

INFORME DE RESULTADOS ENCUESTA DE SATISFACCIÓN Y PERCEPCIÓN DEL CLIENTE EXTERNO

FECHA: 5 de Octubre de 2020

RESPONSABLE: Davianis Paulina Acosta Ávila

OFICINA: Comunicaciones, Atención y Servicio al Ciudadano

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

FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA:

Es importante mencionar que para el periodo del presente informe debido a la emergencia sanitaria a nivel mundial por causa del Coronavirus COVID-19, la Presidencia de la Republica mediante Decreto No. 457 de 2020 ordeno el Aislamiento Preventivo Obligatorio en todo el territorio colombiano, obligando a la Corporación a adoptar medidas y planes de contingencia para lidiar con este fenómeno global y una de ellas implico la suspensión temporal de la atención presencial al público, la reducción de las visitas de campo u otras por parte de los funcionarios de la Corporación, implementar la estrategia del Teletrabajo. Sin embargo, a partir del 16 de junio del presente la Corporación Autónoma Regional de La Guajira, abre nuevamente las puertas de las sedes ubicadas en Riohacha (sede principal y laboratorio ambiental). La atención al público se hará bajo el cumplimiento estricto del protocolo de bioseguridad diseñado por la entidad garantizando las medidas de protección tanto para visitantes como para sus colaboradores.

En el horario de 8:00 a.m. a 11:30 a.m. los usuarios podrán acceder a los servicios habilitados para la atención presencial: recibo de correspondencia, entrega de salvoconductos para la movilización de especímenes y recepción de PQRSD.

Adicionalmente, desde la Dirección general se impartió la instrucción que la coordinación financiera y la oficina jurídica atenderán asuntos que no se puedan realizar de manera virtual, exclusivamente a usuarios que hayan solicitado cita a través de los correos secretaria.financiera@corpoguajira.gov.co y secretaria.juridica@corpoguajira.gov.co. Por su parte, la sede territorial del sur ubicada en Fonseca, seguirá prestando sus servicios de manera virtual.



Durante el tercer trimestre de 2020 se retornó con la aplicación de la encuesta para medir y conocer la percepción del servicio y las necesidades de los clientes externos de CORPOGUAJIRA; tal instrumento se estructura 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 cuenta de un espacio opcional para dejar una recomendación 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 la modalidad de formularios que fueron diligenciados de forma electrónica por personas que hacen uso de los canales virtuales dispuestos por la entidad.

En este sentido, para el periodo 1 de julio de 2020 a 30 de septiembre de 2020 se aplicaron 11 encuestas bajo la referida metodología.

La aplicación del instrumento de medición contó con la participación de Oficina de Comunicaciones, Atención y Servicio al Ciudadano, desde donde se enviaron respuestas electrónicas con el enlace de la encuesta en el link (<http://corpoguajira.gov.co/wp/encuestas-de-satisfaccion/>).

DESARROLLO Y ANALISIS DE RESULTADOS:

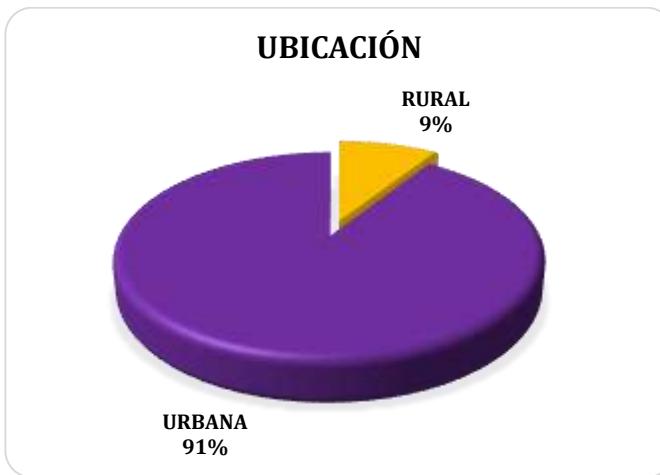
1. El primer ítem de la encuesta es conocer **la ubicación o lugar de procedencia del cliente**, respecto a los cual se obtuvo la siguiente información estadística:



Tabla No. 1: Ubicación del Cliente

VARIABLE: UBICACIÓN	RURAL	URBANA	TOTAL
FRECUENCIA	1	10	11
FRECUENCIA RELATIVA	0,09	0,91	1
%	9,09	90,91	100

Grafica No. 1: Ubicación del Cliente



Se puede observar que, del total de personas encuestadas durante el segundo trimestre, el 91% correspondió a población residente en perímetro urbano, mientras que el 9% reside en zonas rurales.

