



**INFORME DE RESULTADOS ENCUESTA DE SATISFACCIÓN Y PERCEPCIÓN
DEL CLIENTE EXTERNO**

DAVIANIS PAULINA ACOSTA AVILA
Asesora de Comunicaciones, Atención y Servicio al Ciudadano

CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DE LA GUAJIRA
Riohacha – La Guajira
Enero de 2020



INFORME DE RESULTADOS ENCUESTA DE SATISFACCIÓN Y PERCEPCIÓN DEL CLIENTE EXTERNO

PERIODO: Cuarto Trimestre de 2019.

OFICINA: Asesora de Comunicaciones, Atención y Servicio al Ciudadano

RESPONSABLE: Davianis Paulina Acosta Ávila

ALCANCE: Mediar la satisfacción y percepción de los clientes externos de la Corporación

FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA:

En el cuarto trimestre de 2019 se aplicó el instrumento diseñado por la Corporación para medir el nivel de satisfacción y conocer la percepción del servicio ofrecido por la Corporación a los grupos de interés externos; la encuesta se estructuró en doce (12) ítems entre los cuales se encuentran cuatro (4) preguntas cerradas, Cinco (5) preguntas semi-abiertas y Tres (3) preguntas abiertas. Los Cinco (5) primeros ítems son de corte geográficos y demográficos, donde se buscó determinar la procedencia, sexo y edad de los clientes; de la misma forma, existen Cuatro (4) ítems formulados para obtener información relativa respecto a la utilidad de los canales de atención al ciudadano y los temas de interés de los encuestados.

Se aclara que con la finalidad de conocer la percepción del servicio que presta la Corporación, se formularon dos (2) preguntas cerradas, las cuales por su connotación serán determinantes para establecer la calificación y nivel de satisfacción del servicio y la percepción que tiene el cliente externo de la imagen de la Corporación.

Así mismo, el instrumento de medición contó con un espacio opcional para la formulación de recomendaciones o comentarios para la mejora de la gestión, los cuales serán descritos en las consideraciones finales del presente informe.

La encuesta fue aplicada a través de dos (2) modalidades: Presencialmente se diligenciaron 7 formularios por parte de los visitantes a la sede principal de la Corporación, mientras que 29 encuestas fueron diligenciadas de forma electrónica por personas que han realizado uso de los canales de información dispuestos por la entidad.

En este sentido, para el periodo 1 de Octubre de 2019 a 31 de Diciembre de 2019 se aplicaron 187 encuestas e las cuales se recibió el diligenciamiento de 36 de ellas, de acuerdo con los mecanismos antes descritos.

La aplicación del instrumento de medición obtuvo la participación de Oficina de Comunicaciones, Atención y Servicio al Ciudadano, desde donde se remitió vía electrónica el enlace de la encuesta a los usuarios con registros PQRSD y Quejas Ambientales, además de la aplicación física del instrumento a algunos usuarios que hicieron presencia en las instalaciones de la Corporación.

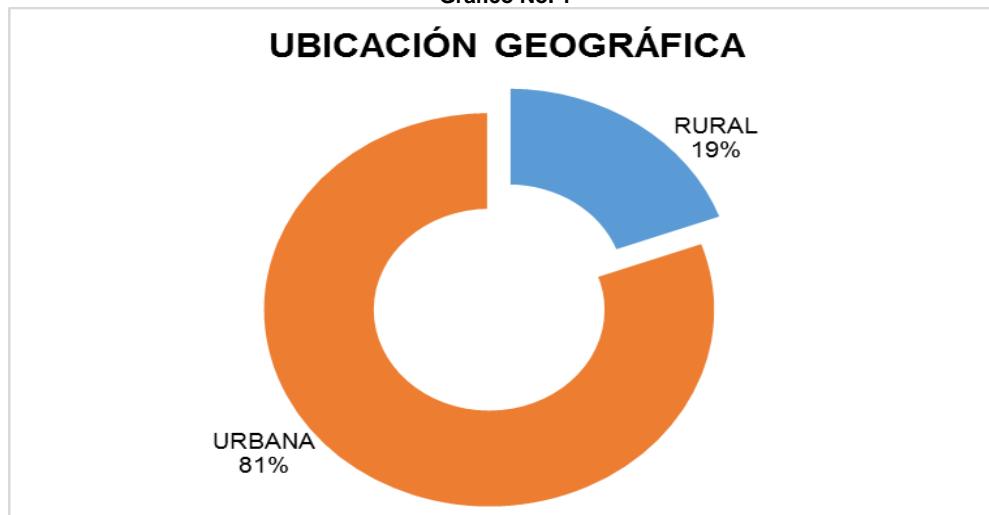
ANALISIS DE RESULTADOS:

- El primer ítem de la encuesta buscó conocer **la ubicación o lugar de procedencia del cliente**, respecto a los cual se obtuvo la siguiente información estadística:

Tabla No. 1: Ubicación del Cliente

VARIABLE: UBICACIÓN	RURAL	URBANA	TOTAL
FRECUENCIA	7	29	36
FRECUENCIA RELATIVA	0,19	0,81	1
%	19,44	80,56	100

Gráfico No. 1



Mediante la aplicación del instrumento de medición se logró conocer que el 80,56% de las personas encuestadas correspondieron a residentes en cabeceras municipales o zonas urbanas, mientras que el 19,44% son habitantes de lugares perimetrales o zonas rurales.

