

**JARDÍN BOTÁNICO DE BOGOTÁ  
JOSÉ CELESTINO MUTIS**



**CARACTERIZACIÓN DE  
GRUPOS DE INTERÉS Y VALOR  
- JARDÍN BOTÁNICO  
JOSÉ CELESTINO MUTIS 2018**

Alcaldía de Bogotá

## CARACTERIZACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

Página

Introducción.....	3
1. Elementos conceptuales.....	5
2. Objetivo.....	7
3. Metodología de investigación.....	8
4. Categorías.....	10
5. Variables.....	11
6. Técnicas.....	15
7. Instrumentos.....	18
8. Fuente de información.....	21
9. Actividades realizadas.....	22
10. Resultados.....	24
10.1 Análisis de variables geográficos.....	29
10.2 Análisis de variables demográficas.....	32
10.3 Análisis de variables intrínsecas.....	34
10.4 Análisis de variables de conocimiento.....	41
10.5 Caracterización de organizaciones.....	46
11. Conclusiones y recomendaciones.....	55
BIBIOGRAFÍA.....	57

## INTRODUCCIÓN



El Jardín Botánico de Bogotá José Celestino Mutis tiene como misión ser el “centro de investigación distrital con énfasis en ecosistemas alto andinos y de páramo, responsable de la gestión integral de coberturas verdes en la Ciudad, del desarrollo de programas de educación ambiental y de la conservación y mantenimiento de colecciones vivas de flora para su apropiación y disfrute por parte de los ciudadanos y como aporte a la sostenibilidad ambiental”. Para el cumplimiento de esta misión toma como eje de la planeación y gestión las necesidades de los grupos de valor e interés, orientando su acción a resultados.

El Modelo Integrado de Planeación y Gestión - MIPG establece que “toda entidad pública cumple con un propósito fundamental para el cual fue creada: satisfacer un derecho constitucional o resolver los problemas o necesidades de un grupo de ciudadanos, a los cuales se les va a denominar grupos de valor”. (DAFP:2018: p.20). La importancia de garantizar la prestación de servicios y conseguir mejoras sostenidas ha puesto en evidencia la relevancia de contar con la participación ciudadana dentro de los procesos institucionales, estableciendo un énfasis en el enfoque relacional.

Los grupos de interés son definidos como cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por la consecución de los objetivos de la organización (Freeman 1984). Para el DAFP son los individuos u organismos específicos que tienen un interés especial en la gestión y los resultados de las organizaciones públicas. Por su parte, los grupos de valor son aquellos a quienes van dirigidos los bienes y servicios de una entidad. En la actualidad, las relaciones son cada vez más elaboradas y suponen, cada vez más, interacciones entre los actores involucrados. La organización puede transmitir los valores que la definen, mantener su identidad y reconocimiento social a través de la relación que mantengan con estos actores.

En este contexto, identificar y comprender los grupos de valor e interés es un punto de partida transversal para el desarrollo de las entidades públicas. La identificación de éstos es fundamental para planificar políticas, programas o servicios basados en la relación mantenida con los mismos, establecer procesos de corresponsabilidad y contribuir al ejercicio efectivo de la gobernanza.

A partir de este contexto el Jardín Botánico de Bogotá José Celestino Mutis adelanta la identificación y caracterización de los grupos de interés y de valor. Este documento presenta el avance en el proceso de identificación y caracterización de actores del Jardín Botánico de Bogotá José Celestino Mutis. Para ello, en su primer apartado describe los elementos conceptuales y normativos que sustentaron la caracterización, posteriormente aborda el enfoque metodológico y finalmente presenta una primera descripción de los actores identificados.



## ELEMENTOS CONCEPTUALES

### ¿QUÉ SON LOS GRUPOS DE VALOR?

El relacionamiento con los grupos de valor es fundamental en la lógica de la gobernanza y la gobernabilidad en el modelo de gestión pública vigente. Colombia ha promovido la implementación de la gestión pública orientada a resultados la cual está enfocada a generar la capacidad en las organizaciones para que logren los resultados mediante la creación de valor público” (Clad-BID, 2007). Implica el cumplimiento de los resultados e impactos que son demandados por la sociedad, por lo que pone un especial énfasis en la satisfacción y bienestar de los ciudadanos y en la garantía de sus derechos.

Según Moore (1995), el valor público se crea cuando se realizan actividades capaces de aportar respuestas efectivas y útiles a las necesidades o demandas, y se generan los cambios sociales (impactos) que modifican ciertos aspectos del conjunto de la sociedad. Estos cambios observables y susceptibles de medición constituyen los resultados que el sector público busca alcanzar. (DAFP:2017b: p.11)

**Los grupos de valor se definen como aquellos individuos u organismos específicos a quienes van dirigidos los bienes y servicios de una entidad. (DAFP:2017b: p.11)**

A diferencia, los grupos de interés son definidos como aquellos que puede afectar o ser afectado por la consecución de los objetivos de la organización (Freeman 1984). En este sentido, son los actores identificables que se pueden influenciar o verse influidos por la entidad por ello tienen un interés especial en la gestión y los resultados de las organizaciones públicas en un sentido más amplio que los grupos de valor. Los actores claves son aquellos individuos cuya participación es indispensable y obligada para el logro del propósito, objetivos y metas propuestas. Tienen el poder, la capacidad y los medios para decidir e influir.

Es claro entender que los actores no son inertes y estáticos. Cada actor es un espacio local, cuenta con cierta posición, cantidad de poder y capacidad de oportunidad para obtener sus objetivos, dentro de un contexto de relaciones y sistemas

## ¿QUÉ ES LA CARACTERIZACIÓN DE ACTORES Y POR QUÉ ES IMPORTANTE?

complejos de interacciones. Todos actúan en representación de sus intereses con el propósito de realizarlos. De ahí la importancia de conocer las actitudes y conocimientos de los actores permitiendo incorporar la dimensión particular para el logro de los distintos objetivos establecidos por el Jardín Botánico de Bogotá José Celestino Mutis.

**Caracterizar es identificar las particularidades de los ciudadanos, usuarios o grupos de interés con los cuales se interactúa, con el fin de segmentarlos en grupos que compartan atributos similares.**

Para MIPG la caracterización permite identificar los aportes o contribuciones que los grupos pueden hacer y con base en ellos definir esquemas de participación, asociación o colaboración que permitan hacerlos corresponsables en la obtención de soluciones a las necesidades identificadas, así como comprometerlo en el mejoramiento de los bienes o servicios suministrados. (DAFP:2017: p.31).

Para el caso del El Jardín Botánico de Bogotá José Celestino Mutis a partir de los resultados de la caracterización se espera gestionar acciones y tener en cuenta recomendaciones para:

- (i) El diseño o adecuación de la oferta institucional,
- (ii) El diseño de una estrategia de rendición de cuentas que incluya acciones pertinentes en materia de información, diálogo e incentivos,
- (iii) El diseño e implementación de mecanismos de participación ciudadana en la gestión y en general, y
- (iv) La adecuada implementación y evaluación de políticas públicas, entre otros elementos.

Dentro del MIPG la caracterización hace parte de la dimensión No. 2 de Direccionamiento Estratégico y Planeación, el cual tiene como objetivo establecer metas estratégicas de gran alcance, coherentes con el propósito y las necesidades de los grupos de valor.

El Jardín Botánico de Bogotá José Celestino Mutis cuenta con una referencia general de sus grupos de interés realizado en el 2017 como parte del Plan de Comunicaciones; no obstante, reconociendo la importancia de profundizar el análisis ha realizado un ejercicio riguroso e innovador para la identificación y caracterización de los grupos de interés que permita su comprensión a partir de variables demográficas, de comportamiento, necesidades e interacción.

## OBJETIVO

### ¿CUÁL ES EL OBJETIVO DE LA CARACTERIZACIÓN?

Identificar y comprender las características de los grupos de valor e interés del Jardín Botánico de Bogotá José Celestino Mutis, con el fin de tomar las decisiones necesarias para que en cumplimiento de su misionalidad institucional se genere valor público de manera colaborativa y corresponsable.

#### Objetivos Específicos

- Identificar los grupos de valor e interés a través de un proceso participativo.
- Comprender las dimensiones de comportamiento y necesidades de los grupos de interés con respecto a la misionalidad del Jardín Botánico.
- Establecer recomendaciones para la toma de decisiones en las políticas, servicios y relacionamiento del Jardín Botánico.
- Realizar una caracterización de grupos de interés de manera innovadora y participativa.



## METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

### ¿CÓMO SE REALIZA LA CARACTERIZACIÓN?

El Jardín Botánico de Bogotá José Celestino Mutis abordó el proceso de caracterización como un ejercicio de indagación sistematizada y organizada, al ser una práctica de investigación es de tipo descriptivo en tanto describe la realidad de situaciones, eventos, personas, grupos o comunidades que se están abordando y que se pretenda analizar. Este tipo de investigación mide las características y observa la configuración y los procesos que componen los fenómenos, sin pararse a valorarlo. Es una indagación transversal, que evalúa la caracterización en un momento concreto, los datos recolectados corresponden al año junio 2017 - 2018.

Así mismo, por el tipo de datos empleados es de carácter cuanti -cualitativa. La dimensión cuantitativa se abordó en los procedimientos basados en la medición. Para ello, se aplicó la selección de muestras para que los resultados de las encuestas a visitantes del El Jardín Botánico de Bogotá José Celestino Mutis permitieran la aplicación de generalizaciones. Así mismo, al ser una encuesta cerrada se cuantificaron los resultados en datos numéricos.

La dimensión cualitativa, se centró en el análisis de datos subjetivos y de interpretación que permitieran la comprensión de los actores y su relacionamiento con el JBB. Este enfoque plantea, que los actores son competentes y cualificados por lo cual pueden informar con objetividad, claridad y precisión acerca de sus propias observaciones del mundo social, así como de las experiencias de los demás. Permite acercarse a las condiciones de realidad, plantear soluciones desde los actores involucrados y profundizar en las condiciones cualitativas frente los objetos del diagnóstico

Al ser participativo el proceso de investigación, se constituye en un dispositivo de producción colectiva del conocimiento, controlado tanto por los investigadores como por los participantes. En este proceso se da un intercambio de producción del conocimiento que aporta la experiencia de la práctica, el conocimiento sobre la acción, las formas de representación social de la realidad (Schutter,1981) y de las relaciones sociales construidas.





Por su parte el componente de innovación recoge los desarrollos del Human-centered design, el cual permitió incorporar ejercicios de coproducción en la definición de la caracterización, el “Human-centered design forces organizations to take a much broader, collaborative, and inclusive view of who needs to be part of the process of co-creating initiatives that will actually work in the real world” (Bason: 2015). Se adaptaron sus técnicas para realizar la

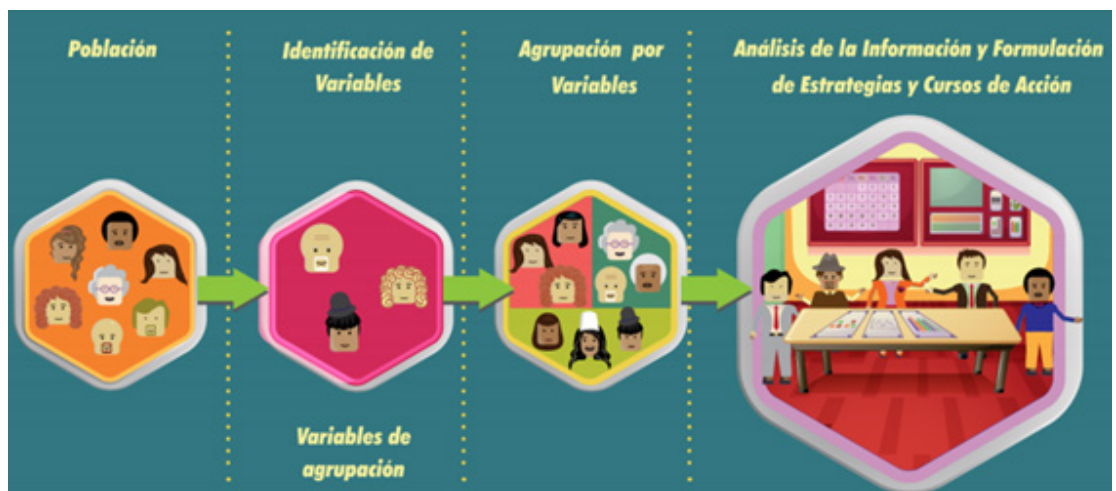
**Un elemento particular y disruptivo del enfoque metodológico es la participación y la innovación.**

recolección de información de manera novedosa y diseñar cada uno de los instrumentos según los objetivos y los participantes específicos.

En cuanto al proceso que se llevó a cabo para su realización, se acogieron los lineamientos contenidos en la Guía de caracterización de ciudadanos, usuarios y grupos de interés publicada por el DNP, DAFP, Secretaría de Transparencia y MinTic.

**FASES**

*Ilustración 1. Pasos para la caracterización de usuarios y grupos de interés.*



Fuente: DNP, DAFP, Secretaria de Transparencia y MinTic (2012)

## CATEGORÍAS

Para la caracterización se propuso clasificar los actores en cuatro categorías: sector público, sociedad civil, sector privado y mixtos. Estas categorías permitirán un mejor acercamiento y clasificación de un gran número de posibles actores:

- **Sector Público:** Se agruparon en esta tipología al conjunto de organismos administrativos mediante los cuales el Estado cumple su función, incluye corporaciones e instituciones de nivel nacional, regional, departamental y distrital con sus respectivas dependencias. Se encuentran en este tipo clasificadas también los concejos al ser los principales órganos de gobierno en el área distrital y los organismos de control.
- **Sector Privado:** Se agruparon en esta denominación a los individuos, las empresas, organizaciones productivas privadas o gremios cuyo fin principal es el ánimo de lucro.
- **Sociedad civil:** Bajo esta tipología se agrupó a todos aquellos que por definición no pertenecen a las estructuras gubernamentales, y que tienen un objetivo o interés común en el desarrollo o mejora de condiciones de lo social. Se agruparon bajo ésta denominación, a las asociaciones y organizaciones comunitarias, a las ONG ambiente, fundaciones, juntas de acción comunal y espacios de participación y representación social.
- **Nivel Internacional:** Se incluyeron en esta categoría los actores e instituciones del mundo distintos a Colombia.



## VARIABLES

Para la aplicación de este instrumento se tuvieron en cuenta algunas variables de la Guía de Caracterización de ciudadanos y grupos de interés desarrollada por el DNP, DAFP, Secretaría de Transparencia y MinTic, sobre las cuales se aplicaron los criterios de priorización, a saber:

Fuente: Elaboración propia basada en la guía de caracterización de usuarios.  
DNP, DAFP, Secretaria de Transparencia y MinTic (2012)

Categoría	Variable	Criterios de priorización					Total	Seleccionada	
		Relevante	Económica	Medible	Asociativa	Consistente		SI	NO
Geográfico	Ubicación	1	1	1	1	1	5	X	
	Clima	0	0	0	0	0	0		X
Demográficas	Edad	1	1	1	1	1	5	X	
	Sexo	1	1	1	1	1	5	X	
	Ingresos	0	0	1	0	0	1		X
	Actividad económica	1	1	1	0	1	4	X	
	Estrato	0	0	1	0	1	2		X
	Puntaje SISBEN	0	0	1	0	0	1		X
	Tamaño familiar	0	0	0	0	0	0		X
	Estado del ciclo familiar	0	0	0	0	0	0		X
	Idioma	1	0	0	0	0	0		X
	Vulnerabilidad	0	0	0	0	0	0		X
	Nivel Educativo	1	1	1	1	1	5	X	
Intrínsecas	Intereses	1	1	1	1	1	5	X	
	Lugares de encuentro	0	0	0	1	0	1		X
	Acceso a canales	1	1	0	1	1	4	X	
	Uso de canales	1	1	1	1	1	5	X	
	Conocimiento	1	0	1	1	1	4	X	
Comportamiento	Niveles de uso	1	0	1	1	1	4	X	
	Beneficios logrados	1	0	1	1	1	4	X	
	Evento	1	0	1	1	1	4	X	

<b>Categoría</b>	<b>Variable</b>	<b>Personas naturales</b>	<b>Personas jurídicas</b>
Geográfica	Localidad de Residencia	X	X
Demográficas	Grupo etario y sexo	X	
	Actividad económica	X	
	Nivel educativo	X	
	Tipo y tamaño de la Organización		X
Intrínsecas	Acceso a canales de comunicación Uso de canales de comunicación con el Jardín Botánico. Temas de interés	X	X
Comportamiento	Conocimiento de los servicios Representación del jardín	X	X

Fuente: *Elaboración propia*

- **Geográfica:**

*Localidad de residencia*

Se busca tener visualmente la ubicación de cada participante o representante de una organización en el mapa de Bogotá para identificar de manera rápida el grado de dispersión o concentración territorial, indicando las localidades a donde el Jardín está llegando con la oferta de servicios o convocatorias, en este caso es de las personas interesadas en el proceso de Formación en control Social y Participación Ciudadana y aquellos interesados en la convocatoria de rendición de cuentas realizada por la entidad.

