ranchería Ichiyein (Guajira), y otros del Amazonas, Meta, Caldas, Cauca Guainía, etc. Para atender este tipo de población la FAC cuenta con personal que domina los diferentes dialectos. Por su parte, la población campesina alcanza un 35%.

d. Acceso a canales

Los canales de comunicación dispuestos por la FAC para interactuar con la ciudadanía son:

Figura 17. Canales de comunicación FAC

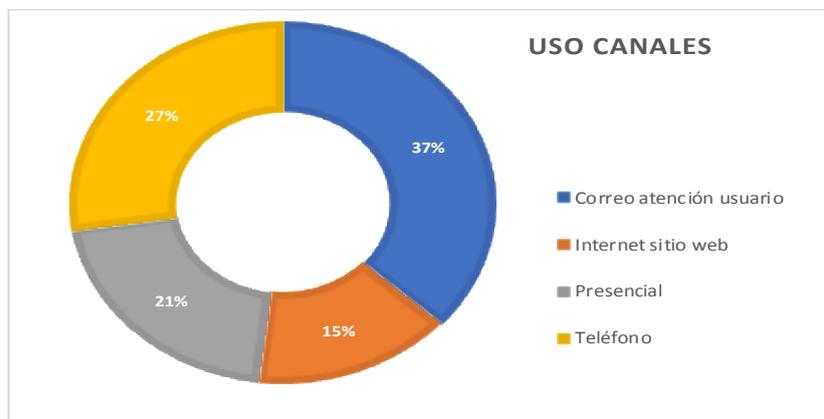


Fuente: Elaboración propia con información de FAC

Teniendo en cuenta la gráfica anterior, se puede afirmar que el 43% de la población atendida, la mayoría, emplea el correo electrónico institucional, el 14% usa la plataforma web PQRSD <https://www.fac.mil.co/escr%C3%ADbanos-o-consulte-su-solicitud-pqrdsd>, y solo el 18% se acerca a cualquiera de las 16 oficinas de atención y orientación ciudadana ubicadas en diferentes ciudades del país.

e. Uso de canales

En alineación con los datos expuestos en la Figura 17, se puede observar el comportamiento de las PQRSD frente a esos canales, es decir, la preferencia de la ciudadanía a la hora de comunicarse o solicitar información de la Fuerza, tal como se puede observar en la siguiente figura:

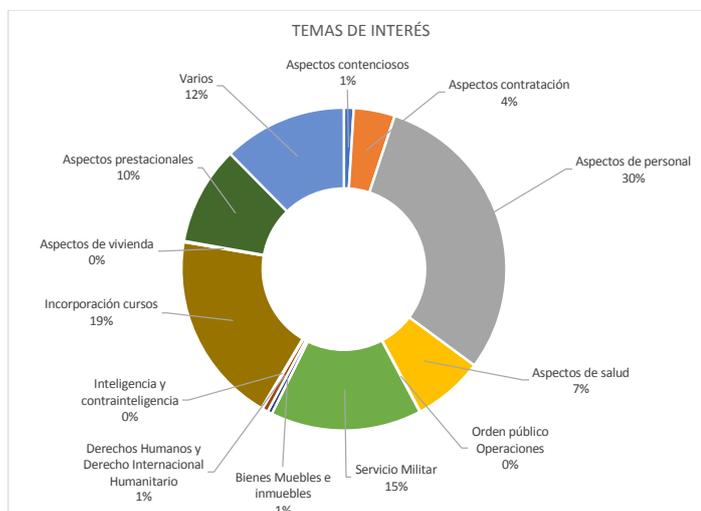
Figura 18. Uso de los canales de atención

Fuente: Elaboración propia con información de FAC

Teniendo en cuenta las 1.734 PQRSDf atendidas, 1510 correspondieron a peticiones, 182 a quejas, 10 a reclamos, 4 a sugerencias y 28 a denuncias. De ellas, el 37%, es decir 636, fueron realizadas a través del correo de la entidad, seguido por la comunicación vía telefónica, con un 27%. Esta información es relevante para la Fuerza, teniendo en cuenta que debe desarrollar estrategias para fortalecer la comunicación a través del correo institucional, velando siempre por brindar información oportuna y veraz a la población civil, en virtud de los requerimientos de información evidenciados.

