



CARACTERIZACIÓN

DE CIUDADANOS, USUARIOS Y GRUPOS DE VALOR

DE LA AGENCIA DE DESARROLLO RURAL

2020



El campo
es de todos

Minagricultura

Tabla de contenido

1. INTRODUCCIÓN	3
2. OBJETIVO GENERAL	4
3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	4
4. ALCANCE.....	4
5. MARCO NORMATIVO	4
6. VARIABLES.....	6
7. TIPOS DE VARIABLES	7
8. MOTIVOS DE CONSULTA	8
9.VARIABLES DEMOGRÁFICAS.....	9
9.1 <i>DATOS CARACTERÍSTICOS DE LA POBLACIÓN</i>	9
a. <i>EDAD</i>	9
b. <i>SEXO</i>	10
c. <i>NIVEL EDUCATIVO</i>	11
d. <i>DOCUMENTO DE IDENTIDAD</i>	13
f. <i>TIPO DE POBLACIÓN</i>	15
g. <i>GRUPO DE INTERÉS</i>	16
g. 1 <i>GRUPOS DE INTERÉS ENCUENTROS TERRITORIALES PARA EL FOMENTO ASOCIATIVO</i>	17
h. <i>CANALES DE ATENCIÓN</i>	17
10. VARIABLES DE COMPORTAMIENTO.....	18
<i>EVENTOS</i>	18
a.1 <i>CARACTERIZACIONES Y VALORACIONES</i>	19
a.2 <i>RUEDAS DE NEGOCIO</i>	20
a.3 <i>MERCADOS CAMPESINOS</i>	22
a.4 <i>AGROFERIAS</i>	23
a.5 <i>ALFABETIZACION DIGITAL CON ENFASIS COMERCIAL</i>	24
b. <i>AGRICULTURA POR CONTRATO</i>	24
c. <i>TRANSFERENCIA DEL MODELO</i>	25
11. VARIABLES GEOGRÁFICAS	25
a. <i>VISITAS DE USUARIOS POR REGIÓN</i> 25.....	<u>27</u>
13. RECOMENDACIONES	29
14. REFERENCIAS	29
15. FUENTES DE INFORMACIÓN	30

1. INTRODUCCIÓN

La Agencia de Desarrollo Rural - ADR- es la Entidad responsable de promover, estructurar, cofinanciar y ejecutar planes, programas y proyectos integrales de desarrollo agropecuario y rural con enfoque territorial generando gran valor a las iniciativas asociativas. La ADR tiene como propósito impulsar la transformación del campo colombiano mejorando la calidad de vida de los pequeños y medianos productores.

En su apuesta por menguar la brecha de desigualdad de la Colombia profunda, ha sido indispensable caracterizar el público objetivo como punto de referencia para mejorar los canales de comunicación, ofrecer un mejor servicio al ciudadano, promover la participación ciudadana y diseñar una oferta misional acorde a la política pública, ajustada a las necesidades del territorio; es por esto que, en concordancia con el CONPES 3785 de 2013, en las políticas de Desarrollo Administrativo del Decreto 2482 de 2012 como lo son la política de Servicio al Ciudadano, Participación Ciudadana, Rendición de Cuentas, Racionalización de Trámites y Gobierno en línea, y el Decreto 1499 de 2017 que actualiza el “Modelo Integrado de Planeación y Gestión - MIPG” se hace necesario la caracterización de los ciudadanos, usuarios y grupos de interés de las entidades públicas.

La caracterización se refiere a la identificación de grupos de usuarios que interactúan con la Entidad y que comparten características, necesidades e intereses similares; con esta definición la ADR parte para realizar el ejercicio de identificación de variables y segmentos que comparten su población objetivo. Para este ejercicio se contó con la información del registro de ciudadanos atendidos a nivel nacional durante la vigencia del año 2019, la caracterización de los productores rurales atendidos por la Dirección de Participación y Asociatividad, a través de los encuentros territoriales, y el formato de caracterización de organizaciones de la Dirección de Comercialización de la Agencia la cual brinda su apoyo al fortalecimiento de la competitividad y comercialización de los productos. Con los resultados obtenidos se espera evidenciar y gestionar acciones que den cumplimiento a las políticas anteriormente mencionadas.

2. OBJETIVO GENERAL

Establecer las características e intereses de los usuarios y grupos de valor que acuden a la Agencia para conocer las necesidades que demanda la población objetivo de la Entidad, para así, proponer acciones de mejora mediante la planeación y desarrollo de las estrategias de atención oportuna y efectiva que brinde alternativas a los intereses de la población identificados mediante el ejercicio.

3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar características de los usuarios y grupos de valor que solicitan trámites y servicios en la ADR.
- Focalizar la implementación de mejoras en los canales de atención de acuerdo a necesidades detectadas.
- Establecer espacios de participación en el marco del proceso de Rendición de Cuentas.
- Adecuar procesos y procedimientos para la entrega de servicios a la ciudadanía.

4. ALCANCE

Partiendo de las solicitudes y requerimientos realizados por los ciudadanos y apoyos que la Agencia realizó a través de sus áreas misionales durante la vigencia 2019, se recoge la información y se identifican las características de los usuarios y grupos de valor que se encuentran en el territorio y son atendidos por la sede principal y las 13 Unidades Técnicas Territoriales, por medio de los canales de atención establecidos y los procedimientos de apoyo con los que cuenta la Entidad.

5. MARCO NORMATIVO

La caracterización de los grupos de valor permite dar cumplimiento, en su totalidad o parcialmente, a las siguientes normas:

NORMATIVIDAD	
Ley 962 de 2005	Por la cual se dictan disposiciones sobre racionalización de trámites y procedimientos administrativos de los organismos y entidades del Estado y de los particulares que ejercen funciones públicas o prestan servicios públicos ¹

¹ Ley 962 de 2005, Por la cual se dictan disposiciones sobre racionalización de trámites y procedimientos administrativos de los organismos y entidades del Estado y de los particulares que ejercen funciones públicas o prestan servicios públicos, 8 de Julio de 2005 [EN LINEA] http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0962_2005.html

Ley 1474 de 2011	Por la cual se dictan normas orientadas a fortalecer los mecanismos de prevención, investigación y sanción de actos de corrupción y la efectividad del control de la gestión pública. ²
Ley 1712 de 2014	Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones. ³
Decreto 2150 de 1995	Por el cual se suprimen y reforman regulaciones, procedimientos o trámites innecesarios existentes en la administración pública. ⁴
Decreto 2623 de 2009	Por el cual se Crea el Sistema Nacional de Servicio al Ciudadano. ⁵
Decreto 019 de 2012	Por el cual se dictan normas para suprimir o reformar regulaciones, procedimientos y trámites innecesarios existentes en la Administración Pública. ⁶
Decreto 2641 de 2012	Por el cual se reglamentan los artículos 73 y 76 de la Ley 1474 de 2011, adopta una metodología y estrategias para la construcción del Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano. ⁷
Decreto 2693 de 2012	Por el cual se establecen los lineamientos generales de la Estrategia de Gobierno en Línea de la República de Colombia, se reglamentan parcialmente las Leyes 1341 de 2009 y 1450 de 2011, y se dictan otras disposiciones. ⁸
Decreto 2364 de 2015	Por el cual se crea la Agencia de Desarrollo Rural. ⁹

² Ley 1474 de 2011, Por la cual se dictan normas orientadas a fortalecer los mecanismos de prevención, investigación y sanción de actos de corrupción y la efectividad del control de la gestión pública, 12 de Julio de 2011, [EN LINEA] http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1474_2011.html

³ Ley 1712 de 2014, Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones, 6 de Marzo de 2014 [EN LINEA] http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1712_2014.html

⁴ Decreto 2150 de 1995, Por el cual se suprimen y reforman regulaciones, procedimientos o trámites innecesarios existentes en la administración pública, 5 de Diciembre de 1995 [EN LINEA] http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/decreto_2150_1995.html

⁵ Decreto 2623 de 2009, Por el cual se Crea el Sistema Nacional de Servicio al Ciudadano, 13 de Julio de 2009 [EN LINEA] <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=36842>

