

INFORME DE RESULTADOS ENCUESTA DE SATISFACCIÓN Y PERCEPCIÓN DEL CLIENTE EXTERNO

FECHA: 9 de julio de 2021

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 implica 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, generando una disminución en las encuestas presenciales que se realizan en la sede central.

Durante el segundo trimestre de 2021 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 dos (2) modalidades: Presencialmente se diligenciaron 5 encuestas por parte de los visitantes a la sede principal de la Corporación y 26 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 abril de 2021 a 30 de junio de 2021 se aplicaron 31 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	7	24	31
FRECUENCIA RELATIVA	0,23	0,77	1
%	22,58	77,42	100



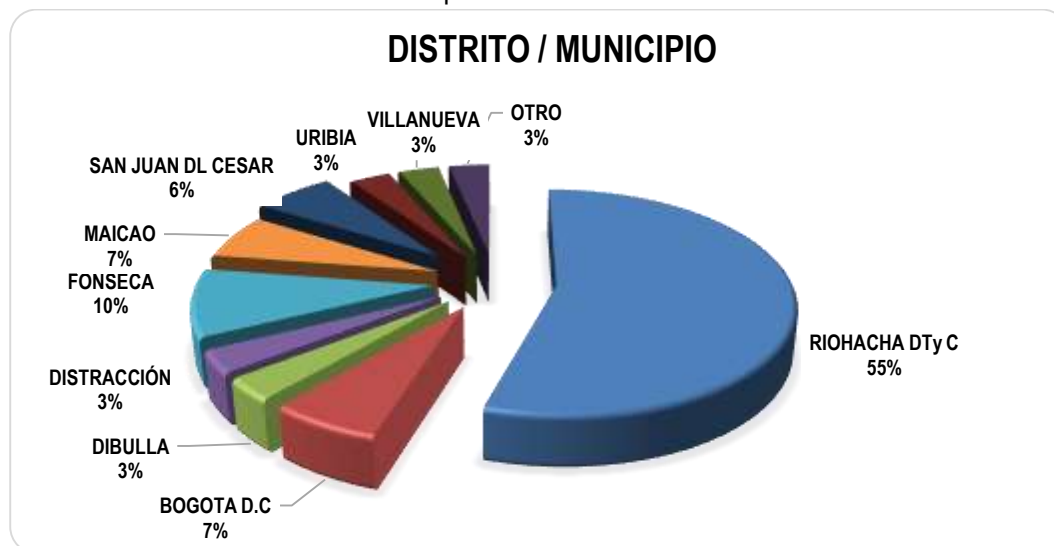
Grafica No. 1: Ubicación del Cliente


Se puede observar que, del total de personas encuestadas durante el segundo trimestre, el 77% correspondió a población residente en perímetro urbano, mientras que el 23% reside en zonas rurales

- 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	BOGOTA D.C	DIBULLA	DISTRACCIÓN	FONSECA	MAICAO	SAN JUAN CESAR	URIBIA	VILLANUEVA	OTRO	
FRECUENCIA	17	2	1	1	3	2	2	1	1	1	31
FRECUENCIA RELATIVA	0,55	0,06	0,03	0,03	0,10	0,06	0,06	0,03	0,03	0,03	1
%	54,84	6,45	3,23	3,23	9,68	6,45	6,45	3,23	3,23	3,23	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 7% de la frecuencia correspondió a encuestados provenientes de Bogotá D.C, con un 3% se presentan los siguientes municipios de manera individual (Dibulla, Distracción, Uribía, Villanueva), se reporta también un % para el municipio de Fonseca, un 7% corresponde al municipio de Maicao y por último un 6% de los encuestados fueron personas provenientes del municipio de San Juan del Cesar.

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

Tabla No. 3: Jurisdicción Departamental

CRITERIO	DEPARTAMENTO		
	LA GUAJIRA	CUNDINAMARCA	TOTAL
FRECUENCIA	29	2	31
FRECUENCIA RELATIVA	0,935	0,065	1
%	93,55	6,45	100,00



Grafica No. 3: Departamento al que pertenece

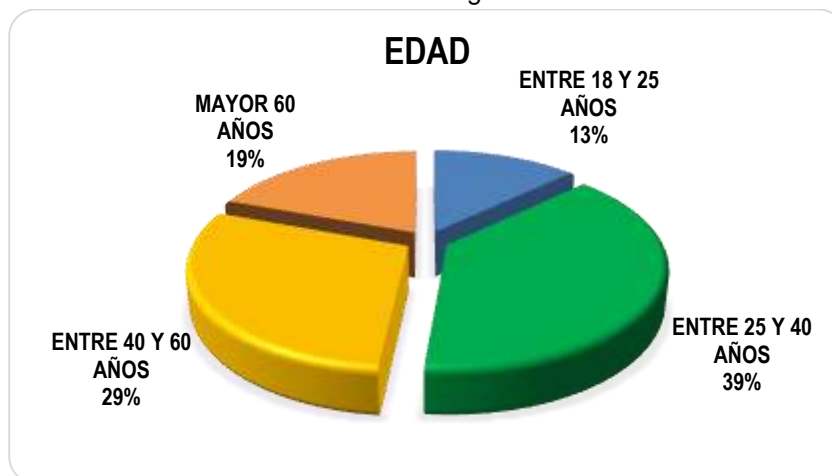

Como se puede apreciar y de acuerdo con las jurisdicciones municipales identificadas en el numeral anterior, el departamento de origen de los encuestados se distribuye de la siguiente manera:

Departamento de La Guajira (94%), Departamento Cundinamarca (6%).

