

INFORME DE RESULTADOS ENCUESTA DE SATISFACCIÓN Y PERCEPCIÓN DEL CLIENTE EXTERNO

FECHA: 9 de octubre de 2021

RESPONSABLE: Juan José Peñaranda Arregoces

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 tercer 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 no se presentaron encuestas físicas y 19 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 2021 a 30 de septiembre de 2021 se aplicaron **19** 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	19	0	19
FRECUENCIA RELATIVA	1,00	0,00	1
%	100,00	0,00	100



Grafica No. 1: Ubicación del Cliente

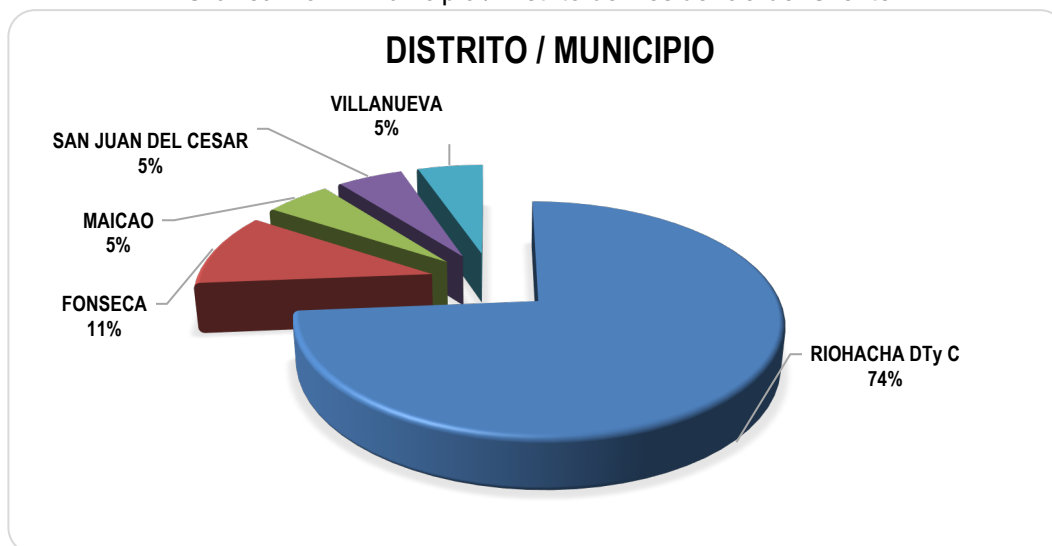


Se puede observar que la totalidad de personas encuestadas durante el tercer trimestre reside en zonas rurales.

- 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					
	RIOHACHA DTy C	FONSECA	MAICAO	SAN JUAN DEL CESAR	VILLANUEVA	TOTAL
FRECUENCIA	14	2	1	1	1	19
FRECUENCIA RELATIVA	0,74	0,11	0,05	0,05	0,05	1
%	73,68	10,53	5,26	5,26	5,26	100,00

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


Como se puede apreciar en la tabla y gráfica No. 2, el 74% de la población encuestada reside en el Distrito de Riohacha – La Guajira, el 5% se presentan los siguientes municipios de manera individual (San Juan del Cesar, Maicao y Villanueva), se reporta también un 11% para el municipio de Fonseca.