Estos datos llevan a la desagregación de la siguiente variable, que consiste en identificar los temas de interés para la población civil:

f. Conocimiento de la entidad

Figura 19. Temas interés población civil

Fuente: Elaboración propia con información de FAC

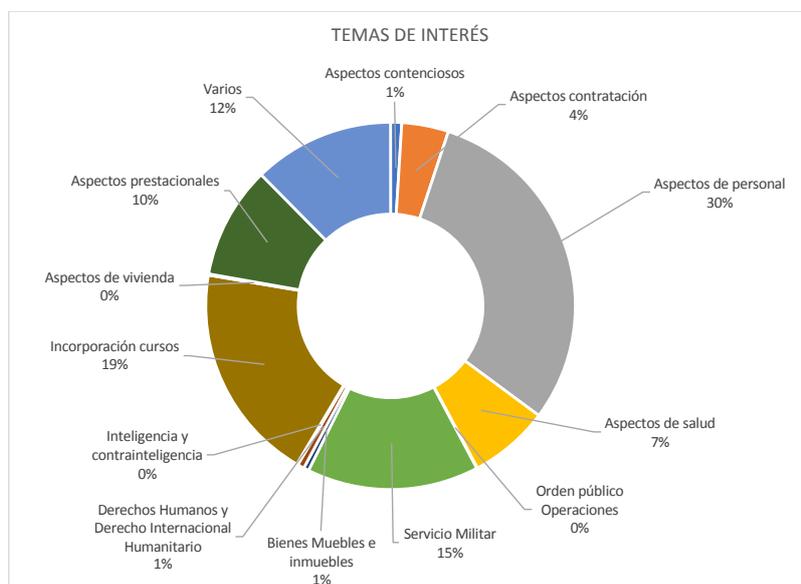
Como puede evidenciarse en la gráfica anterior, los aspectos de personal ocupan la mayor parte de la atención, con un porcentaje del 30%, seguido con un 19% por los cursos o procesos de incorporación que ofrece la FAC.

Teniendo en cuenta las 1.734 PQRSDf atendidas, 1510 correspondieron a peticiones, 182 a quejas, 10 a reclamos, 4 a sugerencias y 28 a denuncias. De ellas, el 37%, es decir 636, fueron realizadas a través del correo de la entidad, seguido por la comunicación vía telefónica, con un 27%. Esta información es relevante para la Fuerza, teniendo en cuenta que debe desarrollar estrategias para fortalecer la comunicación a través del correo institucional, velando siempre por brindar información oportuna y veraz a la población civil, en virtud de los requerimientos de información evidenciados.

Estos datos llevan a la desagregación de la siguiente variable, que consiste en identificar los temas de interés para la población civil:

g. Conocimiento de la entidad

Figura 20. Temas interés población civil



Fuente: Elaboración propia con información de FAC

Como puede evidenciarse en la gráfica anterior, los aspectos de personal ocupan la mayor parte de la atención, con un porcentaje del 30%, seguido con un 19% por los cursos o procesos de incorporación que ofrece la FAC.

h. Lugares de encuentro

Como se mencionó anteriormente, la Fuerza Aérea cuenta con 16 oficinas

Figura 21. Lugares de encuentro FAC y población civil

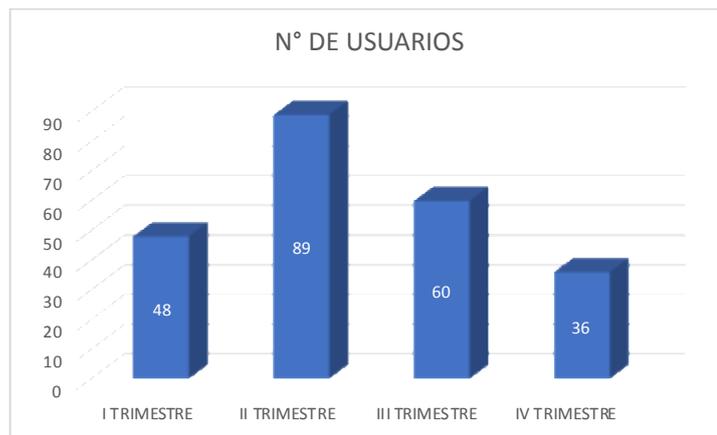
| DEPARTAMENTO | MUNICIPIO | DIRECCIÓN/ UNIDAD | TELÉFONO | CORREO ELECTRÓNICO | HORARIO DE ATENCIÓN |
|---------------|--------------|---|--|---|--|
| Bogotá D.C | Cundinamarca | OFAOC BOGOTA Carrera 45 No. 58A 56 | Línea gratuita 018000 115010 PBX (1) 3159800 Ext. 1277-1282 | atencionusuario@fac.mil.co | Lunes a Viernes 07:30 am a 12:30 pm- 01:30 pm a 04:30 pm |
| Puerto Salgar | Cundinamarca | CACOM-1 (Comando Aéreo de Combate No.1) Base Aérea "Capitán Germán Olano" Palanquero Km 1 Autopista Bogotá-Medellín | PBX (6)8399126 Ext. 1090-1095- 1097 | atencionciudadanacacom1@fac. mil.co | Lunes a jueves 06:30 a 12:30 y 14:00 a 16:00 y jueves y viernes 06:30 a 16:30 |
| Villavicencio | Meta | CACOM-2 Comando Aéreo de Combate No.2 Apiay Meta Kilómetro 7 Puerto López Vereda Apiay | PBX (2) 6616412 Ext. 1090 -1095 | oficinadeatencionciudadanacaco m2@fac.mil.co | Lunes a Viernes 07:30 am a 16:30 am |
| Malambo | Atlántico | CACOM-3 Comando Aéreo de Combate No.3 /Ubicada en el kilómetro 3 Vía Malambo. | PBX (5)3678550 Ext. 1090-1426 | atencionciudadanacac@fac.mil.c o | Lunes a Viernes 07:30 am a 12:00 pm y 01:00 pm a 4:30 pm |
| Melgar | Tolima | CACOM-4 Comando Aéreo de Combate No.4 "TC. LUIS F. Pinto" / Ubicada en el Kilómetro 1 Vía Melgar- Bogotá | PBX (8) 2450534 Ext. 1090-1091 | atencionciudadana.cacom4@fac .mil.co | Lunes a Viernes 07:30 a 12:00 pm y 01:00 pm a 04:30pm |
| Rionegro | Antioquia | CACOM-5 Comando Aéreo de Combate No.5 / Vereda La Bodega-Base Aérea en predios del Aeropuerto de Rionegro. | PBX (4) 5352300 Ext. 1090- 1140 | atencionciudadana.cacom5@fac .mil.co | Lunes a Viernes 07:30 a 12:00 pm y 13:00 pm a 16:30pm |
| Tres Esquinas | Caquetá | CACOM-6 Base Aérea Capitán Ernesto Esquerri Cubides/ Solano - Caquetá | PBX (8)-3153700 Ext. 1000-1090- 1091 | atencionciudadanac6@fac.mil.co | Lunes a Viernes de 07:30 am a 04:30pm / Jornada continua |
| Cali | Valle | CACOM-7 Comando Aéreo de Combate No.7 Base Aérea Marco Fidel Suarez/ Carrera 8 No 58-67 | PBX (2) 4881000 Ext. 1021 | atencionciudadanac7@emavi.ed u.co | Lunes a Viernes de 07:30 am a 04:30pm / Jornada continua |

