

# INFORME DE CARACTERIZACIÓN DE CIUDADANÍA Y GRUPOS DE VALOR

Equipo de Servicio al Ciudadano

AGENCIA NACIONAL DE INFRAESTRUCTURA  
Informe con base en resultados encuesta institucional mayo 2025  
julio 2025





# Objetivo

Presentar el consolidado de los resultados de caracterización de la ciudadanía y grupos de valor de la Agencia Nacional de Infraestructura, con quienes interactúan las distintas áreas de la Agencia Nacional de Infraestructura, vigencia 2025, conforme a la actualización del instructivo TPSC-I-009 Caracterización de la ciudadanía y grupos de valor Versión 002.

# Metodología

El ejercicio de caracterización de ciudadanía y grupos de valor 2025 de la Entidad contó con una planificación previa en la cual se estableció la base técnica y teórica para definir el objetivo de la caracterización e instrumento a aplicar en la recolección y consolidación de información, de acuerdo con, el instructivo TPSC-I-009 Caracterización de la ciudadanía y grupos de valor, la información fue recolectada a través de un cuestionario institucional diligenciado por las diferentes dependencias internas en el periodo de mayo de 2025 a partir de la información obtenida por observación directa, documentos y bases de datos de información secundaria o primaria, que maneja cada área.

# Instrumento

El instrumento aplicado corresponde a encuesta creada desde el aplicativo FORMS, la cual contiene 19 preguntas divididas en las secciones de los identificación de área encuestada, caracterización de la ciudadanía y grupos de valor y caracterización con enfoque diferencial. Este formulario fue diligenciado por cada una de las áreas con el apoyo de Servicio al Ciudadano en encuentros individuales y generales con enlaces asignados por cada dependencia, grupo o equipo de trabajo.





# Caracterización 2025

## Ciudadanía y Grupos de Valor

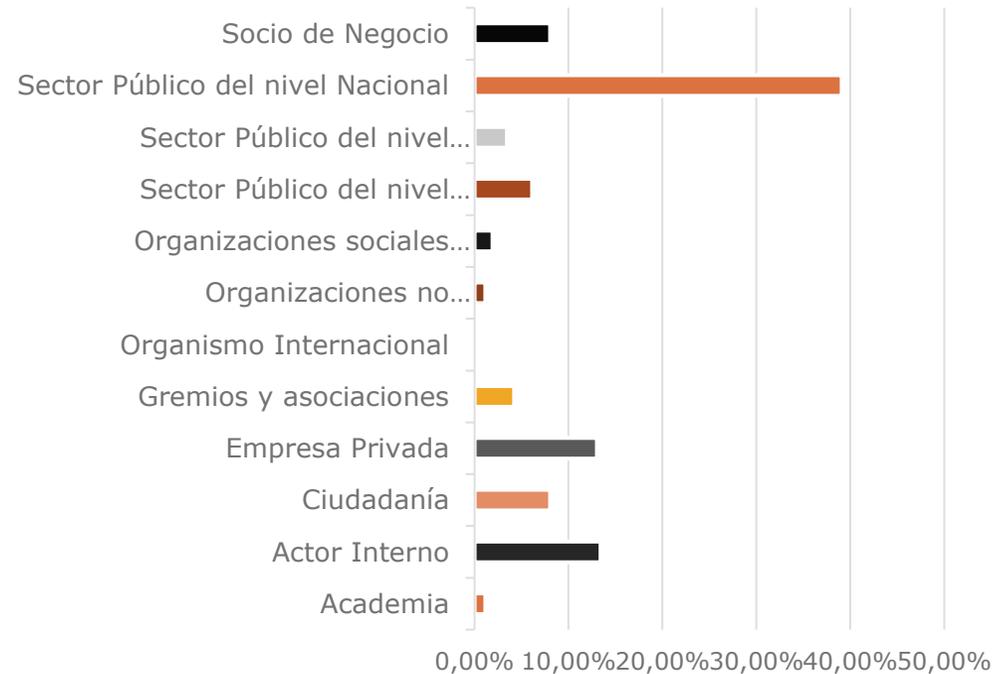
Como resultado del ejercicio de caracterización 2025, se identificaron **221** ciudadanías y grupos de valor con los que interactúa la entidad, lo que representa un aumento de 123 registros en comparación con el ejercicio de la vigencia 2024, en el que se identificaron 98. Este incremento se debe a la actualización del instrumento de recolección de información, que exigió a cada dependencia diligenciar nuevamente las ciudadanías y grupos de valor con los que interactúan en el marco de sus actividades, con el fin de obtener mayor estandarización y detalle de los datos.

