

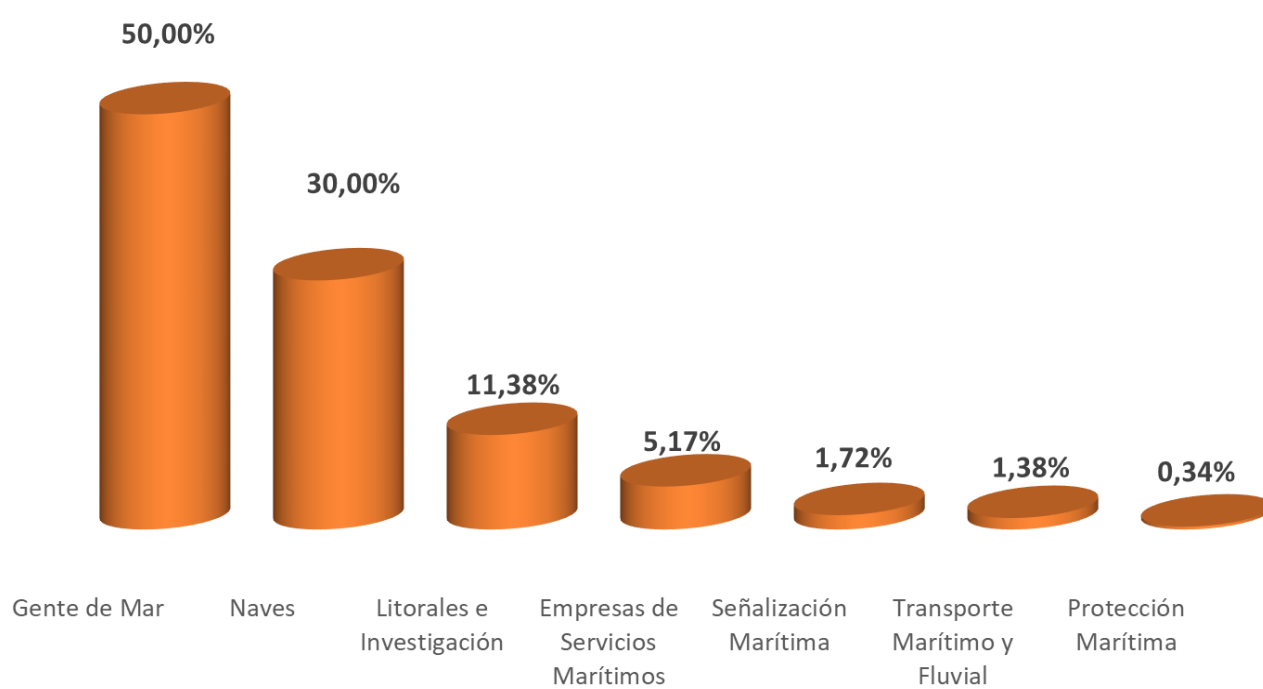


Dirección General Marítima
Autoridad Marítima Colombiana

CARACTERIZACIÓN DE USUARIOS POR TRÁMITE 2026



ALCANCE Y OBJETIVOS



El estudio caracteriza a los usuarios externos de la Dirección General Marítima, mediante encuestas y entrevistas realizadas durante 2025, con un total de 290 contactos efectivos enfocándose en los trámites de mayor interacción, como se puede observar en la gráfica.

Objetivo general:

Identificar y analizar las características, necesidades, comportamientos de los usuarios externos que interactúan con los servicios de la entidad, con el fin de mejorar la calidad del servicio, optimizar los canales de atención y apoyar la toma de decisiones institucionales.

Objetivos específicos:

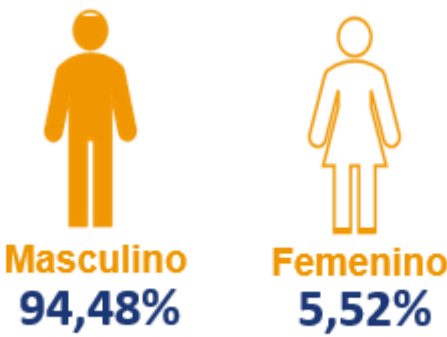
- ✓ Segmentar a los usuarios según criterios como tipo de usuario, frecuencia de uso de los servicios, ubicación geográfica y tipo de trámite realizado.
- ✓ Recolectar información demográfica, profesional y conductual relevante para entender quiénes son los usuarios y cómo interactúan con la entidad.
- ✓ Detectar barreras de acceso o de usabilidad que dificultan la interacción de los usuarios con los canales disponibles (plataforma web, oficinas, trámites presenciales, etc.).
- ✓ Obtener insumos para diseñar estrategias de mejora en la atención al usuario, transformación digital, comunicación institucional y rediseño de servicios.



