

**INFORME DE CARACTERIZACIÓN DE  
GRUPOS DE VALOR DE LA UNIDAD  
DEL SPE  
PARA MEJORAR LA RELACIÓN  
ESTADO-CIUDADANO Y LA GESTIÓN  
DEL CONOCIMIENTO Y LA  
INNOVACIÓN**

**NOVIEMBRE 2020**



**ANGI VIVIANA VELÁSQUEZ VELÁSQUEZ**  
Directora General

**PABLO ORDOÑEZ**  
Secretario General

**CARLOS ALBERTO GARZÓN FLOREZ**  
Subdirector de Promoción

**RICARDO ABAD CHACÓN IBARRA**  
Subdirector de Desarrollo y Tecnología

**JUAN MANUEL PULIDO VILLEGAS**  
Subdirector de Administración y Seguimiento

**FREDY ARTURO RAMOS RINCÓN**  
Asesor de Planeación

**RAÚL HERNANDO ESTEBAN GARCIA**  
Asesor Jurídico

**JULIÁN DAVID CALDERÓN HORTÚA**  
Asesor Comunicaciones

**ANGELICA MARÍA BETANCUR GRISALES**  
Asesora Dirección General

**NIXÓN RAMÓN PABÓN MARTINEZ**  
Asesor Dirección General

**JUAN MANUEL BELLO JARAMILLO**  
Asesor Control Interno

Elaborado por: **Manuel Fernández Ochoa – Grupo de planeación**

**Bogotá, noviembre de 2020**

## Contenido

|                                                                           |    |
|---------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Introducción.....                                                      | 4  |
| I. ASPECTOS GENERALES.....                                                | 5  |
| 1.1 Alcance.....                                                          | 5  |
| 1.2 Objetivo General .....                                                | 5  |
| 1.3 Objetivos específicos .....                                           | 5  |
| 1.4 Tipología de grupos de valor .....                                    | 5  |
| II. FUENTES Y VARIABLES USADAS EN EL PROCESO DE CARACTERIZACIÓN .....     | 6  |
| 2.1 Informe PQRSD.....                                                    | 7  |
| 2.2 Campaña de caracterización #LeAportaValor.....                        | 7  |
| III. METODOLOGÍA USADA EN EL PROCESO DE CARACTERIZACIÓN.....              | 8  |
| 3.1 Metodología para Informe PQRSD.....                                   | 8  |
| 3.2 Metodología para campaña de caracterización #LeAportaValor .....      | 8  |
| IV. RESULTADOS DEL PROCESO DE CARACTERIZACIÓN.....                        | 9  |
| 4.1 Resultados de caracterización a partir del Informe PQRSD.....         | 9  |
| 4.2 Resultados de caracterización a partir de campaña #LeAportaValor..... | 12 |
| V. RECOMENDACIONES .....                                                  | 19 |

## 1. Introducción

La Unidad del Servicio Público de Empleo ha adoptado actualmente el enfoque de Estado Abierto en su gestión; pasando de una gestión “para” a una gestión “con” los grupos de valor. Por ello, y en el marco de la implementación del Modelo Integrado de Planeación y Gestión, los grupos de valor institucionales: prestadores, empresas y ciudadanía, son un actor clave, aliado, en la generación de valor público y el cumplimiento de la misión y objetivos institucionales.

El presente informe describe los resultados del ejercicio de caracterización de los grupos de valor institucionales, atendiendo a la adopción del Modelo Integrado de Planeación y Gestión, especialmente en lo referente a las políticas de Atención al Ciudadano, Participación Ciudadana y Gestión del Conocimiento y la Innovación.

Este documento, desarrollado en el marco de la estrategia de rendición de cuentas de la Unidad del SPE, describe el proceso de caracterización adelantado, la metodología seleccionada y los resultados obtenidos con miras a mejorar la relación de la entidad con sus grupos de valor institucionales y a orientar la toma de decisiones con fundamento en evidencia.

## I. ASPECTOS GENERALES

### 1.1 Alcance

Identificar los grupos de interés de la Unidad Especial Administrativa del Servicio Público de Empleo interesados en participar en la gestión institucional y recibir los productos y servicios de la entidad.

Este informe le permitirá a La Unidad del SPE continuar con el proceso de mejora continua de su portafolio de productos y servicios, así como desarrollar estrategias de transparencia, atención al ciudadano, participación ciudadana, rendición de cuentas y gestión del conocimiento acordes con los requerimientos de los grupos de valor institucionales.

### 1.2 Objetivo General

Sistematizar, analizar y presentar los datos asociados a las características de los grupos de valor de la Unidad del SPE para una adecuada toma de decisiones basada en evidencias.

### 1.3 Objetivos específicos

- Señalar las generalidades de las características de los prestadores del SPE como principal grupo de valor institucional.
- Identificar las variables pertinentes para la caracterización de los grupos de valor diferentes a los prestadores del SPE.
- Analizar y visualizar las variables dentro de cada uno de los campos de acción del informe de caracterización.
- Justificar de manera descriptiva y diagnóstica cada una de las variables identificadas.
- Conceptuar y socializar los resultados a las diferentes dependencias de la entidad, con el fin de que se tomen acciones de mejora en la gestión.

### 1.4 Tipología de grupos de valor

La Unidad del SPE tiene como principal grupo de valor a los prestadores del servicio público de empleo; empero, también cuenta con empresas y ciudadanos, especialmente buscadores de empleo, como grupos de valor institucionales. A continuación, se presenta una breve descripción de los principales grupos de valor:

- **Prestadores públicos:** son las personas jurídicas que prestan servicios de gestión y colocación de empleo haciendo uso de recursos del Estado.

