



Estrategia de Caracterización de Usuarios



**ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.**

ESTRATEGIA DE CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS

CANAL CAPITAL

2025

CONTENIDO

1. Introducción	3
2. Marco normativo y de política pública	4
3. Objetivo de la caracterización	4
3.1. Objetivo general	4
3.2. Objetivos específicos	4
4. Alcance	5
5. Metodología	5
6. Identificación de usuarios, grupos de valor y grupos de interés	6
6.1 Diferenciación conceptual de los actores	6
7. Variables de caracterización	8
7.1 Variables transversales	8
7.2 Variables para usuarios	8
7.3 Variables para grupos de valor	9
7.4 Consideración de los grupos de interés	9
8. Presentación general de la información de caracterización	9
8.1 Consideraciones generales para la lectura de la información	10
8.2 Lectura general de los resultados	10
8.2.1 USUARIOS	10
A. USUARIOS DIGITALES	11
B. USUARIOS CANALES INSTITUCIONALES	15
8.2.2 Grupos de valor	19
8.2.3 Grupos de Interés	25
8.3 Alcances y limitaciones de la información	27
9. Conclusiones generales	28
Control de Cambios	30

	Estrategia de Caracterización de Usuarios	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
---	--	---

1. Introducción

La Estrategia de Caracterización de Usuarios de Canal Capital identifica y organiza información institucional sobre los usuarios, los grupos de valor y los grupos de interés que se relacionan con la entidad, como insumo para la gestión institucional y el fortalecimiento del relacionamiento con la ciudadanía.

Este ejercicio se desarrolla en coherencia con la naturaleza de Canal Capital como medio de comunicación pública y se construye a partir de la información institucional disponible, priorizando a los usuarios y a los grupos de valor como actores estratégicos para el cumplimiento de su misión pública.

2. Marco normativo y de política pública

La Estrategia de Caracterización de Usuarios de Canal Capital se fundamenta en el marco normativo que orienta la gestión pública, la planeación institucional, la transparencia y el relacionamiento con la ciudadanía, en coherencia con la naturaleza jurídica del Canal como Empresa Industrial y Comercial del Estado.

En este contexto, la Ley 1474 de 2011 promueve el fortalecimiento de la transparencia y la rendición de cuentas, mientras que el Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG), adoptado mediante el Decreto 1081 de 2015 y el Decreto 1499 de 2017, reconoce la caracterización de usuarios y grupos de valor como un insumo para la planeación, la toma de decisiones y la generación de valor público, en particular en el marco de la Política de Servicio al Ciudadano.

De manera complementaria, este ejercicio se articula con los lineamientos distritales de relacionamiento con la ciudadanía promovidos por la Alcaldía Mayor de Bogotá, los cuales Canal Capital viene incorporando de forma progresiva en sus procesos de planeación, gestión y comunicación institucional.

3. Objetivo de la caracterización

3.1. Objetivo general

Fortalecer la gestión institucional de Canal Capital mediante la caracterización de sus usuarios, grupos de valor y grupos de interés, como insumo para la planeación, la toma de decisiones y el relacionamiento con la ciudadanía.

3.2. Objetivos específicos

	Estrategia de Caracterización de Usuarios	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
---	--	---

1. Identificar y organizar la información institucional disponible sobre los usuarios y grupos de valor que se relacionan con Canal Capital.
2. Describir las principales formas de interacción y relacionamiento de estos actores con la entidad, a partir de lecturas generales de la información.
3. Reconocer los grupos de interés que hacen parte del entorno institucional y de gobernanza del Canal.
4. Establecer una línea base que permita fortalecer progresivamente los ejercicios de caracterización en futuras vigencias.

4. Alcance

La Estrategia de Caracterización de Usuarios de Canal Capital tiene un alcance descriptivo y organizativo, orientado a consolidar y presentar de manera ordenada la información institucional disponible sobre los usuarios, grupos de valor y grupos de interés que se relacionan con la entidad.

El ejercicio se enfoca en la identificación de actores, sus formas de interacción y relacionamiento con el Canal, así como en la lectura general de tendencias y rasgos comunes. No constituye un estudio estadístico de audiencias, una medición de consumo de contenidos ni un análisis de impacto.

La caracterización prioriza a los usuarios y a los grupos de valor como actores estratégicos para el cumplimiento de la misión pública de Canal Capital, y reconoce a los grupos de interés como parte de su entorno institucional y de gobernanza. La información presentada corresponde a los datos disponibles al momento del ejercicio y se concibe como una línea base para su actualización y fortalecimiento progresivo.

5. Metodología

La caracterización de usuarios de Canal Capital se realizó a partir del análisis de información institucional existente, proveniente de fuentes internas y de plataformas de interacción ciudadana y digital administradas por la entidad.

El ejercicio tuvo un enfoque descriptivo y consistió en la organización y sistematización de datos relacionados con usuarios, grupos de valor y grupos de interés, con el fin de identificar rasgos generales y formas de relacionamiento con el Canal.

La información analizada constituye una línea base institucional. No se desarrollaron análisis estadísticos, por lo que los resultados se entienden como aproximaciones generales útiles para la planeación y el fortalecimiento de estrategias institucionales.

6. Identificación de usuarios, grupos de valor y grupos de interés

La identificación de los actores con los que se relaciona Canal Capital constituye un elemento central del ejercicio de caracterización, en tanto permite delimitar con claridad el alcance del documento y orientar de manera coherente los análisis que se desarrollan posteriormente.

En concordancia con los lineamientos del Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG) y con la naturaleza misional de Canal Capital como canal de comunicación pública, para efectos de este ejercicio se establecen tres categorías de actores: usuarios, grupos de valor y grupos de interés, diferenciadas según su nivel de relación, incidencia y aporte a la gestión institucional.

Diferenciación conceptual de los actores

Categoría	Definición	Ejemplos en Canal Capital	Alcance dentro de la caracterización
Usuarios	Personas y colectivos que acceden de manera directa a los contenidos, servicios y espacios de interacción que ofrece el Canal. Constituyen el eje central del relacionamiento con la ciudadanía.	Ciudadanía en general, audiencias actuales, audiencias potenciales, usuarios de contenidos y plataformas del Canal.	Son el núcleo principal del ejercicio de caracterización, en tanto representan el destinatario directo de la misión pública del Canal.
Grupos de valor	Actores estratégicos que mantienen una relación relevante con la entidad, inciden en su gestión o contribuyen al cumplimiento de su misión y a la generación de valor público.	Medios de comunicación, empresas, proveedores, aliados estratégicos, entidades públicas con relación misional, colaboradores.	Son desarrollados de manera prioritaria en la caracterización, dado que su interacción permite fortalecer la conexión con la ciudadanía y ampliar el alcance institucional.