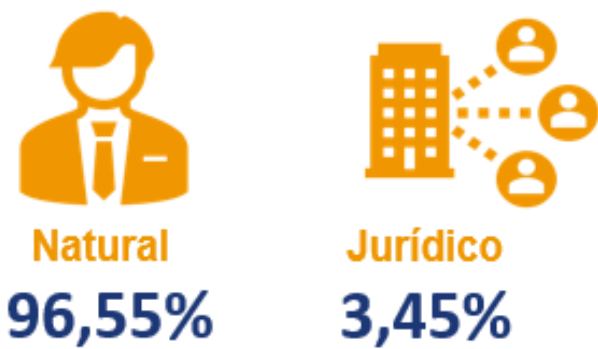


Caracterización social

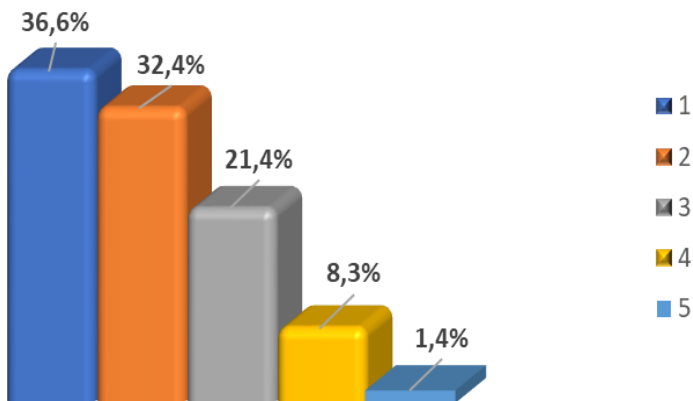
Género



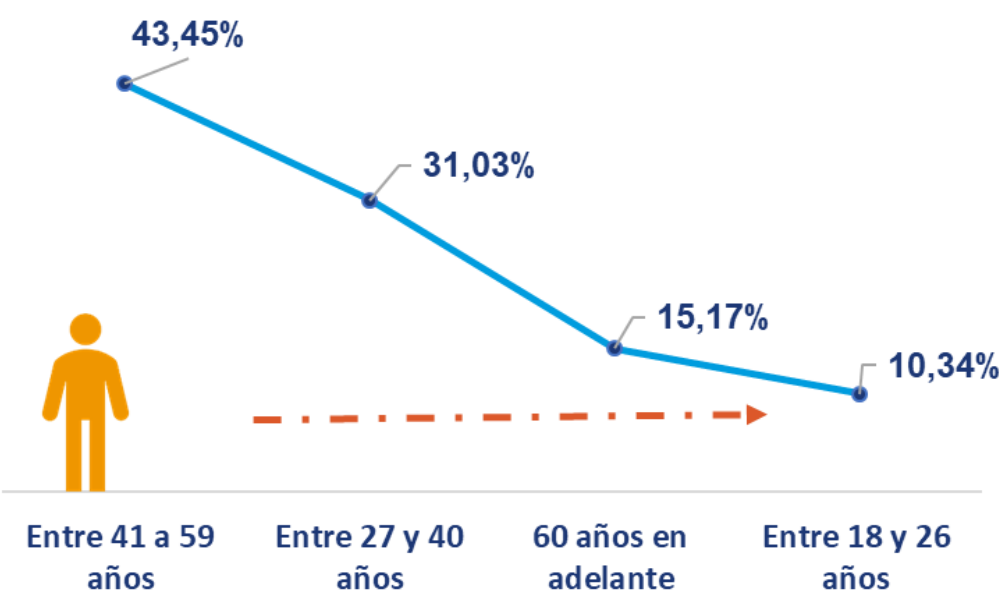
Tipo de Persona



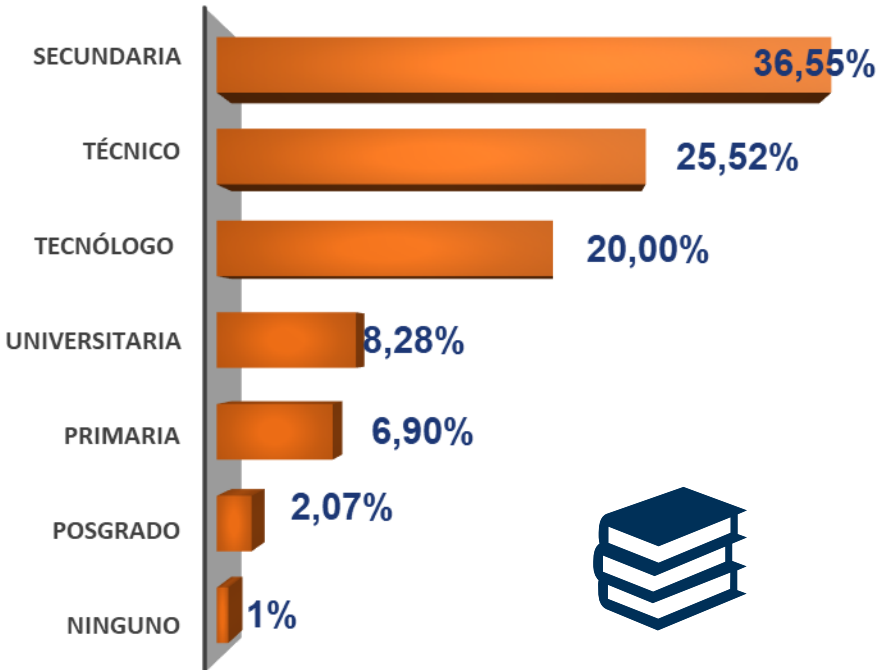
Estrato



Rango de Edad

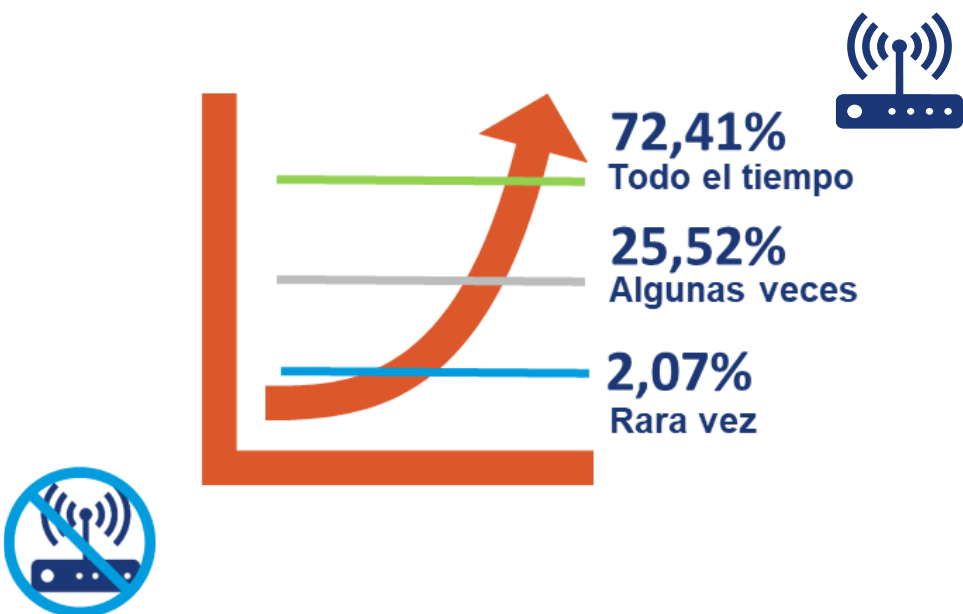


Nivel de Escolaridad

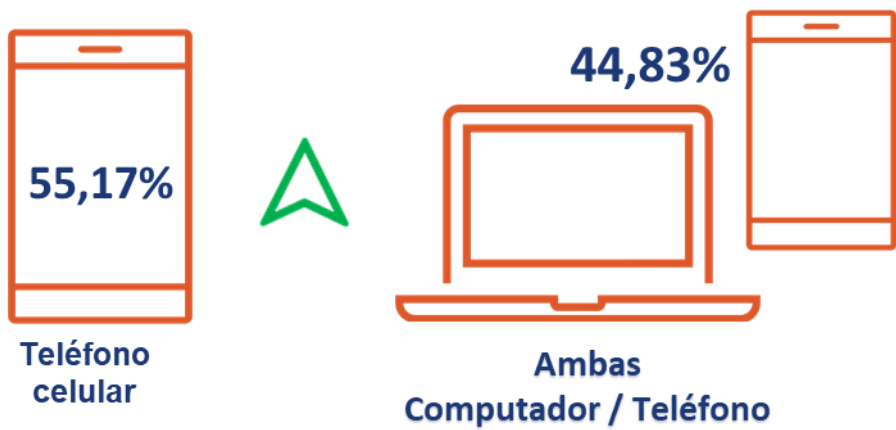


Caracterización Accesibilidad

Acceso a Internet

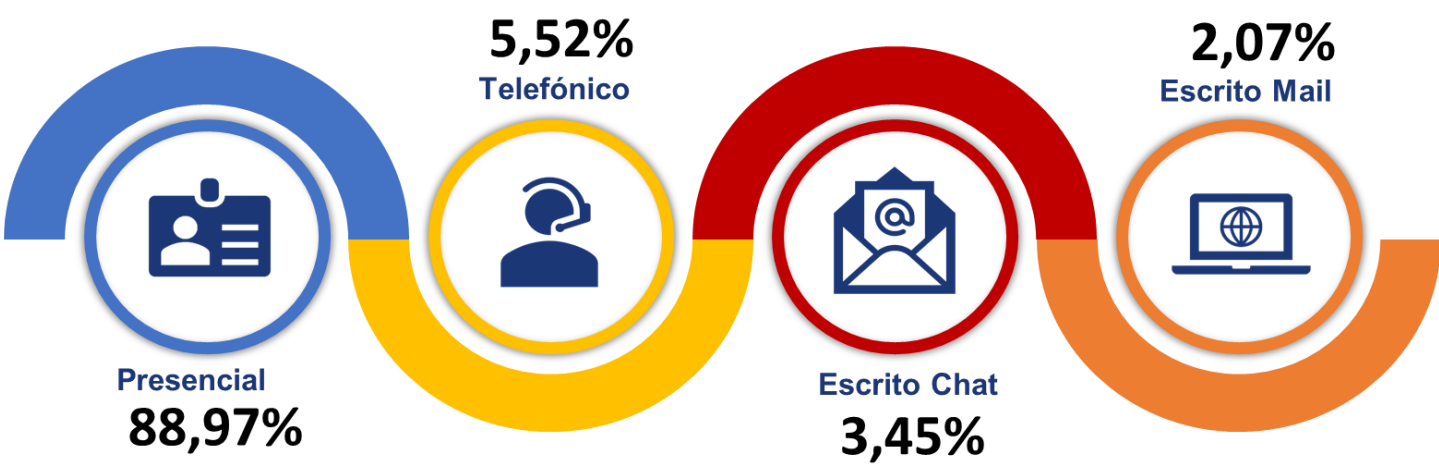


Medio de Acceso

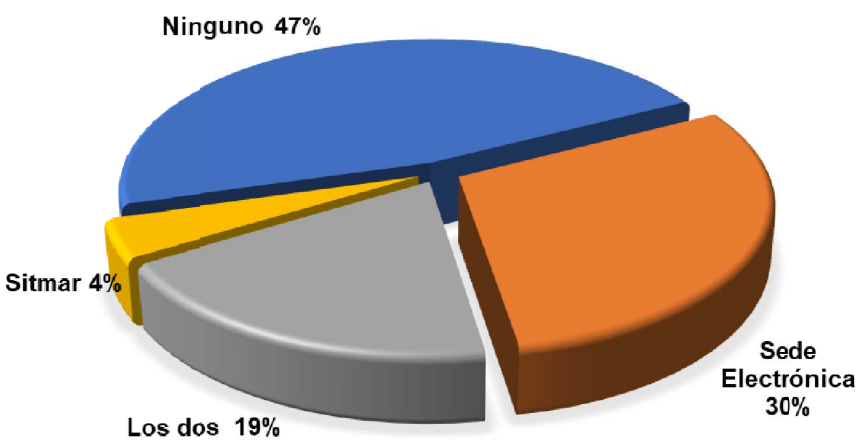


Caracterización canales de atención

Preferencias



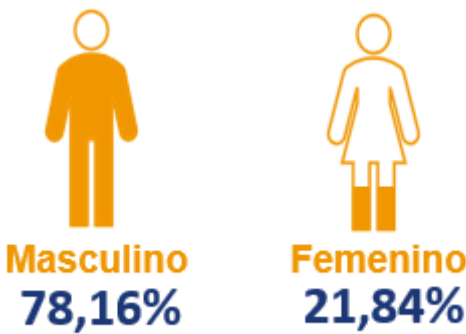
Uso de Sistemas



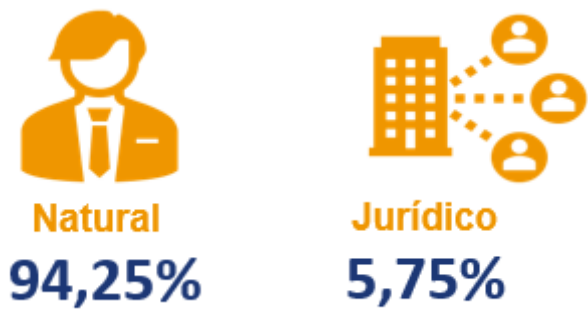


Caracterización social

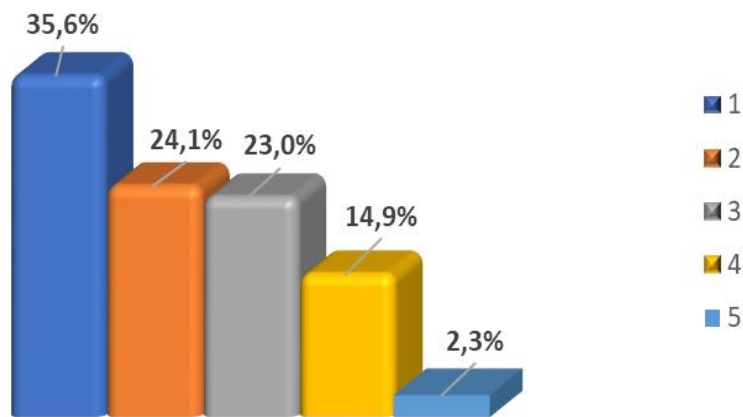
Género