- **Prestadores privados:** son las personas jurídicas que ofrecen servicios de gestión y colocación de empleo percibiendo o no un lucro por el desarrollo de estas actividades.
- **Agencias de gestión y colocación de empleo:** Se entiende por agencias de gestión y colocación de empleo las personas jurídicas, públicas o privadas, nacionales o extranjeras que ejercen actividades de gestión y colocación de empleo en el territorio nacional. Las agencias de gestión y colocación de empleo ofrecen los servicios a toda la población en general.
- **Bolsas de empleo:** Se entiende por bolsa de empleo, la persona jurídica sin ánimo de lucro que presta servicios de gestión y colocación para un grupo específico de oferentes con los que tiene una relación particular.
- **Agencia privada lucrativa:** personas jurídicas que tienen entre sus objetivos la prestación del servicio de colocación percibiendo una utilidad.
- **Agencia privada no lucrativa:** personas jurídicas que tienen entre sus objetivos la prestación del servicio de colocación sin percibir utilidades por dicha actividad.
- **Agencias de empleo de Cajas Compensación Familiar:** surgen a partir de la creación del mecanismo de protección al cesante, ofreciendo servicios de gestión y colocación de empleo a toda la población en general, sin ejercer cobros por los servicios básicos a los oferentes y demandantes.
- **Agencias de empleo de Entes Territoriales:** Hace referencia a las agencias operadas por entidades territoriales. (Alcaldías y Gobernaciones) sin ejercer cobros por los servicios básicos a los oferentes y demandantes.
- **Agencia Pública de Empleo SENA:** presta un servicio de intermediación laboral público, gratuito, indiscriminado y sin intermediarios, para que los colombianos puedan participar de una oportunidad de empleo y los empresarios encuentren el talento humano que requieren para ocupar sus vacantes.
- **Empresas:** disponen de las plazas laborales vacantes que se ofertan a través del SPE
- **Ciudadanos:** son todas aquellas personas que, actuando como sujetos de derechos, buscan empleo y/o manifiestan interés en la labor de la Unidad del SPE.

Para conocer el listado actual de prestadores autorizados, se puede consultar:

<https://www.serviciodeempleo.gov.co/busca-empleo/puntos-atencion>

## II. FUENTES Y VARIABLES USADAS EN EL PROCESO DE CARACTERIZACIÓN

Este informe se nutre de información proveniente de dos fuentes:

- El informe de PQRS del segundo semestre del año 2019 que contiene 1112 registros utilizados.
- Los resultados de la campaña de caracterización #LeAportaValor adelantada del 7 al 31 de octubre de 2020 en coordinación con la iniciativa Urna de Cristal de Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones; esta campaña tuvo un resultado destacado de 143.513 interacciones con grupos de valor.

A partir de una revisión de la información contenida en las dos fuentes mencionadas, y haciendo uso de La guía de caracterización de ciudadanos, usuarios y grupos de interés del Departamento Nacional de Planeación, se

identificaron un conjunto de variables para el desarrollo del presente informe, logrando así brindar una adecuada orientación a las dependencias técnicas en el deber ser de la administración pública orientada a los grupos de valor. A continuación, se presentan las variables analizadas discriminadas por cada fuente de información analizada:

## 2.1 Informe PQRSD

- 2.1.1 **Geográfica – departamento/ubicación:** esta variable permitió realizar un análisis del origen geográfico de la población que presenta PQRSD a la entidad.
- 2.1.2 **Canal de comunicación:** conocer el canal a través del cual los grupos de valor de la Unidad del SPE presentan PQRSD permitió reconocer los aspectos que requieren mayores esfuerzos para reducir tiempos de respuesta y volumen de solicitudes a través de acciones de transparencia activa y focalizada.
- 2.1.3 **Tipo de requerimiento:** esta variable facilitó la identificación y análisis de las motivaciones que llevan a los grupos de valor a interponer PQRSD a la entidad.
- 2.1.4 **Tema:** permitió establecer una asociación entre los asuntos objeto de requerimiento de los grupos de valor y los temas establecidos en la tabla de retención documental y los ejes misionales de la entidad.
- 2.1.5 **Destinatario final:** las PQRSD que recibe la Unidad no siempre representan asuntos de su competencia, de ahí que algunas solicitudes, quejas y demás se destinen a alguna agencia que, en el marco de su rol en el servicio público de empleo, atiende la naturaleza del requerimiento.

## 2.2 Campaña de caracterización #LeAportaValor

- 2.2.1 **Geográfica – departamento/ubicación:** esta variable permitió realizar un análisis del origen geográfico de la población que participó en la campaña #LeAportaValor.
- 2.2.2 **Relación con el Servicio Público de Empleo:** fue importante establecer la naturaleza de la relación que tiene la persona que participó de la campaña en relación con el servicio público de empleo; conocer si es o fue un oferente/demandante de empleo, un proveedor, etc.
- 2.2.3 **Interacción con los servicios de la Unidad en el último año:** esta variable permitió conocer si cada participante había hecho o no uso de los servicios de la Unidad del SPE en el último año.
- 2.2.4 **Interés en materia de participación ciudadana:** esta variable indicó las acciones en las que cada participante manifestó interés en participar o aportar comentarios e ideas para el Servicio Público de Empleo.
- 2.2.5 **Interés en materia de acceso a información:** permitió conocer aquella información en propiedad de la Unidad del SPE que es más demandada por sus grupos de valor.
- 2.2.6 **Medio/canal de preferencia para acceder a información:** si bien es necesario conocer la información que representan un interés para los grupos de valor, también es preciso identificar los canales y medios que prefieren para acceder a esta.
- 2.2.7 **Interés en materia de integridad:** permitió conocer la información que, bajo consideración de los participantes, debería estar publicada en la página web institucional en materia de integridad.

- 2.2.8 **Interés en materia de gestión del conocimiento y la innovación:** esta variable señaló aquellos espacios que representan un interés para los grupos de valor en relación con acciones de ideación y cocreación.
- 2.2.9 **Propuestas e ideas:** el ejercicio de caracterización incluyó un mecanismo de recolección de observaciones, propuestas y recomendaciones de los participantes a la Unidad del SPE, específicamente en lo concerniente al desarrollo de acciones de participación ciudadana y de gestión del conocimiento y la Innovación.