- **Demográfica:**

*Grupo etario y sexo*

Se establecieron rangos de edad para clasificar los grupos de ciudadanos que asisten al proceso de formación y/o convocatoria de rendición de cuentas, su utilidad es de importancia para identificar los intereses y expectativas que tiene cada segmento

de población de acuerdo a los roles que desempeñan.

#### *Actividad económica*

Se identifica con esta variable la actividad a la cual cada persona se dedica, suma importancia para identificar si el proceso de formación o la rendición de cuentas le es útil para su actividad.

#### *Nivel educativo*

Se realiza una clasificación del nivel educativo de acuerdo a los establecidos por el Ministerio de Educación con el fin de identificar intereses relacionados con el proceso educativo de cada persona, además del lenguaje a utilizar en futuros procesos de formación y rendición de cuentas.

### **1.2 Variables para identificar Organizaciones:**

- **Geográficas**

Identificar la ubicación de cada organización en el mapa de Bogotá, que igualmente al de los usuarios y ciudadanos determinan nivel de dispersión o concentración territorial.

#### Tipo y tamaño de la Organización

Busca identificar qué tipo de organizaciones son las interesadas en los procesos de formación o rendición de cuentas del Jardín Botánico, así como el número de personas que la integran, información de interés para establecer posibles servicios a ofrecer a organizaciones de acuerdo su tamaño, capacidad de multiplicación de información a nivel territorial.

### **1.3 Variables para identificar a usuarios, ciudadanos y organizaciones**

- **Intrínsecas:**

#### *Temas de interés*

Se busca determinar qué temas de la entidad les llama la atención a los usuarios y organizaciones, implica relacionarlos con los que el Jardín actualmente está ofertando, estableciendo con cuales no se cuenta o cuales existían y siguen siendo de

importancia para las personas.

#### *Acceso a canales de comunicación*

Conocer qué acceso tiene cada persona y organización a algunos canales de comunicación como teléfono móvil, Facebook, Twitter, Web, Correo electrónico y el voz a voz y la frecuencia de uso. Significa conocer los canales por medio de los cuales la entidad puede contactar a los usuarios y organizaciones con mayor facilidad para difundir información de rendición de cuentas, realizar convocatorias, ofertar los servicios, entre otros.

#### *Uso de canales de comunicación con el Jardín Botánico*

Se orienta hacia la identificación de los canales que están siendo más utilizados por los usuarios y organizaciones para comunicarse con el Jardín Botánico, permite determinar la eficacia de los medios que actualmente utiliza la entidad y clasificar por segmentos de población los medios que debe utilizar.

- **Comportamiento**

#### *Conocimiento de los servicios*

Determinar cuáles de los servicios con los que actualmente cuenta la entidad, son conocidos por los usuarios y organizaciones y la frecuencia de uso.

#### *Conocimiento de otros servicios*

Esta variable permite establecer si hay otros servicios que la entidad ofrece, pero no que están publicados en su página Web u en otro canal de comunicación, si el servicio existe, pero es conocido por los usuarios con otro nombre, si no existe, pero el ciudadano considera que se está ofreciendo.

#### *Variables de análisis posición e influencia e interés*

**Posición:** Se refiere a la posición que adoptarán los actores respecto a la propuesta /entidad, organizar a los actores seleccionados según su nivel de apoyo u oposición en el

desarrollo del proyecto misional de la entidad.

**Influencia:** Esta referida al poder que tienen los actores (poder formal o social) para persuadir a otros a favor o en contra. En tal sentido se tendrá en cuenta dentro de este criterio la legitimidad "... ("legitimidad") debe señalar cuán creíble es el actor frente a los grupos con los que se relaciona" (del Castillo, 2014) o comprendida como la "Capacidad del actor de limitar o facilitar las acciones" (Comisión Nacional del Agua, 2007). Se complementará la valoración de este criterio con aspectos propios de la caracterización que se tuvieron en cuenta en este proceso en particular tales como cobertura de sus actividades, antecedentes de liderazgo en proyectos e iniciativas.

**Interés:** El interés será determinado a partir de las preguntas de caracterización y determinado también por los intereses específicos orientados a los objetivos de la entidad.

## TÉCNICAS

### Grupo focal

El grupo focal es una técnica de investigación cualitativa, enfoque de carácter constructivo-interpretativo del conocimiento, el cual se define como una construcción humana, donde se legitima lo singular como instancia de producción de conocimiento. Existen diversas definiciones de un grupo focal, se destaca el carácter subjetivo de la misma, dando importancia a la interacción dentro del grupo. Hamui y Varela (2013) afirma "es un espacio de opinión para captar el sentir, pensar y vivir de los individuos, provocando auto explicaciones para obtener datos cualitativos" (p.56). Otros autores destacan que la comunicación verbal debe ser, en su mayoría, entre los participantes y en menor proporción con el moderador, permitiendo la espontaneidad de las afirmaciones, ante esto Escobar y Bonilla (2011), sostiene "El propósito principal de un grupo focal es hacer que surjan actitudes, sentimientos, creencias, experiencias y reacciones, en los participantes" (p.52).

La realización de un grupo focal sugiere tener en cuenta diferentes aspectos para lograr la efectividad del mismo, según Hamui y Valera (2013) "se llevan a cabo en el marco de protocolos de investigación e incluyen una temática específica, preguntas de investigación planteadas, objetivos claros, justificación y lineamientos". (p. 57).



Con respecto al tamaño del grupo focal se tuvo en cuenta la recomendación de que éste no sea mayor a 12 personas y se tenga en cuenta la complejidad del tema y la experiencia del moderador (Escobar y Bonilla, 2011). La duración de cada sesión estuvo entre dos y tres horas

La información adquirida en los grupos focales fue codificada, estableciendo categorías de análisis, unidades y patrones con el fin de explicar la información recopilada, utilizando herramientas para el análisis cualitativo, diagramas, matrices y cuadros para la lectura de los datos. Luego de realizar el análisis respectivo de los datos se procede a la triangulación o validación y se construyó de manera ordenada la primera versión general de la caracterización.

### Taller

El trabajo en pequeños grupos es una metodología participativa que permite un aprendizaje activo por parte de los integrantes. Según Pichon Riviere “El grupo es un conjunto restringido de personas ligadas entre sí por constantes de tiempo y espacio, y por su mutua representación interna, que se propone de forma explícita o implícita una tarea que constituye su finalidad” (en Pavlosky y ot., 2000:324). En términos generales podemos entender a un grupo como un conjunto de personas ubicadas en un espacio y un tiempo determinados, en base a ciertas pautas de funcionamiento consensuadas y orientadas al cumplimiento de un objetivo común.

El taller implica como su nombre lo indica, un lugar donde se trabaja y se elabora. Es una forma de enseñar y aprender mediante la realización de algo, aprendiendo desde lo vivencial. Se trata entonces de un aprender haciendo, donde los conocimientos se adquieren a través de una práctica concreta, realizando algo relacionado con la formación que se pretende proporcionar a los participantes. Es una metodología participativa en la que se enseña y se aprende a través de una tarea conjunta.

La utilización de este método tiene como cometido dar respuesta a preguntas planteadas, teniendo en cuenta la opinión de todos los miembros del grupo, para llegar a una toma de decisiones colectiva. Además, promueve el desarrollo de varios saberes: cognitivo, operativo, relacional (saber escuchar, planificar con otros, tolerar las opiniones de los



demás, aprender a coordinarse con otros, tomar decisiones de manera colectiva, sintetizar, diferenciar entre información relevante y no relevante...) por lo cual se transforma en un método de aprendizaje muy relevante para la caracterización participativa, ya que:

- Se basa en la experiencia de los participantes.
- Es una experiencia integradora donde se unen la educación y la vida, los procesos intelectuales y afectivos.
- Está centrado en los problemas e intereses comunes del grupo.
- Implica una participación activa de los integrantes.
- Puede utilizar diversas técnicas, especialmente la discusión en grupo.

Esta técnica se utilizó en talleres por cada una de las Subdirecciones misionales del Jardín Botánico. Si bien el objetivo principal era identificar los actores, el desarrollo del taller permitió construir de manera colaborativa los mapas de actores y con los mismos participantes reflexionar sobre los retos y mejoras que el relacionamiento con los grupos de valor presenta para maximizar los efectos del relacionamiento en el cumplimiento de la misionalidad del Jardín Botánico.

### Metaplan

El Metaplan es una técnica de interacción cualitativa de grupo, que busca generar ideas y soluciones; desarrollar opiniones y acuerdos; o formular objetivos, recomendaciones y planes de acción. Su instrumento de recolección de información son las tarjetas, por el gran componente visual que aportan en la discusión. Para metaplan la “visualización es un suplemento de los signos visuales y ópticos. Los signos ópticos son utilizados para mejorar la comunicación. En el metaplan todas las contribuciones son escritas en cartulinas, utilizando letras de imprenta grandes, dibujos o gráficos, las cuales son puestas en un lugar visible para todos”. (The Metaplan-Method. Eberhard Schelle:2009. p.3). La visualización reduce el peligro de perder el objetivo, ayuda a gestionar ideas en la medida en que clarifica y concreta las ideas ayudando a su común y buen entendimiento para la definición de conclusiones y acuerdos.

El metaplan fue utilizado en los talleres de por cada una de las Subdirecciones misionales del Jardín Botánico permitiendo visualizar los actores y las relaciones con cada uno de ellos. Así mismo, se diseñó la encuesta en formato metaplan para que su diligenciamiento fuese más rápido, visual y atractivo para los visitantes del Jardín Botánico. Este instrumento fue validado y demostró los sus beneficios y funcionalidades para el levantamiento de información de manera innovadora.

## INSTRUMENTOS

### Mapeo de actores

También conocido como mapas sociales o el mapeo de actores claves (MAC) supone el uso de esquemas para representar la realidad social en que estamos inmersos, comprenderla en su extensión más compleja posible y establecer estrategias de cambio para la realidad así comprendida (Gutiérrez, 2007). El MAC no solo consiste en sacar un listado de posibles actores, sino conocer sus acciones, objetivos y perspectivas (Ceballos, M. 2004). En la mayoría de ejercicios y metodologías de mapeo de actores este paso constituye el punto de entrada en el procedimiento de caracterización y consiste en determinar una tipología de actor que permita no solo agruparlos, sino que además representa la posibilidad de hacer un análisis diferencial de sus “relaciones, mandatos, importancia, etc.” (del Castillo, 2014).

Entendido de esta forma, el MAC es una herramienta metodológica de tipo ‘estructural’ que básicamente permite acceder de manera rápida a la trama de relaciones sociales dadas en una zona determinada. En tal sentido, es útil para abordar aspectos objetivos (independientes de la voluntad de los individuos), expresados en la trama de relaciones que se construya sobre una realidad específica, los que -de algún modo- configuran campos de relaciones entre posiciones históricamente producidas.

El MAC es un instrumento investigativo que permite situar la información recogida en función de dimensiones sociales, espaciales y temporales que ofrecen una perspectiva del campo como un todo (Schatzman y Strauss, 1971, citado por Rance y Tellerina, 2003). Hay que destacar, sin embargo, que el MAC es una herramienta de ‘síntesis’ de la realidad. Aún cuando su alcance es valorado, sobre todo en determinados momentos de una intervención o investigación, es importante reconocer algunas limitaciones.

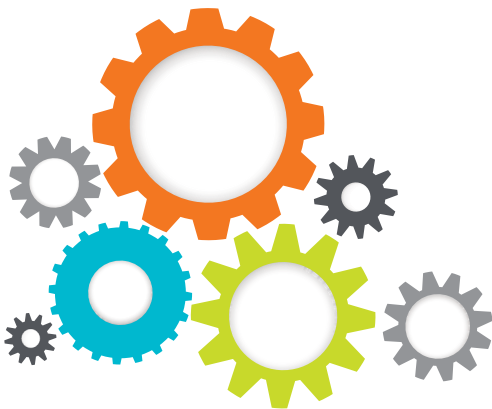
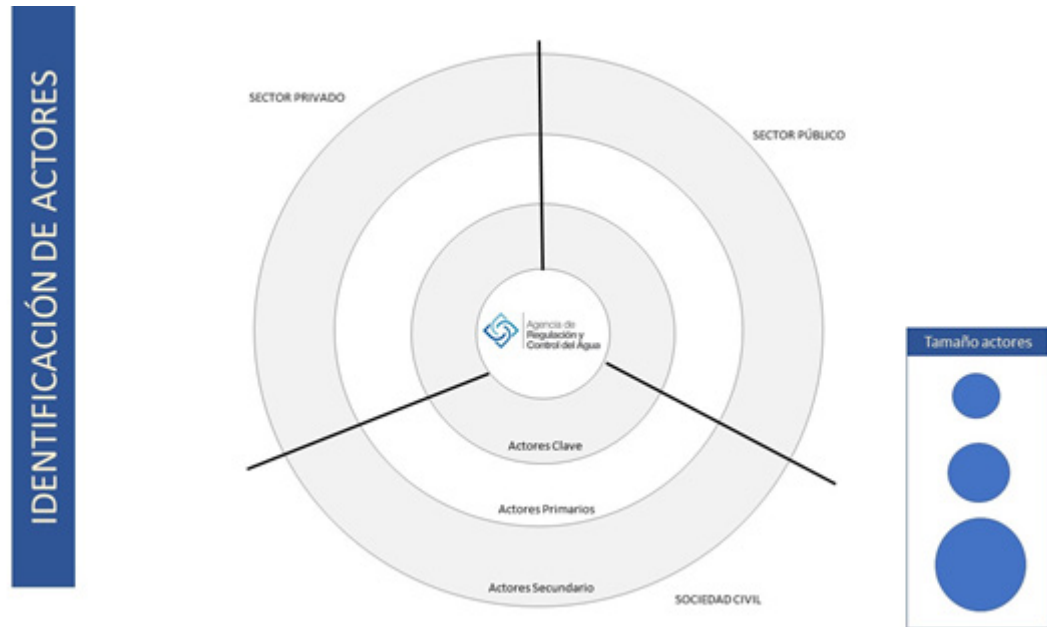


Ilustración 2. Formato mapa de actores.



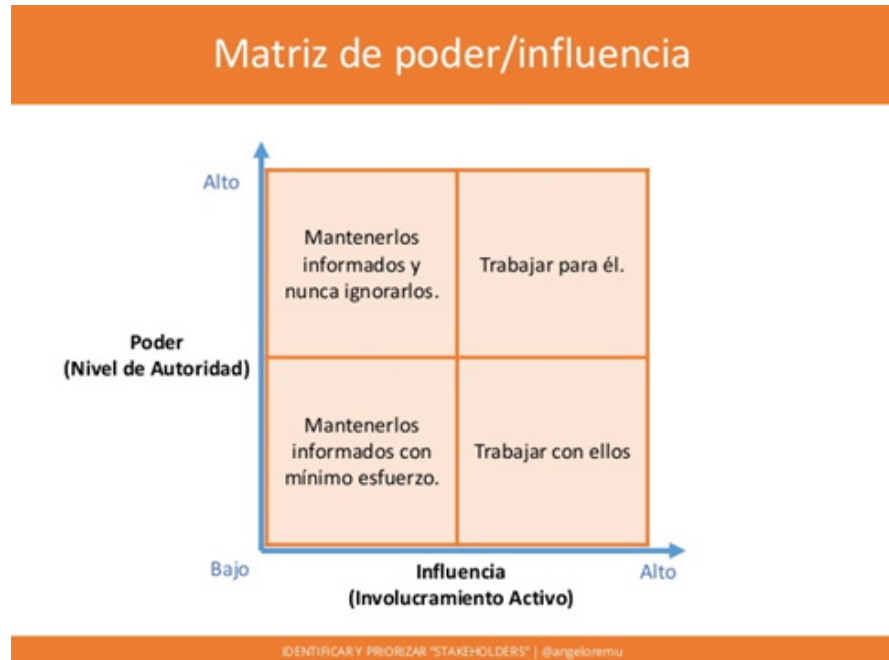
Fuente: Elaboración propia

En el desarrollo de la caracterización se realizó el mapa de actores de cada Subdirección misional, basados en las relaciones existentes en el 2018, aunque para el posicionamiento de cercanía los integrantes también valoraron los procesos históricos de las relaciones.