⁶ Decreto 019 de 2012, Por el cual se dictan normas para suprimir o reformar regulaciones, procedimientos y trámites innecesarios existentes en la Administración Pública, 10 de Enero de 2012 [EN LINEA] http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/decreto_0019_2012.html

⁷ Decreto 2641 de 2012, Por el cual se reglamentan los artículos 73 y 76 de la Ley 1474 de 2011, adopta una metodología y estrategias para la construcción del Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano, 17 de Diciembre de 2012 [EN LINEA] <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=50959>

⁸ Decreto 2693 de 2012, Por el cual se establecen los lineamientos generales de la Estrategia de Gobierno en Línea de la República de Colombia, se reglamentan parcialmente las Leyes 1341 de 2009 y 1450 de 2011, y se dictan otras disposiciones, 21 de Diciembre de 2012 [EN LINEA] <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=51198>

⁹ Decreto 2364 de 2015, Por el cual se crea la Agencia de Desarrollo Rural, 7 de Diciembre de 2015 [EN LINEA] <http://wp.presidencia.gov.co/sitios/normativa/decretos/2015/Decretos2015/DECRETO%202364%20DEL%207%20DE%20DICIEMBRE%20DE%202015.pdf>

Decreto 1499 del 11 de septiembre de 2017	Decreto 1499 del 11 de septiembre de 2017, “Por medio del cual se modifica el Decreto 1083 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Función Pública, en lo relacionado con el Sistema de Gestión establecido en el artículo 133 de la Ley 1753 de 2015. ¹⁰
CONPES 3649 de 2010	Política Nacional de Servicio al Ciudadano ¹¹
CONPES 3785 de 2013	Política Nacional de Eficiencia Administrativa al Servicio del Ciudadano. ¹²

6. VARIABLES

Las variables se tomaron de los 27 campos de obligatorio diligenciamiento que componen la matriz F-PAC-001, versión 6° - Registro de Ciudadanos Atendidos, los 17 encuentros territoriales para el fomento asociativo, 7 de “Cultivemos Participación Rural”, donde el enfoque se centra en promover la participación de los productores en las instancias de concertación de la política pública que tiene impacto sobre el sector rural, y 10 “Escuelas de Asociatividad””, donde se abordan los beneficios y responsabilidades que conlleva el trabajo colectivo, y la aplicación del Modelo de atención y de prestación de servicios de apoyo a la comercialización que aplica la dirección de comercialización.

El criterio para la selección de las variables siguió la interrelación de estas 3 herramientas de información para lograr el objetivo del estudio y su relevancia en el aporte de información para la consecución del mismos.

¹⁰ Decreto 1499 de 2017, Decreto 1499 del 11 de septiembre de 2017, “Por medio del cual se modifica el Decreto 1083 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Función Pública, en lo relacionado con el Sistema de Gestión establecido en el artículo 133 de la Ley 1753 de 2015, 11 de Septiembre de 2017 [EN LINEA] <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=83433>

¹¹ CONPES 3649 de 2010, Política Nacional de Servicio al Ciudadano, 15 de Marzo de 2010 [EN LINEA] https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-3507_documento.pdf

¹² CONPES 3785 DE 2013, Política Nacional de Eficiencia Administrativa al Servicio del Ciudadano, 9 de Diciembre de 2013 [EN LINEA] <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Normograma/CONPES%203785%20de%202013.pdf>

7. TIPOS DE VARIABLES¹³

VARIABLES DEMOGRÁFICAS: Se refieren a las características de una población y su desarrollo a través del tiempo

EDAD : Variable cuantitativa continua. Corresponde al tiempo que ha vivido una persona desde su nacimiento, se expresa en años. Permite segmentar la vida humana en diferentes periodos temporales: niñez, adolescencia, joven, adulto, adulto mayor, como ejemplo.

SEXO: Variable cualitativa nominal. es la condición orgánica que distingue al hombre de la mujer y puede ser femenino o masculino.

NIVEL EDUCATIVO: Grado de instrucción más elevado que una persona ha alcanzado.

DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN: Es un documento público emitido por un organismo oficial que permite identificar a las personas por su nombre, nacimiento y nacionalidad.

TIPO DE POBLACIÓN: Atiende a la condición de los usuarios que solicitan información de acuerdo al grupo de interés. Campesinos, víctimas, desplazados u otro tipo de población (grupos étnicos)

VARIABLES DE COMPORTAMIENTO: Estas variables corresponden a las acciones observadas en los ciudadanos usuarios y grupos de valor, mas alla de lo que dicen hacer o preferir. Permiten identificar los motivos o eventos que lo llevan a interactuar con una Entidad o las características de esta interacción.

EVENTOS: Situaciones que generan la necesidad de interactuar. Esta variable es importante para identificar aquellos momento en los que los ciudadanos están mas interesados y/o receptivos o requieren de la prestación del servicio o el tipo de espacios sociales que frecuentan para realizar posteriormete un acercamiento en la oferta de servicios y trámites.

VARIABLES GEOGRÁFICAS Localización geográfica donde reside el usuario. Permite identificar usuarios con características homogéneas dentro de una ubicación definida.

DEPARTAMENTO: Entes territoriales en que se divide un país, sujetos a una autoridad administrativa, con características culturales y económicas particulares

CIUDAD: Entidad urbana densamente poblada.

¹³ Departamento Nacional de Planeación (2015). Guía de caracterización de ciudadanos, usuarios e interesados. Bogotá. D.C. Recuperado de: http://www.secretariatransparencia.gov.co/prensa/2016/Documents/guide-caracterizacion-de-ciudadanos-usuarios-e-interesados_web.pdf

8. MOTIVOS DE CONSULTA

La Entidad ha identificado veintiocho (28) motivos de consulta frecuente sobre los cuales se recibieron 25.669 requerimientos de información. Para el presente ejercicio los motivos de consulta fueron categorizados por dependencia de atención o de competencia, oferta misional, estructuración y cofinanciación de proyectos, trámites y otros temas de consulta.

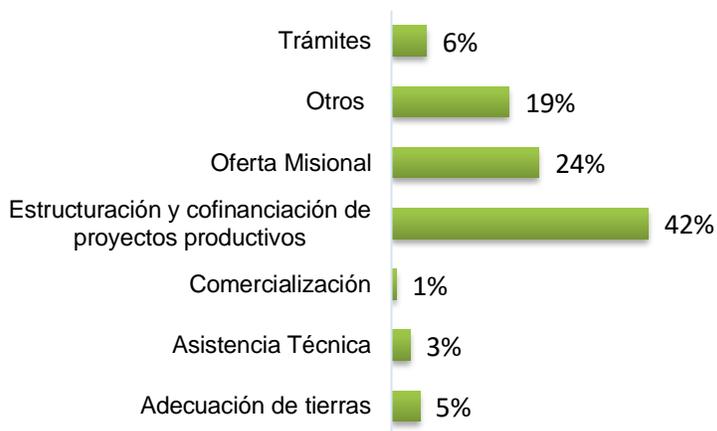


Gráfico N°1 : Motivo de Consulta

En el año 2019, la consulta más frecuente fue la estructuración y cofinanciación de proyectos productivos con una participación del 42%, correspondiente a 10.810 atenciones. La oferta misional fue el segundo motivo de consulta con 6.213 registros. En seguida se reflejaron 4.959 consultas sobre otros temas administrativos, 1.481 atenciones en relación a los trámites a cargo de la entidad, se recibieron 1.194 consultas sobre el servicio de adecuación de tierras, 799 consultas de competencia del área de asistencia técnica y 213 consultas sobre las estrategias, programas y servicios que ofrece el área de comercialización.

9.VARIABLES DEMOGRÁFICAS

9.1 DATOS CARACTERÍSTICOS DE LA POBLACIÓN

a. EDAD

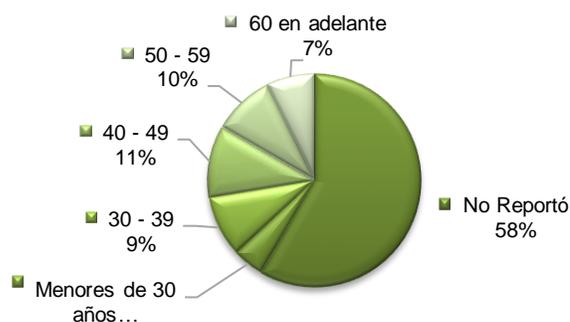


Gráfico N°2 : Rango de Edades de los usuarios ADR.