### III. METODOLOGÍA USADA EN EL PROCESO DE CARACTERIZACIÓN

Este informe utiliza dos metodologías diferenciadas por cada fuente de información y conjunto de variables. A continuación, se describe de forma general cada metodología empleada:

#### 3.1 Metodología para Informe PQRSD

Para esta fuente de datos se empleó un análisis de variables simple, a partir de un ejercicio de agrupación y conteo de repetición de respuesta de cada registro del informe de PQRSD proporcionado por el Grupo de Atención al Ciudadano de la Unidad del SPE.

#### 3.2 Metodología para campaña de caracterización #LeAportaValor

La campaña #LeAportaValor fue impulsada con ayuda de la iniciativa Urna de Cristal del Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones; a continuación, se describen los principales hitos desarrollados:

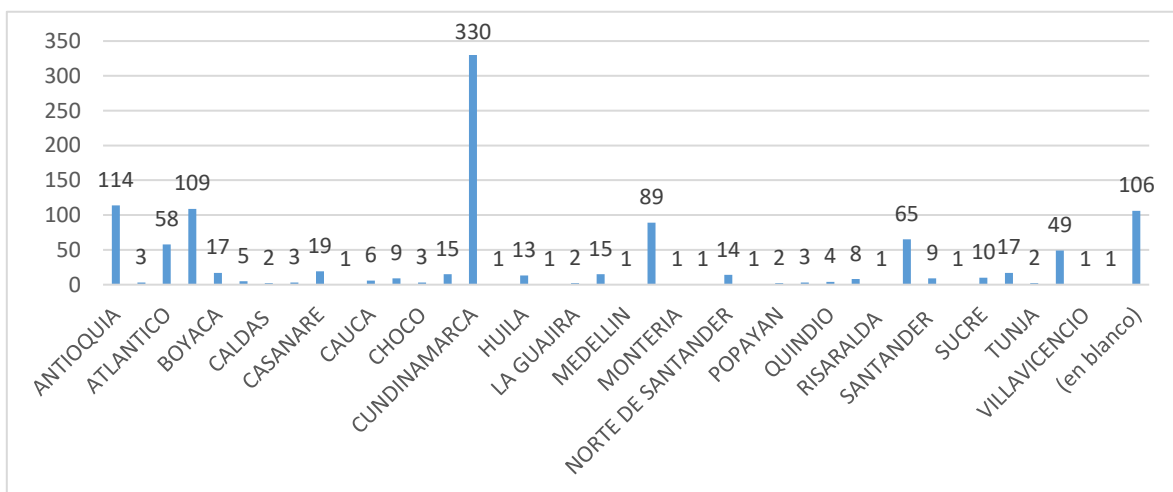
- Levantamiento y depuración de las bases de datos de usuarios de los servicios de la Unidad del SPE mediante datos abiertos del Sistema de Información del Servicio de Empleo SISE.
- Reunión de alta dirección para establecer requerimientos de la campaña
- Prediseño de campaña desde la Unidad del SPE y envío de la propuesta al equipo de Urna de Cristal
- Construcción de propuesta final de campaña por parte de Urna de Cristal a través del foco en 5 ejes: notas web, redes sociales, formulario electrónico (Typeform), boletín electrónico y mensajes de texto.
- Desarrollo de la campaña del 7 al 31 de octubre de 2020 utilizando de forma integrada las diferentes plataformas de gobierno.
- Procesamiento y análisis de resultados

## IV. RESULTADOS DEL PROCESO DE CARACTERIZACIÓN

Este informe presenta resultados diferenciados por cada fuente de información y conjunto de variables. A continuación, se describen los resultados obtenidos por variable:

### 4.1 Resultados de caracterización a partir del Informe PQRSD

#### 4.1.1 Geográfica – departamento/ubicación:

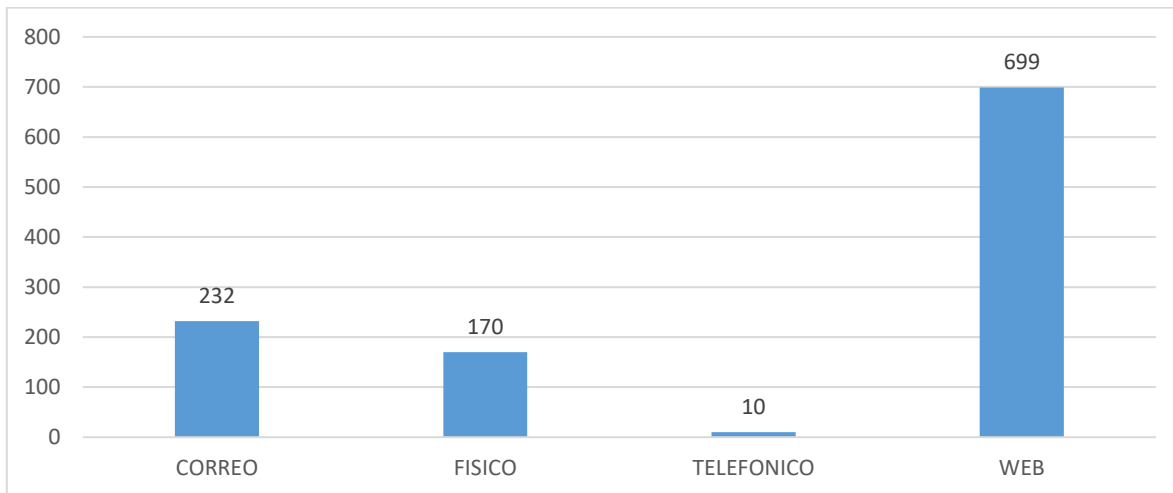


La mayor parte de PQRSD provienen del departamento de Cundinamarca (330) de un total de 1112 registros de interacción, seguido por Antioquia (114) y Boyacá (109). Es importante señalar que 106 registros no cuentan con información del departamento de origen.