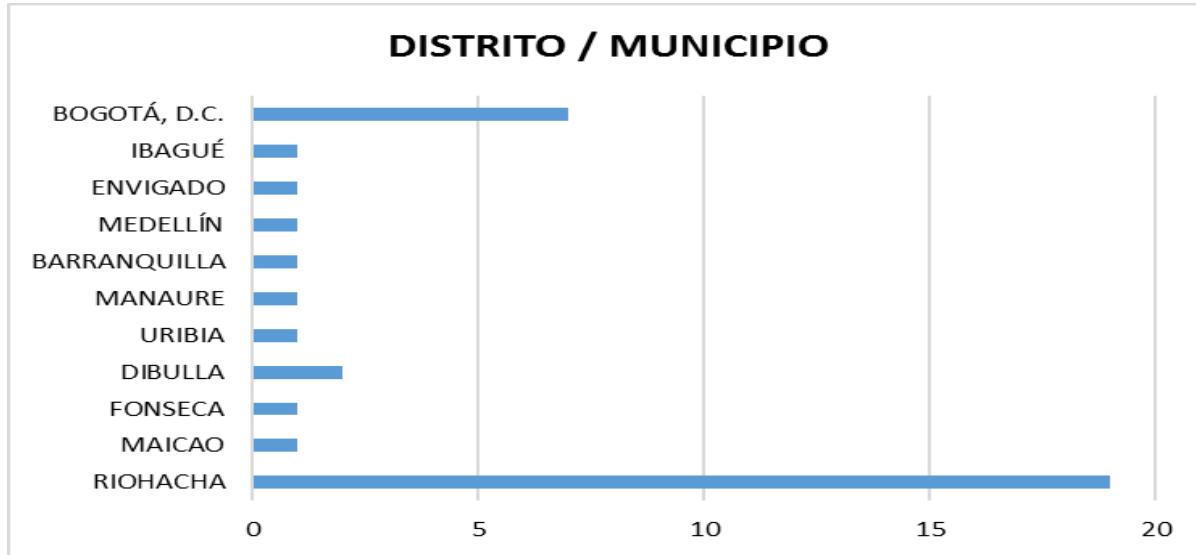
- En el segundo ítem se indagó por el **municipio o lugar en el cual se encuentra radicada la persona encuestada**; respecto a lo cual se obtuvo la siguiente información:

El 52,78% de las personas que atendieron el diligenciamiento del instrumento manifestaron estar radicadas en la ciudad de Riohacha D.E.T. y C., el 19,44% indicó que reside en la ciudad de Bogotá, D.C., el 5,56% señaló residir en el municipio de Dibulla, mientras que con un porcentaje equivalente al 2,78% se encontraron los siguientes municipios: Maicao, Fonseca, Uribía, Manaure, Barranquilla D.E., Medellín, Envigado e Ibagué (ver tabla y gráfico No. 2)

Tabla No. 2

VARIABLE: MUNICIPIO	DISTRITO / MUNICIPIO										TOTAL
	RIOHACHA	MAICAO	FONSECA	DIBULLA	URIBIA	MANAURE	BARRANQUILLA	MEDELLÍN	ENVIGADO	IBAGUÉ	
FRECUENCIA	19	1	1	2	1	1	1	1	1	1	36
FRECUENCIA RELATIVA	0,53	0,03	0,03	0,06	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	1,00
%	52,78	2,78	2,78	5,56	2,78	2,78	2,78	2,78	2,78	2,78	19,44
											100,00

Gráfico No. 2

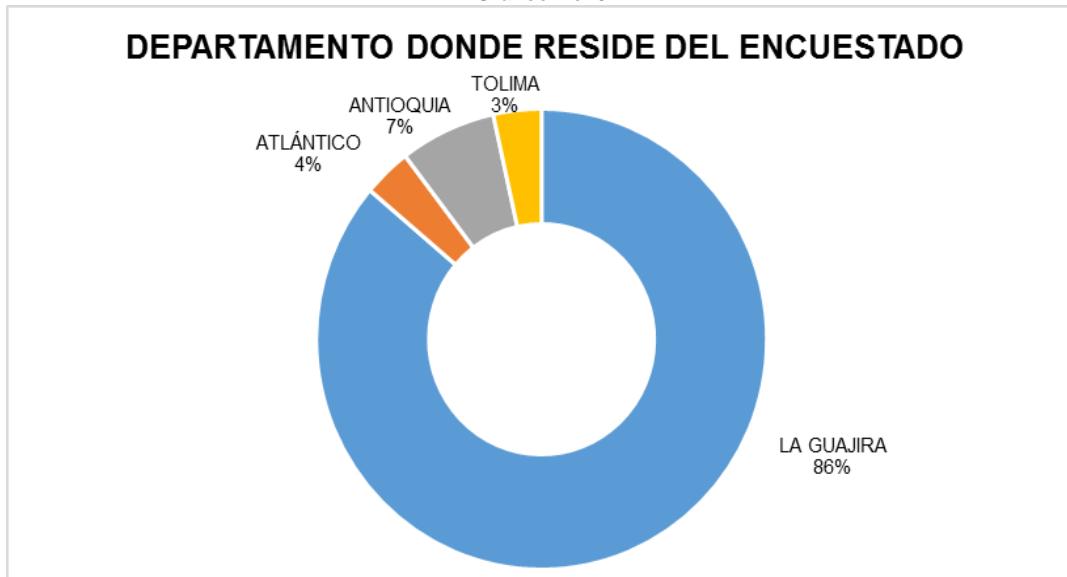


3. Igualmente se consultó sobre la **jurisdicción departamental del cliente**, obteniendo los siguientes resultados:

Tabla No. 3

CRITERIO	DEPARTAMENTO					TOTAL
	LA GUAJIRA	ATLÁNTICO	ANTIOQUIA	TOLIMA	CUNDINAMARCA	
FRECUENCIA	25	1	2	1	7	36
FRECUENCIA RELATIVA	0,69	0,03	0,06	0,03	0,19	1,00
%	69,44	2,78	5,56	2,78	19,44	100,00