Con base en la información suministrada se evidenció que el 58% de la población atendida no suministró información sobre su edad cronológica, lo que equivale a 14.981 registros de atención. De la información recolectada concluimos que quienes interactúan con mayor frecuencia con la entidad son los ciudadanos que se encuentran en el rango de edad entre los 30 años y los 59 años (7.606 consultas), en menor proporción los ciudadanos menores de 30 años (1.214 consultas), seguido de los adultos mayores de 60 años con 1.868 consultas.

Con relación a los encuentros territoriales para el fomento asociativo, se pudo evidenciar que la mayoría de los productores rurales caracterizados (71%) se ubicaron entre los 30 y los 59 años de edad; del rango etario de 40 a 49 años es aquel que predominó en las “Escuelas de Asociatividad”, con un 26% equivalente a 125 de los 483 productores caracterizados; mientras que en los encuentros de “Cultivemos Participación Rural” fue mayor la asistencia de productores de 50 a 59 años de edad, con 109 de los 380 caracterizados, es decir, el 29%. En cuanto a la población joven (menores de 30 años), tan solo el 14% de los productores caracterizados se ubicaron en este rango de edad, siendo el doble la participación en las “Escuelas de Asociatividad” que en los encuentros de “Cultivemos Participación Rural”, con 18% y 9% respectivamente.

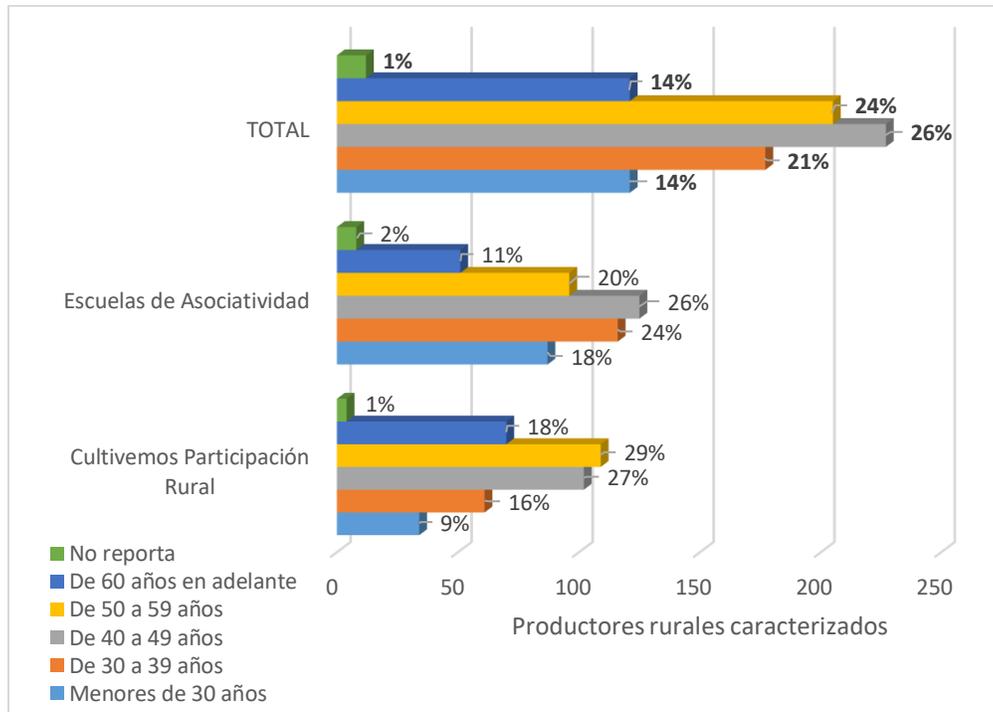


Gráfico N° 3: Distribución por edad - Productores rurales caracterizados en Encuentros Territoriales de Fomento Asociativo DPA 2019

b. SEXO

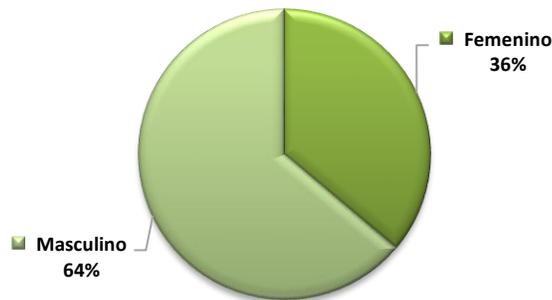


Gráfico N° 4: Género usuarios ADR

El género masculino acude con mayor afluencia a consultar y gestionar los trámites y servicios ofertados por la Agencia; ahora bien, analizando esta misma variable en el apoyo brindado por la Agencia en los encuentros territoriales para el fomento asociativo, se evidencia que quienes más acuden a estos encuentros son las mujeres como se puede observar a continuación:

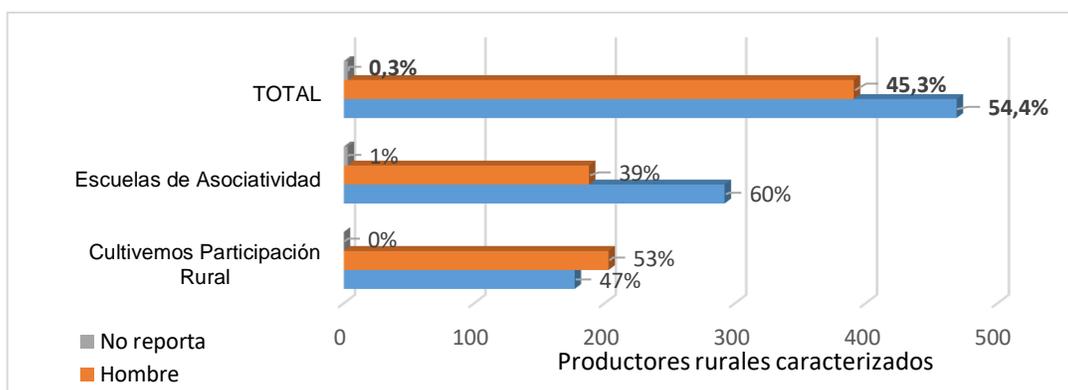


Gráfico N° 5: Distribución por género - Productores rurales caracterizados en Encuentros Territoriales de Fomento Asociativo – Total participantes de las actividades de la DPA 2019

En el gráfico podemos observar que durante la vigencia 2019 más de la mitad de los participantes fueron mujeres, es decir, 469 productoras rurales de un total de 1.047 participantes. Sin embargo, al analizar por separado las dos actividades, en efecto, la participación de las mujeres rurales predominó en las “Escuelas de Asociatividad”, con 292 productoras que equivalen al 60% de los participantes, mientras que en los encuentros de “Cultivemos Participación Rural”, fue mayor el porcentaje de participación de los hombres, con un 53% equivalente a 203 productores rurales asistentes. Vale la pena resaltar que tan solo 3 de las personas caracterizadas (0.3%), no reportó su sexo en la encuesta.

c. NIVEL EDUCATIVO

En el ejercicio de caracterización que se está realizando, un insumo importante para identificar el tipo de lenguaje a utilizar en la interacción de la Entidad con sus ciudadanos, usuarios y grupos de valor, es el nivel de escolaridad, el cual se hace indispensable para la oportuna comprensión de los trámites y servicios brindados por la Agencia. A continuación se puede observar la información obtenida por la Entidad de los ciudadanos que acuden a consultarla.

