



# Caracterización de grupos de valor y de interés de la Unidad de Planeación de Infraestructura de Transporte - UPIT

**VERSIÓN 2025**



# CARACTERIZACIÓN DE GRUPOS DE VALOR Y DE INTERÉS DE LA UNIDAD DE PLANEACIÓN DE INFRAESTRUCTURA DE TRANSPORTE UPIT

## **Autores**

Secretaría General - Relacionamiento con la Ciudadanía

## **Apoyo de contenidos**

Grupo Interno de Trabajo – Planeación

## **Diseño y Diagramación**

Comunicaciones UPIT

Bogotá, Colombia, mayo de 2025



# TABLA DE CONTENIDO

<b>Introducción</b>	
<b>1. Quiénes somos</b> .....	5
<b>2. Objetivo general</b> .....	6
<b>3. Objetivos específicos</b> .....	6
<b>4. Periodicidad</b> .....	6
<b>5. Identificación de variables</b> .....	7
5.1. Descripción de la caracterización para persona natural.....	7
5.2. Descripción de la caracterización para persona jurídica.....	9
<b>6. Metodología de la caracterización</b> .....	9
PASO 1. Reconocer ejercicios previos de caracterización y de relacionamiento.....	10
PASO 2. Recolectar la información.....	13
PASO 3. Establecer las variables para la caracterización.....	15
PASO 4. Análisis de la información.....	34
PASO 5. Uso y aprovechamiento de la información.....	36
<b>7. Conclusiones</b> .....	38

# Introducción



Para la Unidad de Planeación de Infraestructura de Transporte – UPIT, la identificación de sus grupos de valor constituye un aspecto esencial para el cumplimiento de la misión institucional; de allí el enfoque de trabajar en la identificación de las características de sus grupos de valor. Este proceso es fundamental, ya que permite conocer las características, necesidades y expectativas de los grupos de valor e interés, orientando el quehacer institucional a resolver sus necesidades.

Con ese objetivo, la UPIT actualizó el proceso de identificación de los grupos de valor e interés, en un ejercicio que se basó en la anterior versión elaborada por la UPIT, y manteniendo los lineamientos dados en la «Guía de Caracterización de Ciudadanos y Grupos de Valor» del Departamento Administrativo de la Función Pública. El presente documento refleja el compromiso de la UPIT con la construcción de confianza pública, entendida como un medio para fomentar una relación más cercana y fluida con los diferentes actores involucrados.

Con este documento se busca continuar fortaleciendo las relaciones dinámicas y sostenibles con los grupos de valor mediante la creación de contextos participativos que faciliten su inclusión en los procesos de toma de decisiones de la UPIT. Para ello, es fundamental reconocer las características de los ciudadanos, usuarios e interesados a quienes se dirige nuestra labor, con el fin de adecuar y mejorar tanto la oferta institucional de la como los canales de atención.

## 1. Quiénes somos



La UPIT es una entidad técnica adscrita al Ministerio de Transporte, que tiene el propósito de planear la hoja de ruta a mediano y largo plazo para el desarrollo y evolución de la infraestructura del transporte en Colombia, priorizando las necesidades de conectividad entre las regiones para mejorar la movilidad de la población y la competitividad nacional.



### Misión

Planear el desarrollo sostenible de la infraestructura de transporte del país conectando a los colombianos de manera integral, promoviendo la competitividad y la movilidad para el desarrollo del territorio nacional.

### Visión

A 2030, seremos el referente de planeación de infraestructura de transporte para todos los colombianos. Nuestra estrategia está orientada a la consolidación de una red intermodal de transporte que dé respuestas eficientes, innovadoras y resilientes a las necesidades territoriales y nacionales

### Objetivos estratégicos

- Generar lineamientos estratégicos que permitan desarrollar una política integral de infraestructura de transporte.
- Articular integral y apoyar a las partes interesadas en los procesos de planeación e infraestructura de transporte.
- Planear una red intermodal de infraestructura de transporte competitiva que proteja el beneficio particular de cada modo y su conjunto.
- Fortalecer la gestión de información sectorial y la gestión del conocimiento para la planeación de la infraestructura de transporte.
- Generar un entorno organizacional donde las personas puedan desarrollarse integralmente y la organización.

## 2. Objetivo general

Caracterizar los grupos de valor que interactúan con la Unidad de Planeación de Infraestructura de Transporte (UPIT), para identificar y obtener información respecto a las características, necesidades, intereses, expectativas y preferencias de dichos grupos, lo que a su vez facilitará la definición de oferta institucional y de los escenarios de fortalecimiento en la interacción con la ciudadanía.

## 3. Objetivos específicos

- Definir las necesidades de acceso a la información de los ciudadanos y grupos de valor que se relacionan con la UPIT.
- Recolectar los insumos para el diseño, rediseño o ajuste de la oferta institucional.
- Contribuir a la identificación de mecanismos de participación ciudadana en la gestión conforme las particularidades de la Unidad.
- Ser el instrumento para identificar elementos generadores de confianza en los grupos de valor y los grupos de interés.

## 4. Periodicidad

En la UPIT se realizará la caracterización de sus grupos de valor al menos una vez al año. Este ejercicio será insumo para diseñar productos y servicios, ampliar canales institucionales, fortalecer los escenarios de relacionamiento con sus grupos de valor y, en general, responder de la mejor forma a las necesidades e intereses de la ciudadanía y grupos de valor.



## 5. Identificación de variables

A continuación, se relacionan las variables dispuestas para realizar la caracterización de usuarios grupos de valor o de interés, estas variables se describen según la Guía de Caracterización de Ciudadanía y Grupos de Valor expedida por el Departamento Administrativo de la Función Pública en su quinta versión; estas se identificaron de acuerdo con la información recopilada.

Para el presente ejercicio es importante señalar que el listado de categorías y variables identificadas y seleccionadas atendieron a los objetivos de la UPIT, aunados a las necesidades, interés, metas y misionalidad de la entidad.

Las variables seleccionadas fueron aplicadas en la encuesta de caracterización remitida a todas las personas que interactuaron con la UPIT a través de los diferentes canales de atención, así como la consulta de los registros de las actividades realizadas por la Subdirección de Formulación y Evaluación en los ejercicios territoriales de socialización de los Planes Regionales de Transporte Intermodal – PRTI.

### 5.1. Descripción de la caracterización para persona natural

Las siguientes son las variables que para el caso específico se aplicaron para caracterizar a las personas naturales.