A continuación, se presenta el porcentaje de representación de cada categoría, dentro de la ciudadanía y los grupos de valor identificados.

Categoría Ciudadanía y Grupo de Valor	Participación
Academia	1,15%
Actor Interno	13,41%
Ciudadanía	8,05%
Empresa Privada	13,03%
Gremios y asociaciones	4,21%
Organismo Internacional	0,38%
Organizaciones no gubernamentales	1,15%
Organizaciones sociales representativas de la comunidad	1,92%
Sector Público del nivel Departamental o Regional	6,13%
Sector Público del nivel Municipal o Distrital	3,45%
Sector Público del nivel Nacional	39,08%
Socio de Negocio	8,05%
<b>Total general</b>	<b>100,00%</b>



# Categorías Ciudadanía y Grupos de Valor



La gráfica evidencia que la mayoría de los actores con los que interactúa la Entidad pertenecen al Sector Público del nivel nacional, mientras que la menor interacción se da con organismos internacionales.





# Nube de palabras

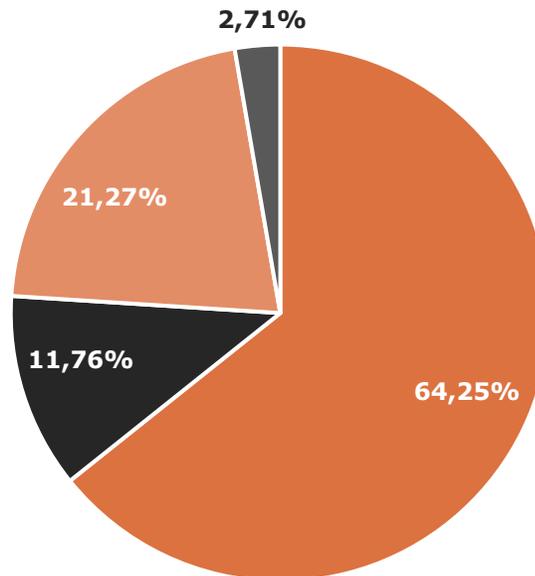
## Nombre de la Ciudadanía y Grupos de Valor



La imagen ilustra las palabras de mayor frecuencia asociadas a la ciudadanía y a los grupos de valor identificados con los que interactúan las áreas de la Entidad.



# Tipo de actor según nivel de Influencia e interés Ciudadanía y Grupos de Valor



Como se evidencia en la gráfica, la ciudadanía y grupos de valor identificados se caracterizan en un **64,25%** como actores clave de acuerdo con el nivel de influencia e interés de estos, sobre la gestión de la Entidad.

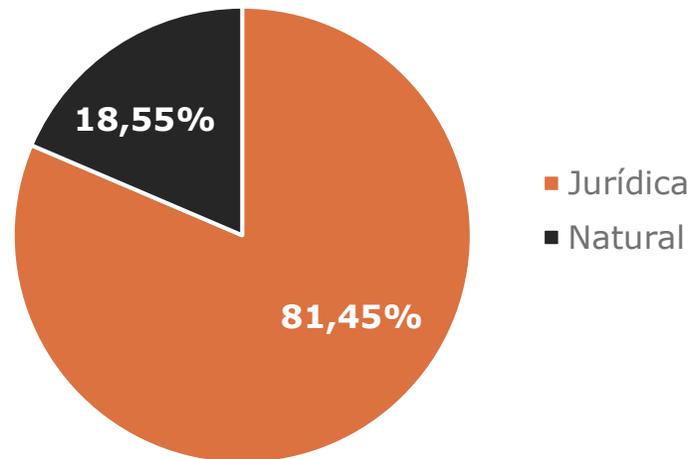
- Alta influencia – Alto interés (Actor clave) Tienen alto poder y fuerte interés en el éxito del proyecto o la entidad.
- Alta influencia – Bajo interés (Actor Movilizador) Tienen capacidad para generar movilización, aunque no estén muy interesados o involucrados directamente.
- Baja influencia – Alto interés (Actor cooperante) Aunque tienen poco poder, están muy interesados y pueden influir indirectamente.
- Baja influencia – Bajo interés (Actor Indiferente) Tienen poco interés y escasa capacidad de influencia.