### Mapa de interés e influencia

Esta técnica consistirá en elaborar un mapa de interés e influencia que permite organizar a los actores según su interés y su capacidad de incidir en las decisiones que se tomen. Con lo anterior se pretende identificar cuáles son los actores a los que se les dará prioridad en el diseño de la estrategia de participación. La técnica adopta la propuesta de la Guía de elaborar un mapa de interés e influencia para lo cual se dibujará un plano como el que se encuentra a continuación.

Ilustración 3. Formato matriz de poder e influencia.



Fuente: @angeloremu.com

“Los actores que ubiquen en el cuadrante marcado con la A, serán aquellos en quienes deberán invertir menos esfuerzos. Quienes estén en el cuadrante B pueden ser actores que requieran apoyo para movilizarse, es decir, para convertirse en actores con poder en esta situación. Es importante que sus estrategias se dirijan, al menos, a mantenerlos informados de los esfuerzos que ustedes están realizando. Podrían ganar importancia a lo largo del proceso. El cuadrante C corresponde a los actores que deben mantener “satisfechos”, pues pueden ser útiles como fuentes de información y opiniones o para ayudar a movilizar a otros actores más directamente involucrados. Finalmente, los actores que ubiquen en el cuadrante D (en particular los que se acerquen más a la esquina superior derecha) serán sus objetivos prioritarios y a quienes deberán procurar traer abordo en su iniciativa.”

## FUENTE DE INFORMACIÓN

La caracterización está basada en información primaria y secundaria. Las fuentes son todos los recursos que contienen datos formales, informales, escritos, orales o multimedia objeto de indagación. La información secundaria se contempla con el objetivo de identificar y/o actualizar bases de datos de los actores ya existentes, estudios y encuestas previamente recolectadas y analizadas como:

Tipo	Entidad	Descripción	Periodo
Secundaria	Jardín Botánico de Bogotá	Base de datos de peticiones, quejas, reclamos	2017
	Jardín Botánico de Bogotá	Encuesta de satisfacción de visitantes interpretación del JBB	Enero - Abril 2018
	Jardín Botánico de Bogotá	Encuesta de satisfacción de asistentes actividades culturales del JBB	Enero - Abril 2018
	Jardín Botánico de Bogotá	Encuesta de satisfacción de usuarios servicios de Científica	2017 -2018
	Jardín Botánico de Bogotá	Identificación de actores de cuenca	Corte Octubre 2018
	Secretaría Distrital de Ambiente. Oficina de Educación, participación y Localidades.	Actores socioambientales que se tienen identificados desde la	Corte Octubre 2018
	Secretaría de educación.	Docentes de biología y afines del Distrito de Bogotá	Corte noviembre 15 de 2018
	Observatorio de Turismo		Informes 2018

Tabla 3. Fuentes de información secundarias

Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, las fuentes primarias contienen información original que no ha sido filtrada, interpretada o evaluada por nadie más, para ello se diseñaron y aplicaron diferentes instrumentos que permiten recolectar los datos de manera directa, así:

Tipo	Entidad	Descripción	Periodo
Primaria	Encuesta metaplan	Caracterización de visitantes interpretación JBB	Octubre
	Encuesta metaplan	Caracterización de participantes procesos educativos JBB	Septiembre
	Encuesta metaplan	Caracterización de participantes rendición de cuentas JBB	Octubre
	Encuesta cerrada	Caracterización de visitantes jardón nocturno JBB	Octubre
	Encuesta metaplan	Caracterización de visitantes actividad familiar (picnik literario) JBB	Octubre
	Taller - grupo focal	Caracterización de actores Subdirección científica	Septiembre Octubre
	Taller - grupo focal	Caracterización de actores Subdirección Técnica	Noviembre
	Taller - grupo focal	Caracterización de actores Subdirección Educativa	Septiembre
		Subdirección Educativa	Octubre
	Encuesta telefónica	Caracterización de organizaciones vinculadas al medio ambiente	Diciembre

## ACTIVIDADES REALIZADAS

Tabla 5. Actividades realizadas

ACTIVIDAD	PRODUCTO
Identificación de requerimientos legales para la caracterización de usuarios y grupos de interés	Referencias normativas y lineamientos del MIPG y guía de caracterización de usuarios del DNP, DAFP Secretaria de Transparencia y MinTic.
Benchmarking de documentos de caracterización.	Documento de análisis de caracterizaciones de otras entidades para reconocer tendencias y desafíos y determinar el componente de innovación.

Entrevista Dirección de Participación, transparencia y Servicio al Ciudadano del DAFP para el reconocimiento de experiencias innovadoras.	Entrevista con Elsa Yanuba Quiñonez. Funcionaria de la Dirección de Participación, transparencia y Servicio al Ciudadano del DAFP que identifica las experiencias del ICBF y SENA como significativas.
Definición conceptual. Marco teórico	Conceptualización de la caracterización.
Definición de la metodología.	Definición de la metodología de la caracterización de tipo descriptivo, participativo, transversal y cuantitativa.  El componente de innovación se soporta en design thinking
Diseño de instrumentos de recolección de información	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño de encuesta, formato metaplan y tradicional, con su respectivo instructivo de aplicación.</li> <li>• Diseño del taller interno para la construcción del mapa de actores.</li> <li>• Diseño de guía para el diligenciamiento del Mapa de Actor.</li> <li>• Diseño de la guía para el desarrollo del mapa de empatía.</li> </ul>
Gestión de fuentes de información externa: Secretaria de Medio Ambiente y Educación e interna.	Se cuenta con las bases de datos requeridas.
Procesamiento y análisis de información secundaria.	Se realizó el análisis de la información de las bases de datos del JBB y fuentes externas. En el caso de las encuestas de satisfacción se realizó el manejo y transformación de datos.
Desarrollo de talleres internos	Se realizaron 6 talleres internos para la construcción del mapa de actores y de empatía con las tres Subdirecciones misionales del Jardón Botánico.
Aplicación de encuestas de caracterización	Se aplicaron 284 encuestas a los visitantes del Jardín Botánico y actores vinculados a los procesos de formación.
Aplicación de encuestas telefónicas	Se aplicaron 25 encuestas telefónicas a organizaciones ambientales registradas en la base de datos de la Secretaria de Medio Ambiente del Distrito.

Sistematización y procesamiento de información primaria	Se realizó la codificación, tabulación y análisis de la información recolectada.
Análisis y elaboración del documento final	Se realizó la redacción del documento de Caracterización de grupos de valor del Jardín Botánico. Se realizó la versión diagramada para su difusión.

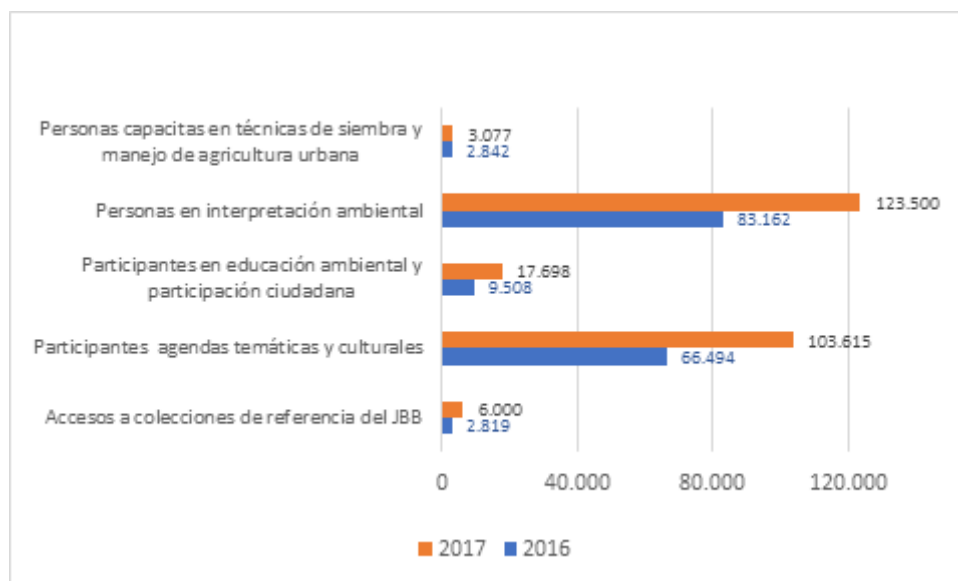
Fuente: Elaboración propia

## RESULTADOS

En los últimos años se ha presentado un aumento en la demanda y cobertura del JBB

Los datos de seguimiento de los indicadores que tienen como unidad de medida el número de personas, permiten corroborar y confirmar el aumento de la demanda que han tenido el Jardín Botánico de Bogotá en los últimos años. Si se comparan estos indicadores estratégicos, el acceso de las personas a los recursos del JBB han aumentado en al menos 50 puntos porcentuales entre el 2016 y 2017.

Gráfico 1. Comportamiento de indicadores JBB



Fuente: JBB (2016 y 2017) Informes de Gestión.



Este aumento en las personas vinculadas a los bienes y servicios ofrecidos por el Jardín Botánico confirma la necesidad de realizar una caracterización que permita soportar y direccionar adecuadamente el relacionamiento que está teniendo el Jardín Botánico y que está se realice de manera continua.

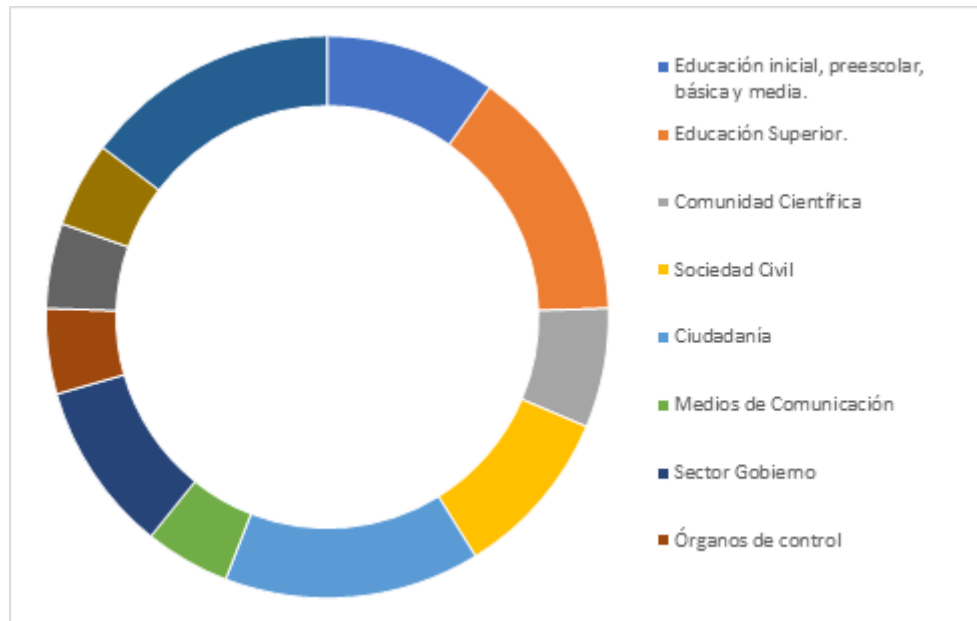
*Los grupos del valor del Jardín Botánico pueden ser segmentados en tres tipos.*

Por las características del Jardín Botánico la caracterización de grupos de valor es compleja y amplia. El levantamiento de la información nos permite proponer una segmentación de los usuarios diferenciados no sólo por sus características demográficas o institucionales sino por las variables intrínsecas y de comportamiento. El desarrollo de la caracterización determinó que los usuarios se pueden segmentar así:

Tabla 6. Segmentación de usuarios

Fuente: Elaboración propia

Usuario Inicial	Valor Inicial	Valor Medio	Valor alto
Descripción general	Se refiere a personas naturales y naturales que se acercan al jardín botánico con una motivación de conocimiento general, turismo, o esparcimiento.	Personas Naturales y Jurídicas que están vinculadas a las áreas temáticas de botánica, medio ambiente y áreas afines.	Personas Naturales y jurídicas especializadas que están directamente vinculadas en la producción, apropiación y difusión de conocimiento.
Características	Diversos aspectos demográficos y geográficos. Menos homogeneidad en las características	Mayor nivel de escolaridad. Homogeneidad media en características.	Mayor nivel de escolaridad. Mayor Homogeneidad en las características
Conocimiento	Bajo	Medio	Alto
Frecuencia del relacionamiento	Única	Ocasional	Permanente
Tipo de servicios	Interpretación Actividades culturales Herbario virtual Plantación Asesorías paisajismo	Capacitación Herbario	Becas Investigación Consultas especializadas



Fuente: Elaboración propia

**Educación inicial, preescolar, básica y media.** Está conformado por las instituciones de carácter público y privado orientados a la educación inicial, la educación preescolar, la educación básica (primaria cinco grados y secundaria cuatro grados), la educación media (dos grados y culmina con el título de bachiller.). La principal necesidad está asociada al conocimiento práctico, replicable y sencillo de la biodiversidad natural del territorio. Las actividades culturales y visitas guiadas al Jardín, y los proyectos realizados en algunos colegios se constituyen como los principales mecanismos de interacción con este público.

Nivel de relacionamiento: Inicial

**Educación Superior.** Las Instituciones de Educación Superior (IES) son las entidades que cuentan, con arreglo a las normas legales, con el reconocimiento oficial como prestadoras del servicio público de la educación superior en el territorio colombiano, de carácter público o privado. La educación superior se imparte en dos niveles: pregrado y posgrado. El nivel de pregrado tiene, a su vez, tres niveles de formación: Nivel Técnico Profesional (relativo a programas Técnicos Profesionales). Nivel Tecnológico (relativo a programas tecnológicos). Nivel Profesional (relativo a programas profesionales universitarios).

Los estudiantes, docentes e investigadores vinculados a la Educación Superior presentan necesidades diversas y diferenciadas. Sus necesidades específicas están relacionadas con documentos de investigación, hallazgos científicos para su quehacer, conocimiento de la biodiversidad y campos de práctica y aplicación de sus conocimientos. A través de los estímulos a la investigación que regularmente impulsa el JBB, las tertulias académicas y los foros especializados se establece contacto con este tipo de público.

Nivel de relacionamiento: Media y Alta

**Comunidad Científica:** conjunto de actores (investigadores de universidades, grupos y centros de investigación y desarrollo tecnológico y sociedades científicas), relaciones e interrelaciones cuyo objetivo es la generación de conocimiento, entendimiento, soluciones. Es una comunidad especializada que requieren espacios de generación de conocimiento, socialización, discusión y reconocimiento en círculos académicos afines.

Nivel de relacionamiento: Alta

**Sociedad Civil:** grupo de instituciones y organizaciones cívicas que asumiendo su rol de ciudadanos, desarrollan ciertas acciones para incidir en el ámbito público. La sociedad civil como un grupo de instituciones y organizaciones cívicas de carácter voluntario y social cumplen funciones de mediación entre el Estado y los individuos. (Tocqueville). Habermas, define que la sociedad civil está compuesta por las instituciones que defienden y definen los derechos sociales, políticos e individuales del pueblo y que permiten que se intervenga en el propio sistema y los movimientos sociales que constantemente traen a la mesa valores y principios nuevos, además de demandas por parte del pueblo y control sobre el respeto de sus derechos.

En este segmento están las organizaciones no gubernamentales (ONG) definidos como *“cualquier grupo de ciudadanos voluntarios sin ánimo de lucro que surge en el ámbito local y es dirigida por personas con un interés común”*. (Federación Antioqueña de ONG, 2016).

De esta manera en este segmento se incluyen ONG y movimientos dedicados a la promoción y conservación del

medio ambiente a nivel internacional, nacional y local. Sus necesidades se centran en el conocimiento como sustento inicial para sus misionalidades particulares y en espacios para discutir o socializar sus visiones específicas, de modo que sean tomadas en cuenta y generen incidencia.