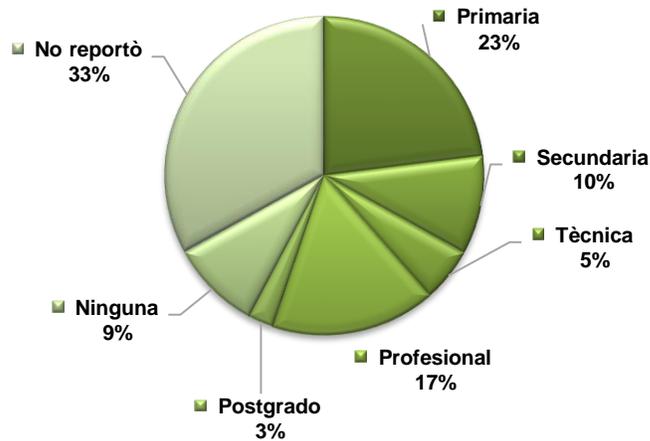


Gráfico N° 6: Nivel educativo de los usuarios que consultan a la ADR

De acuerdo a la información se observa que 5.900 consultas fueron canalizadas por usuarios con grado de escolaridad primaria, entre tanto se atendieron 4.270 requerimientos emitidos por usuarios profesionales, 2.580 atenciones solicitadas por bachilleres y 2.354 registros causados por usuarios sin ninguna formación académica. El nivel educativo postgrado y técnica presentaron una baja participación con 677 y 1.424 consultas respectivamente.

En cuanto al máximo nivel de estudios alcanzado por los productores rurales caracterizados en los encuentros de fomento asociativo, se pudo establecer que el mayor porcentaje, es decir, el 34% equivalente a 297 de los 863 productores caracterizados, terminó la secundaria, seguido por el 25.5% que reportaron haber culminado la primaria y el 22% que indicaron el nivel de técnico/tecnólogo como su máximo nivel de escolaridad. La participación de los productores rurales con grado universitario, fue superior en las “Escuelas de Asociatividad”, con un 18% equivalente a 86 productores, frente a los encuentros de “Cultivemos Participación Rural” donde este porcentaje fue del 13.8% correspondiente a 52 productores. Otro resultado de interés fue que solo el 1% de los productores caracterizados respondió ninguno a la pregunta sobre su nivel de escolaridad.

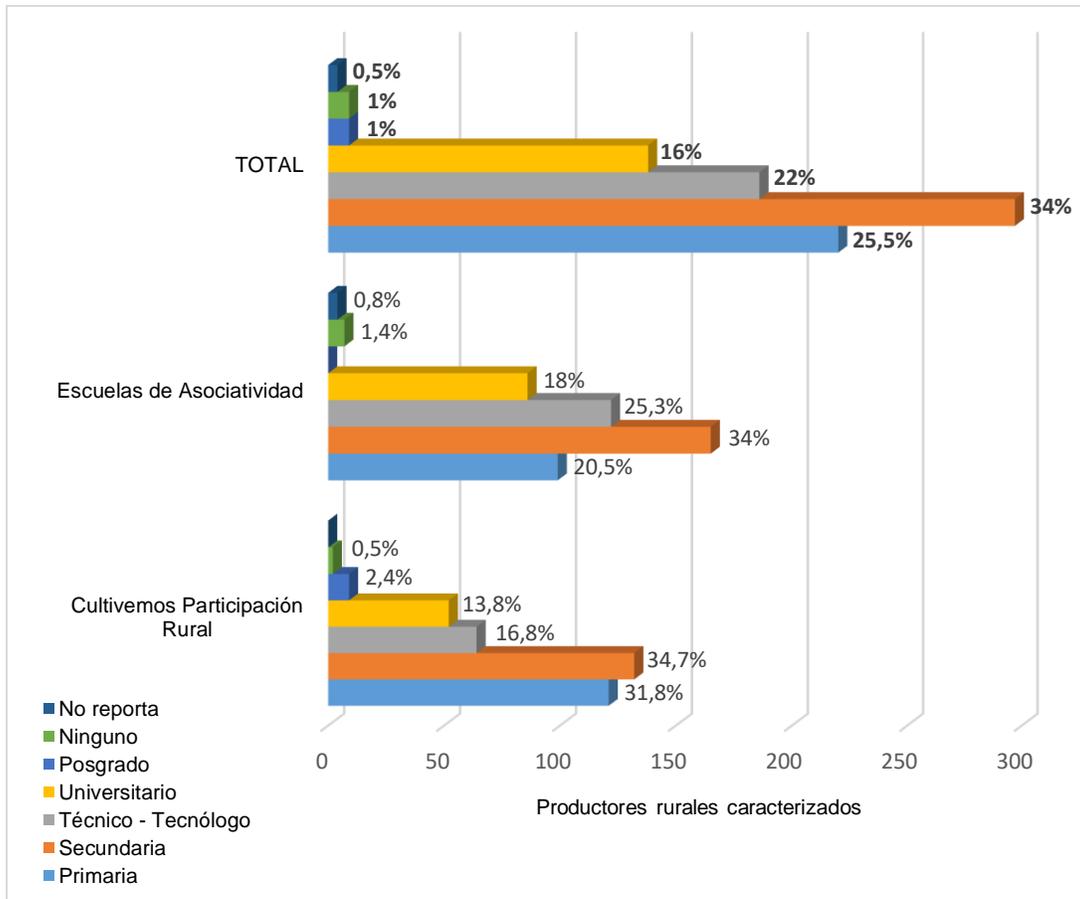


Gráfico N° 7: Distribución por nivel de escolaridad - Productores rurales caracterizados en Encuentros Territoriales de Fomento Asociativo DPA 2019

d. DOCUMENTO DE IDENTIDAD

En la variable respecto al Documento de Identidad se infiere que quienes consultan a la Agencia aportaron o no su número de identificación; esta variable nos permite establecer un parámetro único sobre cada individuo con el fin de facilitar el cruce de información entre las dependencias de la Entidad.

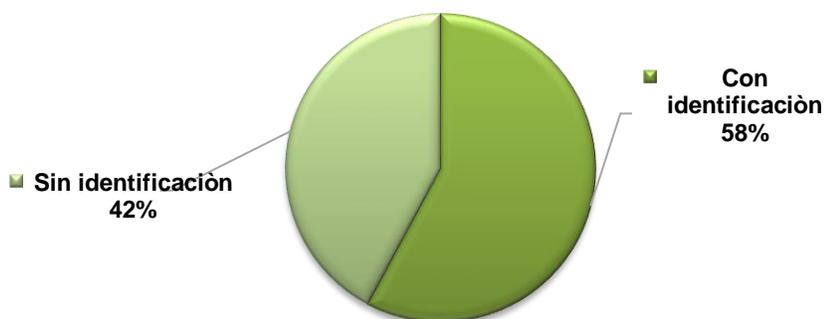


Gráfico N° 8 : Identificación usuarios ADR

En la gráfica se puede observar que sólo el 42% (14.833 consultas) de los peticionarios aportaron información sobre el número de identificación, frente a un 58% (10.836 consultas) de personas naturales o jurídicas que se abstuvieron de suministrar este dato.

e. CONDICIÓN DE LA POBLACIÓN

Dentro de la población a la cual la ADR brinda su atención y apoyo se encuentran la población campesina, población víctima, población en condición de desplazamiento y otros; también se encuentran quienes no reportan el tipo de población al cual pertenecen. A continuación se presentan los datos obtenidos en la vigencia 2019 para esta variable:

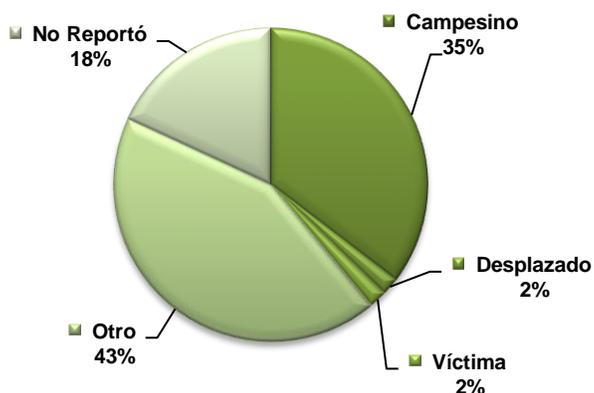


Gráfico N° 9 : Condición de la población

Se puede observar que el tipo de ciudadano otro es el público que más muestra interés en la Entidad, con 11.019 consultas, seguido del tipo campesino con 9.077 atenciones. 4.644 peticiones registran usuarios que no proporcionaron información para realizar esta clasificación y en menor cuantía aparecen los tipos de ciudadano desplazados y víctimas, con 472 y 457 consultas respectivamente.