Gráfico No. 3



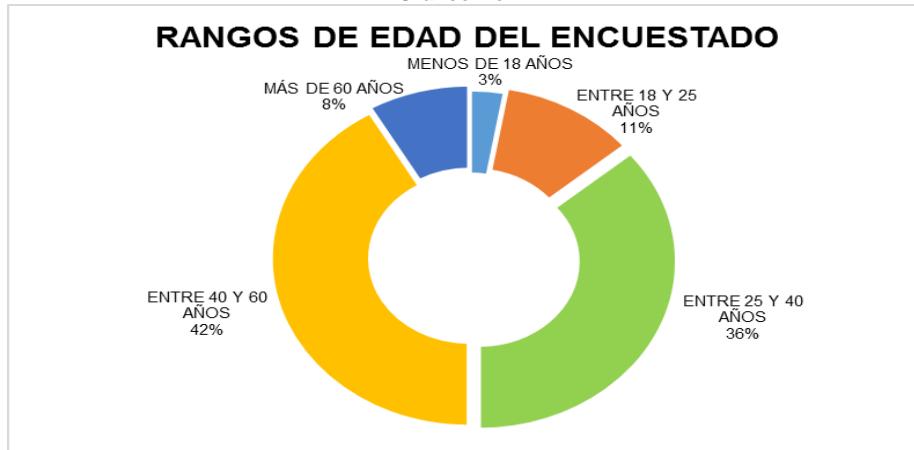
Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en el numeral anterior, se indica que los departamentos en los cuales se encuentran radicados los clientes encuestados fueron en orden descendente La Guajira con el 69,44%, Cundinamarca con el 19,44%, Antioquia con el 5,56%, Atlántico con el 2,78% y Tolima con el 2,78%.

4. Con el objetivo de conocer características específicas sobre los grupos de edad de la Corporación, se consultaron los **rangos de edades** de las personas encuestadas, estos fueron los resultados:

Tabla No. 4

CRITERIO	VARIABLE: RANGO DE EDAD					TOTAL
	MENOS DE 18 AÑOS	ENTRE 18 Y 25 AÑOS	ENTRE 25 Y 40 AÑOS	ENTRE 40 Y 60 AÑOS	MÁS DE 60 AÑOS	
FRECUENCIA	1	4	13	15	3	36
FRECUENCIA RELATIVA	0,03	0,11	0,36	0,42	0,08	1
%	2,78	11,11	36,11	41,67	8,33	100

Gráfico No. 4



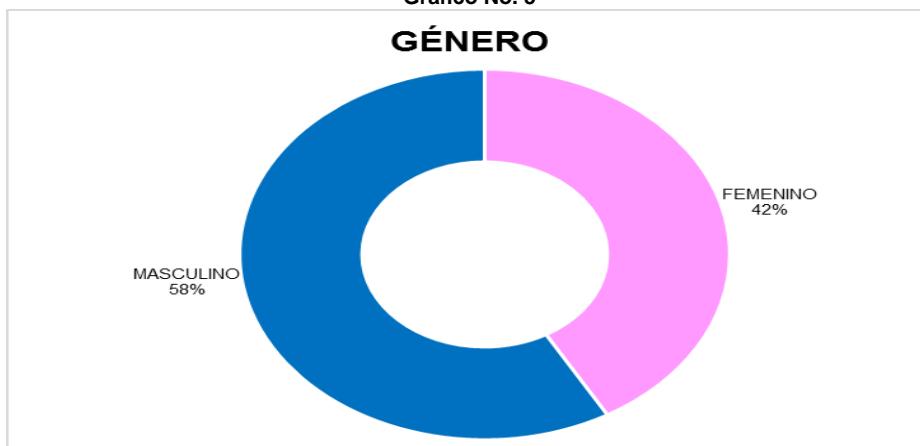
La tabla y gráfico No. 4 evidencian que las personas con intereses en la gestión de la Corporación presentan rangos de edades entre 40 – 60 años con una representación del 41,67% de los encuestados, seguido en orden descendente por las personas con edades entre 25 - 40 años con un porcentaje del 36,11%, las personas con edades entre 18 – 25 años el 11,11%, las personas mayores de 60 años con el 8,33% y jóvenes con menos de 18 años con una cifra representada por el 2,78%.

5. Con el propósito de obtener información de las características específicas del cliente externo, se consultó **el sexo de los usuarios**:

Tabla No. 5

CRITERIO	VARIABLE: GÉNERO			TOTAL
	FEMENINO	MASCULINO	OTRO	
FRECUENCIA	15	21	0	36
FRECUENCIA RELATIVA	0,42	0,58	0,00	1,00
%	41,67	58,33	0,00	100,00

Gráfico No. 5



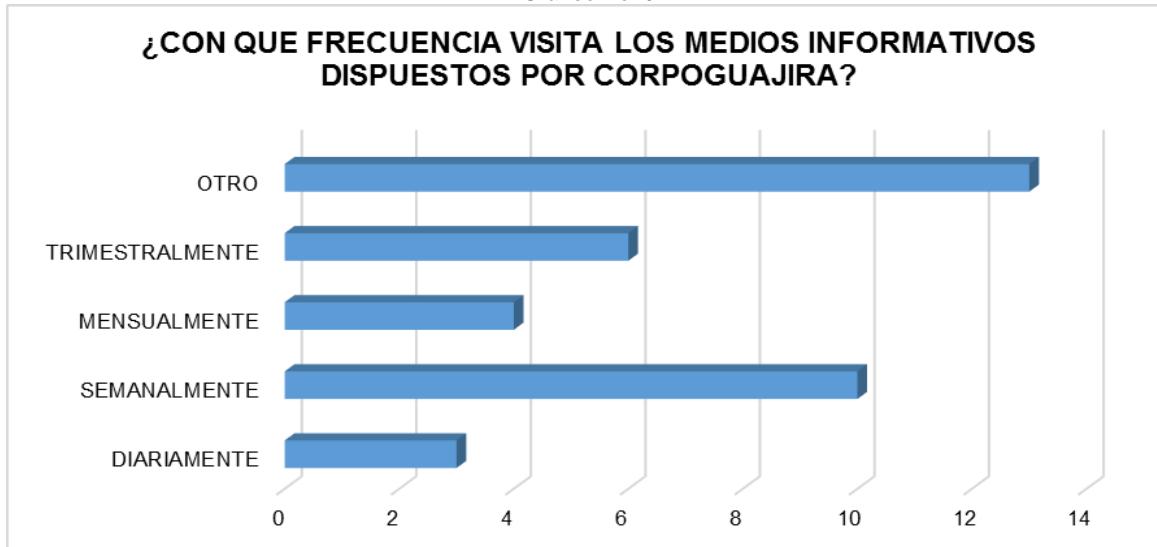
Como se aprecia en la gráfica No. 5, la medición arrojó que el 58,33% de los clientes encuestados fue del género masculino, mientras que el 41,67% correspondió del género femenino.