- **Nivel geográfico.** Este nivel determinó las características de los usuarios por la zona geográfica donde habitan.
- **Ubicación.** Esta variable permitió identificar usuarios con características homogéneas como departamento, ciudad, ente otras.
- **Población.** Esta variable permitió identificar la capacidad de atención de la entidad en cada localidad geográfica en la prestación de un servicio.
- **Nivel demográfico.** Este nivel hace referencia a las características de la población, entre las cuales se encuentran las siguientes variables:
  - **Edad.** Clasifica a los usuarios por rangos de edades: permite identificar la influencia que esta variable tiene sobre las preferencias, roles y expectativas.
  - **Sexo.** Esta variable suele tener relación con las variables intrínsecas y de comportamiento, especialmente por la influencia en los roles que se ejercen o por las connotaciones culturales sobre cada sexo.
  - **Género.** El género se refiere a los conceptos sociales de las funciones, comportamientos, actividades y atributos que cada sociedad considera apropiados para los hombres y las mujeres.
  - **Actividad económica.** Esta variable es importante para aquellos servicios en los que las necesidades atendidas están asociadas a las necesidades que emergen de la ocupación o actividad económica del interesado.
- **Intrínsecas** Esta variable permite identificar preferencias de acceso a los canales de atención.
- **Relacionales.** Esta variable permite identificar los temas más demandados y de mayor interés, así como las experiencias del ciudadano con la entidad.

## 5.2. Descripción de la caracterización para persona jurídica

- **Nivel geográfico.** En este nivel se determinan las características de los usuarios por la zona geográfica donde se encuentran, entre las cuales se identifican las siguientes variables:
  - **Cobertura geográfica.** Alcance geográfico de la gestión de la organización.
  - **Ubicación principal.** Lugar donde se encuentra la oficina principal de la organización. Esta variable permite identificar los sitios donde se toman decisiones o se puede adquirir información sobre las necesidades de la organización usuaria.

## 6. Metodología de la caracterización

Para adelantar la caracterización de los grupos de valor de la UPIT, se aplicó la metodología establecida en la Guía de Caracterización de Ciudadanía y Grupos de Valor, versión 5 de noviembre de 2022, de la Dirección de Participación Transparencia y Servicio al Ciudadano del Departamento Administrativo de la Función Pública – DAFP, la cual establece los siguientes pasos:

- Reconocer ejercicios previos de caracterización y de relacionamiento
- Establecer las variables para la caracterización
- Recolectar la información
- Analizar la información
- Uso y aprovechamiento de la información

# PASO 1. Reconocer ejercicios previos de caracterización y de relacionamiento



Para lograr la actualización del ejercicio de caracterización de los grupos de valor, se tomó el resultado obtenido en la vigencia anterior y se agregó valor al ejercicio.

La primera caracterización de los Grupos de Valor realizada por la UPIT se desarrolló en 2024 y presentó un reto especial, toda vez que la entidad, en su corta historia institucional, no había realizado un ejercicio similar. Si bien se contaba con algunos antecedentes administrativos, estos no se habían materializado de manera concreta en un instrumento.

En ese primer ejercicio de caracterización, se tomó como insumo la información de la oferta institucional, los resultados de los primeros informes de peticiones, quejas y reclamos, registros administrativos, la observación directa, el estudio observacional en redes sociales y los primeros ejercicios de identificación de «Beneficiarios Directos», entre otros. Se obtuvo como resultado, que dentro de los segmentos de los grupos de valor los más representativos para el relacionamiento de la UPIT eran: las entidades públicas del sector transporte, entidades del orden nacional, órganos de control, entidades del orden territorial, congresistas, organizaciones privadas, contratistas de la UPIT, ciudadanía, funcionarios y universidades.

Para este segundo ejercicio de caracterización, la entidad contó con herramientas adicionales para evidenciar el relacionamiento con la ciudadanía, las cuales permitieron que se incluyeran más variables para el análisis de la información. Así, fueron incluidos los ejercicios de participación realizados por la entidad durante la vigencia 2024 en los territorios visitados por la Subdirección de Formulación y Evaluación con ocasión de la construcción y/o socialización de los Planes Regionales de Transporte Intermodal (PRTI).

Esto facilitó articular el proceso de relacionamiento con la ciudadanía con los procesos misionales, de tal forma que se incluyó por primera vez en este ejercicio, información valiosa que permite conocer nuevos horizontes que no se habían tenido en cuenta en el ejercicio anterior de caracterización de los grupos de valor y de interés de la UPIT.

En ese mismo orden, desde el 11 de febrero de 2025 al 6 de marzo de 2025 se aplicó, por primera vez, la encuesta de caracterización con la finalidad de identificar y obtener información respecto a las características, necesidades, intereses, expectativas y preferencias de los grupos, lo que a su vez facilitará la definición de oferta institucional y de los escenarios de fortalecimiento con la ciudadanía.



## PASO 2. Recolectar la información



Con base en los objetivos de la caracterización, se procedió a recolectar la información relevante acerca de las variables, características, necesidades, intereses, expectativas y preferencias de los participantes.

Para ello se utilizaron diversos instrumentos de recolección de datos tanto cualitativos como cuantitativos, así como métodos mixtos que combinaron ambos enfoques. Esta estrategia integral permitió llevar a cabo un proceso de caracterización más completo y detallado, brindándonos herramientas adicionales para realizar un análisis más preciso y profundo.

Nuestro ejercicio de recolección de información utilizó los siguientes métodos:

- ▶ Datos de la Atención de los Canales
- ▶ Encuesta de Caracterización
- ▶ Análisis de PQRSD
- ▶ Estudio observacional en redes sociales
- ▶ Socialización de los PRTI en territorio



# **PASO 3. Establecer las variables para la caracterización**





**E**n esta etapa identificamos los tipos de variables o categorías a estudiar y cuál es el nivel de profundidad o desagregación de la información requerida, dentro de nuestra historia institucional.

La UPIT, en el proceso de actualización de la caracterización, optó por la descripción de variables aplicando la recolección de información descrita en el «Paso 2», determinando condiciones particulares de los usuarios, los cuales corresponden, en especial, a entidades públicas del orden nacional y territorial, servidores públicos y ciudadanía.

En ese sentido, se aplicó la encuesta de caracterización desde el 11 de febrero de 2025 al 6 de marzo de 2025, dirigida a personas naturales y jurídicas, la cual incluyó preguntas relacionadas con el género, nivel de escolaridad, grupo etario, ocupación, pertenencia a grupos o población minoritaria, discapacidad, ubicación geográfica, servicios que conoce de la entidad, utilización de canales de atención, nivel de satisfacción e intereses frente a la misionalidad de la entidad.

Por otra parte, se realizó la caracterización de las personas o cuentas que interactuaron con las redes sociales de la UPIT durante el 2024, lo que permitió identificar información relacionada con el género de los seguidores, su grupo etario, ubicación geográfica y para la red social LinkedIn variables relacionadas con su ocupación / actividad económica.

Aunado a lo anterior, se consultaron los datos de asistencia de los ejercicios realizados con los departamentos de Bolívar, Nariño, Cauca y Valle del Cauca, durante julio y septiembre de 2024 para la socialización de los PRTI. La información recopilada permitió identificar aspectos como género, grupo etario, enfoque diferencial, así como relacionamientos existentes entre organizaciones, asociaciones y redes, que son relevantes para el relacionamiento con la entidad.

