

Informe de caracterización GIT Comunicaciones 2019



El deporte
es de todos

Mindeporte



Tabla de contenido

Introducción.....	2
1. Generalidades	3
1.1 Responsables.....	3
1.2 Funciones GIT de Comunicaciones.....	3
2. Objetivos.....	3
2.1 General.....	3
2.2 Específicos	4
3. Alcance	4
4. Descripción de las personas naturales y jurídicas	4
4.1 Personas naturales	4
4.2 Personas jurídicas	4
5. Fuentes de información.....	4
6. Priorización de variables para caracterizar personas naturales y jurídicas.....	4
6.1 Variables personas naturales	5
6.2 Variables personas jurídicas.....	5
7. Recolección de información	5
7.1 Caracterización de empresas.....	6
7.2 Caracterización de personas	8
7.2.1 Página web.....	11
7.2.2 Twitter.....	12
7.2.3 Instagram	13
7.2.4 Facebook.....	14
8. Ficha de caracterización.....	15
9. Conclusiones.....	17



Introducción

El presente informe tiene como propósito identificar el grupo poblacional objetivo que interactúa con el GIT de Comunicaciones. Se contemplan personas jurídicas y personas naturales, tomando como fuentes bases de datos consolidadas y estadísticas de las redes sociales y de la página web que están predeterminadas en estas plataformas.

Para llevar a cabo el ejercicio de caracterización de usuarios se tuvo como base los lineamientos establecidos en el procedimiento Caracterización de ciudadanos, usuarios y/o grupos de interés y el formato “Planeación, seguimiento y reporte ejercicios de caracterización de ciudadanos, usuarios y/o grupos de interés” del proceso liderado por Servicio Integral al Ciudadano.



1. Generalidades

1.1 Responsables

El ejercicio de caracterización estuvo liderado por Lilia Cadena García, Profesional Especializado, del GIT de Comunicaciones. La Coordinadora del GIT fue Yanneth Bibiana Perilla.

1.2 Funciones GIT de Comunicaciones

El Grupo Interno de Trabajo de Comunicaciones del Ministerio del Deporte tiene como funciones:

1. Asesorar al Ministerio en la formulación y ejecución de la política, estrategias, planes, programas y proyectos en materia de comunicaciones a nivel interno y externo.
2. Diseñar e implementar mecanismos, sistemas y medios de comunicación de divulgación interna y externa que permitan mantener informados a los servidores públicos, entidades, sistema nacional del deporte, medios de comunicación y comunidad en general sobre las actividades y programas desarrollados por la Entidad.
3. Asesorar y orientar al ministro en el manejo de las relaciones con los medios de comunicación, para mantener y garantizar relaciones armónicas.
4. Coordinar y apoyar los procesos de protocolo y desarrollo de eventos y acciones que desarrolle la Entidad.
5. Proponer y preparar los decretos de exaltación o reconocimiento y las comunicaciones protocolarias que deba suscribir, expedir o pronunciar el Ministro, en coordinación con las respectivas dependencias.
6. Definir y ejecutar, de acuerdo con las orientaciones del Despacho del Ministro, una estrategia de comunicación y prensa orientada hacia el adecuado uso de la imagen Institucional.
10. Apoyar a las dependencias de la Entidad mediante la formulación de las estrategias necesarias para divulgar o comunicar la información generada en cumplimiento de sus objetivos institucionales.
11. Informar a la opinión pública los asuntos de interés ciudadano relacionados con el Ministerio y el Sistema Nacional del Deporte.
12. Preparar y presentar los informes sobre las actividades desarrolladas con la oportunidad y periodicidad requeridas.
13. Las demás que le sean asignadas por el superior inmediato de acuerdo con las necesidades del Ministerio y con la naturaleza del grupo de la entidad.

2. Objetivos

2.1 General

Identificar las características de empresas, personas, entidades que interactúan con el GIT de Comunicaciones para identificar los grupos de valor.