También se incluyen los colectivos, movimientos e iniciativas artísticas y culturales que tienen en sus agendas un fuerte componente ambiental; requieren espacios naturales de experimentación, intercambio y encuentro, pero también buscan escenarios para mostrar sus producciones e instalaciones curatoriales. Estos actores participan constantemente y promueven la participación de otros sectores.

Nivel: Inicial y Medio

**Población de Impacto directo:** todos aquellos ciudadanos, comunidades u organizaciones que resultan afectadas o afectan la operación de las actividades misionales del Jardín. Usuarios de los servicios del JBB directamente. Sus necesidades se relacionan con la información clara, veraz y específica sobre los efectos de la intervención del jardín en sus entornos y sobre los procedimientos y procesos bajo los cuales se realizan las acciones.

Nivel: Inicial y Medio

**Ciudadanía:** Conjunto de los ciudadanos de un pueblo o nación, los ciudadanos son personas consideradas como miembro activo de un Estado, titulares de derechos políticos y sometidos a sus leyes (RAE: 2018). Estas acciones orientadas a estas personas buscan fortalecer el compromiso con la ciudadanía y el medio ambiente en materia de sostenibilidad y contribución para el aprovechamiento del medio ambiente. Principalmente recoge a los posibles visitantes del Jardín, pero también a los habitantes de Bogotá, que demandan información sobre la gestión de la administración y de la organización.

Nivel: Inicial

**Medios de Comunicación:** este grupo de interés constituye también un canal de información y relacionamiento con la mayoría de los grupos de interés, ya que lo constituyen los medios masivos como radio, prensa, televisión y digitales de orden local, comunitario y nacional; pero también

medios especializados en temas medioambientales. Sus necesidades son contenidos periodísticos, relevantes y noticiosos para transmitir a la ciudadanía sobre lo que el Jardín Botánico realiza.

Nivel: Inicial y Medio

**Sector Gobierno:** este grupo de interés está conformado por las entidades gubernamentales de orden nacional, regional y local.

**Órganos de control:** Instituciones que establecen el balance en la estructura del estado. Relazan control fiscal, disciplinario y la garantía de los derechos de los ciudadanos. Requieren información de las acciones del JBB y el cumplimiento de sus fines misionales, así como el cumplimiento legal de sus funcionarios en el desarrollo de las acciones. Se incluye en este segmento el Consejo de Bogotá en su rol de control político.

Nivel: Inicial y medio

## ANÁLISIS DE VARIABLES GEOGRÁFICAS

La mayoría de los grupos de interés se ubican en Bogotá, hay potencialidad para aumentar el relacionamiento a nivel nacional o internacional.

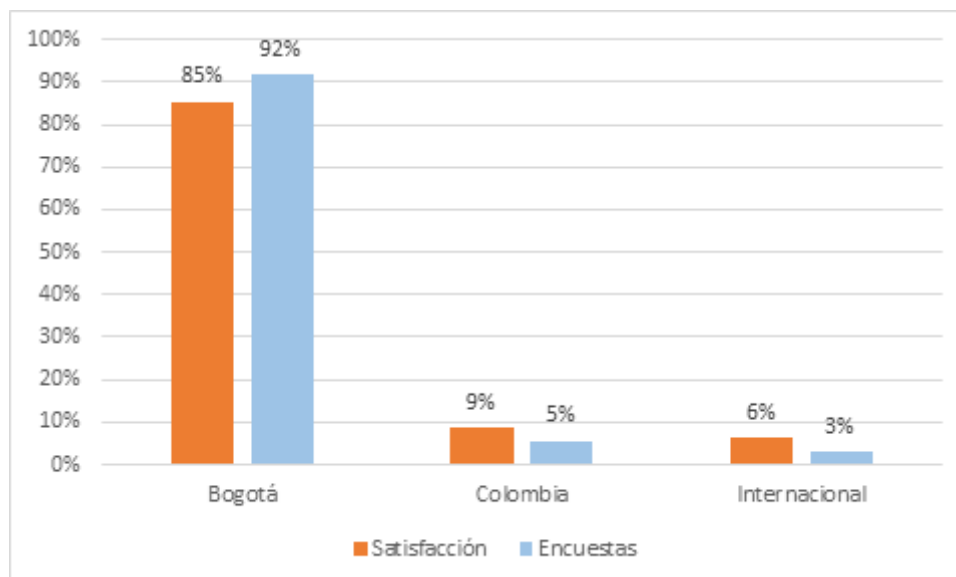


Gráfico 2. Lugar de Residencia

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a los visitantes al JBB, teniendo en cuenta las encuestas de satisfacción y las encuestas aplicadas, la mayoría (85%) tienen su residencia en Bogotá. En promedio, al Jardín ingresan 348.000 habitantes al año, donde el equivalente a turistas es de 4.080 personas (1.1%). El turismo nacional corresponde al 9% y el 6% a turismo internacional. Es importante destacar que según los datos de la Encuesta Viajeros de Bogotá 2017 el turismo internacional está en extensión, con respecto al 2016 se aumentaron en un 27% los extranjeros no residentes en Colombia. También los visitantes de otros departamentos de Colombia se constituyen en una potencialidad para el Jardín Botánico, el 82% del turismo de Bogotá es nacional y también presenta un aumento del 22%. De esta manera el turista es un potencial grupo de interés para que las acciones de promoción de la biodiversidad realizada por el Jardín Botánico traspasen las fronteras del territorio distrital.

Esta tendencia a concentrar el relacionamiento con entidades ubicadas geográficamente en Bogotá persiste en los mapas de actores realizados en cada Subdirección. A nivel nacional, no se evidencia relacionamiento con Jardines Botánicos de otros lugares de Colombia y el relacionamiento con la Red de Jardines es muy débil. Por su parte, a nivel internacional se logra identificar algún relacionamiento con Jardines y Embajadas, pero su presencia y estructura de la relación no es muy fuerte, persistiendo la ventana de oportunidad como una estrategia para el flujo de recursos para el logro de las misionales, principalmente para consolidar la participación en las comunidades de conocimiento internacionales.

*El JBB tiene relacionamiento con todas las localidades del Distrito Capital*

En cuanto al análisis de las localidades de los residentes en Bogotá, el resultado de la encuesta demuestra que las localidades de Suba, Engativá, Kennedy y Ciudad Bolívar presentan una mayor participación e interacción con el Jardín Botánico a través de las PQRS, las actividades culturales y los recorridos. Se contrasta con localidades como La Candelaria y Sumapaz que tienen muy baja participación. Así como Usme, Santa fe y Antonio Nariño que su frecuencia es

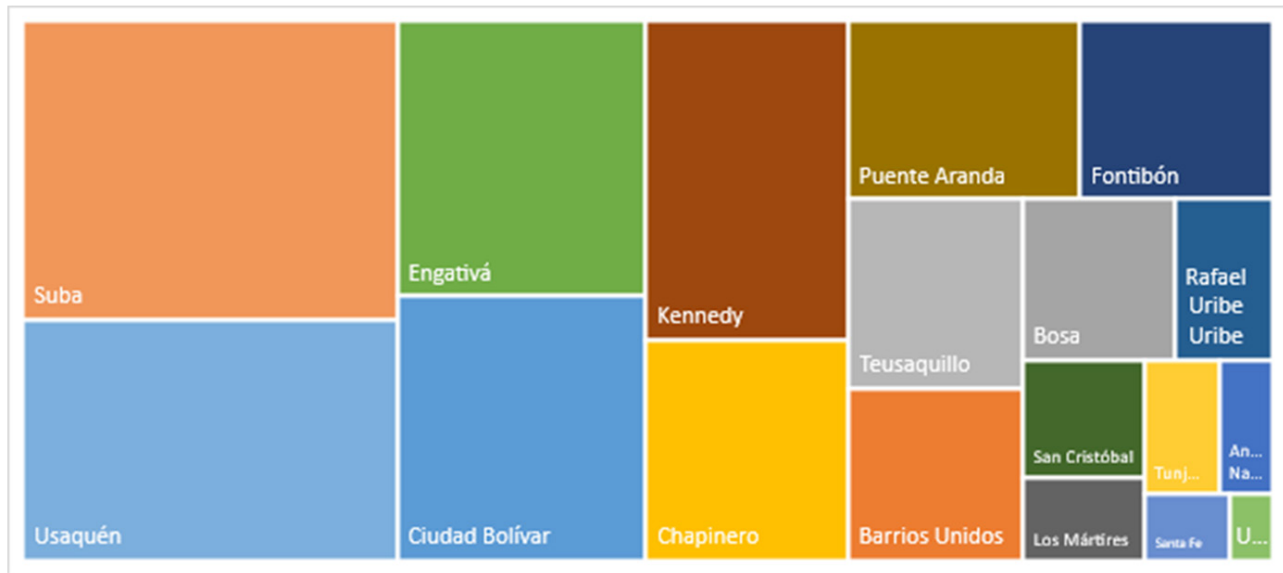


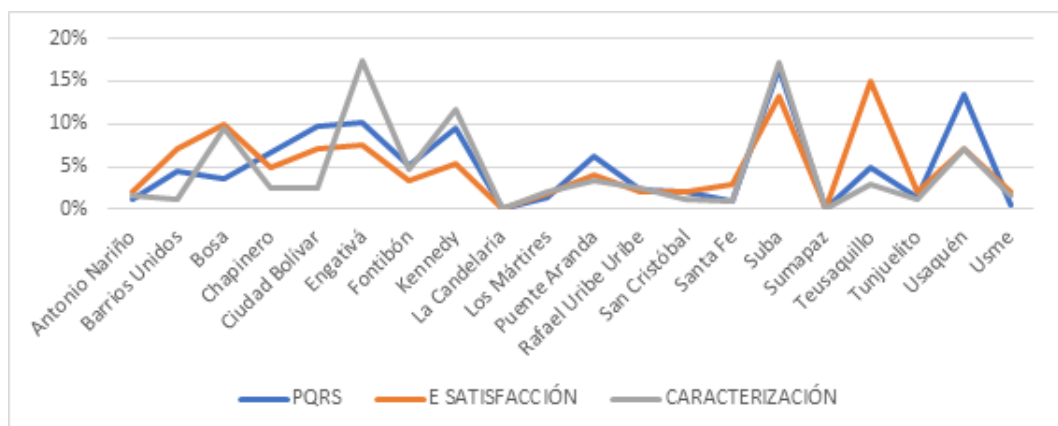
Gráfico 3. Localidad de residencia

Fuente: Elaboración propia

Podemos observar que el nivel de cercanía de la localidad es un factor que puede influir en la accesibilidad al jardín botánico en cuanto a recorridos. Por su parte, en los talleres se puede observar que el alcance del Jardín Botánico es en todo el territorio distrital, acentuando sus acciones en las localidades con recursos ecológicos priorizados.

Al realizar el análisis por la fuente de información (encuestas de satisfacción, encuestas de usuarios y PQRS) se observa que Suba y Kennedy presentan un comportamiento significativo en las tres fuentes. En PQRS se destacan la localidad de Usaquén y Puente Aranda, mientras que en la encuesta de satisfacción las localidades de Bosa y Teusaquillo.

Gráfico 4. Localidad de residencia por fuente de información.



## ANÁLISIS DE VARIABLES DEMOGRÁFICAS

*El comportamiento de los grupos etarios difiere según los servicios del JBB*

La categoría de análisis grupo etario busca identificar los diferentes ciclos de vida en los que se encuentran la persona encuestadas, para estos se establecieron 5 categorías las cuales son: 7 a 13 años, 14 a 17, 18 a 28, 29 a 59 años y mayores de 60 años. En el análisis realizado se observó que el Jardín Botánico tiene una relación directa con todos los tipos etéreos, las actividades de interpretación van frecuentemente dirigidas a colegios públicos y privados y jardines infantiles. Los adultos mayores se asocian más a las actividades de capacitación, rendición de cuentas y programaciones culturales en el día. Finalmente, los jóvenes son predominantes en actividades nocturnas y actividades de formación de servicio social, prácticas y pasantías.

Dentro de los resultados consolidados producto de la aplicación de las encuestas se observa que la mayoría de consultados se encuentran dentro de los grupos de 18 a 28 años y de 29 a 59 años. Esto indica que la gran mayoría de los consultados son adultos y adultos jóvenes

Fuente: Elaboración propia

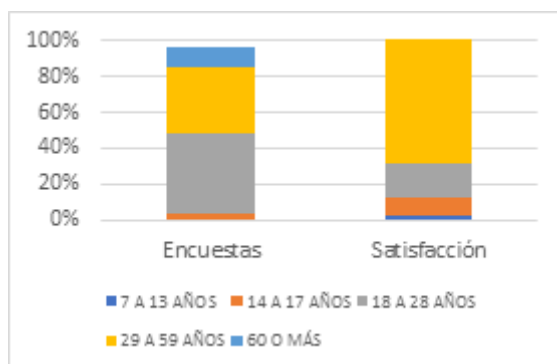


Gráfico 7. Grupo

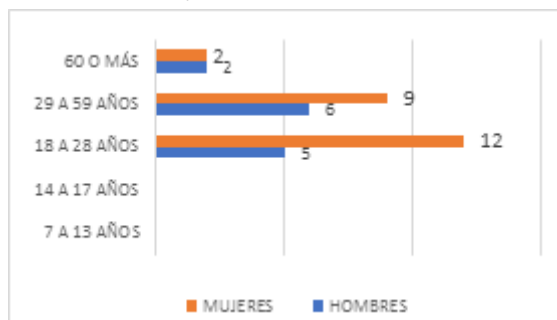
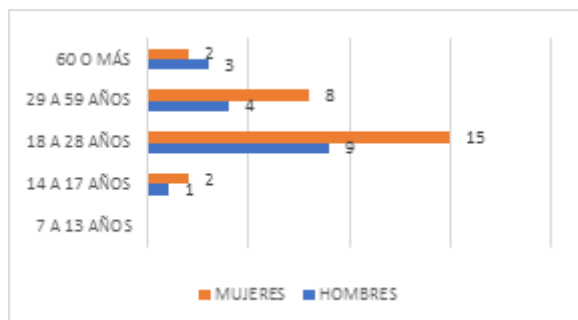
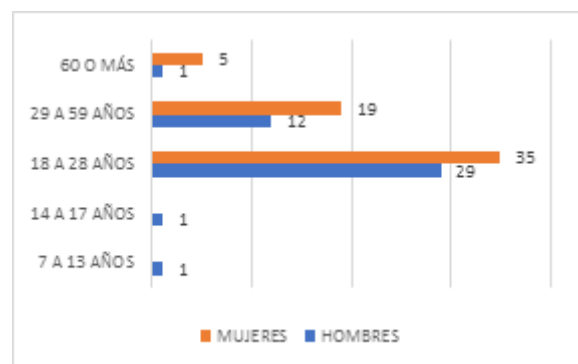


Gráfico 5. Grupo etáreo Jardín Nocturno

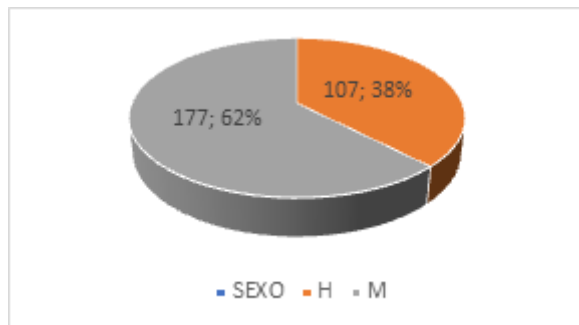




Se presenta una mayor tendencia al relacionamiento con mujeres.

Según los datos del Censo DANE 2005, el 47,8% de la población de Bogotá son hombres y el 52,2% mujeres. La distribución por sexo de las personas de la encuesta de usuarios es de 62% de mujeres y 38% hombres, presentando una mayor proporción de mujeres con respecto a la población del distrito capital.

Gráfico 10. Distribución por sexo



Fuente: Elaboración propia

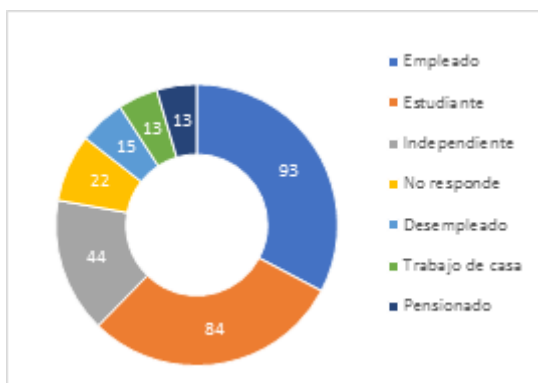
Estos datos cuantitativos se refuerzan con datos cualitativos recolectados en los grupos focales, en el taller con la Subdirección Científica referían que aunque la población científica es mayoritariamente conformada por hombres, -según el Observatorio Colombiano de Ciencia y Tecnología (OCyT) y de Colciencias, en el país hay 13.001 investigadores reconocidos, el 62% son hombres y solo 4.858 (el 38 por ciento) son mujeres- el relacionamiento en el JBB es mayoritariamente con científicas mujeres.