	Estrategia de Caracterización de Usuarios	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
---	--	---

Grupos interés	Actores que tienen interés en la gestión de la entidad o pueden verse afectados por sus decisiones, sin que exista necesariamente una relación directa o permanente.	Organismos de control, entidades del orden distrital o nacional sin relación directa, instancias de gobierno, otros actores del entorno institucional.	Son reconocidos dentro del ejercicio, pero no constituyen el foco principal de análisis en este documento.
-----------------------	--	--	--

Para el presente ejercicio, Canal Capital prioriza la caracterización de los usuarios y de los grupos de valor, en tanto estos actores permiten una comprensión más directa del relacionamiento con la ciudadanía y aportan insumos relevantes para la toma de decisiones institucionales de carácter transversal. Los grupos de interés se reconocen como parte del entorno institucional y de gobernanza del Canal; no obstante, su análisis detallado no hace parte del alcance de este documento y se aborda a través de otros instrumentos de gestión.

7. Variables de caracterización

Las variables de caracterización se definen como un marco operativo para organizar y leer la información disponible sobre los usuarios y los grupos de valor de Canal Capital, en coherencia con el alcance del presente documento. Estas variables permiten identificar patrones generales de interacción y relacionamiento con la entidad, a partir de los datos institucionales disponibles.

7.1 Variables transversales

Las siguientes variables aplican tanto para usuarios como para grupos de valor y permiten una lectura general del relacionamiento con Canal Capital:

- Tipo de actor (usuario o grupo de valor).
- Canal de interacción (presencial, digital, plataforma distrital, sede electrónica).
- Mecanismo de interacción (PQRSD, encuestas, solicitudes de información, articulación institucional, entre otros).
- Finalidad de la interacción (atención, información, participación, articulación).

7.2 Variables para usuarios

Para efectos del análisis, la categoría de usuarios se aborda a partir de dos subgrupos analíticos, definidos según la información institucional disponible.

a) Usuarios de canales y mecanismos institucionales: ciudadanía que interactúa con Canal Capital a través de los canales formales de atención, participación y comunicación. Se consideran variables relacionadas con el canal utilizado, la finalidad de la interacción y la localización geográfica general, cuando la información está disponible.

	Estrategia de Caracterización de Usuarios	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
---	--	---

b) Usuarios digitales o ciudadanía digital: usuarios identificados a partir de plataformas digitales y redes sociales administradas por la entidad. Se consideran variables como rango de edad, género, localización geográfica general y plataforma utilizada, lo que permite lecturas descriptivas básicas del relacionamiento digital.

7.3 Variables para grupos de valor

Las variables para los grupos de valor se orientan a comprender su relación estratégica con Canal Capital y su aporte a la gestión institucional y a la generación de valor público. Estas incluyen el tipo de grupo de valor, la naturaleza del relacionamiento y el nivel de interacción institucional.

Dentro de esta categoría se incluyen los colaboradores, entendidos como el talento humano vinculado al Canal mediante relaciones laborales, contractuales y colaborativas, que participa en los procesos editoriales, creativos, de producción y administrativos, así como en experiencias específicas de co-creación, como el Consejo Editorial del proyecto EUREKA.

7.4 Consideración de los grupos de interés

Los grupos de interés se reconocen como parte del entorno institucional y de gobernanza de Canal Capital. En coherencia con el alcance del ejercicio, no se definen variables específicas para su caracterización, y su análisis se aborda de manera general y descriptiva, con fines de contextualización institucional.

8. Presentación general de la información de caracterización

Este capítulo presenta los resultados del ejercicio de caracterización de usuarios y grupos de valor de Canal Capital, a partir de la información institucional disponible y en coherencia con el alcance definido para el documento. La información se organiza en lecturas generales que permiten identificar tendencias y rasgos comunes en las formas de interacción y relacionamiento con la entidad, apoyadas en representaciones gráficas de carácter ilustrativo.

8.1 Consideraciones generales para la lectura de la información

Para la interpretación de los resultados presentados en este capítulo se deben tener en cuenta las siguientes consideraciones:

- La información proviene de fuentes internas y plataformas institucionales de Canal Capital, con niveles de detalle y cobertura variables según el actor y el canal.
- Los resultados tienen un carácter descriptivo y orientador, enfocados en las formas de interacción y relacionamiento con la entidad; no constituyen un estudio estadístico de audiencias ni una medición de consumo de contenidos o preferencias editoriales.

- La información corresponde al momento del ejercicio y se concibe como una línea base susceptible de actualización y fortalecimiento progresivo.

8.2 Lectura general de los resultados

A continuación, se presenta la lectura general de los resultados del ejercicio de caracterización, organizada por tipo de actor y acompañada de representaciones gráficas que facilitan su comprensión.

8.2.1 USUARIOS

La información correspondiente a los usuarios se presenta a partir de las dos subcategorías definidas en el ejercicio de caracterización: usuarios digitales o ciudadanía digital y usuarios de canales y mecanismos institucionales. A través de las gráficas incluidas se describen rasgos generales de interacción, composición sociodemográfica y patrones de relacionamiento con Canal Capital, en coherencia con las variables definidas en el capítulo metodológico, estas gráficas muestran, cómo la ciudadanía se relaciona con Canal Capital, tanto mediante los canales formales de atención y participación como a través de entornos digitales y plataformas sociales, sin que ello constituya un análisis de desempeño por canal ni una medición de consumo de contenidos.

A. USUARIOS DIGITALES

Las plataformas digitales de Canal Capital presentan dinámicas de interacción diferenciadas, asociadas tanto a la naturaleza de cada red como a los perfiles etarios predominantes. En este sentido, las gráficas deben interpretarse como una aproximación general a la configuración de las audiencias digitales del Canal, y no como un análisis comparativo de desempeño entre plataformas.

Distribución por grupos etarios en plataformas digitales

El análisis por rangos de edad permite identificar la segmentación de las audiencias digitales según la plataforma, evidenciando que cada red social concentra públicos con perfiles etarios diferenciados.