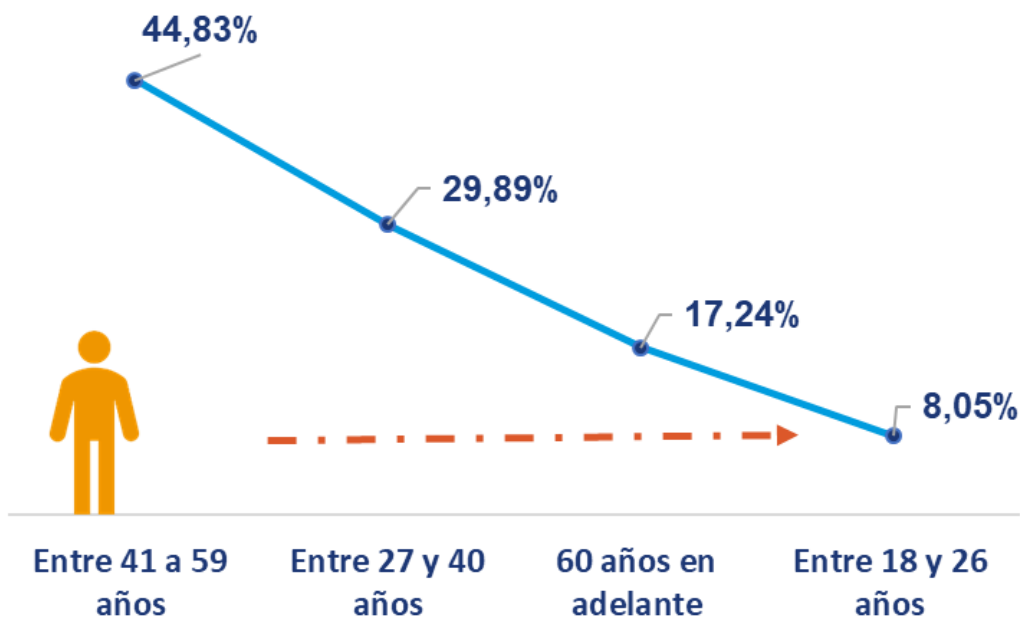
Tipo de Persona



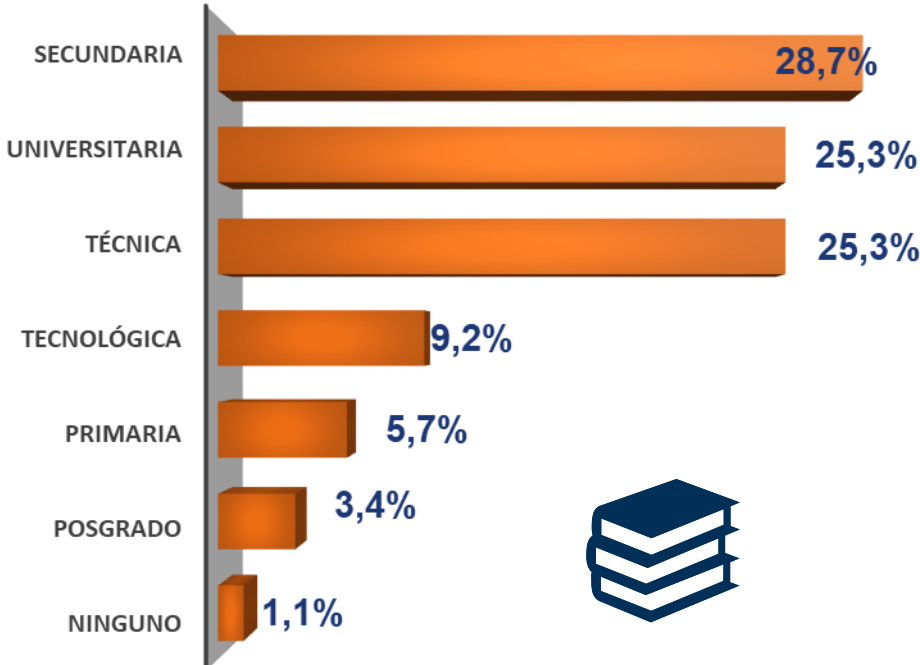
Estrato



Rango de Edad

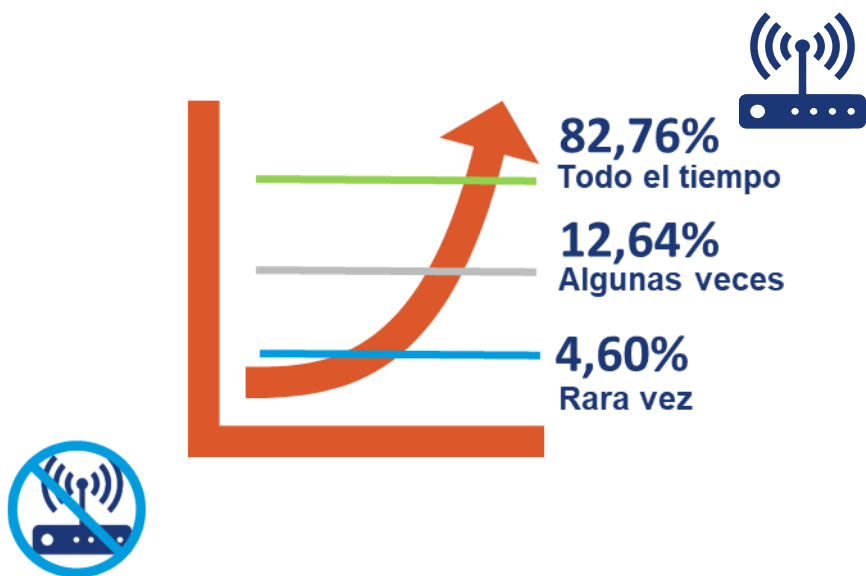


Nivel de Escolaridad

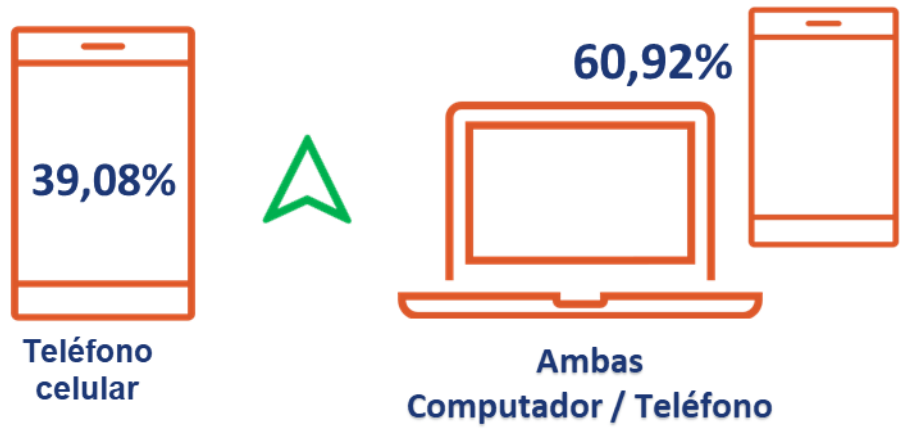


Caracterización Accesibilidad

Acceso a Internet

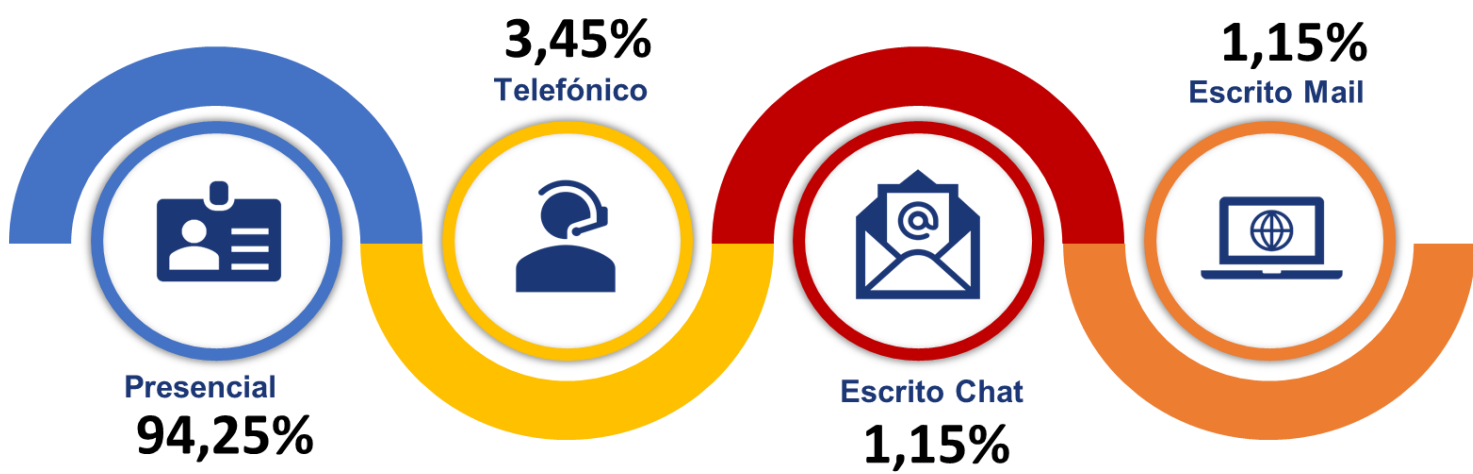


Medio de Acceso

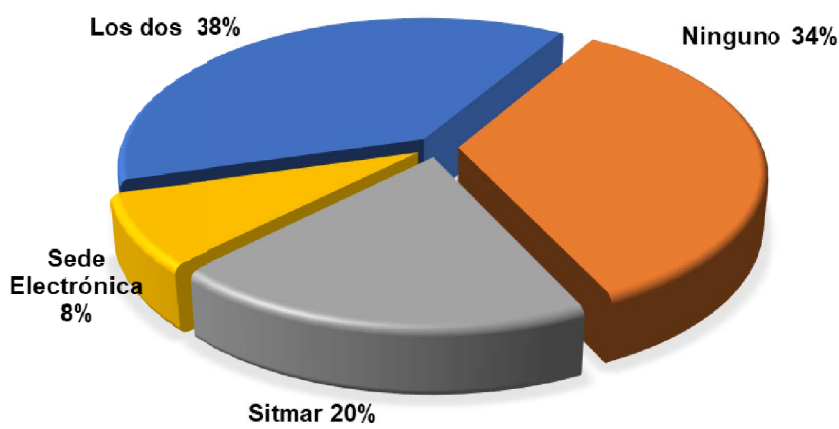


Caracterización canales de atención

Preferencias



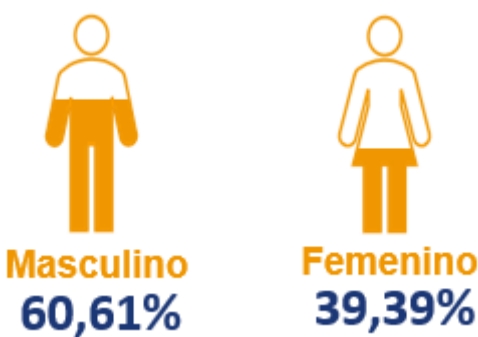
Uso de Sistemas



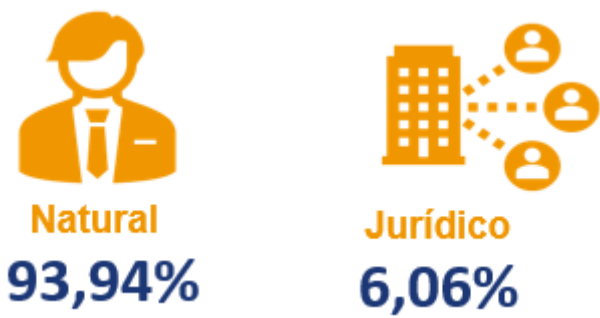


Caracterización social

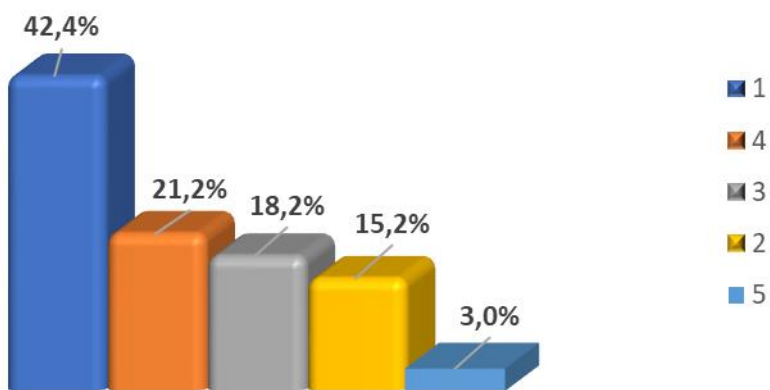
Género



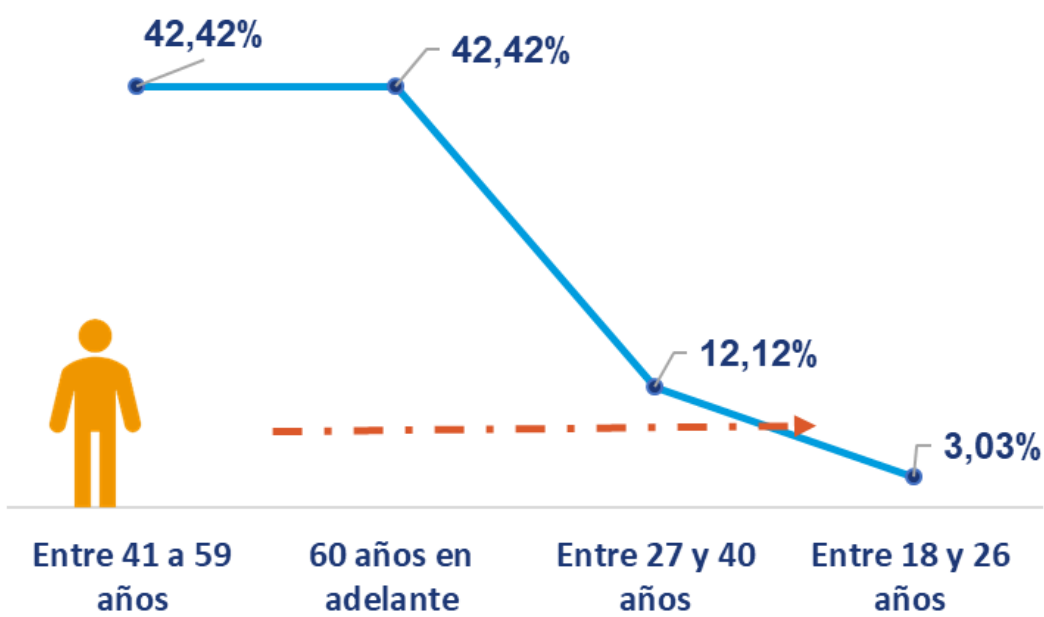
Tipo de Persona



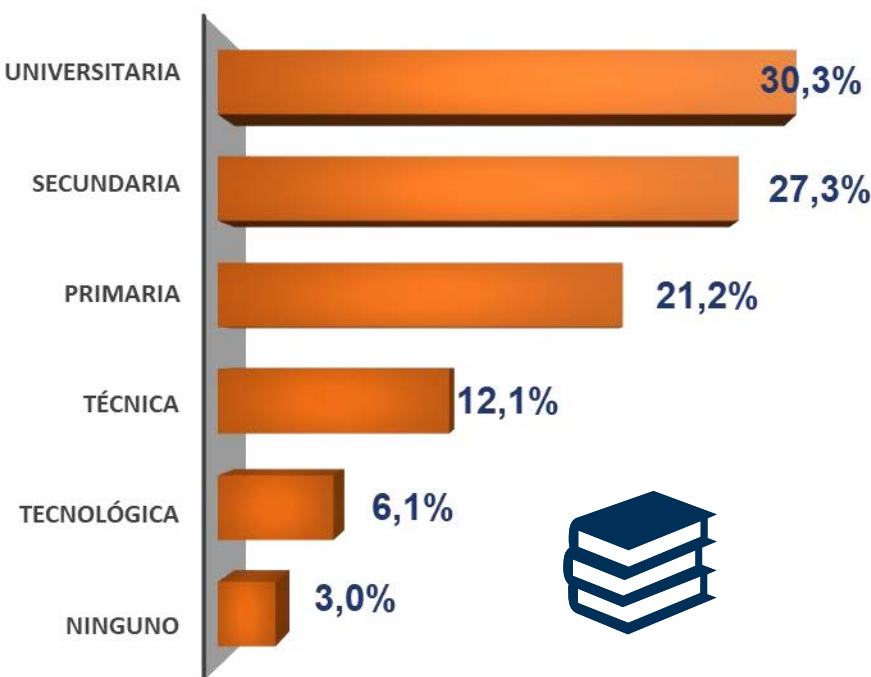
Estrato