# Resultados variables caracterización Ciudadanía y Grupos de Valor 2025

## Tipo de persona Ciudadanía y Grupos de Valor

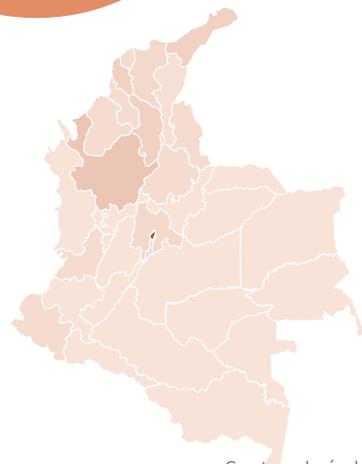
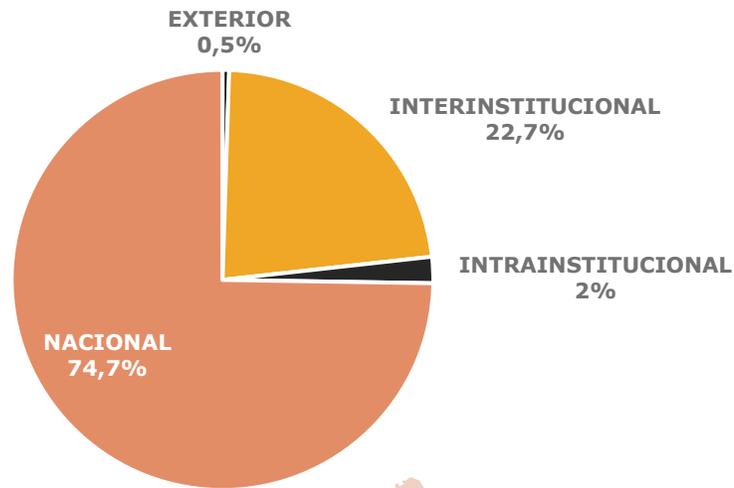
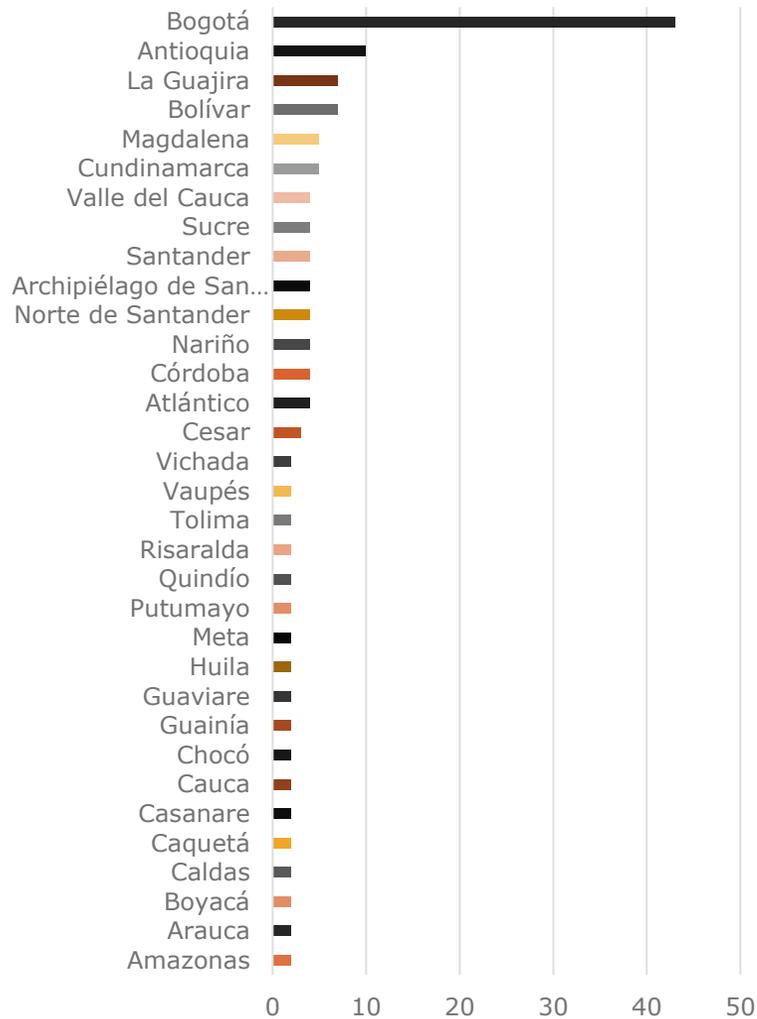


Como se evidencia en la gráfica la mayoría de los actores con los que interactúa de forma directa la Entidad son personas jurídicas, es decir, organizaciones.