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

Tabla No. 3: Jurisdicción Departamental

CRITERIO	DEPARTAMENTO	
	LA GUAJIRA	TOTAL
FRECUENCIA	19	19
FRECUENCIA RELATIVA	1,000	1
%	100,00	100,00

Gráfica No. 3: Departamento al que pertenece



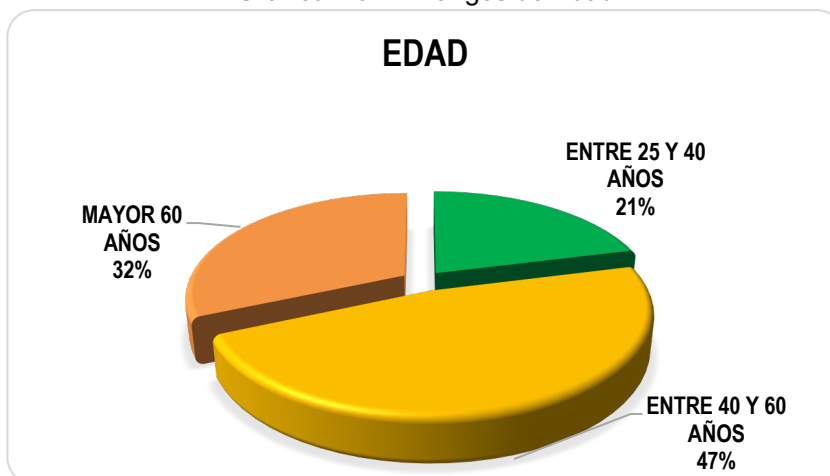
Como se puede apreciar y de acuerdo con las jurisdicciones municipales identificadas en el numeral anterior, el departamento de origen de los encuestados se distribuye en su totalidad en el Departamento de La Guajira.

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	0	4	9	6	19
FRECUENCIA RELATIVA	0,00	0,21	0,47	0,32	1,00
%	0,00	21,05	47,37	31,58	100,00

Grafica No. 4: Rangos de Edad



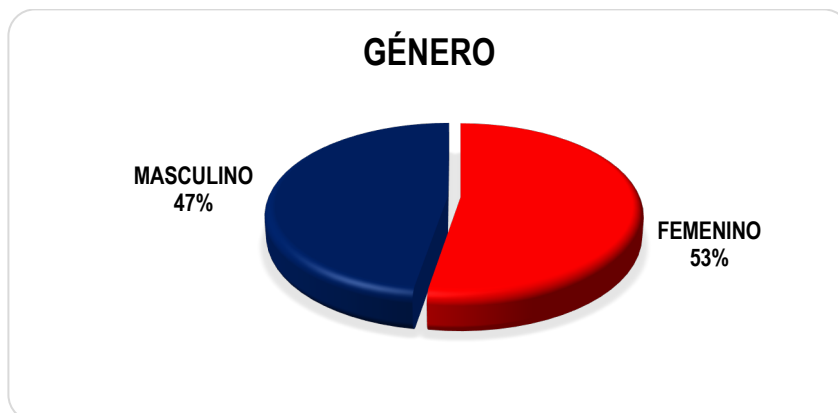
El grafico No. 4 permite observar que los rangos de edades que durante el tercer trimestre y requirieron los servicios que ofrece la Corporación fueron quienes tienen 40 y 60 años de edad con el 47%, seguido por el 32% de aquellos cuyas edades están en el rango de mayores de 60 años; así mismo, el 21% de los encuestados presenta edades entre 25 y 40 años mientras que durante el tercer trimestre no presentaron reportes personas de rango de edades entre 18 y 25 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	10	9	0	19
FRECUENCIA RELATIVA	0,526	0,474	0	1,000
%	52,63	47,37	0	100,00

Grafica No. 5: Sexo de los Encuestados



Analizando el grafico No. 5, se deduce que prácticamente la participación femenina fue mayor en la modalidad virtual con un 53% del total de las encuestas generadas, mientras que la participación masculina fue menor con un 47% 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:

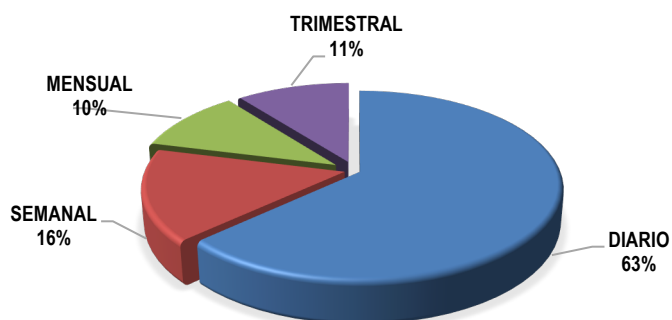
Tabla No. 6: Frecuencia en la visita a Canales de Atención e Informativos

¿CON QUE FRECUENCIA VISITA LOS MEDIOS INFORMATIVOS DISPUESTOS POR CORPOGUAJIRA?								
VARIABLE	DIARIO	SEMANAL	MENSUAL	TRIMESTRAL	ANUAL	OCASIONAL	OTRO	TOTAL
FRECUENCIA	12	3	2	2	0	0	0	19
FRECUENCIA RELATIVA	0,63	0,16	0,11	0,11	0,00	0,00	0,00	1,00
%	63,16	15,79	10,53	10,53	0,00	0,00	0,00	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 63% 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 16% utiliza los medios de manera semanal mientras que el 10% de los encuestados 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 trimestral se reporta una visita del 11%.

