



GUÍA DE APLICACIÓN DE LA HERRAMIENTA RECOLECCIÓN DE DATOS EN LA CARACTERIZACIÓN DE LOS GRUPOS DE VALOR DE LA INSTITUCIÓN

1. PRESENTACIÓN.

Para la estructuración del nuevo Plan de Desarrollo Institucional (PDI) para los periodos 2024 – 2033, es necesario aplicar una herramienta de recolección de datos “encuesta” para lo cual se requiere caracterizar los grupos de valor de acuerdo a su relación e influencia con la institución.

La encuesta tiene el propósito de conocer la percepción de los grupos de valor del Instituto de Educación Técnica Profesional de Roldanillo, Valle – INTEP, sobre el direccionamiento estratégico encaminado a las acciones y procesos realizados. Insumos que permiten la construcción del nuevo Plan de Desarrollo Institucional a partir de la información suministrada para orientar la trazabilidad, rutas y acciones que guiarán los destinos de la institución.

En el presente documento se encuentran la descripción de la estrategia de caracterización de los grupos de valor, los cuales fueron consolidados en cuatro (4) grupos para facilitar y otorgar eficiencia al proceso de recolección de datos.

2. MARCO REFERENCIAL.

Para el análisis de la participación de los grupos de valor se tendrá en cuenta los siguientes aspectos.

- Guía caracterización de ciudadanos 2023.
- Plan Rectoral 2022-2025.
- Plan de Desarrollo 2021-2023.

3. REFERENCIA HISTÓRICA DEL ÍNDICE DE PARTICIPACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO INSTITUCIONAL ANTERIOR (PDI. 2021 - 2023).

En el proceso de caracterización llevado a cabo durante la construcción del anterior plan de desarrollo Institucional (2021 – 2023), el proceso de encuesta fue realizado con ocho (8) grupos de valor que contempló la institución. Para el cual se presenta a continuación los resultados obtenidos en aquel ejercicio.



RESULTADOS DE ENCUESTAS		
Grupo de valor	Porcentaje de participación	Número Participantes
Proveedores	0,6%	2
Entidades estatales	0,3%	1
Instituciones de educación media y superior	1,5%	5
Sector productivo	0,6%	2
Padres de familia	4,1%	14
Estudiantes	63,4%	215
Egresados	19,8%	67
Funcionarios	9,7%	33
Total	100%	339

Fuente. Plan de desarrollo 2021 – 2023 “Una Institución Inclusiva Con Enfoque Territorial”

A continuación, es presentado el resumen estadístico de la información obtenida en el proceso de caracterización.



Fuente. Plan de desarrollo 2021 – 2023 “Una Institución Inclusiva Con Enfoque Territorial”



4. PLANTEAMIENTO DE LA ESTRATEGIA.

4.1. DIAGNÓSTICO DE LA ESTRATEGIA.

El Instituto de Educación Técnica Profesional de Roldanillo, Valle – INTEP, busca desarrollar mecanismos que propicien la participación de la población académica y otros sectores de interés en temas vinculados al desarrollo institucional y la trazabilidad de las acciones ejecutadas para la formulación del nuevo Plan de Desarrollo Institucional.

4.2. FORMULACIÓN ESTRATÉGICA.

La aplicación de la estrategia de participación ciudadana (encuesta) se enfocó en el margen poblacional e influencia que ejercen en la institución a través de la interacción constante para delimitar los grupos de valor. Con el fin de aplicar mecanismo que interactúen y vinculen al personal implicado a formar parte de los procesos de participación que permitieron la obtención de la información pertinente para la construcción de los lineamientos que contendrá el Plan de Desarrollo.

4.3. SISTEMATIZACIÓN DE LA ESTRATEGIA.

Teniendo en cuenta la guía de caracterización ciudadana 2023 establecido por el Departamento Nacional de Planeación (DNP), se establecieron los siguientes interrogantes.

1. ¿Qué mecanismos se emplean para aumentar los índices de participación?
2. ¿Cuál será la articulación entre la dirección, la académica y los sectores externos a la institución?
3. ¿Qué acciones deberán ser tomadas para asegurar la obtención de información a partir de la aplicación de herramientas de recolección de información?

5. DELIMITACIONES.

5.1. ACERCAMIENTO A LOS GRUPOS DE VALOR.

Los sectores para aplicar la herramienta de acceso a la información se escogieron teniendo en cuenta en primera instancia la influencia, relacionamiento e interacción constante que estos ejercen en la institución, posteriormente se tuvo presente la disponibilidad de acceso a las bases de datos con que la institución cuenta de los diferentes grupos de valor, igualmente se escogieron de acuerdo a la magnitud poblacional que conforman las muestras representativas para cada grupo de valor y por último se tuvo en cuenta el impacto que los lineamientos establecidos en el nuevo plan de desarrollo ejercerá en cada sector.



El camino a detectar las necesidades presentadas por estos sectores se da a través del acercamiento a la entidad y una vinculación entre los procesos formativos y prácticas laborales que permitan la formación de personal idóneo para ejercer funciones según sea la profesión. De esta manera quedaron establecidos los siguientes grupos de valor.

- Estudiantes
- Egresados
- Sector Productivo
- Administrativos y Docentes del INTEP

5.1.1 Canales de Distribución de la Información.

El establecer canales de comunicación adecuados permitió la entrega y recolección de la información de manera óptima y precisa accediendo la participación de un mayor número de individuos. Es así como en primera instancia se da a conocer a los grupos de valor la aplicación de una encuesta en consideración de la importancia que representa para la institución la participación de cada uno de sectores implicados.