- Respecto a la utilidad los **canales de información dispuestos por la Corporación** para interactuar con la ciudadanía, se conocieron los siguientes datos:

Tabla No. 6

¿CON QUE FRECUENCIA VISITA LOS MEDIOS INFORMATIVOS DISPUESTOS POR CORPOGUAJIRA?						
VARIABLE	DIARIAMENTE	SEMANALMENTE	MENSUALMENTE	TRIMESTRALMENTE	OTRO	TOTAL
FRECUENCIA	3	10	4	6	13	36
FRECUENCIA RELATIVA	0,08	0,28	0,11	0,17	0,36	1
%	8,33	27,78	11,11	16,67	36,11	100

Gráfico No. 6



La periodicidad con la que los clientes utilizan los canales de información dispuestos por la Corporación, es un indicador que muestra la confianza de la ciudadanía en los servicios ofrecidos por la entidad; en este sentido, la mediación realizada en el último trimestre de 2019 permitió conocer que el 27,78% de los encuestados hace uso de los medios informativos de forma semanal, el 16,67% usa los canales informativos dispuestos por la Corporación de manera trimestral, el 11,11% hace uso de estos mecanismos en forma mensual, mientras que el 8,33% lo hace a diario.

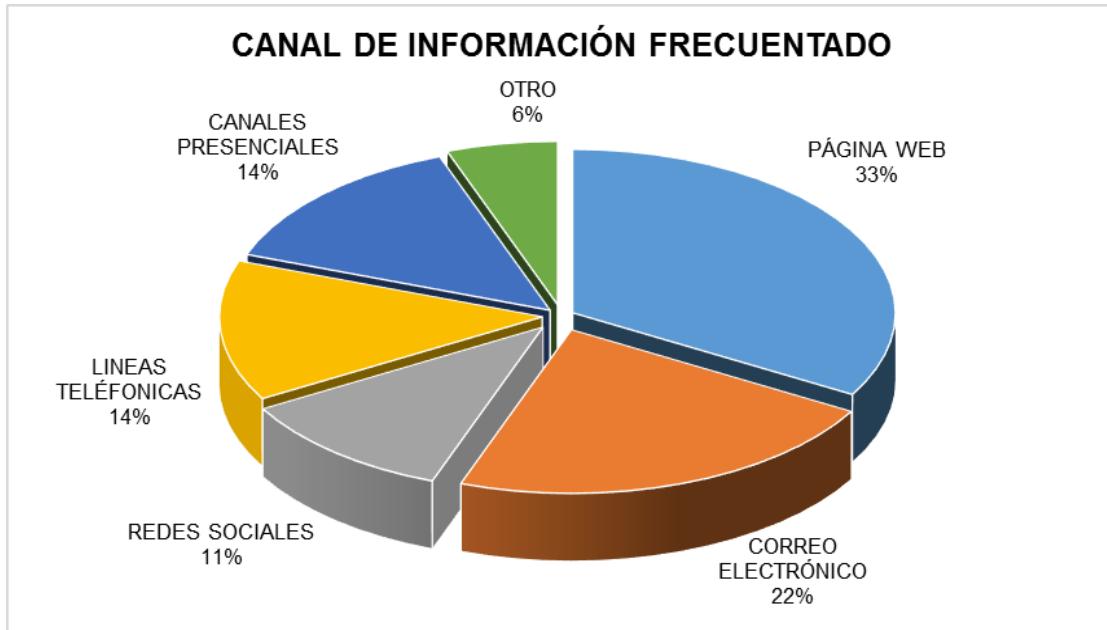
Es necesario señalar que de acuerdo con la medición, el 36,11% de los encuestados no frecuentó o realizó muy poco uso de los mecanismos de información dispuestos por la Corporación al servicio del ciudadano, indicando una periodicidad superior a los 6 meses o en su defecto sólo cuando alguna circunstancia los obligaba a utilizarlos.

7. Frente a los a la consulta sobre la preferencia en los **canales de información dispuestos al servicio de la ciudadanía**, estos fueron los resultados:

Tabla No. 7

¿CUÁL DE LOS MEDIOS INFORMATIVOS DISPUESTOS POR CORPOGUAJIRA ES EL QUE MÁS FRECUENTA?							
VARIABLE	PÁGINA WEB	CORREO ELECTRÓNICO	REDES SOCIALES	LINEAS TELÉFONICAS	CANALES PRESENCIALES	OTRO	TOTAL
FRECUENCIA	12	8	4	5	5	2	36
FRECUENCIA RELATIVA	0,33	0,22	0,11	0,14	0,14	0,06	1
%	33,33	22,22	11,11	13,89	13,89	5,56	100

Gráfico No. 7



El resultado de la medición indica que la Página Web con una representación del 33,33% es el medio informativo más frecuentado por los ciudadanos, seguido se encuentra la preferencia por el Correo Electrónico Institucional con el 22,22%, las Líneas Telefónicas con el 13,88%, los Canales Presenciales con el 13,89% y las Redes Sociales Corporativas con el 11,11%.