En cuanto a los productores que participaron en los encuentros territoriales para el fomento asociativo en la vigencia 2019, el mayor porcentaje de estos no se autoidentificó como parte de algún grupo poblacional en condición especial. Los productores que reportaron pertenecer a la población en condición de víctima representaron el 30% del total de participantes y los de menor proporción fueron aquellos que identificaron como parte de la población en discapacidad (1%), como se observa a continuación:

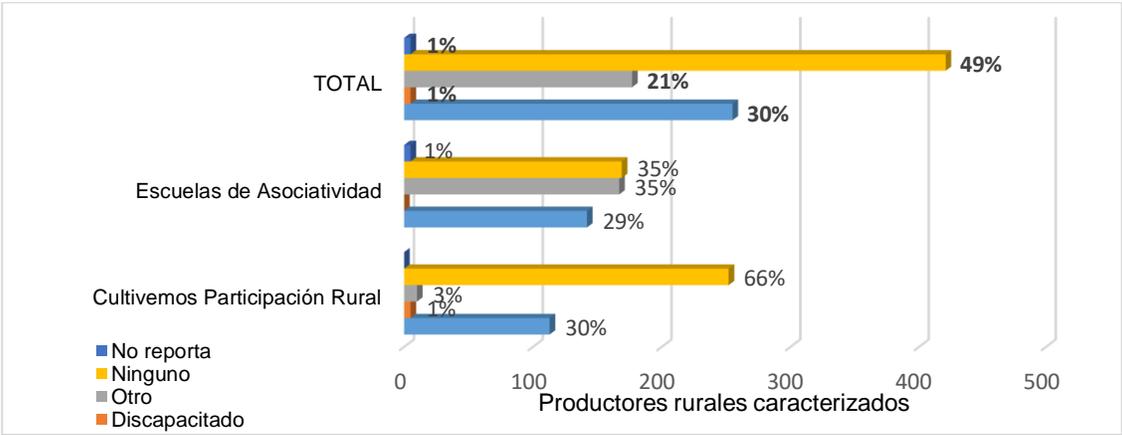


Gráfico N° 10: Distribución por tipo de población - Productores rurales caracterizados en Encuentros Territoriales de Fomento Asociativo DPA 2019

f. TIPO DE POBLACIÓN

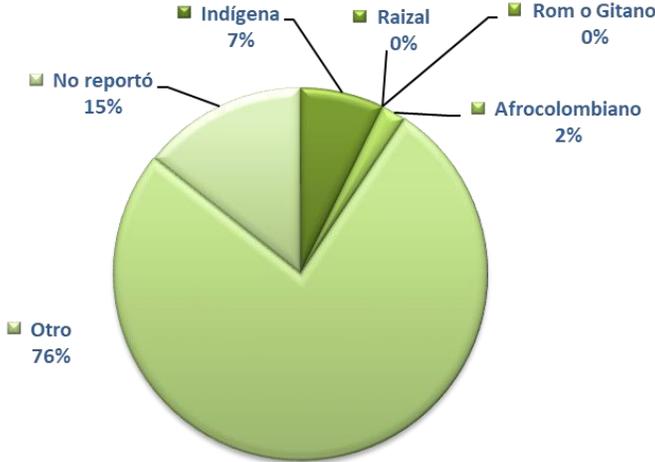


Gráfico N° 11: Tipo de Ciudadano

El tipo de ciudadano más frecuente en la ADR es la categoría otro con 19.581 registros de visita, seguido de 3.679 (15%) atenciones que no aportaron información para categorizarlos. El tipo de ciudadano indígena y afrocolombiano tuvieron una participación de 1.859 registros y 545 registros respectivamente. En la última posición aparecieron las categorías raizal y rom o gitano con menor número de visitas: 4 y 1 en cada caso.

g. GRUPO DE INTERÉS

Para el interés del objeto misional de la Entidad se observa que el 37% de los consultantes tiene preferencia por formas organizativas que compaginan con los requisitos de la Entidad: Grupo de interés asociación de usuarios (5.117 consultas), organización social y comunitaria (9.942 consultas) y distritos de riego (501 consultas). De otro modo se evidencia que otros grupos de interés (6.755 consultas) ocupan un segundo lugar dentro del interés de los usuarios ADR.

Por otra parte se mantiene la ausencia de información para esta categoría con 3.173 registros, seguido por el grupo de interés persona natural con una participación importante de 3.196 consultas. Las entidades públicas recurrieron a la entidad en 271 ocasiones, las empresas y las personas jurídicas tuvieron una acogida en 427 y 578 registros respectivamente.

Los grupos de interés entes territoriales, fundaciones y universidades fueron las categorías con menor demostración de interés: 271, 139 y 86 consultas para cada una en su orden.

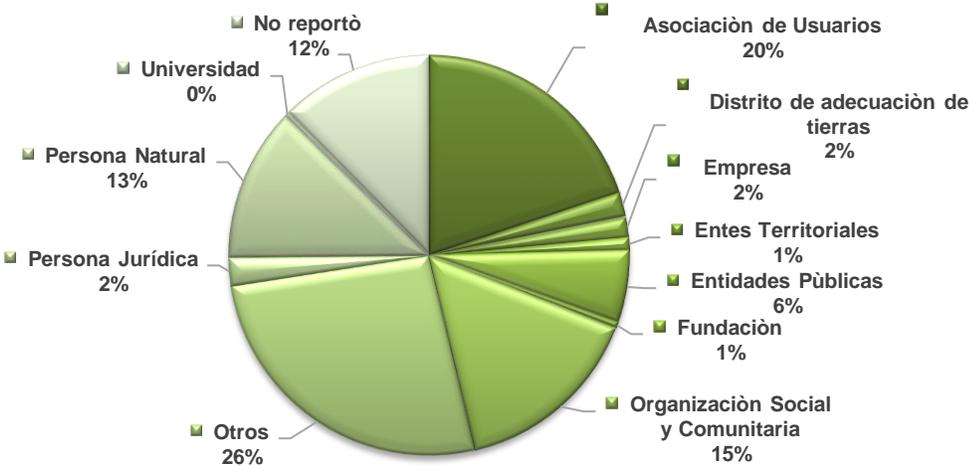


Gráfico N° 12: Grupo de Interés usuarios ADR

g. 1 GRUPOS DE INTERÉS ENCUENTROS TERRITORIALES PARA EL FOMENTO ASOCIATIVO

Teniendo en cuenta, como se menciona anteriormente que las organizaciones sociales, comunitarias y productivas rurales configuran el principal grupo de interés de la oferta institucional de la Agencia y que la identificación y apoyo a las iniciativas asociativas hacen parte de los objetivos fundamentales de las actividades de fomento asociativo desarrolladas por la DPA, la caracterización de grupos de interés aplicada en los encuentros territoriales para el fomento asociativo en 2019, incluyó la pregunta de si los productores rurales pertenecen o no a una organización, encontrando que la mayoría (73%) respondieron que si, siendo mayor el porcentaje en los encuentros “Cultivemos Participación Rural”, donde el 91% de los productores asistentes manifestaron estar organizados, mientras que en las “Escuelas de Asociatividad”, si bien siguieron siendo mayoría, este porcentaje fue menor (59%).