# Localización Ciudadanía y Grupos de Valor

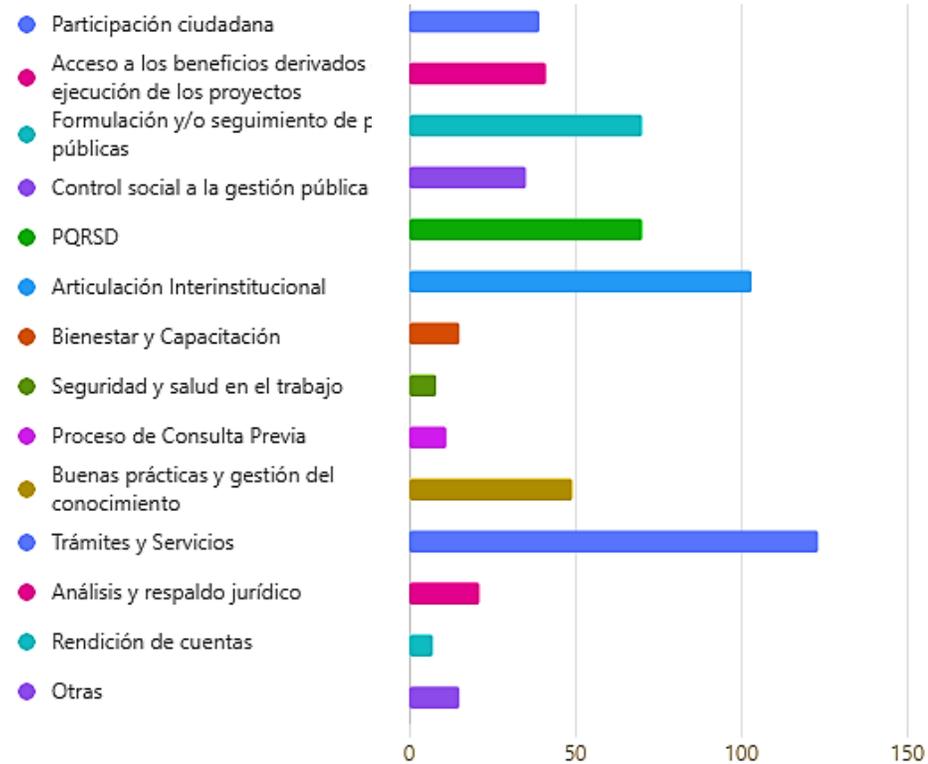


Con tecnología de Bing  
© Microsoft, OpenStreetMap, Overture Maps Foundation

La localización 'Interinstitucional' hace referencia a actores con los que se gestiona a nivel nacional y cuya ubicación no puede asociarse a una zona geográfica determinada. Igualmente, se incluye la localización 'Intrainstitucional', correspondiente a los actores internos.