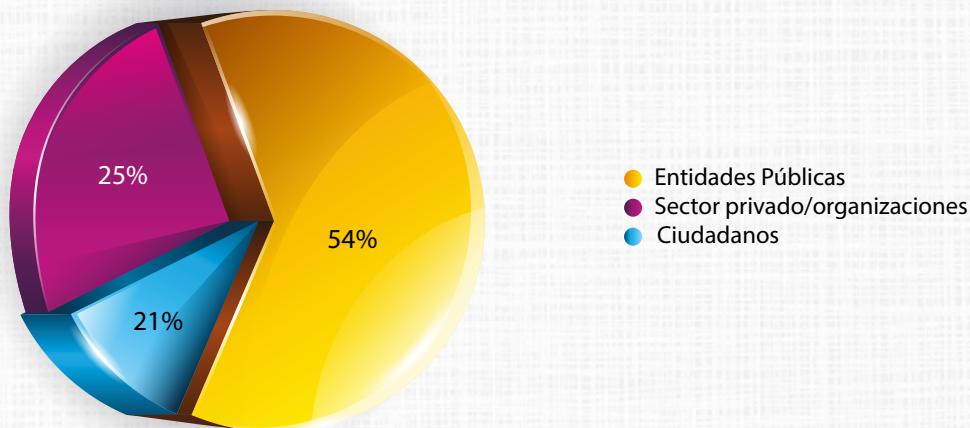
## Variables geográficas

De acuerdo con las características particulares de la UPIT, es importante precisar que la identificación de variables debe necesariamente tomar como punto de partida del ejercicio, los elementos de caracterización para persona jurídica.

Como se indicó en el numeral primero del presente documento, la UPIT es una entidad eminentemente técnica a cargo de la planeación de la infraestructura del país, encargada de realizar los estudios y análisis para establecer las necesidades y requerimientos de infraestructura de transporte, en concordancia con las políticas de mediano y largo plazo formuladas por el Departamento Nacional de Planeación y el Ministerio de Transporte.

Lo anterior, concuerda con las mediciones recientes derivadas de los datos de atención del canal escrito, en las cuales identificamos que la mayoría de las solicitudes radicadas, son remitidas por entidades públicas así:

## Gráfica 1. Tipo de usuario Canal Escrito

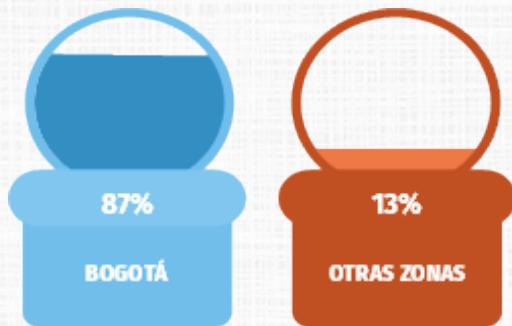


Fuente: Informes trimestrales de Seguimiento de Gestión de Peticiones, Quejas, Reclamos, Sugerencias y Denuncias vigencia 2024.

Se observa que, según los informes trimestrales de PQRSD publicados en la página web de la UPIT para la vigencia 2024, las entidades del sector público representan 54 % de las solicitudes realizadas a través de los canales de atención. Estas incluyen entidades del orden nacional, entidades territoriales, el Congreso de la República y organismos de control. Continúa el sector privado con 25 %, compuesto por organizaciones, consultores y agremiaciones que también utilizan el canal escrito de la UPIT. Finalmente, los ciudadanos representan 21 % de las solicitudes, siendo este el grupo que menos recurre al canal escrito de la UPIT.

De igual forma, a partir de la encuesta de caracterización realizada por el proceso de Relacionamiento con la Ciudadanía, frente a la ubicación geográfica se evidencia que 87 % de los encuestados se encuentran en la ciudad de Bogotá, y 13 % en otras zonas del país.

## Gráfica 2. Ubicación de los encuestados – encuesta de caracterización RC

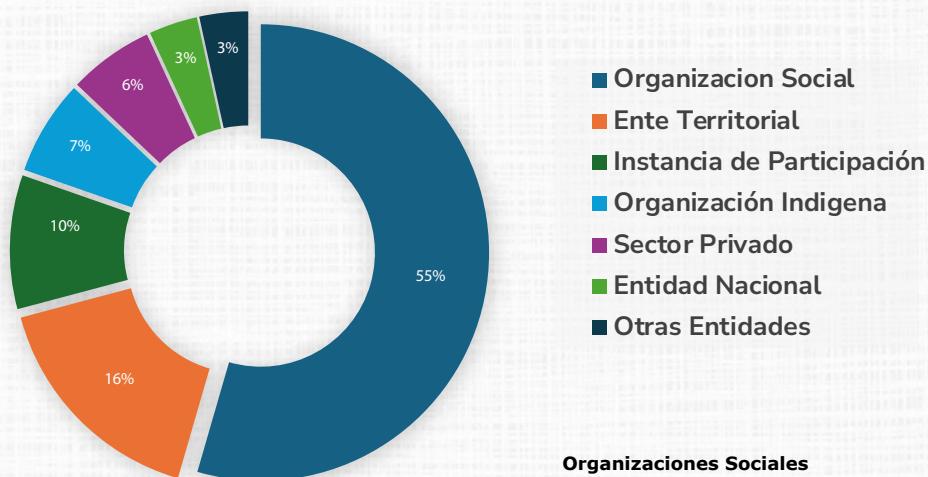


Fuente: Encuesta de caracterización grupos de valor

Por otra parte, tomando como base las asistencias del ejercicio realizado en los departamentos de Bolívar, Nariño, Cauca y Valle del Cauca, durante julio y septiembre de 2024 para la socialización de los PRTI, se encontró que las organizaciones sociales representan más de la mitad, es decir 55 % de los organismos que participaron en las reuniones realizadas por la UPIT, seguidas por las entidades territoriales con 16 %, las instancias de participación con 10 % y las organizaciones indígenas con 7 %.

### Grafica 3. Asistencias ejercicio territorio

Cuenta de Tipo de entidad

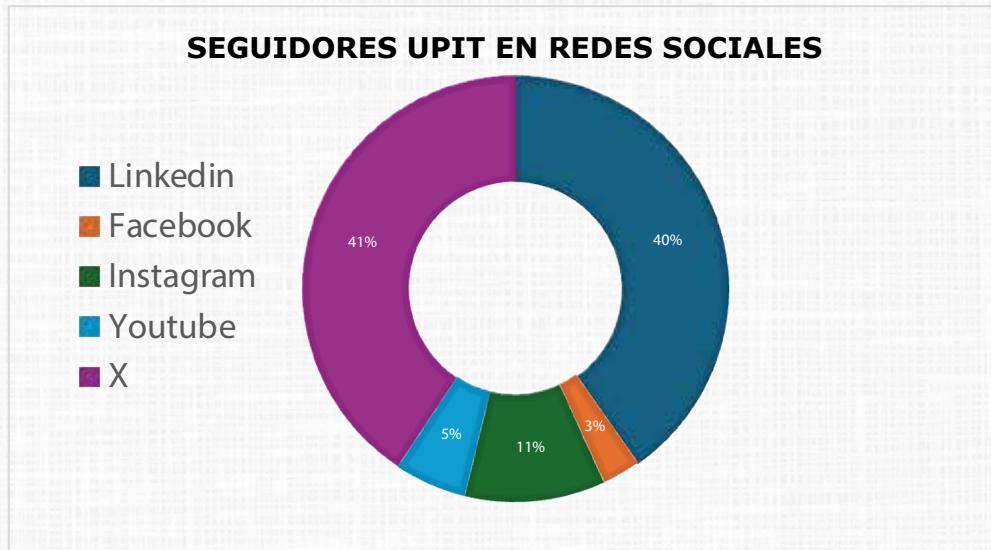


Fuente: Asistencias ejercicio territorio

Actualmente la UPIT cuenta con un canal de comunicación a través de sus redes sociales, las cuales permiten identificar algunos aspectos específicos de sus usuarios. facilitando definir desde los atributos de interacción en las plataformas X, Facebook, YouTube, Instagram y dónde se genera el tráfico.