Por lo cual sería de interés poder profundizar la hipótesis de que las mujeres tienen un mayor relacionamiento con el JBB, conocer cuáles podrían ser las motivaciones y como este factor genera condiciones de direccionamiento de productos y servicios.

Estudiantes y empleados son las principales ocupaciones de los encuestados.

En los datos recolectados en la encuesta a usuarios se observa que las ocupaciones con mayor número son empleado y estudiante, lo que concuerda con el grupo etario, en las que se observa que la mayoría de los entrevistados se encuentran en etapa económicamente productiva. En un menor porcentaje se encuentra las personas de trabajo independiente, seguido de las personas pensionadas, trabajo en el hogar y desempleados.

Gráfico 11. Distribución por ocupación.



Fuente: Elaboración propia

Los pensionados se vinculan en mayor frecuencia en actividades de rendición de cuentas y actividades culturales los fines de semana en horario diurno. La actividad de trabajo de casa está realizada exclusivamente por mujeres. Así mismo, la proporción de hombres empleados (42%) es mayor a las mujeres empleadas (27%).

Los estudiantes de primera infancia, básica primaria, secundaria, universitario y posgrado son un grupo de interés importante para el JBB, todas las Subdirecciones tienen un relacionamiento directo con ellos, inclusive desarrollan metas con ellos en procesos de corresponsabilidad como la siembra de árboles o el desarrollo de investigaciones.

A nivel de empleados se destacan los segmentos de proveedores, constructoras usuarios de servicios de asesoría de paisajismo y los funcionarios del Sector Público y privado.

*Los actores vinculados tienen una tendencia a altos niveles educativos*

Según los datos de la encuesta de usuarios, se observa que hay una alta calificación de los encuestados a nivel educativo, teniendo estudios universitarios y de posgrado (78%), le sigue el número de personas con estudios de secundaria. El nivel de estudio primaria se encuentra en el último lugar, con un 5%.

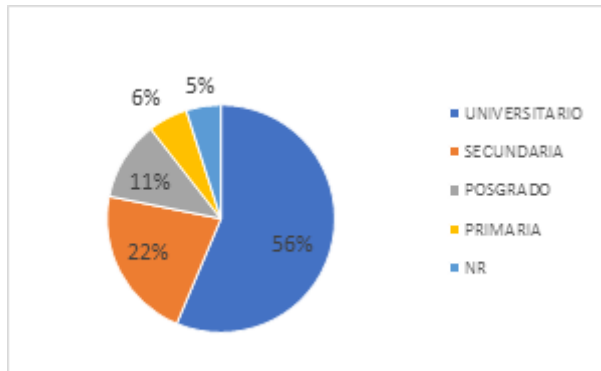


Gráfico 12. Distribución por nivel educativo.

Fuente: Elaboración propia

Así como se refiere en el análisis de ocupación, los procesos educativos tienen estrecha relación con la misionalidad del JBB, por ello muchos actores asociados a entidades de educación (estudiantes, docentes, investigadores) están relacionados con el JBB.

Si se analiza la composición por sexo del nivel educativo se observa una diferencia entre hombres y mujeres. Mientras que el 81% de los hombres tiene nivel universitario y posgrado, en las mujeres el porcentaje se reduce a un 60%.

En los talleres se evidenció que la Subdirección Científica como la encargada de motivar la investigación para la conservación, sostenibilidad y el estudio de la flora en la región capital establece su relacionamiento con actores con niveles educativos más especializados, a diferencia de la Subdirección Educativa y Técnico Operativa en la cual se relacionan con ciudadanos con una alta heterogeneidad en esta variable.

## ANÁLISIS DE VARIABLES INTRÍNSECAS

*Los canales más usados y con mayor frecuencia son el teléfono móvil y el correo electrónico. Las redes sociales son fuertes en los jóvenes y el correo electrónico en adultos.*

La importancia de esta variable radica en que permite identificar los canales potenciales por los cuales puede contactar a sus usuarios, de las personas encuestadas, 223 mencionaron que tienen acceso al teléfono móvil, 194 al correo electrónico, siendo los potenciales canales de comunicación. Seguido por el 192 al Facebook y las páginas web en los que disminuye un poco la frecuencia en su utilización.

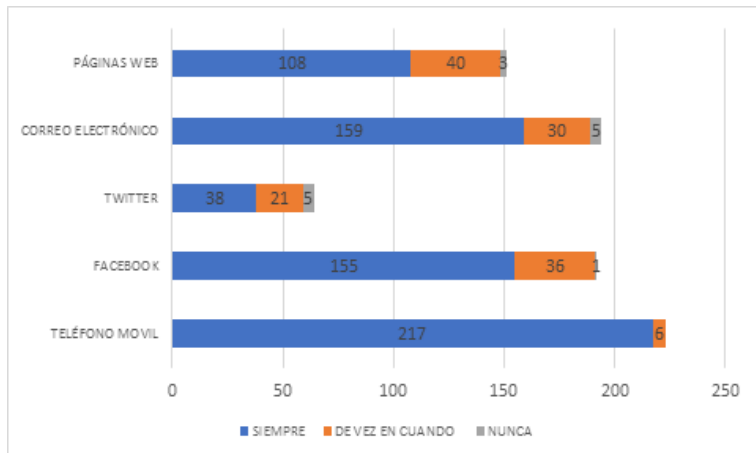


Gráfico 13. Acceso y frecuencia y uso canales de comunicación

Fuente: Elaboración propia

Si revisamos por grupo etario, se identifica que la tendencia del grupo de niños y adolescentes se orienta en su totalidad al uso de teléfono móvil y páginas web (100%). El grupo de 18 a 28 años los canales de celular, Facebook y correo son los principales, este es el segmento en el que las redes sociales tienen mayor frecuencia de uso, así mismo son los que más utilizan todos los canales electrónicos.

En cuanto a los adultos (29 a 59 años) se mantiene la primacía en el acceso a teléfono móvil, seguido por el correo electrónico y las redes sociales se usan, pero con menor fuerza (Facebook y Twitter) con respecto a los jóvenes. El grupo de encuestados mayores de 60 años guarda la misma tendencia que el anterior en cuanto a los canales más utilizados, pero se distancian mucho más del acceso de redes sociales y páginas web.

Si revisamos por grupo etario, se identifica que la tendencia del grupo de niños y adolescentes se orienta en su totalidad al uso de teléfono móvil y páginas web (100%). El grupo de 18 a 28 años los canales de celular, Facebook y correo son los principales, este es el segmento en el que las redes sociales tienen mayor frecuencia de uso, así mismo son los que más utilizan todos los canales electrónicos.

En cuanto a los adultos (29 a 59 años) se mantiene la primacía en el acceso a teléfono móvil, seguido por el correo electrónico y las redes sociales se usan, pero con menor fuerza (Facebook y Twitter) con respecto a los jóvenes. El grupo de encuestados mayores de 60 años guarda la misma tendencia que el anterior en cuanto a los canales más utilizados, pero se distancian mucho más del acceso de redes sociales y páginas web.

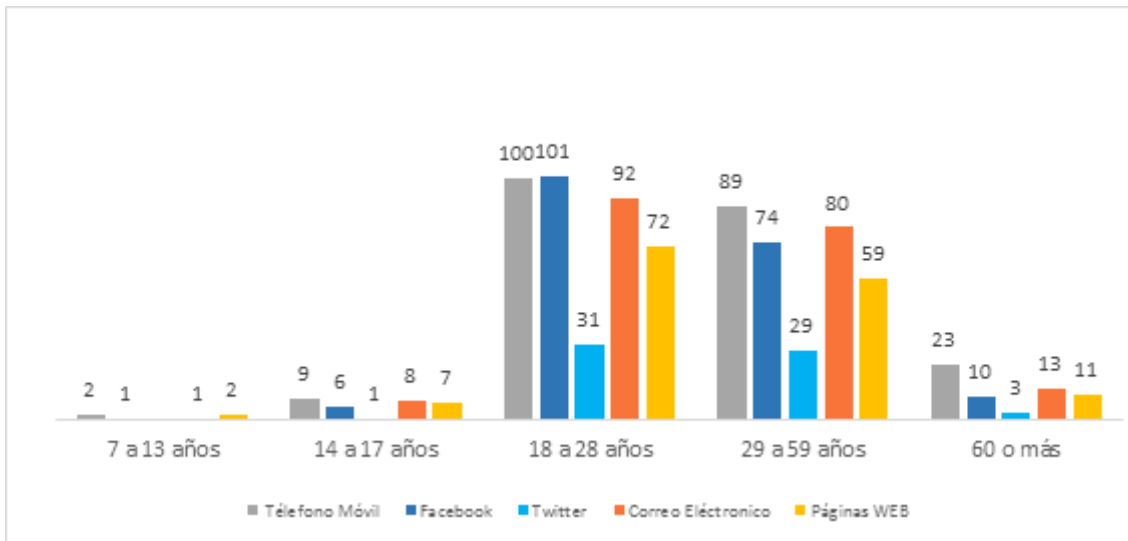


Gráfico 14. Acceso a canales por grupo etario

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 15. Comparación acceso a canales y uso de canales para comunicación JBB

La tendencia de acceso a canales según nivel educativo muestra que a mayor nivel educativo se tiene mayor acceso a todos los diversos canales de comunicación, las redes sociales disminuyen su peso en las personas con posgrado y las páginas web tienen una mayor proporción en este segmento de población (21%). El grupo de primaria indica que su tendencia es mayoritariamente al teléfono móvil y en menor medida a las redes sociales.

Se concluye que el teléfono se constituye con el canal con mayor acceso siendo un potencial medio de comunicación para que el JBB establezca relaciones con sus grupos de interés. Igualmente, puede potenciarse la utilización de correo electrónico, solicitándole a las personas que acceden al Jardín el permiso para enviar información de interés.

El voz a voz es el principal canal de comunicación del JBB con sus grupos de interés.

Según la encuesta de usuarios el canal más utilizado por las personas para comunicarse, acceder e informarse sobre los servicios del JBB es el voz a voz, el 32% de las personas se interesan en acudir al JBB por la información que otras personas les han brindado, seguido de la consulta en página Web de la entidad (27%) y la red social Facebook (22%).

Si revisamos por grupo etario, se identifica que el grupo etario entre los 18 a los 28 años se comunica con el jardín Botánico

más por Facebook y la página web y en menor medida por el voz a voz, a diferencia de los demás grupos etarios. El twitter en ningún segmento de edad o nivel educativo se evidencia como un canal utilizado por los usuarios.

*El JBB puede potencializar el relacionamiento a través de teléfonos móviles y correos electrónicos.*

Según los resultados de la encuesta de usuarios en contraste con el canal con mayor acceso y frecuencia de uso, el teléfono móvil es el menos utilizado para relacionarse con el JBB, el teléfono móvil es de uso diario de la mayoría de las participantes, por tanto, puede ser un canal de comunicación que puede utilizar con más frecuencia la entidad para brindar cierto tipo de información. Se observa coincidencia en el caso de Facebook y en el caso de correo electrónico se constata la potencialidad que se tiene en este canal de comunicación.

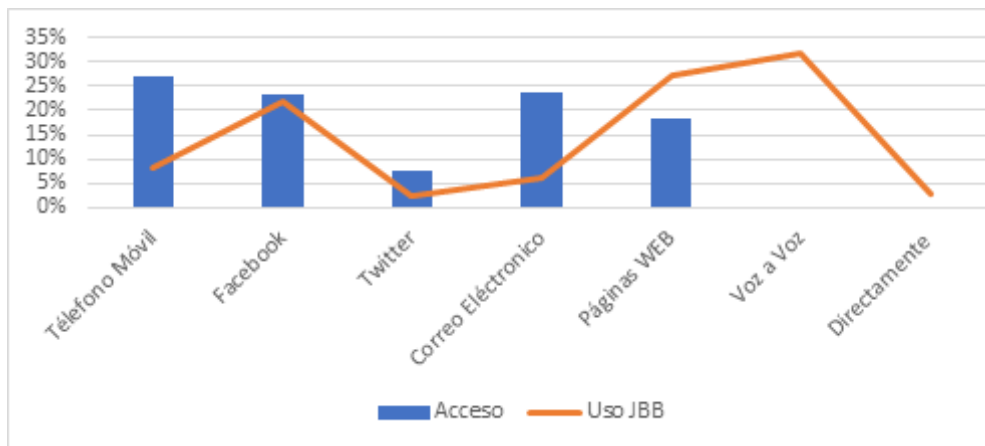


Gráfico 15. Comparación acceso a canales y uso de canales para comunicación JBB

Fuente: Elaboración propia

Los datos de la encuesta de satisfacción realizada directamente por el JBB, dan los siguientes resultados.

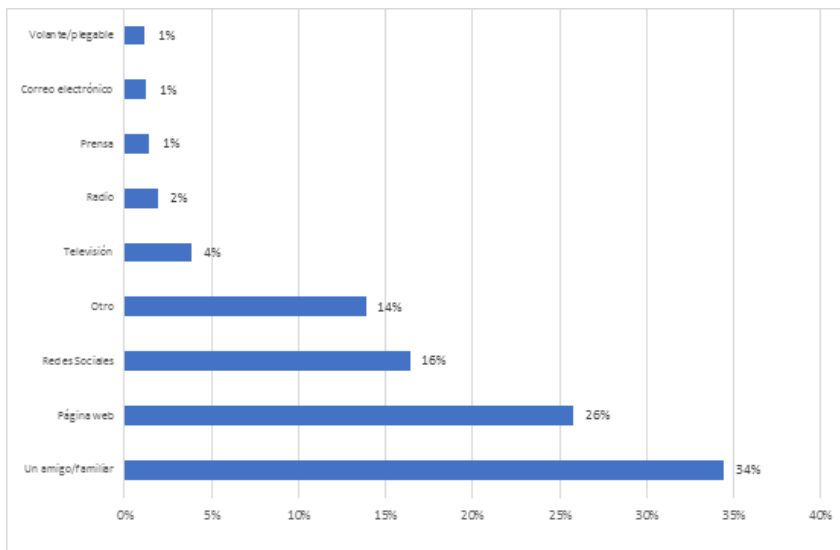


Gráfico 16. Canales de comunicación según la encuesta de satisfacción.

Fuente: Elaboración propia

- El referente de voz a voz de familiares y amigos persiste como el principal canal.
- Los canales escritos como prensa y volantes no son significativos.
- Los canales masivos tradicionales como radio y televisión no impactan significativamente si se compara con medios masivos electrónicos como redes sociales y página web.
- Se recomienda que se especifique los otros tipos de acceso, ya que tiene un porcentaje significativo.
- La encuesta de satisfacción realizada a los postulados a la convocatoria de estímulos de investigación el 56% se enteró por referidos de amigos o de las universidades, el 28% con información directa del JBB y solo el 17% por los medios virtuales. Es importante destacar que solo el 39% de los postulantes conocían con anterioridad los incentivos otorgados por el JBB, por ello consideran que se debe mejorar la difusión en la comunidad académica de este servicio que ofrece el JBB.

*Se recomienda solicitar datos de demográficos de caracterización en las encuestas de satisfacción.*

De esta manera, si bien podemos concluir que existe consistencia entre los resultados de la encuesta de satisfacción y la encuesta de usuarios por lo cual se confirma la tendencia de que el voz a voz, la página web y el Facebook son los principales canales de contacto de los usuarios con el JBB en la actualidad; los datos demográficos recolectados en la encuesta de satisfacción no están adecuadamente sistematizados y unificados, por lo cual se recomienda solicitar estos datos en todas las encuestas de satisfacción, lo que permitirá tener datos actualizados del comportamiento de los grupos de valor.