# Necesidades Ciudadanía y Grupos de Valor

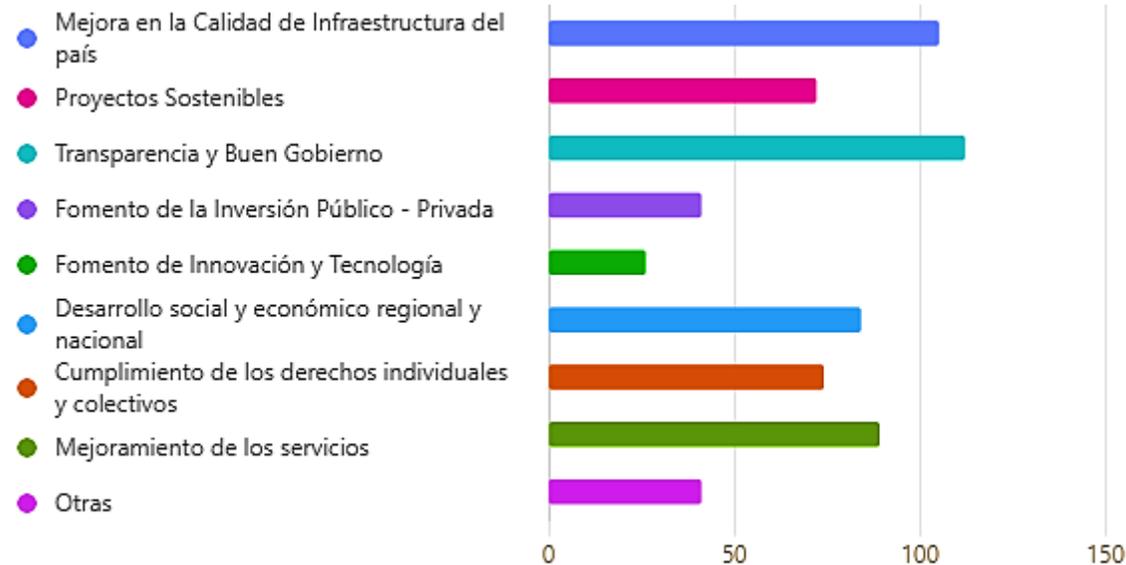


La gráfica evidencia que las necesidades de la ciudadanía y grupos de valor se concentran mayoritariamente en los trámites y servicios que brinda la Entidad y la Gestión Interinstitucional que desarrolla.



# Expectativas

## Ciudadanía y Grupos de Valor

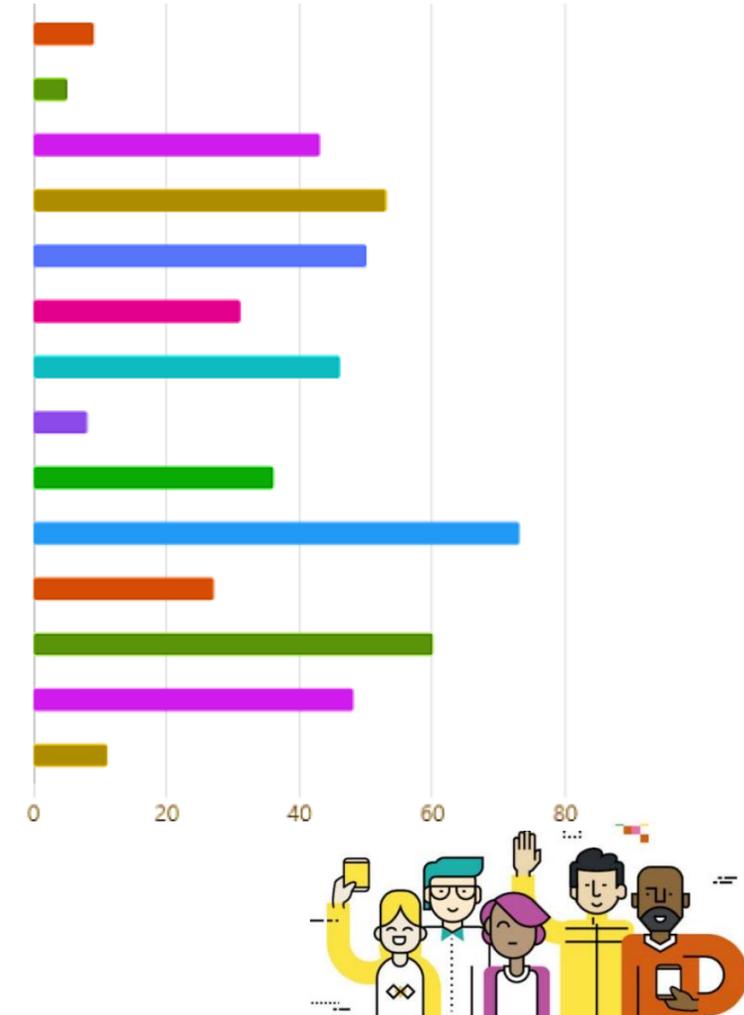


“La gráfica muestra que las expectativas de la ciudadanía y los grupos de valor respecto a la gestión de la Entidad se centran, en su mayoría, en la mejora de la calidad de la infraestructura del país, así como en la promoción de la transparencia y el buen gobierno.