| DEPARTAMENTO | MUNICIPIO | DIRECCIÓN/ UNIDAD | TELÉFONO | CORREO ELECTRÓNICO | HORARIO DE ATENCIÓN |
|-----------------------|--------------|--|---|--|---|
| Cali | Valle | EMAVI Escuela Militar de Aviación "Marco Fidel Suárez"/ Cra. 8 #58-67, Cali, Valle del Cauca | PBX (2) 4881000 Ext. 1135 | atencionciudadana@emavi.edu.co | Lunes a Viernes de 07:00 am a 01:00 pm y 02:00 pm a 04:00pm |
| Madrid | Cundinamarca | ESUFA-Escuela de Suboficiales FAC CT. Andrés M. Díaz./ Carrera 5 No. 2-92 Sur. | PBX (1) 8209124 Ext- 1000 -1090 - 1145 -1025 8209124 | atencionciudadana@esufa.edu.co | Lunes a Viernes de 07:30 am a 12:00 pm y 13:30 pm a 16:30 pm |
| San Andrés Islas | Providencia | GACAR Grupo Aéreo del Caribe/ Avenida Colón, Vía Aeropuerto | PBX (8) 5123274 Ext. 1196 | atencionciudadana.gacar@fac.mil.co | Lunes a Viernes de 07:30 am a 12:00 pm y 13:30 a 17:30 pm |
| Yopal | Casanare | GACAS Grupo Aéreo del Casanare/ Yopal- Casanare Calle 40 No 20-19 | PBX (8) 6354496 Ext. 1090-1145 | oac.gacas@fac.mil.co | Lunes a Viernes de 07:30 am a 04:30 pm Jornada Continua |
| Leticia | Amazonas | GAAMA Grupo Aéreo del Amazonas/ Kilómetro 3 antigua vía Leticia Tarapacá | PBX (8) 5925251 Ext. 1255 - 1256 - 1250 | atencionciudadana.gaama@fac.mil.co | Lunes a jueves 08:00 a 12:00 y 14:00 a 16:30 y viernes 07:00 a 12:00 y 14:16:30 |
| Marandúa | Vichada | GAORI Grupo Aéreo del Oriente/ Marandúa, Vichada | PBX (8) 2660546 Ext. 1155 | atencionciudadanagaori@fac.mil.co | Lunes a Viernes de 07:30 am a 12:00 pm y 1:30 06:00 pm |
| Bogotá | Cundinamarca | CATAM Comando Aéreo de Transporte Militar/ Calle 26 Avenida el Dorado | PBX (01) 4397800 Ext. 1090-1166 | atencionciudadanacatam@fac.mil.co | Lunes a Viernes de 07:30 am a 12:00pm y 02:00 pm a 04:30 pm |
| Madrid (Cundinamarca) | Cundinamarca | CAMAN Comando Aéreo de Mantenimiento/ Carrera 5 N° 2-91 sur | PBX (01) 8209040 Ext. 1090 - 1145 | atencionciudadanacaman@fac.mil.co | Lunes a Viernes de 07:30 am a 12:00pm y 01:00 pm a 04:30 pm |