*Los canales usados por los ciudadanos para las PQRS son accesibles. Se podría potencializar el canal de redes sociales para el uso de PQRS para llegar a los segmentos más jóvenes.*

Finalmente, al analizar los canales de acceso de los usuarios que presentan peticiones, quejas, reclamos y sugerencias se observa el siguiente comportamiento:

- El correo electrónico es el principal canal para las PQRS, seguido por el teléfono y la página web, coincidiendo con los datos de acceso obtenidos en la encuesta de usuarios.
- Los medios escritos son significativos con un 76%, rescatando la formalidad de este tipo de comunicación.
- Las redes sociales no son un canal utilizado para las PQRS, sería interesante profundizar y valorar el fortalecimiento de este canal.



@JardinBotanicoDeBogota



Jardín Botánico de Bogotá



Jardín Botánico de Bogotá



@JBotanicoBogo.a

- Los canales usados por los ciudadanos para las PQRS son accesibles si se compara los resultados de la encuesta de usuarios y la base de datos de PQRS. Se podría potencializar el canal de redes sociales para el uso de PQRS para llegar a los segmentos más jóvenes de la población usuaria.

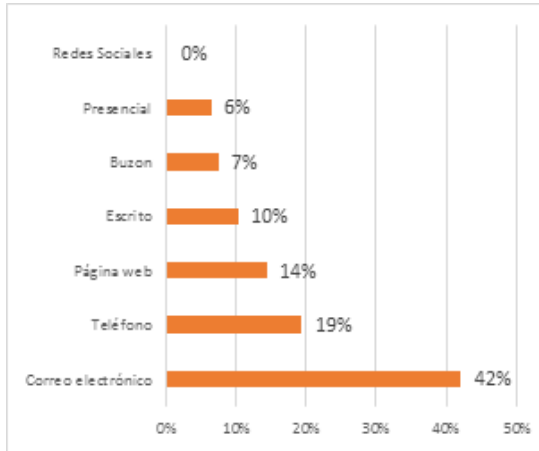


Gráfico 17. Canales de comunicación según PQRS

Fuente: Elaboración propia

Se recomienda solicitar datos de demográficos de caracterización para la solicitud de PQRS.

El sistema actual ofrecido por la Alcaldía de Bogotá cuenta con un sistema completo que permite recolectar las variables de edad, sexo, localidad, nivel educativo y ocupación, estos sin duda alguno son los datos mínimos de caracterización que permitía conocer y hacer seguimiento a los usuarios de los PQRS de manera continua. Es importante destacar que el estudio comparado de las caracterizaciones la mayoría de las entidades soportan su caracterización en los datos geográficos y demográficos de los usuarios de PQRS.

Los principales temas de interés es el manejo de arbolado, siendo este un tema estratégico para el JBB

Las peticiones, quejas, reclamos y sugerencias se refieren a los siguientes temas:



Ilustración 5. Temas

Fuente: Elaboración propia

TEMA	%	TEMA	%	TEMA	%
Manejo integral del arbolado antiguo urbano en espacio público	12%	Aprovechamiento de espacios físicos del jardín botánico	4%	Recorridos guiados y <u>ecotalleres</u>	3%
Coberturas urbanas	9%	Manejo integral del arbolado joven urbano en espacio público	4%	Afectaciones por plantación, tala, poda, bloqueo y mantenimiento	2%
Educación ambiental y participación	5%	Arbolado: plantación, mantenimiento arboles jóvenes	3%	Diversidad y conservación de la vegetación	2%
Programa adopta un árbol	5%	Capacitación y asistencia técnica en agricultura urbana	3%	Manejo silvicultural arbolado antiguo	2%
Entrega de árboles para plantación en espacios privados o institucional	4%	Temas administrativos y financieros	3%	Señalética de colecciones vivas del jardín botánico	2%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7. Frecuencia de temas

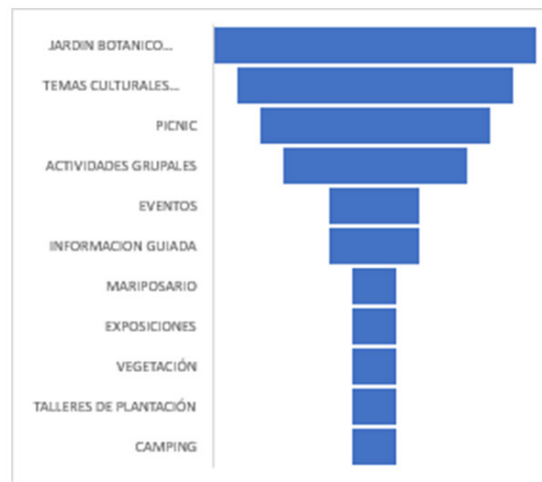
Fuente: Elaboración propia

Los temas relacionados con el arbolado y jardinería son los que se presentan con mayor frecuencia. El 12% de los requerimientos se refiere al manejo integral de arbolado antiguo y al menos el 20% agrupa los temas de plantación y manejo de arbolado joven, entrega de árboles para plantación y el programa adopta un árbol. De la subdirección Educativa y cultura el tema más demandado es capacitación ambiental y participación con un 5% de los requerimientos. Los temas responsabilidad de la Subdirección Científica no se presentan con mucha frecuencia en los requerimientos.

Gráfico 19. Servicios de interés encuesta de usuarios



Gráfico 18. Actividades de interés encuesta de usuarios



En cuanto a los resultados de las encuestas de usuarios los temas de mayor interés son la conservación de especies, arbolado, los recorridos y la agricultura urbana, principalmente. Con respecto al interés en actividades culturales, el principal evento es el Jardín Botánico Nocturno, actividades culturales, picnic literario y las exposiciones. Se destaca el Mariposario como un servicio de gran recordación en los visitantes del JBB.



## ANÁLISIS DE VARIABLES DE CONOCIMIENTO

*El 38% de los usuarios no conocen los servicios; aquellos que si tiene conocimiento el 35% de los sólo conoce un servicio ofrecido por el JBB.*

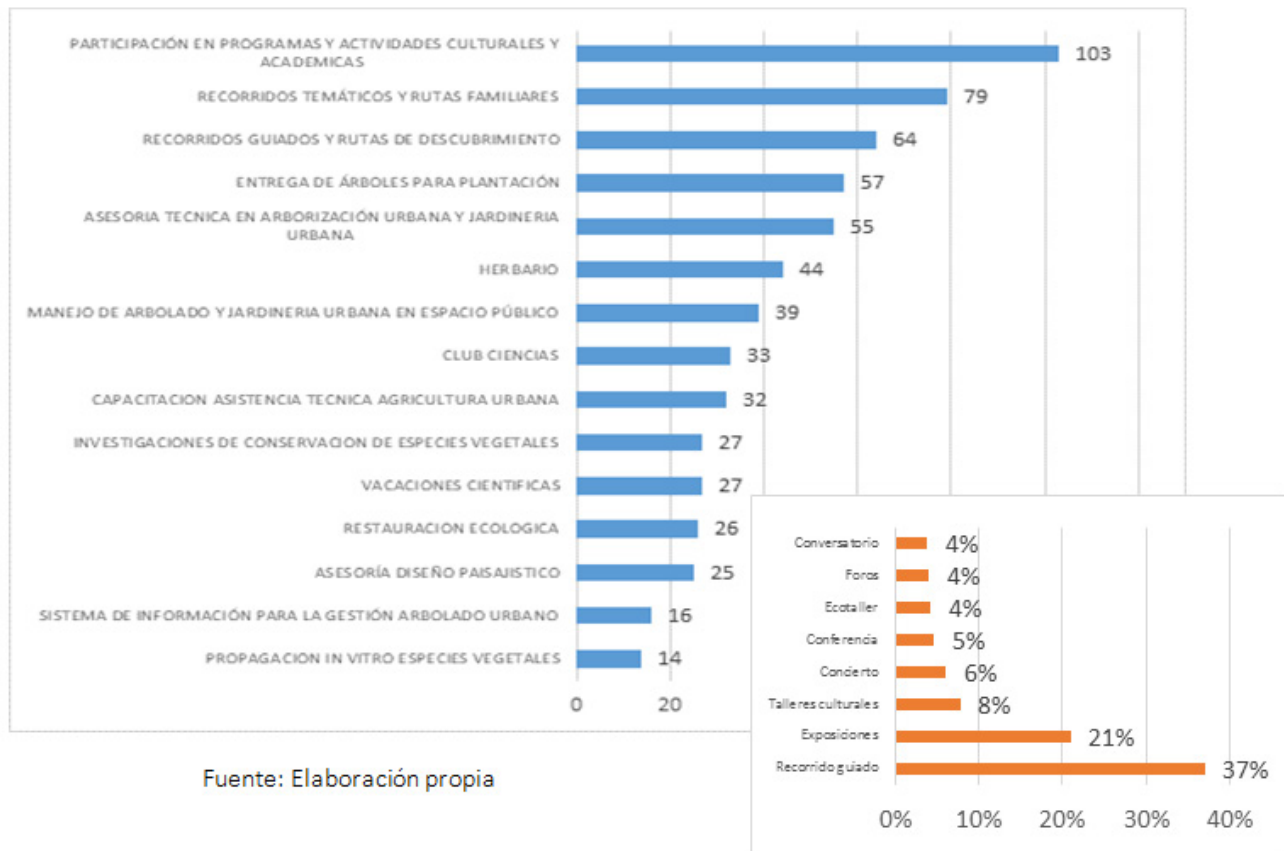
Para la identificación de servicios utilizados por las personas encuestadas, en la encuesta de usuarios se utilizaron los que se encuentran publicados en la página web de la entidad:

Asesoría técnica en arborización urbana y jardinería urbana	Capacitación asistencia técnica agricultura urbana	Recorridos guiados y rutas de descubrimiento
Asesoría diseño paisajístico	Club ciencias	Investigaciones de conservación de especies vegetales
Entrega de árboles para plantación	Vacaciones científicas	Restauración ecológica
Manejo de arbolado y jardinería urbana en espacio público	Participación en programas y actividades culturales y académicas	Herbario
Sistema de información para la gestión arbolado urbano	Recorridos temáticos y rutas familiares	Propagación in vitro especies vegetales

En primera instancia se preguntó por los servicios que cada persona conocía, teniendo como resultado que el 62% informó conocer uno o más servicios y el 38% no conocer ninguno. De las personas que informaron conocer servicios se identificó que el 35% conoce solamente 1.

Del 62% de las personas que conocían los servicios los más conocidos son: programas y actividades culturales y académicas, recorridos temáticos y rutas familiares, recorridos Guiados, entrega de árboles para plantación. Los servicios que los usuarios entrevistados tienen menos conocimiento son Propagación In vitro de especies vegetales, sistema de información para la gestión arbolado y asesoría y diseño paisajístico.

Gráfico 20. Conocimiento de servicios encuesta de usuarios y encuesta de satisfacción



Fuente: Elaboración propia

Los recorridos y las actividades culturales tienen potencial para vincular los grupos de valor inicial a nivel medio para incrementar su involucramiento con el JBB.

Si consultamos la fuente de información de la encuesta de satisfacción persiste el conocimiento previo de los recorridos (37%) y las exposiciones (21%).

Por grupo etario se identifica que de las 103 personas que dijeron conocer el de participación en programas y actividades culturales, 58% son del grupo etario entre los 18 a los 28 años, el 32% son del grupo entre los 29 a los 59 años y el 9% son personas mayores de 60 años.

Tabla 8. Conocimiento de servicios por grupo etareo

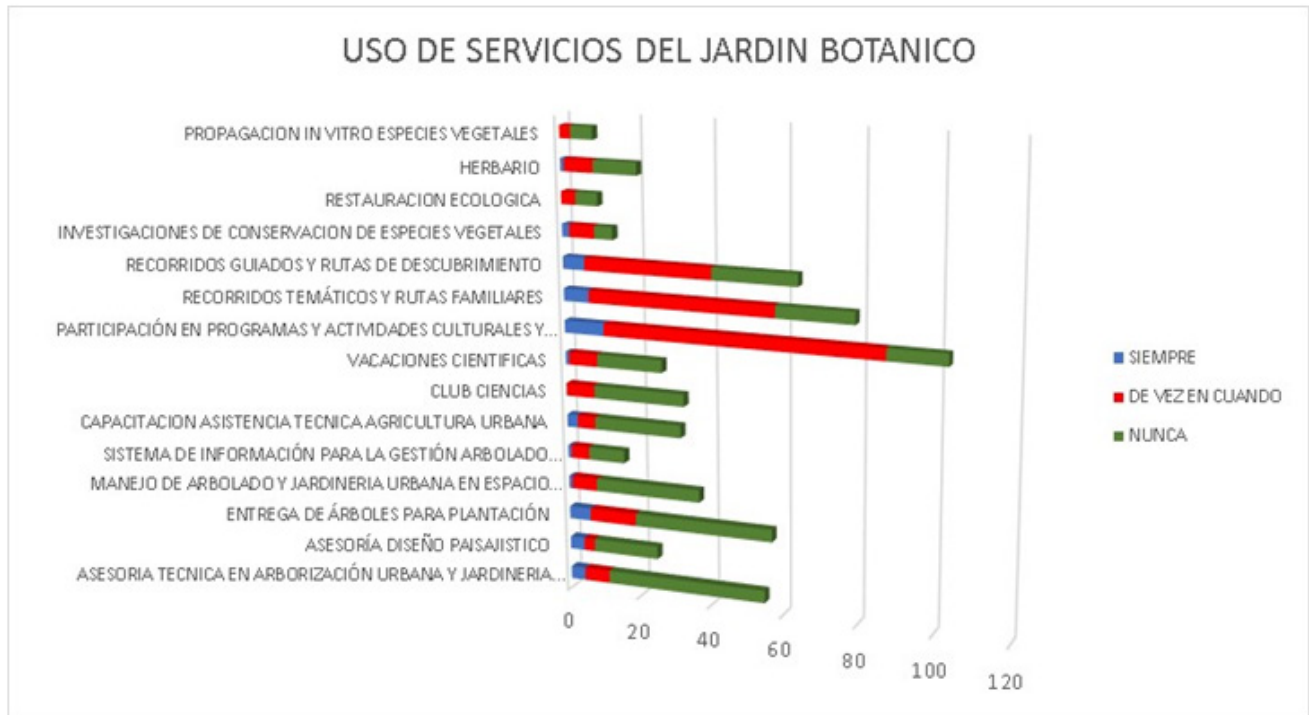
SERVICIOS	7 a 13 AÑOS	18 a 28 AÑOS	29 a 59 AÑOS	60 o MÁS
Asesoría técnica en arborización urbana y jardinería urbana	1	30	17	7
Asesoría diseño paisajístico		15	9	1
Entrega de árboles para plantación	1	36	17	3
Manejo de arbolado y jardinería urbana en espacio público		20	15	4
Sistema de información para la gestión arbolado urbano		9	6	1
Capacitación asistencia técnica agricultura urbana		17	10	5
Club ciencias		20	12	1
Vacaciones científicas		16	9	2
Participación en programas y actividades culturales y académicas	2	60	32	9
Recorridos temáticos y rutas familiares	1	47	24	7
Recorridos guiados y rutas de descubrimiento	1	35	20	8
Investigaciones de conservación de especies vegetales		19	7	1
Restauración ecológica		15	8	3
Herbario		27	13	4
Propagación in vitro especies vegetales		12	2	

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la frecuencia de uso de Participación en programas y actividades culturales y académicas, se identifica que 11 personas siempre lo utilizan, 76 de vez en cuando, 16 lo conocen, pero no lo usan y 9 no respondieron. Al revisar por escenarios encontramos que de los que respondieron que siempre participan, 5 acudieron al diplomado, 2 a la rendición de cuentas, 1 persona al jardín de noche y 3 al Pícnic literario.

De los 76 que respondieron que lo utilizan de vez en cuando encontramos, 71 personas que participaron en Jardín de noche y Picnic, literario y 5 en la rendición de cuentas.

Gráfico 21. Frecuencia de uso de servicios.



De otra parte, con respecto a la frecuencia de uso de Recorridos temáticos y rutas familiares, se encuentra que 7 personas siempre lo utilizan, 51 lo hacen de vez en cuando, 12 lo conocen, pero no lo usan y 9 no respondieron. Por escenarios encontramos que de los que respondieron que siempre participan, acudieron al diplomado, jardín de noche y Pícnic literario.

De los 51 que respondieron que lo utilizan de vez en cuando encontramos, 48 personas que participaron en Jardín de noche y Picnic, literario y 3 en la rendición de cuentas. Las personas encuestadas que mencionan no conocerlo participaron en el escenario de Jardín de noche y Picnic, literario. Esta tendencia es similar al grupo de personas que respondieron conocer el servicio de recorridos guiados y rutas de descubrimiento.