La UPIT, con corte a febrero 19 de 2025, cuenta con 17.989 seguidores en sus redes sociales distribuidos de la siguiente manera:

## Grafica 4. Caracterización de las Redes Sociales



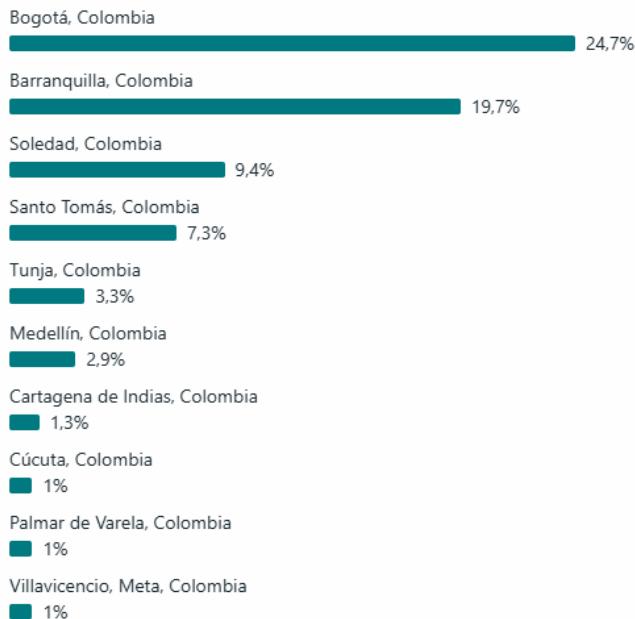
Fuente: Caracterización de las Redes Sociales (Con corte febrero 19 de 2025)

**X** La cuenta de X que contiene el 41% de los seguidores de la UPIT, al no ser una cuenta Premium, la métrica no permite establecer la información geográfica, requerida para la presente caracterización, de ahí que se verificaron los datos arrojados desde las plataformas de Facebook, Instagram y LinkedIn que si permiten determinar esta información.

## Facebook

Casi una cuarta parte de los seguidores de la UPIT en la red social Facebook se encuentran en la capital del país; cerca de 20 % de ellos se encuentran en la ciudad de Barranquilla, y casi 10 % se ubican en el municipio de Soledad en el departamento del Atlántico.

### Principales ciudades

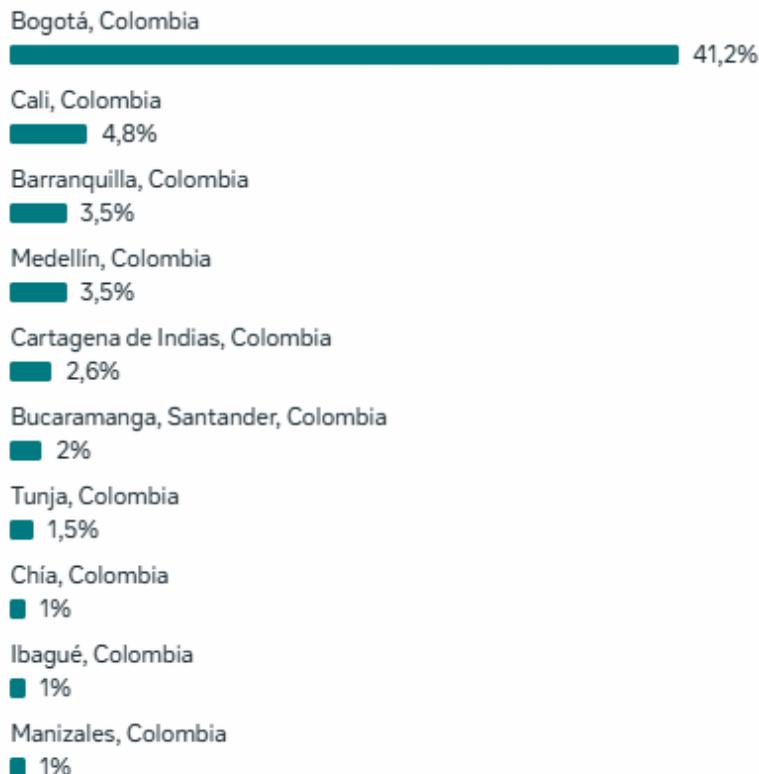


Fuente: Caracterización de las Redes Sociales (Con corte febrero 19 de 2025)

 Instagram

Más de 40 % de los usuarios que siguen la cuenta de la UPIT se ubican en la ciudad de Bogotá; las principales ciudades del país aglomeran casi 12 % de los seguidores; Cali 4,8 %, Barranquilla 3,5 % y Medellín 3,5 %.

### Principales ciudades



Fuente: Caracterización de las Redes Sociales (Con corte febrero 19 de 2025)

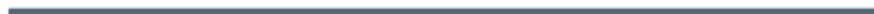
## in LinkedIn

Más de la mitad (57 %) de seguidores en LinkedIn pertenecen al área metropolitana de Bogotá; casi 12 % se ubica en las ciudades de Medellín, Barranquilla, Cali, Bucaramanga y Tunja.

### Características de los seguidores

Ubicación ▾

Área metropolitana de Bogotá D.C., Colombia · 4.117 (56,9 %)



Área metropolitana de Medellín, Colombia · 292 (4 %)



Área metropolitana de Barranquilla, Colombia · 187 (2,6 %)



Área metropolitana de Cali, Colombia · 160 (2,2 %)



Área metropolitana de Bucaramanga, Colombia · 119 (1,6 %)



Tunja y alrededores, Colombia · 101 (1,4 %)



Área metropolitana de Cartagena, Colombia · 100 (1,4 %)



Santa Marta, Colombia · 51 (< 1 %)



Área metropolitana de Cúcuta, Colombia · 46 (< 1 %)



San Juan de Pasto, Colombia · 45 (< 1 %)



Fuente: Caracterización de las Redes Sociales (Con corte febrero 19 de 2025)

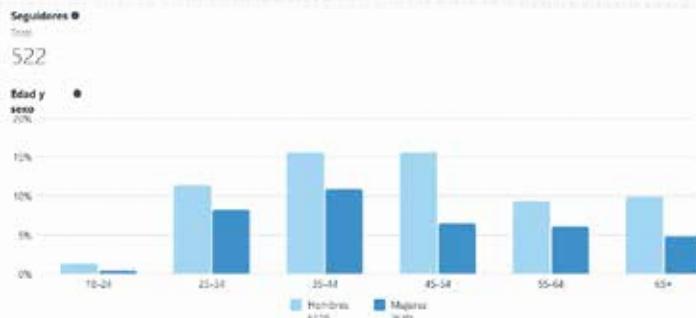
## Variables demográficas

Estas variables permiten identificar la influencia de los roles que son desempeñados por los usuarios que integran los grupos de valor e interés de la UPIT. Para describir sus características, se tomó como fuente la caracterización de las redes sociales de la UPIT, así como la información recolectada en el ejercicio realizado en territorio para la socialización de los PRTI adelantado en la vigencia 2024.