En el caso de ciudades<sup>1</sup>, los registros provienen de más de 170 locaciones distintas; aquellas más destacadas son: Bogotá (292); Cantagallo, Bolívar (92); Medellín (52); Barranquilla (39); Cali (34); Villavicencio (31); Puerto Gaitán (25); Acacias, Meta (19).

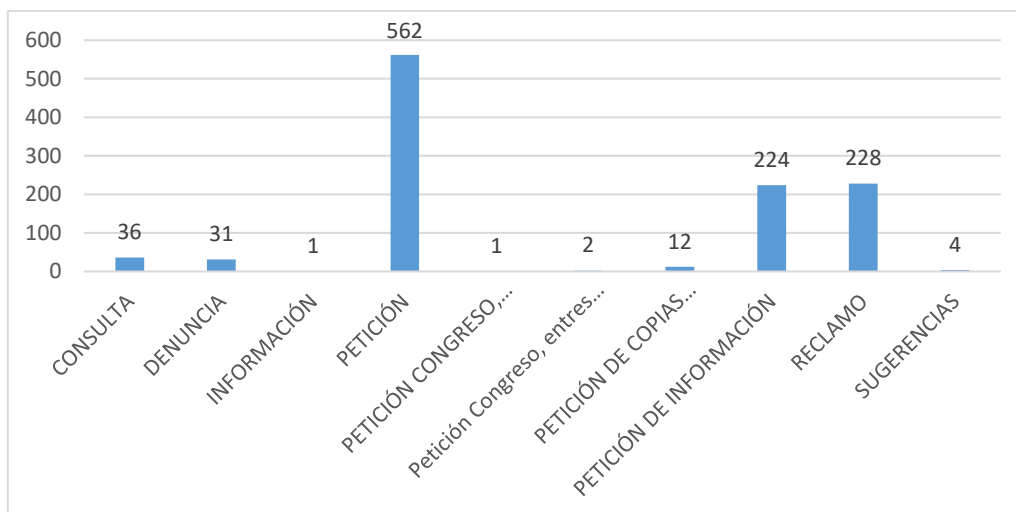
#### 4.1.2 Canal de comunicación:

<sup>1</sup> No se genera grafica de ciudades dado el volumen de información.



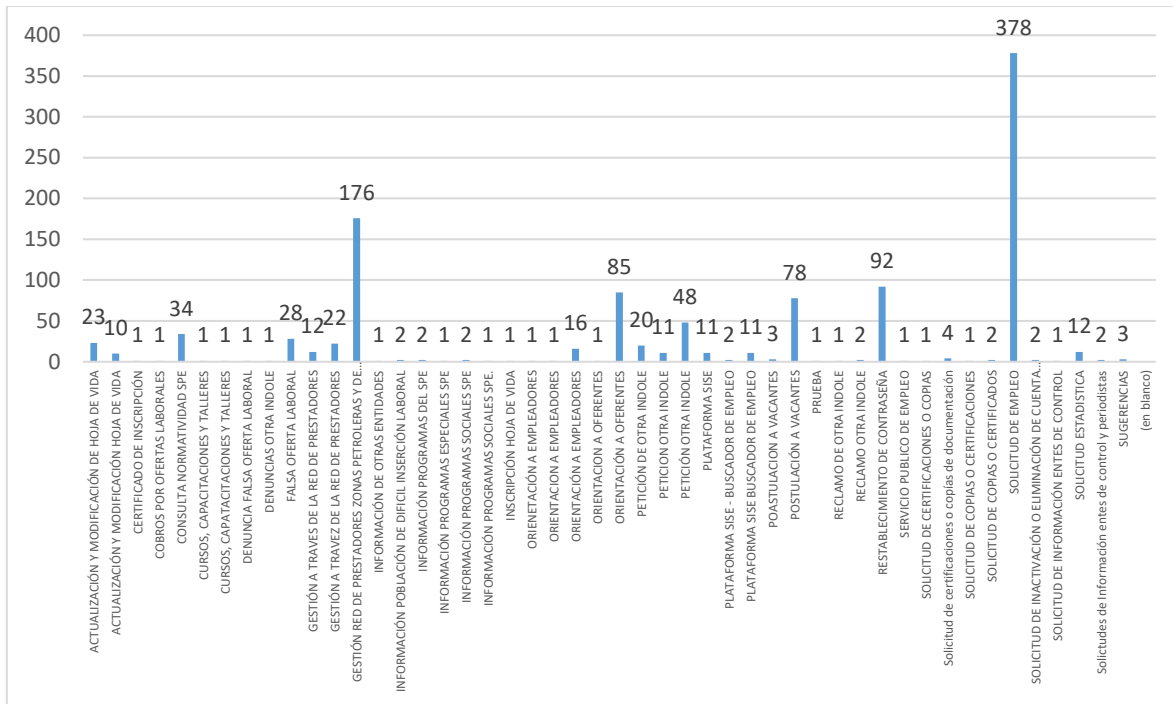
La mayoría de los registros de PQRSD son realizados por los grupos de valor a través del portal web institucional (699), seguido por correo electrónico (232) y canal físico/presencial (170). El medio menos utilizado es el telefónico.