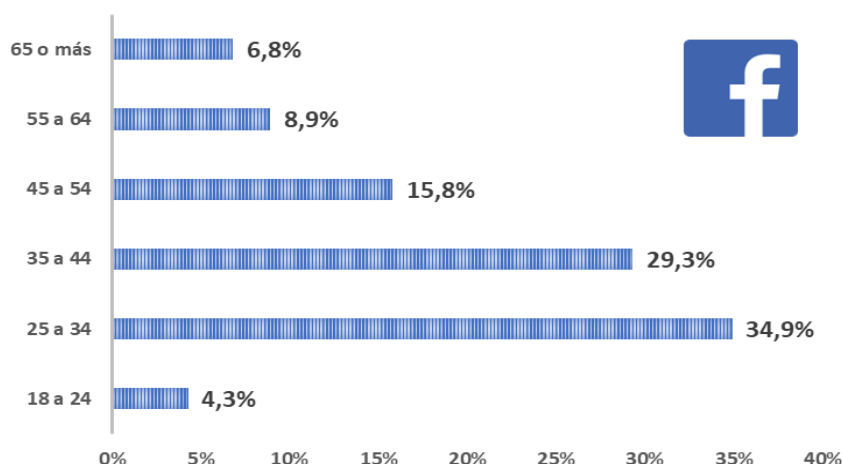


Gráfico 1.

Fuente: Elaboración propia Oficina Asesora de Planeación



Estrategia de Caracterización de Usuarios

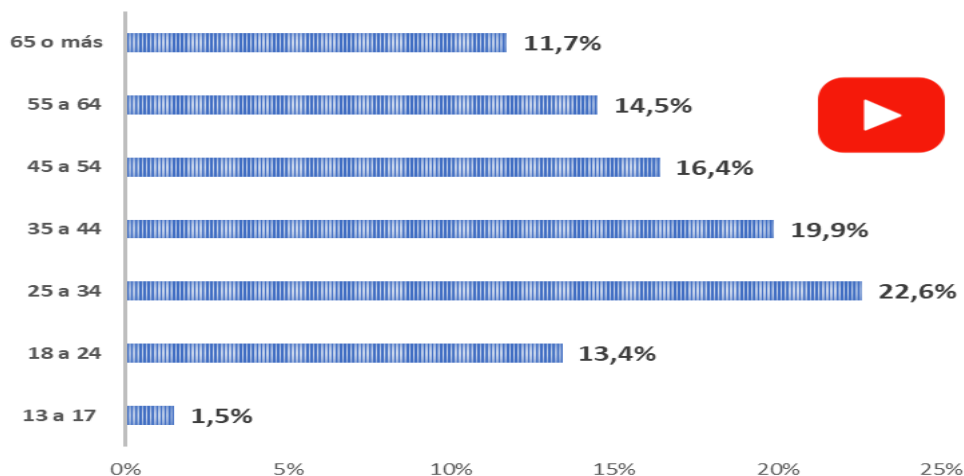
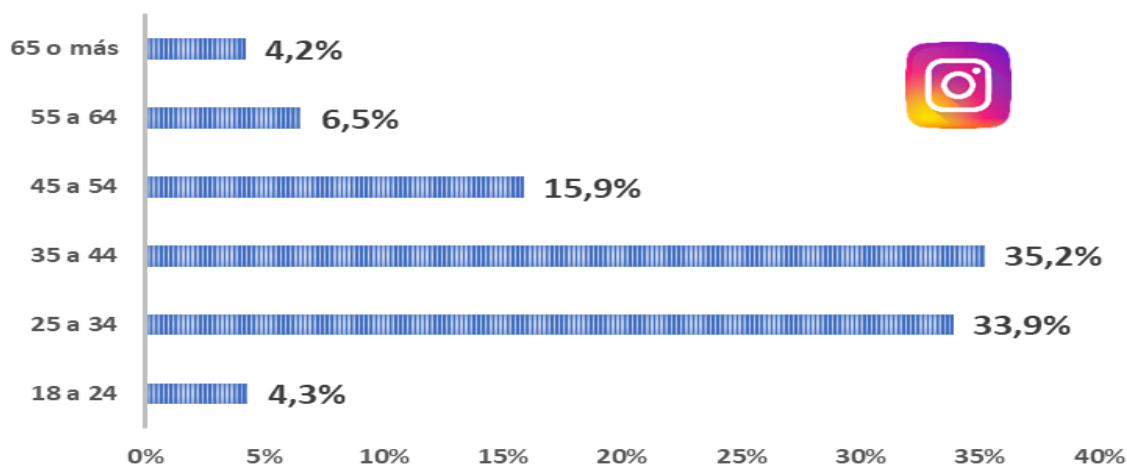


Gráfico 2. Seguidores Youtube por

edad

Fuente: Elaboración propia Oficina Asesora de Planeación

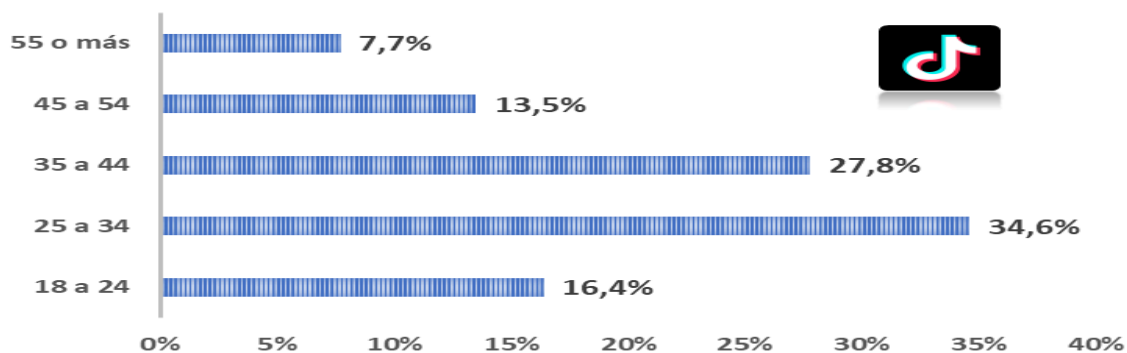


Gráfico

3.

Seguidores Instagram por edad

Fuente: Elaboración propia Oficina Asesora de Planeación



Gráfico

4.