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	MAYOR 60 AÑOS	TOTAL
FRECUENCIA	4	12	9	6	31
FRECUENCIA RELATIVA	0,13	0,39	0,29	0,19	1,00
%	12,90	38,71	29,03	19,35	100,00

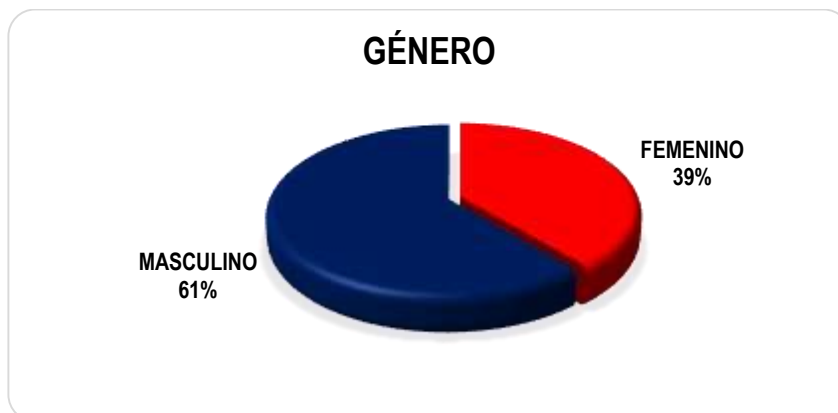
Grafica No. 4: Rangos de Edad


El grafico No. 4 permite observar que los rangos de edades que durante el segundo trimestre y requirieron los servicios que ofrece la Corporación fueron quienes tienen entre 18 y 25 años de edad con un 13%, de igual manera se reporta personas de 25 y 40 años de edad con el 39%, seguido por el 29% de aquellos cuyas edades están entre los 40 y 60 años; así mismo, el 19% de los encuestados presenta edades mayores a los 60 años.

- 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	12	19	0	31
FRECUENCIA RELATIVA	0,387	0,613	0	1,000
%	38,71	61,29	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 61% del total de las encuestas generadas, mientras que la participación femenina fue menor con un 39% de las encuestas 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	DIARIO	SEMANAL	MENSUAL	TRIMESTRAL	ANUAL	OCASIONAL	OTRO	TOTAL
FRECUENCIA	8	5	9	3	1	1	4	31
FRECUENCIA RELATIVA	0,26	0,16	0,29	0,10	0,03	0,03	0,13	1,00
%	25,81	16,13	29,03	9,68	3,23	3,23	12,90	100,00



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


La medición a este interrogante indicó que el 3% de los encuestados no utilizan con mucha frecuencia los canales informativos dispuestos por la Corporación, ante lo cual los utilizan ocasionalmente.

De igual forma se logró conocer que el 26% utiliza los medios de manera diaria mientras que el 10% de los encuestados utiliza los medios informativos con una frecuencia trimestral, el 29% manifestó utilizar estos medios en promedio cada 30 días, mientras que el 16% indicó hacer uso de los mismos de forma semanal y de manera anual se reporta una visita del 3%. Se reporta un 18% de los encuestados que utiliza los medios informativos para otro tipo de uso como manifestar que las líneas telefónicas de la Corporación se encuentran dañadas, para manifestar de igual manera que no utilizan los medios antes mencionados etc.

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	CANALES PRESENCIALES	LINEAS TELEFONICAS	TOTAL
FRECUENCIA	7	10	7	3	4	31
FRECUENCIA RELATIVA	0,226	0,323	0,226	0,097	0,129	1,00
%	22,58	32,26	22,58	9,68	12,90	100,00

Gráfica No. 7: Canal de Información más frecuentado


El gráfico No. 7 permite evidenciar que el Correo Electrónico, como fue la constante durante el segundo trimestre del 2021, fue el canal más frecuentado con 32%, seguido por las Redes Sociales Corporativas con el 22%, la Pagina Web reporta un 22%, las Líneas Telefónicas reporta un 13% y por último el Canal Presencial arrojó un 10%.