#### 4.1.3 Tipo de requerimiento:



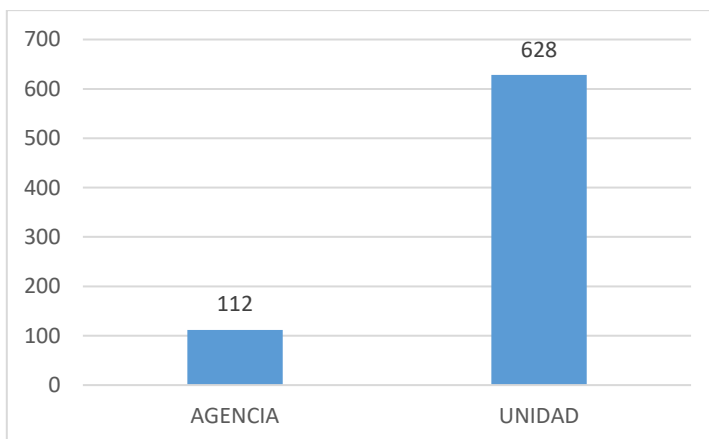
EL mayor número de requerimientos de los grupos de valor a través de PQRSD corresponde a peticiones de carácter general, seguido por reclamos (aunque estos en la mayoría de los casos tienen como destinatario final algún prestador del SPE), peticiones de información y consultas.

#### 4.1.4 Tema:



El tema por el que la Unidad recibe mayor volumen de PQRSD corresponde a solicitudes de empleo, seguido por la gestión de la red de prestadores en zonas petroleras, temas asociados al uso de las diferentes plataformas, entre otros temas.

#### 4.1.5 Destinatario final:



Gran parte de las PQRSD que recibe la Unidad del SPE se redireccionan a la red de prestadores del SPE pues en la mayoría de los casos corresponden a quejas con respecto a su gestión en determinadas locaciones geográficas, especialmente aquellas donde hay actividad petrolera. De ahí el alto volumen de quejas provenientes de municipios como Cantagallo, Villavicencio, Puerto Gaitán o Acacias.

## 4.2 Resultados de caracterización a partir de campaña #LeAportaValor

### 4.2.1 Generalidades<sup>2</sup>:

|                                     |                                                               |
|-------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| <b>Campaña</b>                      | #LeAportaValor                                                |
| <b>Entidad</b>                      | Unidad Administrativa Especial del Servicio Público de Empleo |
| <b>Objetivo</b>                     | Identificar el interés de los grupos de valor institucionales |
| <b>Fecha</b>                        | 7 al 31 de octubre                                            |
| <b>Alcance total</b>                | 575.164                                                       |
| <b>Cantidad interacciones total</b> | 143.513                                                       |
| <b>Total comentarios</b>            | 148                                                           |

La siguiente tabla resume el número de interacciones durante la campaña de forma desagregada por cada canal utilizado para llegar a los grupos de valor institucionales.

| Actividad Urna de Cristal |                  |                        |                      |
|---------------------------|------------------|------------------------|----------------------|
| Medio                     | Total de alcance | Total de interacciones | Total de comentarios |
| Twitter                   | 25.118           | 137                    | 2                    |
| Facebook                  | 3.238            | 20                     | -                    |
| Instagram                 | 317              | 5                      | -                    |
| LinkedIn                  | 86               | 3                      | -                    |
| SMS                       | 110.882          | 110.882                | -                    |
| Mailing                   | 435.276          | 32.219                 | -                    |
| Formulario                | 247              | 247                    | 146                  |
| <b>Todos</b>              | <b>575.164</b>   | <b>143.513</b>         | <b>148</b>           |

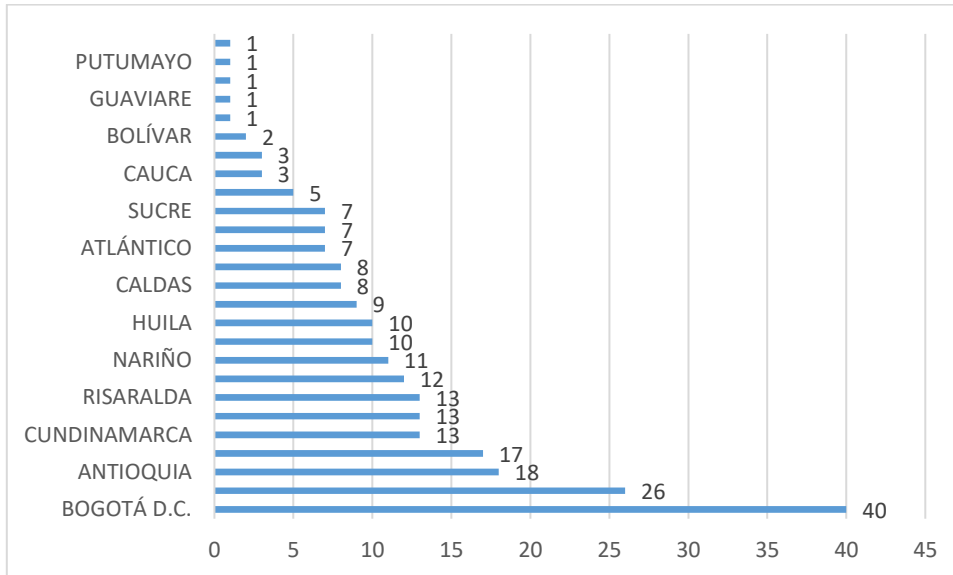
<sup>2</sup> Ver anexo 1: resumen resultados de campaña #LeAportaValor