Seguidores Tik tok por edad

Fuente: Elaboración propia Oficina Asesora de Planeación

De manera general, Facebook concentra principalmente población adulta y adulta mayor; YouTube se orienta a audiencias adultas que consumen contenidos audiovisuales de mayor duración; mientras que Instagram y TikTok presentan una mayor participación de población joven y adulta joven, asociada a dinámicas de consumo más rápidas y visuales. Esta segmentación confirma que las plataformas digitales cumplen funciones diferenciadas dentro de la estrategia de comunicación del Canal.

Distribución por género en plataformas digitales

La variable género permite identificar tendencias transversales en la composición de las audiencias digitales, más allá de las particularidades propias de cada plataforma.

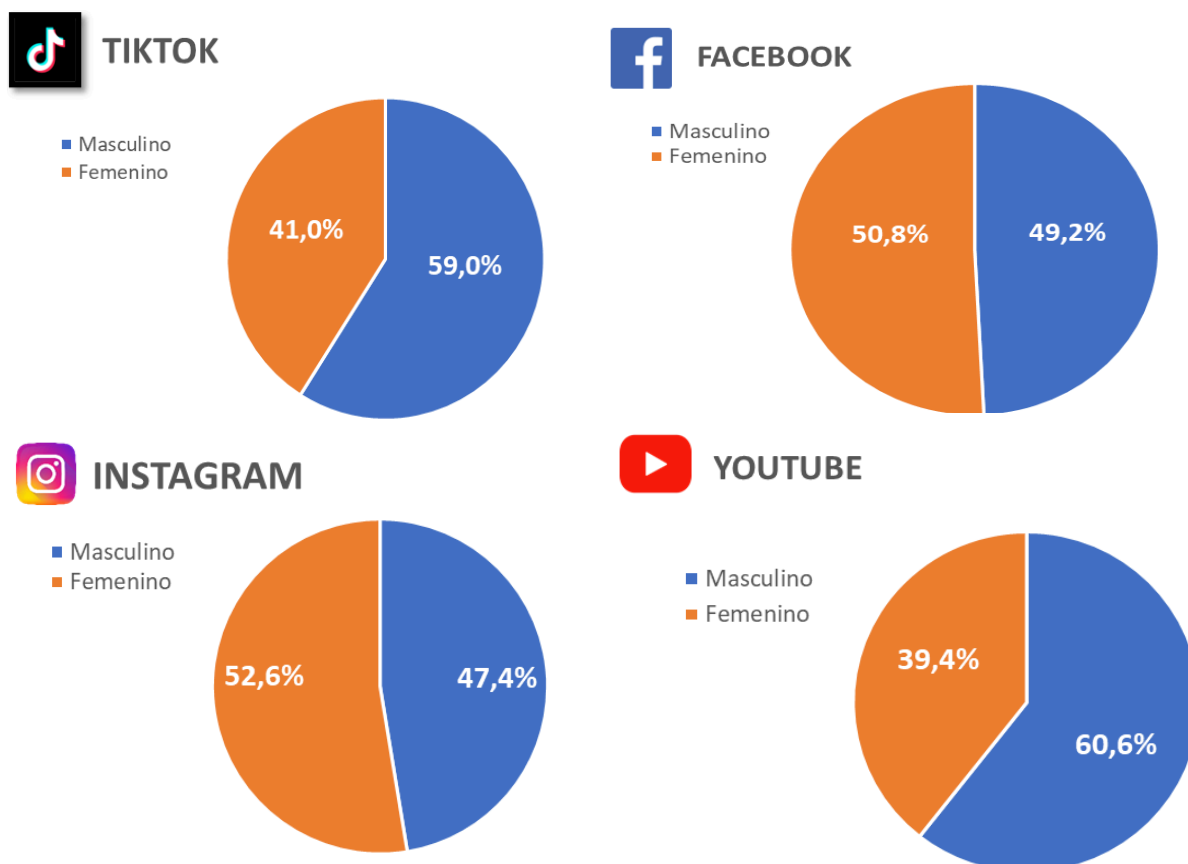


Gráfico 5. Seguidores Instagram por sexo, Gráfico 6. Seguidores Facebook por sexo, Gráfico 7. Seguidores Tiktok por sexo
 Gráfico 8. Seguidores Youtube por sexo, Fuente: Elaboración propia Oficina Asesora de Planeación

De manera agregada, se observa una mayor participación de mujeres en el conjunto de las redes sociales del Canal, mientras que la participación masculina, aunque menor, se mantiene relevante y sostenida. Esta distribución evidencia que las audiencias digitales no son homogéneas y aporta insumos para orientar estrategias comunicativas más segmentadas y pertinentes.

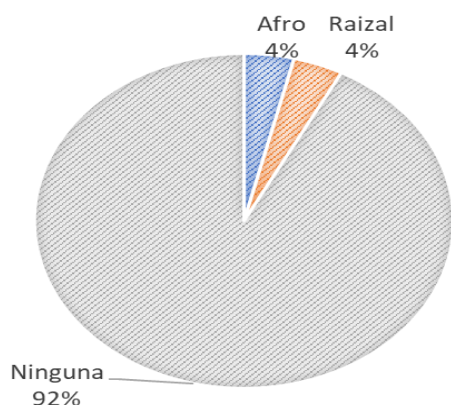
Ubicación geográfica de las audiencias digitales

El análisis de la ubicación geográfica evidencia un predominio de seguidores ubicados en Colombia en el conjunto de las redes sociales de Canal Capital, lo que reafirma el carácter principalmente nacional y local de la comunicación digital. La audiencia internacional representa una proporción menor y se concentra en regiones con vínculos culturales o de interés específico, sin desplazar el foco principal de la estrategia institucional orientada a la ciudadanía colombiana.

B. USUARIOS CANALES INSTITUCIONALES

La información correspondiente a los usuarios que interactúan con Canal Capital a través de los canales y mecanismos institucionales se construye a partir de los resultados de la Encuesta de Satisfacción Ciudadana, la atención presencial y los registros de la Plataforma Bogotá Te Escucha, entre otras fuentes internas.