Rango de Edad

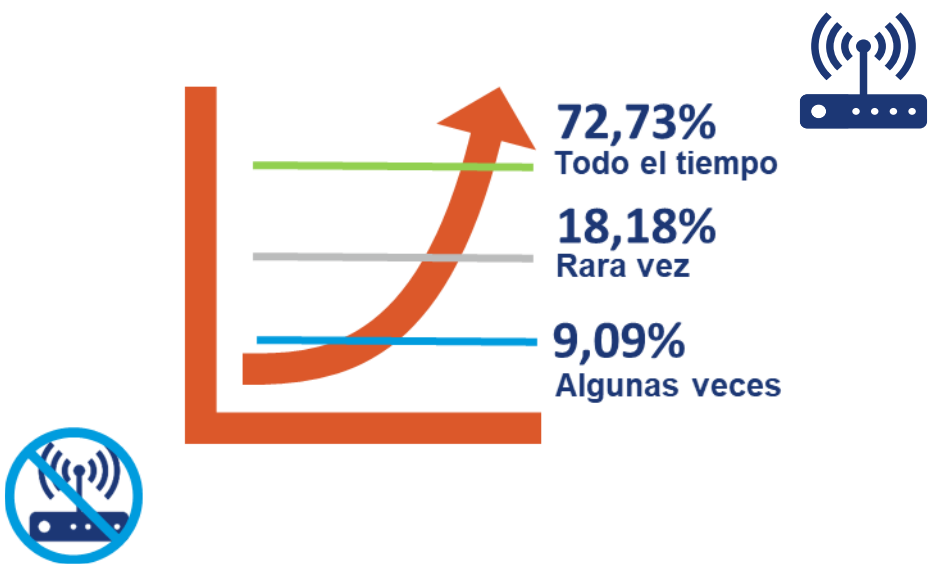


Nivel de Escolaridad

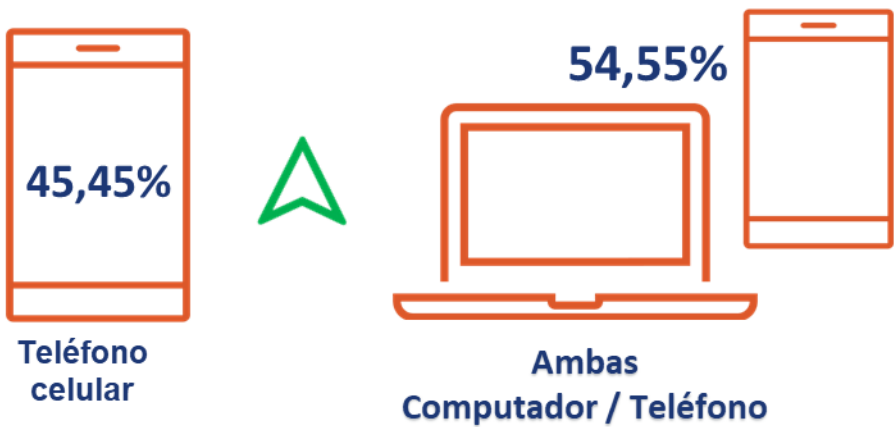


Caracterización Accesibilidad

Acceso a Internet

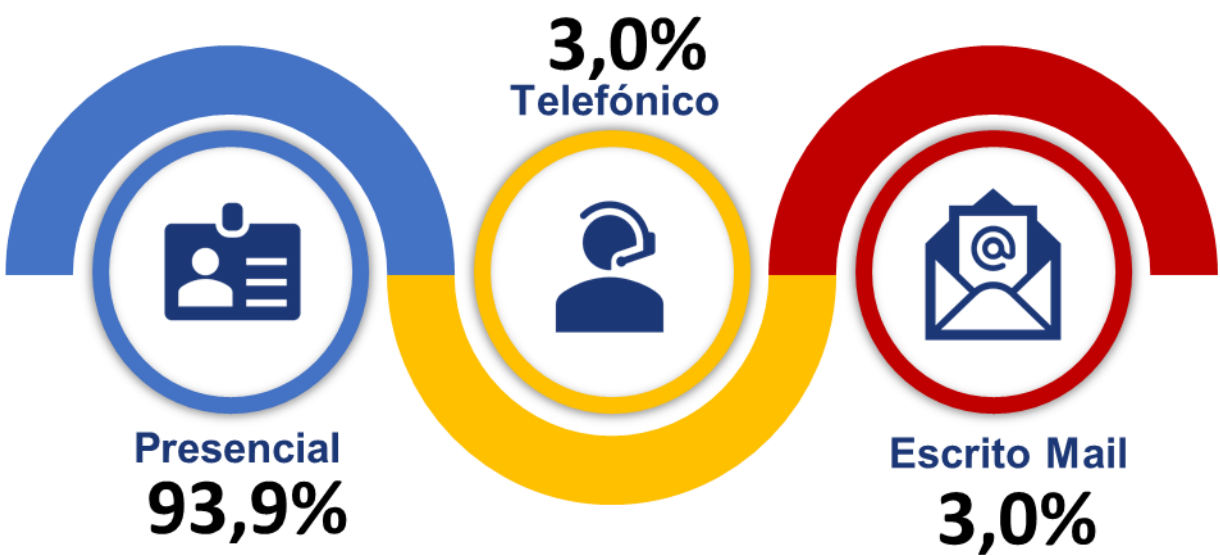


Medio de Acceso

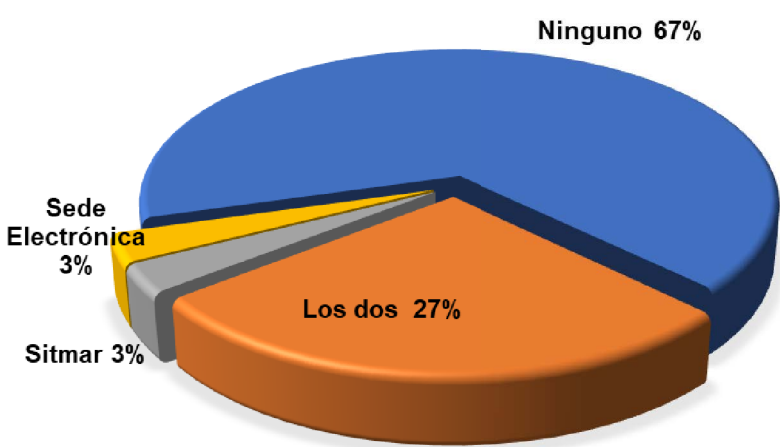


Caracterización canales de atención

Preferencias



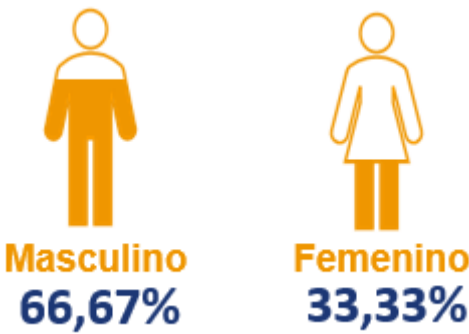
Uso de Sistemas



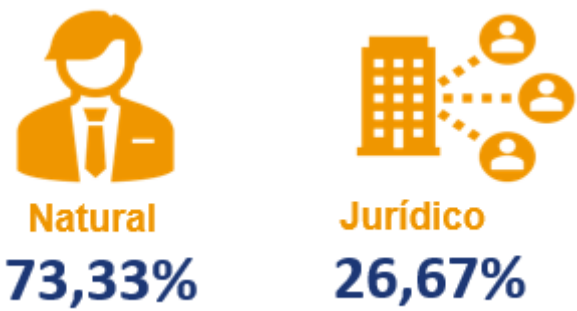


Caracterización social

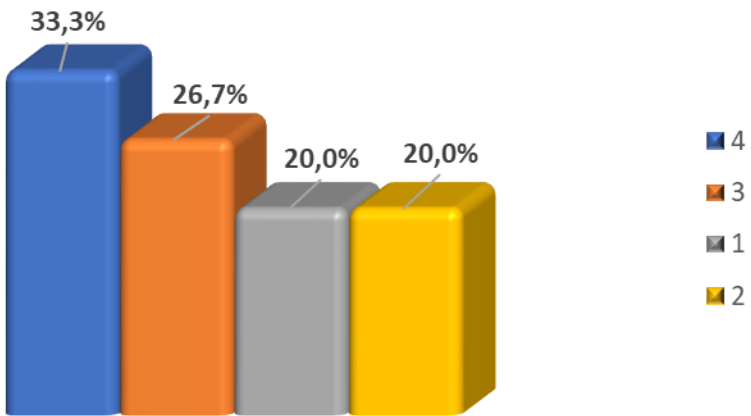
Género



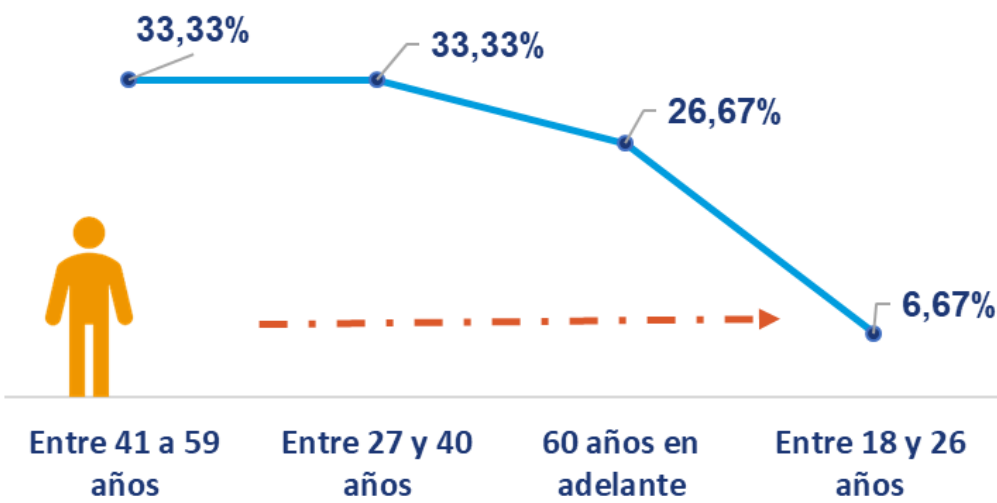
Tipo de Persona



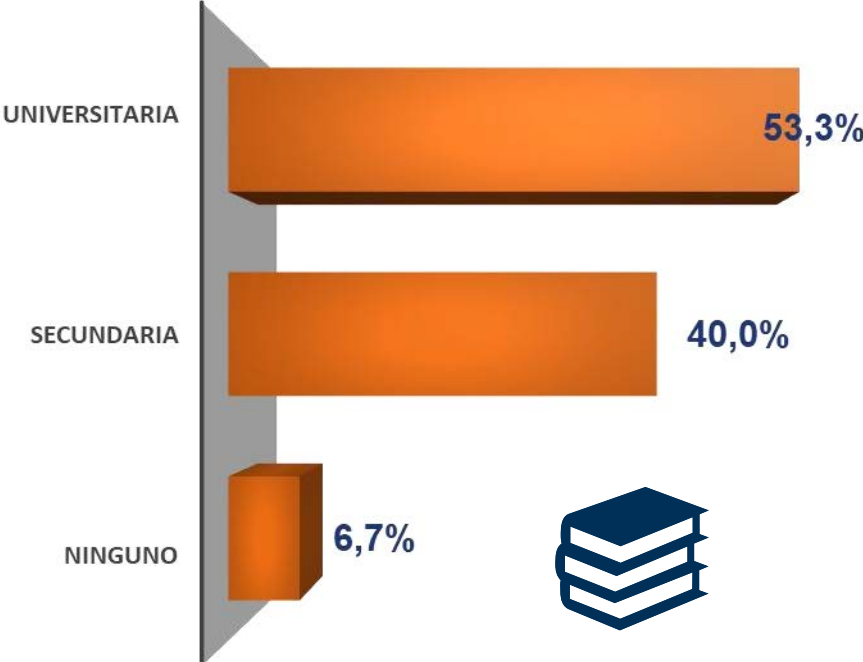
Estrato



Rango de Edad

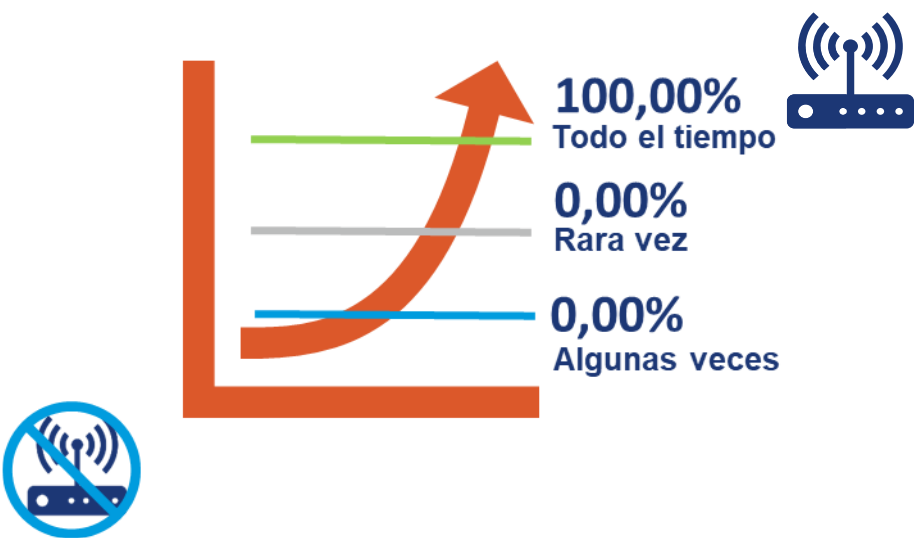


Nivel de Escolaridad

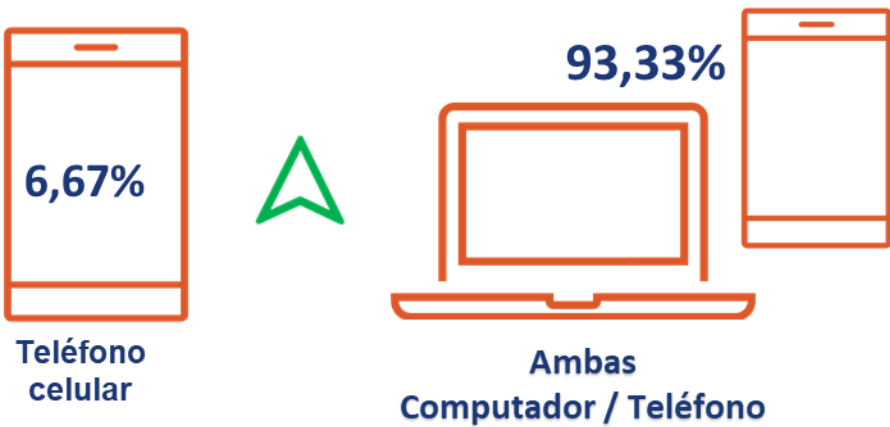