Fuente: Elaboración propia

i. Beneficios

La Fuerza Aérea pudo consolidar para el año 2018, 233 encuestas de satisfacción diligenciadas por los ciudadanos, cuyas preguntas tenían relación con la calidad del servicio y el nivel de satisfacción frente a la información recibida por parte de la Institución, Esta variable obtuvo una calificación de 4,9 sobre 5. En la siguiente figura se ilustra el resultado de la aplicación de las encuestas de manera trimestral.

Figura 22. Encuestas de satisfacción recibidas de la población civil

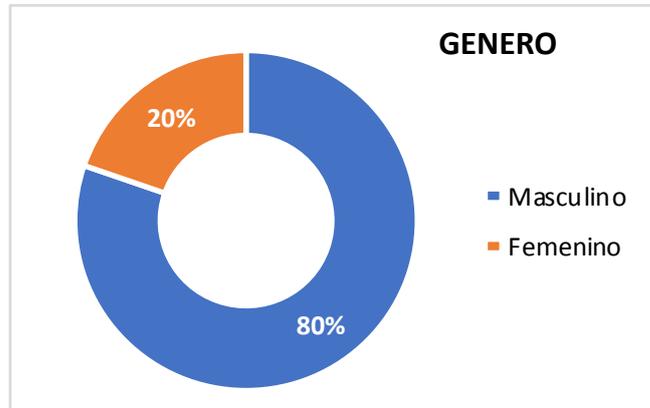
Fuente: Elaboración propia con información de FAC

2. Personal Directo

De acuerdo con la información suministrada por el Comando de Personal – COP extraída a través del Sistema de Información del Talento Humano – SIATH, la población a 03 de Septiembre de 2019 de la FAC es de 13.362 personas, de las cuales 2.792 son Oficiales, 3.834 Suboficiales, 792 Cadetes/Alumnos, 3.280 Soldados y 2.664 son Civiles. Para efectos del presente análisis se empleó la información del personal de oficiales, suboficiales y civiles, teniendo en cuenta que los datos la población de soldados, cadetes y/o alumnos es muy variable.

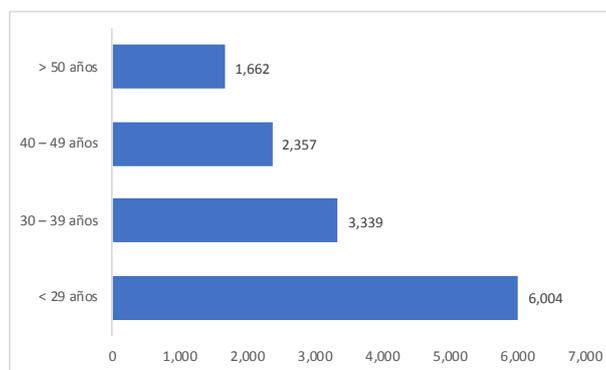
Figura 23. Distribución población FAC por categoría

Fuente: Elaboración propia con información de FAC

Figura 24. Género personal de la Fuerza

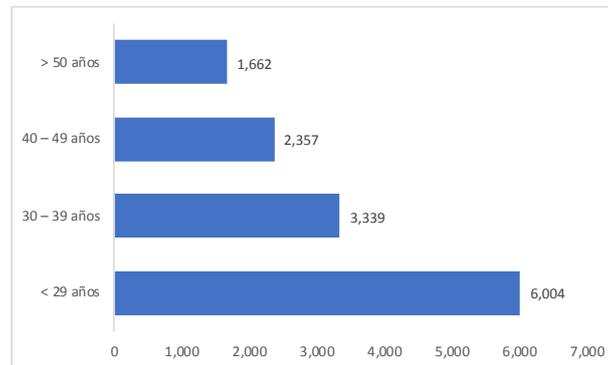
Fuente: Elaboración propia con información de FAC

En cuanto al género del personal que hace parte de la Fuerza, se puede afirmar que 10.722 son hombres y 2.640 son mujeres. Al identificar la población por grupos etarios se pueden obtener los siguientes datos: el 45% de la población de la FAC es menor de 29 años, el 25% está entre los 30 y 39 años, el 18% está representado en personas entre los 40 y 49 años, y sólo el 12% es mayor de 50 años.