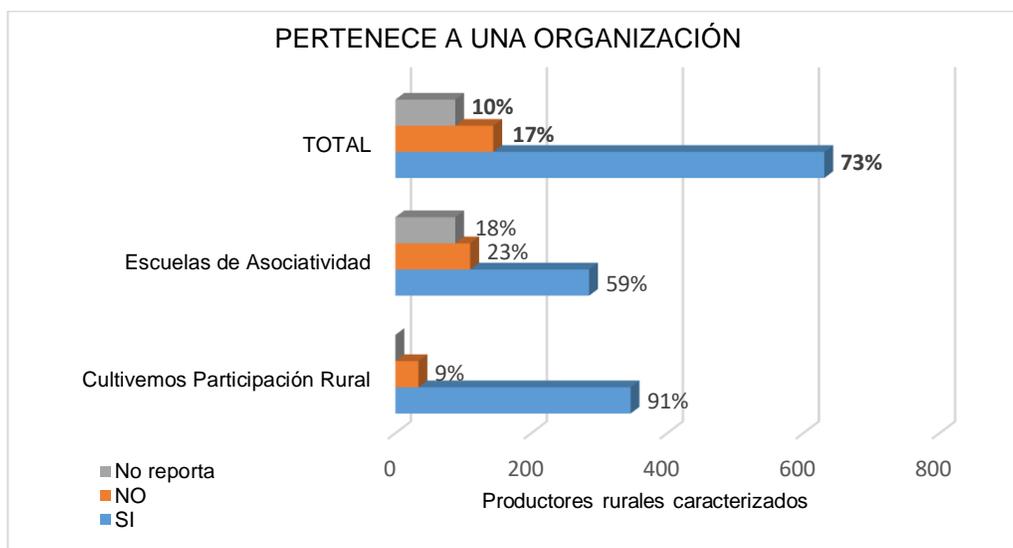


Gráfico N° 13: Distribución por grupos de interés - Productores rurales caracterizados en Encuentros Territoriales de Fomento Asociativo DPA 2019

h. CANALES DE ATENCIÓN

Con respecto a los canales de atención con los que cuenta la Agencia se puede observar que el canal más utilizado por los ciudadanos, usuarios y grupos de valor es el presencial.

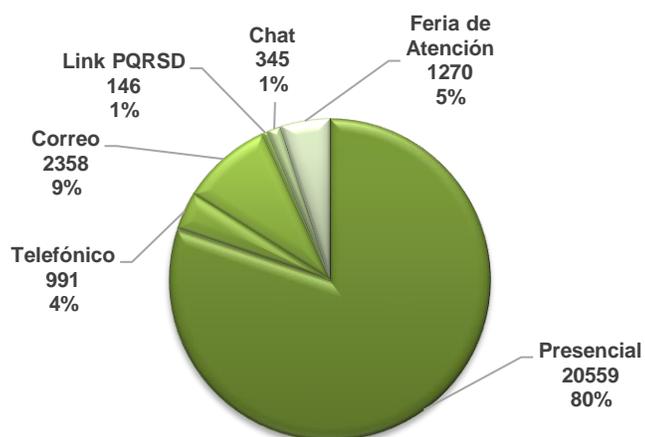


Gráfico N° 14: Canales de atención habilitados en ADR

La atención presencial se muestra prevalente en un 80% sobre el uso de los demás canales. El correo, las ferias de atención y la vía telefónica le siguen en aplicación. De otro modo el chat y el link PQRSD, evidencian la menor tasa de uso.

10. VARIABLES DE COMPORTAMIENTO

EVENTOS

Como se menciona en la identificación de las variables estas corresponden a las acciones observadas en los ciudadanos usuarios y grupos de valor, mas allá de lo que dicen hacer o preferir. Permiten identificar los motivos o eventos que lo llevan a interactuar con una Entidad o las características de esta interacción.

En esta variable se apoya de la información identificada por la Dirección de Comercialización y la aplicación del Modelo de atención y prestación de servicios de apoyo a la comercialización que busca mejorar la capacidad de respuesta de los productores agropecuarios a necesidades de desarrollo comercial, a través de los servicios de acompañamiento y asesoría técnica para el desarrollo de competencias comerciales dirigido a pequeños productores rurales organizados, que requieren de un portafolio diversificado de servicios para fortalecer el ejercicio comercial (certificaciones y otros requisitos técnicos de producto), de igual forma se busca, promover mecanismos de acceso a mercados mediante circuitos cortos (mercados campesinos, compras públicas y agroferias), acompañar procesos de encadenamientos comerciales (alianzas público privadas, alianzas comerciales y otras herramientas para el fortalecimiento de relaciones comerciales de las organizaciones de productores).

A continuación se presentan las organizaciones caracterizadas y las actividades realizadas en la aplicación del Modelo en la vigencia 2019 que aportan la identificación del apoyo y trabajo realizado por la Agencia para el fortalecimiento de las capacidades de los productores en temas de comercialización:

Producto	Meta Total 2019	Organizaciones Atendidas
Caracterizaciones y valoraciones	73	73
Mercados campesinos	50	670
Ruedas de Negocios (Compras públicas)	14	598
Ruedas de Negocios (Compras privadas)	4	174
Grupos de actores territoriales fortalecidos con la transferencia del modelo de comercialización	5	
Productores con transferencia de conocimiento en el uso de información comercial	29	
Productores con acuerdos comerciales suscritos AXC	5.104	112

Tabla 1: Organizaciones caracterizadas
Fuente: Dirección de Comercialización 2020

Productos identificados dentro de la variable:

a.1 CARACTERIZACIONES Y VALORACIONES

A través de la metodología se evalúan a las organizaciones con el objetivo de identificar las prioridades y así definir la ruta de atención comercial dentro del modelo de comercialización establecido.

En la siguiente tabla se reflejan los grupos atendidos (organizaciones) por Departamento con actividades de Caracterizaciones y Valoraciones para la Vigencia 2019:

Departamento	Organizaciones Caracterizadas
Amazonas	1
Antioquia	3
Bolívar	8
Boyacá	5
Caquetá	4
Cauca	11
Chocó	2
Córdoba	1
Guaviare	3
La Guajira	2
Huila	6
Magdalena	5
Meta	5
Nariño	1
Norte de Santander	7
Quindío	2
Risaralda	1
Santander	1
Sucre	1
Tolima	4
Total	73

Tabla 2: Grupos atendidos por la Dirección de comercialización
Fuente: Dirección de Comercialización 2020

a.2 RUEDAS DE NEGOCIO

Las ruedas de negocios contempladas dentro de la metodología son encuentros comerciales entre productores y empresas o entidades demandantes que buscan generar negocios y que ayudan a materializar iniciativas institucionales como las

compras publicas locales, promover alianzas agroindustriales y de exportación, e incluso como complemento de otros circuitos cortos de comercialización.

En las siguientes tablas se presentan los grupos de valor atendidos con esta metodología donde participan organizaciones y operadores o compradores:

A.2.1 COMPRAS PÚBLICAS

Departamento	# organizaciones	# operadores compradores
Cundinamarca	49	18
Huila	63	38
Cauca	65	28
Norte de Santander	53	87
Meta	81	42
Meta	12	37
Antioquia	25	11
Guaviare	12	10
Bolívar	30	47
Tolima	67	60
Norte de Santander	37	45
Atlántico	61	30
Amazonas	15	30
San Andrés	28	10
Total	598	493

Tabla 3: Compras públicas
Fuente: Dirección de Comercialización 2020

A.2.2 COMPRAS PRIVADAS

Departamento	# organizaciones	# operadores compradores
Quindío	54	11
Sucre	44	15
Magdalena	27	33

Caldas	49	8
Total	174	67

Tabla 4: Compras privadas
Fuente: Dirección de Comercialización 2020

a.3 MERCADOS CAMPESINOS

El Mercado Campesino definido como un Circuito Corto dentro del Modelo es un canal alternativo de comercialización para los productos de organizaciones y microempresarios de zonas rurales para sus productos, sin intermediación y en donde se genera relación directa entre el productor y consumidor final, para mejoramiento de sus ingresos y su calidad de vida.

En la tabla a continuación se presenta la relación de las organizaciones (grupos de valor) vinculadas a través de esta metodología para la vigencia 2019:

Municipio	# Mercados Campesinos	# De Organizaciones
Aquitania	1	33
Bogotá D.C.	22	49
Carmen de Bolívar	1	24
Cartagena	1	20
Cartagena del chairá	1	40
Ibagué	1	24
Manizales	1	53
Medellín	1	12
Montería	1	20
Neiva	3	37
Otanche	1	22
Pasto	1	21
Pitalito	5	50
Popayán	1	45
Puerto Inírida	1	40
Riohacha	1	15

Municipio	# Mercados Campesinos	# De Organizaciones
San Vicente del Caguan	2	42
Santa Marta	1	45
Tabio	1	34
Tunja	2	40
Villavicencio	1	4
Total	50	670

Tabla 5: Relación organización con mercados campesinos
Fuente: Dirección de Comercialización 2020

a.4 AGROFERIAS

Es otro tipo de circuito corto diseñado dentro del Modelo de Atención y Perstación de Servicios de Apoyo a la Comercialización, esta propuesta está diseñada para entidades y actores territoriales que intervienen y son responsables del desarrollo agropecuario y rural, permitiendo dar asesoría técnica a las organizaciones o actores del desarrollo rural, para promocionar espacios y escenarios que generan oportunidades comerciales y proveer información para la toma de decisiones buscando hacer mejores proyectos y agronegocios dando a conocer el procedimiento para la planeación, organización, ejecución, evaluación y monitoreo de este tipo de circuito corto de comercialización.