A continuación, se brinda información sobre la interacción de grupos de valor a través de las plataformas de gobierno en la red social Twitter:

| <b>Otras entidades en Twitter</b>                 |               |                      |
|---------------------------------------------------|---------------|----------------------|
| <b>Cuenta</b>                                     | <b>Tweets</b> | <b>Interacciones</b> |
| Superintendencia de Industria y Comercio          | 4             | 102                  |
| Gobernación del Meta                              | 1             | 19                   |
| MinTrabajo                                        | 3             | 17                   |
| Gobernación Boyacá                                | 3             | 13                   |
| Mindefensa                                        | 3             | 12                   |
| Jóvenes en Acción                                 | 1             | 10                   |
| Alcaldía de Mosquera                              | 2             | 10                   |
| INM                                               | 1             | 8                    |
| DNDA                                              | 7             | 8                    |
| Alcaldía de Madrid                                | 5             | 8                    |
| MinTransporte                                     | 3             | 7                    |
| Alcaldía de Cúcuta                                | 2             | 7                    |
| SENA                                              | 1             | 7                    |
| Gobernación de Casanare                           | 1             | 7                    |
| Alcaldía Envigado                                 | 2             | 5                    |
| Alcaldía de Carolina del Príncipe                 | 2             | 4                    |
| Alcaldía de Yopal                                 | 3             | 4                    |
| Alcaldía de Acacías                               | 1             | 3                    |
| Unidad del Servicio de Empleo #NosAcercaAlTrabajo | 2             | 3                    |
| ICA Colombia                                      | 1             | 3                    |
| Alcaldía municipal de castilla la nueva           | 1             | 2                    |
| RTVC Colombia                                     | 1             | 2                    |
| Alcaldía, Mariquita                               | 1             | 2                    |
| Ministerio del Deporte                            | 1             | 1                    |
| Ministerio TIC                                    | 1             | 1                    |
| Caja Honor                                        | 1             | 0                    |
| Unidos Con Valores                                | 2             | 0                    |

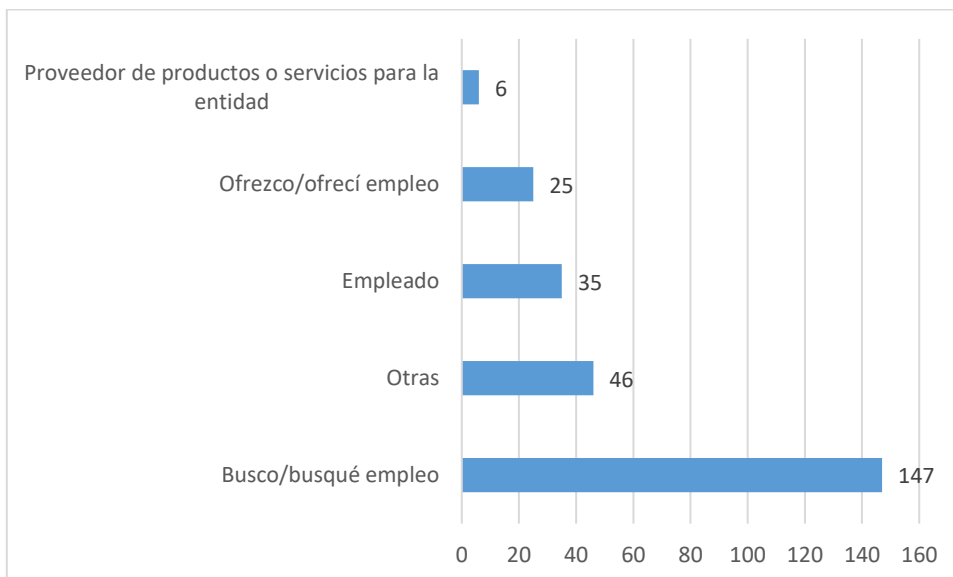
En los siguientes apartados se describen los resultados obtenidos a través de un formulario en línea que diligenciaron los participantes en la campaña:

#### 4.2.2 Geográfica – departamento/ubicación:



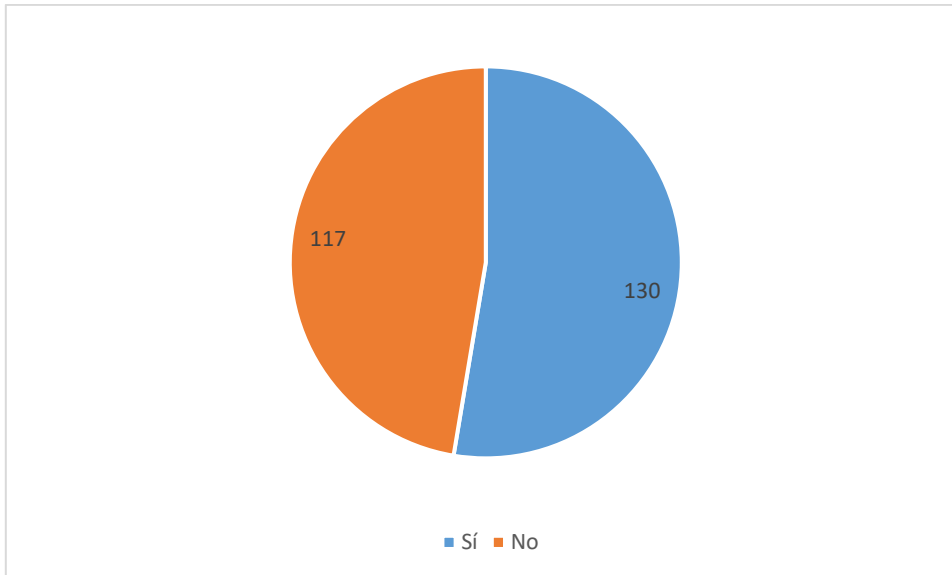
La mayor cantidad de personas que diligenciaron el formulario de caracterización corresponden a la ciudad de Bogotá, seguido por Antioquia, Cundinamarca, Risaralda y Nariño.