Si bien los principales temas de interés de los usuarios es el tema de arbolados no se tiene amplio conocimiento de estos servicios. Así mismo, los servicios de la Subdirección Científica no son muy difundidos entre los ciudadanos, quienes demuestran interés en temas como la diversidad y el herbario.

Se observa que el relacionamiento con los ciudadanos se realiza por silos entre las Subdirecciones. Se recomienda hacer un análisis transversal para potencializar los recursos de los grupos de valor en el proceso del cumplimiento de la misionalidad del JBB.

El JBB agrega valor importante a los usuarios relacionados con Naturaleza, el medio ambiente, la tranquilidad y la vida.

Se realizó un ejercicio de representaciones sociales alrededor del JBB, el ejercicio consistió en solicitarlo a los encuestados la primera palabra que piensa cuando nos referimos al JBB, con los siguientes resultados:

Ilustración 6. Palabra de asociación con el JBB

Fuente: Elaboración propia

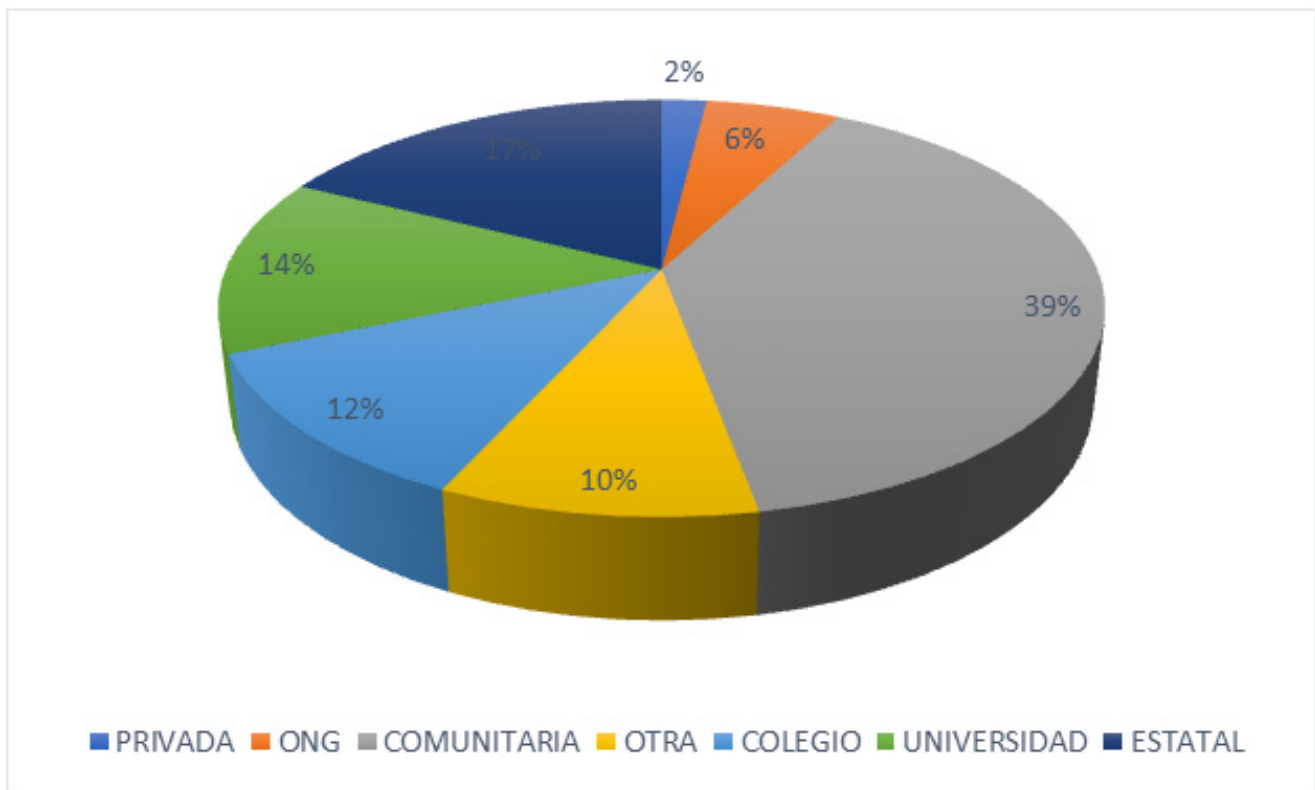


## CARACTERIZACIÓN DE ORGANIZACIONES

La aplicación del instrumento para la realización de la caracterización de organizaciones y entidades, se realizó en 3 escenarios: de manera presencial en el marco del taller de Formación en Control Social y Participación Ciudadana donde se tuvo la participación de 6 organizaciones, encuestas telefónicas aplicadas a 31 organizaciones ambientales incluidas en la base de datos suministrada por la Secretaria de Ambiente y encuestas telefónicas a 14 entidades que se encuentran en la base de datos de la Subdirección Educativa del Jardín Botánico.

De las organizaciones encuestadas 20 son comunitarias, 9 son de orden estatal, 7 corresponden a Universidades Públicas y Privadas, 6 son colegios de naturaleza privada y pública, 3 son ONG y 1 es privada y 5 son de otra naturaleza.

Gráfico 22. Tipo de organización



**Organizaciones Comunitarias**

Dentro de estas organizaciones se encuestaron a las siguientes:

Tabla 9. Organizaciones comunitarias participantes.

JUNTA DE ACCION COMUNAL LLANO ORIENTAL	FUNDACIÓN ECOLOGICA SUASIE YEWAE	ORGANIZACIÓN MAREA	COHAN PROTECCION AMBIENTAL
JUNTA DE ACCION COMUNAL LA CONCORDIA	COLECTIVO -ECOLOGICAMENTE	TEHUCO	CABILDO MUISCA
CORPORACIÓN MAKKUNAGUA ONG	RED AGRICULTURA URBANA DE SUBA	NOKANCHIPA	RED NACIONAL DE JOVENES AMBIENTALES
ASÍ ÚSME	COPORACION MANABA	GAIA SUNA	ESCUELA AMBIENTAL PUENTE ARANDA
ASOCIACION DE RECILADORES POR UN MAÑANA MEJOR	CENTRO EXPERIMENTAL JUVENIL	MESA TERRITORIAL GRAN YOMASA UP257	COMUNITARIAS DEL CERRO SUR DE SUBA

Fuente: Elaboración propia

**Entidades estatales**

UNIVERSIDAD EXTERNADO
UNIVERSIDAD DE CIENCIAS APLICADAS Y AMBIENTALES
UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO
UNIVERSIDAD CATOLICA
UNIVERSIDAD DISTRITAL
UNIVERSIDAD PEDAGOGICA
UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR

**Colegios**

IED EDUARDO HUMAÑA MENDOZA
IED RAMON DE SUBIRIA
IED COMUNEROS
IED CUNDINAMARCA
COLEGIO MISIONERO HERMANAS CONSOLATA
COLEGIO CALASANZ

**ONG'S**

ASOCIACION CRISTIANA DE JOVENES
FUNDACION BIODIVERSIDAD ECOAMBIENTAL
EDUCACION AMBIENTAL Y PROCESOS DE RECUPERACION DE ESPACIOS DEL AGUA

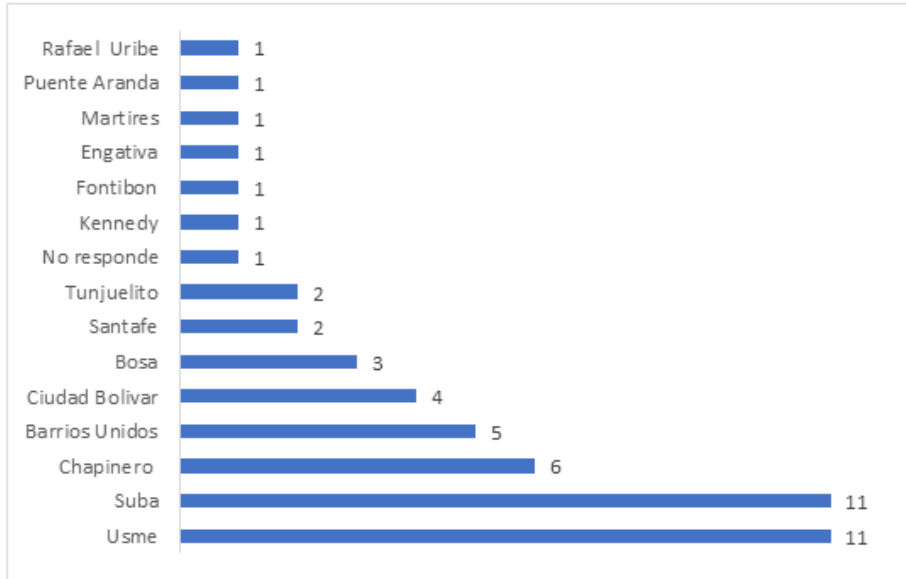
**Otras organizaciones**

SEMILLAS LIBERTARIAS	COLECTIVO ESTUDIANTES
MESA DISTRITAL DE HUMEDALES: CONSEJO CONSULTIVO AMBIENTE	CONSEJO CONSULTIVO
GRUPO PARTICIPACION AMBIENTAL	GRUPO PARTICIPACION
CONSEJO LOCAL DE PROTECCION ANIMAL	MIXTA
ASOCIACION COLECTIVO LOMA VERDE	PESTADORA DE SERVICIOS PUBLICOS

**Localidad de Residencia**

De las organizaciones encuestadas, 50 referenciaron la localidad de ubicación de la sede desde donde operan, destacándose que 11 de ellas se ubican en la localidad de Suba y 11 en Usme, 6 en Chapinero, 5 en Barrios Unidos, 4 en Ciudad Bolívar, 3 en Bosa y 2 en Tunjuelito.

Tabla 10. Localidad de ubicación.



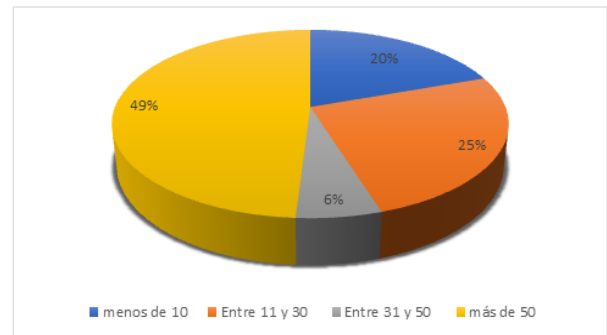
Fuente: Elaboración propia

**Tamaño de las Organizaciones**

En su mayoría las organizaciones y entidades son integradas por más de 50 personas, dentro de estas se incluyen las universidades, colegios, Alcaldías Locales y en general aquellas de orden estatal.

Dentro del 25 % de organizaciones que tienen entre 11 y 30 integrantes se encuentran 8 comunitarias, una ONG, dos Consejos (humedales y Protección animal) y la ONG Fundación Bioescuela. las que tienen menos de 10 integrantes se incluyen 2 ONG, 6 comunitarias, el colectivo de estudiantes Semillas Libertarias y el grupo de participación ambiental.

Gráfico 23. Tamaño de las organizaciones.



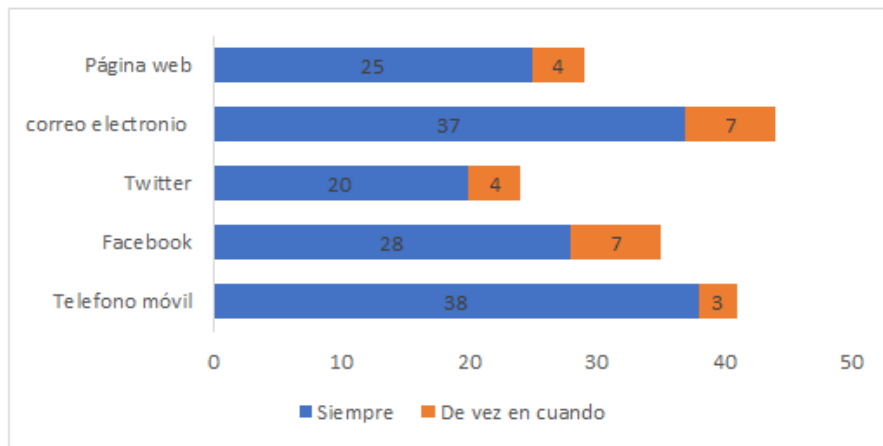
Fuente: Elaboración propia



### Acceso a Canales de Comunicación

En cuanto a canales de comunicaciones, se identifica que la mayoría de las organizaciones tienen acceso a teléfono móvil y correo electrónico con una frecuencia de uso diaria, se encuentra también que 35 organizaciones acceden a Facebook donde 28 lo usan frecuentemente, 29 a página WEB y 24 a Twitter. La tendencia de acceso y uso de canales es más alta en comparación con las personas naturales, destacándose en este grupo de interés la utilización de Twitter.

Gráfico 24. Acceso a canales de comunicación.

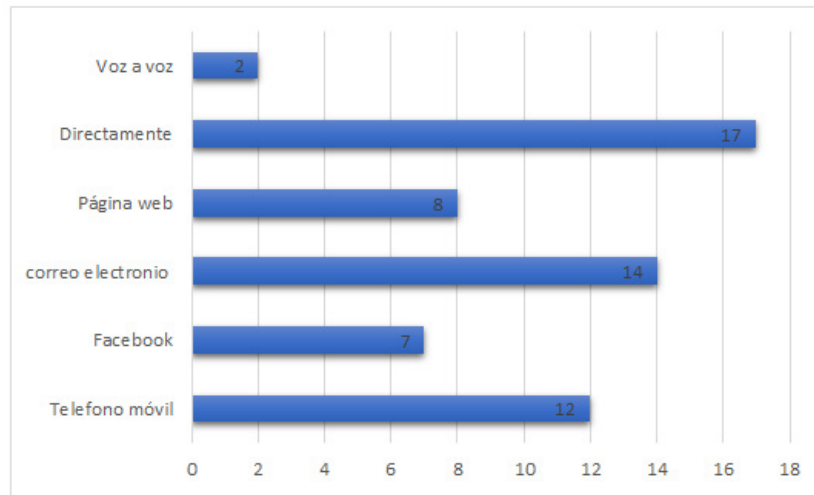


Fuente: Elaboración propia

### Uso de canales de comunicación con el Jardín Botánico

Uno de los canales más utilizado por las organizaciones para comunicarse o acceder al Jardín Botánico es el teléfono móvil, seguido del correo electrónico, tendencia diferente en comparación con las personas naturales, ya que estas acceden al jardín más por el voz a voz que por estos dos canales de comunicación.

Gráfico 25. Canales de comunicación con el JBB



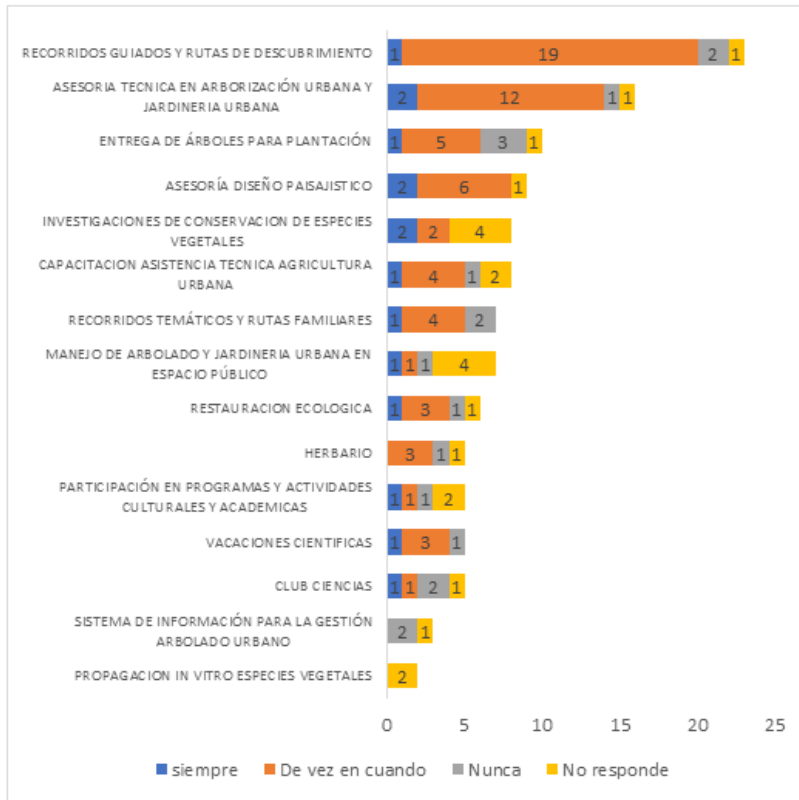
Fuente: Elaboración propia

El 3% que se muestra en la gráfica corresponden a 2 organizaciones comunitarias las cuales son Nokanchipa y la Escuela Ambiental de Puente Aranda. Las personas representantes de las entidades estatales encuestadas, en su mayoría indican que se comunican con el Jardín Botánico de manera directa, se puede inferir que esto se da porque se encuentran en reuniones y espacios de articulación con el Jardín Botánico.