2.2 Específicos

- Identificar cuáles son los medios de comunicación más usados por los grupos de valor del GIT de Comunicaciones.
- Determinar las personas jurídicas con las que interactúa el GIT de Comunicaciones.
- Identificar los principales medios de comunicación y su cobertura, con los cuales interactúa el grupo de comunicaciones
- Determinar a los grupos poblacionales que interactúan con la página web y redes sociales de la entidad.

3. Alcance

Empieza con la recolección de la información y termina con las principales conclusiones del ejercicio de caracterización de ciudadanos que interactúan con el GIT de Comunicaciones.

4. Descripción de las personas naturales y jurídicas

4.1 Personas naturales

Se consideraron los usuarios de las redes sociales con las que cuenta el Ministerio del Deporte: Twitter, Facebook e Instagram, que maneja el GIT de Comunicaciones a través del o los Community Manager.

Dentro de esta categoría también se tuvo en cuenta los usuarios de la página o portal web de la entidad, que son quienes consultan las distintas publicaciones e información que hacen parte de este.

4.2 Personas jurídicas

Para este rango se consideraron los medios masivos de comunicación y la naturaleza de los mismos, radio, prensa escrita, televisión y medios digitales. De igual forma, el alcance y cobertura que tienen, si son locales, regionales o nacionales.

5. Fuentes de información

Para la vigencia de 2019, se tuvieron en cuenta para el ejercicio de caracterización de usuarios la base de datos consolidada de los medios de comunicación y entidades del Sistema Nacional del Deporte con que más interactúa el GIT de Comunicaciones, esto para las personas jurídicas. Para las personas naturales se contó con las estadísticas propias de cada una de las redes sociales con las que oficialmente cuenta el Ministerio, Facebook, Twitter e Instagram, así como los detalles propios de la interacción que tienen los usuarios de la página web.

6. Priorización de variables para caracterizar personas naturales y jurídicas.

Se diligenció la matriz de priorización de variables, de las cuales se seleccionaron las que mayor relevancia obtuvieran.



6.1 Variables personas naturales

Categoría	Variables Principales	Criterios de Priorización de variables					Puntaje Total	Seleccionada	
		Relevante <i>Ayuda</i>	Económica <i>Ayuda</i>	Medible <i>Ayuda</i>	Asociativa <i>Ayuda</i>	Consistente <i>Ayuda</i>		SI	NO
1. Geográficas	Ubicación	1	1	1	1	1	5	X	
	Clima	0	0	0	0	0	0		X
2. Demográficas	Edad	1	1	1	1	0	4	X	
	Sexo	1	0	1	1	1	4	X	
	Ingresos	0	0	0	0	0	0		X
	Actividad económica	0	0	0	0	0	0		X
	Estrato-socioeconómico	0	0	0	0	0	0		X
	Escolaridad	0	0	0	0	0	0		X
	Vulnerabilidad	0	0	0	0	0	0		X
	Lenguas e idiomas	0	0	0	0	0	0		X
3. Intrínsecas	Intereses	0	0	0	0	0	0	X	
	Acceso a canales	1	1	1	1	0	4	X	
	Uso de canales	1	1	1	0	0	3	X	
4. Comportamiento	Niveles de uso	0	0	0	0	0	0		X
	Beneficios buscados	0	0	0	0	0	0		X
	Eventos	0	0	0	0	0	0		X

6.2 Variables personas jurídicas

Categoría	Variable	Criterios de Priorización de variables					Puntaje Total	Seleccionada	
		Relevante <i>Ayuda</i>	Económica <i>Ayuda</i>	Medible <i>Ayuda</i>	Asociativa <i>Ayuda</i>	Consistente <i>Ayuda</i>		SI	NO
4. Geográficas	Cobertura Geográfica	1	1	0	1	1	4	X	
	Dispersión	0	0	0	0	0	0		x
	Ubicación principal	1	1	1	1	0	4	x	
5. Tipo de organización	Fuente de recursos	1	1	0	1	1	4	x	
	Tamaño de la entidad	0	0	0	0	0	0		x
	Ingresos	0	0	0	0	0	0		x
	Organización Sector al que depende.	1	1	1	1	0	4	x	
	Tipo de usuario o grupo de interés.	1	1	0	1	0	3	x	
6. Intrínsecas	Uso de canales	0	0	0	0	0	0		x
	Procedimiento usado	0	0	0	0	0	0		x
	Responsable de la interacción	0	0	0	0	0	0		x