## REDES SOCIALES

### Facebook

En Facebook seis (6) de cada 10 seguidores son hombres; de estos, 30 % tiene entre 35 a 54 años, en tanto que 19 % de las mujeres están en el grupo de edad entre 25 y 44 años.

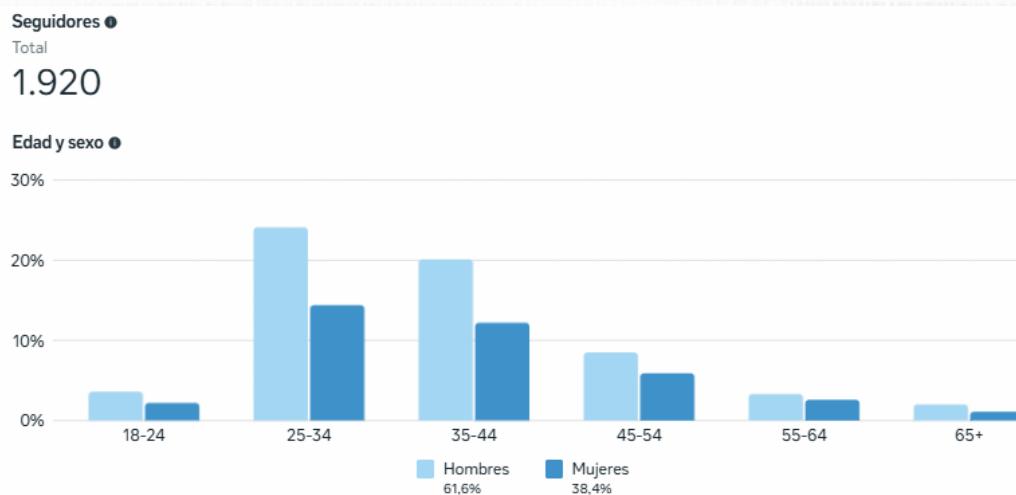


Fuente: Caracterización de las Redes Sociales (Con corte febrero 19 de 2025)



## Instagram

En Instagram, 6 de cada 10 seguidores son hombres; de estos, 44 % tiene entre 25 y 44 años, en tanto que 36 % de las mujeres están en ese mismo grupo de edad.



Fuente: Caracterización de las Redes Sociales (Con corte febrero 19 de 2025)

## in LinkedIn

En esta red social no se cuenta con las características de edad ni género; sin embargo, permite caracterizar los usuarios de acuerdo con su perfil profesional y sectores de la economía al que se encuentran vinculados.

10 % de los seguidores que tiene la UPIT en la red social LinkedIn son profesionales en ingeniería, mientras que el resto se encuentran en áreas de operaciones, desarrollo empresarial, gestión de programas y proyectos, tecnologías de la información, entre otras.

Grafica 10. Fuente: Caracterización de las Redes Sociales (Con corte febrero 19 de 2025)

Respecto a los sectores a los que se encuentran vinculados los seguidores de la UPIT en la red social LinkedIn; 40 % están vinculados con los sectores de Ingeniería Civil (16 %), Administración Pública (13 %) y Construcción (11 %).



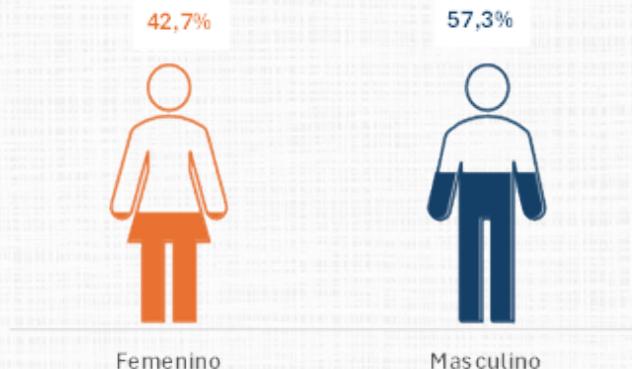
Fuente: Caracterización de las Redes Sociales (Con corte febrero 19 de 2025)

## EJERCICIO EN TERRITORIO DE SOCIALIZACIÓN DE LOS PRTI

En los ejercicios de socialización de los Planes Regionales de Transporte Intermodal realizados en los meses de julio y septiembre de 2024, participaron ciudadanos pertenecientes a los departamentos de Bolívar, Nariño, Cauca y Valle del Cauca. Se obtuvo información sobre diversas variables, las cuales se presentan a continuación:

### Identidad de género

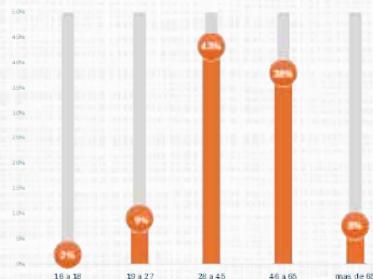
Cerca de 60 % de los asistentes a los ejercicios liderados por la UPIT son hombres.



Fuente: listas de asistencia ejercicios socialización PRTI

## Grupo etario

Se logró determinar que, de los asistentes a los ejercicios de socialización de los PRTI liderados por la UPIT en el territorio, 43 % se encuentra entre los 28 y 45 años y 38 % entre los 46 y 65 años, siendo estos dos rangos los grupos más representativos.



Fuente: listas de asistencia ejercicios socialización PRTI

## Enfoque diferencial

De acuerdo con la información recolectada en los ejercicios realizados por la entidad en el territorio, se observa una participación mayoritaria de población Afro (78 %), mientras que el resto de los participantes manifestaron pertenecer a población campesina (12 %); Mestizos (6 %) e indígena (4 %).

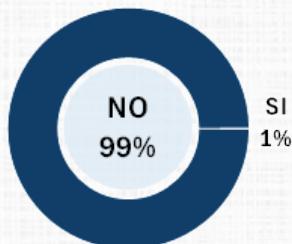
No obstante, esta población puede variar en función de las zonas en donde la UPIT realice las reuniones para la formulación de los Planes Regionales de



Fuente: listas de asistencia ejercicios socialización PRTI

## Personas con discapacidad

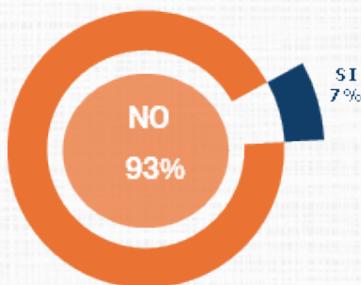
1 % de los asistentes a los ejercicios de socialización de los PRTI manifestó tener algún tipo de discapacidad.