2. El segundo ítem hace referencia al **municipio o lugar en el cual se encuentra radicada la persona encuestada**; en este sentido se obtuvieron los siguientes datos:



Tabla No. 2: Municipio de Residencia

VARIABLE: MUNICIPIO	DISTRITO / MUNICIPIO					TOTAL
	RIOHACHA DT y C	AGUACHICA	ALBANIA	BOGOTA D.C	SAN JUAN DE CESAR	
FRECUENCIA	6	1	1	2	1	11
FRECUENCIA RELATIVA	0,55	0,09	0,09	0,18	0,09	1
%	54,55	9,09	9,09	18,18	9,09	100,00

Grafica No. 2: Municipio / Distrito de Residencia del Cliente



Como se puede apreciar en la tabla y gráfica No. 2, el 55% de la población encuestada reside en el Distrito de Riohacha – La Guajira, el 9% de la frecuencia correspondió a encuestados provenientes de la ciudad de Aguachica, Albania y San Juan del Cesar respectivamente y el 18% fueron visitantes provenientes de la ciudad de Bogotá, D.C.

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



Tabla No. 3: Jurisdicción Departamental

CRITERIO	DEPARTAMENTO			
	LA GUAJIRA	CESAR	CUNDINAMARCA	TOTAL
FRECUENCIA	8	1	2	11
FRECUENCIA RELATIVA	0,727	0,091	0,182	1
%	72,73	9,09	18,2	100,00

Grafica No. 3: Departamento al que pertenece



Como se puede apreciar y de acuerdo con las jurisdicciones municipales identificadas en el numeral anterior, el departamento de origen de los encuestados se distribuye de la siguiente manera:

Departamento de La Guajira (73%), Departamento del Cesar (9%) y el Departamento de Cundinamarca (18%).

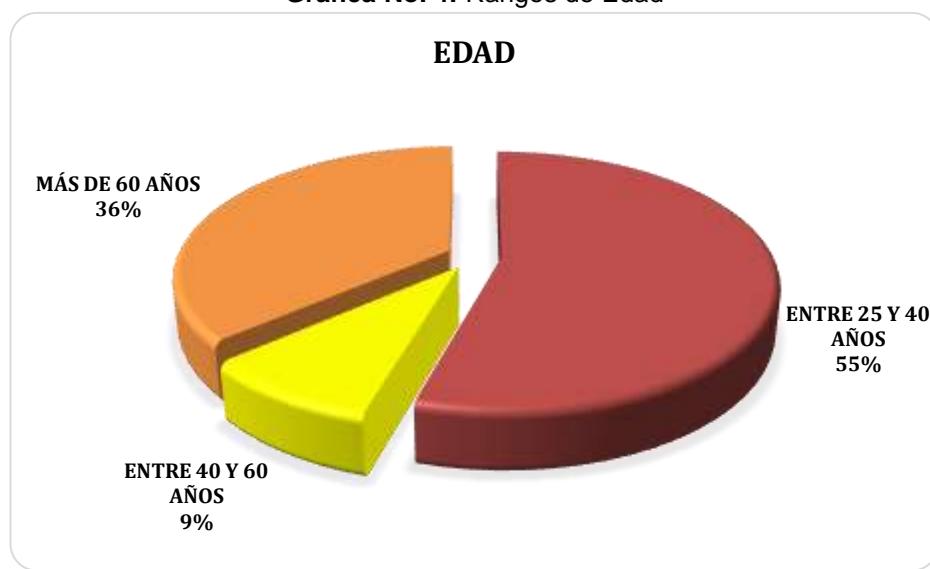
4. Con el objetivo de conocer características específicas sobre los grupos de valor de la Corporación, se consultaron los **rangos de edades** de las personas encuestadas, estos fueron los resultados:



Tabla No. 4: Rangos de Edad de los Encuestados

CRITERIO	VARIABLE: RANGO DE EDAD				
	ENTRE 18 Y 25 AÑOS	ENTRE 25 Y 40 AÑOS	ENTRE 40 Y 60 AÑOS	MÁS DE 60 AÑOS	TOTAL
FRECUENCIA	0	6	1	4	11
FRECUENCIA RELATIVA	0,00	0,55	0,09	0,36	1,00
%	0,00	54,55	9,09	36,36	100,00

Grafica No. 4: Rangos de Edad



El grafico No. 4 permite observar que los rangos de edades que durante el tercer trimestre requirieron los servicios que ofrece la Corporación fueron quienes tienen entre los 25 y 40 años representado en un 55%; así mismo, el 9% de los encuestados presenta edades entre los 40 y 60 años, mientras las personas que tienen más de 60 años de edad representaron el 36% del universo encuestado.



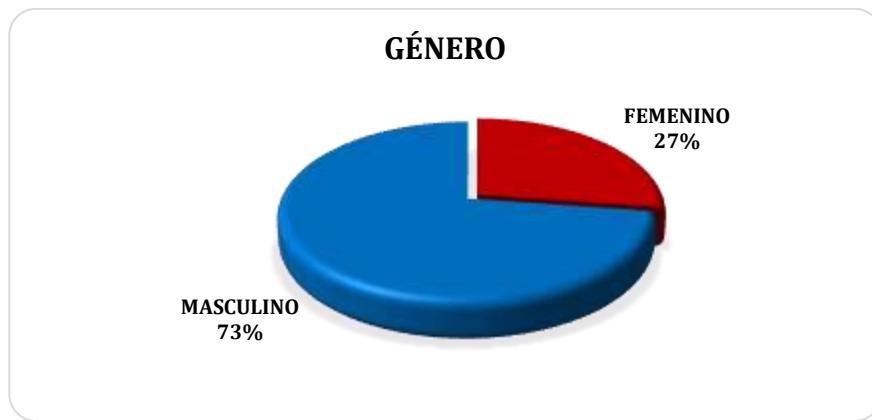
No se percibió a la población menor de 18 años como un cliente activo en la gestión de la Corporación durante el tercer trimestre del presente año.

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

Tabla No. 5: Sexo de los Encuestados

CRITERIO	VARIABLE: SEXO			TOTAL
	FEMENINO	MASCULINO	OTRO	
FRECUENCIA	3	8	0	11
FRECUENCIA RELATIVA	0,273	0,727	0	1,000
%	27,27	72,73	0	100,00

Grafica No. 5: Sexo de los Encuestados



Analizando el grafico No. 5, se deduce que prácticamente la participación masculina fue mayor en la modalidad virtual con un 73% del total de las encuestadas generadas, mientras que la participación femenina fue menor con un 27% de las encuestadas aplicadas en la modalidad virtual.