Figura 25. Grupos etarios

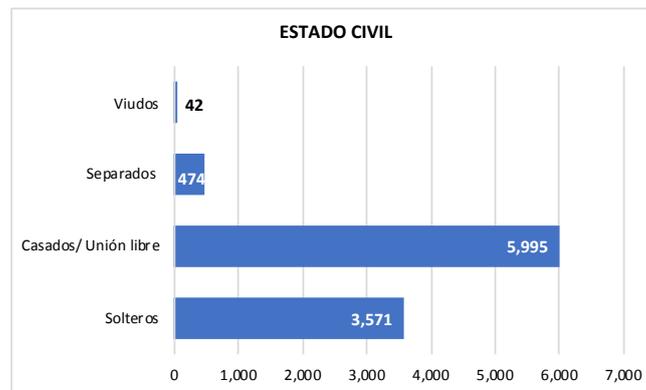
Fuente: Elaboración propia con información de FAC

En cuanto al género del personal que hace parte de la Fuerza, se puede afirmar que 10.722 son hombres y 2.640 son mujeres. Al identificar la población por grupos etarios se pueden obtener los siguientes datos: el 45% de la población de la FAC es menor de 29 años, el 25% está entre los 30 y 39 años, el 18% está representado en personas entre los 40 y 49 años, y sólo el 12% es mayor de 50 años.

Figura 26. Grupos etarios

Fuente: Elaboración propia con información de FAC

Al analizar el estado civil de la población, se puede afirmar que el 59% están casados o en unión libre, tal como se observa en la siguiente gráfica.

Figura 27. Estado Civil

Fuente: Elaboración Propia con Información de FAC

De forma complementaria, la Jefatura de Familia y Bienestar Social generó una ficha de caracterización familiar, instrumento que permite ampliar el conocimiento acerca de las características de las familias al interior de la Fuerza. El total del personal que diligenció la ficha de caracterización fue de 5.913 funcionarios que corresponden al 61%

de la población total de la FAC, entre oficiales, suboficiales y personal civil².

Dentro de los resultados obtenidos se pudieron identificar los principales temas de interés en materia de familia, tanto el personal militar como civil. Los principales temas de interés por parte del personal de oficiales están relacionados en un 82% con prevención de infidelidad y maltrato infantil; el 28% está interesado en mantener relaciones afectivas a distancia, el 27% en el aprovechamiento de los recursos financieros y, finalmente, un 18% en temas de prevención de la violencia.

Por otro lado, en cuanto al personal de suboficiales, la ficha fue diligenciada por el 74.7% de la población, y se destaca que más del 55% de la población está interesada en adquirir información adicional frente al aprovechamiento de los recursos financieros y la administración del tiempo en familia, de igual forma, este grupo demuestra interés en temas de relaciones y comunicación a distancia en un porcentaje de 50 y 45.7% respectivamente.

Finalmente, para los civiles de la Fuerza, los temas de mayor interés son: 98% administración del tiempo en familia, 56% administración de recursos financieros y 48% temas de comunicación.

3. Otros Segmentos

A nivel general se presentan algunos datos relevantes de otros actores o grupos de interés que interactúan con la Fuerza Aérea, relacionados con los tres segmentos identificados: direccionamiento estratégico, aeronáutica y otros interesados.

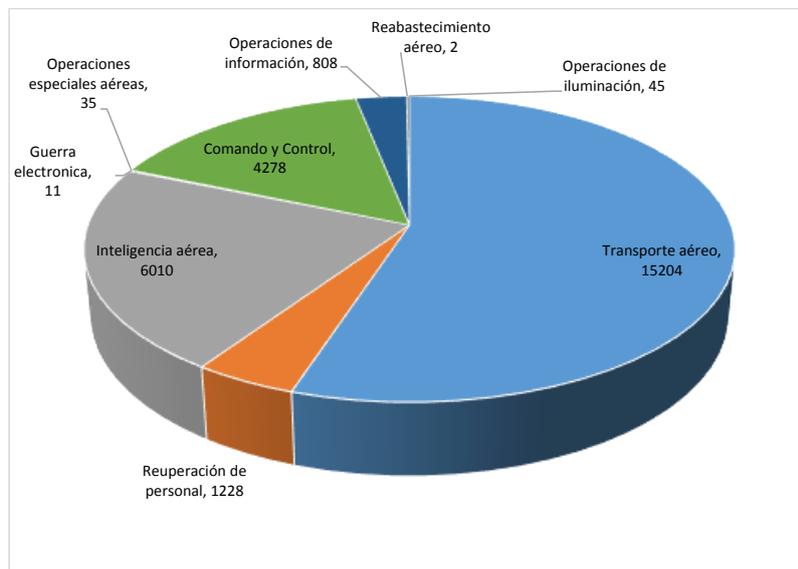
De acuerdo con información suministrada durante la ejecución de los talleres por la Subjefatura de Estado Mayor Estrategia y Planeación – SEMEP, para el año 2018 desde el nivel central se desarrollaron cuatro convenios con instituciones políticas de orden nacional, con el fin de coordinar esfuerzos técnicos, humanos, financieros, tecnológicos y logísticos en diferentes contextos. Con el Ministerio Minas y Energía para la identificación y georreferenciación de diferentes zonas del país en las que se desarrolla la explotación ilícita de oro y otros minerales. Con la Unidad Administrativa Especial de Catastro Distrital, para monitorear cambios en la ocupación del territorio con un alcance de 5000 hectáreas en Bogotá, mediante el uso de sensores remotos. Asimismo, con el Banco de la República para garantizar el servicio de transporte aéreo de valores en aeronaves de la FAC desde las ciudades donde el Banco cuenta con valores disponibles, hacia aeropuertos alternos civiles o militares cercanos. Y finalmente, con la Universidad del Valle, para el