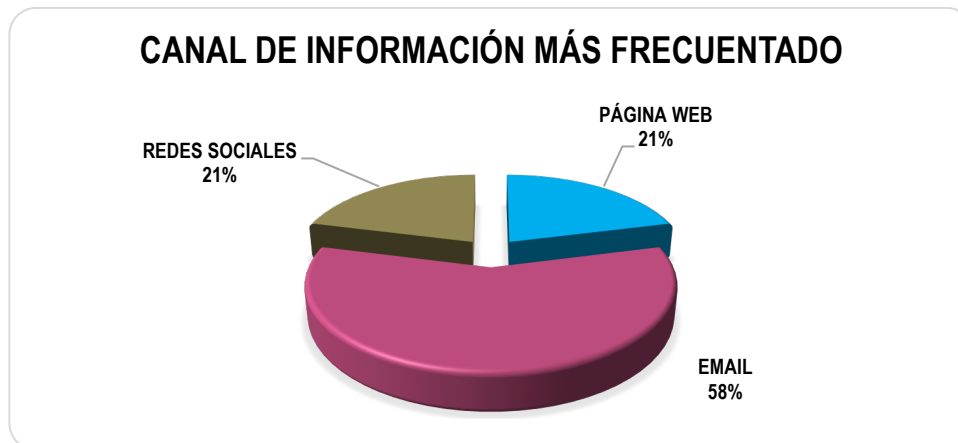
7. Frente a los **canales de atención más frecuentados** por la ciudadanía, estos fueron los resultados:



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	4	11	4	0	0	19
FRECUENCIA RELATIVA	0,211	0,579	0,211	0,000	0,000	1,00
%	21,05	57,89	21,05	0,00	0,00	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 tercer trimestre del 2021, fue el canal más frecuentado con 58%, seguido por las Redes Sociales Corporativas y la Página Web con el 21% para cada canal. Durante el periodo del presente informe no se presentaron reporte de frecuencia por canales presenciales y de líneas telefónicas.

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	3	1	10	5	19
FRECUENCIA RELATIVA	0,158	0,053	0,526	0,263	1,000
%	15,789	5,263	52,632	26,316	100,00

Gráfico No. 8: Motivo de Visita o Consulta



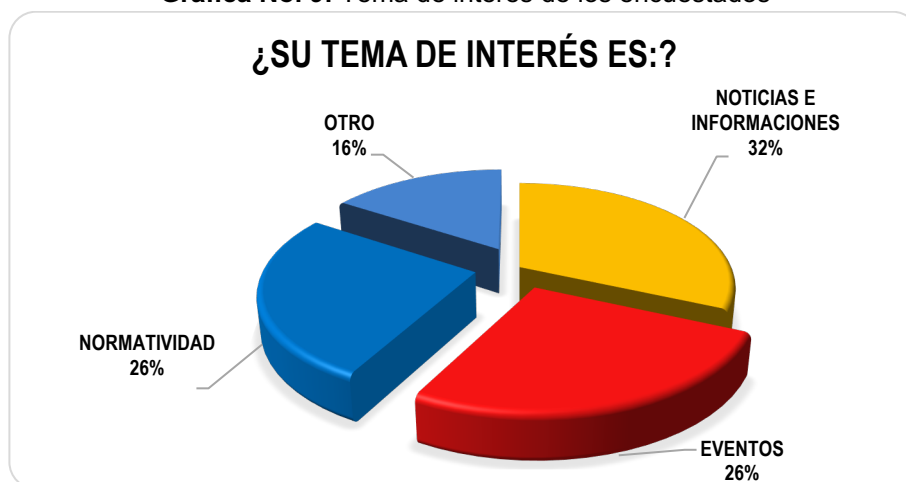
Respecto al motivo de la visita o consulta por parte del encuestado, se encontró que el 5% lo hace con la finalidad interponer una PQRSD, el 16% para adelantar algún Trámite Ambiental al interior de la Corporación, el 53% lo hace para Consultar Noticias de interés que incluyen la gestión de la Corporación, y un 26% 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	6	5	5	3	19
FRECUENCIA RELATIVA	0,316	0,263	0,263	0,158	1,000
%	31,579	26,316	26,316	15,789	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 32%, seguido por el interés en la Normatividad que aplica a la Corporación con el 26%; con el mismo porcentaje se pudo evidenciar que 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 $2/7$ 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.