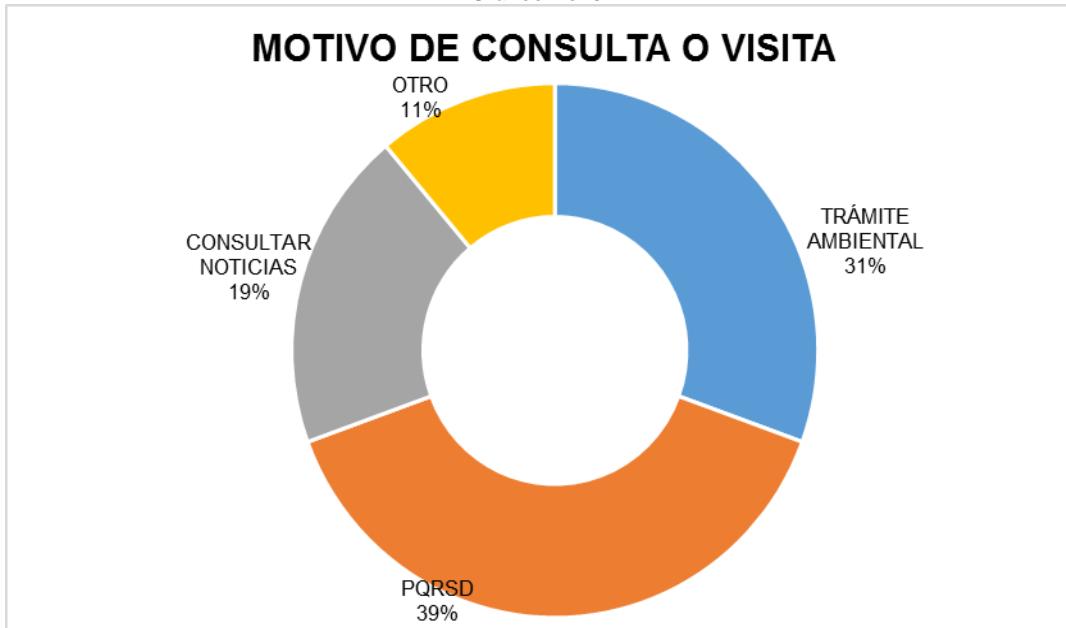
Finalmente, el 5,56% de los encuestados indicó que frecuenta otro tipo de canales de información como los emitidos a través de los medios de comunicación masivos.

8. En este ítem se consultó sobre el **motivo de la visita y/o consulta de los ciudadanos**, cuyos resultados se presentó de forma equidistante entre opciones como cursar Trámite Ambiental, interponer PQRSD, Consultar Noticias, entre otros como se muestra en la tabla y gráfico No. 8.

Tabla No. 8

VARIABLE: MOTIVO	¿CUÁL ES EL MOTIVO DE SU CONSULTA O VISITA?				TOTAL
	TRÁMITE AMBIENTAL	PQRSD	CONSULTAR NOTICIAS	OTRO	
FRECUENCIA	11	14	7	4	36
FRECUENCIA RELATIVA	0,31	0,39	0,19	0,11	1
%	30,56	38,89	19,44	11,11	100

Gráfico No. 8



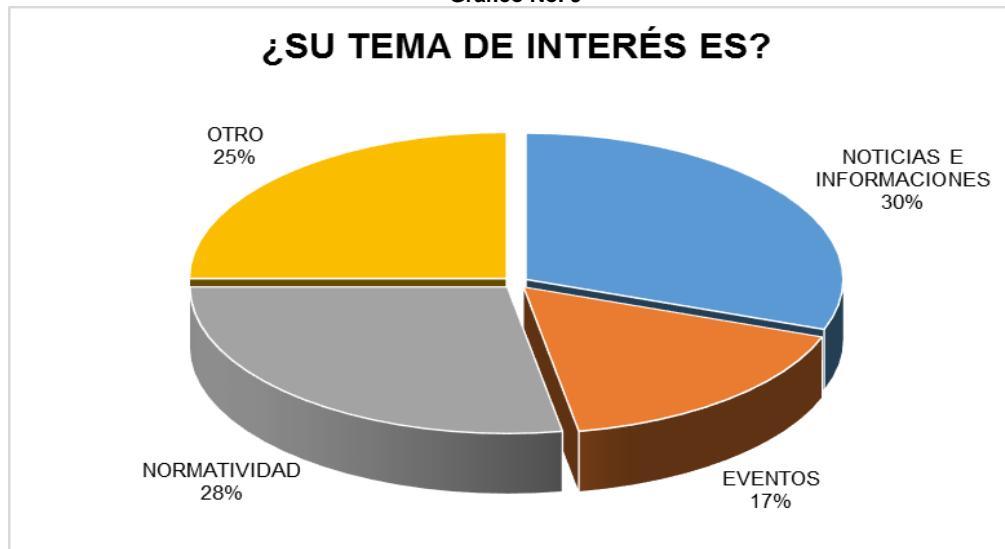
Como se puede observar en la tabla y gráfico No. 8, el principal motivo por el cual los ciudadanos acudieron a los canales de información dispuestos por la Corporación fue para presentar Peticiones, Quejas, Reclamos, Sugerencias y Denuncias – PQRSD con una representación del 38,89% de los encuestados, seguido por el 30,56% de las personas que acudieron para adelantar trámites ambientales, el 19,44% de quienes tuvieron como motivo consultar noticias o informaciones sobre la gestión de la Corporación, mientras que el 11,11% especificó que su interés estuvo centrado en otros asuntos como la coordinación de eventos y reuniones de interés.