Fuente: listas de asistencia ejercicios socialización PRTI

## Personas en estado de vulnerabilidad

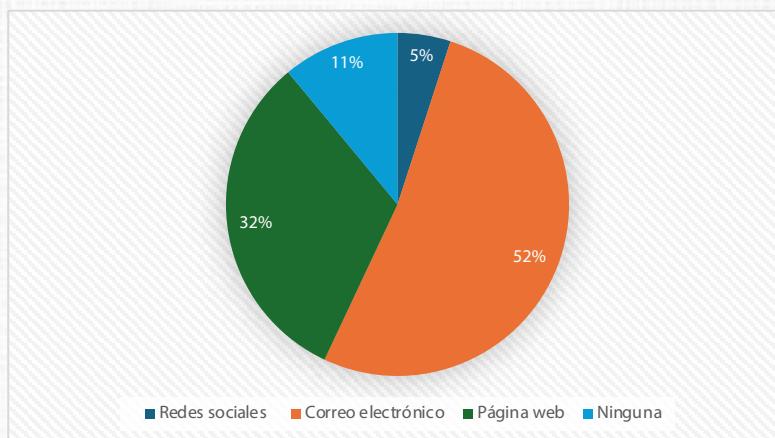
Al diligenciar el listado de asistencia, 7 % de los participantes en los ejercicios de socialización de los PRTI manifestaron tener algún tipo de vulnerabilidad, sin especificar el tipo.



Fuente: listas de asistencia ejercicios socialización PRTI

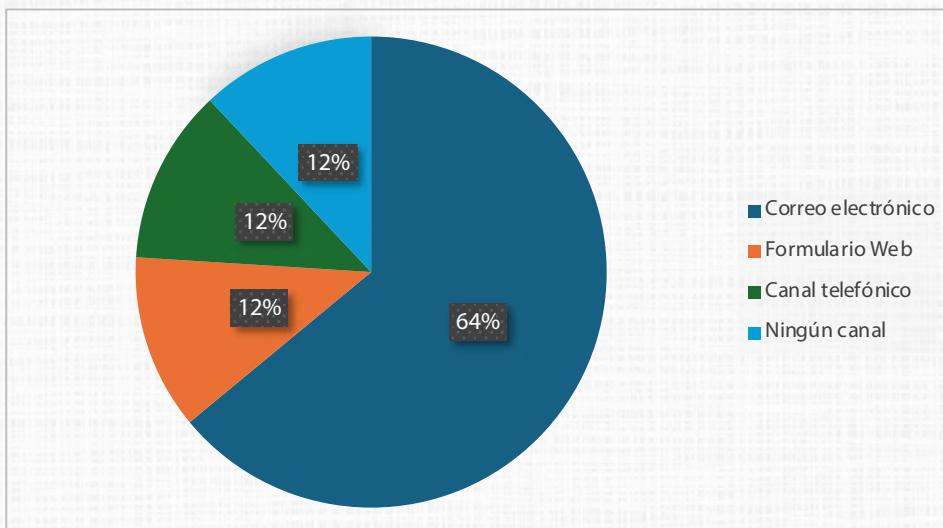
## Información intrínseca

Con la finalidad de identificar las preferencias individuales de los grupos de valor e interés, se indagó en la encuesta de caracterización respecto al uso y acceso de los canales de atención de los cuales dispone la UPIT, con la finalidad de definir acciones de mejora o fortalecimiento de estos. Se evidenció lo siguiente:



Fuente: Encuesta de caracterización grupos de valor e interés aplicada por la UPIT a través de Forms

Con 52 %, el correo electrónico es el medio por el cual más interactúan los encuestados, seguido de la página web con 32 %.



En esta gráfica se destaca nuevamente que el correo electrónico es canal de atención más usado por los grupos de valor e interés de la UPIT para interactuar con la entidad: 64 % manifestó usar este medio.

## Variables relacionales

Con la finalidad de conocer y establecer pautas y tendencias de relacionamiento o interacción de los grupos de valor, se indagó sobre los servicios que estos conocen de la UPIT, así como que tan satisfechos están con la gestión de la entidad y que expectativas, intereses y preferencias tiene frente a la organización. Frente a estos temas, se evidenció lo siguiente:

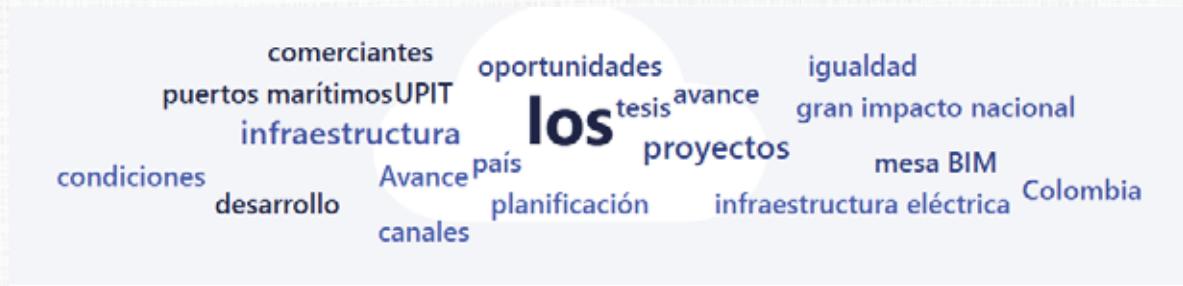
## Temas de mayor interés frente a la misionalidad



Fuente: Encuesta de caracterización grupos de valor e interés aplicada por la UPIT a través de Forms



## Expectativas



Fuente: Encuesta de caracterización grupos de valor e interés aplicada por la UPIT a través de Forms