² Fuente de información: encuesta de bienestar para plan de bienestar 2020 de Jefatura de Familia y Bienestar Social

desarrollo de las acciones de toma y suministro de imágenes de las áreas de interés requeridas para apoyar el cumplimiento de la misión asignada a la organización. En todos los casos, se lleva un control periódico (trimestral o semestral) a través del Comité técnico administrativo.

Otro de los grupos de valor identificados y priorizado es la Fuerza Pública. La FAC ha llevado a cabo una serie de operaciones de apoyo al desarrollo en actividades de las diferentes Fuerzas Militares y la Policía Nacional, los cuales se relacionan a continuación, en virtud de su impacto puntual en el segmento de la Aeronáutica.

Figura 28. Apoyo a la Fuerza Pública



Fuente: Elaboración Propia con Información de FAC

La FAC, con el fin de dar cumplimiento a algunos requerimientos de sus grupos de valor, prestó apoyo a las otras Fuerzas en el desarrollo de diferentes tipos de operaciones que incluyen el transporte del alto mando, de personal y carga, apoyo al desarrollo de operaciones de asalto aéreo, lanzamiento de paracaidistas y carga, búsqueda y rescate en combate, evacuación aeromédica, traslado aeromédico, vigilancia y reconocimiento técnico, vigilancia y reconocimiento visual, apoyo a la guerra electrónica, reabastecimiento en vuelo, reabastecimiento avanzado, entre otras.

A su vez, apoyó el cumplimiento de los fines del Estado y participó en programas de cooperación, desarrollando misiones de acción integral coordinada, en las que se adelantaron aproximadamente 352 operaciones, 861 para la recuperación de personal, como en el caso de la acción humanitaria, 1214 operaciones de transporte especial y 2334 de vigilancia, reconocimiento y atención en zonas especiales.

1.4. Conclusiones y recomendaciones frente a la identificación y caracterización de ciudadanos, usuarios y grupos de interés.

El ejercicio de caracterización de los grupos de valor le permite a la Institución identificar los grupos poblacionales, sus características, y otras variables que promueven decisiones más acertadas por parte del alto Mando, tendientes al mejoramiento continuo de los procesos institucionales.

Es por ello que, partiendo de este primer ejercicio de caracterización institucional, la Fuerza Aérea iniciará el desarrollo de iniciativas que le permitan mejorar la comunicación con sus usuarios, tanto internos como externos y, dependiendo del objetivo de la interacción, generar estrategias de fortalecimiento y acercamiento; por ejemplo: para las oficinas de atención al ciudadano y orientación al ciudadano es indispensable conocer rangos de edad, género, ubicación geográfica, entre otros, pues son características puntuales que le permiten identificar lenguaje, medios a emplear, etc. De igual manera, con la población interna, a través de la generación de estrategias que mantengan la moral de los integrantes de la Fuerza y el personal civil que apoya el cumplimiento de la misión.

Este ejercicio de revisión y análisis le permitirá a la FAC determinar de manera más eficiente las necesidades de sus usuarios, para que puedan ser satisfechas en el momento en que ellos lo soliciten y, asimismo, implementar acciones que promuevan el fortalecimiento de la confianza.

De manera particular, se advierte la necesidad de ampliar las variables de clasificación de la población, para poder establecer estrategias de comunicación especiales, en virtud de los rangos de edad e intereses particulares, entre otros. Por ejemplo, para la población indígena, es importante llegar a un nivel más específico de clasificación, con el fin de establecer cuáles son las principales estrategias que empleará la Fuerza para comunicarse con esta población, de acuerdo con su cultura, costumbres, idioma, etc.

A su vez, la encuesta de satisfacción aplicada de forma posterior a la prestación de servicios por parte de la Fuerza debe abarcar otros aspectos relevantes como la oportunidad de la respuesta, el tipo de atención que se espera recibir, la amabilidad del personal, la cobertura o accesibilidad de la información, elementos que actualmente son difíciles de determinar, así como otras variables que faciliten la identificación de estrategias de interacción enfocadas en mejorar la satisfacción con respecto al servicio prestado.