# Temas consultados

## Ciudadanía y Grupos de Valor

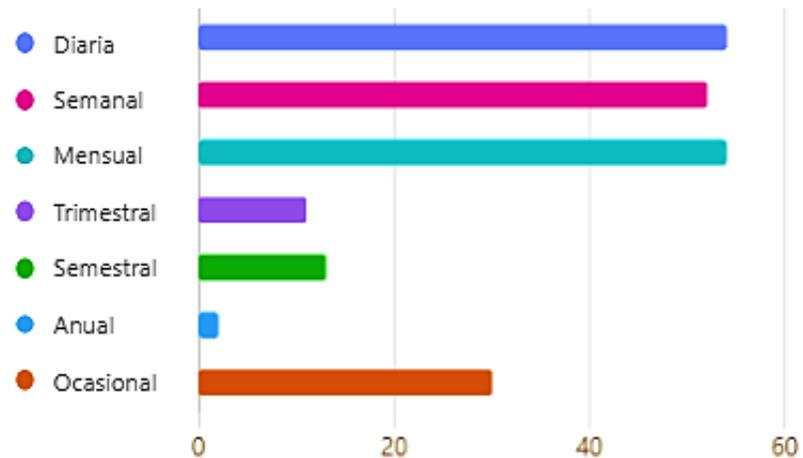


# Instancias de encuentro Ciudadanía y Grupos de Valor



# Frecuencia de interacción

## Ciudadanía y Grupos de Valor

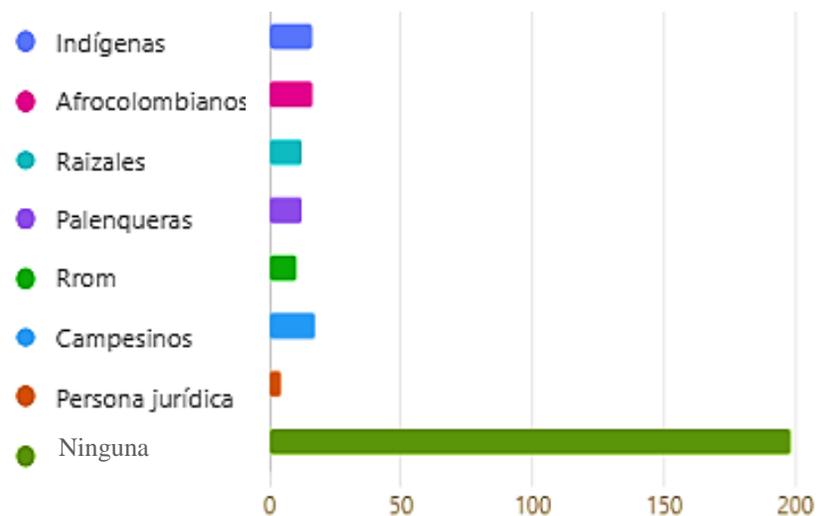


La frecuencia de interacción de la mayoría de la ciudadanía y los grupos de valor identificados es mensual o diaria, lo que evidencia un contacto constante entre las áreas de la ANI y sus grupos de valor. En este sentido, resulta fundamental asegurar la operación continua de los canales de comunicación, garantizando su agilidad y disponibilidad.