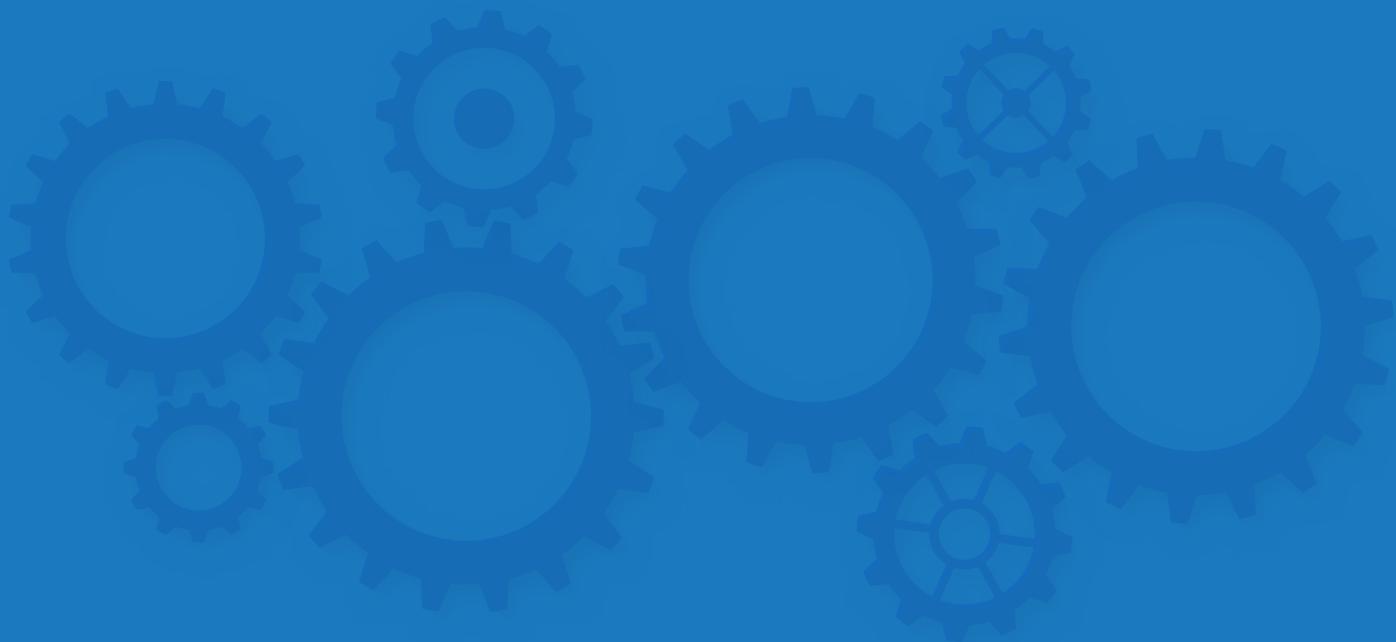
# PASO 4. Análisis de la información



Con la información recaudada, se procedió a identificar sectores y segmentos para agrupar. El trabajo de análisis buscó hacerlo con usuarios o interesados con características y necesidades comunes específicas, lo que facilitó la identificación de los grupos o segmentos de usuarios más relevantes y las variables con mayor incidencia dentro de cada segmento para analizar la forma en que cada grupo se relaciona con la UPIT y las necesidades particulares que se requieren atender.



# PASO 5. Uso y aprovechamiento de la información



Las conclusiones de la presente caracterización se compartirán con las distintas áreas de la entidad y será fundamental para la planeación institucional y/o formulación de estrategias de relacionamiento con la ciudadanía, optimizando las intervenciones de los diferentes procesos de cara a sus usuarios.

La Secretaría General, desde el área de Relacionamiento con la ciudadanía en conjunto con el Grupo Interno de Trabajo (GIT) de Planeación, difundirá la información sobre esta caracterización, asegurando que los resultados se publicarán en la sección 7. Datos abiertos del menú Transparencia y Acceso a la Información de la página web institucional de la UPIT, facilitarán su consulta interna y externa, y promoverán el aprovechamiento de los ejercicios de caracterización.



## 7. Conclusiones

La caracterización de grupos de valor y de interés de la Unidad de Planeación de Infraestructura de Transporte a partir de la recolección de información descrita en el título tercero del presente documento, se enfocó en la identificación de las variables encontradas en las diferentes bases de datos así como en la encuesta de caracterización para permitir la identificación de grupos de valor y de interés, sus características, necesidades, expectativas y/o preferencias, lo cual permitirá orientar las gestiones de la organización al fortalecimiento de planes de acción y de trabajo con enfoque hacia ellos.

Este primer ejercicio de caracterización permitió identificar aspectos de mejora en la información y el registro de esta, la atención al ciudadano y las comunicaciones, lo que a futuro permitirá realizar otros ejercicios de caracterización de forma más ágil y con mejor calidad en la información.

En ese orden de ideas los grupos segmentados de valor más representativo encontrados en el presente ejercicio de caracterización para el relacionamiento de la UPIT son:





Categoría	Tipo	Necesidades, expectativas o intereses del grupo de valor	Principales canales y herramientas para satisfacer las necesidades de los grupos de valor
Entidades del sector público	Entidades públicas del sector transporte	Solicitud de información para articulación institucional, solicitud de información sobre proyectos de infraestructura, corredores férreos, estado y avance de los proyectos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Correo electrónico</li> <li>• Actividades de participación ciudadana</li> <li>• Canal escrito</li> </ul>
	Entidades del orden nacional	Solicitud de información relacionada con la gestión pública, solicitud de información para articulación institucional. Solicitud de pronunciamiento sobre la necesidad o no de presentar diagnóstico ambiental de alternativas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Todos los canales de atención disponibles en la UPIT</li> <li>• Actividades de participación ciudadana</li> </ul>
	Órganos de control	Solicitud de información relacionada con la gestión institucional y avances en los proyectos relacionados con la infraestructura de transporte. Solicitud de información relacionada con cumplimientos de ley.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Canal escrito</li> <li>• Correo electrónico</li> </ul>



Categoría	Tipo	Necesidades, expectativas o intereses del grupo de valor	Principales canales y herramientas para satisfacer las necesidades de los grupos de valor
	Entidades del orden territorial	Solicitudes de coordinación en la planificación de proyectos de infraestructura con incidencia en el «Plan de Infraestructura de Transporte». Solicitud de determinantes en materia de transporte para la formulación del Plan Estratégico. Solicitud de avances en los proyectos relacionados con la infraestructura de transporte. Solicitud de información de los estudios de Prefactibilidad. Participación en la construcción de los Planes Regionales de Transporte Intermodal (PRTI).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Todos los canales de atención disponibles en la UPIT</li> <li>• Actividades de participación ciudadana</li> </ul>
Rama Legislativa	Congresistas	Información frente a viabilidad de proyectos. Información general sobre ejecución presupuestal. Información frente a la revitalización de sistema ferroviario.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Canal escrito</li> <li>• Correo electrónico</li> </ul>
Personas jurídicas	Organizaciones privadas	Consultan sobre la participación del sector privado en la estructuración de proyectos de infraestructura de transporte. Buscan conocer sobre los proyectos actuales y futuros de corredores férreos en Colombia. Solicitud de información para articulación institucional. Presentación de propuestas de participación en proyectos. Información sobre la ejecución de proyectos, obras o actividades.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Todos los canales de atención disponibles en la UPIT.</li> <li>• Canal escrito</li> <li>• Correo electrónico</li> </ul>
	Contratistas personas jurídicas	Reporte de Información sobre los avances contractuales. Radicación de cuentas de cobro, solicitud de ajustes a temas contractuales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Todos los canales de atención disponibles en la UPIT</li> <li>• Canal escrito</li> <li>• Correo electrónico</li> </ul>