Caracterización Accesibilidad

Acceso a Internet



Medio de Acceso



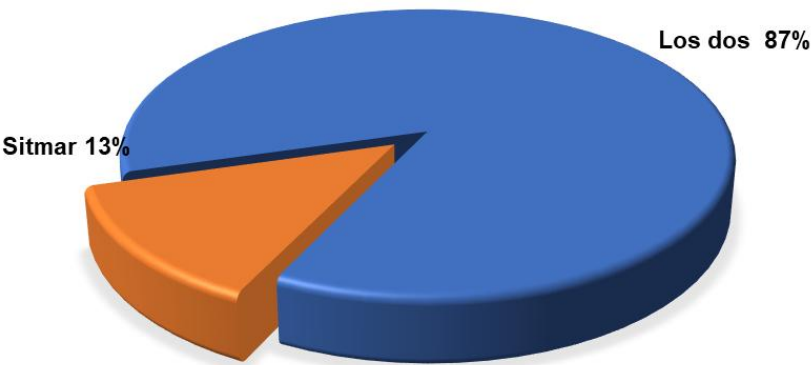
Caracterización canales de atención

Preferencias



Presencial
100,0%

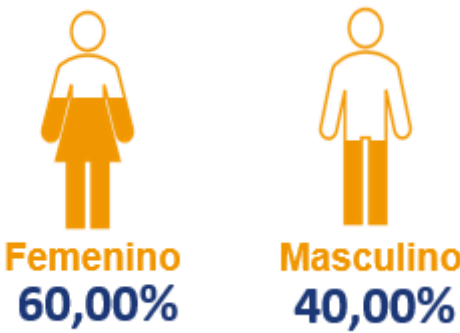
Uso de Sistemas





Caracterización social

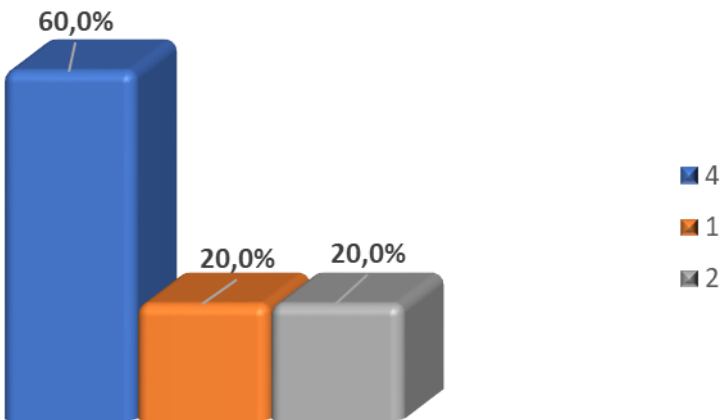
Género



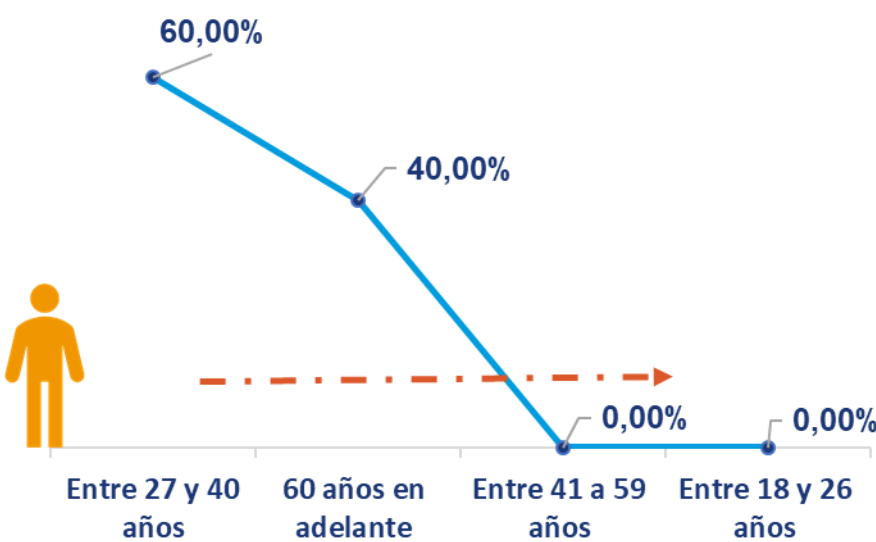
Tipo de Persona



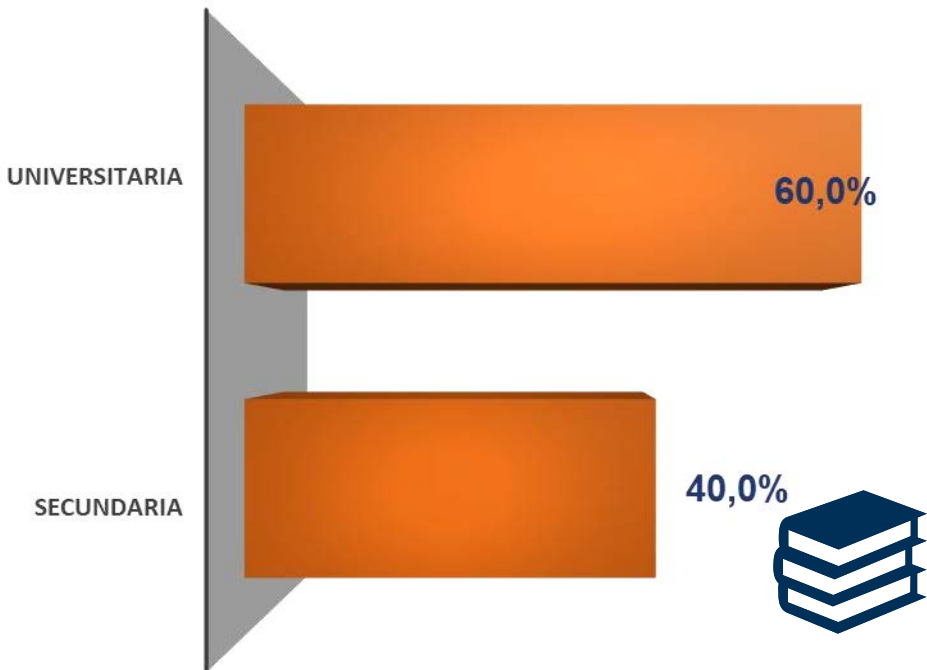
Estrato



Rango de Edad

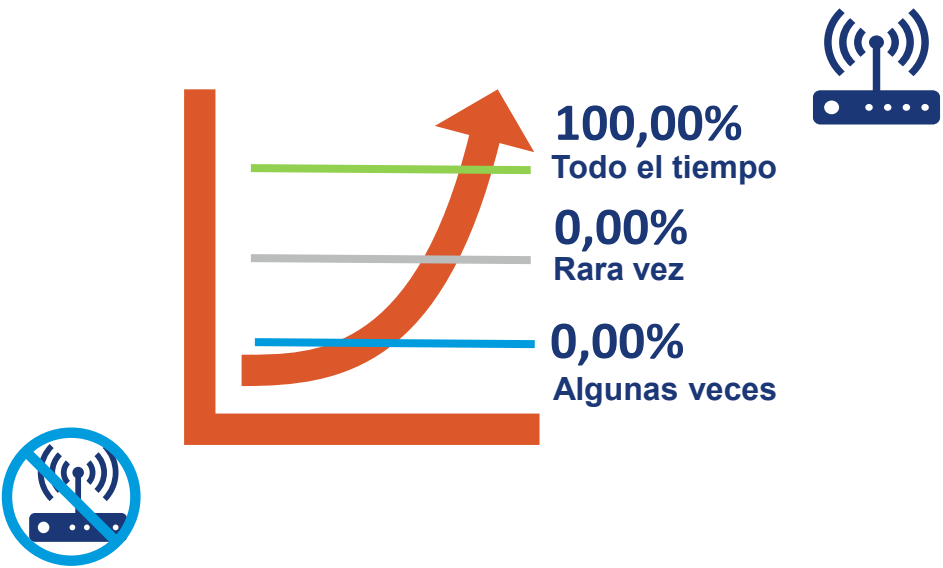


Nivel de Escolaridad

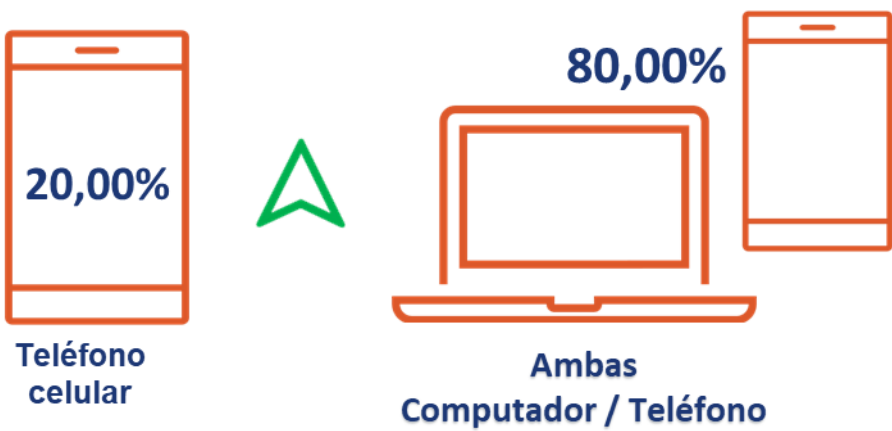


Caracterización Accesibilidad

Acceso a Internet



Medio de Acceso

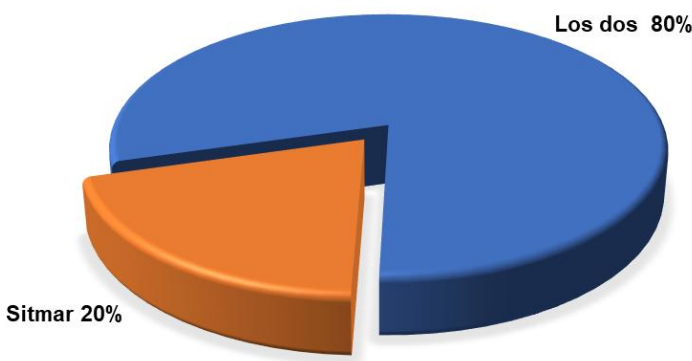


Caracterización canales de atención

Preferencias