# Identidad cultural

## Ciudadanía y Grupos de Valor

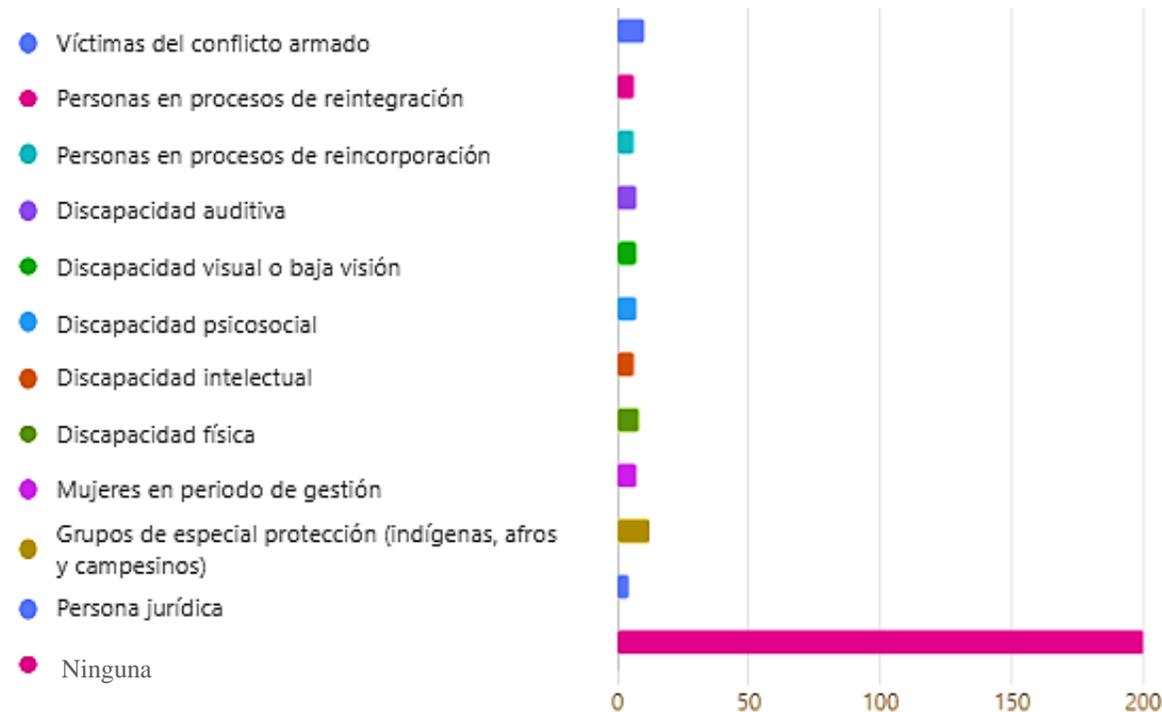


El valor 'Ninguna' refleja que no fue posible identificar la pertenencia dichas ciudadanías o grupos de valor considerados en una población específica por identidad cultural.



# Población vulnerable

## Ciudadanía y Grupos de Valor

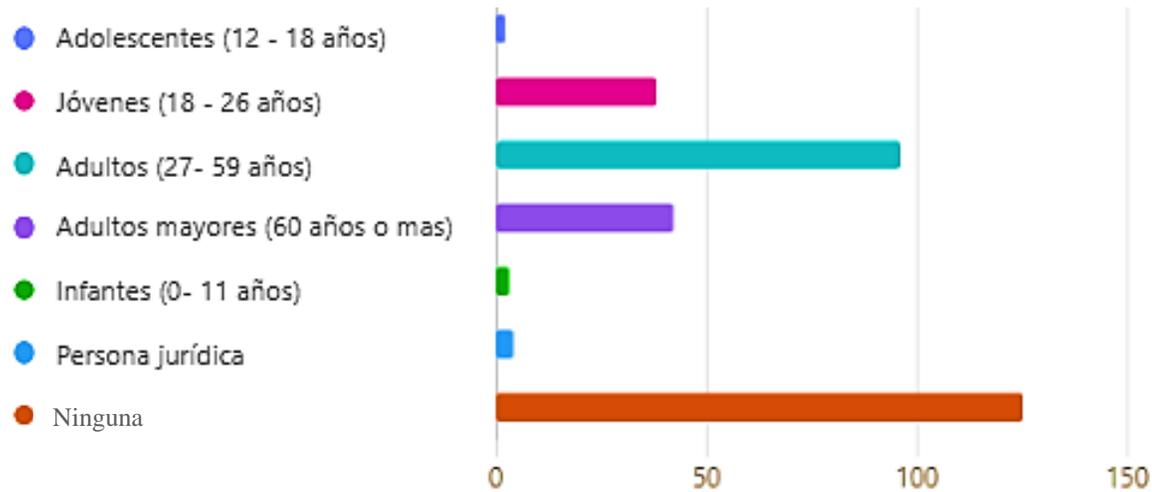


El valor 'Ninguna' refleja que no fue posible identificar la pertenencia de las ciudadanías o grupos de valor considerados en una población específica por población vulnerable.