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

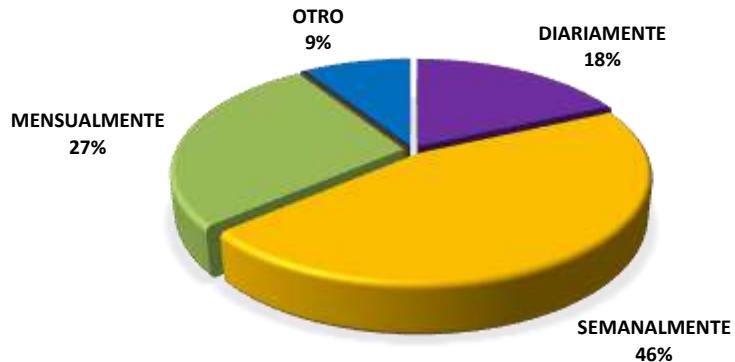


Tabla No. 6: Frecuencia en la visita a Canales de Atención e Informativos

¿CON QUE FRECUENCIA VISITA LOS MEDIOS INFORMATIVOS DISPUESTOS POR CORPOGUAJIRA?								
VARIABLE	DIARIAMENTE	SEMANALMENTE	MENSUALMENTE	TRIMESTRALMENTE	OCASIONALMENTE	MUY OCASIONALMENTE	OTRO	TOTAL
FRECUENCIA	2	5	3	0	0	0	1	11
FRECUENCIA RELATIVA	0,18	0,45	0,27	0,00	0,00	0,00	0,09	0,91
%	18,18	45,45	27,27	0,00	0,00	0,00	9,09	100,00

Grafica No. 6: Frecuencia en la Visita a Canales de Atención e Informativos

¿CON QUE FRECUENCIA VISITA LOS MEDIOS INFORMATIVOS DISPUESTOS POR CORPOGUAJIRA?



La medición a este interrogante indicó que el 18% de los encuestados utilizan con mucha frecuencia los canales informativos dispuestos por la Corporación, ante lo cual los utilizan diariamente.

De igual forma se logró conocer que el 46% de los encuestados utiliza los medios informativos con una frecuencia semanal, el 27% hace uso de los canales dispuestos de forma mensual,



mientras que el 9% reportó error al momento de la encuesta, es decir, respondió erróneamente la pregunta generada en la encuesta.

7. Frente a los **canales de atención más frecuentados** por la ciudadanía, estos fueron los resultados:

Tabla No. 7: Canal Informativo más Frecuentado

¿CUÁL DE LOS MEDIOS INFORMATIVOS DISPUESTOS POR CORPOGUAJIRA ES EL QUE MÁS FRECUENTA?				
VARIABLE: CANAL	PÁGINA WEB	EMAIL	REDES SOCIALES	TOTAL
FRECUENCIA	6	3	2	11
FRECUENCIA RELATIVA	0,545	0,273	0,182	1,00
%	54,55	27,27	18,18	100,00

Gráfica No. 7: Canal de Información más frecuentado



El gráfico No. 7 permite evidenciar que la Página Web, como fue la constante durante el tercer trimestre del 2020, fue el canal más frecuentado con 55%, seguido por el Correo Electrónico Corporativo con el 27% y por ultimo las Redes Sociales Corporativas con el 18%.

8. Igualmente se consultó sobre el **motivo de la visita y/o consulta del usuario**, a los cuales respondieron de acuerdo con la siguiente información:

Tabla No. 8: Motivo de Visita o Consulta

¿CUÁL ES EL MOTIVO DE SU CONSULTA O VISITA?					
VARIABLE: MOTIVO	TRÁMITE AMBIENTAL	PQRSD	CONSULTAR NOTICIAS	OTRO	TOTAL
FRECUENCIA	4	3	3	1	11
FRECUENCIA RELATIVA	0,364	0,273	0,273	0,091	1,000
%	36,364	27,273	27,273	9,091	100,00

Gráfico No. 8: Motivo de Visita o Consulta



Respecto al motivo de la visita o consulta por parte del encuestado, se encontró que el 27% lo hace para Consultar Noticias de interés que incluyen la gestión de la Corporación, otro 27% con



la finalidad interponer una PQRSD, el 37% para adelantar algún Trámite Ambiental al interior de la Corporación, mientras que un 9% utiliza los canales dispuestos por la Corporación con motivo de reuniones, presentar oferta de servicios, conocer las instalaciones de la Corporación y adelantar temas de gestión ambiental, entre otros.