Uso de Sistemas





Caracterización social

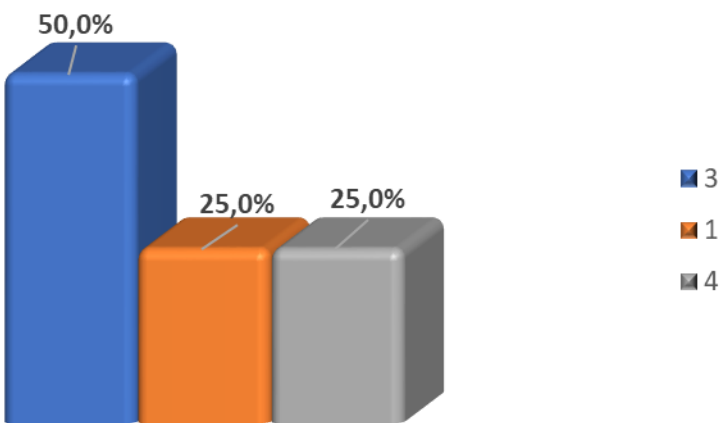
Género



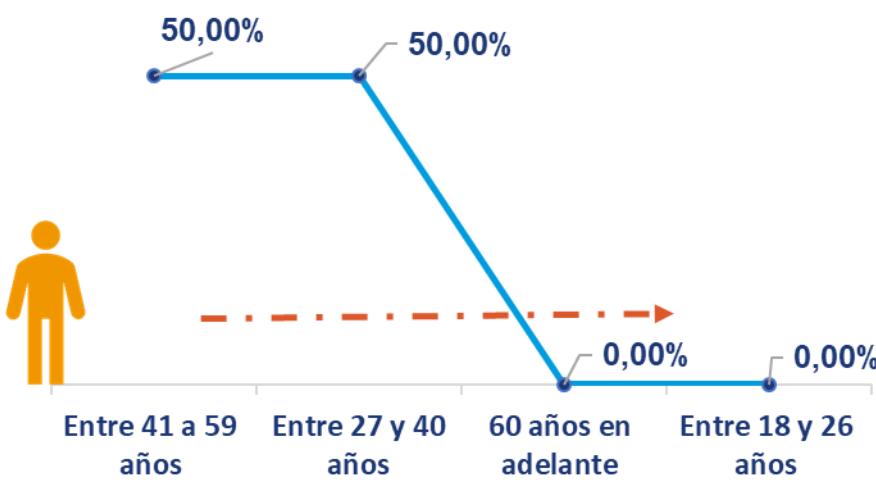
Tipo de Persona



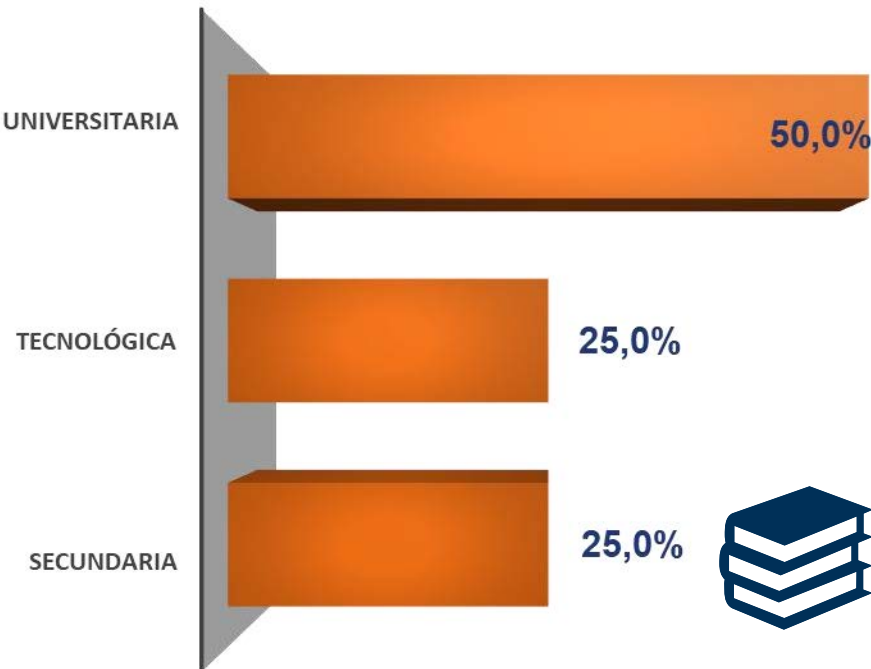
Estrato



Rango de Edad

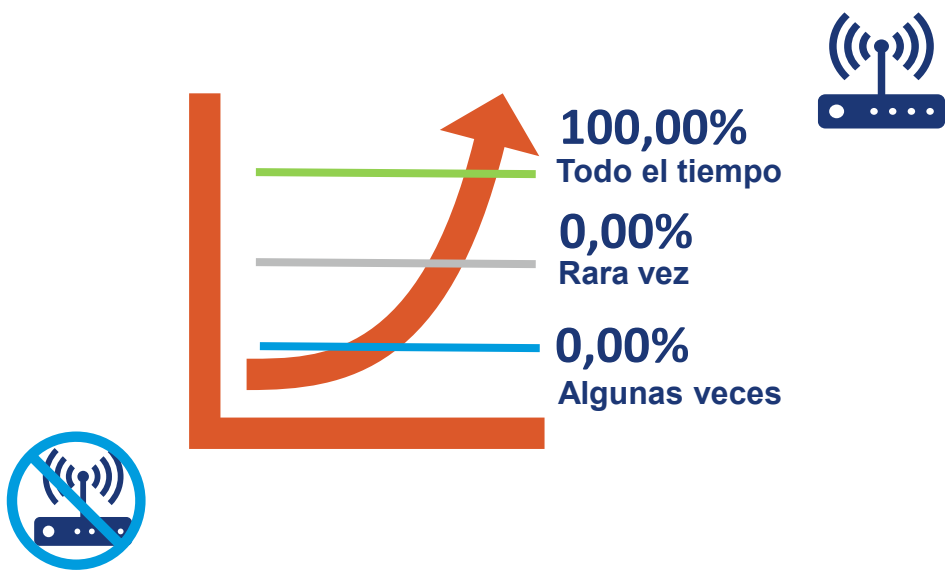


Nivel de Escolaridad

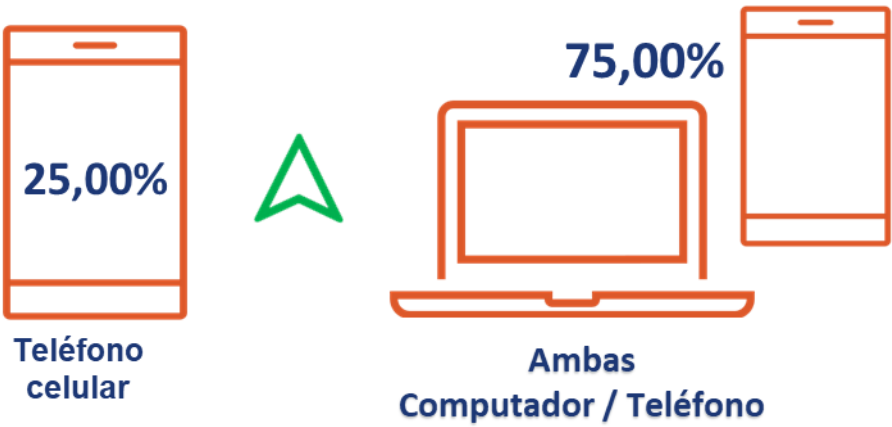


Caracterización Accesibilidad

Acceso a Internet



Medio de Acceso

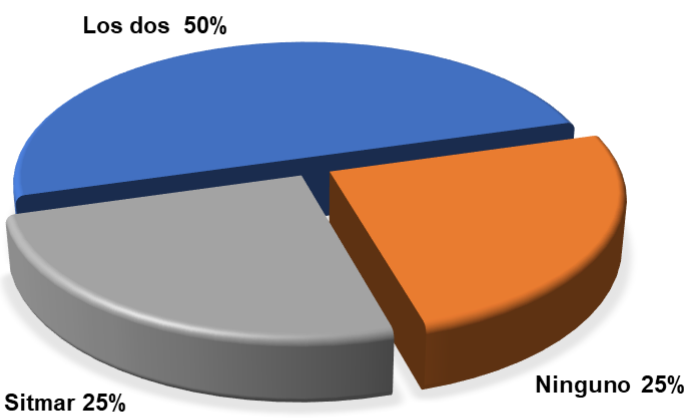


Caracterización canales de atención

Preferencias



Uso de Sistemas





Conclusiones

- ✓ **Diversidad de perfiles:** Se identificaron distintos tipos de usuarios con características y necesidades diferenciadas, lo que sugiere la necesidad de estrategias segmentadas.