Para acceder a un mayor número de participantes en el desarrollo de la encuesta que permitiera un número representativo como muestra de cada sector, se utilizó como medio de difusión y participación los canales de comunicación de correos electrónicos y WhatsApp.

5.1.2 Veracidad de la Información.

La estructuración de la herramienta de recolección de datos contó con el diseño adecuado para cada perfil de los grupos de valor, para ello se construyó un modelo de encuesta de fácil diligenciamiento que abarcara la información exacta para asegurar los insumos y necesidades adecuadas para la estructuración del Plan de Desarrollo Institucional.

6. PLANTEAMIENTO DE LA ESTRATEGIA.

6.1. CONSOLIDACIÓN GRUPOS DE VALOR.

Una vez analizada la influencia, relacionamiento e interacción constante, la disponibilidad de acceso a las bases de datos, la magnitud poblacional que conforman las muestras representativas y el impacto de los lineamientos establecidos en cada grupo de valor; fueron tomados como referencia cuatro (4) de ellos, considerados que representan en mayor grado de atención para la institución.



6.1.1 Estudiantes.

Siendo este grupo de valor el principal actor y objeto de la Misión Institucional por el cual se desarrollan todas las acciones que giran en torno a la academia, se tomó en cuenta toda la población estudiantil de la sede principal en el municipio de Roldanillo y las demás zonas donde el INTEP hace presencia.

6.1.2 Egresados.

Con el fin de conocer la experiencia obtenida por los egresados frente a la aplicación de los conocimientos y habilidades adquiridas en la institución en relación al desempeño laboral y autónomo, se tomó en cuenta los egresados formados en cada uno de los diferentes ciclos ofertados por la institución.

6.1.3 Administrativos y Docentes.

Los funcionarios por ser el agente edificador del desarrollo institucional conformado por los administrativos del INTEP (Planta Administrativa, supernumerarios, y ocasionales) al igual que el personal docente (de planta, ocasional y de hora cátedra) que ejercen en cada uno de los lugares donde la institución hace presencia.

6.1.4 Sector Productivo.

Este grupo de valor está conformado por empresas del sector privado, alcaldías, instituciones de educación media, proveedores de servicios, representando entidades externas al INTEP, que interactúan con la institución a través del relacionamiento e intercambio de servicios por alianzas, convenios y contratos.

7. DEFINICIÓN DE LA HERRAMIENTA.

7.1. Encuesta.

La herramienta seleccionada para la recolección de información es la encuesta, dado que facilita la obtención de la información y precisión en los datos a través de un formulario práctico y pertinente que vincula todos los aspectos relacionados entre el individuo y la academia.

7.2. Medios magnéticos

El desarrollo de la encuesta se programó a través de la plataforma Google Forms, donde se difundió por correo electrónico y fue diligenciada de manera virtual. Esto permitió maximizar el público objetivo y lograr un mayor índice de participación.



8. APLICACIÓN DE LA HERRAMIENTA.

8.1. ESTUDIANTES.

La encuesta dirigida a la población estudiantil de la institución fue realizada a través de medios magnéticos como correo electrónico y WhatsApp para los cuales se empleó el apoyo de las siguientes partes.

- **Registro y control académico:** proporcionó los listados con el correo electrónico del estudiante.
- **Control gratuidad:** aportó los contactos telefónicos y archivo macro de Excel para envío de mensajes masivos con el contenido de la encuesta.
- **Directores y Coordinadores de unidad:** fueron encargados de la divulgación y cumplimiento al desarrollo de la encuesta y actuaron como equipo de control.
- **Representantes estudiantiles:** fueron encargados de divulgar y dar conocimiento la importancia de la encuesta para su cumplimiento y desarrollo.

8.2. EGRESADOS.

La encuesta se divulgó a través de medios magnéticos como correo electrónico actividad que requirió el apoyo de la **Oficina egresados** quien proporcionó los listados con los correos electrónicos de los egresados de la institución para ser enviado como mensaje masivo con el contenido de la encuesta.

8.3. ADMINISTRATIVOS Y DOCENTES.

La encuesta se divulgó a través de medios magnéticos como correo electrónico y WhatsApp actividad que requirió el apoyo de las siguientes partes.

- **Vicerrectoría Académica:** proporcionó los listados con los correos electrónicos de los docentes de la institución para ser enviado como mensaje masivo con el contenido de la encuesta.
- **Contratación y/o Secretaria General:** facilitó los listados con los correos electrónicos de los administrativos de la institución a quienes se les envió como mensaje masivo el contenido de la encuesta.
- **Visita presencial:** se visitó las dependencias y las instalaciones de CEDEAGRO en busca de quienes prefirieron realizar la encuesta de manera física.



8.4. SECTOR PRODUCTIVO.

La encuesta se divulgó a través de medios magnéticos como correo electrónico y WhatsApp actividad que requirió el apoyo de las siguientes partes.

- **Coordinadora de Prácticas Empresariales:** proporcionó los listados con los correos electrónicos de las empresas donde realizan comúnmente las prácticas empresariales los estudiantes de la institución, para ser enviado como mensaje masivo con el contenido de la encuesta.
- **Coordinadores de Articulación:** es el personal vinculado a las Instituciones de Educación Media (IEM) para ejercer labores de coordinación, funcionando como contacto directo con el centro educativo y estudiantes.

Todas las encuestas fueron enviadas desde el correo de Rectoría con el fin de otorgar a un mayor grado de importancia y asegurar la participación de los grupos de valor encuestados de la institución.

JOSÉ JULIÁN GIL SALCEDO
Jefe de Planeación INTEP

Elaboró: Ricardo Andrés Murillo Giraldo - Supernumerario de Planeación