En la tabla siguiente se presentan los grupos de valor atendidos a través de esta metodología:

Municipio	# Agroferias	# De Organizaciones
Bogotá	2	29
Carmen de Bolívar	1	30
Garzón	1	20
Medellín	1	6
Total	5	85

Tabla 6: Agroferias
Fuente: Dirección de Comercialización 2020

a.5 ALFABETIZACION DIGITAL CON ENFASIS COMERCIAL

Es la transferencia de competencias para la aprobación y uso de herramientas tecnológicas de información comercial para el sector agropecuario.

A continuación, se relacionan los productores con transferencia de conocimiento en la vigencia 2019:

Departamento	# de productores
Huila	29

Tabla 7: Transferencia de conocimiento
Fuente: Dirección de Comercialización 2020

b. AGRICULTURA POR CONTRATO

Con relación al indicador del PND 2018-2022: “Productores con Acuerdos Comerciales Suscritos-Agricultura por Contrato”, establecido por el MADR para realizar el seguimiento y control de la estrategia “Coseche y Venda a la Fija”, la ADR cuenta con la metodología de “Encuentros Comerciales Regionales a través de Ruedas de Negocios Agroalimentarias”, la cual fue puesta en marcha durante el desarrollo de las ruedas realizadas en la vigencia 2019 con los instrumentos de seguimiento y control necesarios.

Durante la vigencia 2019 se vincularon 5104 productores con acuerdos comerciales suscritos, impactando cerca de 22 departamentos.

A continuación, se presentan datos relacionados con Agricultura por contrato para la vigencia 2019.

Departamento	Acuerdos Comerciales	Nº de Organizaciones con Acuerdos	Productores Vinculados AXC
Antioquia	5	5	248
Atlántico	2	2	442
Bolívar	4	4	277
Boyacá	7	7	360
Caldas	1	1	156
Caquetá	3	3	96
Casanare	1	1	131
Cauca	5	5	1.010
Cesar	8	8	93
Córdoba	1	1	25
Cundinamarca	5	5	430
Guaviare	1	1	30
Huila	5	5	399
Magdalena	22	22	70

Meta	9	9	700
Nariño	3	3	124
Norte de Santander	15	15	179
Risaralda	1	1	17
San Andres, Providencia	1	1	16
Sucre	1	1	19
Tolima	8	8	176
Valle del Cauca	15	15	106
Total	112	112	5.104

Tabla 8: Agricultura por contrato
Fuente: Dirección de Comercialización 2020

c. TRANSFERENCIA DEL MODELO

La transferencia del Modelo busca dar a conocer el Modelo de atención y prestación de servicios de apoyo a la comercialización, e identificar aliados estratégicos en territorio para llegar a la población rural.

En la tabla a continuación se presentan los grupos fortalecidos por departamento con Transferencia del Modelo (talleres) en la Vigencia 2019:

Departamento	Grupos fortalecidos
Amazonas	4
Boyacá	5
Cauca	6
Guainía	11
Magdalena	5
Total	28

Tabla 9: Talleres de transferencia del Modelo
Fuente: Dirección de Comercialización 2020

11. VARIABLES GEOGRÁFICAS

a. VISITAS DE USUARIOS POR REGIÓN

A continuación se presenta la estadística de las visitas por consulta en las diferentes regiones del territorio nacional a las cuales la ADR brinda su información en los trámites y servicios que se prestan.

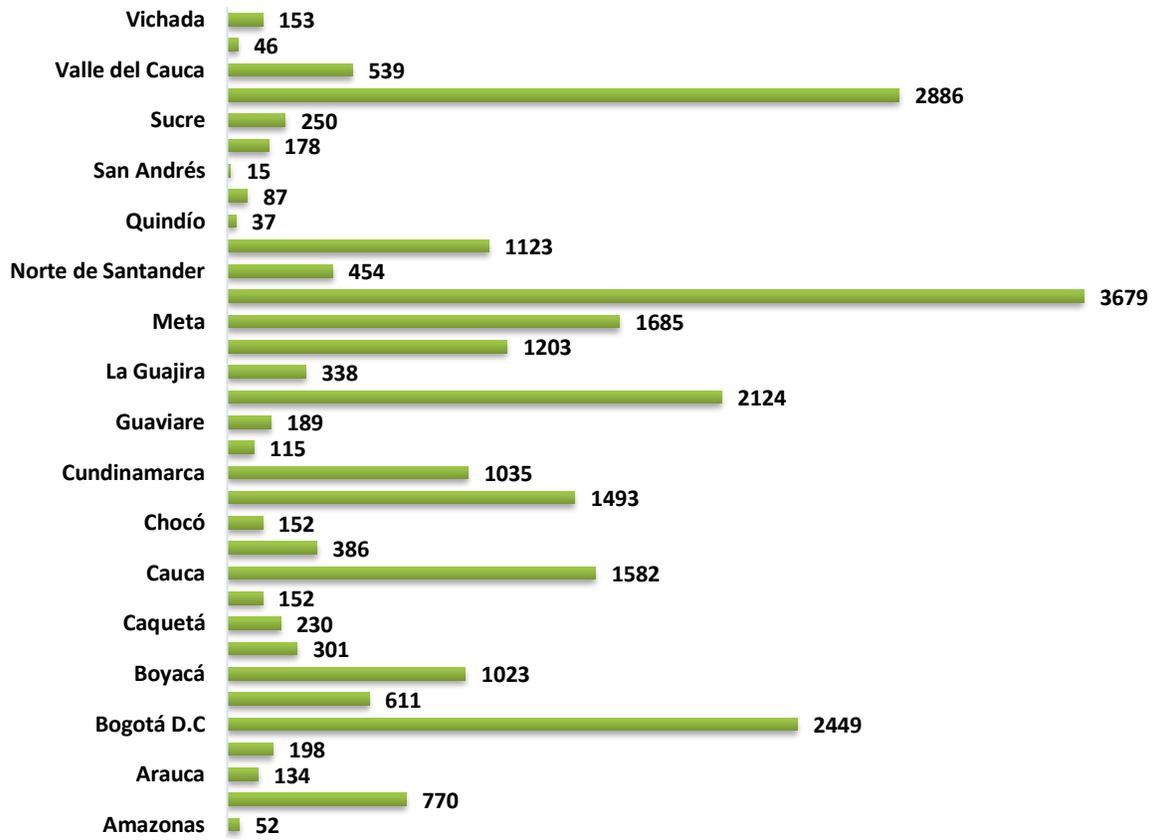


Gráfico N°15: Visitas de las regiones

En el segundo gráfico de la variable geográfica se observan los encuentros territoriales realizados en las diferentes regiones del territorio nacional, discriminados por tipo de actividad desarrollada por la DPA para fomento asociativo.