Pertenencia étnica

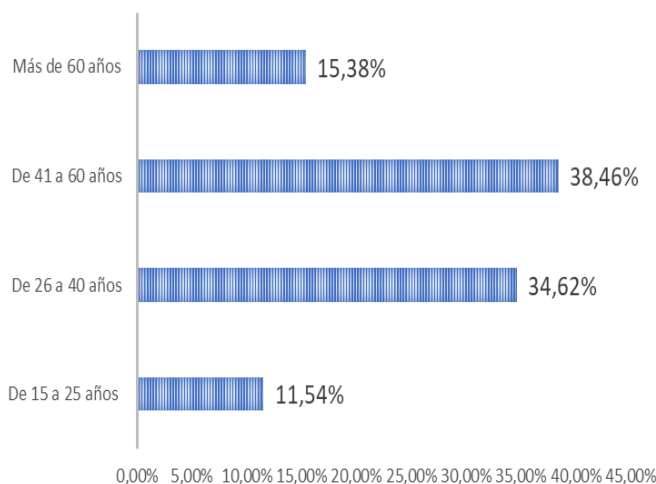


Los resultados asociados a la variable de pertenencia étnica muestran una participación reducida de personas que se reconocen como pertenecientes a grupos étnicos dentro de la muestra analizada.

No obstante, la presencia, aunque minoritaria, de personas pertenecientes a grupos étnicos evidencia la necesidad de mantener y fortalecer mecanismos que promuevan la inclusión y el reconocimiento de la diversidad étnica en los procesos de atención y participación ciudadana.

Gráfico 9. Grupos Etnicos en la Encuesta de Satisfaccion Ciudadana
Fuente: Elaboración propia Oficina Asesora de Planeación

Grupos etarios



La información evidencia una mayor participación de población adulta en los mecanismos de medición de satisfacción, con menor presencia de jóvenes y adultos mayores, lo que señala una oportunidad para diversificar los perfiles que participan en estos ejercicios.

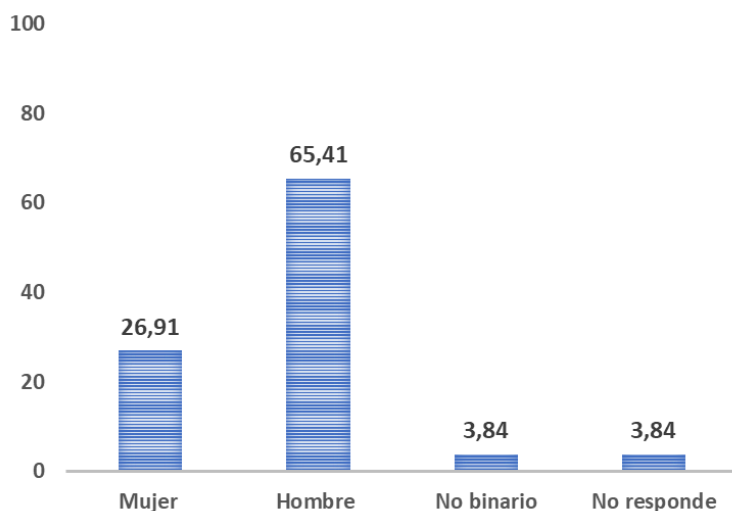
Gráfico 10. Grupos Etarios en la Encuesta de Satisfaccion Ciudadana
Fuente: Elaboración propia Oficina Asesora de Planeación



Estrategia de Caracterización de Usuarios



Sexo

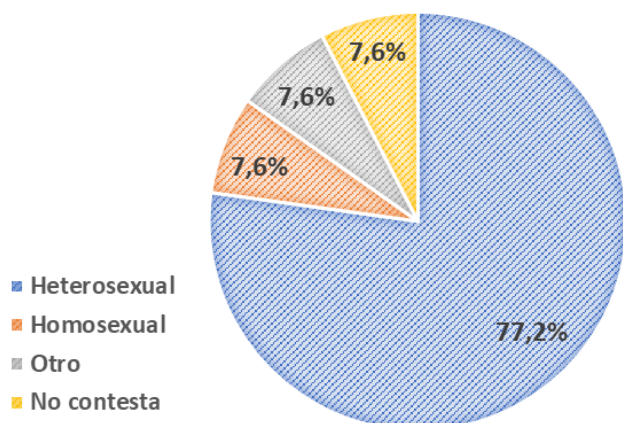


La participación masculina es mayoritaria dentro de la muestra analizada, lo que sugiere la necesidad de fortalecer estrategias que promuevan una participación más equilibrada en futuros ejercicios.

Gráfico 11. Resultados por sexo en la Encuesta de Satisfacción Ciudadana

Fuente: Elaboración propia Oficina Asesora de Planeación

Orientación sexual



La baja participación registrada limita el alcance interpretativo, pero refuerza la importancia de garantizar condiciones de confianza y anonimato que favorezcan la expresión de la diversidad.

Gráfico 12. Resultados por orientación sexual en la Encuesta de Satisfacción Ciudadana

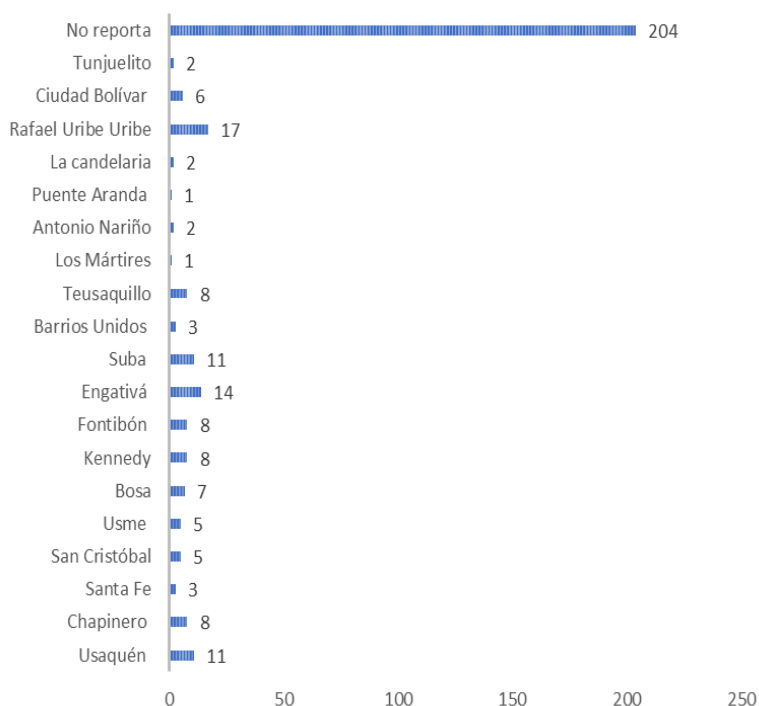
Fuente: Elaboración propia Oficina Asesora de Planeación