7. Recolección de información

Para llevar a cabo el ejercicio de Caracterización de Usuarios del GIT de Comunicaciones se tuvieron en cuenta como mecanismos de recolección de la información los siguientes:

Ministerio del Deporte
 Av. 68 N° 55-65 PBX (571) 4377030
 Línea de atención al ciudadano: 018000910237 - (571) 2258747
 Correo electrónico: contacto@mindeporte.gov.co, página web: www.mindeporte.gov.co



- Bases de datos de medios de comunicación e integrantes del Sistema Nacional del Deporte con los que interactúa el GIT.
- Estadísticas que arrojan las redes sociales que maneja el GIT de Comunicaciones a través del Community Manager y que son las oficiales: Twitter, Facebook e Instagram.
- Estadísticas que arroja la usabilidad del portal web de Mindeporte por parte de quienes a diario interactúan o consultan este medio de comunicación interno de la entidad.

7.1 Caracterización de empresas

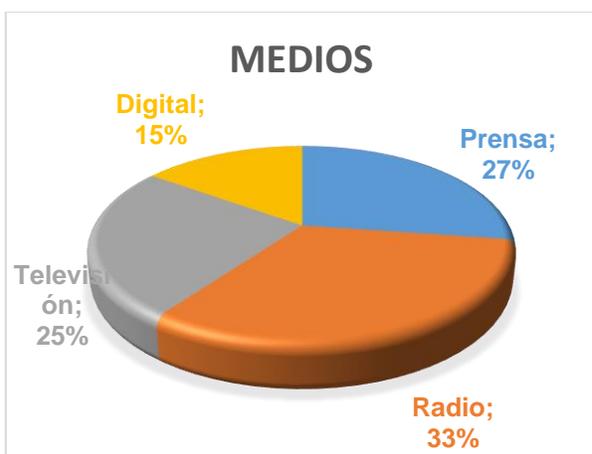
Con las bases de datos de los medios de comunicación recolectadas y organizaciones, se pudieron identificar las variables: fuente de recursos, si es privado o público, su alcance geográfico, el sector del cual depende, si es de prensa, radio, televisión, o un Organismo del Sistema Nacional del Deporte y los canales empleados para su comunicación.

Se tuvieron en cuenta un total de 345 medios de comunicación de 33 ciudades en todo el territorio nacional, con los cuales interactúa el GIT de Comunicaciones.

Bogotá	34
Valledupar	25
Popayán	23
Yopal	18
Cali	17
Florencia	17
Nacional	17
Neiva	16
Cartagena	14
Santa Marta	14
Montería	13
Barranquilla	11
Ibagué	11
Manizales	11
Riohacha	11
Sincelejo	11
Villavicencio	11
Chocó	10
Pasto	10
Medellín	8



Arauca	7
Otras	7
San José del Guaviare	6
Tunja	6
Bucaramanga	5
Armenia	4
Cúcuta	4
Pereira	4



Los medios de comunicación que tienen una mayor interacción con el GIT de Comunicaciones son los de radio con un 33%, seguidos de prensa con un 27%, televisión con un 25% y medios digitales con un 15%.





Las empresas, entidades u organizaciones que más interactúan con el GIT de Comunicaciones son los medios de comunicación con un 98%. Y el 95% de las organizaciones son de carácter privado.



En cuanto al alcance, el 66% de los medios son locales, el 22% regionales y el 12% nacionales.

7.2 Caracterización de personas

Las redes sociales del Ministerio del Deporte proyectan las estadísticas de los grupos poblacionales que interactúan con ellas. Las variables seleccionadas según las estadísticas son: la ubicación geográfica, género, edad y en el caso de Facebook el idioma de mayor consulta.