#### 4.2.3 Relación con el Servicio Público de Empleo:



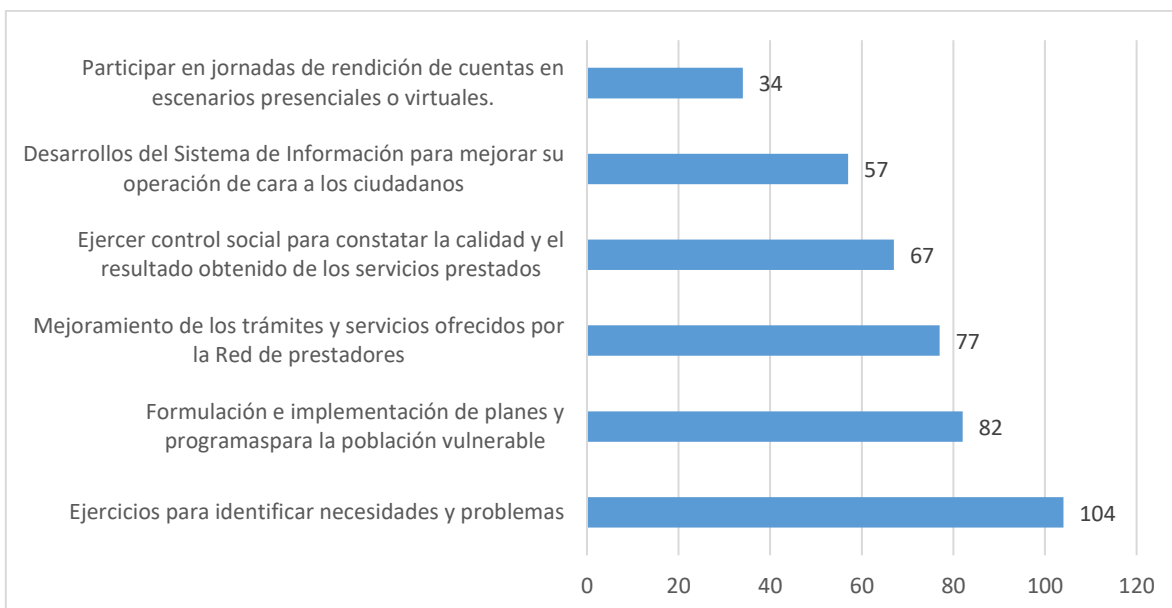
La mayor parte de personas que interactuaron dan razón de ser buscadores de empleo.

#### 4.2.4 Interacción con los servicios de la Unidad en el último año:



De las personas que diligenciaron el formulario, más de la mitad manifestaron haber sido usuarias de los servicios de la Unidad del SPE en el último año; esto da razón de un 52,6%.

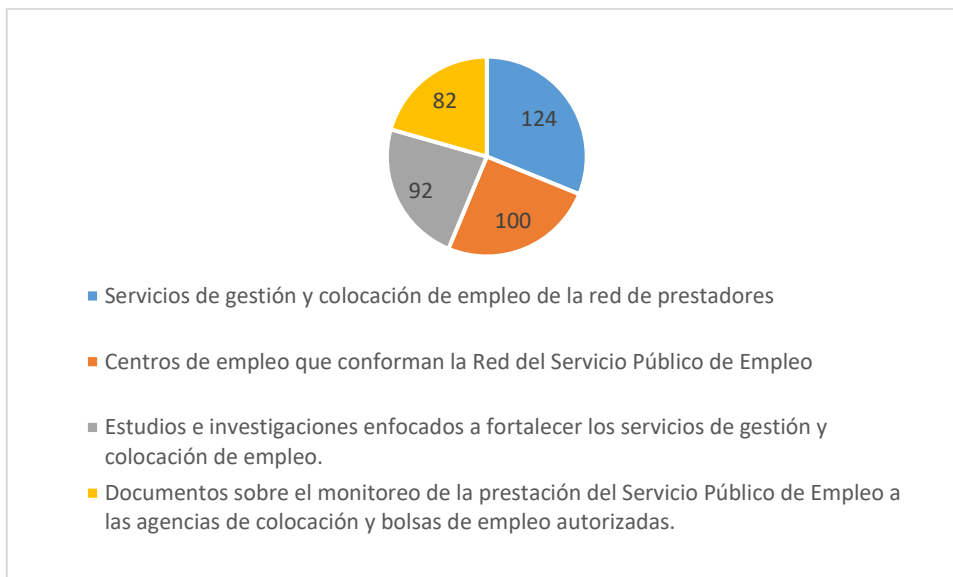
#### 4.2.5 Interés en materia de participación ciudadana:



La mayor cantidad de personas que diligenciaron el formulario manifiesta interés en participar en ejercicios de identificación de necesidades y problemas, es decir, en la fase de diagnóstico de la gestión institucional;

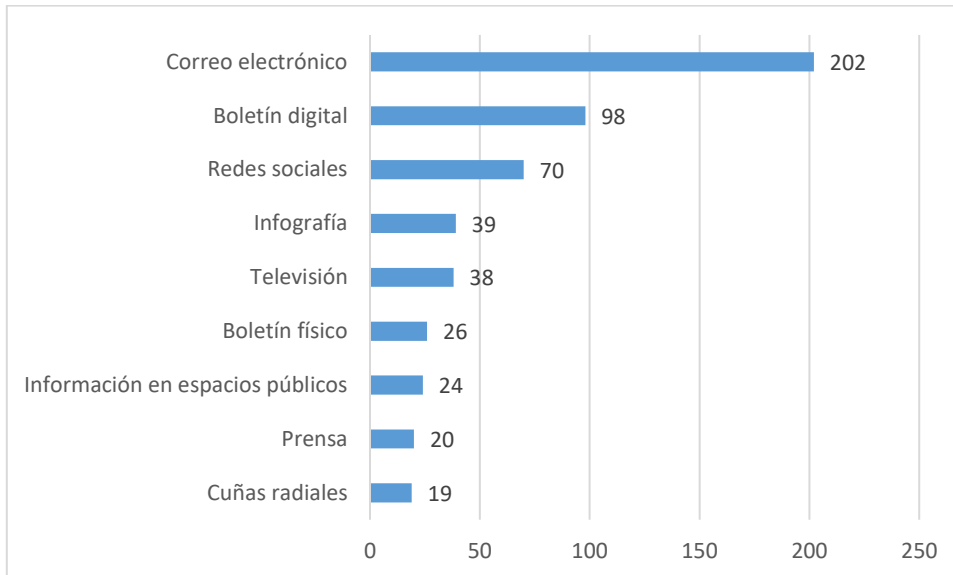
mientras que en lo que se manifiesta menor interés es en jornadas de rendición de cuentas. De forma adicional a este punto, se le solicitó a las personas que manifestaran su interés en ser invitados a espacios de participación el próximo año (2021), teniendo una respuesta afirmativa en el 89% de los participantes; de igual forma, se les pidió que registraran ideas para mejorar los espacios de participación ciudadana de la Unidad; estos resultados pueden verse en el **Anexo 2. Recomendaciones de mejora**.