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: Tema de interés de los encuestados

¿SU TEMA DE INTERÉS ES?:				
VARIABLE	NOTICIAS E INFORMACIONES	NORMATIVIDAD	OTRO	TOTAL
FRECUENCIA	5	3	3	11
FRECUENCIA RELATIVA	0,455	0,273	0,273	0,727
%	45,455	27,273	27,273	72,73

Gráfica No. 9: Tema de interés de los encuestados



El gráfico No. 9 permite observar que el mayor interés de la ciudadanía es conocer las Noticias e Informaciones que se generan en la Corporación con el 46%, seguido por el interés en la Normatividad que aplica a la Corporación con el 27%; así mismo, se pudo evidenciar que el 27% manifestó otro tipo de interés entre los cuales se encuentran las gestiones contractuales,



acompañamiento en el manejo de residuos y gestión ambiental, obtener servicios de educación ambiental, entre otros.

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): Son fracciones equivalentes o aquellas que tienen el mismo valor o representan la misma parte de un objeto. Ejemplo $2/7$ es igual a $0,285714286$. El resultado se multiplicará con el criterio de la variable de cada opción para encontrar el puntaje parcial de la misma.

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 multiplicándola 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:

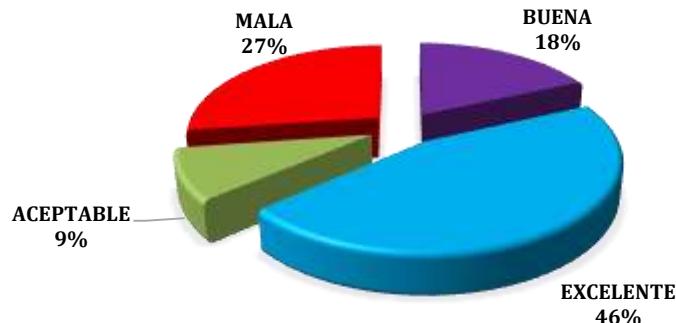
Tabla No. 11: Satisfacción de la Atención y/o Servicio recibido

¿LA ATENCIÓN/SERVICIO RECIBIDO POR PARTE DE CORPOGUAJIRA FUE?:						
CRITERIO	3,75	5	2,5	1,25	TOTAL	P/T
VARIABLE	BUENA	EXCELENTE	ACEPTABLE	MALA		
FRECUENCIA	2	5	1	3	11	
FRECUENCIA RELATIVA	0,182	0,455	0,091	0,273	1,000	3,52
%	18,18	45,45	9,09	27,27	100,00	
PUNTAJE	0,68	2,27	0,23	0,34	3,52	



Gráfico No. 10

¿LA ATENCIÓN/SERVICIO RECIBIDO POR PARTE DE CORPOGUAJIRA FUE?:



Se puede evidenciar que el servicio fue calificado como excelente por el 46% de los encuestados, pero debido al 27% de los encuestados que calificó como Mala la atención recibida por parte de la Corporación se obtiene que el puntaje es de **3.52** que lo ubica dentro del criterio de **Satisfactorio** en el rango de 2,6 – 3,75 definido en la tabla No. 10 del presente informe.

Es preocupante el resultado obtenido ya que en todos los informes anteriores la atención siempre se ubicaba en el criterio de Excelencia, por tal razón, la Dirección General deberá buscar los motivos que generaron el puntaje reflejado en el criterio de atención para así poder aplicar los correctivos necesarios para subir el porcentaje y el criterio para el próximo informe.

Respecto a la **precepción de la imagen** de la Corporación el resultado refleja lo siguiente:



Tabla No. 12: Percepción de la Imagen de CORPOGUAJIRA

¿PARA USTED LA IMAGEN DE CORPOGUAJIRA ES:?					TOTAL	P/T
CRITERIO	3,75	5	2,5	1,25		
VARIABLE	BUENA	EXCELENTE	ACEPTABLE	MALA		
FRECUENCIA	4	4	1	2	11	
FRECUENCIA RELATIVA	0,364	0,364	0,091	0,182	1,000	3,64
%	36,36	36,36	9,09	18,18	100,00	
PUNTAJE	1,36	1,82	0,23	0,23		3,64

De acuerdo con los criterios predeterminados, el puntaje obtenido indica que la percepción de la imagen de la Corporación, con un puntaje total de **3,64** se encuentra en el rango 2,6 – 3,75 equivalente al criterio **Satisfactorio**.