Usuarios	Red Social	Género	País	Ciudad/ Departamento
86.346	Twitter	Mujeres 40%	Colombia	Bogotá 27%
		Hombres 60%		Antioquia 9%
				Valle del Cauca 6%
				Cundinamarca 3%
				Atlántico 2%
				Santander 2%
				Magdalena 1%
				Boyacá 1%
				Meta 1%
			Tolima 1%	

Usuarios	Red Social	Género	Edad	Ciudad/Departamento
32.960	Instagram	Mujeres 41%	42% (25 a 34 años)	Colombia
		Hombres 59 %	26% (18 a 24 años)	Bogotá 27%
			20% (35 a 44 años)	Medellín 10%
			6% (45-54)	Cali 9%
			3% (13-17)	Barranquilla 5%
			2% (55-64)	Cartagena 4%
			1% (más de 65)	

Usuarios	Red Social	Género	País	Ciudad/Departamento	Idioma
54.281	Facebook	Mujeres 43%	Colombia 47.085	Bogotá 13.276	Español 41.111 + 8.846
		Hombres 56%	EU 841	Cali 4.110	Inglés 1.261
		Otros 1%	España 499	Medellín 3.333	Portugués (Brasil) 222
			México 448	Barranquilla 1.409	Francés (Francia) 217
			Ecuador 379	Bucaramanga 1.311	Inglés (Reino)



					Unido) 206
		Perú 357	Cúcuta 1.180		Alemán 74
		Argentina 307	Ibague 1.061		Árabe 74
		Chile 274	Cartagena 1.157		Italiano 68
		Brasil 200	Pereira 833		Portugué s (Portugal) 27
		Venezuela 182	Pasto 842		

Usuarios	Red Social	Género	País	Edad	Canales	Ciudad
349.897	Página web	Mujeres: 50,29 %	Colombia: 291.983 usuarios (83,37 %)	25-34: 35,36 %	Chrome: 273.251 usuarios (78,11 %)	Bogotá: 131.378 usuarios (35,88 %)
		Hombres : 49,71 %	México: 11.549 usuarios (3,31 %)	35-44: 19,71 %	Safari: 25,076 usuarios (7,17 %)	Cali: 24.860 usuarios (6,79 %)
			Estados Unidos: 8.449 usuarios (2,42 %)	18-24: 19,12 %	Android: 16,445 usuarios (4,70 %)	Medellín: 24.412 usuarios (6,67 %)
			Ucrania: 5.300 usuarios (1,52 %)	45-54: 12,59 %	Explorer: 11.004 usuarios (3,15 %)	Barranquill a: 17.310 usuarios (4,73 %)
			Perú: 4.526 usuarios (1,30 %)	55-64: 9,00 %	Firefox: 7.465 usuarios (2,13 %)	Arjona: 9.586 usuarios (2,62 %)
			Venezuela: 4.103 usuarios (1,17 %)	65+: 4,23 %	Internet Samsun g: 6.362 usuarios (1,82 %)	Ibague: 7.333 usuarios (2,00 %)



		Ecuador: 3.344 usuarios (0,96 %)		Edge: 3.591 usuarios (1,03 %)	Cúcuta: 6.605 usuarios (1,80 %)
		Argentina: 2.869 usuarios (0,82 %)		Opera: 1.512 usuarios (0,43 %)	Bucarama nga: 6.077 usuarios (1,66 %)
		Alemania: 2.509 usuarios (0,72 %)			Pereira: 4.749 usuarios (1,30 %)
		España: 2.207 usuarios (0,63 %)			

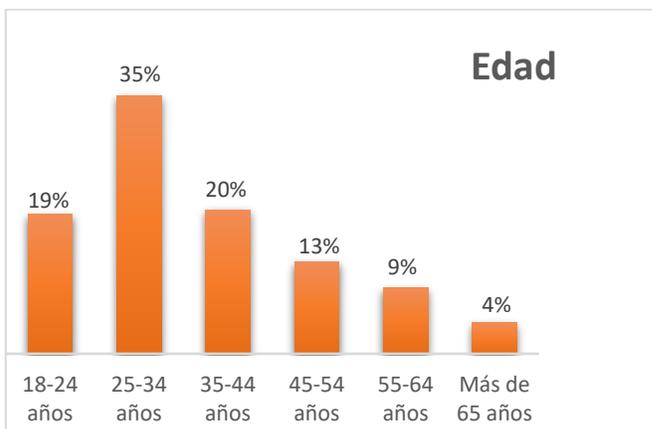
**Datos recolectados de las estadísticas obtenidas de la página web y redes sociales de Mindeporte.*