9. En el mismo sentido se consultó sobre los **temas de interés** para los grupos de valor identificados por la Corporación, obteniendo la siguiente información:

Tabla No.9

¿SU TEMA DE INTERÉS ES?:					
VARIABLE	NOTICIAS E INFORMACIONES	EVENTOS	NORMATIVIDAD	OTRO	TOTAL
FRECUENCIA	11	6	10	9	36
FRECUENCIA RELATIVA	0,31	0,17	0,28	0,25	1
%	30,56	16,67	27,78	25,00	100

Gráfico No. 9



De acuerdo con las opciones predeterminadas en el instrumento de medición, el 30,56% de los ciudadanos encuestados indicó que su tema de interés fue conocer noticias e informaciones respecto a la gestión ambiental de la Corporación, seguido por el 27,78% cuyo interés fue la normatividad relacionada que aplica la autoridad ambiental, el 16,67% de los encuestados expresó que su interés fueron los eventos con incidencia en la Corporación.

Con un porcentaje significativo del 25%, los encuestados señalaron que sus preferencias estuvieron centradas en otros temas como la reforestación, POMCAS, estudios ambientales y trámites a cargo de la Corporación.

Finalmente, se evaluó la **satisfacción por el servicio en la atención orientada al ciudadano** y la **precepción de la imagen de CORPOGUAJIRA**, los cuales por su connotación determinan la calificación de la atención y percepción del servicio por parte de la ciudadanía.

En tal sentido se definieron los siguientes parámetros y criterios para la interpretación del resultado obtenido:

Para cada uno de las variables se estableció un rango que representa el valor numérico en escala ascendente de 0 – 5, el cual está basado en la valoración para cada una de las opciones de respuesta en la pregunta.

Se debe ubicar el puntaje total de cada opción (**P/T**) dentro del rango que le corresponde de acuerdo con la siguiente tabla, con el fin de determinar su escala en cuanto a los criterios establecidos.

Tabla No. 10:
Criterios de Calificación

VARIABLE	RANGO	CRITERIO
MALA	0 - 1,25	INSUFICIENTE
ACEPTABLE	1,26 - 2,5	TOLERABLE
BUENA	2,6 - 3,75	SATISFACTORIO
EXCELENTE	3,76 - 5	EXCELENTE

DATOS CUANTITATIVOS PARA LA VALORACIÓN

FRECUENCIA (F): Es una magnitud que mide el número de repeticiones por unidad de tiempo de cualquier fenómeno o suceso periódico. Se llama frecuencia a la cantidad de veces que se repite un determinado valor de la variable.

FRECUENCIA RELATIVA (F/R): Es el cociente entre la frecuencia absoluta de un determinado valor y el número total de datos. La **frecuencia relativa** se puede expresar en tantos por ciento cuya sumatoria es igual a 1.

PORCENTAJE (%): El porcentaje se usa para comparar una fracción (que indica la relación entre dos cantidades) con otra, expresándolas mediante porcentajes para usar 100 como denominador común. Este valor se adquiere dividiendo cada frecuencia por el total de respuestas y multiplicándolas por 100. Ejemplo $2/7*100= 28,57\%$.

PUNTAJE PARCIAL (P): Valor parcial que se adquiere de la multiplicación de la Frecuencia Relativa (F/R) con el valor de cada opción de respuesta en la pregunta.

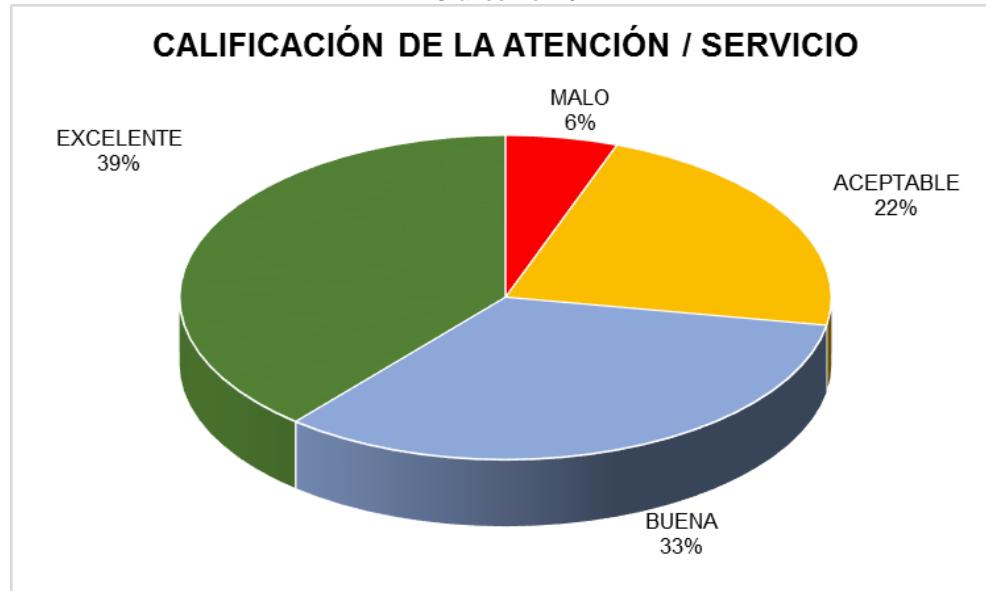
PUNTAJE TOTAL DE LA PREGUNTA (P/T): Valor que se obtiene sumando todos los valores parciales de cada opción de respuesta en la pregunta.