Categoría	Tipo	Necesidades, expectativas o intereses del grupo de valor	Principales canales y herramientas para satisfacer las necesidades de los grupos de valor
Ciudadanía	Ciudadanía	Consulta sobre el avance y conocimiento de proyectos de infraestructura de su región. Solicitud de información de proyectos ferroviarios. Solicitud para que se tengan en cuenta los estudios y diseños previamente realizados por sector privado. Información frente a la estructura y gestión de la entidad. Comentarios a los planes o programas que se publican en página web. Participación en la construcción de los Planes Regionales de Transporte Intermodal (PRTI).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Todos los canales de atención disponibles en la UPIT</li> <li>• Actividades de participación ciudadana</li> </ul>
	Organizaciones sociales	Participación en la construcción de los Planes Regionales de Transporte Intermodal (PRTI)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actividades de participación ciudadana</li> </ul>
	Seguidores de redes sociales	Información relacionada con la gestión de la UPIT.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Redes sociales</li> </ul>
	Funcionarios / Contratistas	Solicitud de trámites internos / Certificaciones laborales o contractuales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Todos los canales de atención disponibles en la UPIT</li> <li>• Canal escrito</li> <li>• Correo electrónico</li> </ul>
Academia	Estudiantes de universidades	Solicitan información sobre procesos de evaluación de ofertas en consultoría de obra pública. Información relacionada con capas de capas infraestructura Geovisor. Información respecto a los corredores viables.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Canal escrito</li> <li>• Correo electrónico</li> </ul>



Cada uno de los grupos identificados tiene diferentes niveles de relacionamiento con la UPIT, así como diferentes necesidades y expectativas frente a la gestión desarrollada; es por esto que se diferencia entre los grupos de valor y de interés a fin de que la entidad pueda emprender acciones y estrategias que permitan satisfacer a cada una de las partes.

**Grupos de valor:** personas naturales (ciudadanos) o jurídicas (organizaciones públicas o privadas) que tienen una relación directa con la UPIT por medio del uso de sus servicios o que participan, directa o indirectamente, en el cumplimiento de la misionalidad de la entidad.

**Grupo de interés:** personas naturales (ciudadanos) o jurídicas (organizaciones públicas o privadas) que muestran un interés especial en la gestión o en los resultados de la UPIT o que pueden llegar a ser potenciales usuarios de los servicios institucionales.

A continuación, se presentan los grupos de valor y de interés de la UPIT.

## GRUPOS DE VALOR DE LA UPIT



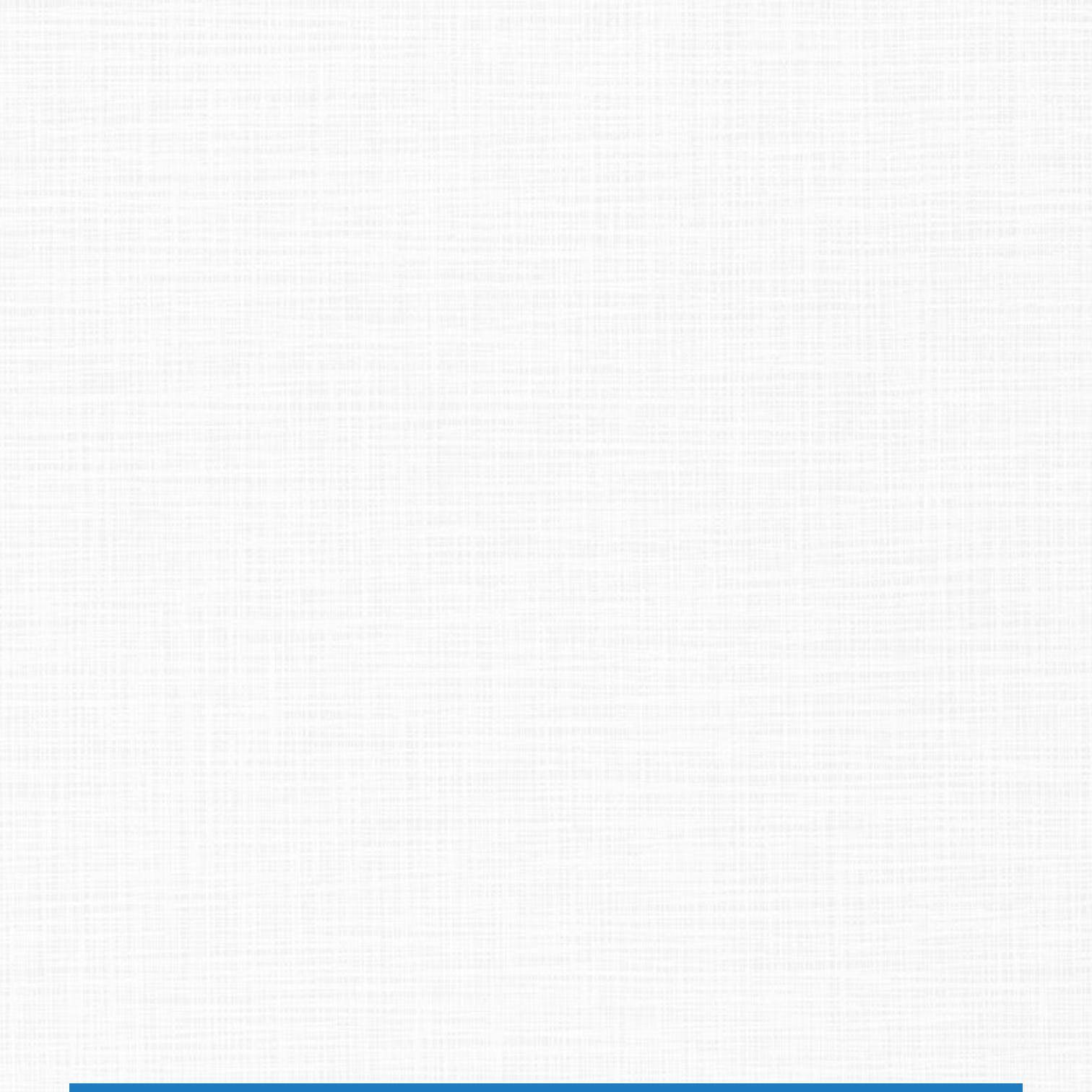
## GRUPOS DE INTERÉS DE LA UPIT





Se destaca del ejercicio de caracterización que:

- El principal canal de atención al que acuden los usuarios de la entidad es el «Canal escrito», conformado por los mecanismos de recepción por correo postal, radicación personal, correo electrónico y formulario electrónico.
- Las PQRSD que más allegan los grupos de valor son las «Solicitudes de información y/o documentos».
- En cuanto a las actividades de formación y eventos, los grupos de valor más representativos son las entidades públicas del sector transporte.
- Se incluyeron datos de los ejercicios de socialización de los PRTI en los territorios lo que permitió identificar variables más detalladas en el enfoque diferencial, y el nivel organizativo de la población.





# UPIT



**¡Planeamos la infraestructura de transporte  
del país que soñamos!**

[www.upit.gov.co](http://www.upit.gov.co)

[servicioalciudadano@upit.gov.co](mailto:servicioalciudadano@upit.gov.co)

Dirección: Av. Calle 26 # 57-83, Torre 7, Piso 3  
Bogotá D.C., Colombia

Teléfono: (+57) 601 917 2230