Estrategia de Caracterización de Usuarios



Ubicación territorial por localidad

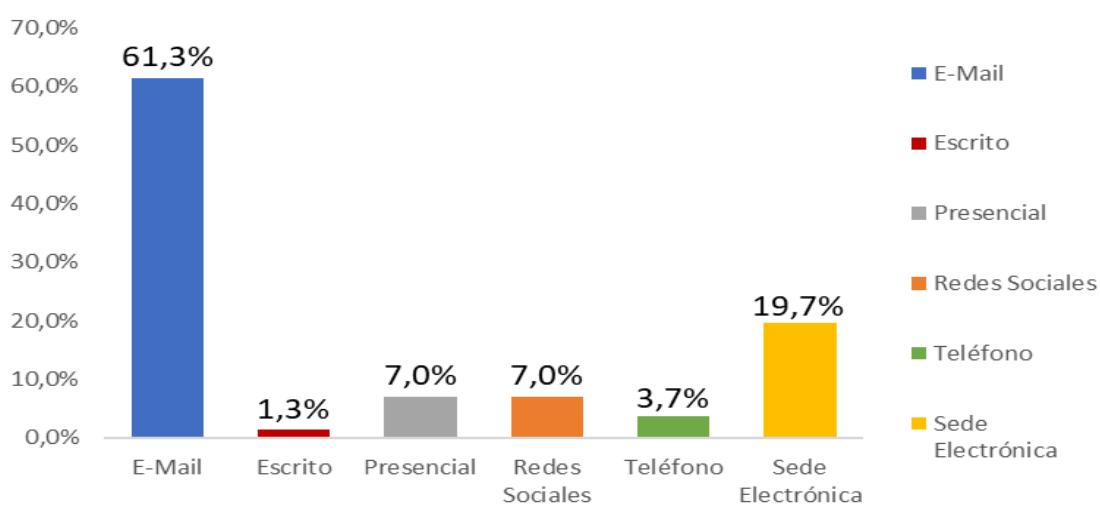


La alta proporción de registros sin información de localidad limita la desagregación territorial. No obstante, se identifica participación en la mayoría de las localidades urbanas de Bogotá. La ausencia de registros en Sumapaz evidencia un reto de gestión para fortalecer la cobertura territorial en contextos rurales.

Gráfico 13. Resultados por localidad en la Encuesta de Satisfacción Ciudadana

Fuente: Elaboración propia Oficina Asesora de Planeación

Canales de atención



por Canales de Atención de Canal Capital

Fuente: Elaboración propia Oficina Asesora de Planeación

Gráfico 14. Resultados

Los resultados muestran una mayor utilización de canales no presenciales, sin que ello reste relevancia a los canales presenciales para determinados segmentos de la ciudadanía.

Preguntas frecuentes

El análisis de las consultas evidencia que el principal interés de la ciudadanía se concentra en la participación en programas, seguido de temas administrativos y financieros y de la programación general. Esta distribución se mantiene consistente frente a ejercicios anteriores y constituye un insumo estratégico para fortalecer los espacios de información y participación ciudadana.

8.2.2 Grupos de valor

La información asociada a los grupos de valor permite identificar a los actores estratégicos con los que Canal Capital mantiene relaciones relevantes para el cumplimiento de su misión pública. Este apartado presenta una lectura general de dichos vínculos, a partir de la información institucional disponible, con el propósito de comprender su aporte a la gestión institucional y a la generación de valor público.

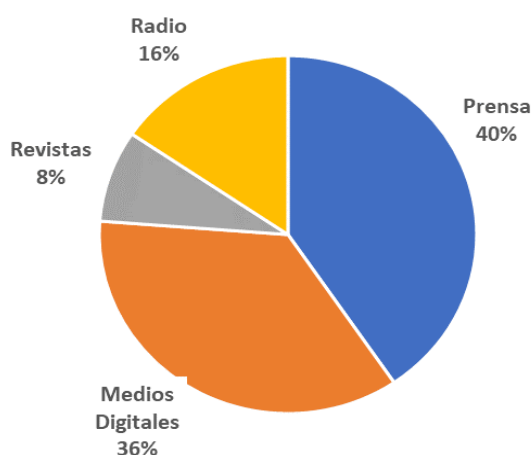
De manera particular, se visibilizan experiencias de relacionamiento y participación que aportan insumos relevantes para la toma de decisiones, así como la necesidad de continuar fortaleciendo la sistematización de la información asociada a estos actores en ejercicios posteriores de caracterización.

Empresas y proveedores

Ellos constituyen un grupo de valor estratégico para Canal Capital, en tanto hacen posible el desarrollo de los procesos administrativos, técnicos, logísticos y operativos que soportan la gestión institucional y la producción de contenidos con valor público. Su relacionamiento con el Canal se da principalmente a través de procesos contractuales, de adquisición de bienes y servicios y de articulación técnica, enmarcados en los principios de legalidad, transparencia y eficiencia propios de la gestión pública.

Desde una perspectiva de caracterización, este grupo de valor se distingue por un relacionamiento de carácter funcional y recurrente, determinado por las necesidades operativas del Canal y por los requerimientos normativos asociados a la contratación estatal.

Medios de Comunicación



Los medios de comunicación se configuran como un grupo de valor estratégico para Canal Capital dentro del ecosistema de la comunicación pública, en tanto cumplen un rol fundamental en la difusión, circulación y amplificación de los contenidos y mensajes institucionales.

Gráfico 15. Resultados por Medios de Comunicación
Fuente: Elaboración propia Oficina Asesora de Planeación

En el ejercicio de caracterización se identifican 84 medios de comunicación, correspondientes en su totalidad a medios de *free press*, lo que evidencia que el relacionamiento con este grupo se sustenta principalmente en dinámicas informativas, editoriales y de interés público.

La composición de este grupo refleja un ecosistema mediático diverso, con predominio de medios de prensa (40,5 %) y medios digitales (35,7 %), seguidos por medios radiales (15,5 %) y revistas (8,3 %), lo que articula formatos tradicionales y digitales. En términos territoriales, el 56 % de los medios tiene alcance local y el 44 % alcance nacional, lo que permite a Canal Capital fortalecer su presencia en el ámbito local y, al mismo tiempo, proyectar sus contenidos y mensajes a escala nacional, ampliando su incidencia en la esfera pública.