Así las cosas, se obtuvo el siguiente resultado:

Tabla No. 11:
Satisfacción en la Atención y/o Servicio

¿LA ATENCIÓN/SERVICIO RECIBIDO POR PARTE DE CORPOGUAJIRA FUE?:					TOTAL	P/T
CRITERIO	1,25	2,5	3,75	5		
VARIABLE	MALO	ACEPTABLE	BUENA	EXCELENTE		
FRECUENCIA	2	8	12	14	36	3,82
FRECUENCIA RELATIVA	0,056	0,222	0,333	0,389	1	
%	5,56	22,22	33,33	38,89	100	
PUNTAJE	0,07	0,56	1,25	1,94		3,82

Gráfico No. 10



De acuerdo con los resultados descritos en la tabla No. 11, la ponderación, tratamiento y cálculo de los datos indican que la percepción de la atención y/o servicio brindado por CORPOGUAJIRA a los ciudadanos, obtuvo un **puntaje de 3,82** se ubica en un rango de 3,75 – 5, lo que permite señalar que este indicador presenta un **criterio de Excelencia**.

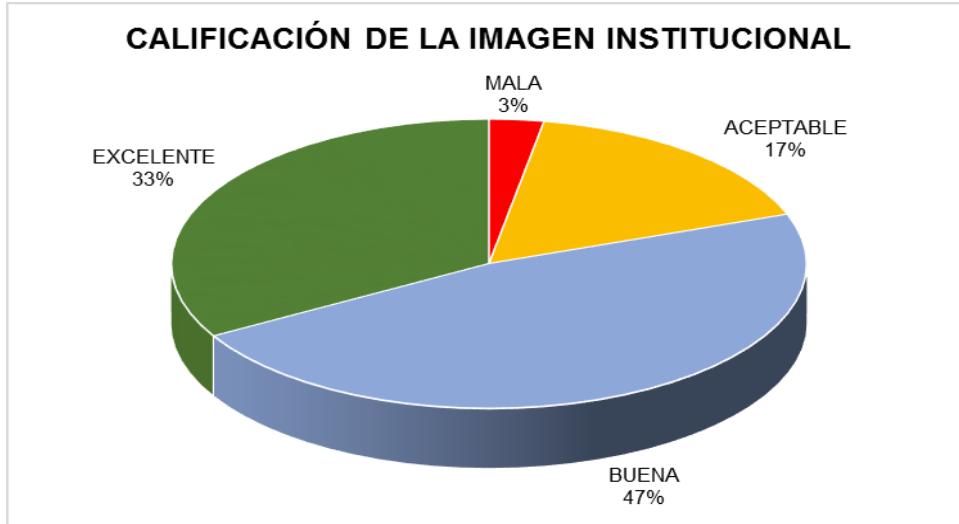
De otra parte, el gráfico No. 10 presenta la opción de Excelencia en el servicio como la mayor representación con 38,89%, seguido por la opción de Buena se corresponde son el 33,33%, que sumado al anterior, indica una representación de 72,22% en calificación positiva en el servicio; así mismo, la medición permitió conocer que el 22,22% de los encuestados manifestaron que en este aspecto la Corporación presta un servicio Aceptable y tan sólo 5,56% calificó este aspecto como Malo.

En lo que respecta a la percepción de la imagen de la entidad, la medición fue muy importante para conocer los siguientes datos:

Tabla No. 12
Percepción de la Imagen Corporativa

¿PARA USTED LA IMAGEN DE CORPOGUAJIRA ES?:					
CRITERIO	1,25	2,5	3,75	5	TOTAL
VARIABLE	MALA	ACEPTABLE	BUENA	EXCELENTE	P/T
FRECUENCIA	1	6	17	12	36
FRECUENCIA RELATIVA	0,028	0,167	0,472	0,333	1
%	2,78	16,67	47,22	33,33	100
PUNTAJE	0,03	0,42	1,77	1,67	3,89

Gráfico No. 11



Referente a la percepción de la imagen de la Corporación, el cálculo determinó que en la escala establecida se obtuvo un puntaje de **3,89%** ubicándose en el criterio de Excelencia; sin embargo, también se logró conocer que para el 47,22% de los encuestados CORPOGUAJIRA tiene una Buena imagen, mientras que el 33,33% indicó que según su percepción, la Corporación tiene una Excelente imagen; en el mismo sentido, el 16,67% de los encuestados señaló que la Corporación tiene una imagen Aceptable, mientras que el 2,78% de la muestra señaló que tiene una mala percepción de la Corporación Autónoma Regional de La Guajira.

Para efectos de la presentación del dato cuantitativo en la medición trimestral del indicador “Incrementar la Satisfacción del Cliente” tomará el promedio del puntaje de Satisfacción del Servicio y Percepción de la Imagen Corporativa que para el cuarto trimestre corresponde a 3,82 y 3.89, respectivamente.

El resultado promedio del **Indicador corresponde a 3,855.**

CONSIDERACIONES FINALES

Durante la vigencia 2019 se generó la aplicación de aproximadamente 418 formularios para medir la percepción de la imagen y satisfacción del servicio en los grupos de interés externos de la Corporación, logrando el diligenciamiento de 188 de ellos en distribuidos en los cuatro trimestres de la vigencia:

Tabla No. 13

PERÍODO 2019	ENCUESTAS ELECTRÓNICAS ENVIADAS	ENCUESTAS FÍSICAS APLICADAS	TOTAL ENCUESTAS DILIGENCIADAS POR LOS CIUDADANOS
TRIMESTRE 1	51	17	68
TRIMESTRE 2	28	21	49
TRIMESTRE 3	101	13	35
TRIMESTRE 4	180	7	36
TOTAL	360	58	188

De acuerdo con la tabla No. 13 se logra percibir que muy a pesar del número de encuestas aplicadas en la vigencia 2019, sólo se logró el 44,97% de formularios diligenciados.