Con el fin de fortalecer nuevos ejercicios de caracterización, se recomienda generar estrategias para la gestión de información, con apoyo en el empleo de bases de datos que soporten la interacción de la Fuerza con sus grupos de interés, aportando información de las características de los interesados, el tipo de requerimientos y el trámite o acción adelantada, de manera que se pueda brindar la información solicitada, de manera oportuna. En paralelo, se

hace necesario un mayor aprovechamiento de las herramientas de información existentes, efectuando análisis periódicos en el marco del desarrollo de los procesos institucionales, con el fin de establecer iniciativas más asertivas, que satisfagan las necesidades actuales de la población interna y externa, relacionada con la solicitud de información, servicios, capacitación, puntos de interacción, etc.

La caracterización le servirá a la Fuerza como insumo para el diseño del plan estratégico de comunicaciones, el plan de participación ciudadana, la estrategia de rendición de cuentas, las acciones de mejora en la oferta de valor, el plan anticorrupción, los canales de servicio al ciudadano, y aportará a la construcción de instrumentos como el plan de moral y bienestar, que permitan elevar la moral de los funcionarios de la Fuerza y promuevan su bienestar y el de su núcleo familiar.

En conclusión, con este ejercicio de caracterización de usuarios o grupos de interés se identificaron los grupos y sus necesidades y/o requerimientos de información, así como el acompañamiento que puede desarrollar la FAC desde el cumplimiento de su misión institucional, lo que servirá de base fundamental para adelantar estrategias internas que permitan o faciliten la interacción de estos con la Institución, de acuerdo con sus intereses particulares.

El ejercicio se fortalece con la aplicación de un proceso participativo, el cual fue adelantado para enriquecer la construcción del Plan Estratégico Institucional. La información obtenida a través de la aplicación de las encuestas, permitirá la Fuerza podrá priorizar las necesidades o requerimientos de clientes e interesados de nivel interno y externo.

Figura 29. Intereses, Expectativas y Preferencias

| Grupo de Valor | Características generales | Intereses y expectativas | Preferencias |
|-----------------|---|---|--|
| Población Civil | <p>Teniendo en cuenta las PQRS recibidas el 76% están ubicados en las ciudades de Bogotá, Cundinamarca, Meta y Valle del Cauca</p> <p>Beneficiados actividades desarrolladas por la FAC Afrodescendientes 1% , Campesinos 35%, Comunidades Indígenas 62%, Población civil 1% y Raizales 1%</p> <p>Emplean medios de atención Presencial 18%, línea gratuita y línea directa 25%, correo electrónico 43% y plataforma WEB PQRS 14%</p> | <p>De las PQRS recibidas se relacionan con 18 temas puntuales de la Fuerza de los cuales el 30% hacen referencia a aspectos de personal, el 15% a la prestación del servicio militar, el 13% con los cursos de incorporación y finalmente hay un 12% de temas varios.</p> | <p>Participar en actividades de apoyo y desarrollo encaminadas a mejorar el nivel de vida de las comunidades vulnerables.</p> <p>Continuar desarrollando las mejores prácticas hacia una gestión pública eficiente y transparente.</p> |