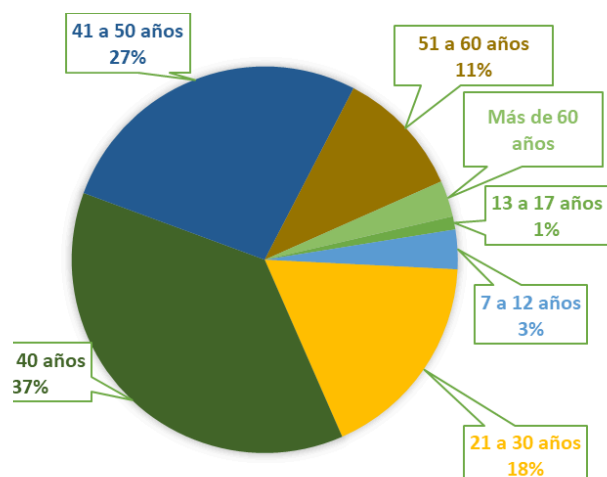
COLABORADORES

Para efectos del presente ejercicio, los colaboradores se entienden como los actores que participan en los procesos editoriales, creativos, de producción, así como en procesos administrativos, estratégicos y de apoyo de Canal Capital. Este grupo incluye tanto al talento humano vinculado mediante relaciones laborales y contractuales, como a actores que participan bajo esquemas colaborativos, entre ellos los espacios editoriales del proyecto EUREKA.

Su caracterización permite reconocer las capacidades humanas, técnicas y creativas que soportan el cumplimiento de la misión pública del Canal y evidenciar la diversidad de formas de participación que confluyen en su gestión institucional.

Colaboradores – Grupo etario

La caracterización por grupos etarios de los colaboradores evidencia una mayor concentración en los rangos de 31 a 40 años (37 %) y 41 a 50 años (27 %), seguidos por el grupo de 21 a 30 años (18 %). Esta distribución refleja una participación mayoritaria de población adulta vinculada a funciones técnicas, creativas, administrativas y de gestión que soportan los procesos misionales del Canal.



Resulta especialmente relevante la participación de niños, niñas y adolescentes (NNA), correspondientes a los rangos de 7 a 12 años (3 %) y 13 a 17 años (1 %). Aunque representan una proporción menor dentro del total de colaboradores, su inclusión responde a espacios de participación editorial como el Consejo Editorial de EUREKA, en los que los NNA son reconocidos como actores con voz e incidencia en la construcción de contenidos. Esta participación reafirma el compromiso de Canal Capital con el enfoque de derechos y la promoción de la participación efectiva en la comunicación pública.

Gráfico 16. Resultados Colaboradores por grupos Etarios
Fuente: Elaboración propia Oficina Asesora de Planeación

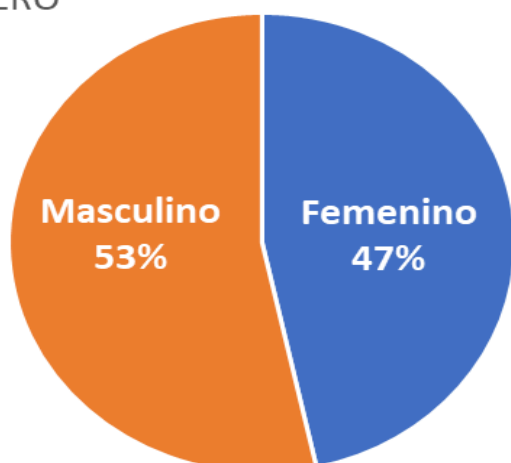


Estrategia de Caracterización de Usuarios



Colaboradores - Género

GÉNERO

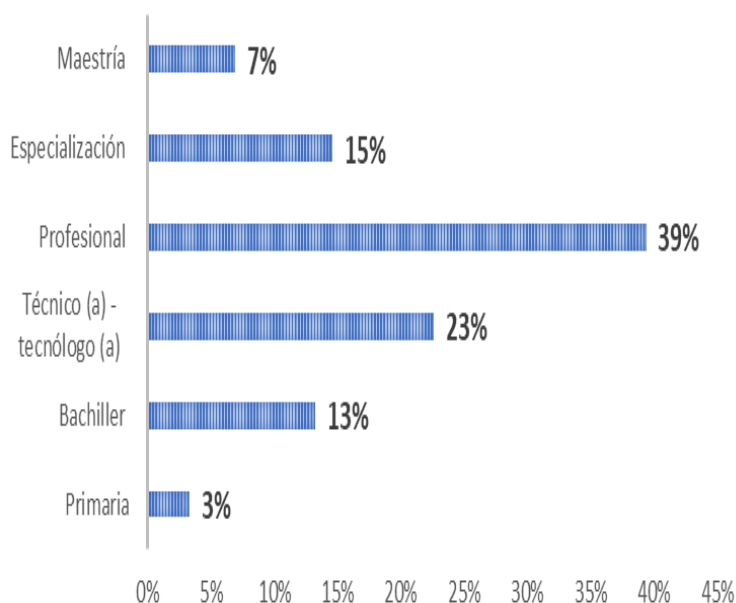


En relación con la variable de género, la caracterización de los colaboradores evidencia una distribución relativamente equilibrada, lo que refleja condiciones de participación diversas en los distintos procesos editoriales, creativos, administrativos y de apoyo del Canal.

Gráfico 17. Resultados Colaboradores por Género

Fuente: Elaboración propia Oficina Asesora de Planeación

Colaboradores – Nivel educativo



La caracterización del nivel educativo de los colaboradores muestra un predominio de perfiles con formación técnica, tecnológica y profesional, que en conjunto representan el 62 % del total (39 % profesional y 23 % técnico/tecnólogo). Esta diversidad de niveles educativos evidencia que Canal Capital articula capacidades operativas, técnicas y profesionales que permiten sostener tanto los procesos misionales como los estratégicos y administrativos de la entidad.

En conjunto, la caracterización de los colaboradores permite reconocerlos como un grupo de valor estratégico para Canal Capital, al concentrar las capacidades humanas, técnicas, creativas y administrativas que soportan el desarrollo de los procesos misionales, editoriales y de gestión institucional.

Gráfico 18. Resultados Colaboradores por Nivel Educativo

Fuente: Elaboración propia Oficina Asesora de Planeación

La diversidad etaria, de género y de niveles de formación refleja un ecosistema de trabajo plural que integra experiencia, conocimiento especializado y esquemas de participación colaborativa, incluyendo la vinculación de niños, niñas y adolescentes en espacios editoriales como el Consejo Editorial de EUREKA.