8. Igualmente se consultó sobre el **motivo de la visita y/o consulta del usuario**, a los cual 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	8	11	8	4	31
FRECUENCIA RELATIVA	0,258	0,355	0,258	0,129	1,000
%	25,806	35,484	25,806	12,903	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 35% lo hace con la finalidad interponer una PQRSD, el 26% para adelantar algún Trámite Ambiental al interior de la Corporación, el 26% lo hace para Consultar Noticias de interés que incluyen la gestión de la Corporación, y un 13% con otro motivo y/o finalidad como son para solicitar

Forestación, para 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	EVENTOS	NORMATIVIDAD	OTRO	TOTAL
FRECUENCIA	13	3	10	5	31
FRECUENCIA RELATIVA	0,419	0,097	0,323	0,161	1,000
%	41,935	9,677	32,258	16,129	100,00

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 42%, seguido por el interés en la Normatividad que aplica a la Corporación con el 32%; así mismo, se pudo evidenciar que el 10% de los encuestados tuvieron interés en los eventos organizados por la Corporación, mientras que otro 16% 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 $\frac{2}{7}$ 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 $2/7 \times 100 = 28,57\%$.

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

¿PARA USTED LA ATENCION DE CORPOGUAJIRA ES:?						
CRITERIO	1,25	2,5	3,75	5	TOTAL	P/T
VARIABLE	MALA	ACEPTABLE	BUENA	EXCELENTE		
FRECUENCIA	4	3	9	15	31	3,91
FRECUENCIA RELATIVA	0,129	0,097	0,290	0,484	1,000	
%	12,90	9,68	29,03	48,39	100,00	
PUNTAJE	0,16	0,24	1,09	2,42	3,91	

Gráfico No. 10



Se puede evidenciar que el servicio fue calificado como Excelente por el 48% de los encuestados, se presentó una calificación del 10% como Aceptable, un 29% para Buena y un 13% para Mala, lo cual es coherente el puntaje de **3.91** que lo ubica dentro del criterio de **Excelencia** en el rango de 3.76 – 5 definido en la tabla No. 10 del presente 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:?						
CRITERIO	1,25	2,5	3,75	5	TOTAL	P/T
VARIABLE	MALA	ACEPTABLE	BUENA	EXCELENTE		
FRECUENCIA	3	4	11	13	31	3,87
FRECUENCIA RELATIVA	0,097	0,129	0,355	0,419	1,000	
%	9,68	12,90	35,48	41,94	100,00	
PUNTAJE	0,12	0,32	1,33	2,10	3,87	

De acuerdo con los criterios predeterminados, el puntaje obtenido indica que la percepción de la imagen de la Corporación, con un puntaje total de **3,87** se encuentra en el rango 3.76 – 5 definido equivalente al criterio **Excelencia**.

Grafica No. 11: Percepción de la imagen de CORPOGUAJIRA



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

Así las cosas, los resultados indican que el universo encuestado percibe a la Corporación de la siguiente manera: Excelente 42%, Buena 35%, Aceptable 13% y Mala 10%.

CONSIDERACIONES FINALES

Los resultados de la medición realizada al segundo trimestre de 2021 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 se ubicó en un criterio de **“Excelente”** con un puntaje de 3,91 para la atención y 3.87 para la percepción de la imagen corporativa, en

una escala de 0 – 5, lo que promediado permite que el puntaje final de este indicador trimestral se ubique en **3,89** ubicando a la Corporación en el criterio de **Excelencia**.

Es preciso informar que el 94% de los encuestados residen en el departamento de La Guajira, mientras que el 6% complementario correspondió a personas provenientes de otras jurisdicciones del territorio nacional, quienes reconocen el buen nombre de CORPOGUAJIRA e igualmente califican el servicio como excelente.

Los resultados permiten inferir que el 39% 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 del correo electrónico, 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.

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

Comentarios Negativos:

- “No respondieron a mi pregunta”.
- “Se debe fortalecer el ejercicio de la autoridad ambiental y hacer más riguroso el cumplimiento de las normas ambientales promulgadas.”
- “Se debe mejorar en los canales de información”.
- “Dar respuesta de fondo a los procesos y tramites radicados antes la Corporación”.
- “La repuesta dada por la corporación no se ajusta a la petición”.
- “Debería haber más celeridad en los procesos”.
- “Que sean más rápidos”.

Comentarios Positivos:

- “Excelente servicio”.
- “Todo bien”.
- “Responde rápido a las denuncia y amenaza con el medio ambiente”.



- “Gracias por tenerme en cuenta en sus encuestas, me gusta todo lo relacionado con lo ambiental”.

Recomendaciones:

- Innovar y renovar las piezas publicitarias.
- Agilizar los procesos de respuestas de solicitudes y/o peticiones sobre todo aquellas provenientes de los Entes de Control.
- Hacer gestiones viables que permitan la conservación estable de los recursos naturales.
- Priorizar las solicitudes para poder emitir una respuesta oportuna a los distintos grupos de interés de la Corporación.

Atentamente,



DAVIANIS PAULINA ACOSTA ÁVILA

Asesora de Comunicaciones, Atención y Servicio al Ciudadano

Elaboró: Jair Gnecco