- ✓ **Preferencias de canal:** La mayoría de los usuarios prefieren interactuar de forma presencial, mientras que los canales digitales se usan principalmente para la radicación de algunos trámites.
- ✓ **Barreras tecnológicas:** Una parte significativa de los usuarios tiene acceso a Internet, sin embargo, el uso de los sistemas de información es menos frecuente que los canales de atención presencial.
- ✓ **Segmentos prioritarios:** Se identificaron segmentos con mayor frecuencia de uso y nivel de influencia, lo cual orienta la priorización de mejoras.

Recomendaciones:

- ✓ Diseñar estrategias diferenciadas para cada segmento de usuario, ajustando contenidos, servicios y canales según sus necesidades.
- ✓ Continuar fortaleciendo los canales digitales, asegurando accesibilidad, usabilidad, atención efectiva y garantizando que las herramientas se adapte a cualquier medio tecnológico con el que cuenten los usuarios.
- ✓ Implementar programas de capacitación y divulgación de los canales digitales con los que cuenta la entidad para el uso de los usuarios.
- ✓ Optimizar la comunicación institucional, asegurando que la información sea clara, actualizada y fácilmente localizable en todos los canales.
- ✓ Monitorear continuamente la experiencia del usuario mediante encuestas breves o indicadores de satisfacción, para ajustar las estrategias de atención y servicio.



Ministerio de Defensa Nacional
Dirección General Marítima
Autoridad Marítima Colombiana

¡Gracias por su atención!