	Estrategia de Caracterización de Usuarios	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
---	--	---

Este ejercicio reafirma la importancia de continuar fortaleciendo los mecanismos de registro, actualización y análisis de la información asociada a los colaboradores, como insumo para la planeación estratégica y la mejora continua del Canal.

8.2.3 Grupos de Interés

En el marco del ejercicio de caracterización, los grupos de interés de Canal Capital corresponden a entidades del orden nacional y distrital que hacen parte de su entorno institucional, normativo y de gobernanza. Su identificación permite contextualizar la gestión del Canal y comprender los marcos de control, articulación interinstitucional y coordinación sectorial en los que se desarrolla su misión pública.

El relacionamiento con estos actores presenta niveles de recurrencia diferenciados según la función que cumplen y su incidencia en los procesos del Canal. Las interacciones más frecuentes se concentran en entidades del orden nacional asociadas a contratación, comunicaciones, tecnologías y planeación, en respuesta a requerimientos normativos, operativos y de reporte. Por su parte, las entidades distritales mantienen relacionamientos principalmente periódicos o esporádicos, con mayor recurrencia en sectores estratégicos como cultura, hacienda, planeación y movilidad.

En el caso de los órganos de control, tanto nacionales como distritales, predomina un relacionamiento de carácter esporádico, coherente con su función de vigilancia y control institucional. En conjunto, este panorama permite comprender a los grupos de interés como actores relevantes del entorno institucional de Canal Capital, sin que constituyan el foco central de análisis del presente documento, y dejando su profundización para otros instrumentos o ejercicios de gestión.

8.3 Alcances y limitaciones de la información

El presente ejercicio de caracterización permite consolidar y organizar la información institucional disponible sobre los usuarios y los grupos de valor de Canal Capital, ofreciendo una lectura general de las formas de interacción y relacionamiento con la entidad. Sus resultados constituyen un insumo útil para la planeación, la gestión institucional y el fortalecimiento del relacionamiento con la ciudadanía.

Como principales alcances, se destaca la diferenciación clara entre usuarios, grupos de valor y grupos de interés, la integración de información proveniente de diversos canales y plataformas institucionales, y la construcción de una línea base que orienta la toma de decisiones estratégicas y futuros ejercicios de caracterización.

No obstante, el ejercicio presenta limitaciones asociadas a la disponibilidad, heterogeneidad y nivel de detalle de los datos, así como a la dependencia de fuentes internas, lo que restringe la profundización en algunos territorios, actores y variables. En este sentido, los resultados deben entenderse como una aproximación descriptiva y contextual, concebida como un proceso progresivo, susceptible de fortalecimiento y actualización en la medida en que se consoliden nuevas fuentes de información y capacidades institucionales.

	Estrategia de Caracterización de Usuarios	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
---	--	---

9. Conclusiones generales

El ejercicio de caracterización de usuarios, grupos de valor y grupos de interés de Canal Capital permitió organizar y analizar la información institucional disponible, generando una línea base para comprender las principales formas de interacción y relacionamiento con la ciudadanía, en coherencia con la misión pública del Canal y los lineamientos del MIPG.

Los resultados evidencian un relacionamiento diverso, desarrollado a través de canales institucionales y digitales, con un peso creciente de estos últimos. La caracterización de los usuarios digitales confirma la existencia de perfiles diferenciados según plataforma, lo que resalta la importancia de orientar las estrategias de comunicación y relacionamiento de manera segmentada y pertinente.

El ejercicio reconoce el papel estratégico de los colaboradores —entendidos como el conjunto del talento humano vinculado al Canal— en el desarrollo de los procesos misionales, editoriales, creativos y administrativos. Asimismo, identifica a los grupos de interés como parte del entorno institucional y de gobernanza, cuyo relacionamiento responde principalmente a funciones normativas, de control y articulación interinstitucional.

En conjunto, la caracterización se consolida como un insumo estratégico para la planeación y la toma de decisiones institucionales, y como un punto de partida para fortalecer progresivamente los procesos de recolección, análisis y uso de la información, con el fin de mejorar el relacionamiento con la ciudadanía y la generación de valor público.

Control de Cambios

Versión	Vigencia	Descripción del cambio	Responsables
1	19/12/19	Proyección documento inicial	Planeación
2	09/12/20	Se actualiza la introducción, los ejes de trabajo, así como los objetivos y el alcance de la estrategia, se actualizan los datos de caracterización incorporando variables en el perfil ciudadanía y se amplía el análisis del perfil de usuarios digitales.	Planeación
3	30/09/21	Se actualiza la introducción, se genera desagregación de los perfiles a caracterizar, se actualizan los datos de caracterización generando un anexo general, y se amplía el análisis del perfil público y privado.	Planeación
4	12/12/22	Se actualiza la información de caracterización con el periodo 2021-2022, se actualizan los objetivos específicos y se incluye un aspecto relacionado con la protección de los derechos humanos.	Planeación
5	06/10/23	Se actualiza la información de caracterización con el periodo 2022- 2023, se actualizaron aspectos de variables priorizadas para el eje de ciudadanía y se incluyó en el componente de lavado de activos y financiación del terrorismo.	Planeación
6	19/12/25	Se actualiza el mecanismo de recolección de información y por ende la estructura del documento se debe ajustar a los nuevos análisis que se desprenden de la nueva perspectiva que se da al documento.	Planeación

En cumplimiento del Régimen General de Habeas Data, regulado por la Ley 1581 de 2012 y sus Decretos reglamentarios reconoce y protege el derecho que tienen todas las personas a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bases de datos o archivos que sean susceptibles de tratamiento por entidades de naturaleza pública o privada, con el ingreso de los datos personales en la Base de Datos Anexa denominada "Anexo -herramienta para recolectar información - CdU 2021", autoriza de manera voluntaria, previa, expresa e informada a Canal Capital identificada con NIT 830.012.587-4 y dirección electrónica ccapital@canalcapital.gov.co en calidad de RESPONSABLE, para tratar sus datos personales de acuerdo con su Política de Tratamiento de Datos Personales, que puede conocer en el siguiente enlace:

<https://www.canalcapital.gov.co/sites/default/files/media/file/file/AGRI-SI-PO-005%20POLI%CC%81TICA%20DE%20TRATAMIENTO%20DE%20DATOS%20PERSONALES%20-%20Seguridad%20Informatica.pdf>