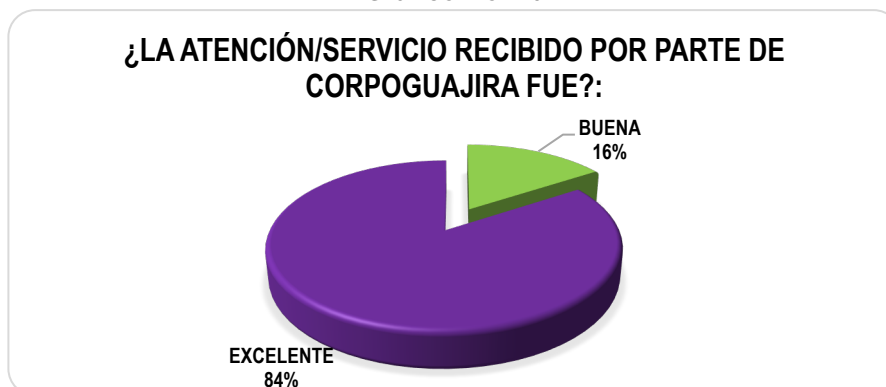
PUNTAJE TOTAL DE LA PREGUNTA (P/T): Valor que se obtiene sumando todos los valores parciales de cada opción de respuesta en la pregunta.

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		
VARIABLE	MALA	ACEPTABLE	BUENA	EXCELENTE	TOTAL	P/T
FRECUENCIA	0	0	3	16	19	4,80
FRECUENCIA RELATIVA	0,000	0,000	0,158	0,842	1,000	
%	0,00	0,00	15,79	84,21	100,00	
PUNTAJE	0,00	0,00	0,59	4,21	4,80	

Gráfico No. 10



Se puede evidenciar que el servicio fue calificado como Excelente por el 84% de los encuestados, se presentó una calificación del 16% para Buena, lo cual es coherente el puntaje de **4.80** 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	0	0	3	16	19	4,80
FRECUENCIA RELATIVA	0,000	0,000	0,158	0,842	1,000	
%	0,00	0,00	15,79	84,21	100,00	
PUNTAJE	0,00	0,00	0,59	4,21	4,80	

De acuerdo con los criterios predeterminados, el puntaje obtenido indica que la percepción de la imagen de la Corporación, con un puntaje total de **4.80** 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 84%, Buena 16%.

CONSIDERACIONES FINALES

Los resultados de la medición realizada al tercer 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 4.80 para la atención y 4.80 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 **4.80** ubicando a la Corporación en el criterio de **Excelencia**.



Es preciso informar que el 100% de los encuestados residen en el departamento de La Guajira, quienes reconocen el buen nombre de CORPOGUAJIRA e igualmente califican el servicio como **Excelente**.

Los resultados permiten inferir que el 47% 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 y las Redes Sociales Corporativas, buscando conocer informaciones y noticias de la gestión desarrollada por la Corporación, interponer PQRS, tramitar algún permiso ambiental, 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 Positivos:

- ☐ “Hermosa la Familia CORPOGUAJIRA”.
- ☐ “Hasta ahora me encuentro satisfecho con las funciones de Corpoguajira”.

Recomendaciones:

- Generar certificados por la web.
- La encuesta también debería ser dirigida al público para obtener la percepción del público y/o usuarios exteriores.
- Fortalecer la cohesión de Grupo en el Trabajo y Gestión por la Entidad.
- Crear "Revista Corpoguajira".

Atentamente,



JUAN JOSE PEÑARANDA ARREGOCES

Asesor de Comunicaciones, Atención y Servicio al Ciudadano