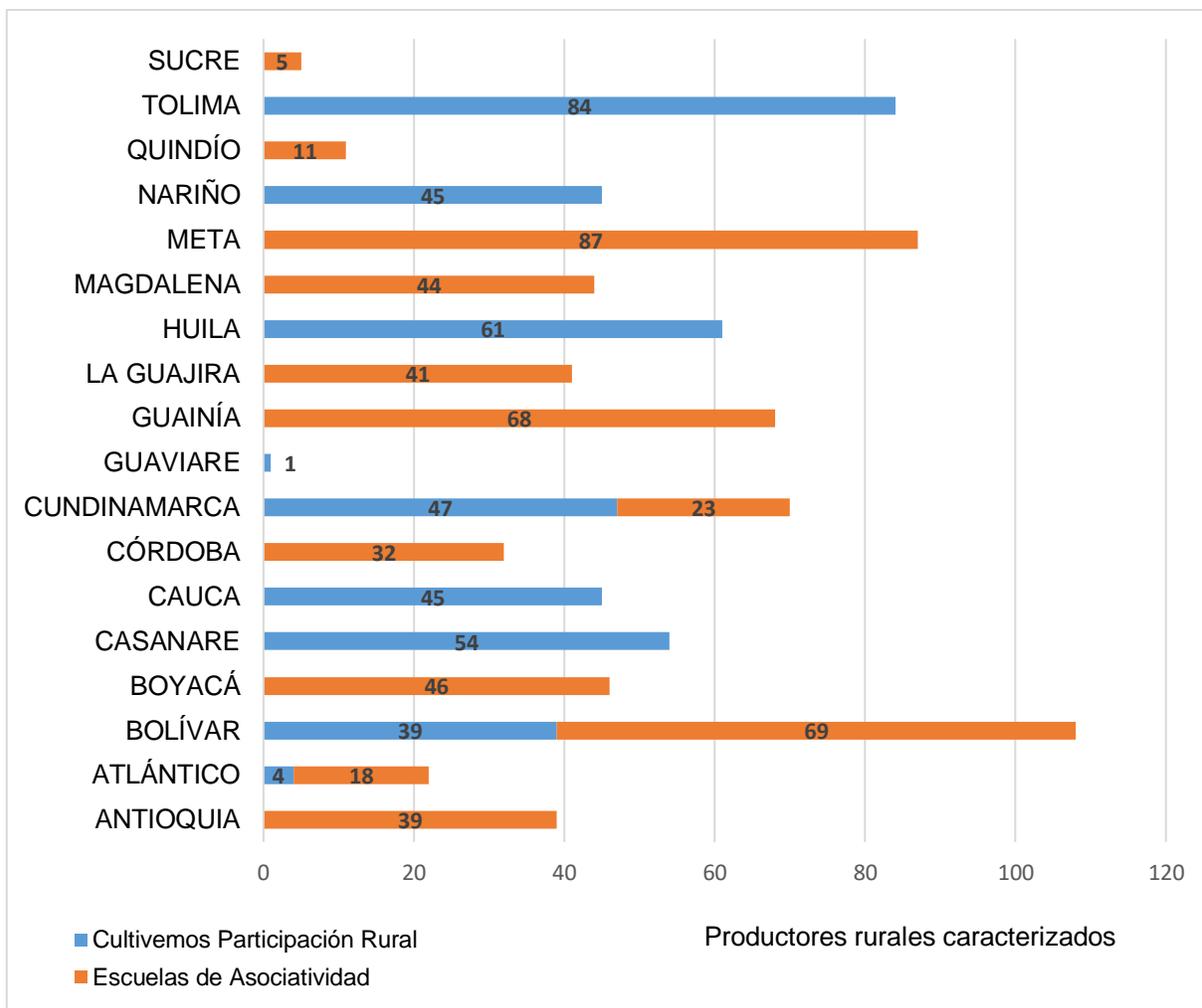


Gráfico N° 16: Distribución por departamentos - Productores rurales caracterizados en Encuentros Territoriales de Fomento Asociativo DPA 2019

12.CONCLUSIONES

- Practicar la segmentación de usuarios apoya la reingeniería de la planeación estratégica de la entidad.
- La estructuración y cofinanciación de proyectos productivos continúa siendo el motivo de consulta más popular entre los usuarios y eso concuerda con la misionalidad de la entidad.
- El grupo poblacional que más consulta los trámites y servicios ofrecidos por la Agencia es el sexo masculino y están ubicados dentro del rango de edad con

mayor productividad (mayores de 30 años); sin embargo quienes más asisten a los talleres de participación y fortalecimiento asociativo son las mujeres.

- El grado de escolaridad predominante es primaria, esto aunado a que se presentaron consultantes con nivel cero de educación (9%), lo cual plantea la necesidad de repensar continuamente en el rediseño de las metodologías y estrategias haciéndolas más amigables y al alcance de la población objetivo.
- La mayor concentración de población rural atendida se encuentra en el pilar de circuitos cortos, haciendo énfasis en mercados campesinos y ruedas de negocio.
- Los campesinos y la población vulnerable representan el 39% de los usuarios de la entidad y esto contrasta con que el 43% de los consultantes son del tipo otros ciudadanos; lo cual puede sugerir que el acceso a los beneficios de la Entidad requiere intermediarios, tramitadores o perfiles similares.
- La regiones donde mayor presencia tiene la entidad son los departamentos de Nariño, Tolima y Bogotá, en sentido contrario los departamentos donde se requiere mayor acompañamiento e intervención son San Andrés y Providencia, Vaupés, Quindío y Amazonas.
- Aunque el momento actual esta altamente influenciado por la tecnología y las herramientas colaborativas, los usuarios prefieren el canal de atención presencial dada la confianza que les genera, la sensación de inmediatez y de personalización del servicio.
- Es importante resaltar la articulación de las entidades territoriales para el desarrollo eficiente del modelo de atención, siendo uno de los segmentos atendidos por la dirección de comercialización.
- La alta participación de los ciudadanos y grupos de valor en las actividades realizadas por la dirección de participación y asociatividad y a su vez la dirección de comercialización para la vigencia 2019, consolidada el conocimiento de los ciudadanos en la ADR y su reconocimiento por el trabajo realizado .

13. RECOMENDACIONES

- Identificar los grupos de valor permitirá focalizar y fortalecer las metodologías del Modelo de Atención y Prestación de Servicios de Apoyo a la comercialización y el apoyo brindado por la Dirección de Participación y Asociatividad para el fomento de la asociatividad y la participación, la formalización de nuevas organizaciones y el fortalecimiento asociativo, con base a las necesidades identificadas de la población objetivo.
- Articular esfuerzos con las áreas misionales que tienen contacto directo con los grupos de valor para fortalecer la caracterización de los ciudadanos, de cara a la obtención de resultados más afinados que apoyen el perfilamiento de políticas públicas con mayor impacto en el sector.
- Pese a la transformación digital en la que se encuentra el territorio nacional, aún subsisten brechas tecnológicas por ubicaciones geográficas remotas y por condiciones de pobreza que obstaculizan la conectividad de toda la población. Para contrarrestar estas circunstancias puede funcionar el establecimiento de alianzas estratégicas digitales y el afianzamiento con los entes territoriales, puntos de contacto o asignación de enlaces que estén disponibles para atender estos casos y de paso, mitigar la ocurrencia de hechos de corrupción en nombre de la entidad.
- Socializar el ejercicio realizado para conocer las características de las áreas misionales para aunar esfuerzos y recursos.

14. REFERENCIAS

- Caracterización de Ciudadanos y grupos de interés de la Agencia de Desarrollo Rural 2019.
- Departamento Nacional de Planeación (2015). Guía de caracterización de ciudadanos, usuarios e interesados. Bogotá. D.C. Recuperado de: http://www.secretariatransparencia.gov.co/prensa/2016/Documents/guiae-caracterizacion-de-ciudadanos-usuarios-e-interesados_web.pdf

15. FUENTES DE INFORMACIÓN

- Base de Datos: Formato F-PAC-001 Registro de Ciudadanos Atendidos 2019.
- Dirección de Comercialización
- Dirección de Participación y Asociatividad – Caracterización productores atendidos DPA 2019.

Realizó: Sandra Elvira Mancipe Cabrera – Dirección Administrativa y financiera – Atención al Ciudadano
Clemencia Mejía García – Dirección de Participación y Asociatividad
Lady Johana Polanco Chavarro – Dirección de Comercialización
Kelly Stefania Mogollón Duarte – Secretaria General - Dirección Administrativa y financiera – Atención al Ciudadano

Revisó: Henry Manuel Vallejo Rubiano - Secretaria General
Diego Fernando Acosta Pelaez - Dirección de Participación y Asociatividad
Carolina Peña Ramos - Dirección de Comercialización