# Grupo etario

## Ciudadanía y Grupos de Valor

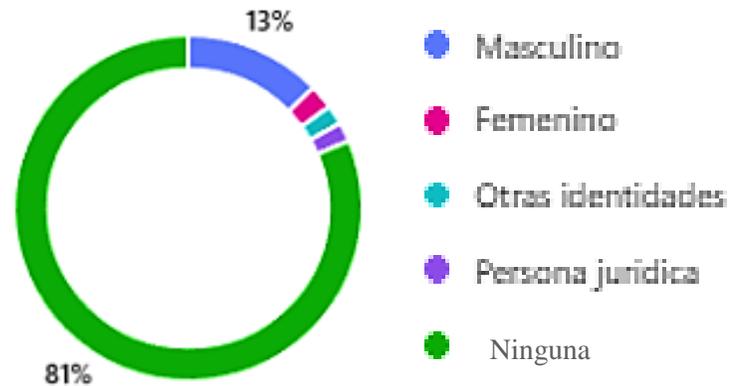


El valor 'Ninguna' refleja que no fue posible identificar la pertenencia de las ciudadanías o grupos de valor considerados en una población específica por grupo etario.



# Identidad de género

## Ciudadanía y Grupos de Valor

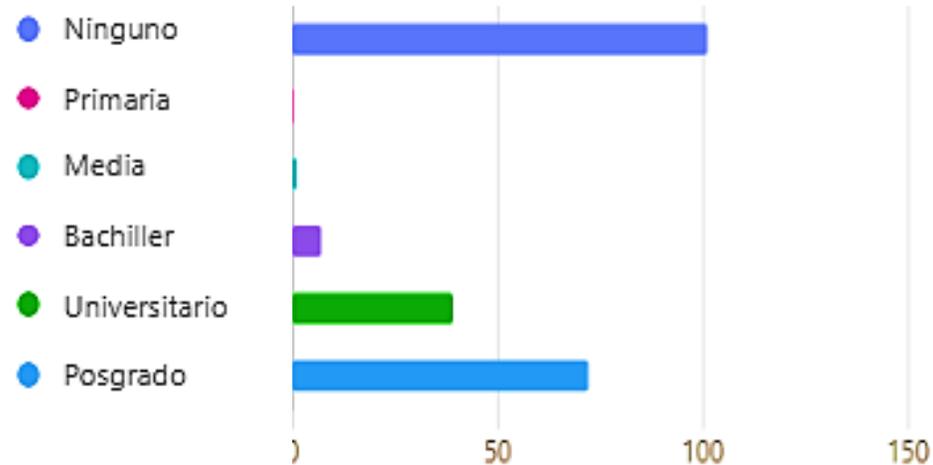


El valor 'Ninguna' refleja que no fue posible identificar la pertenencia de las ciudadanías o grupos de valor considerados en una población específica identidad de género.



# Nivel de estudio

## Ciudadanía y Grupos de Valor

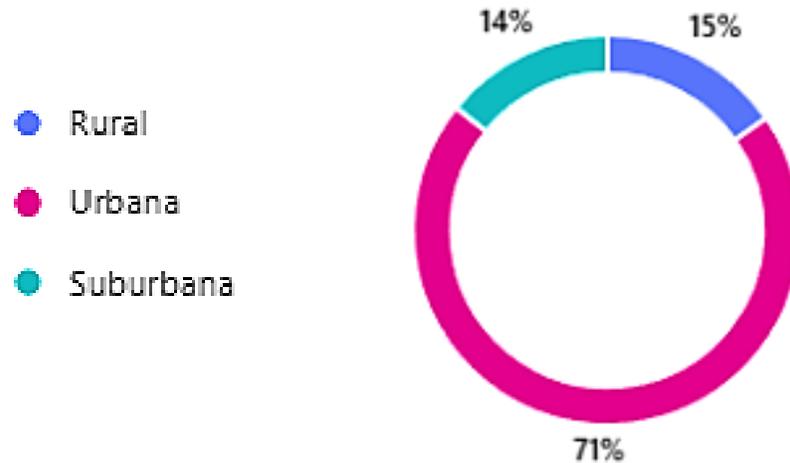


Predominan los grupos con formación universitaria o técnica, lo que puede facilitar procesos participativos más informados, aunque también requiere adaptar lenguaje y enfoques.



# Zona de ubicación

## Ciudadanía y Grupos de Valor



La mayoría de los grupos de valor se ubican en zonas urbanas, aunque hay presencia significativa en áreas rurales. Esto sugiere retos en cobertura y accesibilidad territorial.