Grafica No. 11: Percepción de la imagen de CORPOGUAJIRA

¿PARA USTED LA IMAGEN DE CORPOGUAJIRA ES?



La anterior interpretación, obedece a una tendencia en la calificación orientada a la satisfacción manifestada por los encuestados y a la buena aceptación por parte de la ciudadanía dada la trayectoria y reconocimiento al trabajo realizado por la Corporación desde su establecimiento en el departamento.

De igual manera se observa que durante el tercer trimestre la percepción de la imagen obtuvo mayores picos referentes a calificación negativa reflejados en un 18% de ciudadanos que señalaron como "Mala" la imagen institucional mientras que el 9% apenas tolera la imagen que



ha construido la Corporación. De manera contraria el 73% manifestó que la imagen de la Corporación es Excelente/Buena.

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 tercer trimestre corresponde a 4,33, 4,19 y 3.64, respectivamente

El resultado promedio del Indicador corresponde a **4,05**.

Así las cosas, los resultados indican que el universo encuestado percibe a la Corporación de la siguiente manera: Excelente 36%, Buena 37%, Aceptable 9% y Mala 18%.

CONSIDERACIONES FINALES

Los resultados de la medición realizada al tercer trimestre de 2020 han permitido conocer y determinar datos relevantes respecto a la percepción que los grupos de interés tienen sobre la gestión desarrollada por la Corporación de acuerdo con su naturaleza; en este sentido, a continuación, se presentan las principales conclusiones:

La percepción del servicio y la imagen de la Corporación fue calificada con un puntaje global de **3,58** en una escala de 0 – 5, ubicándose dentro del criterio de **Satisfactorio**.

Es preciso informar que el 54.54% de los encuestados residen en el departamento de La Guajira, mientras que el 45.46% complementario correspondió a personas provenientes de otras jurisdicciones del territorio nacional, quienes reconocen el buen nombre de CORPOGUAJIRA e igualmente califican el servicio como satisfactorio.

Los resultados permiten inferir que el 54.55% de los encuestados fueron personas con edades entre 25 y 40, quienes además son los que mayormente frecuentan los servicios de la entidad; principalmente a través de la Página Web, las Redes Sociales Corporativas y los Canales Presenciales, buscando conocer informaciones y noticias de la gestión desarrollada por la Corporación, interponer PQRSD, asistir a reuniones, presentar oferta de servicios, entre otros.

De acuerdo a la encuesta se pudo verificar que dentro del número de los encuestados representado en un 45,45% visita los medios informativos dispuestos por Corpoguajira semanalmente y solo el 18,18% lo hace diariamente.

Los medios informativos dispuestos por Corpoguajira que más frecuenta los encuestados durante el tercer trimestre de 2020 es el canal de Pagina Web representado en un 54,55%.



Finalmente, y a pesar que la imagen institucional y el servicio que presta la entidad fueron calificados en criterios de Satisfacción, a continuación, se relacionan los comentarios y/o recomendaciones planteados por los grupos de interés, entre los cuales se destacan los siguientes:

Comentarios Negativos:

- “Una cosa es estar dentro y otra fuera”.
- “Cómo es posible que Corpoguajira no me dé razón de semillas de un árbol auto tocino del cual Corpoguajira a reforestado miles. Y sean tan Caribes de decirme que me remita a mi jurisdicción. Pésimo Corpoguajira”.
- “Mañoso y lento”.

Comentarios Positivos:

- “Gracias por el aporte y apoyo a la formulación del PIDARET La Guajira”.
- “Excelente atención, además de muy rápida.”.

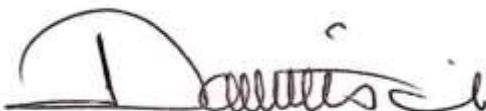
Recomendaciones:

- Que estén más pendiente de los árboles en Albania.

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 <http://www.corpoguajira.gov.co>

Atentamente,



DAVIANIS PAULINA ACOSTA ÁVILA

Asesora de Comunicaciones, Atención y Servicio al Ciudadano

Elaboró: Jair Gnecco