7.2.1 Página web



Según el género, las mujeres son las que más interactúan con la página web de la entidad con un 50.3%, aunque los hombres están muy cerca con el 49.7%.

En cuanto a la edad el rango de quienes más interactúan con la página web del Ministerio son los que van entre los 25 y 34 años con un 35%.

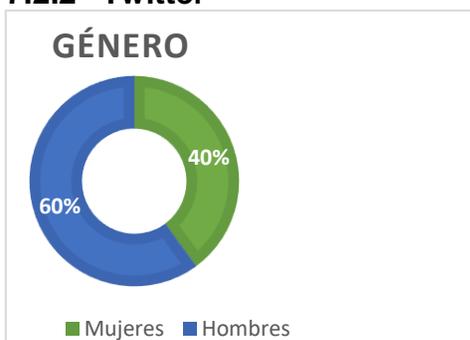


Distribución demográfica

País	Usuarios	Porcentaje
Colombia	186,907	84.35%
México	6,267	2.83%
Estados Unidos	5,417	2.44%
Ucrania	4,034	1.82%
Venezuela	2,475	1.12%
Ecuador	2,233	1.01%
Perú	2,115	0.95%
Argentina	1,731	0.78%
Alemania	1,548	0.70%
España	1,392	0.63%

Con un 83.37% Colombia es el país que tiene una mayor interacción con la página web de Mindeporte.

7.2.2 Twitter



Con un 60% los hombres son los que tiene una mayor interacción con la cuenta de Twitter de Mindeporte.



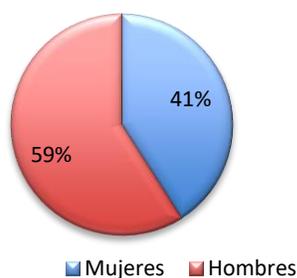
Distribución demográfica

Ciudad/Departamento	Porcentaje
Bogotá	27%
Antioquia	9%
Valle del Cauca	6%
Cundinamarca	3%
Atlántico	2%
Santander	2%
Magdalena	1%
Boyacá	1%
Meta	1%
Tolima	1%

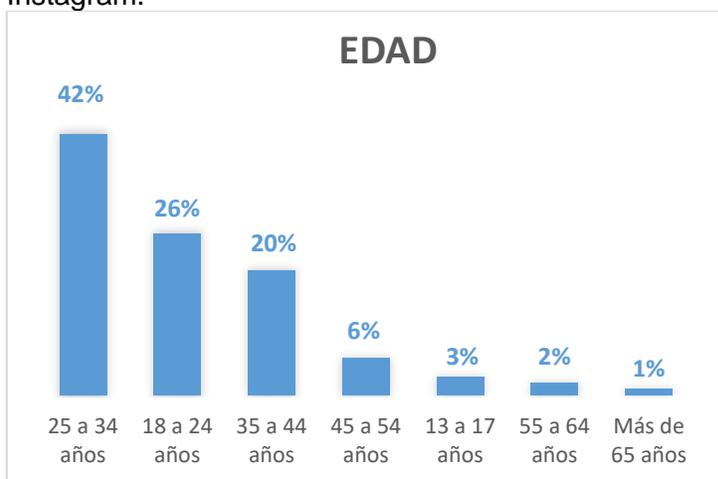
La ciudad de dónde más ingresan a interactuar con la cuenta de Twitter del Ministerio del Deporte, es Bogotá con el 27%.

7.2.3 Instagram

Género



Son los hombres con un 59% los que más interactúan con la cuenta de Mindeporte de Instagram.