**Conocimiento y uso de los servicios del Jardín Botánico:**

De las 51 organizaciones encuestadas, 41 mencionaron conocer por lo menos un servicio, solo una indicó conocer los 15 servicios relacionados en este documento y 10 mencionaron no conocer ningún servicio, dentro de estas se encuentran 5 comunitarias, 2 Universidades y 3 que son de otro orden. En cuanto a los servicios más conocidos y de acuerdo a las 41 organizaciones que mencionaron conocer algún servicio, encontramos: Recorridos Guiados y rutas de descubrimiento y asesoría técnica en arborización urbana y jardinería. Utilizados de vez en cuando por las organizaciones.

Gráfico 26. Conocimiento de servicios.



Fuente: Elaboración propia

De las 19 organizaciones que mencionaron conocer el servicio de recorridos guiados encontramos que es más conocido por organizaciones comunitarias, colegios y universidades con respecto a los demás grupos encuestados. De otra parte, el servicio de asesoría técnica en arborización es más conocido por las entidades estatales consultadas y por las organizaciones comunitarias.

Tabla 11. Conocimiento de servicios por tipo de organizaciones.

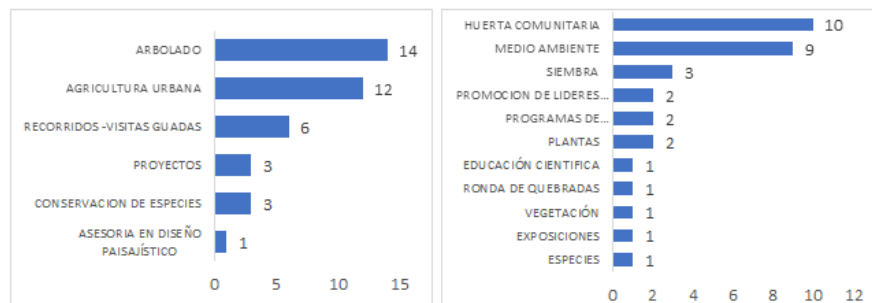
SERVICIOS	PRIVADAS	ONG'S	COMUNITARIAS	OTRO ORDEN	COLEGIOS	UNIVERSIDADES	ESTATALES
ASESORIA TECNICA EN ARBORIZACION URBANA Y JARDINERIA URBANA		2	6	1			7
ASESORIA DISEÑO PAISAJISTICO	1	1	1	1	1		4
ENTREGA DE ARBOLES PARA PLANTACION	1	1	5	2			1
MANEJO DE ARBOLADO Y JARDINERIA URBANA EN ESPACIO PUBLICO	1	1	5				
SISTEMA DE INFORMACION PARA LA GESTION ARBOLADO URBANO		1		1			
CAPACITACION ASISTENCIA TECNICA AGRICULTURA URBANA		1	6	1			
CLUB CIENCIAS		2	1	1		1	
VACACIONES CIENTIFICAS		1	1	1	1		1
PARTICIPACION EN PROGRAMAS Y ACTIVIDADES CULTURALES Y ACADEMICAS		2	2	1			
RECORRIDOS TEMATICOS Y RUTAS FAMILIARES		2	3	2			
RECORRIDOS GUIADOS Y RUTAS DE DESCUBRIMIENTO		2	7	1	5	5	3
INVESTIGACIONES DE CONSERVACION DE ESPECIES VEGETALES		1	4	1		1	1
RESTAURACION ECOLOGICA		2	3	1			
HERBARIO		1	1	1	1	1	
PROPAGACION IN VITRO ESPECIES VEGETALES		1	1				

Fuente: Elaboración propia

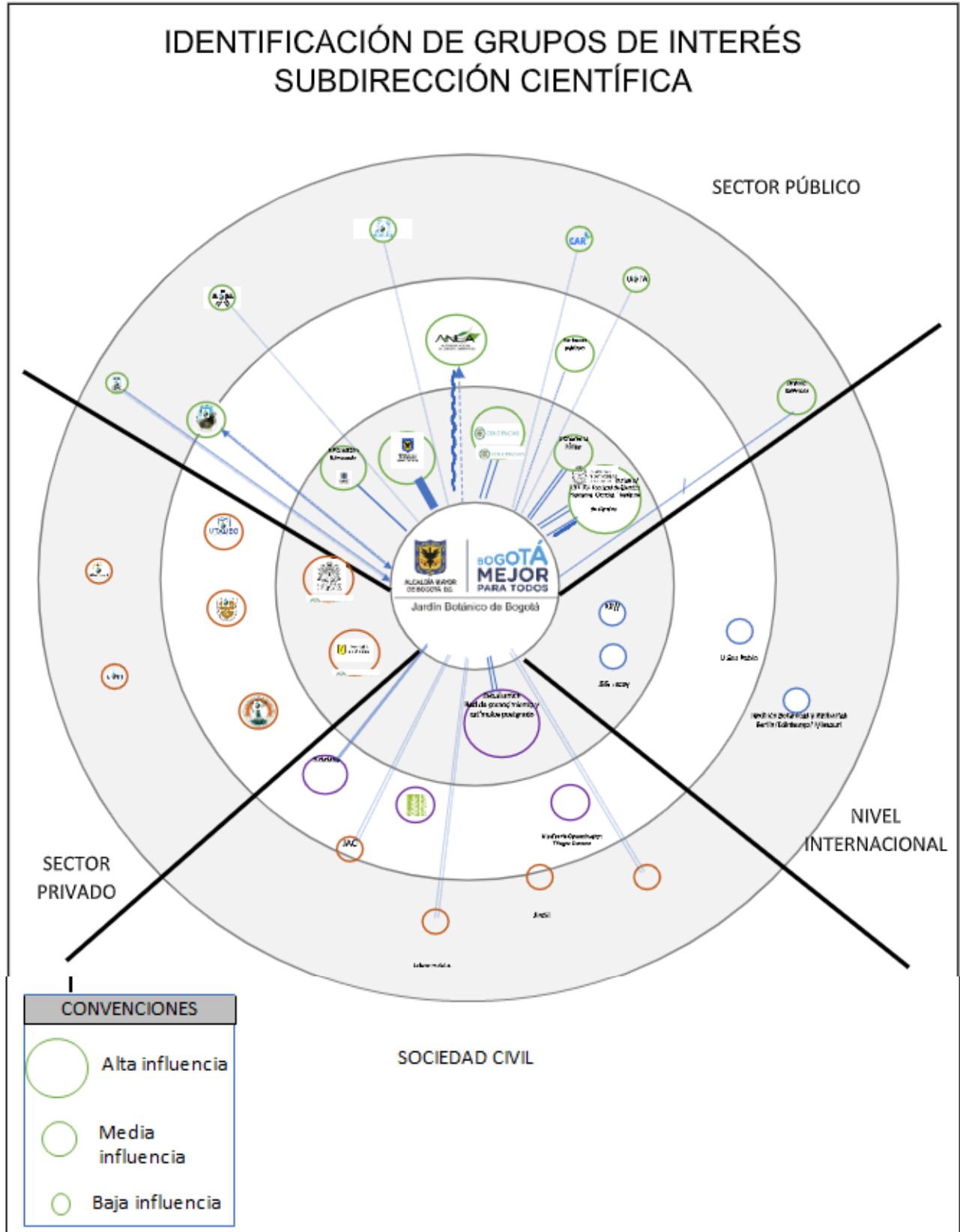
### Temas de interés

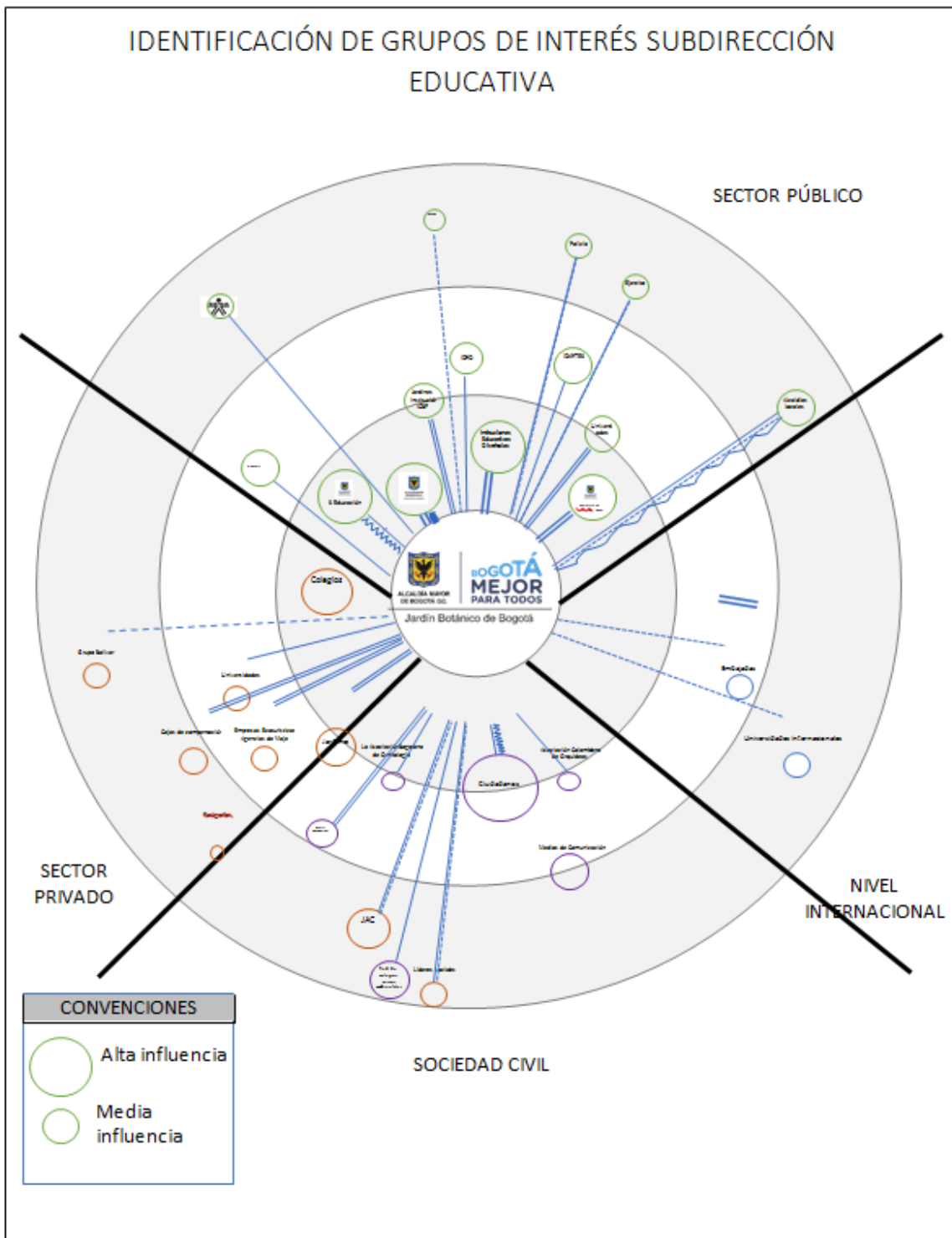
Las organizaciones encuestadas mencionaron 25 temas de interés, de los cuales 6 están orientados hacia los servicios del Jardín Botánico, siendo el más mencionado el de arbolado, seguido de agricultura urbana.

Gráfico 27. Tema de interés servicios JBB



De otra parte, se mencionaron temas de orden más general, siendo uno de los más mencionados el tema de huerta comunitaria, seguido el de medio ambiente, el cual agrupa sub temas tales como salud ambiental, recuperación ambiental, educación ambiental y sostenibilidad ambiental.





## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- En los últimos años se ha presentado un aumento en la demanda y cobertura del JBB.
- Los grupos del valor del Jardín Botánico pueden ser segmentados en tres tipos.

Por las características del Jardín Botánico la caracterización de grupos de valor es compleja y amplia. El levantamiento de la información nos permite proponer una segmentación de los usuarios diferenciados no sólo por sus características demográficas o institucionales sino por las variables intrínsecas y de comportamiento. El desarrollo de la caracterización determinó que los usuarios se pueden segmentar así:

• Tabla 12. Segmentación de usuarios

Usuario Inicial	Valor Inicial	Valor Medio	Valor alto
Descripción general	Se refiere a personas naturales y naturales que se acercan al jardín botánico con una motivación de conocimiento general, turismo, o esparcimiento.	Perdonas Naturales y Jurídicas que están vinculadas a las áreas temáticas de botánica, medio ambiente y áreas afines.	Personas Naturales y jurídicas especializadas que están directamente vinculadas en la producción, apropiación y difusión de conocimiento.
Características	Diversos aspectos demográficos y geográficos. Menos homogeneidad en las características	Mayor nivel de escolaridad. Homogeneidad media en características.	Mayor nivel de escolaridad. Mayor Homogeneidad en las características
Conocimiento	Bajo	Medio	Alto
Frecuencia del relacionamiento	Única	Ocasional	Permanente
Tipo de servicios	Interpretación Actividades culturales Herbario virtual Plantación Asesorías paisajismo	Capacitación Herbario	Becas Investigación Consultas especializadas

• Fuente: Elaboración propia

- La mayoría de los grupos de interés se ubican en Bogotá, hay potencialidad para aumentar el relacionamiento a nivel nacional o internacional.
- El JBB tiene relacionamiento con todas las localidades del Distrito Capital
- El comportamiento de los grupos etarios difiere según los servicios del JBB
- Se presenta una mayor tendencia al relacionamiento con mujeres
- Estudiantes y empleados son las principales ocupaciones de los encuestados
- Los actores vinculados tienen una tendencia a altos niveles educativos
- Los canales más usados y con mayor frecuencia son el teléfono móvil y el correo electrónico. Las redes sociales son fuertes en los jóvenes y el correo electrónico en adultos.
- El voz a voz es el principal canal de comunicación del JBB con sus grupos de interés.
- El JBB puede potencializar el relacionamiento a través de teléfonos móviles y correos electrónicos.
- Se recomienda solicitar datos de demográficos de caracterización en las encuestas de satisfacción
- Los canales usados por los ciudadanos para las PQRS son accesibles. Se podría potencializar el canal de redes sociales para el uso de PQRS para llegar a los segmentos más jóvenes.
- Se recomienda solicitar datos de demográficos de caracterización para la solicitud de PQRS.
- Los principales temas de interés es el manejo de arbolado, siendo este un tema estratégico para el JBB
- El 38% de los usuarios no conocen los servicios; aquellos que si tiene conocimiento el 35% de los sólo conoce un servicio ofrecido por el JBB.
- Los recorridos y las actividades culturales tienen potencial para vincular los grupos de valor inicial a nivel medio para incrementar su involucramiento con el JBB.
- Si bien los principales temas de interés de los usuarios es el tema de arbolados no se tiene amplio conocimiento de estos servicios. Así mismo, los servicios de la Subdirección Científica no son muy difundidos entre los ciudadanos, quienes demuestran interés en temas como la diversidad y el herbario.
- El JBB agrega valor importante a los usuarios relacionados con Naturaleza, el medio ambiente, la tranquilidad y la vida.



## BIBIOGRAFÍA

Ceballos, M. M. (2004) “Manual para el desarrollo del mapeo de actores claves -MAC”, elaborado en el marco de la consultoría técnica GITEC-SERCITEC.

DAFP. (2017). Modelo Integrado de Planeación y Gestión. DNP, DAFP y MINTIC. Guía metodológica para la caracterización de ciudadanos, usuarios y grupos de interés

CONAGUA (2010). Guía de caracterización de actores clave. México.

Careaga et al. (2006). Aportes para diseñar e implementar un taller. 2das Jornadas de Experiencias educativas en DPMC.



@JardinBotanicoDeBogota



Jardín Botánico de Bogotá



Jardín Botánico de Bogotá



@JBotanicoBogo.a