| Grupo de Valor | Características generales | Intereses y expectativas | Preferencias |
|--|---|---|--|
| Personal Directo | Personal de la FAC 13.362, de las cuales 2.792 son Oficiales, 3.834 Suboficiales, 792 Cadetes/Alumnos, 3.280 Soldados y 2.664 son Civiles. | Temas de interés a nivel familiar corresponden en un 82% en temas de prevención de infidelidad y maltrato infantil, seguido en un 18% por tratar temas frente a la prevención de violencia. En cuanto a los recursos financieros, un 27% manifestó interés, mientras que un 28% está interesado en temas relacionados en mantener relaciones a distancia. | Fortalecer la infraestructura y equipos para disuadir o enfrentar cualquier agresión o amenaza de origen internacional que atente contra la integridad del país. Fortalecer la infraestructura y equipos para disuadir o enfrentar cualquier agresión o amenaza de origen interno que atente contra la integridad del país. Fortalecer la inteligencia de la Fuerza Aérea para proteger la integridad y soberanía de la Nación. |
| | De las 9.290 personas de la población analizada el 46% son del departamento de Cundinamarca, 6.57% del Valle del Cauca, 6.50% de Tolima y 5.67% de Boyacá | | |
| Instituciones Públicas de orden Nacional | A nivel Nacional, Departamental y Municipal | Convenios Oferta de valor Servicios | Fortalecer la infraestructura y equipos para disuadir o enfrentar cualquier agresión o amenaza de origen internacional que atente contra la integridad del país. Fortalecer la infraestructura y equipos para disuadir o enfrentar cualquier agresión o amenaza de origen interno que atente contra la integridad del país. Fortalecer la inteligencia de la Fuerza Aérea para proteger la integridad y soberanía de la Nación. Liderar la Aviación de la Fuerza Pública para fortalecer la seguridad aérea y las coordinaciones interinstitucionales. |
| Entes de control | A nivel Nacional, Departamental y Municipal | Aprovechamiento de los recursos humanos, materiales y presupuestales asignados a la fuerza Cumplimiento de la normatividad legal vigente | Continuar desarrollando las mejores prácticas hacia una gestión pública eficiente y transparente. |
| Fuerza pública | Ejército Nacional Armada Nacional Policía Nacional | Apoyo a otras Fuerzas relacionadas con transporte aéreo de carga o personal 55%, inteligencia aérea 22%, comando y control 15% y en cuanto a recuperación de personal en el área de operaciones 4% | Contribuir y apoyar en la gestión del riesgo de desastres a las autoridades civiles y al Sistema Nacional de Gestión del Riesgo de Desastres. Fortalecer la cooperación internacional y profundizar el trabajo con las Fuerzas Militares y de Policía de otros países para contribuir a la Seguridad, Defensa y demás fines del Estado. Participar activamente en misiones internacionales que contribuyan a la protección de los recursos naturales. Participar en actividades con autoridades ambientales y judiciales para preservar los recursos naturales. |
| Proveedores | Nacionales Internacionales Bienes y servicios | Suministro de bienes y servicios | Fortalecer los procesos de investigación, desarrollo e innovación (I+D+i) que aporten al crecimiento y desarrollo del país. Participar en actividades de apoyo y desarrollo encaminadas a mejorar el nivel de vida de las comunidades vulnerables. |
| Gremios y entidades aeroespaciales | | Empleo del espacio aéreo | Fortalecer la infraestructura y equipos para disuadir o enfrentar cualquier agresión o amenaza de origen internacional que atente contra la integridad del país. |

| Grupo de Valor | Características generales | Intereses y expectativas | Preferencias |
|--|---|---|---|
| | Nacionales Internacionales Públicas Privadas | | Fortalecer la infraestructura y equipos para disuadir o enfrentar cualquier agresión o amenaza de origen interno que atente contra la integridad del país. Fortalecer la inteligencia de la Fuerza Aérea para proteger la integridad y soberanía de la Nación. Liderar la Aviación de la Fuerza Pública para fortalecer la seguridad aérea y las coordinaciones interinstitucionales. |
| Fuerzas de otros países y organismos internacionales | Continente americano Públicos Privados | Ejercicios operacionales internacionales Desarrollo capacidades y/o experiencias adquiridas | Contribuir y apoyar en la gestión del riesgo de desastres a las autoridades civiles y al Sistema Nacional de Gestión del Riesgo de Desastres. Fortalecer la cooperación internacional y profundizar el trabajo con las Fuerzas Militares y de Policía de otros países para contribuir a la Seguridad, Defensa y demás fines del Estado. Participar activamente en misiones internacionales que contribuyan a la protección de los recursos naturales. Participar en actividades con autoridades ambientales y judiciales para preservar los recursos naturales. |
| Organizaciones sociales | Nacional Privadas Servicios – DDHH | Tareas y actividades desarrolladas por la FAC relacionadas con el cumplimiento de su misión, defensa de los intereses de la nación y cumplimiento de los derechos de la comunidad | Participar en actividades de apoyo y desarrollo encaminadas a mejorar el nivel de vida de las comunidades vulnerables. Continuar desarrollando las mejores prácticas hacia una gestión pública eficiente y transparente. |
| Medios de comunicación | Nacionales Internacionales Públicos Privados | Tareas y actividades desarrolladas por la FAC relacionadas con el cumplimiento de su misión, defensa de los intereses de la nación y cumplimiento de los derechos de la comunidad | Fortalecer la cooperación internacional y profundizar el trabajo con las Fuerzas Militares y de Policía de otros países para contribuir a la Seguridad, Defensa y demás fines del Estado. Participar en actividades de apoyo y desarrollo encaminadas a mejorar el nivel de vida de las comunidades vulnerables. Continuar desarrollando las mejores prácticas hacia una gestión pública eficiente y transparente. |

Fuente: Elaboración propia con información de FAC

Finalmente, partiendo de la oferta de valor de la Fuerza Aérea y de los escenarios diseñados mediante el análisis morfológico de la FAC para los años 2022, 2030 y 2042³, se puede establecer de manera general, la estructura de Fuerza que es requerida para enfrentar los retos y amenazas en el corto, mediano y largo plazo; de esta forma, la FAC alinea su Plan Estratégico Institucional con las necesidades actuales y futuras de los grupos de valor.

³ Estrategia para el Desarrollo Aéreo, Espacial y Ciberespacial de la Fuerza Aérea Colombiana 2042. Numeral 5. Plan de Desarrollo Fuerza Aérea Colombiana