Las personas que se encuentran entre los 25 y 34 años de edad son las que más interactúan con la cuenta del Ministerio en Instagram, reflejado con el 42%.

Distribución demográfica

Ciudad	Porcentaje
Bogotá	27%
Medellín	10%
Cali	9%
Barranquilla	5%
Cartagena	4%

Bogotá es la ciudad que más interactúa en Instagram con un 27%.

7.2.4 Facebook



Los hombres lideran la interacción con la cuenta del Ministerio del Deporte en Facebook con un 56%.

Distribución demográfica

País	Usuarios
Colombia	47.085
EU	841
España	499
México	448
Ecuador	379



Perú	357
Argentina	307
Chile	274
Brasil	200
Venezuela	182

Ciudad	Usuarios
Bogotá	13.276
Cali	4.110
Medellín	3.333
Barranquilla	1.409
Bucaramanga	1.311
Cúcuta	1.180
Ibagué	1.061
Cartagena	1.157
Pereira	833
Pasto	842

El país que predomina en la interacción de la cuenta de Mindeportes en Facebook es Colombia con 47.085 usuarios y de las ciudades Bogotá con 13.276 usuarios.

8. Ficha de caracterización



Ficha de caracterización				
Dependencia	Despacho del Ministro		Grupo Interno de Trabajo -GIT (Si aplica)	GIT Comunicaciones
Objetivo General	Identificar las características de empresas, personas, entidades que interactúan con el GIT de Comunicaciones para identificar los grupos de valor.			
Personas naturales				
<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> Sectores Segmentos </div>				
Nivel de Desagregación 	Ciudadanos usuarios	1. Geográficas	2. Demográficas	3. Intrínsecas
	Página web: 349.897 Twitter: 86.346 Facebook: 54.281 Instagram: 32.960	Ubicación Twitter: 10 departamentos/ciudades Facebook: 10 ciudades Instagram: 5 ciudades Página Web: 9 ciudades. 10 países	Edad Página web: 25-34: 35,36 %. 35-44: 19,71 %. 18-24: 19,12 %. 45-54: 12,59 %. 55-64: 9,00 %. 65+: 4,23 %. Instagram: 26% (18 a 24 años), 42% (25 a 34 años), 20% (35 a 44 años), 6% (45-54), 3% (13-17), 2% (55-64), 1% (más de 65). Sexo Twitter: Mujeres 40%. Hombres 60% Facebook: Mujeres 43%. Hombres 56%. No informa 1% Instagram: Mujeres 41%, Hombres 59%. Página web: Mujeres: 50,29 %, Hombres: 49,71 %	Uso de canales Página web: Chrome: 78.11%. Safari: 7,17 %. Android: 4,70 %. Explorer: 3,15 %. Firefox: 2,13 %. Internet Samsung: 1,82 %. Edge: 1,03 %. Opera: 0,43 %.
				Acceso a canales Redes sociales (Twitter, Facebook e Instagram). Página web.
PERSONAS JURÍDICAS				
<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> Sectores Segmentos </div>				
Nivel de Desagregación 	Usuarios Grupos de interés	1. Geográficas	2. Tipos de Organización	3. Intrínsecas
		Cobertura geográfica Nacional: 12% Regional: 22% Local: 66% Ubicación principal: 28 ciudades	Tipo de usuario o grupo de interés Organismos del Sistema Nacional del Deporte: 2% Medios: 98%	
			Fuente de recursos Privadas: 95% Públicas: 5% Organización sector al que depende: Radio: 33% Prensa: 27% Televisión: 25% Digital: 15%	



9. Conclusiones

De los resultados se puede concluir que las empresas u organizaciones con las que el GIT de Comunicaciones tiene mayor interacción son los medios de comunicación, principalmente con los medios de radio. Y las personas que más interactúan con las redes sociales y la página web de Mindeporte son hombres entre 25 y 34 años, que podrían tener un interés en información general de deportes y eventos deportivos. La mayor interacción se presenta en Colombia en la ciudad de Bogotá.