Así mismo, es preciso manifestar que conforme a los resultados obtenidos en los anteriores trimestres de la vigencia 2019, se calcula que el promedio del puntaje de la imagen corporativa se ubica en 3,81 en escala de 0 – 5 y respecto a la percepción de la atención / servicio se promedió un puntaje de 4,03 sobre la misma escala, ubicando ambos aspectos en criterio de excelencia.

A pesar que la imagen institucional y el servicio que presta la entidad fueron calificados en criterios de muy positivos, a continuación se presenta un resumen de las apreciaciones de la ciudadanía, las cuales fueron tomadas fielmente de cada uno de los formularios en la sección de comentarios y/o recomendaciones:

COMENTARIOS NEGATIVOS:

- Tengo la percepción que cada vez veo a Corpoguajira más lejos de sus objetivos ambientales, que al igual que a sus funcionarios les hace falta mayor compromiso con la institución.
- Quiero ver una CAR más activa, más comprometida con la protección de los recursos naturales; una CAR mejor atendida por el Estado para que sea más eficaz.
- No ha cumplido con la Visión prevista para el 2019, y la imagen de la Corporación cada día se deteriora más, hasta el punto que la ciudadanía percibe que la Corporación no sirve a los intereses que fueron creados. Se requiere que la Corporación facilite progresivamente la participación de los ciudadanos guajiros en las decisiones corporativas.
- CORPOGUAJIRA no cumple a las comunidades rurales, principalmente a las de mi sector (Maicao).
- Mejorar la eficiencia en los trámites ambientales.
- Los Trámites ambientales demoran mucho tiempo (más de 4 meses), lo anterior ocasiona que muchas personas o entidades se salten el trámite por la urgencia de sus acciones, en la medida que los trámites sean más agiles, las personas y las entidades optarán por la legalidad.
- No responden los teléfonos fijos y sus extensiones; nunca he podido comunicarme con Planeación.
- Nunca recibí información de que pasó con los funcionarios que denuncié y si la situación ya se corrigió.
- Aún estoy a la espera de información y no he recibido número de radicado, ya han pasado algunas semanas.
- Mano dura con quienes fabrican y transportan carbón vegetal.
- Falta más información al público de sus actividades.
- Deben responder a las peticiones más rápido.
- No se recibe repuestas a las solicitudes entregadas a la empresa.
- Las noticias muchas veces carecen de precisión en la información.
- Continúen con lo que estaban haciendo en mi comunidad pedimos su intervención, un equipo de trabajo fue y dijo que deberían regresar para seguir con los estudios para colocar el molino con su planta y ya hace meses y aun nada que nos contactan.



Corpoguajira

- Los tiempos de respuesta y evaluación de los procesos son dilatados por encima de los reglamentados.
- Los tiempos de entrega a la subdirección encargada son muy largos, al igual de los tiempos de notificación a nosotros como empresa.

COMENTARIOS POSITIVOS:

- La gerencia y todas las dependencias están totalmente comprometidas; felicidades, son un gran equipo.
- Felicitaciones y agradecimiento por la gestión.
- Gracias por su apoyo, sigamos trabajando por los niños de La Guajira.
- Gracias por contribuir a mejorar el medio ambiente.
- Felicitaciones por la importante labor de arborización y protección de fauna.
- Excelente atención al usuario; muy amables y diligentes.
- No tengo ninguna queja sobre la página web. Sigan así.

RECOMENDACIONES:

- Innovar y renovar las piezas publicitarias.
- Agilidad en los procesos.
- Acelerar la marcha de los programas hará más eficaz la institución.
- Mejorar el control en las cuencas productoras de agua y hacer una nueva caracterización de los acuíferos para la toma de decisiones que permitan recuperar la capacidad hídrica del departamento de La Guajira.
- Atender peticiones relacionadas con la salud.
- Hacer gestiones viables que permitan la conservación estable de los recursos naturales.
- Promover cursos, charlas y actividades lúdicas en las que involucren a las comunidades.
- Seguir brindando capacitación por varios medios.
- Diseñar una mejor comunicación con las comunidades para visibilizar sus necesidades sobre todo en lo referente al agua potable.
- Actualizar la página web con mayor constancia.
- Mejorar la página web.
- Ejercer mayor control a la tala de árboles y quemas forestales.
- Detallar más la información de los temas como PEPRS, SIMAP y RCP, en cuanto su gestión, estadísticas, mapas e indicadores. Igualmente, el mapa de la Corporación e incluir otros links del gobierno en línea.
- Deberían realizar una mejor gestión involucrando a las partes interesadas en las reservas forestales y no realizar proyectos que no tienen continuidad ni sostenibilidad.
- facilidad en los trámites.
- Realizar mayor presencia, vigilancia e intervención en áreas húmedas y zonas de tratamiento sanitario.
- Fortalecer las relaciones interinstitucionales para apuntarle al cumplimiento del objetivo común que es la conservación y sostenibilidad de nuestro medio ambiente.
- Mejorar la comunicación asertiva de su equipo de trabajo y mejorar los tiempos de respuesta de atención al usuario y en general de la Corporación.
- ¡Salvemos el Pulmón de Riohacha!!! Manglar ubicado al costado este en Villa Fátima.



Corpoguajira

- Que los funcionarios de CORPOGUAJIRA establezcan horarios de atención y sean accesibles a los usuarios.
- De parte de la comunidad Kauwamana quisiéramos saber si con el nuevo nombramiento del director nos garantizaran que el proyecto tramitado y ya iniciado en proceso seguirá en curso.

Se espera que la Alta Dirección tome en cuenta todos estos comentarios y recomendaciones presentadas por la ciudadanía a efectos de mostrar una mejoría acorde con las necesidades de los grupos de interés.

De conformidad con lo establecido en la Ley No. 1712 de 2014 “Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones”, esta información se pone a disposición de nuestros grupos de interés, quienes pueden consultarla en el portal web www.corpoguajira.gov.co