#### 4.2.6 Interés en materia de acceso a información:



En materia de interés de acceso a información, los participantes manifestaron un interés transversal en acceder a la información de la gestión de la Unidad del SPE, especialmente en lo referente a sus servicios de gestión y colocación de empleo de la red de prestadores.

#### 4.2.7 Medio/canal de preferencia para acceder a información:



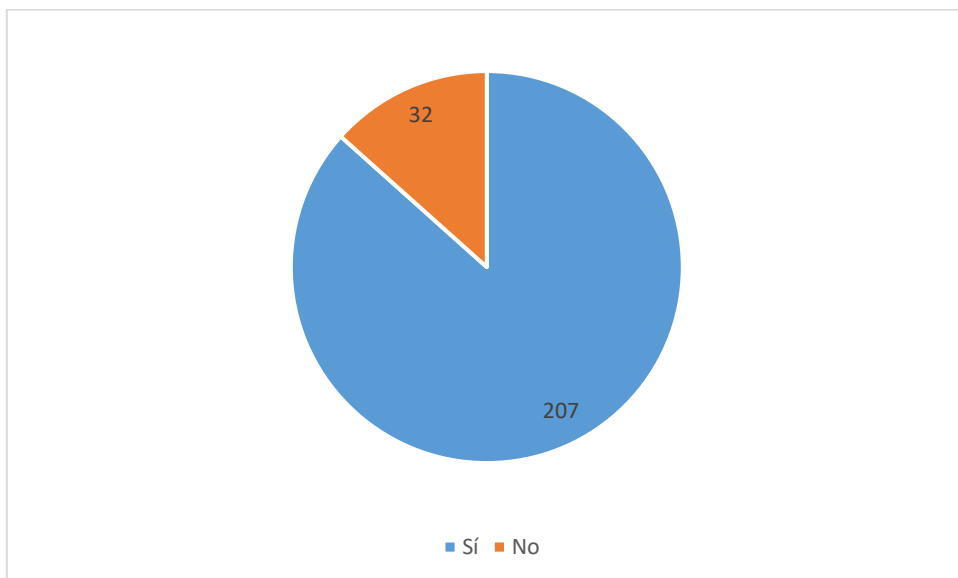
El mayor porcentaje de participantes desea recibir información de la Unidad del SPE a través de correo electrónico, manifestando así requerimientos estratégicos en materia de focalización de acciones de transparencia. De igual forma, es importante fortalecer un boletín digital y las redes sociales institucionales.

#### 4.2.8 Interés en materia de integridad:



Las personas que diligenciaron el formulario, en su mayoría 73%, manifiesta interés en que la Unidad del SPE publique información relacionada con las acciones para promover los valores del servicio público en los servidores y contratistas de la institución.

#### 4.2.9 Interés en materia de gestión del conocimiento y la innovación:



El 84% de las personas que participaron del ejercicio, manifiesta interés en participar en acciones de gestión del conocimiento y la innovación. De forma articulada a este punto, se indago por las propuestas que tenían los participantes para adelantar estos espacios de participación; estos resultados pueden ser consultados en el **Anexo 2. Recomendaciones de mejora.**

- 4.2.10 **Propuestas e ideas:** el ejercicio de caracterización incluyó un mecanismo de recolección de observaciones, propuestas y recomendaciones de los participantes a la Unidad del SPE, específicamente en lo concerniente al desarrollo de acciones de participación ciudadana y de gestión del conocimiento y la Innovación. Estos resultados pueden ser consultados en el **Anexo 2. Recomendaciones de mejora**

## V. RECOMENDACIONES

A continuación, se presentan recomendaciones derivadas del ejercicio para las dependencias misionales de la Unidad del SPE:

- Si bien el grupo de valor principal de la Unidad son los prestadores del SPE, se invita a incluir de forma clara a la ciudadanía en general, especialmente a los buscadores de empleo, como grupo de valor de alta importancia.
- Se invita a las dependencias misionales a planear acciones de participación ciudadana en las diferentes fases del ciclo de su gestión, especialmente en temas relacionados con la fase de diagnóstico de necesidades y problemas.
- Los resultados del ejercicio sugieren la necesidad de desarrollar lineamientos estratégicos en materia de focalización de acciones de transparencia. De igual forma, es importante fortalecer un boletín digital y las redes sociales institucionales.
- Los participantes manifestaron interés en conocer lo que la entidad hace en materia de integridad; se sugiere adelantar acciones de publicación y divulgación de información en esta materia.
- Se recomiendan acciones de gestión del conocimiento y la innovación a través de ejercicios de cocreación e ideación que incluyan a los grupos de valor institucionales.



El empleo  
es de todos

Mintrabajo

En medio de la cuarentena decretada por el Gobierno Nacional, la **Unidad del Servicio Público de empleo**, pese a que no lo puede hacer de manera presencial, continúa garantizando la atención a la ciudadanía a través de **tres canales:**



**TELEFÓNICO (CEL.): 318 782 8615**



**VIRTUAL:** Las PQRSD están habilitadas las **24 horas**



**CHAT:** Por medio de la página de la entidad de **8:00 a. m. a 4:00 p. m.**



Unidad del  
**Servicio  
de Empleo**

NOS **ACERCA** AL  
—TRABAJO—